

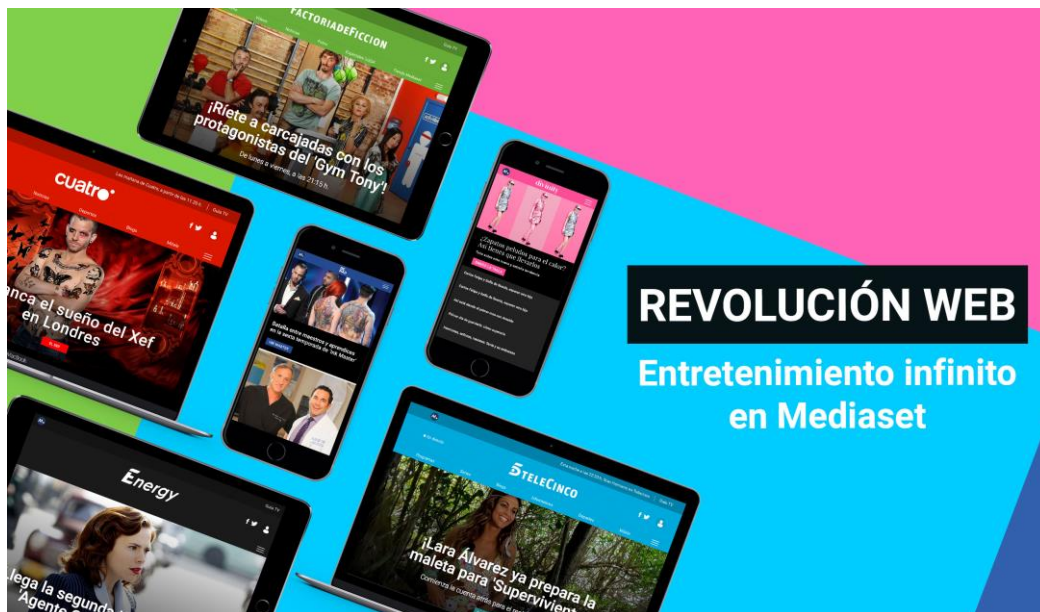
Madrid, 29 de marzo de 2017

LÍDER DEL SECTOR EN FIDELIDAD,
PERMANENCIA Y CONSUMO DE VÍDEO

Mediaset España renueva el diseño de sus webs y lanza la política comercial digital con los mejores índices de visibilidad del mercado

- 8 de cada 10 *spots* se visualizan en su totalidad y casi 9 de cada 10, al menos en un 75% de su duración total, según un estudio de elaboración propia con datos de ComScore y Videometrix
- El nuevo diseño de las webs de Telecinco, Cuatro, Divinity, Factoría de Ficción, Energy y BeMad supone una sustancial mejora en la navegación, una mayor accesibilidad a sus principales *sites* desde cualquier dispositivo con una nueva 'guía TV' para el acceso inmediato a los directos y alertas de programación integradas, y ofrece a las marcas una mayor variedad de opciones y formatos publicitarios
- Con un diseño *responsive*, las nuevas webs de Mediaset España garantizan máxima visibilidad de la publicidad con la integración de los *sticky ads*, formato que permite bascular el anuncio a la par que el contenido y por tanto ofrece un mayor tiempo de exposición y visibilidad respetando la experiencia de usuario
- Mediaset España es desde septiembre el medio audiovisual pionero en bloquear a los usuarios que usan *adblockers* con el objetivo de garantizar el contenido gratuito de calidad profesional, la rentabilidad de la inversión de los anunciantes y el despegue definitivo de un modelo digital sostenible
- Las webs de Mediaset España han logrado en febrero el segundo mejor dato mensual de su historia con más de 12,2 millones de usuarios únicos, logrando un crecimiento del 12% respecto al mismo mes del año anterior. Es el grupo audiovisual líder en fidelidad y permanencia con un promedio de 107 minutos por usuario único, y de consumo con 174 millones de vídeos vistos.
- Telecinco.es es el *site* de televisión con más usuarios únicos (8,6 millones en febrero, su mejor dato mensual desde octubre de 2015)

Garantizar la **máxima visibilidad** a las marcas y **mejorar sustancialmente la experiencia de navegación** al usuario desde cualquier dispositivo. Con este doble objetivo, **Mediaset España estrena hoy el rediseño de los principales sites que integran su oferta online**, puesta de largo que se ha visto acompañada por el lanzamiento de una **nueva política comercial digital diseñada por Publiespaña**, que proporcionará a sus clientes la oferta publicitaria más completa y de calidad del mercado con **acceso a un mayor abanico de opciones y formatos**.



Los sites de Mediaset España ofrecen a las marcas unos **niveles de visibilidad inéditos en el mercado digital**: 8 de cada 10 spots integrados en sus contenidos *online* son visualizados en su totalidad (el 81%) y casi 9 de cada 10 (88%) lo son en un 75% de su duración, según un estudio de elaboración propia con datos de ComScore y Videometrix. Una estrategia basada en una **oferta de contenidos de alto interés y elevado poder de atracción sobre el usuario**. En el caso de Mediaset España, en este sentido a menudo entra en juego un elevado **poder emocional**, convirtiendo a su público en **fan y fiel seguidor que busca de forma proactiva la información y el contenido**, lo que permite una mayor **aceptación y receptividad de la publicidad**.

El lanzamiento de esta nueva oferta comercial supone un paso más que se une a la pionera decisión adoptada por Mediaset España en septiembre de **asegurar al anunciante la eficacia del visionado de su publicidad mediante la obligatoriedad de desinstalar cualquier sistema *adblocker*** como condición para navegar por sus sites, en aras de **garantizar el contenido gratuito de calidad profesional, la rentabilidad de la inversión** de los anunciantes y el **despegue definitivo de un modelo digital sostenible**.

Con un **diseño *responsive***, que permite una **navegación mucho más accesible desde todos los dispositivos** por los sites de Telecinco, Cuatro, Divinity, Factoría de Ficción, Energy y BeMad, la nueva oferta *online* de Mediaset España, **líder audiovisual en consumo, fidelidad y permanencia**, otorga los **mejores índices de visibilidad publicitaria del mercado digital** gracias, por un lado, a su propuesta de contenidos de calidad altamente demandados por los usuarios y, por otro, por los nuevos formatos de integración publicitaria, como los ***sticky ads***, que incrementan el tiempo de visionado y exposición, respetando y cuidando la experiencia del espectador.

[Una navegación más accesible, rápida y segura](#)

Con el estreno de su **nuevo diseño**, los sites de **Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Energy, Divinity y Bemad** ofrecen una experiencia de navegación homogénea

en todos los dispositivos, algo especialmente reseñable dado que **tres de cuatro usuarios acceden al contenido online a través de móvil o tablet**. Con una cabecera común que permite **acceder directamente a todo el universo online de Mediaset España desde cualquier site o contenido del grupo**, las webs incorporan novedades técnicas de última generación que proporcionan un **acceso a los contenidos óptimo, progresivo y casi infinito** en un **entorno más seguro**.

Las webs de Mediaset España se adaptan así a las **nuevas formas de consumo digital** incorporando un **nuevo menú desplegable** y la opción de **'infinite scroll'**, que potencia la **navegación vertical**, especialmente diseñada para dispositivos móviles. Además, integra una **nueva 'guía TV'** que permitirá el acceso a toda la programación de los diferentes canales de la compañía y de forma inmediata a las **emisiones online en directo**. También incorpora un **sistema de alertas de programación integradas** que permitirá a los usuarios el acceso directo a las noticias sobre televisión.

[Mediaset España, líder en consumo de vídeos y minutos de permanencia, con Telecinco.es como el site de televisión con más usuarios únicos](#)

El rediseño de los sites que integran la oferta *online* de Mediaset España llega precedido por el **récord** alcanzado por el conjunto de sus webs en el mes de febrero: con **más de 12,2 millones de usuarios únicos**, ha logrado el segundo mejor dato mensual de su historia y el **mejor registro desde marzo de 2015** tras experimentar un **crecimiento del 12%** respecto al mismo mes del año anterior, según datos de Comscore.

Mediaset España se ha situado además como el **medio audiovisual líder en fidelidad y permanencia**, con un promedio en febrero de 107 minutos por usuario único, duplicando ampliamente la cifra de su principal competidor, Atresmedia (39 minutos/usuario), y el segundo más consumido en minutos totales con un total de 1.303.000 minutos consumidos al mes.

Además, **Telecinco.es**, con **8,6 millones de usuarios únicos en febrero**, ha logrado el **mejor dato mensual desde octubre de 2015**, superando por 1,4 millones a Antena3.com (7,2 millones). Por su parte, **Mitele.es** (con 2,9 millones de usuarios) se ha situado por delante de Atresplayer.com (2,2 millones).

Mediaset España también es el **grupo audiovisual líder en consumo** tras lograr en febrero un total de **174 millones de vídeos vistos** frente a los 157 millones registrados por Atresmedia y los 48 millones de RTVE. En este sentido, **Telecinco.es** ha logrado 99 millones de vídeos visionados (frente a los 38 de Atresmedia) y **Mitele**, 36 millones frente a los 29 de Atresplayer. También es el medio audiovisual con mayor fidelidad con una media de 6 visitas por usuario, frente a las 4 de Atresmedia y las 3 de RTVE. Telecinco.es es la televisión *online* más visitada en febrero con 5 visitas por usuario, frente a las 3 de Antena3.com.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



@mediasetcom

/mediasetesp

@mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom