

Madrid, 31 de marzo de 2023

Publiespaña lanza ‘Sponsor ADR’, nuevo formato digital para HbbTV de la mano de Idilia Foods

Esta solución publicitaria basada en la tecnología *ad replacement* permite a la marca insertar un vídeo complementario sponsor en televisiones conectadas, reforzando la conexión de la marca con el contenido y ampliando sus posibilidades de comunicación.

Más de 28,4 millones de personas -el 62% de la población- tienen acceso a los servicios de Televisión Conectada, tecnología presente ya en el 56% de los hogares, según datos de Kantar Media.

Publiespaña continúa ampliando su catálogo de **soluciones comerciales para Televisión Conectada** con el lanzamiento de ‘Sponsor ADR’, nuevo formato publicitario único en el mercado que gracias al uso de la tecnología *ad replacement* permite **complementar la careta de patrocinio del anunciante en televisión lineal** con la inserción, a través de la tecnología HbbTV, de una **nueva creatividad con formato vídeo** en televisiones conectadas.

EMISIÓN EN CANAL CONVENCIONAL
DE TELEVISIÓN



EMISIÓN EN TELEVISIÓN
A TRAVÉS DE HBBTV



Idilia Foods ha inaugurado este nuevo producto diseñado por la filial de Mediaset España con su campaña sobre Nocilla Cookies & Cream.

A través de 'Sponsor ADR', solución publicitaria capaz de complementar los impactos de la emisión lineal con nuevos impactos en el entorno HbbTV, el anunciante **refuerza su conexión con el contenido** y, a la vez, **amplía las posibilidades de comunicación** de sus mensajes a los espectadores.

Con este nuevo lanzamiento, Publiespaña mantiene su firme compromiso por el desarrollo y evolución de nuevos formatos publicitarios para **Televisión Conectada**, tecnología disponible ya para **28,4 millones de personas, el 62% de la población**, y **el 56% de los hogares** de nuestro país, según datos de Kantar Media correspondientes al pasado mes de febrero.