



Madrid, 10 de abril de 2019

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS 2019

Paolo Vasile: “Estamos desarrollando un plan pionero de transformación digital e innovación que reforzará la televisión”

El consejero delegado de **Mediaset España** ha anunciado en la Junta General de Accionistas el desarrollo de una serie de proyectos “que suponen un paso adelante sobre el concepto OTT” además del lanzamiento de **MediasetData**, “que permitirá una segmentación más profunda de las campañas y una mayor personalización de los contenidos”.

En el marco de la Junta General de Accionistas de Mediaset España, su consejero delegado, **Paolo Vasile**, ha anunciado el próximo lanzamiento de “un ambicioso plan de transformación digital desarrollado por el área de innovación, denominado LabMediaset, que incluirá **una serie de proyectos tecnológicos pioneros en España que, sin duda, reforzarán a la televisión como medio preferido de consumo de contenido audiovisual** tanto por la audiencia como por los anunciantes”.

Una inversión en el entorno digital y publicitario impulsada por “los cambios de hábitos de consumo de la audiencia y los avances tecnológicos que nos rodean” y que supondrá “una apuesta decidida para revolucionar la televisión en España”, ha afirmado Vasile.

En esta línea de innovación, ha destacado “el lanzamiento de **nuevos proyectos disponibles en televisores conectados con tecnología HbbTV y Smart TV, con calidad UHD, así como en dispositivos móviles y tabletas**, que suponen un paso adelante sobre el concepto de OTT, consolidándonos frente a futuros competidores. Supondrán una revolución que permitirá **interactuar con el televisor desde los dispositivos móviles a modo de mando a distancia, abriendo la puerta a multitud de nuevos formatos publicitarios**”.

En este sentido, Paolo Vasile ha añadido en que “estas iniciativas se ven reforzadas por la importante inversión en tecnología BigData e Inteligencia Artificial que la compañía ha llevado a cabo desde 2017 y que ha dado como resultado la creación de nuestro **MediasetData**, que permitirá a los anunciantes una segmentación siempre más profunda para sus campañas y a la audiencia unas posibilidades de personalización de contenidos innovadoras en España”.

“Podemos garantizar a nuestros clientes que su comunicación ha sido real y está en un entorno seguro”

El máximo responsable de Mediaset España ha destacado que en 2018 “nuestro centro de producción, que cuenta con las mayores instalaciones a nivel nacional, ha concluido su renovación, con **avances tecnológicos pioneros en materia de imagen, sonido y operatividad remota** con las que la compañía ha mejorado sus capacidades de producción”.

En el balance de actuaciones llevadas a cabo por Mediaset España en este sentido, ha afirmado que “hemos desarrollado proyectos de analítica avanzada y big data, con la incorporación de profesionales de ingeniería informática, matemáticos y estadísticos en nuestra área digital”.

Desde el punto de vista comercial, ha destacado que “podemos dar garantía a nuestros clientes de que su comunicación ha sido real y está en un entorno seguro”. Para ello, “hemos ampliado la oferta de productos cualitativos con formatos exclusivos y con posicionamiento premium y hemos impulsado la publicidad digital con una política comercial específica para nuestros contenidos online”.

En el entorno competitivo actual, **“ha nacido Mediterráneo, la sociedad que reúne y gestiona nuestras participaciones en empresas de producción** con la tarea de proporcionar buena parte de los contenidos para nuestras televisiones y, sobre todo, de desarrollar la distribución internacional de nuestros productos con acuerdos de producción, coproducción y venta”, ha asegurado el consejero delegado de Mediaset España, quien ha especificado que **“Mediterráneo significa producción y distribución de series, películas, documentales, información, deportes, contenidos digitales y entretenimiento”**.

En otro orden de cosas, Paolo Vasile ha destacado durante la Junta el **liderazgo de audiencia de Mediaset España en consumo lineal y digital logrado por octavo año consecutivo**, destacando la posición de la compañía destacando que en el nuevo mercado audiovisual (Televisión + Digital) que enmarca su actividad, Mediaset España ha alcanzado en 2018 una facturación global de 943,8 millones de euros, lo que representa el 30,6% de este nuevo escenario “tan sumamente competitivo en el que la convergencia de los soportes lineales y digitales es cada vez mayor”.