

Madrid, 28 de mayo de 2026

‘Bigger, Bolder, Better’: Publiespaña presenta su nueva estrategia comercial con una visión paneuropea para liderar el futuro de la publicidad

La filial de Mediaset España, coordinada por MFE ADVERTISING, ha anunciado las claves de su política comercial en dos multitudinarios eventos en Madrid y Barcelona conducidos por Ion Aramendi y Sandra Barneda, con la participación de Stefano Sala, presidente de Publiespaña y CEO de MFE ADVERTISING; Davide Mondo, CEO de Publiespaña y miembro del consejo de MFE ADVERTISING; y Luis Movilla, director global de Iniciativas Especiales y Branded Content.

Publiespaña traslada al mercado español la estrategia paneuropea de MFE ADVERTISING, basada en la escala, la integración y la capacidad para generar soluciones de alto impacto a través de la unificación de sus sedes comerciales en Italia, España, Alemania, Austria, Reino Unido y Francia; la digitalización, la innovación y los desarrollos tecnológicos; y el alcance masivo de una red capaz de impactar a cerca de 450 millones de personas en Europa, gracias a acuerdos exclusivos alcanzados con los principales *broadcasters* del continente.

MaxOne, nuevo porfolio de canales derivado del acuerdo con Warner Bros. Discovery que amplía la cartera de medios de Publiespaña; Publiespaña Brand Studio, unidad creada para impulsar la relevancia y el impacto real de las marcas; y Mediaset España AdManager, plataforma orientada a PYMES para planificar sus campañas en CTV y Mediaset Infinity de forma rápida y sencilla, forman parte de las novedades de la filial de Mediaset España. Publiespaña continuará ofreciendo a anunciantes y agencias soluciones que maximicen el valor y la efectividad de las campañas en un ecosistema audiovisual en constante crecimiento que multiplican las oportunidades para las marcas.

‘Bigger, Bolder, Better’. Con este *claim*, Publiespaña, la filial comercial de Mediaset España coordinada por MFE ADVERTISING, concesionaria internacional de MFE-MediaForEurope, ha presentado al mercado su estrategia comercial para la temporada 2026/2027, en un multitudinario doble evento en Madrid y Barcelona a los que han asistido más de 1.000 invitados

de los principales **anunciantes** y **agencias** de medios, además de los **principales rostros y directivos** de Mediaset España y de su filial comercial.

Conducidos por **Sandra Barneda** -en La Llotja de Mar en Barcelona- y por **Ion Aramendi** -en el Teatro Calderón de Madrid-, ambos eventos han contado con las intervenciones de **Stefano Sala**, presidente de Publiespaña y CEO de MFE ADVERTISING; **Davide Mondo**, CEO de Publiespaña y miembro del consejo de MFE ADVERTISING; y **Luis Movilla**, director global de Iniciativas Especiales y Branded Content, para desarrollar las **claves que vertebran la política comercial paneuropea del grupo**. Además, ha acogido un **avance de algunos de los principales contenidos** que llegarán a los canales principales del grupo a lo largo de los próximos meses.

'Bigger'

MFE ADVERTISING: una estrategia paneuropea para liderar el futuro de la publicidad

Stefano Sala ha puesto en valor la **visión estratégica de MFE ADVERTISING, basada en la escala, la integración y la capacidad para generar soluciones publicitarias paneuropeas de alto impacto**, y ha detallado los pilares operativos sobre los que se sustenta la estrategia comercial del grupo:

- **Unificación comercial:** a través de las diferentes sedes comerciales del grupo en **Italia, España, Alemania, Austria, Reino Unido y Francia**, MFE ADVERTISING ofrece **campañas coordinadas, eficientes y medibles** a nivel paneuropeo, simplificando el **acceso de anunciantes y agencias a grandes audiencias** internacionales desde una única estructura comercial.
- **Digitalización y Ad Tech:** MFE ADVERTISING, que centraliza la transformación digital y el desarrollo tecnológico de MFE-MediaForEurope, impulsa la **innovación publicitaria**, la **evolución del dato** y el desarrollo de **soluciones de monetización y medición**.
- **Alcance masivo:** con más de 1.500 profesionales **en más de seis países**, MFE ADVERTISING junto a sus socios exclusivos cuenta con la **capacidad de alcanzar a cerca de 450 millones de personas en Europa**, consolidándose como uno de los ecosistemas de medios y publicidad más relevantes del continente.

'Bolder'

Más tecnología e integración en un ecosistema audiovisual cada vez más amplio y el lanzamiento de Mediaset España AdManager

Davide Mondo ha detallado cómo Publiespaña traslada al mercado español la visión de MFE ADVERTISING, a través de **cuatro áreas estratégicas**:

- **Un ecosistema audiovisual cada vez más amplio con la incorporación de MaxOne y una cartera de medios única que maximiza el impacto.** *“Hoy no basta con hablar del valor de la televisión. La diferencia está en la capacidad de construir un ecosistema completo. Y eso es exactamente lo que hace Publiespaña”*, asegura Davide Mondo, quien ha puesto en valor el crecimiento del ecosistema audiovisual de Publiespaña tras los recientes **acuerdos con Squirrel**, para la comercialización en exclusiva de sus tres canales de TDT, y con **Warner Bros. Discovery**, para la gestión comercial exclusiva **a partir de este 1 de junio** de Discovery Channel, Eurosport 1, Eurosport 2, Warner TV y TCM, además del canal de Veo Televisión DMAX.

Con este último porfolio de canales, denominado **MaxOne**, Publiespaña fortalece el perfil masculino de su audiencia, la profundidad en adultos mayores de 35 años y la afinidad en targets cualitativos y construye un ecosistema capaz de cubrir desde los **grandes formatos de entretenimiento** hasta el **factual** especializado, el **cine** y el **deporte**.

A través de su completa cartera de medios, **Publiespaña multiplica las oportunidades para las marcas, maximiza su impacto** en todos los momentos relevantes del *customer journey* y contribuye de manera decisiva a facilitarles los **mejores KPIs de comunicación**.

- **Compromiso con anunciantes y agencias**, ofreciendo **soluciones integradas, eficaces y adaptadas** a un entorno cada vez más fragmentado y manteniendo como prioridad **maximizar el valor y la efectividad de las campañas**.
- **Tecnología y cartera de productos digitales**, con el impulso y desarrollo de soluciones diseñadas para **mejorar la atención y la experiencia publicitaria** y nuevas capacidades tecnológicas para **generar valor** para anunciantes y agencias, entre las que destaca:
 - **Ad Infinity**: solución que redefine la experiencia comercial y del usuario en el entorno de Mediaset Infinity a través de una serie de compromisos con la transparencia en las mediciones, el incremento de la notoriedad y la efectividad, la reducción de la saturación y las duplicidades y la eficacia de la presión publicitaria.

Incluye las funciones **Dynamic Ad Load 2.0**, desarrollo que permite el ajuste dinámico de la presión publicitaria en función de cada usuario y el contexto de la reproducción, y **AI Smart Ad Insertion**, inserción inteligente de la publicidad en los momentos más adecuados según el contenido.

Desde su lanzamiento en octubre de 2025, ha experimentado un **significativo crecimiento, duplicando ampliamente el volumen de campañas** en el primer trimestre de 2026 respecto al trimestre inmediatamente anterior.

- **Nuevas oportunidades de negocio**, con el lanzamiento de **Mediaset España AdManager**, plataforma orientada a PYMES que permite planificar campañas en Televisión Conectada y Mediaset Infinity de forma rápida y sencilla mediante el formato L-Shape. Esta nueva herramienta, respaldada por la garantía y la experiencia de MFE ADVERTISING tras dos años de éxito en Italia, otorga la opción de configurar **campañas alineadas con los presupuestos y objetivos** de negocio, **supervisar resultados y descargar informes de rendimiento** de manera autónoma.

'Better'

Nace Publiespaña Brand Studio para impulsar la relevancia y el impacto real de las marcas

Las marcas ya no necesitan solo alcance, sino también relevancia. Para responder a esta realidad cada vez más presente en el mercado publicitario, la filial de Mediaset España ha presentado Publiespaña Brand Studio, unidad que nace **con el objetivo de convertir en valor tangible y real para las marcas la capacidad de Mediaset España para generar historias, atención colectiva y conversación social**, integrando de forma coherente contenido, talento, innovación y distribución, tal y como ha destacado **Luis Movilla**.

Publiespaña Brand Studio se plantea como una nueva manera de construir estrategias de marca aprovechando todo el ecosistema de Mediaset España y de acompañar a anunciantes y agencias en la **generación de notoriedad, afinidad, conversación, relación y resultados**. Además, se posiciona como un **aliado estratégico clave** para desarrollar marcas con mayor significado y un impacto real en la vida de las personas.

Mediaset Infinity cumple su primer aniversario

Mediaset Infinity, la plataforma de *streaming* gratuita de Mediaset España, celebrará en junio su primer aniversario consolidando una oferta en directo y a la carta que no ha dejado de crecer, con **más contenidos, más horas disponibles y vídeos de mayor duración** que se traducen en un **incremento**

del tiempo de permanencia y del consumo, ampliando de forma sostenida las oportunidades de **conexión entre las marcas y la audiencia**.

La plataforma ha continuado **ampliando el universo y la experiencia que ofrecen los grandes formatos de Mediaset España** más allá de la televisión lineal con **contenidos exclusivos**. Además, la oferta creciente de **telenovelas turcas**, un contenido con una audiencia fiel, sumada al catálogo de formatos de **actualidad, entretenimiento y ficción** de Mediaset España, ha consolidado a Mediaset Infinity como un **entorno de alto engagement** que genera un espacio diferencial para que las marcas conecten con su público.

GenZ Awards: conectar marcas y Generación Z

Publiespaña proporcionará por cuarto año consecutivo a las **marcas que desean conectar y entrar en conversación con la Generación Z** una **oportunidad única a través de GenZ Awards**, evento diseñado para reconocer el talento de los **mejores influencers y creadores de contenido digital** de nuestro país en 2026, que logran inspirar cada día a millones de seguidores.

Conducida por **Xuso Jones y Laura Escanes**, la gala de entrega de estos premios, convertidos en una **potente herramienta de comunicación, con elevada notoriedad y cobertura** para las marcas, tendrá lugar el **próximo 21 de octubre** en el **Gran Teatro CaixaBank Príncipe Pío de Madrid**.

Próximamente, en Telecinco y Cuatro...

Mediaset España también ha avanzado algunas de las **principales novedades de programación** que llegarán próximamente a sus dos canales principales.

Telecinco lanzará en **verano** una **batería de estrenos** en la tarde: **‘Amor o lo que surja’**, *dating show* conducido por Carlos Lozano; **‘De lunes a viernes’**, la edición diaria de ‘¡De Viernes!’ con Santi Acosta y Beatriz Archidona; y **‘El show de Paz’**, formato de entretenimiento que mezclará el humor y las emociones y en el que Paz Padilla exhibirá muchas de las facetas que han caracterizado su carrera. Además, prepara otros formatos para el *prime time* como nuevas ediciones de **‘Supervivientes All Stars’**, **‘La Isla de las Tentaciones’**, **‘Casados a primera vista’** y **‘GH’** con concursantes famosos; los estrenos de **‘Honesty House’**, **‘Los 200: uno contra la masa’**, **‘Asuntos propios’** y **‘El Camino de la Verdad’**, con Raquel Sánchez Silva, Carlos Sobera, Ana Milán y Luján Argüelles al frente, respectivamente; las series **‘Ella, maldita alma’**, **‘Maruxía. Vientos de Honor’**, **‘La que se avecina’** (temporada 15) y **‘Sandokan’**, protagonizada por Can Yaman; y nuevas entregas de **‘First Dates’** y **‘Universo Calleja’**.

En **Cuatro**, tendrán lugar, entre otros, el estreno de **‘Súper Gómez. El hombre maratón’**, con Raúl Gómez al frente; una nueva temporada de **‘Viajeros**

Cuatro’; nuevas entregas de **‘En el punto de mira’, ‘Código 10’, ‘Horizonte’ y ‘Cuarto Milenio’**; estrenos cinematográficos en **‘El Blockbuster’**; y la serie documental **‘El mago del vino’**, sobre la figura del genio del vino Raúl Pérez.

En el ámbito deportivo, Mediaset España emitirá **citas clave de las competiciones de motor más importantes del mundo** como el GP de Valencia del **Mundial de Motociclismo** y el Gran Premio de Barcelona-Catalunya y el Gran Premio de España (Madrid) de **Formula 1**. Por último, **reforzará su apuesta por la NFL, uno de los mayores espectáculos deportivos del planeta**, que regresará la próxima temporada con un mínimo de 50 partidos en Cuatro, Be Mad y Mediaset Infinity y nuevos contenidos vinculados a la liga.