

Madrid, 25 de mayo de 2018

Mediaset España convierte el Mundial de Rusia en la ventana comercial de mayor calidad y notoriedad en la historia de este evento

El grupo ofrece por primera vez y en exclusiva en Europa el ‘Golden Spot Pitido Inicial’, una ventana de 40” antes del arranque del encuentro

La oferta publicitaria contempla también acciones multipantalla en TV, en el entorno digital y en el circuito exterior iWall

- Publiespaña ha desarrollado una oferta que incluye más de 900 espacios hi-Quality y más de 250 opciones de patrocinio que garantizan un excelente posicionamiento, máxima cobertura y los mayores niveles de notoriedad y recuerdo posibles
- En televisión, junto al ‘Golden Spot Pitido Inicial’ hay bloques de posiciones preferentes del intermedio y el final de los partidos, seis paquetes más en función de las fases y las selecciones, telepromociones en los Previos y Post, patrocinios y sobreimpresiones
- Entre las iniciativas especiales se incluye el patrocinio de cada partido como producto estrella por su alta vinculación al evento y posicionamiento preferente
- En el entorno digital, se encuentran opciones de patrocinio adaptadas a los soportes que darán cobertura al evento: el *site* oficial en Telecinco.es, Mitele, Mtmad, Radioset y la *app* Mediaset Sport
- Respecto a la publicidad exterior, el circuito de pantallas iWall que comercializa Publiespaña también incluye distintas posibilidades de patrocinio a pantalla completa o compartida tanto en las jornadas previas como durante el torneo

Mediaset España, a través de **Publiespaña**, ha puesto a disposición del mercado con motivo del evento deportivo y televisivo del año, el **Mundial de Rusia**, la **oferta publicitaria más cualitativa de la historia** de las retransmisiones de este tipo de campeonatos, con un amplio abanico de **acciones multipantalla** en **televisión**, en **soportes digitales** y en **publicidad exterior** a través del circuito de pantallas iWall.

En Televisión. El 'Golden Spot Pitido Inicial', un producto pionero y exclusivo en Europa

La principal novedad que incorpora la oferta comercial de Publiespaña es el **'Golden Spot Pitido Inicial'**, una **privilegiada ventana comercial de 40 segundos en la posición de entrada a cada partido**. Se trata de un producto pionero en la historia de un evento de estas características y exclusivo en Europa, que otorga un **alto nivel de eficacia y cobertura** a las campañas. Además, Mediaset España ofrece **más de 900 bloques Hi-Quality con un posicionamiento preferente** en el descanso y al final de todos los partidos. Este tipo de formatos convencionales obtienen un índice de recuerdo un **191% superior al del resto de spots**.

En lo que respecta a la publicidad convencional, existen a disposición de las marcas hasta **seis paquetes adaptados a todo tipo de campaña, en función de las fases del campeonato y de las selecciones participantes**, con una **cobertura total del evento** en Telecinco, Cuatro y BeMad. Entre ellos destacan el paquete 'Moscú, España camino a la final', vinculado a los partidos de la Selección Española (un máximo de siete) hasta la gran final y el inaugural (Rusia-Arabia Saudí) y el paquete 'San Petersburgo', con presencia en 12 partidos de la fase eliminatoria más dos de España.

Respecto a las **iniciativas especiales**, propone la opción del **patrocinio como producto estrella** por su alta vinculación al evento y nuevamente por su posicionamiento preferente. Con esta opción, los anunciantes disponen de hasta **256 caretas de patrocinio** en los 64 partidos del campeonato. El patrocinio se presenta como **el producto más eficaz** entre las iniciativas especiales al otorgar un **56% más de recuerdo que el spot convencional**, según CIMEC.

Esta oferta comercial se completa con otras opciones de publicidad especial como **Telepromociones** (en los espacios Previos y los Post), **patrocinios y sobreimpresiones** como los paquetes 'Replays' y 'Reloj Marcador', exclusivamente concebidos para los *partners* y sponsors de FIFA para el Mundial.

Opciones para el entorno digital y publicidad exterior

Los clientes de Publiespaña pueden acceder también a distintas **opciones de patrocinio en los soportes digitales** del grupo: el **microsite oficial** en Telecinco.es, **Mitele, Mtmad, Radioset** y la **app Mediaset Sport**, con entornos *responsive* para dispositivos móviles.

En **publicidad exterior**, el circuito de pantallas **iWall** que comercializa Publiespaña ofrece la posibilidad de optar a **patrocinios a pantalla completa o compartida** durante la emisión de resultados, clasificaciones y otros datos vinculados al Mundial, tanto en las jornadas previas a su arranque como durante el torneo.

El Mundial, un evento que congrega los mayores índices de audiencia, con un excelente perfil, cobertura única y máxima notoriedad

Los productos cualitativos y las acciones especiales publicitarias que integran la oferta comercial de Publiespaña para el Mundial reúnen la capacidad de alcanzar **elevados índices de audiencia**, otorgando a las marcas una cobertura única y máxima notoriedad y recuerdo. Esto es posible gracias al **innegable poder de este evento deportivo y televisivo de congregar a todos los públicos** con sus retransmisiones y, especialmente, al **target más demandado** por los anunciantes.

El pasado **Mundial de Brasil 2014** se convirtió en el segundo campeonato del mundo más visto de la historia desde que existen las mediciones de audiencias, solo superado por el Mundial de Sudáfrica 2010. El cómputo global de los partidos, prórrogas y tandas de penaltis emitidos en Telecinco y Cuatro registró una media de **5.569.000 espectadores y un 39,7% de share**, cifra solo superada por la cita sudafricana (6.325.000 y 44,6%), también ofrecida en abierto por Telecinco y Cuatro. En este sentido, las elevadas audiencias logradas con la cita de Brasil propiciaron que **Mediaset España** mejorara su cobertura de campaña en 4 puntos en adultos mayores de 16 años y en 8 puntos en hombres comerciales.



Campaña semanal 300 GRPs en Mediaset (Mundial 2014 vs mes anterior)

Estas audiencias generaron que **de los 100 spots más vistos del año 2014, 97 fueran ofrecidos durante los partidos del Mundial de Brasil**, logrando acaparar los 93 primeros puestos del ranking con excelentes *ratings* publicitarios.

Varias de las emisiones de este tipo de eventos futbolísticos -Eurocopas y Mundiales-, emitidas por Telecinco y Cuatro, se mantienen a día de hoy como **las más vistas de la historia de nuestro país**:



También los **spots más vistos de la historia** han sido emitidos en grandes citas futbolísticas:



De todas las emisiones de un gran campeonato de fútbol, los **partidos que disputa la Selección Española** (en eventos como la Eurocopa y el Mundial) logran congregarse con el mayor peso de las audiencias totales logrando superar el **60% de cuota de pantalla**:

