

Madrid, 2 de diciembre de 2021

Mediaset España, galardonada en los HbbTV Awards 2021 por los desarrollos tecnológicos de Mitele y LOVEStv

**Ha sido la única compañía audiovisual española premiada por la HbbTV Association, iniciativa global dedicada a proporcionar los estándares abiertos para servicios avanzados de televisión interactiva, que reconoce la excelencia en el sector con sus galardones anuales.**

**El jurado ha reconocido iniciativas como el lanzamiento de la versión de Mitele para Smart TV, apps para eventos deportivos como el Mundial de Fútbol de Rusia 2018 o la UEFA Euro 2020, la plataforma de contenidos LOVEStv y formatos publicitarios adaptados a la televisión conectada, entre otros.**

El compromiso de **Mediaset España** y su contribución al desarrollo e impulso de la tecnología HbbTV han sido destacados por la **HbbTV Association** **en la** **edición de 2021 de los HbbTV Awards, que reconocen la excelencia en el sector**. Un jurado independiente, integrado por **expertos internacionales**, ha puesto en valor el desarrollo llevado a cabo por la compañía en los servicios de Mitele y LOVEStv para televisión conectada con el premio ‘HbbTV Newcomer of the year’.

Mediaset España ha sido la **única compañía audiovisual española** en alzarse con uno de los cinco premios concedidos en el evento celebrado la semana pasada en Paris, en el marco del **9º Simposio y Premios de HbbTV, el evento más importante del año** dedicado a esta tecnología. En él, concurrían **27 candidaturas de países como Alemania, España, Francia, Reino Unido, Italia, Australia y Federación Rusa**, entre otros. Además, el grupo estaba también nominado con **Mitele**, a través del proveedor Dotscreen, en la categoría de Mejor herramienta o producto para el desarrollo o la distribución de servicios de HbbTV.

**Un año de importantes avances de Mediaset España en HbbTV**

El premio concedido por la HbbTV Association reconoce la adaptación llevada a cabo por Mediaset España en los últimos años en el entorno HbbTV, con el despliegue de diferentes iniciativas como el lanzamiento de la versión de **Mitele para Smart TV**, de **aplicaciones** desarrolladas específicamente con motivo de grandes eventos deportivos como el **Mundial de Fútbol de Rusia 2018 o la UEFA Euro 2020**, de la plataforma de contenidos **LOVEStv** y de **formatos publicitarios adaptados** a la televisión conectada.

A lo largo de este año, Mediaset España ha dado nuevos pasos en torno a esta tecnología, visibles tanto desde el punto de vista de usabilidad como de gestión del contenido audiovisual y publicitario, destacando los siguientes puntos:

* El **rediseño de un look&feel más moderno, intuitivo y con nuevas funcionalidades** del ‘gancho’ de acceso a sus principales aplicaciones, con la capacidad adicional de incluir autopromociones inteligentes.
* La incorporaciónde **nuevas opciones publicitarias** que permiten una mayor precisión en la targetización, presentación y medición de su efectividad.
* Implementaciones en el **entorno de LOVEStv** que permiten, por un lado, insertar publicidad en la actualización de los contenidos emitidos y, por otro, la mejora de la experiencia del usuario en el consumo de programas.
* La **incorporación de** **Mitele a más modelos de Smart TV**, completando la presencia de la plataforma en todo tipo de soportes digitales.
* El **refuerzo de la seguridad** **y transparencia ante el espectador** en lo que respecta al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

Un reconocimiento que respalda también la condición de **entorno seguro para las marcas** de Mediaset España, que cuenta con el apoyo de laboratorios propios y externos como Cellnex y Optiva Media para garantizar la calidad y el correcto funcionamiento de sus desarrollos tecnológicos.

**Un inventario publicitario digital en expansión**

Mediaset España ha lanzado al mercado a lo largo del año nuevos formatos publicitarios adaptados a esta tecnología, como **Open Smart TV**, producto *premium* de máxima notoriedad integrado por un único spot emitido al abrir la app de Mitele para Smart TV. Una solución que refuerza la oferta comercial para HbbTV de Mediaset España, denominada **Ad Smart**, que cuenta con productos como **Ad Switch**, formato de sobreimpresión en forma de L que aparece en el momento del encendido o del cambio de canal; **Ad Peak**, formato similar que se integra en un momento concreto del contenido; y **Ad Spot**, sobreimpresionado durante la emisión del spot de TV lineal.

En lo que respecta a **LOVEStv**, Mediaset España ofrece al mercado los productos **Spot Catch Up**, emitido en el momento en el que se va a consumir un contenido de los últimos siete días en posiciones *pre* *roll*, *mid roll* y *post roll*; y **Spot Start Over**, en el que la publicidad aparece cuando se va a consumir un contenido desde el inicio en posiciones *pre roll* y *post roll*.