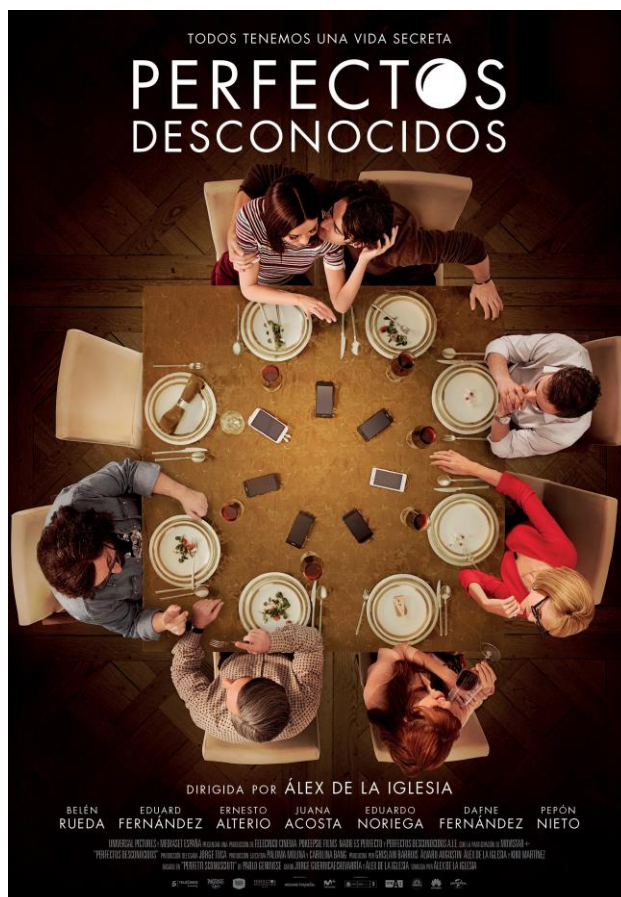


Estreno en cines el 1 de diciembre

**MEDIASET ESPAÑA ALCANZA UN ACUERDO
COMERCIAL CON HUAWEI, MARQUÉS DE VARGAS
Y SILESTONE BY COSENTINO, PRESENTES A
TRAVÉS DE *PRODUCT PLACEMENT* EN
“PERFECTOS DESCONOCIDOS”**

El acuerdo con Huawei incluye además una completa campaña de acciones promocionales en el preestreno de la película en Madrid, en el entorno *online* y en redes sociales



Madrid, 21 de noviembre de 2017. **Mediaset España**, a través de su área Comercial y de Producto Editorial, ha alcanzado acuerdos comerciales con **Huawei**, **Marqués de Vargas** y **Silestone by Cosentino**, marcas que se integrarán mediante diferentes inserciones de *product placement* en la trama central de **PERFECTOS DESCONOCIDOS**, película dirigida por **Álex de la Iglesia** que se estrenará en cines el próximo 1 de diciembre.

Este acuerdo en torno a la película protagonizada por **Ernesto Alterio**, **Juana Acosta**, **Eduard Fernández**, **Dafne Fernández**, **Eduardo Noriega**, **Belén Rueda** y **Pepón Nieto**, se ha visto ampliado en el caso de la tecnológica Huawei con una **completa campaña de acciones promocionales**, que incluye la presencia destacada de la marca en el preestreno de la película en Madrid el próximo 28 de noviembre y toda una serie de iniciativas en el entorno online y en redes sociales.

Para **Ana Bustamante**, responsable de la Dirección Comercial y de Producto Editorial de Mediaset España, *“siempre que iniciamos el desarrollo de proyectos de la envergadura y la proyección de películas como PERFECTOS DESCONOCIDOS, estudiamos posibles alianzas comerciales con nuestros anunciantes de cine para ofrecerles acciones globales capaces de establecer un vínculo con la película y sus espectadores, más allá de la mera presencia de un producto como elemento decorativo.*

En esta ocasión, con un guion donde el teléfono móvil de cada personaje alcanza un protagonismo mayúsculo y que conjuga una trama que transcurre en una reunión de amigos entre copas de vino alrededor de una mesa y una encimera de cocina, tuvimos claro desde el primer momento que era la oportunidad ideal para involucrar a tres grandes referencias como Huawei, Marqués de Vargas y Silestone by Consentino.

A partir de ahí fue facilísimo alcanzar su integración de esta manera tan natural, formando parte de las tramas en una asociación perfecta de contenido y marca que sin duda va a generar notoriedad, un refuerzo de sus posicionamientos y que les va a permitir llegar a sus públicos objetivos a través de las salas de cine y del resto de ventanas de distribución que explotarán posteriormente la película.

Además, en el caso de Huawei, esta asociación se ha prolongado de manera orgánica en las diferentes acciones de comunicación que acompañan a la película, con diferentes iniciativas promocionales en el entorno digital y redes sociales, mediante concursos y una serie de acciones vinculadas al gran evento que supondrá su preestreno en la Gran Vía de Madrid”

El teléfono, uno de los protagonistas del filme a través de uno de los terminales móviles más modernos de Huawei

Huawei, multinacional tecnológica líder en el mercado de smartphones en España, está **presente en la película a través de uno de sus últimos modelos de dispositivo móvil** que, utilizados por los personajes principales de la trama, acaban convirtiéndose en uno de los protagonistas esenciales del filme.



Por otro lado, el equipo de la película y la compañía han diseñado una **campana de acciones promocionales y de patrocinio en torno al estreno del filme**, integrada por una **destacada presencia de la marca en la premier** a través de su inclusión en todos los soportes físicos que rodearán la alfombra roja y el photocall, por el que pasarán numerosos invitados VIP del mundo del espectáculo, la cultura, la moda, el deporte y la televisión. Además, ha desarrollado una serie de **iniciativas en el entorno digital y en las redes sociales**, con interacciones con sus usuarios a través de acciones de *advergaming*, sorteos y concursos destinados a promocionar ambas marcas de forma conjunta a través de sus *hashtag* más representativos: #PerfectosDesconocidos y #LocurasInteligentes.

Pablo Wang, director general de Huawei Consumo en España, afirma que *“el smartphone se ha convertido en un elemento imprescindible en nuestro día a día y ha cambiado la manera en la que nos comunicamos y nos relacionamos con el mundo. En Huawei trabajamos día a día en el desarrollo de dispositivos que se adapten al estilo de vida dinámico de los consumidores y a través de los cuales puedan expresar su personalidad. En ese sentido, para nosotros es un honor formar parte de la primera película en la que el smartphone se integra como un protagonista más, fundiéndose en la trama. Agradecemos el apoyo recibido por parte de todo el equipo que ha hecho posible que este proyecto salga adelante”*.

Marqués de Vargas y Silestone by Cosentino, también se vinculan al nuevo filme de Álex de la Iglesia



Por su parte, **Bodegas y Viñedos del Marqués de Vargas**, sólido proyecto familiar asentado en tres denominaciones de origen de gran prestigio, Rioja, Ribera del Duero y Rías Baixas, donde producen ediciones limitadas de vinos exclusivos de alta gama elaborados con uvas procedentes de sus propios viñedos, **participa en la trama de la película a través de uno de sus caldos más emblemáticos**, un vino que acompaña la cena que los protagonistas degustan mientras ponen a prueba sus relaciones a través del juego en el que deciden ser partícipes.

Según reconoce **Pelayo de la Mata**, XI Marqués de Vargas y propietario de la bodega, *“para Marqués de Vargas es un honor compartir mesa con este gran elenco de actores. Gracias a Álex de la Iglesia, nuestro Reserva es testigo de los secretos que se revelan en una noche mágica. Es sin duda el estreno del año, y Marqués de Vargas no podía faltar a la cita”*. Marqués de Vargas también formará parte de las actividades previstas para la gran noche del preestreno del

filme en Madrid, con un set de la marca instalado en la fiesta posterior a este pase exclusivo de la película.



Por último, **Silestone by Cosentino**, marca líder de encimeras de cuarzo para baño y cocina a través de la creación de marcas de referencia en los mercados globales, ha integrado uno de sus productos estrella en la escenografía de una de las localizaciones centrales de la película.

“Para una marca como Silestone by Cosentino, presente en millones de cocinas en los cinco continentes, era de sumo interés formar parte del espacio esencial del hábitat donde transcurre esta película, la cocina, y hacerlo con un toque de color, de pasión y elegancia”, señala **Santiago Alfonso**, director de Marketing y Comunicación.

PERFECTOS DESCONOCIDOS es una producción de **Telecinco Cinema, Pokeepsie Films y Nadie es Perfecto**, con la participación de **Mediaset España y Movistar +** y la distribución de **Universal Pictures International Spain**.

Enlace al tráiler:

<https://youtu.be/53SVAqOPS0E>

SINOPSIS

Noche de verano, noche de luna llena... y noche de eclipse. Para disfrutar del espectáculo, cuatro parejas se reúnen en torno a una mesa para cenar, beber... y olvidar sus pequeños problemas por un rato. Una noche mágica, de amistad y risas... o eso es lo que todos esperan, hasta que de pronto surge la idea. ¿Por qué no hacer algo distinto, jugar a un juego? ¿Qué pasaría si se dejasen los móviles encima de la mesa, al alcance de todos? Llamadas, SMS, Whatsapps, notificaciones de Instagram o Facebook, vidas enteras compartidas al instante por todo el mundo. ¿Un juego inocente o una propuesta peligrosa? ¿Podrá soportar el grupo de amigos semejante grado de sinceridad, aunque sólo sea por un tiempo?

Puedes descargar el material promocional en nuestra área de prensa:

www.dypcomunicacion.com

<http://dypcomunicacion.com/prensa/perfectos-desconocidos/>

<http://intranet.dypcomunicacion.com/wp-login.php>

Usuario: dyp@dypcomunicacion.com

Password: prensadyp

Y también en www.upimedia.com

DYP COMUNICACIÓN

Teléfono: 91 521 70 94

www.dypcomunicacion.com

División de Comunicación de Mediaset España / Telecinco Cinema

Cristina Ocaña – cocana@mediaset.es Tel. 91 396 67 90

David Alegrete – dalegrete@mediaset.es Tel. 91 395 92 58