

Madrid, 18 de febrero de 2016

Mediaset España, líder de consumo *online* de vídeos de televisión en enero

Mitele lanza ‘Momentazos’, una selección diaria de clips con los contenidos más destacados de Mediaset España

- Mediaset ha consolidado en enero su liderazgo digital en vídeos vistos entre televisiones, con 89 millones de vídeos frente a los 65 millones de su inmediato competidor, con el mayor tiempo de permanencia en cuanto a minutos entre los operadores de televisión (datos Videometrix)
- Más del 50% de los usuarios únicos de Mitele.es son jóvenes de 15 a 34 años, el público más activo en el consumo de contenidos *online* y el más apreciado por los anunciantes
- Ana Bueno, directora de Contenidos Multimedia de Mediaset España: *“Trabajamos en ampliar ofertas de contenidos que se adapten a los gustos y los hábitos de los jóvenes. Acabamos de incorporar clips de vídeos cortos y preparamos nuevas secciones que ampliarán nuestro menú con el objetivo de acercarnos a sus preferencias. Queremos acompañar a la gente y entretenerla a través de todos los dispositivos y con una oferta de entretenimiento gratuita y exclusiva. Convivimos con el mismo objetivo en todas las nuevas pantallas, que complementan a la televisión convencional”*
- Con 11,4 millones de descargas acumuladas de sus *apps* para dispositivos móviles, Mediaset España apuesta por la interactividad en sus programas con muy buenos resultados: una sola gala de ‘Gran Hermano 16’ ha llegado a congregarse a más de 230.000 usuarios interactuando con la *app*, un hecho que evidencia que el consumo *on* y *off line* están cada vez más conectado, aportando gran valor a las campañas publicitarias de los clientes que apuestan por fórmulas complementarias
- Además, la compañía es líder de impacto social todos los meses del año, lo que ha redundado en la notoriedad y el reconomicimiento de sus contenidos entre los usuarios de redes sociales, donde Mediaset España gestiona 550 cuentas oficiales con casi 32 millones de seguidores

En enero de 2016, Mediaset España ha ratificado su liderazgo en vídeos vistos entre televisiones. Pese a que actualmente Videometrix sólo mide el consumo de vídeos en PC -cuando la tendencia muestra un traslado mayoritario y creciente hacia los dispositivos móviles- **los usuarios han consumido 89 millones de vídeos de Mediaset España frente a los 65 millones de su inmediato competidor**, con un total de 558 millones de minutos globales de visualización de vídeos (frente a los 263 millones de su inmediato competidor) y una media de 258 minutos por usuario, más del doble que Atresmedia (111 minutos).

Con el afán de mantener esta privilegiada posición como referente en entretenimiento entre los usuarios de vídeos de televisión, Mitele **ha incorporado a su oferta ‘Momentazos’**, una sección diaria de vídeos cortos con lo más destacado del día en su grupo de canales disponibles en todas las pantallas: web (<http://www.mitele.es/programas-tv/momentazos/>), *apps* y Smart TVs.

La oferta de vídeos de Mediaset España se sitúa en cuarta posición en cuanto a minutos globales de visualización, sólo superado por Google, Facebook y VEVO; y por detrás de Google en minutos por espectador (según Comscore), todo ello con los **atributos diferenciadores** que de forma inherente colocan a Mediaset España a la cabeza sobre el resto: **la calidad, la profesionalidad y la fidelidad del contenido**, que convierten a la compañía en líder de entretenimiento también en Internet.

Los jóvenes, motor del consumo de vídeos en la red, eligen la oferta de Mitele para su entretenimiento televisivo online

Más del 50% de los usuarios de Mitele son jóvenes de entre 15 y 34 años (según datos de la multiplataforma de Comscore a diciembre de 2015), el segmento más activo en el consumo de contenidos en Internet con un dato en diciembre de 2015 de más de 30 minutos al día en España.

Ana Bueno, directora de Contenidos Multimedia de Mediaset España, ha incidido en la última edición del Seminario de la Televisión de AEDEMO en la convergencia de los contenidos televisivos en dispositivos móviles con los hábitos de consumo de los jóvenes: ***“Más de la mitad de la audiencia de Mitele.es son jóvenes y millenials, de 15 a 34 años. Por ello trabajamos en ampliar ofertas de contenidos que se adapten a sus gustos y sus hábitos. Acabamos de incorporar clips de vídeos cortos, los ‘Momentazos’, y preparamos nuevas secciones que ampliarán nuestro menú con el objetivo de acercarnos a sus preferencias. Queremos acompañar a la gente y entretenerla a través de todos los dispositivos y con una oferta de entretenimiento gratuita y exclusiva. Convivimos con el mismo objetivo en todas las nuevas pantallas, que complementan a la televisión convencional”***, afirma la directiva.

Mediaset España, líder en interactividad con su audiencia

A través de sus aplicaciones, **los espectadores de los programas de Mediaset España pueden participar activamente en acciones vinculantes de los programas**. Por ejemplo, en ‘Gran Hermano’ el público puede ver la gala con la *app* en sus manos a la vez que participa en su programa favorito y accede a contenido extra. De esta forma, Mediaset ofrece el soporte ideal para los anunciantes que quieran estar simultáneamente en la primera y segunda pantalla.

Con 11,4 millones de descargas acumuladas de sus aplicaciones para dispositivos móviles, Mediaset España goza de un gran índice de interactividad con sus espectadores/usuarios, llegando a contabilizar un millón de respuestas a las preguntas planteadas durante una sola gala y más de 230.000 usuarios interactuando en la *app* de ‘Gran Hermano 16’ en una sola noche, según datos de Applicaster. Sólo durante el pasado mes de enero, la *app* del *reality* ha contabilizado más de 630.000 usuarios con 9,5 millones de aperturas (número de veces que se accede a la aplicación), según Omniture. Actualmente, entre las más descargadas destacan la *app* de Mitele (4,6 millones), ‘La Voz’ (1,7 millones), ‘Gran Hermano’ (2,8 millones), Mediaset Sport (0,5 millones) y ‘Moto GP’ (0,4 millones).



La interactividad ofrece, además, beneficios valiosos y tangibles para los anunciantes. **“El valor de la audiencia digital está cada vez más en la gran cantidad de datos e información que tenemos sobre los usuarios y sobre sus gustos, sus formas de navegar, sus hábitos... Esta creciente información sobre ellos nos permite ofrecer al anunciante audiencias muy segmentadas, audiencias a la carta”**, explica la directora de Contenidos Multimedia de Mediaset España.

La compañía gestiona 550 cuentas oficiales genéricas y corporativas en Facebook, Twitter, Google+, Instagram y Pinterest, con casi 32 millones de seguidores entre todas, y lidera el impacto social.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



 @mediasetcom

 /mediasetesp

www.mediaset.es/mediasetcom