

La nueva serie arranca mañana miércoles (23:15h.), a continuación del penúltimo capítulo de “Homeland”

Publiespaña mantiene su estrategia de bloques “hiQuality” en la nueva serie de Cuatro “Scandal” tras el éxito de la acción publicitaria #3spots en “Homeland”

- Cada entrega de “Scandal”, *thriller* político protagonizado por Kerry Washington (“Django desencadenado”) y creado por la guionista de “Anatomía de Grey” Shonda Rhimes, contará con dos cortes de duración reducida con 3 *spots* exclusivos, que serán identificadas por el espectador a través la sobreimpresión en antena del *hashtag* #3spots
- Esta estrategia de Publiespaña ha generado un excelente resultado en “Homeland” (8,9% y 1.646.000), segunda ficción extranjera más vista del año entre los espectadores del *target* comercial (901.000 y 11,4%). Además, anota un 4,5% de *rating* publicitario en el segmento de la audiencia más atractivo para los anunciantes y un elevadísimo nivel de fidelidad del 96% entre los espectadores durante sus pausas publicitarias
- Desde su estreno en Cuatro, más de 30 anunciantes han apostado por comercializar sus marcas durante la exitosa serie

Un 8,9% de cuota de pantalla (1.646.000 espectadores), que se ha visto incrementado hasta el 11,4% en *target* comercial, donde ha registrado un 4,5% de *rating** publicitario, y un espectacular 96% de fidelidad entre los espectadores en sus pausas publicitarias. Tras el **notable éxito cosechado por la acción #3spots** durante la emisión de las dos primeras temporadas de “Homeland”, Mediaset España ha decidido mantener esta estrategia de bloques “hiQuality” durante la emisión de “Scandal”, la nueva apuesta de ficción extranjera de Cuatro que la cadena estrena **mañana miércoles (23:15 horas)** después del penúltimo capítulo de la ficción protagonizada por Damian Lewis y Claire Danes.

De este modo, cada episodio de “Scandal”, *thriller* político protagonizado por Kerry Washington (“Django desencadenado”, “Sr. y Sra. Smith”, “Boston Legal”) y creado por la guionista de “Anatomía de Grey” y “Sin cita previa” Shonda Rhimes, llevará aparejada la **emisión exclusiva de dos bloques cortos “hQ” que incluirán un máximo de 3 spots** en cada pausa. Tal y como sucede en “Homeland”, esta iniciativa irá acompañada de una serie de **recursos gráficos en antena y elementos de continuidad de paso a publicidad** con el objetivo de **informar al espectador de la duración reducida de cada corte.**

**Rating: porcentaje del público objetivo que ha visto un spot/programa entre el total de la población*

Más de 30 marcas han apostado por esta innovadora propuesta en “Homeland” para sus campañas

Gracias a esta estrategia de bloques cortos y exclusivos diseñada por Publiespaña, “Homeland”, que a falta de las dos últimas entregas acumula un promedio en sus dos temporadas de un **8,9% de share y 1.646.000 espectadores**, registra un destacado **11,4% de share y 901.000 espectadores en el target comercial**, cifras que la convierten en la **segunda ficción extranjera más vista del año en el segmento más atractivo de la audiencia para los anunciantes**.

La ficción anota además durante este periodo un **4,7% de rating en target comercial** y un elevadísimo **96% de fidelidad** por parte de los espectadores, que en su **amplia mayoría permanecen conectados a Cuatro durante las pausas publicitarias**. Esto ha propiciado que más de 30 marcas hayan apostado por “Homeland” para sus campañas.

“Homeland” acumula además **más de 66.000 comentarios en redes sociales**, situándose como la **ficción ajena más comentada de la televisión** con un 90% de comentarios positivos sobre la publicidad introducida en la serie, según un informe de Global In Media.

Por último y para celebrar el éxito de esta iniciativa en “Homeland”, **Publiespaña ha premiado a los miles de usuarios de la red social Twitter** que los miércoles comparten sus comentarios y análisis sobre esta acertada estrategia publicitaria, dándoles la oportunidad de **convertirse en protagonistas de las cortinillas que durante la emisión de cada capítulo dan paso a la publicidad e informan de la duración de la pausa**.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



 @mediasetcom