

Madrid, 11 de diciembre de 2020

Boing, canal infantil líder de la televisión comercial, diseña nuevos productos publicitarios para el sector juguetero en Navidad

Mediaset España completa su oferta con el desarrollo de formatos 360° que combinan televisión y digital como el exclusivo ‘Calendario de Adviento 2020’ para Mattel, que se suma al exitoso ‘Escaparate Boing’ al que se ha vinculado Hasbro. También ha generado una nueva opción de integración comercial, ‘Y si adelantamos la carta’, de la mano de Bandai.

El portfolio de Boing se caracteriza por los elevados niveles de alcance y cobertura que ofrece a las marcas y por la seguridad, confianza y complementariedad que garantizan sus soportes, entre los que se encuentra la *app* de Boing, que acumula ya 1,7 millones de descargas y un promedio de 1,5 millones de reproducciones de vídeo en noviembre.

En su objetivo de seguir siendo el mejor escaparate posible para las marcas especialmente en las semanas previas a la Navidad, uno de los periodos de mayor consumo de televisión y demanda comercial, Mediaset España, a través de Publiespaña, ha completado la **oferta comercial de Boing** para esta última parte del año con el diseño de **nuevos formatos publicitarios 360° y de integración comercial** para adaptarse a las necesidades de sus clientes, especialmente del sector juguetero.

El canal infantil líder de las televisiones comerciales por octava temporada consecutiva, ha desarrollado en exclusiva para Mattel ‘Calendario de Adviento 2020’, acción que combina la presencia en **televisión y soportes digitales** y que desde esta semana y hasta el próximo 24 de diciembre permite a los niños descubrir día a día diferentes juegos y actividades protagonizadas por productos de la marca, como Barbie, Hot Wheels y Cave Club, y por juegos de la factoría como Pictionary Air, Baño Boom, La Gallina Josefina, Monos Locos, UNO y Scrabble. Este calendario digital, que genera una cuenta atrás hasta la llegada de la Navidad, está disponible en la **web de Boing**, www.boing.es y en la *app* del canal, además de contar con presencia en televisión con un **spot distinto cada día**.

Una novedad que se suma a otros formatos de éxito presentados por Publiespaña en su oferta comercial para el cuarto trimestre como ‘Escaparate Boing’, una ventana de comunicación específica para lanzamiento de productos y a la que se ha sumado **Hasbro** con su marca Transformers. Durante dos semanas, la campaña ha incluido ‘Historia de juguetes’, un **microespacio propio de 60 segundos en**

televisión en el que diferentes juguetes protagonizan sus propias historias, dos contenidos editoriales y un concurso alojado en una **landing page de la marca en la web, la app y las redes sociales de Boing**.

También ha incorporado **nuevas opciones de integración comercial**, como ‘**Y si adelantamos la carta**’, que incluye el diseño de cortinillas de cadena de 5 segundos, que dan paso a un spot de 20 segundos. Un formato al que Bandai se ha vinculado en noviembre con su producto Goo Jit Zu.

Boing, sinónimo de seguridad, confianza y complementariedad

Un portfolio que garantiza a sus clientes un **elevado alcance y cobertura, seguridad, confianza y complementariedad** y que incluye también un amplio catálogo de **Iniciativas Especiales**, como ‘Primerísima’, ‘Hoy es tu día’, ‘Boing Palomitas’, ‘Boing Estreno’ y ‘Boing Name’, y productos para soportes digitales como **App Vídeo & Display**, una oferta exclusiva para clientes de Venta Anticipada en el período de mayor demanda; **concursos; Advergame**, un formato para la *app* que garantiza la máxima integración de contenido y marca a través de juegos; y **Careta de Patrocinio** del *site* Boing.es y de la emisión de la señal en directo del canal en Mitele.

La opción preferida de los niños

El canal infantil líder de las televisiones comerciales sigue siendo la opción favorita para los niños con un **10,9% de share en el target 4-12 años en noviembre**, 3,6 puntos más que Disney Channel, que ha registrado un 7,3%.

Un sólido liderazgo sustentado en su oferta de programación, que en diciembre incorpora **nuevos episodios de ‘El mundo de Craig**’, el estreno del especial ‘**Los Thunderman al descubierto**’, entregas **especiales de Navidad** y una selección de los **episodios más destacados del año** de series como ‘Doraemon’, ‘Pokémon’ ‘El asombroso mundo de Gumball’, ‘Somos osos’, ‘Teen Titans Go!’, ‘Los Thunderman’, ‘Nick, Ricky, Dicky y Dawn’, ‘Manzana y Cebolleta’ y ‘Looney Tunes’; y diferentes **títulos cinematográficos**.

La app de Boing sigue creciendo: más de 1,7M de descargas

Desde su lanzamiento en la Navidad de 2018, la *app* de Boing no ha dejado de sumar nuevos usuarios y acumula ya más de **1,7 millones de descargas**, con un promedio en noviembre de **1,5 millones de reproducciones de vídeo**. Boing es la única aplicación de televisión infantil en el mercado con posibilidades publicitarias, una **herramienta complementaria al consumo de televisión** que permite personalizar el diseño y sus secciones, insertar un spot único antes de la visualización de cada capítulo y contenidos editoriales nativos, entre otras opciones.