

**Un evento de brillante perfil comercial con excelente acogida del mercado**  
**SAMSUNG, LA CAIXA, ENDESA, VODAFONE y SAN MIGUEL o,o**  
**APUESTAN POR EL EUROBASKET EN MEDIASET ESPAÑA CON**  
**PROYECTOS DE COMUNICACIÓN 360º EN TV, INTERNET, REDES**  
**SOCIALES E IWALL**

- La política comercial de Publiespaña para este evento deportivo ha recibido el apoyo del mercado tanto en publicidad convencional como Iniciativas Especiales, con estos cinco clientes como exponentes de la creciente apuesta de los anunciantes por propuestas integradas con presencia en todos los soportes de Mediaset España
- Módulos “hiQuality” en cada cuarto de partido, “Spots de Oro” en los pitidos de inicio, fin y tiempos muertos y el módulo “Classic Spot” para los bloques del previo, intermedio y final con algunas de las fórmulas publicitarias contratadas por los clientes
- En Iniciativas Especiales Publiespaña ha desplegado para el Eurobasket sobreimpresiones en cada uno de los cuartos, telepromociones y patrocinios combinados de TV, *online* y *mobile*
- Todos ellos han confiado en la cobertura adicional que ofrecen las *webs* de Cuatro y Energy -que emitirán 48 partidos, entre ellos todos los de la Selección Española-, Mitele.es y el *site* específico sobre Eurobasket
- En Internet, Publiespaña va a desarrollar hasta cuatro acciones especiales *online*: la cuenta atrás “Vuelve la NBA”, el concurso “La canasta imposible”; mensajes de apoyo patrocinados en “Todos con la NBA” y de agradecimiento en “Gracias España”
- Por primera vez en la historia del campeonato, el baloncesto se jugará a través de nuevas canchas, las que ofrecen las 68 pantallas del circuito iWall en 23 centros comerciales de Madrid, Barcelona y Valencia, donde también tendrán presencia los patrocinadores oficiales

El mercado ha respondido a la política comercial presentada por Publiespaña para uno de los eventos más destacados a nivel deportivo a punto de dar comienzo: **Samsung, La Caixa, Endesa, Vodafone y San Miguel o,o** serán los principales anunciantes vinculados al Campeonato de Europa de Baloncesto que Mediaset España ofrecerá de forma exclusiva desde Eslovenia del 4 al 22 de septiembre.

Estos cinco clientes no sólo han apostado por el patrocinio del contenido sino que además **llevarán a cabo campañas de comunicación 360º con presencia en todos los soportes que contempla la oferta comercial de Mediaset España**, con propuestas de publicidad convencional e iniciativas especiales en televisión, acciones

exclusivas *online* en las *webs* de los canales que ofrecerán el campeonato -Cuatro y Energy, así como la plataforma Mitele- y la cobertura adicional que otorga el circuito exterior de pantallas iWall.

**“Módulos hiQuality”, “Spots de Oro” y la opción “Classic Spot”, una oferta convencional enriquecida con patrocinios, sobreimpresiones y telepromociones en el catálogo de Iniciativas Especiales**

En tan sólo 19 días, 24 selecciones lucharán por los puestos del medallero en esta competición en la que se disputarán 90 partidos. Los canales de Mediaset Sport Cuatro y Energy, así como la plataforma de contenidos *online* Mitele.es, ofrecerán 48 encuentros en directo: Cuatro emitirá todos los partidos de la Selección Española y Energy hará lo propio con el resto de equipos, eligiendo el mejor choque de cada horario.

Las campañas de Samsung, La Caixa, Endesa, Vodafone y San Miguel o, o tendrán presencia en los distintos módulos creados por Publiespaña para televisión:

- **“Módulo hiQuality”**: bloques de 4 spots como máximo entre el primer y segundo cuarto y el tercer y cuarto cuarto de partido.
- **“Módulo Classic Spot”**: para los bloques convencionales previos, posteriores y de los intermedios de cada encuentro.
- **“Spots de Oro”**: Bloques publicitarios con un único ‘spot’, justo antes del pitido inicial, al acabar el partido y durante los tiempos muertos.



Con acciones de Iniciativas Especial que incluyen **sobreimpresiones** en cada uno de los cuartos, **telepromociones** y **patrocinios** combinados de TV, *online* y *mobile*.

**Acciones especiales *online* y una sólida oferta convencional en las webs de Cuatro, Energy, Mitele y el site específico sobre Eurobasket**

Estos clientes han apostado además por su presencia en las *webs* de Cuatro y Energy, Mitele.es y el *site* específico sobre Eurobasket con las que Mediaset.es otorga una cobertura adicional a la de la televisión. En ellas contempla una **oferta *online* convencional con opciones de patrocinio de distinto grado denominadas “Triple”, “Mate” y “Tiro Libre”** en Internet y *mobile* con adaptación del *look&feel* de cada diseño.

Además, Publiespaña va a poner en marcha cuatro acciones especiales *online*:



CUENTA ATRÁS:  
"VUELVE LA ÑBA"

"Vuelve la ÑBA", una cuenta atrás del inicio del evento con una capacidad de

prescripción de hasta tres anunciantes. Diez días antes del arranque del Eurobasket, un *flow up* rotará por los diversos *sites* de Mediaset anunciando los días que faltan para el debut de España.

"La canasta imposible", un concurso del 4 al 22 de septiembre para que los



CONCURSO:  
"LA CANASTA IMPOSIBLE"

usuarios suban al *microsite* de esta iniciativa y compartan en redes sociales el tanto más inverosímil que han encestado. La canasta más original disfrutará del premio que el anunciante asociado a esta acción decida entregar.



ACCIÓN:  
"TODOS CON LA Ñ"

"Todos con la Ñ", donde hasta tres anunciantes podrán vincularse a mensajes de

apoyo a *La Roja* durante los 18 días del torneo en todos los desarrollos *web* de Mediaset.

Igualmente, en "Gracias España", durante los siete días posteriores al final del



ACCIÓN:  
"GRACIAS ESPAÑA"

Eurobasket hasta tres anunciantes podrán unir su marca a mensajes de agradecimiento a la Selección Española a través de *flow up* con rotación en las webs de Mediaset España.

### El circuito iWall, cobertura adicional para campañas 360º

Además, por primera vez en la historia del campeonato, el baloncesto se jugará a través de nuevas canchas, las que ofrecen la red de soportes de televisión *outdoor* digital del circuito iWall. Un total de 68 pantallas repartidas en 23 centros comerciales de Madrid, Barcelona y Valencia, 6 de ellas de gran formato con tecnología LED, con capacidad de impactar en una afluencia estimada de 10 millones de visitantes.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET *españa.*



@mediasetcom