

EL BOICOT A FACEBOOK DEMUESTRA LA IMPORTANCIA DE ANUNCIARSE EN SITIOS DE CALIDAD

**C**oca-Cola, Unilever, Starbucks, Ben & Jerry's, Verizon o Pepsi son algunas de las decenas de marcas que cada día se suman al **boicot publicitario contra Facebook y otras Redes Sociales**. Esta iniciativa, promovida por diversas organizaciones pro derechos civiles, considera que estas plataformas no gestionan eficazmente la **desinformación y el discurso violento y polarizador**.



EL MUNDO  
TECNOLOGÍA

Verizon se une a un boicot global y retira su publicidad de Facebook e Instagram



EL PAÍS  
REDES SOCIALES >

El boicot de grandes anunciantes contra Facebook sigue creciendo pese a la reacción de Zuckerberg



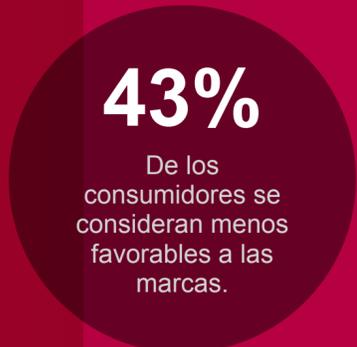
Boicot de anunciantes en Facebook empieza a sacudir a los inversores



¿QUÉ CONSECUENCIAS TIENE ANUNCIARSE EN UN ENTORNO NO SEGURO?

Las negativas consecuencias que provoca que una campaña se asocie con contenido relacionado al odio, racismo o manipulación, pone de manifiesto lo vital que es anunciarse en un entorno **Brand Safety** que promueve el **uso de sitios y contenidos de calidad**.

- Reduce las emociones positivas y dispara las negativas



Fte.: The Ripple Effect, IAS, mar'20

# MEDIASET España.

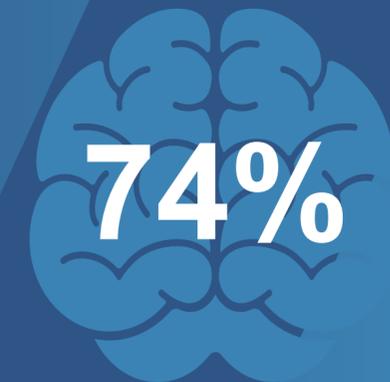
APOSTAR POR SITIOS SEGUROS Y DE CALIDAD IMPORTA, Y MUCHO

**P**erder reconocimiento, generar mala percepción a los consumidores o deteriorar la reputación son algunos de los riesgos más importantes a los que se enfrentan las marcas y anunciantes a la hora de promocionarse en entornos poco seguros. **Donde aparece el anuncio importa y mucho.**



De los consumidores considera importante que los anuncios que ven sean ubicados en contenido de alta calidad.

Fte.: The Ripple Effect, IAS, mar'20



hace que se perciba la publicidad un **74% más agradable, un 20% el engagement.**

Fte.: The Ripple Effect, IAS, sept'19.



En Mediaset España aseguramos a los anunciantes el mayor éxito en todo el ciclo de **PackAdging** de las marcas.