



MEDIASET *españa.*



Madrid, 18 de septiembre de 2020

Mediaset España fortalece su presencia en el mercado publicitario de redes sociales con la adquisición de BE A LION

Con la integración de esta compañía, antes llamada Animal M, especializada en soluciones de comunicación en el entorno de las redes sociales, Mediaset España complementa el portfolio digital del grupo y amplía el alcance de su audiencia, siempre bajo un entorno *brand safety* para las marcas.

Mediaset España, el grupo audiovisual líder de audiencia lineal y digital y líder en impacto e interacción en redes sociales, da un paso definitivo en la unión de ambos entornos con la adquisición de **BE A LION**, una compañía especializada en soluciones de comunicación para ayudar a las marcas a ocupar territorios y liderar conversaciones en el entorno de las redes sociales.

Con esta operación, el grupo líder en inversión y notoriedad publicitaria refuerza su hegemonía audiovisual gracias a la incorporación en su portfolio de nuevas oportunidades comerciales para los anunciantes en el escenario digital y de los social media, que podrán mejorar sus campañas de publicidad en redes sociales, amplificar sus mensajes, incrementar el alcance de sus acciones e impactar más eficazmente a su público objetivo.

BE A LION es una de las compañías referentes en el mercado para el desarrollo de acciones de *branded content* y su difusión en redes sociales. Ofrece un modelo integral de gestión de contenido audiovisual, que combina la creación y producción original, la distribución global multicanal, un sistema exhaustivo de medición y la optimización publicitaria más eficiente del mercado. Esto unido a la experiencia y a la fuerza de Mediaset España en la creación y gestión de contenidos audiovisuales, explotación de contenidos y gestión de publicidad, potenciará la oferta para su cartera de anunciantes.

Además de experta en contenido para las marcas, ofrece la planificación y distribuciones de campañas en medios convencionales y digitales, siendo especialistas en plataformas de video, redes sociales y la difusión orgánica vía *influencers*. En el ámbito nacional, ha desarrollado campañas para las marcas más destacadas del país y cuenta con experiencia en más de 15 territorios a nivel internacional.



Para **Paolo Vasile**, consejero delegado de Mediaset España, “estamos ante una operación que impulsa nuestro proceso de transformación y nuestra oferta global audiovisual y multiplataforma a todos los niveles siendo, no un punto de llegada, sino de partida hacia grandes y nuevos proyectos de desarrollo en todas las ventanas del contenido digital. Las sinergias entre nuestro equipo comercial de Publiespaña y Be A Lion completan nuestra mejor versión 360º y nos sitúan a un nivel de excelencia para ofrecer a nuestros clientes la mayor notoriedad para sus marcas, las mejores coberturas en cualquiera de nuestros soportes audiovisuales y, ahora también, el mejor posicionamiento de conversación y prescripción en los entornos de redes sociales, ampliando el alcance y la eficacia de nuestra fuerza comunicadora en el siempre cambiante mercado audiovisual”.

Para **Silvia Velasco Praga y Carlos Sánchez Castillo**, partners de BE A LION “esta operación representa un paso de gigante en nuestra propuesta de valor para ayudar a las marcas a liderar el nuevo panorama audiovisual, en el que las redes sociales ocupan ya un espacio muy relevante. Unir fuerzas con el grupo audiovisual líder de nuestro país nos refuerza como equipo y nos permite ofrecer una solución única en el mercado, más completa e innovadora”.

Las redes sociales y el video en Internet lideran los crecimientos en inversión publicitaria

La adquisición de BE A LION tiene lugar en un momento clave en el que los medios están en constante evolución y los anunciantes buscan soluciones ante las nuevas necesidades del mercado. El amplio alcance y eficacia de la televisión lineal en términos de cobertura publicitaria se refuerza con nuevas posibilidades que permiten complementar audiencias e incrementar cobertura y frecuencias, por lo que Mediaset España establece así la convergencia de la televisión lineal e Internet con la creación de una oferta de inventario en un entorno seguro y controlado.

La operación potencia además la presencia de Mediaset España en los formatos más pujantes en el mercado digital: el vídeo (+12,1% en 2019 vs. 2018), las redes sociales (+15,7%) y especialmente el *branded content*, que experimentó la mayor subida del año en inversión publicitaria con un 47,9% en 2019 frente al +10,6% del conjunto de Internet, según datos del Informe Anual de IAB 2019.

Mediaset España, líder de audiencia lineal y digital y grupo más comentado en redes sociales

Mediaset España cerró el pasado año como el **grupo audiovisual más visto por noveno año ininterrumpido tanto en soportes lineales**, con un 28,9% de *share*, **como digitales**, 4.778 millones de vídeos vistos generados por una media de 16,1 millones de usuarios únicos, según datos de comScore. Además, según el Anuario Social de TV de Kantar 2019, Telecinco fue la **cadena en abierto más comentada del año en redes sociales**, situándose de nuevo a la cabeza del ranking de grupos de televisión con mayor número de interacciones con un *share of voice* del 64%, a gran distancia de Atresmedia, con un 21%. (Fuente Megamedia - Impacto social de la televisión en Redes Sociales 2019).