

Madrid, 21 de abril de 2021

**Mediaset España y Google firman un acuerdo para afrontar con garantía los nuevos retos del sector audiovisual**

**Este acuerdo permite la unificación de métricas, data y segmentación crossmedia a través de todos los dispositivos y entornos, incluido HbbTV**

**Un compromiso conjunto para apoyar el desarrollo de la industria audiovisual a través de la tecnología y afrontar las oportunidades de la televisión conectada**

**El primer producto de esta alianza es DAR (Digital Add Reach), que permite incrementar la cobertura de las campañas mediante la eliminación de impactos duplicados gracias al desarrollo de una solución que genera un inventario único en Mediaset Digital y YouTube, en un entorno seguro y de máxima notoriedad publicitaria**

**Google y Mediaset España** han firmado un acuerdo que permitirá al grupo audiovisual la unificación de métricas, data y segmentación crossmedia, a través de todos los dispositivos y entornos, incluido HbbTV, con el fin de ofrecer a los anunciantes un catálogo de productos más consolidado:

* **A través de un único adserver,** lo que permite a la compañía gestionar toda su actividad digital de forma consolidada y desde una única plataforma, independientemente del dispositivo y del formato en el que se sirva. De esta manera, se consigue un mayor aprovechamiento y eficacia de las oportunidades de la televisión conectada, llamada a liderar la inversión de publicidad.
* **La generación de un inventario unificado** como pieza clave para el desarrollo de propuestas crossmedia que permitan aumentar la eficacia de las campañas.
* **Facilitar el seguimiento de objetivos de las campañas publicitarias y gestionar la actividad digital en todos los dispositivos y formatos** incluidos los anuncios en entorno HbbTV. Además, permitirá obtener un sistema de reporte de resultados más robusto y eficiente.

Fiel al compromiso de ambas compañías con la innovación y el desarrollo del sector, el acuerdo de Mediaset España y Google se enmarca en el entorno de transformación digital en el que está inmerso el sector audiovisual. El creciente consumo de vídeo, la amplia penetración de la televisión conectada, el protagonismo de la publicidad programática y de los nuevos formatos así como la inminente llegada de un entorno sin cookies de terceros, dibujan parte de los retos a los que se enfrenta la industria.

El avance tecnológico, por su parte, está abriendo las opciones al desarrollo de nuevos formatos publicitarios dentro de la Televisión y vídeo (Smart TV y HbbTV incluidas), con creatividades interactivas, así como una ampliación de las capacidades de segmentación de las audiencias.

Para **Paolo Vasile**, consejero delegado de Mediaset España *“esta alianza confirma la apuesta digital de Mediaset España, el mayor generador de contenidos y consumo audiovisual en nuestro país. La televisión conectada, que permite la unión entre lo mejor del entorno lineal y lo mejor del entorno digital, abre un campo de enormes posibilidades y este acuerdo responde al claro compromiso de ambas compañías con la innovación y el desarrollo del sector a nivel nacional”.*

Según **Fuencisla Clemares**, Directora General de Google en España, *“es clave generar alianzas si queremos evolucionar la manera en la que llegamos a un público cada vez más exigente, en un entorno cambiante, que nos presenta retos, pero, también, muchas oportunidades. La tecnología nos permite alcanzar más fácilmente los objetivos y esta colaboración es un paso más en cómo poder maximizar resultados en el entorno audiovisual.”*

El primer producto de esta alianza, fruto a su vez de la colaboración a través de la compañía Be A Lion, recientemente adquirida por Mediaset España, es **DAR (Digital Add Reach)**, que permite incrementar la cobertura de las campañas mediante la eliminación de impactos duplicados gracias al desarrollo de una solución que genera un inventario único en Mediaset Digital y YouTube, en un entorno seguro y de máxima notoriedad publicitaria, gracias a una cuidada selección de formatos.

Con la tecnología de Google, el segundo hito de Mediaset España verá la luz en los próximos meses, y tiene como objetivo satisfacer la demanda de las empresas jugueteras durante la próxima campaña navideña mediante el primer producto 360º del mercado, una solución optimizada que combina la televisión lineal de Boing, todos los soportes digitales de Mediaset España, la APP y la web de Boing y el inventario infantil de YouTube mediante la compra y planificación optimizada de Be A Lion.