

Madrid, 26 de julio de 2021

Sin rival en *target* comercial, Mediaset España lidera la inversión publicitaria del primer semestre en TV con el 43,2% de cuota de mercado

**Con un 31,1% en *target* comercial frente al 27,6% de Atresmedia, Mediaset España ha obtenido una estimación de ingresos de 377,7M€, superando de nuevo a Atresmedia por más de 21 millones de euros, según Infoadex.**

**Los soportes de televisión y digitales del grupo han registrado una facturación de 403,7M€ entre enero y junio, según datos internos calculados sobre las cifras publicadas por Infoadex, lo que supone un incremento del 25,3% respecto al mismo periodo en 2020 y una cuota de mercado del 30,7%.**

**Francisco Alum: *“Cerramos el semestre con un destacado resultado en los públicos más interesantes para los anunciantes en todos nuestros contenidos, a los que hemos sumado la Eurocopa de Fútbol, que ha supuesto el mejor escaparate para las campañas de nuestros clientes”.***

Sin rival en el mercado de la televisión gracias a su liderazgo y su posición única entre las televisiones en *target* comercial: según las estimaciones publicadas por Infoadex en su Estudio de la Inversión Publicitaria en España, Mediaset España **ha revalidado entre enero y junio su liderazgo en inversión publicitaria** tras registrar una facturación estimada de **377,7M€**, lo que supone **el 43,2% de la cuota de mercado**. Según Infoadex, Mediaset España **se ha impuesto una vez más a su principal competidor**, Atresmedia, que ha obtenido en el periodo una facturación por publicidad de 356M€, que representa el 40,7% de cuota de mercado.

En palabras del director general de Publiespaña, Francisco Alum, “***La recuperación del mercado publicitario ha sido evidente a partir de abril, se ha incrementado en mayo y hemos llegado a junio en una posición privilegiada. Cerramos el semestre con un destacado resultado en los públicos más interesantes para los anunciantes en todos nuestros contenidos, a los que hemos sumado la Eurocopa de Fútbol, que ha supuesto el mejor escaparate para las campañas de nuestros clientes. Toda nuestra oferta, orientada a los perfiles más cualitativos y con un rotundo liderazgo en el target comercial, junto al diseño de una política enfocada a la notoriedad y la eficacia publicitaria, nos ha permitido construir una estrategia basada en el precio como eje de nuestro crecimiento*”.**

Desde el comienzo del año y hasta el cierre del curso actual (20 de julio), **Mediaset España ha liderado de manera indiscutible el *target comercial*** con el **31,1% de cuota de pantalla**, lo que supone una ventaja de 3,5 puntos sobre su competidor inmediato, Atresmedia (27,6%). Por franjas horarias, el grupo **gana el *target* comercial** **en todas las franjas del día**, destacando el **29,9% de *share* obtenido en *prime time*** frente al 28,1% de Atresmedia y el **33,1% registrado en la tarde**, frente al 25,8% de su competidor.

Mención aparte merece **el *target* comercial de Telecinco**, en el que **crece hasta el 16,3% de *share*** y se distancia 4 puntos del 12,3% obtenido por Antena 3. La **supera en todas las franjas del día**, siendo especialmente notable los **7 puntos de ventaja que marca Telecinco en la tarde** (17,7% vs. 10,7%).

**Líder también en TV+Digital con fuerte incremento en los soportes digitales**

**Según datos internos calculados sobre las cifras publicadas por Infoadex,**  el conjunto de los **soportes de televisión y digitales de Mediaset España** habría registrado **entre enero y junio** de 2021 una facturación global por publicidad de **403,7M€, un 25,3% más que en el primer semestre de 2020**. Esta cifra supone el **30,7% del mercado audiovisual** español, **que aúna TV y Digital**, y que ha alcanzado en el periodo unos ingresos de **1.316,3M€ en su conjunto global de medios**. En estos datos destaca particularmente el **fuerte incremento del 82,7% que ha obtenido el grupo en sus soportes digitales hasta los 26M€,** muy por encima del incremento registrado en estos soportes en el conjunto del mercado (+35,8%).

**La inversión de TV crece casi un 23%**

La **facturación del sector** **de la televisión** en el primer semestre se ha situado en **873,7M€**, lo que supone un incremento del 22,9% respecto al mismo periodo de 2020 (710,8M€). La televisión nacional en abierto ha alcanzado los 780,4M€, un 22,1% más.

La **inversión en medios convencionales** en el primer semestre del año **ha experimentado un crecimiento del 18,4% hasta los** **2.484M€**, frente a los 2.099,1M€ percibidos entre enero y junio de 2020. Solo en junio, la inversión **habría crecido un 33,4%,** pasando de los 396,4M€ de 2020 a los 528,8M€ de 2021.