

Madrid, 29 de marzo de 2019

Mediaset España y Argal lanzan la campaña 360° con mayor presencia y prescripción de la televisión

Para difundir el concurso #GenteQueAmaLoQueHace, con 14 becas valoradas en 100.000€, a través de una iniciativa con presencia en 10 programas de producción propia de Telecinco y Cuatro, acciones en soportes digitales y redes sociales, con Tania Llasera como embajadora

Distinguir a las personas que sienten pasión por su trabajo y recompensar su esfuerzo y dedicación para hacer realidad sus sueños a través de un concurso con 14 becas valoradas en 100.000€. Con este objetivo, **Mediaset España** y el grupo alimentario **Argal** han lanzado **#GenteQueAmaLoQueHace**, una **potente campaña crossmedia** con la **mayor presencia y prescripción en pantalla** posible hoy día en televisión, además de **acciones y contenidos creados ad hoc** en soportes digitales y apoyo en redes sociales.

Con **Tania Llasera** como embajadora, esta acción diseñada por la Dirección de Iniciativas Especiales de Publiespaña cuenta con presencia a través de telepromociones y sobreimpresiones en **10 programas de producción propia de Telecinco y Cuatro**: 'El programa de Ana Rosa', 'Sálvame', 'Pasapalabra', 'Viva la Vida', 'Mi casa es la tuya', 'Got Talent' y 'Supervivientes', de Telecinco; y 'Cuatro al día', 'First Dates' y 'Bake Off', de Cuatro. Estos espacios cubren **todas franjas horarias**, representan **distintos géneros** -magazines, concursos, informativos, *talent shows*, *reality shows* y *date shows*- y van dirigidos a **diferentes targets**, garantizando al cliente una cobertura total.



La campaña cuenta con la participación de **Christian Gálvez, Carlota Corredera, Joaquín Prat, Emma García, Carme Chaparro, Santi Millán y Carlos Sobera**, entre otros rostros de Mediaset España, y servirá también para **reforzar los valores clave de la marca Argal** -experiencia, transparencia, calidad e innovación-, sustentados en el centro de creación, formación y desarrollo Taller Argal.



Una estrategia de prescripción de marca que solo es posible desarrollar en Mediaset España gracias al **elevado porcentaje de producción propia y directos** que acoge, especialmente en la programación de Telecinco. Este modelo garantiza a los anunciantes altas coberturas y eficacia y los **mayores índices de notoriedad y recuerdo del sector**. Estos formatos especiales multiplican por 2,4 el índice de recuerdo sobre el spot convencional,

mientras que las telepromociones y momentos internos logran un índice de notoriedad casi un 50% mayor, según datos del instituto CIMEC. La campaña en televisión se verá completada con formatos de publicidad convencional.

Cobertura en soportes digitales y en redes sociales

En lo que respecta a los soportes digitales, la campaña #GenteQueAmaLoQueHace de Argal, que se extenderá hasta junio, cuenta con el **diseño y desarrollo del microsite www.telecinco.es/gentequeamaloquehace** para dar cabida a **contenidos y acciones creados ad hoc** y **facilitar la participación en el concurso** para optar a las becas. Para ello, los interesados solo tendrán que compartir qué proyecto les apasiona y a qué destinarían el dinero si fueran ganadores de una de estas ayudas.

La campaña también tendrá difusión en www.telecinco.es, la web líder en España entre los canales de televisión, www.cuatro.com y www.divinity.es, a través de **cajas editoriales, el formato publicitario con mayor notoriedad**, según el estudio de Eficacia Publicitaria Digital realizado por Kantar para Publiespaña. Toda la iniciativa contará, además, con el **apoyo de sus respectivos perfiles oficiales en redes sociales** con el hashtag #GenteQueAmaLoQueHace.

Todas estas acciones en los soportes digitales de Mediaset España, líderes en consumo de vídeo online en 2018, se desarrollarán como es habitual en un **entorno seguro, regulado, controlado** y garantizado para las marcas.

Tania Llasera, embajadora de Argal en esta acción, colabora con la difusión de la campaña en sus redes sociales, en las que cuenta **más de 900.000 seguidores** (604.000 en Instagram, y 305.000 en Twitter).

Evento final emitido en directo para conocer a los ganadores

En la fase final de la campaña, tendrá lugar un **evento** en el Taller Argal que la marca tiene en una de sus fábricas y en el que **se hará entrega a sus ganadores de las tres becas de mayor cuantía** (20.000€, 15.000€ y 10.000€). Este acontecimiento será emitido **en directo** por Mediaset España a través del **perfil de Facebook de Telecinco**.

