

Madrid, 23 de marzo de 2026

Publiespaña estrena Break-In-News, formato publicitario exclusivo vinculado a Informativos Telecinco y Noticias Cuatro

Mahou-San Miguel es el primer anunciante que apuesta por este producto con sus nuevas campañas en torno a dos de sus marcas: Solán de Cabras y Mahou Reserva.

El formato integra un spot exclusivo tras un avance previo a los informativos conducido por su presentador/a segundos antes del arranque de la edición. El anuncio se emite simultáneamente en televisión y en el resto de pantallas, alcanzando amplia cobertura y elevada atención, reforzada con una cuenta atrás hasta el informativo.

Publiespaña, integrada en MFE Advertising, concesionaria internacional de MFE-MediaForEurope amplía su porfolio comercial con Break-In-News, un nuevo formato publicitario exclusivo asociado a los informativos de Mediaset España que ofrece a los anunciantes un emplazamiento de gran visibilidad en un momento de alta atención informativa.

Mahou-San Miguel, en colaboración con Carat, agencia de medios del Grupo Dentsu, es el primer anunciante que apuesta por este producto con un spot exclusivo emitido inmediatamente después de un avance previo a Informativos Telecinco 21:00h, en el que su presentador/a introduce una noticia desarrollada posteriormente durante la edición, generando un contexto de elevada atención, notoriedad y recuerdo para la marca. Break-In-News se emite de manera simultánea en televisión y en el resto de pantallas del ecosistema de Mediaset España, lo que garantiza amplia cobertura en el prime time y la sobremesa, las franjas de mayor consumo.

Nueva solución premium en el entorno informativo

Con Break-In-News, Publiespaña incorpora a su catálogo una nueva solución premium en el entorno informativo con un formato que combina **exclusividad publicitaria**, con un único spot entre el avance y el arranque del informativo; **atención editorial**, a través del adelanto llevado a cabo por el presentador/a; **cobertura transversal**, mediante la emisión simultánea del spot en todos los

soportes de Mediaset España; y un **momento de expectación natural**, reforzado por la cuenta atrás hacia el inicio de la edición.

Break-In-News, con Solán de Cabras y Mahou Reserva

Mahou-San Miguel estrenó el formato el pasado lunes 16 y martes 17 de marzo con campañas en torno a sus marcas **Solán de Cabras** y **Mahou Reserva**. Break-In-News acogió la campaña **‘Tú tienes sed de agua y tu cuerpo de agua mineral’ de Solán de Cabras**, con un spot que refuerza el posicionamiento de la marca en torno a su pureza original y la reconocida composición mineral del producto y que fue ofrecido en un momento de elevada atención del público, a escasos segundos del arranque del informativo.

La segunda activación del formato tuvo lugar con la campaña de **Mahou Reserva ‘Tan buena. Tan Mahou’**. Su spot, rodado con tecnología *motion control* -que permite coreografiar movimientos de cámara de gran precisión y generar transiciones fluidas entre escenas-, presenta un mundo visual estilizado, en el que “el buen gusto reconoce al buen gusto”, en coherencia con el diseño de la botella y la calidad de la bebida.