

Madrid, 14 de febrero de 2024

Publiespaña estrena SuperSpot Cross, formato publicitario con mayor notoriedad del mercado, con la nueva campaña de CaixaBank

# Este nuevo producto ofrece un nivel medio de recuerdo cuatro veces superior al del spot convencional a través de la emisión de un bloque exclusivo de un único pase en el horario estelar y en *simulcast* en todos los canales del grupo (excepto Boing) en TV Lineal, TV Conectada, PC y dispositivos móviles.

**Disponible también para su venta conjunta a CPM, SuperSpot Cross también incluye la emisión del spot en primera posición en el *pre-roll* de acceso a la señal en directo de Informativos Telecinco 21:00 horas y en primera posición de acceso a los vídeos del día de la web de Informativos Telecinco.**

**CaixaBank ha lanzado ‘La Isla’, campaña corporativa que refuerza la visibilidad de su contribución al desarrollo económico y social de los territorios en los que opera en cinco ámbitos clave: el colectivo sénior, el ámbito rural; los emprendedores; la formación profesional; y las actividades de acción social.**

**Publiespaña** arranca 2024 reforzando su compromiso con las marcas para ofrecerles el mejor y más eficiente entorno de comunicación para sus campañas con el **estreno de** **SuperSpot Cross, formato de mayor notoriedad del mercado** que se incorpora a su amplio catálogo de productos caracterizado por su innovación y su capacidad para segmentar, targetizar y alcanzar amplias coberturas y niveles de notoriedad.

**CaixaBank**, con su nueva campaña corporativa **‘La Isla’**, ha inaugurado este producto caracterizado por su **exclusividad, elevada cobertura, destacado posicionamiento y un nivel de recuerdo medio cuatro veces superior al del spot convencional**, según el Tracking de Notoriedad Publicitaria de 2023 publicado por el Instituto CIMEC.

**El formato más exclusivo que cuadruplica los niveles de recuerdo del spot convencional**

SuperSpot Cross, evolución del formato SuperSpot lanzado por la filial de Mediaset España en 2016, es un innovador formato que incorpora también la **venta conjunta a CPM** y ofrece a los anunciantes la emisión de un **bloque exclusivo de un único pase en horario de máximo consumo** televisivo -al final de Informativos Telecinco 21:00h- y **en *simulcast* en todos los canales** de Mediaset España (excepto Boing) y **en todos los soportes posibles**: TV Lineal, TV Conectada (Smart TV), PC y dispositivos móviles.



La comunicación de la campaña se completa también con la emisión del spot en **primera posición en el *pre-roll* de acceso al directo de Informativos Telecinco 21:00 horas** en [Telecinco.es](https://www.telecinco.es/) y [mitele](https://www.mitele.es/) y en la **primera posición de acceso a los vídeos del día en la** [**web de Informativos Telecinco**](https://www.telecinco.es/noticias/).

Con este formato el anunciante alcanza unos **niveles de recuerdo cuatro veces superiores** a los del spot convencional.

**CaixaBank estrena ‘La Isla’, un ‘viaje’ al lugar más remoto del mundo para reforzar la dimensión social de su actividad**

El lanzamiento de SuperSpot Cross ha acogido el estreno de **‘La Isla’**, primera gran campaña corporativa de la entidad financiera creada para **reforzar la visibilidad de su contribución al desarrollo económico y social de los territorios en los que opera**.

Alineada con el propósito de marca de la entidad presentado en 2022, **‘Estar cerca de las personas para todo lo que importa’**, la campaña, integrada por un spot principal centrado en el concepto de cercanía y por otras piezas complementarias, hace balance de la contribución social de la entidad en cinco ámbitos clave: las iniciativas a favor del **colectivo sénior**; el **apoyo al territorio** a través de la red de oficinas más extensa de España y la propuesta de valor de AgroBank para el **ámbito rural**; la **financiación a emprendedores** a través de MicroBank; la labor en favor de la **formación profesional** que impulsa CaixaBank Dualiza; y las **actividades de acción social** que promueve CaixaBank, como el programa de voluntariado.

La campaña se construye a través de la contraposición de las realidades del lugar más remoto del mundo y la de nuestro territorio, en un relato que ahonda en la idea de que todo es posible cuando tienes a alguien cerca.