

Madrid, 19 de febrero de 2020

El liderazgo de audiencia y la gestión comercial permiten a Mediaset España alcanzar un 26,3% del mercado audiovisual (TV + Digital) en 2019

Según datos internos calculados sobre las cifras publicadas hoy por Infoadex, los soportes de televisión y digitales de la compañía han alcanzado una facturación de 901,3 millones de euros.

La cuota de mercado de Mediaset España crece hasta el 43,4% en inversión publicitaria en televisión, que lidera por decimosexto año consecutivo con una facturación de 869 millones de euros, 54 millones más que su principal competidor (815M€ y 40,7% de cuota). Es la mayor diferencia histórica sobre Atresmedia desde su nacimiento como grupo audiovisual en 2012 en un año sin eventos deportivos.

Los soportes de televisión y digitales de Mediaset España han registrado en 2019 una facturación global de 901,3M€, cifra que supone el 26,3% del Mercado Audiovisual (TV+Digital), que ha obtenido durante el año 3.430M€ de inversión, según datos internos calculados a partir de las cifras publicadas hoy por Infoadex en su Estudio de la Inversión Publicitaria en España.

La compañía ha trasladado al mercado publicitario la solidez de su liderazgo de audiencia lineal y digital, alzándose con su modelo de contenidos y de gestión comercial por **decimosexto año consecutivo como el medio de referencia en la inversión publicitaria** en general y de las televisiones en particular, con un **43,4% de la cuota de mercado**, que se traduce en unos ingresos de 869M€, según las estimaciones de Infoadex.

La compañía **ha incrementado su cuota (+0,1 puntos) respecto a 2018** (43,3%) y ha experimentado una tendencia en línea con la del mercado de la televisión, a pesar de no haber contado con un gran evento deportivo como el Mundial de Fútbol de Rusia, ofrecido el año anterior.

Según estas estimaciones, Mediaset España ha obtenido **54 millones más (2,7 puntos porcentuales) que su principal competidor, Atresmedia**, que habría registrado una inversión publicitaria de 815M€, con los que alcanza el 40,7% de la cuota de mercado. Es la **mayor diferencia histórica entre ambas compañías tanto en cuota como en facturación en un año sin eventos**

deportivos desde que existen datos comparativos homogéneos entre grupos audiovisuales tras el nacimiento de Atresmedia en 2012.

En 2019, la televisión ha vuelto a superar la barrera de los 2.000M€ de inversión (2.002,8M€), de los que la televisión nacional en abierto ha registrado 1.802,7M€, el 90% del mercado.

El grupo audiovisual más visto por noveno año consecutivo

Mediaset España ha cerrado 2019 como el grupo audiovisual más visto por noveno año consecutivo tanto en sus soportes lineales como digitales. Telecinco se ha situado como la televisión comercial más vista por vigésimo año con una de las mayores ventajas históricas sobre su inmediato competidor y Mitele como la plataforma de contenidos de televisión líder en consumo digital.