

Madrid, 17 de diciembre de 2012

El próximo 2 de enero de 2013

MEDIASET ESPAÑA AMPLÍA SU FAMILIA DE CANALES CON EL NACIMIENTO DE NUEVE, UNA NUEVA TELEVISIÓN DIRIGIDA AL GRAN PÚBLICO FEMENINO

- Una ventana en directo a *realities*, telenovelas, *talent shows*, programas de actualidad, miniseries y espacios divulgativos
- Con el nacimiento de Nueve, Publiespaña abre al mercado un nuevo soporte comercial segmentado por género hacia uno de los perfiles de mayor consumo televisivo y que se sumará a la pauta publicitaria de Factoría de Ficción y LaSiete
- Mediaset España pondrá en marcha la próxima semana una campaña de autopromociones para dar a conocer el canal a los espectadores, animándoles a su sintonización
- La nueva cadena complementa la oferta de televisión femenina actualmente encabezada por Divinity y cierra la familia de canales de Mediaset España junto a Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Energy, Boing y LaSiete



El próximo 2 de enero Mediaset España aumentará su familia de canales con el lanzamiento de Nueve, una nueva **oferta televisiva dirigida al gran público femenino** a través de una parrilla de programación donde convivirán géneros diversos como **miniseries, telenovelas, series de ficción, programas de actualidad, *talent shows*, espacios divulgativos** y, a partir de febrero, una **ventana 12 horas abierta a la vida en directo dentro de la casa de la 14ª edición de “Gran Hermano”**.

Con el nacimiento de Nueve, cuya **imagen corporativa ha adoptado el color azul y comparte elementos comunes al resto de canales** -como la tipografía, las formas redondeadas y la bola azul oscuro- Mediaset España refuerza su estrategia multicanal abriendo una nueva oferta dirigida específicamente a uno de los segmentos de público que mayor consumo de televisión registra de forma histórica, un perfil ampliamente demandado por los anunciantes.

Nueve nace comercialmente **agrupado en la pauta publicitaria que comparten en la actualidad Factoría de Ficción y LaSiete**, complementando

sus perfiles para hacer de la cadena comercial “NSF” un producto capaz de llegar a un amplio abanico de espectadores.

Previo a su lanzamiento, Mediaset España pondrá en marcha la próxima semana una **campaña de autopromociones para dar a conocer el canal a los espectadores, animándoles a sintonizarlo en el dial de sus televisores.**

Mediaset España concluye el diseño de su estrategia multicanal

Mediaset España cierra con **Nueve** el diseño definitivo de la estrategia multicanal emprendida hace dos años con la adquisición de **Cuatro** y definida a lo largo de 2011 y 2012 con los lanzamientos de **Boing**, **Divinity** y **Energy**.



En este tiempo, **la compañía ha alcanzado la experiencia necesaria que le permite competir y liderar el mercado audiovisual mediante el desarrollo de una estrategia de programación conjunta** con la que ha posicionado cada cadena con un perfil y un *target* definido y a la vez complementarlos entre sí: **Telecinco** como cadena líder entre el público generalista; **Cuatro**, destinada a espectadores jóvenes y urbanos; **LaSiete**, una segunda oportunidad a los contenidos de las anteriores; **Factoría de Ficción**, el canal temático más visto de la televisión en abierto con su oferta de series y cine; **Divinity**, referente para mujeres jóvenes y urbanas; **Energy**, con una programación dedicada a hombres de 25 a 44 años y **Boing** como oferta líder de las televisiones comerciales entre niños y niñas de 4 a 12 años y sus familias.

Para lograr que todas las televisiones aporten a la suma del conjunto de canales, el área de Contenidos de Mediaset España lleva a cabo **una exhaustiva labor de programación que le permite ofrecer una oferta de televisión de muy variado género, temática y target**, un esfuerzo cuyos resultados convierten en 2012 a la compañía un año más en **líder de audiencia del mercado de la televisión en nuestro país con una media acumulada del 28,2% de share.**

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

