

Madrid, 9 de febrero de 2017

Una iniciativa de Publiespaña lanzada por San Valentín

## ‘First Dates’ lleva a las casas el menú del amor a través del acuerdo entre Mediaset España y Deliveroo

- Los seguidores del exitoso formato de Cuatro y los clientes de la empresa de reparto de comida a domicilio residentes en Madrid, Barcelona y Valencia podrán degustar en sus casas del 13 al 19 de febrero los platos de un menú especial del programa con motivo del Día de los Enamorados
- ‘First Dates’ está dando a conocer estos días a sus espectadores el funcionamiento de Deliveroo a través de una campaña de telepromociones, que culminará la próxima semana con acciones integradas de *product placement*
- ‘First Dates’ se ha convertido en el programa revelación de la temporada en Cuatro tras experimentar una trayectoria ascendente desde su estreno que le ha llevado a batir un nuevo récord de espectadores en enero (1.616.000) y a liderar su franja de emisión con un 8,5% de *share* respecto de su inmediato competidor (8,1%)
- Deliveroo es una compañía digital que opera como plataforma de encuentro entre restaurantes, clientes que demandan comida de calidad y una red de ‘riders’ que la entrega a domicilio. En España opera desde 2015 y mantiene acuerdos y asesora a más de 1.000 restaurantes. En el mundo, la compañía está presente en 100 ciudades de 12 países

Disfrutar de una **romántica velada** en pareja degustando algunas de las succulentas propuestas gastronómicas que integran el **menú especial del restaurante más famoso de la televisión será posible la próxima semana**. Coincidiendo con la celebración de **San Valentín**, Mediaset España ha puesto en marcha una **iniciativa especial publicitaria con Deliveroo**, el servicio integral de reparto de comida a domicilio, para **trasladar la cocina de ‘First Dates’ a las casas de los espectadores**.

Los seguidores del programa que conduce Carlos Sobera de lunes a sábado en el *access prime time* de Cuatro podrán **degustar los platos que integran un menú especial** a través de la *web* o la *app* de Deliveroo gracias a un servicio que estará disponible **entre el 13 y el 19 de febrero** para los clientes **residentes en Madrid, Barcelona y Valencia**.

La **iniciativa especial diseñada por Publiespaña** cuenta con dos fases: la primera, compuesta por una serie de telepromociones para **dar a conocer a los**

**espectadores cómo trabaja Deliveroo y la segunda, con diferentes acciones de product placement** en las que se mostrará cómo el restaurante de 'First Dates' se incorpora de manera temporal a los establecimientos de restauración con los que Deliveroo colabora, poniendo así su **oferta gastronómica a disposición de los usuarios que hagan uso del servicio de reparto a domicilio la próxima semana**. Los usuarios podrán encontrar tanto en la versión web como en la app de Deliveroo el detalle de los platos, incluidos en la carta real sobre la que eligen los comensales que participan en el programa.

Deliveroo está reforzando desde el pasado lunes esta acción en redes sociales con el lanzamiento de un **concurso en Facebook** que permite optar a sus usuarios a una serie de **premios por valor de 30€**, que podrán invertir en este **menú especial 'First Dates'**. Todos aquellos que deseen participar tendrán que responder de la manera más original posible a la pregunta '¿Qué harías en 60 segundos para conquistar a la persona que te gusta?', con la opción de compartir sus fotos con el *hashtag* #DeliverooXFirstDates. Esta iniciativa, que pondrá en juego estos **premios en Madrid, Barcelona y Valencia**, concluirá el propio día de San Valentín con la comunicación de los ganadores.

#### 'First Dates', programa revelación de la temporada en Cuatro, sigue batiendo récords

Tras su estreno el pasado mes de abril, 'First Dates' se ha convertido en el **programa revelación de la temporada en Cuatro** tras experimentar una trayectoria permanentemente ascendente en términos de audiencia hasta alcanzar el pasado mes de enero un **8,5% de share medio acumulado y 1.616.000 espectadores**, su **nuevo récord histórico** de seguimiento. El formato, que ha revolucionado el concepto del *dating show* con una oferta diaria donde dos desconocidos viven una auténtica cita a ciegas sin importar su edad, condición sexual, procedencia o religión, **ha logrado batir el pasado mes en su franja a la oferta de La Sexta (8,1%)**, a la que ha superado también en el *target* comercial (10,7% vs 8,8%).

Destaca el seguimiento del programa entre **jóvenes de 13 a 24 años (9,9% vs. 5,1% de La Sexta)**, **espectadores de 25 a 34 años (11,6% vs 6,3%)** y de **35 a 54 años (11,2% vs 8,4%)**.

Deliveroo, empresa líder de reparto de comida de calidad a domicilio, es una compañía digital que opera como plataforma de encuentro entre restaurantes, clientes que demandan comida de calidad y una red de 'riders' que la entrega a domicilio. En España ofrece a sus usuarios la mejor experiencia de comida a domicilio desde 2015 en Madrid, Barcelona y Valencia y mantiene acuerdos y asesora a más de 1.000 restaurantes. Fundada en Londres en 2013, está presente en 100 ciudades de 12 países de Europa, Asia y Australia. Deliveroo dispone para sus usuarios de una aplicación para móviles con funcionalidades como el seguimiento en tiempo real del pedido, basado en la geolocalización, así como diferentes opciones de búsqueda. Más información y descarga de la aplicación para iOS y Android en: [www.deliveroo.es](http://www.deliveroo.es).

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASETespaña.**



@mediasetcom

/mediasetesp

@mediasetcom

[www.mediaset.es/mediasetcom](http://www.mediaset.es/mediasetcom)