

#MeQuedoEnLaTele

El **92%** de la población señala que 'La publicidad me ayuda a pensar en cierta normalidad y que esto acabará en algún momento'

Fte. Toluna, n=555, IND+18, 27 de Abril de 2020

Crecen las menciones y mejora la posición en el ranking sectorial de aquellas marcas que mantienen o incrementan su emisión de publicidad en TV

Nº GRPs	Menciones	Variación posiciones en ranking
Mantienen o crecen	232%	6
Bajan	-15%	-4
Dejan de comunicar	-38%	-6

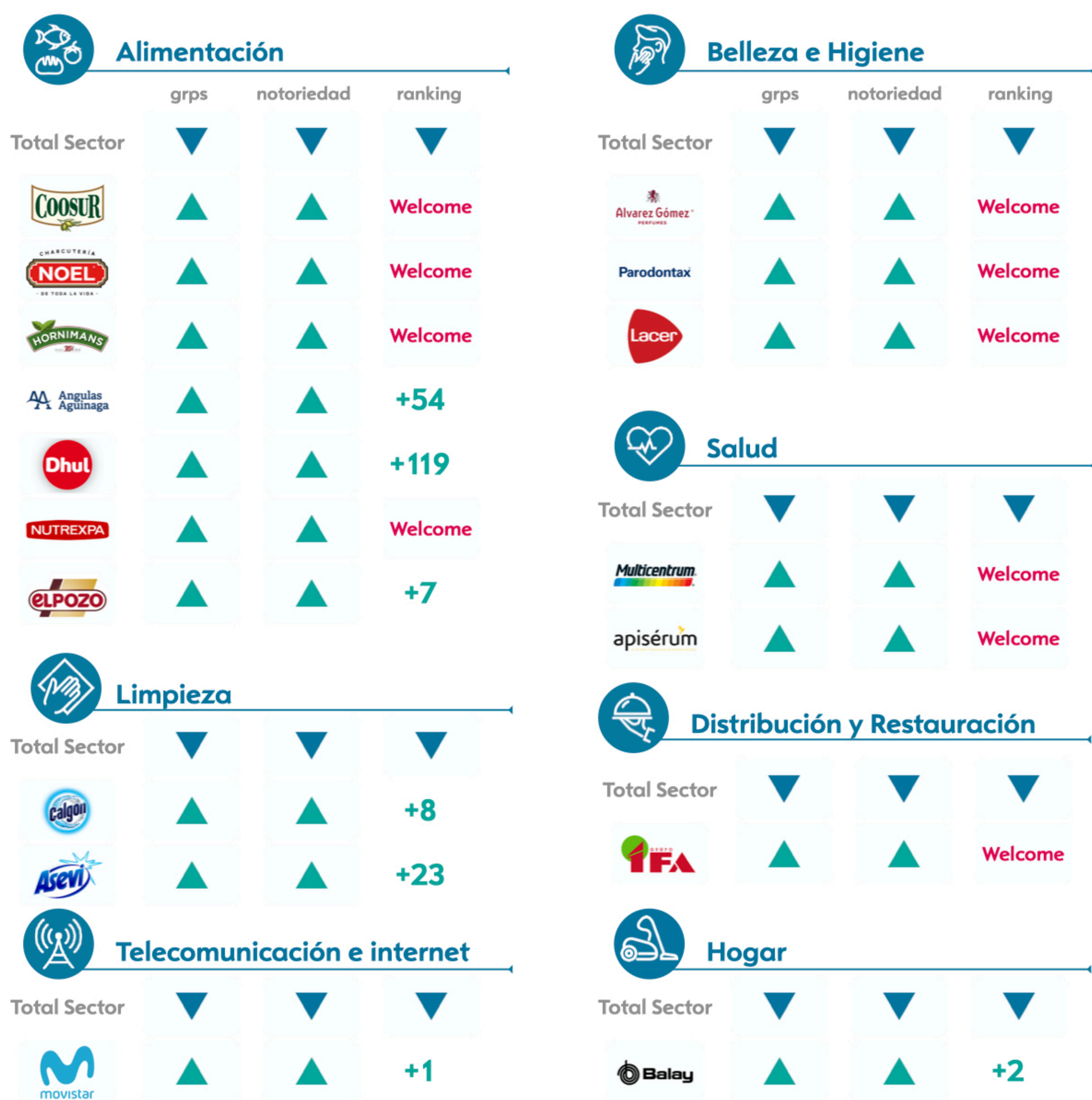
Mantienen o crecen : campañas de +200 GRPs reducen -50grps o aumentan vs semanas anteriores

Bajan: campañas de +200 GRPs reducen -100 grp's vs semanas anteriores

Dejan de comunicar: Campañas de +200 GRPs en semanas anteriores sin presencia en 3 últimas semanas

Fte. Instar Analytics del 24/02-15/03/2020 Vs 6-26/04/2020, GRP20 AD PyB (Kantar), Notoriedad Ind+14 PyB (IOPE)

Marcas contra la tendencia del sector



Fte. Instar Analytics del 24/02-15/03/2020 Vs 6-26/04/2020, GRP20 AD PyB (Kantar), Notoriedad Ind+14 PyB (IOPE)

