

Madrid, 28 de junio de 2022

Mediaset España lanza Factoría de Jóvenes, segmento publicitario *crossmedia* capaz de impactar al target 16-34 años en entornos conectados

Publiespaña explota la privilegiada sintonía de Mediaset España, especialmente de Telecinco y FDF, con este estratégico *target* de alta demanda comercial a través de este desarrollo extraído a partir de su propio *grafo* de audiencia, disponible para planificación directa y programática.

Esta nueva solución publicitaria ofrece hasta cuatro posibilidades de planificación: el formato 'L Shape' de HbbTV, Ad Replacement, el entorno de soportes digitales de Mediaset España y Youtube, a través de la filial de Mediaset España, Be a Lion.

Publicis Group a través de su Agencia de medios Zenith ha apostado de forma pionera por Factoría de Jóvenes para la campaña de uno de sus principales clientes, con el fin de lograr la mayor eficiencia y eficacia posible de su inversión en los soportes de Mediaset España.

Es uno de los públicos más difíciles de impactar en televisión, goza de un alto poder de recuerdo publicitario y supone un gran valor para los anunciantes. **Mediaset España, el grupo audiovisual líder en espectadores de 16 a 34 años**, explota su privilegiada sintonía con este estratégico *target* de público con el lanzamiento de **Factoría de Jóvenes**, un nuevo segmento publicitario *crossmedia* que a través del *grafo* de audiencias de la compañía permite su **planificación directa y programática en entornos conectados**, independientemente del contenido que estén consumiendo.

El estudio realizado por Toluna para Publiespaña evidencia que casi el 100% de los jóvenes encuestados es capaz de recordar un anuncio que le haya impactado y considera la televisión como el medio donde más efectivos y mejor recibidos son los mensajes de los anunciantes. Publicis Group a través de su Agencia de medios Zenith ha apostado de forma pionera por Factoría de Jóvenes para la campaña de uno de sus principales clientes, con el fin de lograr la mayor eficiencia y eficacia posible de su inversión en los soportes de Mediaset España.

Factoría Jóvenes, un nuevo segmento avanzado basado en Data propio

Publiespaña identifica y activa a sus usuarios jóvenes en todos sus **entornos conectados**, incluyendo Televisión Conectada, Webs y Aplicaciones, así como en Redes Sociales. Se trata de una verdadera **audiencia 360°**, ya que se recoge información de consumo de los usuarios, desarrollando de esa forma un conocimiento completo de la audiencia.

Esto se consigue gracias a un **grafo de audiencias** propio que permite relacionar dispositivos digitales y de televisión pertenecientes al **mismo hogar**. Además, se incorpora dato declarado de **usuarios registrados** combinado con técnicas de modelización para ampliar la capacidad de impacto de la audiencia sin sacrificar su composición y rendimiento.

El producto se ha **validado con un panel de prestigio** como es Netquest, que corrobora la composición óptima de perfiles jóvenes en la audiencia resultante. Se trata por lo tanto de un producto de **calidad máxima**, basado exclusivamente en data propio de Mediaset España, un activo propio único y diferencial en el mercado

Por su parte, el *mix* de entretenimiento e información de los canales principales de Mediaset España congrega hoy por hoy al 31,0% en este nicho de público joven el pasado mes de mayo, especialmente de **Telecinco, que es el canal líder en espectadores de 16 a 34 años con un 13,1% de share**, y de **Factoría de Ficción, el canal más visto entre los temáticos y tercera televisión a nivel general en jóvenes con un 6,5% el pasado mes**, hacen de sus contenidos los más seguidos en la televisión en abierto por esta tipología de público, a gran distancia de sus inmediatos competidores.

Esta nueva solución publicitaria, que nace con **el objetivo de incrementar la cobertura y unificar las frecuencias** en todos los soportes de Mediaset España, ofrece hasta cuatro posibilidades de planificación complementarias a la televisión lineal: el formato **‘L Shape’ de HbbTV, Ad Replacement, el entorno de soportes digitales de Mediaset España y Youtube**, esta última a través de la filial de Mediaset España, Be a Lion.

Un segmento complementario a la TV lineal y soportes digitales a través de HbbTV

En HBBTV, el segmento Factoría de Jóvenes puede activarse en **formato ‘L Shape’ para Smart TV**, desarrollado por Publiespaña sobre tecnología HbbTV. Es un formato publicitario *display* con valores de vídeo que posee un **índice de recuerdo tres veces superior al del vídeo con una presencia no invasiva pero muy efectiva para el usuario**. que permite enriquecer las campañas de televisión lineal con la integración segmentada y adaptada del mensaje publicitario en el contenido a través de una inserción en forma de ‘L’ de 15 segundos, reforzando la conexión con la marca y ampliando sus posibilidades de comunicación, en un **entorno seguro para usuarios y marcas**.

Asimismo, también en el entorno HbbTV, el producto **‘Ad Replacement’** contempla la adaptación de este segmento, basado en una planificación secuencial capaz de complementar a la audiencia impactada por una determinada campaña en la emisión lineal, generando de forma específica para este grupo de público la inserción de un nuevo impacto a través de un ‘L shape’ integrado en el contenido. De esta forma, Mediaset España refuerza a través de la televisión conectada la frecuencia entre los espectadores con bajos niveles de impacto y genera un incremento certero de la cobertura de las campañas de sus anunciantes.