

Madrid, 2 de enero de 2013

El canal cuenta con más de tres millones de hogares abonados

MEDIASET ESPAÑA Y COSMOPOLITAN TELEVISIÓN CIERRAN UN ACUERDO A TRAVÉS DEL CUAL PUBLIMEDIA GESTIÓN COMERCIALIZARÁ LA PUBLICIDAD DEL CANAL FEMENINO DE PAGO

Mediaset España y **Cosmopolitan Televisión**, uno de los canales líderes en el ámbito de la televisión de pago en España propiedad de **Hearst Entertainment & Syndication**, han alcanzado un acuerdo exclusivo para la cesión a **Publimedia Gestión** de la comercialización de los espacios publicitarios del canal femenino, que cuenta actualmente con más de tres millones de hogares abonados, a partir del próximo siete de enero. La segunda concesionaria de Mediaset España se responsabilizará también de las diversas acciones especiales publicitarias que han caracterizado al canal desde su lanzamiento.

Con una distribución que abarca la totalidad de los operadores de pago de nuestro país (**Canal +, Movistar Imagenio, ONO, Euskaltel, Orange TV, R de Galicia, Telecable** y **cable local**), Cosmopolitan Televisión goza de un excelente posicionamiento en todas las plataformas, siendo el único canal temático de pago cuya programación va dirigida esencialmente, aunque no exclusivamente, a una audiencia femenina.

Cosmopolitan Televisión, y su versión en Alta Definición **Cosmo HD**, ofrece en un entorno multiplataforma, contenidos centrados en la mejor ficción (series y cine) así como programas de estilos de vida, moda y tendencias.

Los abonados a **Cosmopolitan Televisión** pueden seguir en primicia nuevas temporadas de las series de más éxito y estrenos exclusivos como **Terapia de Choque, Cougar Town, Suburgatory (Fuera de Lugar), Army Wives** o **Bedlam**.

Asimismo, destaca por su amplia oferta cinematográfica que incluye títulos emblemáticos suministrados por los principales estudios. En 2013 los espectadores podrán disfrutar de **Expiación: más allá de la pasión, La boda de mi novia, La hermanas Bolena, Notting Hill, La boda de mi mejor amigo, Love Actually, El diario de Bridget Jones** o **Crueldad intolerable**, entre otras películas de éxito.

También ofrece otros programas de producción propia centrados en el mundo del entretenimiento y moda y belleza que aportan al canal una personalidad y estilo únicos.

El Director General de **Cosmopolitan Televisión**, **Juan Mayne**, considera que este acuerdo “supone una oportunidad de conseguir la mayor rentabilidad para los contenidos de la cadena de pago, ya de por sí muy bien posicionada en el mercado español”.

En ese sentido, **Mayne** comenta: “**Cosmopolitan** es una de las marcas más reconocidas en el mundo. Los valores que tradicionalmente se han aplicado a la televisión de pago están muy presentes en nuestra oferta: tematización, mayor afinidad de la audiencia y más eficacia en las campañas, entre otros aspectos, convierten a **Cosmopolitan Televisión** en un soporte imprescindible dentro de la planificación de medios”.

Así lo han entendido muchas empresas y marcas diversas, que han apostado por el canal como un vehículo importante para llegar a una audiencia formada mayoritariamente por mujeres de 25 a 44 años.

Salvatore Chiriatti, director general de **Publimedia Gestión**, afirma por su parte que “sumamos a nuestra gestión un nuevo soporte que dado su posicionamiento dentro de la televisión de pago, la solidez de su imagen y la calidad de su oferta de contenidos nos va a permitir diseñar una atractiva oferta comercial para seguir ofreciendo a nuestros clientes el mejor producto del mercado. Nuestra amplia experiencia comercial en canales temáticos de pago, sumada al perfil de **Cosmopolitan Televisión**, constituyen sin duda el mejor matrimonio con el que **Publimedia Gestión** seguirá liderando en 2013 el mercado de la televisión de pago en nuestro país”.

Publimedia Gestión es la concesionaria multiplataforma de Mediaset España, que ofrece a los anunciantes un completo mix de medios en soportes de televisión de pago, el medio exterior e Internet, con la comercialización de las webs de Mediaset España y la plataforma de vídeos Mitele.es. En el ámbito de la televisión de pago, se encarga de la gestión publicitaria de los canales producidos por Prisa TV en la plataforma Canal +, así como los canales de producción propia de Chello Multicanal. Por lo que respecta a la publicidad digital exterior, desarrolla acciones tecnológicamente innovadoras que le han permitido integrar en su circuito de pantallas iWall iniciativas comerciales que van desde la realidad aumentada y la publicidad en 3D hasta experiencias sensoriales sonoras, táctiles, kinéticas e, incluso, olfativas, consolidando su crecimiento en este sector. La compañía ha trabajado de forma activa en el desarrollo del primer Libro Blanco sobre publicidad en ‘Digital Signage’ de la Interactive Advertising Bureau (IAB), que ofrece a los anunciantes las pautas de trabajo en la realización, contratación y seguimiento de las campañas de publicidad.