

Madrid, 11 de mayo de 2022

Mediaset España incrementa su facturación hasta 188M€ y obtiene un beneficio neto de 23,7M€ en el primer trimestre

El grupo ha encabezado la inversión publicitaria en televisión con una cuota de mercado del 41,7% en el periodo, según Infoadex, y ha mejorado sus ingresos brutos por publicidad hasta 175,1M y la partida ‘Otros ingresos’ hasta 20,8M€, respecto a enero-marzo de 2021.

Con unos costes totales de 153,7M€, Mediaset España ha obtenido un EBITDA de 34,3M€, con un margen sobre ingresos netos del 18,3%, y un EBIT de 29,9M€, que supone un margen sobre ingresos netos del 15,9%, y ha logrado una generación de caja de 80M€ en el primer trimestre.

Mediaset España ha concluido este periodo como el grupo audiovisual de referencia entre los públicos cualitativos más demandados por los anunciantes con un 29,5% en el *target* comercial y el medio de comunicación con mayor consumo digital con un acumulado de 1.307M de vídeos vistos.

Mediaset España ha cerrado el primer trimestre del año con un beneficio neto de 23,7M€, cifra que representa un margen sobre ingresos netos del 12,6%.

El grupo ha sido nuevamente en este periodo la **referencia en inversión publicitaria en televisión** con una cuota de mercado del 41,7%, según Infoadex, y **ha incrementado su facturación neta hasta los 188M€**, un 2,2% más respecto al primer trimestre de 2021. Un crecimiento sustentado en buena medida en la mejora del negocio publicitario de Mediaset España, con unos **ingresos brutos por publicidad de 175,1M€**, un 2,4% más que entre enero y marzo de 2021, de los que 168,6M€ -un 0,9% más- han correspondido a la comercialización de sus propios soportes y 6,5M€ -un 62,3% más- a la de medios ajenos. Los **ingresos netos por publicidad han sido de 167,2M€**, un 2,1% más interanual.

También ha crecido la partida ‘Otros ingresos’ hasta 20,8M€, un 3,2% más respecto al primer trimestre de 2021, que incluye los procedentes de la venta a terceros de la distribuidora Mediterráneo Mediaset España Group, los de la plataforma de suscripción Mitele PLUS y los de la actividad cinematográfica de Telecinco Cinema, que en este periodo ha acogido el estreno en salas de ‘MalnaZidos’.

Los **costes totales** de Mediaset España en el primer trimestre han sido de **153,7M€**, en línea con la guía de costes de los últimos años.

Como resultado, Mediaset España ha registrado entre enero y marzo un **EBITDA de 34,3M€**, que supone un margen sobre ingresos netos del 18,3%, y un **EBIT de 29,9M€**, que supone un margen sobre ingresos netos del 15,9%.

Por último, el grupo ha logrado una **generación de caja de 80M€** en el primer trimestre.

Mediaset España y Telecinco, grandes referencias de los públicos jóvenes y cualitativos

Mediaset España ha cerrado el primer trimestre del año como el **grupo audiovisual líder entre el público cualitativo de mayor demanda por parte de los anunciantes** con una media del **29,5% en el target comercial**. Con un 26,4% en total individuos, ha sido la referencia absoluta entre los espectadores más jóvenes, con una media del 30,3% entre los públicos centrales de 13 a 54 años. **Telecinco** también ha sido la cadena más vista por el público cualitativo, con un **14,1% en el target comercial**, y por los segmentos más jóvenes, con un 13,5% entre los espectadores de 13 a 54 años.

En el ámbito digital, el grupo ha concluido como el **medio de comunicación con mayor consumo de vídeo** en el trimestre con un acumulado de **1.307M de reproducciones**, con **Mitele**, con 760M de vídeos vistos, y **Telecinco.es**, con 321M de visualizaciones, como la **plataforma y el canal de televisión más consumidos**, respectivamente.

Fuentes: Datos TV: Kantar Media. Datos Digital: elaboración propia a partir de los datos de MMX Multiplataforma (enero-marzo 22) y VMX Multiplataforma de comScore. (enero-marzo 22).