



MEDIASET *españa.*



Madrid, 6 de octubre de 2020

Mediaset España y BE A LION presentan Reach Media, un ecosistema publicitario transversal que conecta televisión y entorno digital y amplía las posibilidades comerciales de consumo, cobertura y prescripción para las marcas

La primera gran iniciativa nacida de la integración de BE A LION en Mediaset España propondrá próximamente al mercado un modelo de planificación *crossmedia* a través de una oferta homogénea de vídeo premium capaz de generar una notoriedad entre 4 y 5 veces mayor, en un entorno *brand safety* más allá de los soportes de la compañía y capaz de alcanzar al 100% de la población optimizando al máximo la inversión.

Esta nueva propuesta comercial unifica la experiencia de Mediaset España como generador de contenido audiovisual dotado de los máximos niveles de *engagement*, notoriedad y cobertura con el conocimiento de BE A LION sobre las últimas tendencias de comunicación y prescripción en el entorno digital.

Mediaset España, a través de sus filiales Publiespaña y BE A LION, ha presentado al mercado Reach Media, un ecosistema publicitario transversal para unificar las fortalezas comerciales del contenido televisivo y del entorno digital, con el objetivo de incrementar las posibilidades de consumo, cobertura, notoriedad y prescripción para las marcas.

Un nuevo modelo comercial único producto de la unión de las grandes fortalezas de ambas compañías: la de Mediaset España como el **gran generador de contenido audiovisual de nuestro país**, sin rival a la hora de alcanzar las **máximas coberturas** y de lograr el **mayor engagement y notoriedad del mercado en el menor tiempo posible**, y la de BE a LION como gran conocedor de las grandes tendencias actuales de **comunicación omnicanal y prescripción en el entorno digital**.

Con esta propuesta, los anunciantes tendrán próximamente a su disposición un nuevo **modelo de planificación crossmedia** basado tres pilares fundamentales: una **oferta homogénea de vídeo premium capaz de ofrecer la máxima notoriedad** a los anunciantes y de multiplicarla por 4 y por 5 veces respecto a la que ofrece el display o el vídeo *outstream*; un **entorno brand safety garantizado**



www.comunicación.mediaset.es

y ampliado más allá de los propios soportes de Mediaset España gracias a la experiencia de BE A LION en la planificación de las campañas en entornos seguros; y una cobertura capaz de **alcanzar una cobertura del 100% de la población** en cualquiera de sus targets, pero **de un modo eficiente**, reduciendo al mínimo los impactos duplicados y **optimizando al máximo la inversión**.

Anunciada ayer en **Inspirational 2020**, evento organizado por IAB Spain sobre innovación en comunicación digital, **Reach Media es la primera gran iniciativa nacida de la integración de BE A LION**, compañía especializada en soluciones de comunicación en el entorno digital y de las redes sociales, **en Mediaset España, el grupo audiovisual líder** de audiencia lineal y digital, en impacto e interacción en redes sociales y en inversión publicitaria y notoriedad.

Un único ecosistema con múltiples posibilidades comerciales

Durante una ponencia emitida vía *streaming* desde el plató de ‘La Isla de las Tentaciones’, uno de los formatos de Mediaset España que ejemplifica el concepto de transversalidad, **Alfonso Pérez**, director Comercial Digital de Publiespaña, ha indicado que *“en Mediaset España no entendemos el contenido sin publicidad ni la publicidad sin contenido. Y nuestros contenidos son líquidos, capaces de fluir y encontrar su camino para ‘empapar’ al usuario a través de distintos dispositivos y plataformas, un contenido con un alto engagement que aporta una gran notoriedad y recuerdo a la publicidad que lo acompaña. El corazón de Mediaset España es el contenido para todos sus soportes y gracias a la alianza con BE A LION ahora contamos con un nuevo corazón que nos aporta un contenido mucho más nativo, más digital desde su origen, que nos va a hacer llegar a nuevos lugares y a otros en los que ya estábamos, pero de una forma mucho más potente”*.

Carlos Sánchez, socio fundador de BE A LION, ha asegurado que *“nuestro ADN es el branded content, un auténtico pilar en la comunicación de las marcas. Pero para que sea realmente efectivo y poder ofrecer las mejores soluciones posibles es necesario dominar el ecosistema de la comunicación y cómo se atomiza, desde los medios tradicionales hasta las nuevas ventanas digitales; y conocer las nuevas ventanas de prescripción, conversación y comunicación, en las que destaca la figura del influencer, capaz de mover e influir en comunidades gracias a cada vez propuestas más creativas e innovadoras”*.

Por último, **Orlando Gutiérrez**, director de Marketing Operativo de Publiespaña, ha anunciado el nacimiento de Reach Media *“para dar a los anunciantes la posibilidad de alcanzar todas las ventanas posibles, con todo el alcance, notoriedad y repercusión para sus marcas. El consumo ya era transversal, puesto que la audiencia consume indistintamente el contenido en televisión o en internet; el contenido ya es transversal, puesto que nace en televisión y viaja a Internet o nace en Internet y viaja a la televisión; pero en la publicidad había una barrera y lo que proponemos hoy es conectar todo el mundo publicitario creando un único ecosistema con múltiples posibilidades publicitarias, controlando los consumos y la cobertura y ampliando las posibilidades de prescripción de los rostros a través del contenido”*.