

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 París, 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 incorporación de **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*.