



Nota de Prensa

5 de noviembre de 2015

La Industria Danesa de TV asigna los servicios de la medición a Kantar Media

El comité directivo de medición de audiencia en la televisión danesa ha otorgado a Kantar Media y TNS Gallup el nuevo contrato para la medición de audiencias en televisión. El servicio tendrá una duración de cinco años inicialmente desde 2017, con la opción de ampliarlo hasta 2024.

A partir de 2017 la televisión en Dinamarca incluirá importantes mejoras para medir el contenido que emite por TV convencional, *streaming* o *TimeShift* en todos los dispositivos. El nuevo servicio se beneficiará de un aumento del 20% en el panel con respecto al universo de 1.200 hogares. Se creará un panel secundario de 1.000 personas para la medición dentro de los hogares y fuera de ellos en *tablets, smartphones and PC's (Extended TV)*. El panel adicional se enriquecerá con un *big data panel* de 25.000 usuarios web que se utiliza para agregar un mayor detalle al *Extended TV panel*.

Kantar Media aplicará sus algoritmos matemáticos cada vez más sofisticados para publicar los datos a primera hora de cada mañana y ofrecer las audiencias de programas de televisión todos los días.

Los miembros del Comité de Dirección incluyen Danish Broadcasting Corporation (DR), TV 2, MTG, Discovery, Disney, Turner, Viacom y FOX.

Mette Lehrmann, Research Manager en TV2 y jefe del Comité de Dirección, declaró: "TNS Gallup y Kantar Media han entregado datos de audiencias de alta calidad de los programas de televisión de Dinamarca desde 1992. El anuncio de hoy demuestra la amplia aceptación por parte de la industria de TV global en la medición de la audiencia híbrida de la que Kantar Media ha sido pionera y supondrá un apasionante futuro para la televisión, así como una ampliación de su alcance."

Richard Asquith, CEO Global de Audience Intelligence de Kantar Media "Estamos encantados de continuar nuestra relación con la industria de televisión danesa. El anuncio de hoy demuestra la creciente aceptación por parte de la industria de la televisión global de la medición de audiencia híbrida en la que Kantar ha sido pionera y que apoyará en un futuro emocionante para la televisión, ya que amplía su alcance".

Entre el abanico de servicios de medición de audiencias que desplegará Kantar Media se incluyen audímetros y la tecnología on line de estos, las técnicas de *Watermarking*, la gestión de panel y las aplicaciones *data science*.

El anuncio se produce tras un concurso que implica Nielsen e Ipsos.

Kantar Media lleva a cabo servicios de medición de televisión en más de 55 mercados en todo el mundo. Este anuncio se complementa con los otros de las renovaciones y nuevos contratos recientes en Países Bajos, Rumania e Israel.

Sobre Kantar Media

Kantar Media, líder global de inteligencia de medios, provee a sus clientes de los datos necesarios para la toma de decisiones informadas en todos los aspectos relacionados con la medición, el seguimiento y la selección de medios. Miembro de Kantar, la división de WPP para la gestión de la inversión en los datos, Kantar Media ofrece el más completo y preciso control del consumo, del desempeño y de la valoración en los medios.

Para más información: <https://www.kantarmedia.com>

Sobre Kantar

Kantar es la división de gestión de inversión en datos de WPP y uno de los mayores grupos del mundo en información, consultoría e *insights*. Conectando los diversos talentos de sus 12 compañías especializadas, el grupo pretende convertirse en el principal proveedor de datos e *insights* para el mundo empresarial. Sus 30.000 empleados trabajan en 100 países en cualquier disciplina de investigación y consultoría, lo que permite al grupo ofrecer a sus clientes *insights* en cualquier etapa del ciclo de consumo. Los servicios del grupo son empleados por más de la mitad de las compañías de Fortune Top 500.

Para más información, visítanos en www.kantar.com

