

## **NET TV y Viacom International Media Networks lanzan un nuevo canal de ficción en abierto**

- **El nuevo canal reemplazará a La 10 y comenzará a emitir durante el primer cuatrimestre de 2012**

**Madrid, 13 de enero de 2012.-** Vocento, grupo de comunicación multimedia líder en España, ha alcanzado un acuerdo con Viacom International Media Networks (VIMN), una de las compañías mundiales líderes en entretenimiento, para lanzar un nuevo canal de ficción en abierto que reemplazará a La 10 y comenzará sus emisiones durante el primer cuatrimestre de 2012.

Este acuerdo afianza la apuesta decidida de Vocento por la televisión de calidad así como la de VIMN por el mercado español tras su exitosa experiencia con MTV en abierto.

Antonio Campo Da'IlOrto Executive Vice President, Music Brands & Managing Director of South Europe, Viacom International Media Networks, ha afirmado que "se trata de un acuerdo de suma importancia para VIMN. El lanzamiento de este cuarto canal deja patente el enorme compromiso del grupo con el mercado español a la vez que sirve para afianzar nuestra presencia dentro de su panorama audiovisual. VIMN prosigue así en su objetivo estratégico de suministrar contenidos de entretenimiento capaces de seducir a todo el espectro de la audiencia tanto en plataformas de pago como en abierto. Nickelodeon y sus productos nos consolidan en el mercado infantil, MTV nos acerca al target juvenil y Paramount Comedy junto al nuevo canal continuarán creciendo nuestro share entre el público adulto".

Luis Enríquez, Consejero Delegado de Vocento, cree que este acuerdo afianza "la estrategia de televisión de nicho de NET TV y elimina las pérdidas de La 10 por cuanto VIMN garantiza a NET TV un modelo de negocio rentable. Si a uno de los mayores generadores del mundo no sólo de contenidos, sino de entretenimiento en todo su conjunto, se le suma la fuerte presencia nacional y la fuerza informativa de Vocento, la dimensión del acuerdo es importantísima". La presencia de Vocento se potenciará, además, por la participación de Verália como proveedor de contenidos del canal.

NET TV, que dispone de la capacidad equivalente a un multiplex completo, amplía con este nuevo canal la oferta de canales con contenidos provistos por los accionistas y de los que NET TV es responsable editorial. Con el lanzamiento del nuevo canal, Net TV cierra su oferta multicanal, con unos contenidos de calidad y nichos diferenciados y complementa la familia de canales existentes a día de hoy, formada por Disney, Intereconomía y MTV que cierran el año con una cuota de audiencia del 3,7%.

**Sobre Vocento**

Vocento es un grupo de comunicación multimedia líder en España gracias a la notoriedad de sus marcas, que cuentan con una presencia destacada en todas las áreas de la información y el entretenimiento, como prensa, suplementos, revistas, televisión, radio, producción audiovisual, distribución cinematográfica e Internet. El posicionamiento nacional, autonómico y local de Vocento, su apuesta permanente por la innovación y la fortaleza de sus marcas permiten a la compañía llegar donde no lo hace su competencia y alcanzar, según el EGM, una cobertura de casi 35 millones de personas.

**Sobre Veralia**

Veralia Corporación forma parte de Vocento, uno de los principales grupos de comunicación en España. Entre las actividades de Veralia, se encuentra la producción audiovisual de contenidos para televisión a través de las sociedades BocaBoca Producciones (especializada en formatos de ficción y factual), Europroducciones TV (entretenimiento), Hill Valley (comedia), IDD Publicidad (compañía para gestión y representación artística) y la distribuidora cinematográfica Tripictures.

**Sobre Viacom International Media Networks (VIMN)**

Viacom International Media Networks, una unidad de Viacom Inc., comprende la mayoría de las marcas multimedia de entretenimiento más populares en todo el mundo, incluyendo MTV Networks, ViVa, VH1, BET Networks, Paramount Pictures y Paramount Home Entertainment, entre otros. La familia de canales Viacom es vista a escala global en más de 600 millones de hogares, en más de 160 territorios y 34 idiomas, a través de cerca de 160 operadores de televisión locales y más de 550 propiedades de medios digitales. VIMN también posee participaciones en productoras de televisión, publicidad, vídeo doméstico y merchandising. VIMN conecta con todo tipo de audiencias allí donde éstas se encuentren. Como compañía mundial líder en ofrecer contenidos de entretenimiento, sabe lo que sus espectadores quieren y lo ofrece globalmente a través de la televisión, las películas, los eventos y una amplia gama de soportes digitales.