

Madrid, 28 de abril de 2021

Mediaset España alcanza el 30,6% del mercado audiovisual (TV+Digital) y lidera la inversión publicitaria en TV en el primer trimestre

Los soportes de televisión y digitales del grupo han registrado una facturación de 170,6 millones de euros entre enero y marzo, según datos internos calculados sobre las cifras publicadas por Infoadex, con un incremento del 35,4% interanual en la inversión en sus medios digitales.

Mediaset España ha alcanzado el 42% de la inversión publicitaria en televisión, con una estimación de ingresos de 159,5 millones de euros, nuevamente por delante de las cifras de su competidor, Atresmedia.

Francisco Alum: *“mantenemos la confianza en la recuperación del mercado publicitario, tangible ya desde el mes de abril. La oferta de Mediaset España, orientada a los perfiles más cualitativos y apoyada en el target comercial, nos está permitiendo construir una estrategia basada en el precio como pilar fundamental de desarrollo”.*

El conjunto de los **soportes de televisión y digitales de Mediaset España** ha registrado **entre enero y marzo** de 2021 una facturación global por publicidad de **170,6 millones de euros**. Esta cifra supone el **30,6% del mercado audiovisual** español, que aúna TV + Digital, y que ha alcanzado en el periodo unos ingresos de 557,3 millones de euros en su conjunto global de medios. En la cifra de inversión obtenida por Mediaset España en el primer trimestre, destaca el **incremento del 35,4% en sus soportes digitales** hasta los 11,1 millones de euros.

Referencia en el mercado de la televisión

En lo que respecta exclusivamente al **medio televisión**, según las estimaciones publicadas por Infoadex en su Estudio de la Inversión Publicitaria en España, el grupo ha revalidado entre enero y marzo su **liderazgo en inversión publicitaria** tras registrar una facturación de **159,5 millones de euros**, lo que supone el **42% de la cuota de mercado**. Mediaset España **se ha vuelto a imponer a su principal competidor, Atresmedia**.

La **facturación del sector de la televisión** en el primer trimestre se ha situado en **379,6 millones de euros**, un 13,6% menos que en el primer trimestre de 2020, cuando los ingresos fueron de 439,6 millones de euros, comparativa con un periodo que apenas había registrado la crisis producida por el impacto de la pandemia. La televisión nacional en abierto ha alcanzado los 337,6 millones de euros.

La **inversión en medios convencionales** en el primer trimestre ha experimentado una caída del 9,6% hasta los **1.062,8 millones de euros**, frente a los 1.175,6 millones percibidos entre enero y marzo de 2020, periodo en el que el mercado aún no había percibido los efectos de la pandemia.

En palabras del Director General de Publiespaña, Francisco Alum, ***“mantenemos la confianza en la recuperación del mercado publicitario, tangible ya desde el mes de abril. La oferta de Mediaset España, orientada a los perfiles más cualitativos y apoyada en el target comercial, nos está permitiendo construir una estrategia basada en el precio como pilar fundamental de desarrollo”***.

Por otro lado, la reciente alianza con Google dinamizará el desarrollo de la línea de negocio **Mediaset Digital**, basada en la unificación de métricas, data y segmentación *crossmedia*, a través de todos los dispositivos y entornos, incluido HbbTV.