

Madrid, 28 de marzo de 2019

Éxito del módulo Máxima Notoriedad de Mediaset España: 50 marcas de 8 grandes grupos ya apuestan por él

Marcas vinculadas a Coca-Cola, NUPA, Nestlé, Puig, Banco Sabadell, Procter & Gamble, Henkel y Stage Entertainment han triplicado su notoriedad publicitaria con la planificación de sus campañas en bloques de 2 y 4 minutos

A punto de concluir el primer trimestre del año, la gran novedad presentada por Publiespaña en su política comercial para el arranque de 2019 ya está dando sus primeros frutos a los anunciantes que han confiado en ella. El nuevo módulo **Máxima Notoriedad**, que ofrece una **planificación exclusiva** de las campañas en **bloques de 2 y 4 minutos** en todos los canales de Mediaset España (excepto Boing), está logrando casi **triplicar los niveles de notoriedad de los grandes anunciantes que han apostado por él** respecto al nivel medio de recuerdo que otorga la televisión.

Medio centenar de destacadas marcas vinculadas a grandes grupos de diferentes sectores como **Coca-Cola, NUPA** (Nutrexpa e Idilia Foods), **Nestlé, Puig, Banco Sabadell, Procter & Gamble, Henkel y Stage Entertainment** han apostado en este primer trimestre por esta fórmula, la de **mayor notoriedad de la televisión**.

Los **spots de estas marcas** planificados en el módulo Máxima Notoriedad han alcanzado un **nivel de recuerdo publicitario casi tres veces superior al del promedio de la televisión**, según los datos del tracking de notoriedad publicitaria elaborado por el instituto CIMEC durante los últimos tres meses (diciembre 2018-febrero 2019).

Mediaset España presentó al mercado el pasado mes de enero esta eficaz fórmula publicitaria, que supuso el lanzamiento de **más de un centenar de bloques cualitativos de entre 2 y 4 minutos a la semana**, reafirmando una vez más su firme compromiso de autorregulación con el mercado de emitir bloques cortos.

La duración del bloque determina que el índice de notoriedad de este tipo de módulos, que ofrecen un **posicionamiento preferente**, se vea duplicado respecto al obtenido por una campaña con similar posicionamiento en bloques estándar de mayor duración, según CIMEC.

Mediaset España, la televisión de la notoriedad

Mediaset España ha vuelto a consolidar su posición como la televisión de la notoriedad en nuestro país, otorgando a sus anunciantes **un 16% más de recuerdo publicitario que su principal competidor en total día y un 27% más en *prime time***, según datos de CIMEC. Este liderazgo viene sustentado por un modelo basado en la emisión de **bloques de menos de 6 minutos** en *prime time*, por el lanzamiento de iniciativas como el **Módulo Notoriedad y Máxima Notoriedad** y de productos exclusivos como el **'Superspot'**, un único anuncio emitido en *simulcast* en el horario estelar en todos los canales de Mediaset España (excepto Boing). A esta oferta, se suman los **bloques 'HQ (High Quality)'**, con una duración máxima de 90 segundos o un máximo de cuatro spots.