





## La primera aplicación que permite interactuar en tiempo real con el contenido televisivo y publicitario de Mediaset España

Porque Mediaset España y Publiespaña, a través de su filial IT, están dispuestas a seguir innovando en pos de la eficacia y la notoriedad de las campañas de sus clientes y del servicio a sus espectadores, inauguran hoy una nueva línea de negocio ofreciendo una experiencia televisiva inédita a sus usuarios y un producto con un amplio abanico de posibilidades comerciales, situándose a la vanguardia del *t-commerce* (venta a través de la televisión), un sector en evidente expansión.

*Porque la televisión ha sabido adaptarse a Internet y aprovechar los desafíos tecnológicos manteniendo su histórica fortaleza con 30 millones de personas conectadas a ella cada día y un consumo de 4 horas diarias por individuo.*

*Porque España es líder europeo en los índices de penetración de smartphones entre la población: el 85% de los españoles tiene uno.*

Porque existe un público objetivo en constante crecimiento que usa las segundas pantallas mientras consume televisión: el 62% de los españoles con smartphone los utiliza mientras la ve.

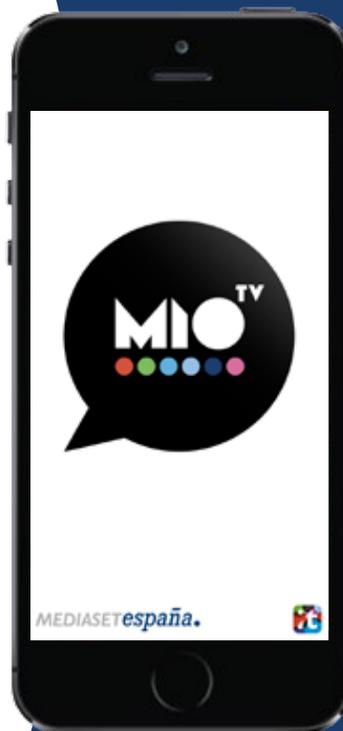
Porque las redes sociales continúan consolidando su vínculo con la televisión: ocho de cada diez cuentas de Twitter han comentado o mencionado en alguna ocasión un contenido televisivo.

Porque Mediaset España es líder en impacto social con 53 millones de menciones en 2013, el 55% de los comentarios relacionados con la televisión.

Porque el e-commerce continúa en expansión y alcanzó el pasado año la cifra de 11 millones de personas que llevaron a cabo algún tipo de compra por Internet.

Porque precisamente ahora el mercado está tecnológicamente preparado y ofrece todos los soportes para implementar este tipo de iniciativas. ●

NACE MÍO<sup>TV</sup>



85%

de los españoles tiene un smartphone



62%

de los españoles usa su smartphone mientras ve la TV



78%

de las cuentas de Twitter han comentado un programa de TV

51%

también lo hicieron sobre marcas

¿Qué es MIO<sup>TV</sup>?

¿Para qué sirve?

¿Cómo funciona?



## ¿Qué es MÍO<sup>TV</sup> ?

MÍO<sup>TV</sup> es una innovadora aplicación desarrollada por Mediaset España y la filial de Publiespaña IT (Integración Transmedia) para el entorno *mobile* capaz de captar audio y video de forma simultánea para ofrecer al usuario de

*smartphones* la posibilidad de interactuar en tiempo real con el contenido y los espacios publicitarios de todos los soportes de Mediaset España: televisión, *online* y el circuito *iWall*.

## ¿Para qué sirve ?

Esta aplicación desarrollada en colaboración con TAPTAP Networks y disponible gratis desde hoy en Google Play y próximamente en Apple Store (versión para *smartphones*; próximamente versión para *tablets*), ofrece al usuario una nueva experiencia televisiva con solo "taguear" -accionar la aplicación- durante la emisión de gran parte de la oferta de ficción y programas de entretenimiento de

los canales y webs de Mediaset España o durante la emisión de los *spots* publicitarios interactivos. De este modo, podrán acceder a información adicional, ofertas y posibilidades de compra exclusivas, concursos, votaciones y sorteos, entre otras múltiples propuestas vinculadas tanto a los espacios de televisión e Internet como a las marcas comerciales que decidan asociarse a MÍO<sup>TV</sup>.

## ¿Cómo funciona ?

Una vez descargada la aplicación, los usuarios solo tienen que accionar en sus *smartphones* el pulsador MÍO<sup>TV</sup> durante la emisión ante el televisor, la web o las pantallas *iWall*. En el caso de "taguear" sobre un *spot* identificado con la marca MÍO<sup>TV</sup>, la *app* reconocerá el audio y el vídeo generando una *landing page* dotada de un contenido específico o

propuesta comercial concreta para el espectador. Si la emisión en ese momento es un contenido de Mediaset España, MÍO<sup>TV</sup> activará tras el "tagueo" un *site* especial para determinados espacios o, en su defecto, redirigirá al usuario a *microsites* genéricos de Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción y Divinity. ●

# El Mundial, protagonista del primero de los 10 *sites* específicamente creados para MÍO<sup>TV</sup>



Coincidiendo con su lanzamiento, **MÍO<sup>TV</sup>** ha desarrollado inicialmente para sus usuarios 10 *sites* específicos con contenidos exclusivos vinculados al gran evento deportivo del año y a algunos de los espacios de mayor éxito de Telecinco y Cuatro y con mayor grado de sinergia en redes sociales: el Mundial de Fútbol Brasil 2014, "Mujeres y Hombres y Viceversa", "Pasapalabra", "El programa de Ana Rosa", "Sálvame Diario", "Hay una cosa que te quiero decir", "Deportes Cuatro", "Cuarto Milenio", "Las mañanas de Cuatro" y "Ciega a citas". Además, cada vez que los usuarios "tagueen" con otros contenidos accederán a *microsites* genéricos de Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción y Divinity.

Ante su inminente arranque el próximo 12 de junio, el Campeonato del Mundo de Fútbol será uno de los protagonistas de **MÍO<sup>TV</sup>** y contará con un *site* propio al que podrán acceder los usuarios que "tagueen" durante los partidos que emitirá Mediaset España. En él, será posible acceder a un juego interactivo en tiempo real, al calendario, los resultados y las clasificaciones, a la *app* del Mundial de Mediaset Sport, los goles y la opción "multicámara" para seguir los partidos. ●





10 sites específicos  
con contenidos  
exclusivos

.....

.....

# ¿Qué ofrece al espectador?



MÍO<sup>TV</sup> ofrece una nueva forma de ver la televisión, dando la posibilidad de:



-  Acceder a contenidos extra sobre sus programas, retransmisiones, presentadores, actores, personajes y marcas favoritas.
-  Participar en los contenidos.
-  Disfrutar de promociones exclusivas.
-  Interaccionar a través de las principales redes sociales, integradas en la *app*.
-  Recibir recomendaciones de contenidos en función de las preferencias detectadas.
-  Participar en retos específicamente creados para MÍO<sup>TV</sup>. El primero de ellos será un juego interactivo del Mundial que estará en marcha durante el transcurso del Campeonato del Mundo de Fútbol Brasil 2014.
-  Acumular puntos en el programa de fidelización: el uso continuado de MÍO<sup>TV</sup> proporcionará una serie de puntos para acceder a premios, además de situarle en un ranking global de usuarios.

El espectador  
pasa de  
ver la tele a  
experimentarla

.....



.....

# La oferta más completa de comunicación para los anunciantes



A través de **MIO<sup>TV</sup>** Publiespaña propone a sus clientes una política comercial específica que contempla campañas convencionales interactivas; proyectos multimedia como el patrocinio y *product placement* interactivos; y la inserción de publicidad *mobile* en la propia *app*. Esta oferta permite al anunciante aumentar su nivel de *engagement* con su público objetivo, incrementar y segmentar la atención, cuantificar de forma inmediata y en tiempo real las preferencias de los consumidores y adaptar su comunicación en función de las mismas, y ofrecer *e-commerce*. ●



# MÍO<sup>TV</sup> al detalle

## TUTORIAL

MÍO<sup>TV</sup> incorpora un sencillo tutorial que se activa al abrir la aplicación (es posible desactivarlo para evitar su apertura en sucesivas ocasiones) y que explica su funcionamiento en cinco breves pasos.

## MI HOME

La página principal muestra una selección de programas destacados y los espacios con mayor interacción por parte del usuario. Además, incluye el botón principal de MÍO<sup>TV</sup>, que permite al usuario "taguear" e interactuar con los contenidos.





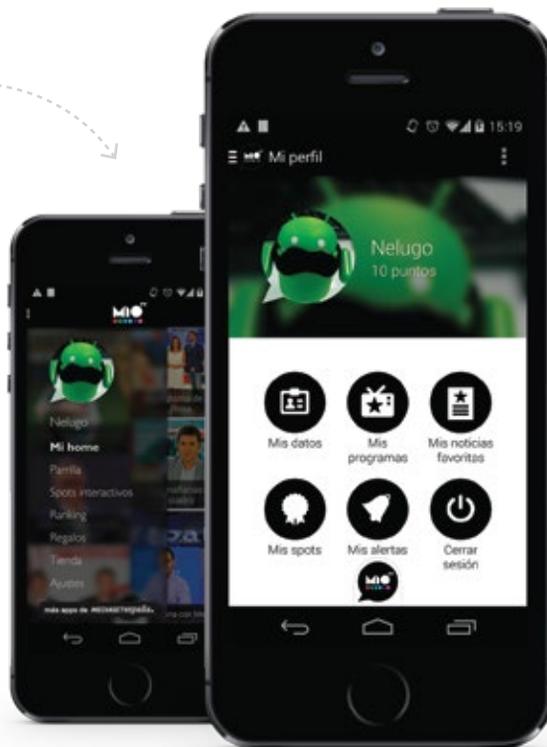
## PROGRAMAS

Cuando el usuario seleccione uno de los programas ilustrados en Mi Home accederá a imágenes, vídeos y noticias.

A través de un botón desplegable, será posible acceder a nuevas funciones sobre estos programas como "Añadir a favoritos", "Acceder a contenido extra", "Participar en votos", "Descargar la aplicación oficial", entre otros.

## MENU

Situado en la esquina superior izquierda permite el desplazamiento lateral de la Home para acceder a todas las opciones de la app: Mi perfil, Mi home, Mis noticias, Parrilla, Spots interactivos, Regalos, Tienda y Ajustes.



## MIS ALERTAS

Ofrece la opción de recibir como notificaciones *push* mensajes relacionados con los programas favoritos de los usuarios. Además les permitirán agendar eventos en su calendario.

## MI PERFIL

Permite al usuario acceder a "Mis datos", "Programas favoritos", "Alertas", "Mis spots", "Regalos" y "Mis noticias favoritas".

# MÍO<sup>TV</sup> al detalle

## RANKING DE USUARIOS

Permite visualizar en tiempo real la clasificación de todos los usuarios en función de los puntos recibidos en base al número de usos de la aplicación.



## CATÁLOGO DE PREMIOS

Selección de obsequios a los que el usuario puede acceder con los puntos que irá obteniendo usando MÍO<sup>TV</sup>.





## JUEGOS INTERACTIVOS

La *app* irá incorporando una serie de juegos y retos interactivos en tiempo real que permitirán acumular puntos.

## ACCESO A MITIENDAMEDIASSET

Incluye acceso directo a Mi tienda Mediaset, la tienda *online* de productos de la compañía, para facilitar la compra al usuario.

## REDES SOCIALES

La *app* integra Facebook y Twitter, lo que permite viralizar e interactuar con el contenido en tiempo real.



# la app inteligente

La tecnología de reconocimiento ACR Technology permite a **MÍO**<sup>TV</sup> conocer el consumo que los espectadores realizan de la televisión, sincronizando la aplicación móvil con el momento exacto de la emisión, con el contenido específico en web o con una de las propuestas de *iWall*.

A la vez que el usuario va incrementando su uso, **MÍO**<sup>TV</sup> es capaz de recomendarle contenidos basados en las preferencias detectadas. ●



# Los presentadores de Mediaset España invitan a usar MÍO<sup>TV</sup>

Rostros reconocibles de Telecinco y Cuatro como Jesús Vázquez, Jorge Javier Vázquez y Luján Argüelles protagonizarán el primero de los *spots* que integran la campaña que emitirán los canales de Mediaset España para dar a conocer a los espectadores MÍO<sup>TV</sup>. Raquel Sánchez Silva, Emma García, Ana Rosa Quintana, Manu Carreño y Manolo Lama participarán próximamente en nuevas piezas. ●



# La Televisión, cada vez más en contacto con otras pantallas



La televisión se ha convertido en uno de los dispositivos que con más frecuencia se utiliza de forma simultánea con otras pantallas, tal y como demuestra el estudio Televidente 2.0 The Cocktail Analysis Research 2013, que sitúa a España como líder en Europa en los índices de penetración entre la población de los dispositivos móviles inteligentes: un 85% de los españoles tiene un *smartphone* y el 62% utiliza dispositivos móviles mientras ve la televisión.

Además, casi ocho de cada diez cuentas de Twitter han comentado o mencionado en alguna ocasión un programa de televisión. De ellas, una de cada dos también incluyeron

comentarios sobre marcas, según cifras de Comscore / Tuitele 2013.

En el ámbito comercial, destaca el uso cada vez más mayoritario del comercio en el entorno web: 11 millones de personas realizaron algún tipo de compra a través de Internet en 2013, según datos del INE. Además, las transacciones que se producen diariamente están basadas en algún tipo de pantalla: televisión, PC/laptop, smartphone o tablet.

Las marcas que decidan apostar por **MÍO<sup>TV</sup>** podrán aprovechar el sólido liderazgo social de los contenidos de Mediaset España, consolidada como primera opción en los rankings mensuales en redes sociales. Mediaset España cerró 2013 como el grupo de medios más participado en redes sociales. Según Global In Media, sus contenidos generaron el 55% de los comentarios relacionados con la televisión con más de 53 millones de menciones. ●



## MEDIASET España.

# Líder

de los rankings mensuales en redes sociales

Acumula

# 55%

de los comentarios relacionados con la TV en 2013

Generó

# 53 Millones

de menciones en redes sociales



**MEDIASET***españa.*



División de Comunicación y RR.EE. de Mediaset España  
gabinetedeprensa@telecinco.es

 @mediasetcom

 facebook.com/mediasetesp