



## Kantar Media medirá la audiencia de Ono a partir de datos censales

**Madrid, lunes 23 de febrero de 2015-** Ono, la compañía de comunicación y entretenimiento por fibra óptica líder en España perteneciente al Grupo Vodafone, y Kantar Media, líder mundial de investigación de audiencia, informan del acuerdo de la primera medición de consumo de TV a través de la tecnología RPD (Return Path Data).

El acuerdo consiste en la medición del consumo que hacen los usuarios de Vodafone y Ono de la plataforma de servicios audiovisuales de Ono: audiencia lineal, audiencia diferida o *time shift* y *Video On Demand* (vídeo bajo demanda), así como el uso de las aplicaciones interactivas de todos sus abonados a través de sus distintos dispositivos. Este servicio RPD es la primera medición del consumo multiplataforma en España y sirve como complemento a la medición oficial del panel de audimetría.

Los clientes de Vodafone y Ono pueden disfrutar de una oferta de contenidos lineales de más de 170 canales y no lineales superior a los 3.000 programas simultáneos en su plataforma de vídeo bajo demanda, así como poder disfrutar de todos estos contenidos dentro o fuera del hogar a través de los distintos dispositivos fijos y móviles habilitados. El servicio RPD de Kantar Media mide, procesa y reporta con precisión el comportamiento de la audiencia que representa el consumo de todo ese contenido.

El tratamiento de estos grandes volúmenes de información se realiza a través de InfoSys+ Big, la versión RPD de InfoSys+, la herramienta de Kantar Media para el análisis de audiencias.

Según Eduard Nafria, Director General Técnico y Comercial de Kantar Media, "es una gran oportunidad para los operadores de cable, las cadenas de televisión, los anunciantes y la Industria en general disponer de datos censales de cientos de miles de hogares en un contexto caracterizado por la fragmentación de las audiencias y el incremento de la oferta televisiva".

Según Carlos Navia, Director de Contenidos de ONO, "esta es una información esencial para poder adaptar nuestra oferta de contenidos de acuerdo a los usos y hábitos de nuestros clientes, y responder de una forma más ágil a sus demandas. Por otra parte, desde el punto de vista de la explotación de nuestros soportes publicitarios, nuestros clientes-anunciantes tendrán la oportunidad de disponer de una información fiable para poder valorar la rentabilidad de sus inversiones."

### Sobre Ono

Ono, perteneciente al Grupo Vodafone, es la compañía de comunicación y entretenimiento por fibra óptica líder en España. El Grupo Vodafone proporciona servicios móviles en 26 países -y tiene acuerdos con otros 55 más- y servicios de banda ancha fija en 17 países. A 30 de septiembre de 2014, Vodafone contaba con más de 438 millones de clientes de telefonía móvil y 11 millones de clientes de banda ancha fija. En

España, la base de Clientes de telefonía móvil ascendía a 14.800.000 y la de banda ancha fija a 2.700.000, incluidos los Clientes de Ono. Todos ellos se benefician de la experiencia y capacidad de Vodafone para ayudar a sus Clientes – individuos, negocios y comunidades - a estar mejor conectados. Para más información, por favor visite: [www.vodafone.es](http://www.vodafone.es)

### **Sobre Kantar Media**

Kantar Media proporciona a sus clientes información fundamental para tomar las mejores decisiones sobre Comunicación. Hacemos que las marcas más importantes del mundo, las agencias y la industria en general, naveguen y actúen con éxito en la industria de medios. Nuestros productos y servicios incluyen análisis de oportunidades en *Paid media*; asesoramiento sobre reputación de marcas; gestión corporativa y fidelización del cliente a través de los *Owned media* y la evaluación del comportamiento del consumidor en *Earned media*.