



N° 2/21 MARZO/APRILE







IN QUESTO NUMERO:









NEWS DEL MESE	PRIMO PIANO	LO SAPEVI CHE	CLIENTI
Indagine Kimberly-Clark: I cliente ha pianificato una campagna TV	La piattaforma OTT di Mediaset si evolve e nasce Mediaset Play Infinity .	Cresce il numero degli Smart TV connessi nelle famiglie italiane.	Tutte le campagne erogate nei mesi di Marzo e Aprile 2021.
lineare e ADD+ per il brand «Scottex». Risultati della ricerca ed evidenze significative.	Un'offerta mediatica più ricca e una nuova user experience pensate per gli spettatori e utenti Mediaset.	Publitalia '80 conferma la sua leadership: Mediaset Play Infinity presente in 8 famiglie su 10.	Creatività e target per ispirare i clienti nel documento di approfondimento.







NEWS DEL MESE: RICERCA SCOTTEX

Tra febbraio e marzo **Kimberly Clark** ha pianificato per il prodotto **carta igienica Scottex** una campagna TV, che ha previsto sia il formato spot tabellare, sia il **formato addressable ADD+ INSIDE.** Nello specifico, il flight ADD+ ha risposto all'esigenza del cliente di intercettare, attraverso una profilazione «audience & interest», un target appassionato di fiction e serie TV.

Per misurare i risultati del progetto il team di *Marketing Research & Insight di Publitalia* '80 ha condotto una ricerca: tra i vari approfondimenti, l'indagine mostra come le creatività, sia nel formato spot TV che in quello ADD+ INSIDE, abbiano riscontrato **forte** apprezzamento tra il pubblico, con voti sopra la media.

In particolare l'ADD+ INSIDE:

Item	Voto Medio	Gradimento >=7	Benchmark
Creatività	8	91,2%	7,7
Interesse verso il prodotto	7,9	87,1%	7,8
Chiarezza del messaggio	8,5	92,2%	8
Gradimento del formato	8	82,8%	8











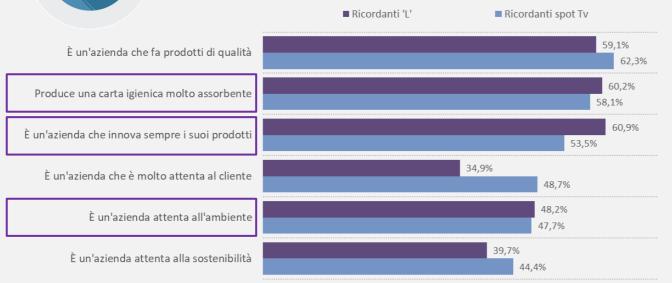






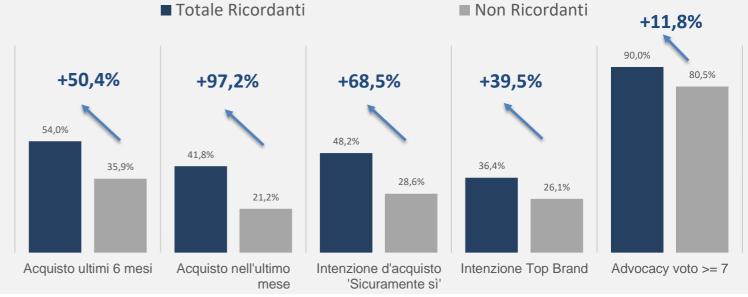


NEWS DEL MESE: RICERCA SCOTTEX



La ricerca evidenzia che il formato ADD+ INSIDE contribuisce al rafforzamento della consideration del brand, attribuendo ad esso una connotazione di innovazione alla base dei propri prodotti e riconoscendo una particolare attenzione all'ambiente.

Inoltre l'indagine rileva, in generale, un impatto positivo della campagna sui principali KPI del brand Scottex, sia per la brand awareness che per le variabili di attivazione: viene registrato un differenziale maggiormente positivo tra coloro che sono stati esposti ad entrambi i formati (Spot e ADD+ INSIDE) rispetto sia alla media del totale campione, sia alla media dei non ricordanti la campagna.





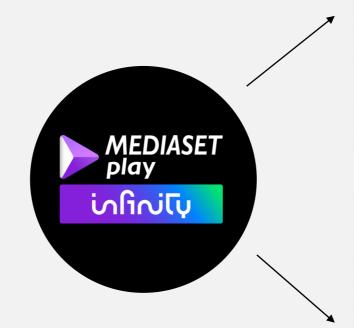


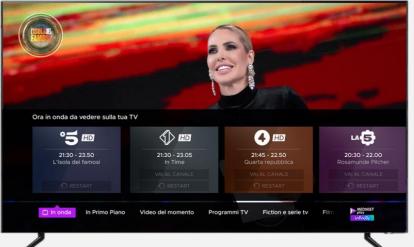
IN PRIMO PIANO: L'EVOLUZIONE DELLA PIATTAFORMA OTT MEDIASET

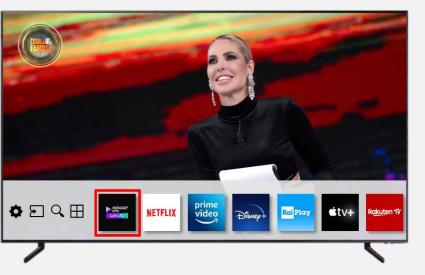
La piattaforma OTT di Mediaset si evolve con l'obiettivo di migliorare l'offerta mediatica e la user experience di telespettatori e utenti, su primo e secondo schermo.

I servizi Mediaset Play e Infinity ora convergono in un prodotto unico: **Mediaset Play Infinity**.

La piattaforma è accessibile, oltre che in modalità auto-start dai canali TV lineari, anche e direttamente dalla widget gallery dello Smart TV.





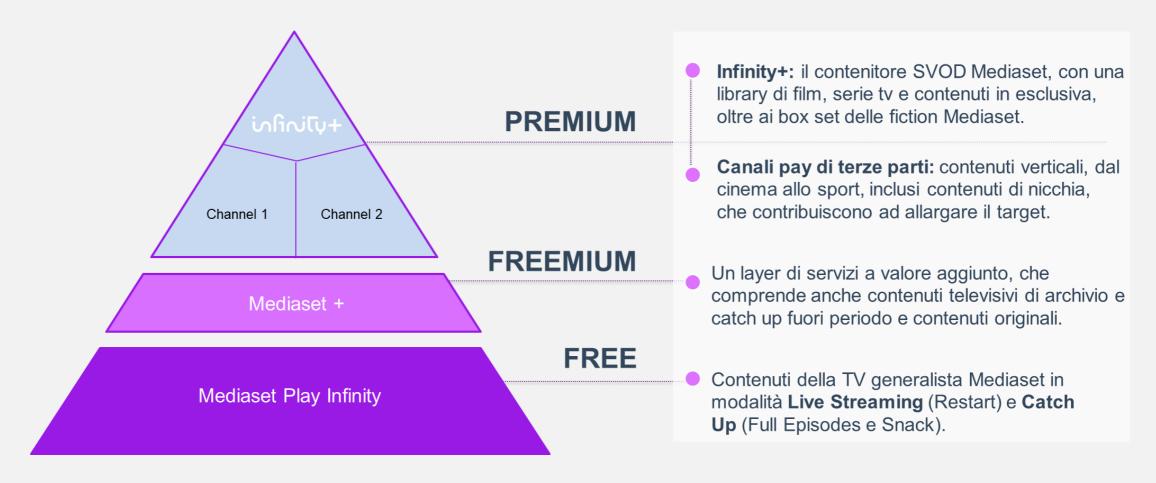






IN PRIMO PIANO: L'EVOLUZIONE DELLA PIATTAFORMA OTT MEDIASET

La nuova piattaforma OTT Mediaset Play Infinity raccoglie in un'unica destinazione tre diversi livelli di contenuti, con l'obiettivo di garantire al cliente-consumatore un'offerta mediatica eterogenea e fruibile da un unico punto di accesso.







LO SAPEVI CHE





CLIENTI ATTIVI - MARZO APRILE 2021



