

Madrid, 1 de diciembre de 2016

Presenta unos niveles medios de recuerdo 2,7 veces superiores al del spot convencional, según la última oleada del estudio sobre notoriedad elaborado por CIMEC

El ‘Superspot’ de Mediaset España, producto publicitario de mayor éxito de la temporada con 5 los 10 spots más vistos

- El anuncio que lidera este ranking (Lotería de Navidad) alcanzó un 18,1% de *rating* publicitario y fue emitido el 15 de noviembre con este exclusivo formato basado en un bloque con un único *spot* ofrecido en *simulcast* y en *prime time*
- Con este producto, Mediaset España, referencia del sector en niveles de recuerdo y notoriedad, refuerza su exitosa estrategia publicitaria de bloques cortos emprendida hace más de cinco años
- La compañía mantiene en noviembre su posición como referente en notoriedad publicitaria tras el emitir el 100% de sus GRP's en *prime time* en bloques de menos de seis minutos, frente al 38% de GRP's logrados por Atresmedia

Dos meses después de su lanzamiento oficial, el ‘Superspot’ de Mediaset España ha conseguido situarse como el **producto comercial de mayor éxito de la temporada** al acaparar **5 de los 10 spots más vistos** del curso hasta el momento, tras su emisión en este exclusivo y novedoso formato *hi-Quality* basado en un **bloque con un único anuncio emitido en simulcast y en prime time**.

Además de su exclusividad, elevada cobertura y destacado posicionamiento en un corte de mínima duración, el ‘Superspot’ **presenta unos niveles medios de recuerdo 2,7 veces mayor que los del spot convencional**, según la última oleada del Estudio sobre Eficacia Publicitaria en *Prime Time* elaborado por el instituto de consultoría estratégica de investigación de mercados CIMEC.

Este novedoso producto desarrollado por Publiespaña ha logrado en este periodo la emisión del **spot más visto de la temporada**, ofrecido de forma simultánea y en *prime time* el pasado 15 de noviembre en todos los canales de la compañía (excepto Boing). Este anuncio, correspondiente al sorteo extraordinario de Navidad de Loterías y Apuestas del Estado, alcanzó un destacado 18,1% de *rating* publicitario, fijando una amplia distancia sobre el segundo en el *ranking* (14,1%), ofrecido por Atresmedia el 22 de noviembre durante el partido Sporting de Portugal-Real Madrid de Champions League.

Ranking de los 10 spots más vistos de la temporada (por rating)

	Campaña	Cadena	Fecha	Título Emisión	Rat% AD	Miles AD	Dur. Bloque	Spots Bloque
1	LAE/SOR.EXTRA.NAVIDAD	Mediaset (Sin Boing)	15/11/2016	IRST DATES, GYM TONY, GRAN HERMANO.DIARIO,	18,1	6.697	0:03:30	1
2	MC DONALD'S/GRAND MCEXTREM	A3	22/11/2016	CHAMPIONS LEAGUE	14,1	5.211	0:01:25	4
3	ADIDAS	T5	15/11/2016	POST FUTBOL:AMISTOSO	13,5	4.978	0:01:10	3
4	MOVISTAR+/FUSION+2	Mediaset (Sin Boing)	10/10/2016	Γ DATES, GYM TONY, CAZAMARIPOSAS, C.S.I.NUEV	13,2	4.892	0:00:20	1
5	SEAT/AUTOMOVILES	A3	27/09/2016	CHAMPIONS LEAGUE	13,2	4.898	0:11:00	29
6	PASSENGERS/P.CINE	Mediaset (Sin Boing)	24/11/2016	Γ DATES, GYM TONY, CAZAMARIPOSAS, C.S.I.NUEV	12,8	4.738	0:00:20	1
7	MOVISTAR+/FUSION+2	Mediaset (Sin Boing)	17/10/2016	Γ DATES, GYM TONY, CAZAMARIPOSAS, C.S.I.NUEV	12,4	4.580	0:00:20	1
8	FIAT TIPO	Mediaset (Sin Boing)	14/11/2016), FIRST DATES, GYM TONY, CAZAMARIPOSAS, C.S.I	12,3	4.551	0:00:25	1
9	LEXUS/NX 300H HIBRIDO	A3	27/09/2016	CHAMPIONS LEAGUE	11,9	4.413	0:01:35	4
10	MC DONALD'S/GRAND MCEXTREM RAMON FREIXA-ABUELA	A3	27/09/2016	CHAMPIONS LEAGUE	11,9	4.413	0:01:35	4

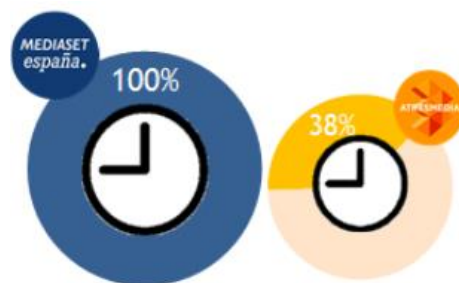
Fuente Kantar Media

En este ranking, **Mediaset España sitúa un sexto spot entre los 10 más vistos (frente a los 4 de Atresmedia)**, ofrecido en este caso por Telecinco en un bloque corto de tres anuncios y poco más de un minuto de duración.

Con el 'Superspot', Mediaset España, referencia del sector audiovisual en niveles de recuerdo y notoriedad, refuerza su estrategia publicitaria emprendida hace ya más de cinco años basada en el compromiso de emitir bloques de corta duración en el horario estelar.

Mediaset España, la televisión de la notoriedad también en noviembre con su efectiva política de bloques cortos

Mediaset España ha vuelto a confirmar en noviembre la **efectividad de su política de bloques cortos** y ha consolidado su posición como **referencia en notoriedad publicitaria** tras emitir el 100% de sus GRP's en *prime time* en bloques de menos de 6 minutos, duplicando ampliamente a su principal competidor Atresmedia, que ha logrado el 38% de GRP's en bloques de menor duración.



Además, sus canales principales **Telecinco y Cuatro han logrado los mayores porcentajes de permanencia** en bloques publicitarios tras alcanzar un 78% y un 80%, respectivamente, frente al 74% alcanzado por Antena 3 y La Sexta.

Telecinco ha vuelto a ser en noviembre **líder en rating publicitario en prime time** tras anotar un 4,9% en adultos, un 11% más que Antena 3 (4,4%).

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET España.



@mediasetcom

/mediasetesp

@mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom