

Madrid, 28 de enero de 2014

El próximo 14 de febrero,

MEDIASET ESPAÑA RELANZA LA SIETE COMO UN CANAL DE TELENÓVELAS Y LLEVA A CABO UN *REBRANDING* DE SU IMAGEN CON EL CLAIM “SIENTE EL LATIDO. SIENTE LA SIETE”

- **Dirigido a un público amplio de mujeres de entre 18 y más de 55 años, La Siete explorará todos los géneros de la telenovela actual con el estreno en España de producciones de calidad que ahondan en nuevas temáticas como el suspense y la intriga, la acción, las aventuras y las historias basadas en hechos reales**
- **Completará su programación una batería de telenovelas clásicas de corte tradicional, títulos de época, romances y dramas ya consagrados en nuestro país**
- **El logotipo del canal evolucionará para integrar un nuevo elemento a su imagen: un corazón, símbolo universal del amor y los sentimientos, con el dorado, el rojo y el magenta como nueva gama cromática en la paleta de canales de Mediaset España**
- **El canal Nueve pasará a albergar en su programación los contenidos de mayor éxito de Telecinco y Cuatro**

Historias de calidad con factura internacional, tramas adaptadas a la sociedad actual, sentimientos dibujados en personajes modernos, antihéroes de hoy día y heroínas del siglo XXI, grandes clásicos de la ficción en tira diaria, producciones de época, *thrillers*, dramas y romances se sucederán en La Siete, canal de Mediaset España que el próximo 14 de febrero, día de los enamorados, renacerá como un canal exclusivo de telenovelas.

La cadena estrenará producciones inéditas en nuestro país junto a una selección de títulos ya consagrados por el público en una serie de reposiciones de algunos de grandes clásicos del género.

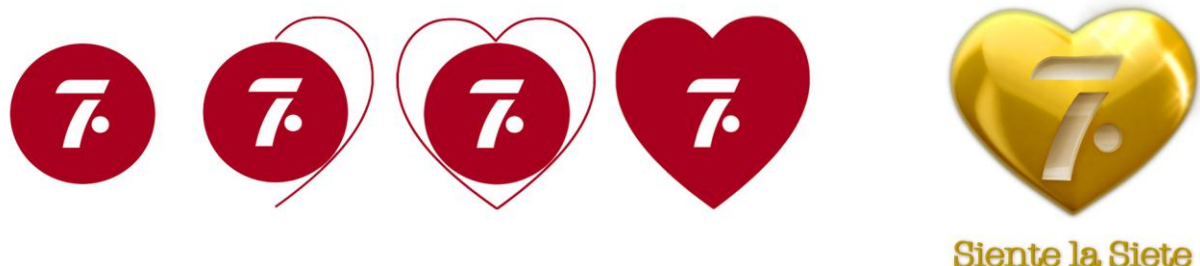
Bajo una propuesta de valor añadido, La Siete explorará con su nueva oferta todas las opciones de la telenovela actual, dando un giro en los formatos y una oportunidad a la innovación temática. Para ello, el canal ofrecerá nuevos géneros como el suspense y la intriga, la acción y las aventuras, así como historias basadas en hechos reales, junto a títulos articulados en torno a tramas tradicionales.

Una programación dispuesta a satisfacer los gustos de los tres tipos de públicos femeninos identificados por Mediaset España como *core targets* de La Siete: mujeres jóvenes de 18 a 35 años, a quienes dirigirá telenovelas contemporáneas, atrevidas y rompedoras; mujeres de 25 a 45 años, fieles a *thrillers*, romances y telenovelas de mayor acción, y mujeres a partir de 45 años, para quienes la cadena ofrecerá una cuidada selección de títulos clásicos de corte tradicional, dramas y series de época y de corte histórico.

Por su parte Nueve, el último canal lanzado por Mediaset España el pasado 2 de enero de 2013, pasará a albergar en su programación los contenidos de mayor éxito de los canales principales del grupo, Telecinco y Cuatro.

La Siete renueva su imagen corporativa y renace arropada por un nuevo claim: “Siente el latido. Siente La Siete”

Cambian sus contenidos, cambia su *target* y cambia su imagen. El 14 de febrero, día de San Valentín, el logotipo del canal integrará un nuevo elemento en su imagen: un corazón, símbolo universal del amor, como forma de representar una parrilla de contenidos fuertemente ligada a los sentimientos y las emociones.



Este nuevo elemento, con volumen y latido en su desarrollo *on air*, introducirá al canal en una nueva gama cromática protagonizada por el dorado, el rojo y el magenta como elemento diferenciador respecto a otros canales. Estos tonos se sucederán en la imagen corporativa en antena de La Siete en función del tipo de telenovela al que acompañen, con la aplicación de diferentes pieles y texturas con las que pretende innovar y crear elementos dinámicos capaces de llamar la atención de los espectadores.

GABINETE DE PRENSA
MEDIASETespaña.



 @mediasetcom