

Madrid, 1 de julio de 2011

A partir del 1 de agosto

PUBLIESPAÑA LANZA UNA NUEVA CADENA COMERCIAL PUBLICITARIA Y CREA NOSOLOFDF (NSF)

- **Factoría de Ficción, LaSiete y Divinity, las tres principales cadenas de nueva generación con mayor afinidad de *targets* de Mediaset España, se agruparán en una única cadena publicitaria, NSF, y emitirán sus bloques de manera simultánea**
- **NSF nace como una de las referencia de audiencia más destacadas en España con un 6,8% de audiencia en el *target* comercial en junio, destacando el seguimiento del público joven: 8,1% de *share* en espectadores de 16-34 años y 7,2% de 25 a 44 años**
- **La nueva cadena comercial emitirá bloques cortos de publicidad convencional en *prime time*, reforzando una práctica que a lo largo de este año ha permitido a Publiespaña emitir más del 90% de los bloques de dicha franja con una duración inferior a los 6 minutos**
- **Publiespaña aplicará un novedoso sistema de comercialización que integrará las bondades de la pauta única y del módulo, con una simplificación de los procesos, capacidad de planificación y el respeto al espectador**
- **La compañía comercializará cuatro cadenas : Telecinco y NSF bajo el sistema de módulo y Cuatro y Boing con sus actuales modalidades de venta independiente**
- **El nuevo módulo Telecinco, compuesto por Telecinco y NSF, es la oferta más potente del mercado, alcanzando el liderazgo en todos los *targets*, con un destacado 21,5% el *target* comercial en el mes de junio**



Con el objetivo de seguir ofreciendo el mejor servicio posible a los anunciantes, simplificar los sistemas de planificación y gestión y de adaptar su oferta a la situación actual del mercado Mediaset España, a través de su concesionaria Publiespaña, crea un nuevo concepto comercial con el lanzamiento de NOSOLOFDF (NSF), **una cadena publicitaria compuesta por las televisiones Factoría de Ficción, LaSiete y Divinity, adoptando con ello un sistema de comercialización mixto que aunará las mejores ventajas de la pauta única publicitaria y la oferta de módulos.**

Esta nueva estrategia comercial se basa en los principios fundamentales que rigen a la compañía en materia de flexibilidad, capacidad de elección, diferenciación y calidad de producto.

Esta decisión refrenda lo expuesto por Giuseppe Tringali, consejero delegado de publicidad de Mediaset España en la pasada Junta General de Accionistas, donde avanzaba que *“es nuestra obligación que los anunciantes puedan obtener en nuestras cadenas un soporte eficiente para sus planes de comunicación. En aras de mantener dicho objetivo, continuaremos buscando y adaptando las fórmulas más adecuadas que nos permitan mantener vivo este importante reto”*.

Nace un nuevo producto publicitario a partir de la suma de tres televisiones con un target homogéneo y único: Factoría de Ficción, LaSiete y Divinity

A partir del 1 de agosto NSF emitirá sus bloques publicitarios de manera **simultánea**. Esta nueva “cadena publicitaria” a nivel comercial, disponible en todos los sistemas de información y gestión de la empresa externa de medición Kantar Media, saltará al mercado con el objetivo de satisfacer las necesidades de los anunciantes, con una **audiencia cercana al 5% de cuota de pantalla y con un target comercial cercano al 7%, según datos del mes de junio, lo que le convierte en uno de los referentes de audiencia en nuestro país. El dato aumenta en el seguimiento del público joven, donde crece hasta el 8,1% de share en espectadores de 16-34 años y obtiene un 7,2% en el público de 25 a 44 años.**

NSF, con **perfiles de públicos joven altamente afines y homogéneos entre sí**, se convierte en el mejor complemento para Telecinco, integrándose en su mismo módulo comercial.

Cuatro, por su parte, mantendrá su actual sistema de venta independiente, al igual que **Boing**, cuya oferta comercial para el canal infantil del último trimestre del año incluye una novedosa oferta de iniciativas especiales adaptadas a la cadena y un módulo de venta anticipada con garantía de adjudicación para las campañas navideñas.

NSF: bloques cortos en prime time inferiores a 6 minutos

La incorporación de este sistema mixto de módulos y pauta única en las cadenas de cuarta generación, irá asociado desde su nacimiento al compromiso adoptado por Publiespaña de ubicar bloques diferenciados y exclusivos en cada una de las televisiones. Así, en el horario de máxima audiencia esta nueva oferta contendrá también bloques cortos en publicidad convencional, reforzando una práctica que marca una gran diferencia con el resto de cadenas y que a lo largo de este año ha permitido a la compañía emitir más del 90% de los bloques de *prime time* con una duración inferior a los 6 minutos.

** Se envía el logotipo de NSF por correo electrónico*

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

