

Madrid, 15 de abril de 2013

## TRAS EL ÉXITO DE LA ACCIÓN PUBLICITARIA #3SPOTS, PUBLIESPAÑA MANTIENE SU ESTRATEGIA DE BLOQUES “HIQUALITY” EN “HOMELAND”

- Los anunciantes alcanzaron un sobresaliente *rating* publicitario medio del 6% en *target* comercial
- Tres de los cinco *spots* más vistos del día en todas las cadenas estuvieron incluidos en los bloques cortos de “Homeland”, con hasta un 6,6% de *rating* publicitario para los anunciantes en primera posición dentro del bloque

“Homeland” no sólo ha contado en Mediaset España con el aplauso de los espectadores a la calidad de sus guiones y la excelente labor interpretativa de sus protagonistas, sino también a la **acertada estrategia publicitaria** que ha acompañado su estreno, consistente en la **emisión exclusiva de bloques cortos “hiQuality” con tres *spots* como máximo**, una iniciativa acompañada de una serie de recursos gráficos en antena y elementos de continuidad de paso a publicidad creados específicamente para informar al espectador de la duración de la pausa.



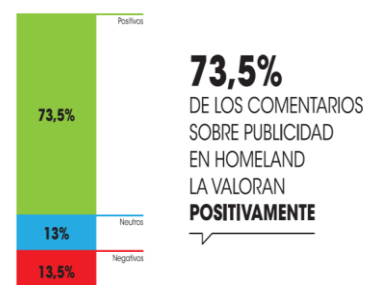
Durante sus bloques de publicidad, Cuatro apenas registró fuga publicitaria, entregando a los anunciantes un **sobresaliente *rating*(\*) publicitario medio del 6% en *target* comercial**. En este segmento de espectadores, el preferido por los anunciantes, **tres de los cinco *spots* más vistos del día** en todas las cadenas estuvieron incluidos en los bloques cortos de “Homeland”, con hasta un 6,6% de

*rating* publicitario para los anunciantes en primera posición dentro del bloque.

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

El reconocimiento a esta acción por parte del público -pulsado a través de la sobreimpresión en antena del *hashtag* #3spots para conocer en tiempo real la opinión de los usuarios de redes sociales- las agencias de medios y los propios clientes ha impulsado a la compañía a mantener esta estrategia comercial en los siguientes capítulos que serán ofrecidos por Cuatro.

ANÁLISIS DE SENTIMIENTO EN LOS COMENTARIOS SOBRE PUBLICIDAD



Comentarios Redes Sociales #3spots

Fuente: GlobalInMedia

**Más de 2 millones de espectadores y una media del 11,6% de share siguieron en Cuatro el estreno de “Homeland”, con un notable 15,1% en target comercial**

El estreno de “Homeland” en Cuatro, cuyo doble capítulo congregó a una media superior a los dos millones de espectadores con un 11,6% de share, destacó notablemente por su seguimiento entre los segmentos de espectadores más demandados por los anunciantes: **jóvenes de 16 a 34 años (13,3% de share) y el denominado target comercial (15,1% de cuota media).**



En este último parámetro, “Homeland” se anotó la victoria entre sus inmediatos competidores, convirtiéndose en la **oferta más seguida de la televisión por los espectadores de entre 13 y 54 años**, residentes en núcleos de población de más de 10.000 habitantes y pertenecientes a todas las clases sociales excepto la baja.

En redes sociales, el **hashtag #homelandencuatro alcanzó 18.420 comentarios, convirtiéndose en lo más comentado por detrás de “Gran Hermano”** y superando ampliamente al estreno de la serie en Reino Unido, donde generó 15.000 comentarios.

**El sargento Brody se convierte en una estrella mediática en la nueva doble entrega de “Homeland” del próximo miércoles**

Hablar con los medios de comunicación ante su casa y dejarse entrevistar por las televisiones son las nuevas iniciativas que lleva a cabo *Nicholas Brody* días después de su regreso a Estados Unidos. *Carrie* y *Saul* consideran que este comportamiento es una prueba inequívoca de que el militar ha abrazado el Islam y de que está jugando a ser un héroe. El debut en la arena mediática del sargento estadounidense investigado por la CIA constituye una de las principales tramas argumentales de la nueva doble entrega de “Homeland” que Cuatro ofrecerá el **este miércoles 17 de abril, en prime time.**

En el primer capítulo, a pesar de los recelos iniciales, la familia del sargento *Brody* se prepara para convertirse en el centro de la atención mediática con una entrevista en exclusiva en televisión. Por otra parte, la agente *Mathison* investiga un plan de Al Qaeda para reunir fondos con los que financiar un próximo atentado en suelo estadounidense.

Y en el segundo episodio, cuando los poderes políticos comiencen a planear el futuro de *Brody*, el nuevo héroe nacional, su estatus mediático se verá amenazado por su mal comportamiento. *Carrie*, por su parte, desesperada por encontrar pruebas que consigan relacionar a *Brody* con *Abu Nazir*, solicitará ayuda a *Saul*, quien le ayuda a centrar su investigación sugiriéndole que siga el rastro del dinero de *Nazir*.

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.

