

Madrid, 2 de octubre de 2020

Boing celebra su 10º aniversario con el estreno de la nueva temporada de ‘La casa de los retos’ y nueva imagen corporativa

David Moreno conducirá el concurso de producción propia en tira diaria a partir del lunes 5 de octubre con tres familias, divertidos retos y grandes dosis de humor, un espacio que cuenta con su propio juego de mesa oficial.

Moderna, dinámica y adaptada a los gustos de los niños de hoy en día: así es la nueva identidad de canal, que se ha incorporado a la antena, la app oficial y a todo el universo Boing.

Ha cumplido diez años de emisión, se ha convertido en el canal infantil líder de las televisiones comerciales por séptimo año consecutivo, mantiene una evolución al alza constante y aventaja en niños 4-12 a Disney Channel en septiembre (**11,6%** vs. 7,1%). **Boing**, el canal infantil de Mediaset España, **celebra su décimo aniversario** con un doble acontecimiento: estrenando la **segunda temporada de ‘La casa de los retos’**, su concurso de producción propia, y **renovando su imagen**.

David Moreno, periodista, actor y cantante que ha trabajado como reportero de ‘Todo es mentira’ y presentador de ‘MorninGlory’, el magazine de radio online de Mtmad, se pondrá al frente de **‘La casa de los retos’**, que en su segunda temporada en Boing incorpora grandes **novedades**: la **emisión del concurso en tira diaria de lunes a jueves y tres familias como protagonistas** cada semana. **Emocionantes desafíos y singulares preguntas** pondrán a prueba la habilidad física, la agilidad mental, el trabajo en equipo y la capacidad estratégica de las sagas participantes en esta nueva etapa del programa, en la que solo dos familias llegarán a la gran final semanal y rivalizarán entre sí por alzarse con la victoria. Retos inesperados y un marcador que puede cambiar en el momento menos esperando mantendrán en vilo a los seguidores del programa, que **arrancará el lunes 5 de octubre, a partir de las 20:45 horas**.

Otra de las novedades de **‘La casa de los retos’** es que el programa cuenta con su propio **juego de mesa oficial**, que incluye decenas de retos exclusivos y más de cien preguntas: por primera vez las familias van a poder jugar al concurso de Boing en sus casas, disfrutando de un buen rato de risas y diversión en familia.

Por otra parte, Boing ha renovado su imagen de marca, adaptándola a las nuevas preferencias de los niños y apostando por un **grafismo moderno, fresco y dinámico** acorde con el mundo cambiante en el que viven. La **nueva identidad corporativa** del canal está **presente en los distintos elementos de la continuidad on air** -autopromociones, cortinillas y *pathfinders*-, la **app oficial** y en **todo el universo Boing**.

La celebración festiva en Boing

'Manzana y Cebolleta', ficción nominada al BAFTA a la Mejor Serie de Animación Internacional en 2019, se suma a la celebración del 10º aniversario de Boing con **nuevos episodios**. Además, en las próximas semanas el canal infantil acogerá el **estreno exclusivo de 'Ben 10 contra el Universo: La película'**, filme en el que Ben Tennyson tendrá que librar la batalla más grande de su vida y llegar a un nivel interestelar para salvar a su familia y al mundo de una nueva amenaza, y la **emisión de la 3ª temporada de 'Los Thundermans'**, en la que Phoebe afrontará su primera misión como super heroína y los miembros de la saga de superhéroes se verán inmersos en nuevas y arriesgada aventuras.

Boing, cadena comercial preferida por los niños desde hace casi una década

Boing, que el pasado mes cumplió su 10º aniversario, es el canal infantil líder de las televisiones comerciales por séptimo año consecutivo, título que ha revalidado en septiembre batiendo en niños 4-12 años a su directo competidor Disney Channel (**11,6%** vs. 7,1%). En el presente año, muestra una clara evolución al alza en este *target*, pasando del 10,3% de *share* en enero a anotar un 11,6% en septiembre.

Para el cuarto trimestre del año, un periodo clave para el sector juguetero, Boing ha ampliado su abanico de posibilidades publicitarias con el 'Escaparate Boing', ventana de comunicación en el entorno online idónea para desarrollar concursos y juegos como herramientas de promoción de eventos comerciales; 'Se lo merecen', producto 360º basado en la idea de premiar el comportamiento de los niños durante la crisis sanitaria con el que el spot de la marca incrementará su índice de recuerdo entre los espectadores; y nuevos productos para soportes digitales, que se unen al catálogo habitual de productos para incrementar el recuerdo y la notoriedad de las marcas de una forma aún más integrada.