



Madrid, 10 de febrero de 2014

## **MEDIASET ESPAÑA PREPARA “ENERGY SNOW LOMANA & FRIENDS”, FORMATO DE PRODUCCIÓN PROPIA PARA ENERGY CREADO POR IT QUE MOSTRARÁ LOS RETOS EXTREMOS DE UN GRUPO DE ESQUIADORES CAPITANEADOS POR RAFA LOMANA**

- El *docurreality* mostrará la convivencia y el espíritu de superación de un grupo de seis participantes de diferentes niveles de conocimiento del mundo de la nieve en el Vall D’Aran del Pirineo ilderdense, donde practicarán deportes de invierno de gran espectacularidad como *freeride*
- G. Silvestroni, director general de IT: *“Energy Snow es una apuesta de IT dirigida a ganar un público joven, atrevido y amante de la nieve. Lo hacemos de la mano de nuestro patrocinador principal ‘Verti’ seguros, cuya campaña de comunicación siempre se ha distinguido por ser fresca, joven y rompedora, es el patrocinador perfecto para un programa así”*
- Rafa Lomana, jefe de la expedición: *“Vamos a hacer un programa a la medida del canal, queremos plasmar la aventura e inculcar los valores de la montaña”*
- “Energy Snow Lomana & Friends” es el primer programa del canal masculino de Mediaset España dedicado al mundo de la nieve que completa el catálogo deportivo del canal

Esquí extremo, supervivencia y temperaturas bajo cero: **un grupo de especialistas del mundo de la nieve liderados por el aventurero Rafa Lomana convivirán en el Val D’Aran para llevar a cabo retos extremos espectaculares** a lo largo y ancho de los Pirineos. Este es el reto que emprende “Energy Snow Lomana & Friends”, formato de producción propia para Energy diseñado por IT (Integración Transmedia), empresa filial de Publiespaña, en colaboración con MVM Producciones que esta semana inicia su grabación.

Seis participantes de diferentes niveles de conocimiento del deporte de invierno, con Rafa Lomana a la cabeza, interactuarán con los personajes más variopintos de esquí durante la temporada de nieve. En cada una de las entregas de este *docurreality*, los protagonistas aprenderán técnicas de rescate extremo, **practicarán freeride** -esquí fuera de pista- en los rincones más espectaculares e inhóspitos de la estación del Val D’Aran, del Pirineo ilderdense.

El programa, que ofrecerá imágenes aéreas de gran belleza y espectacularidad tomadas desde un helicóptero, transmitirá los valores de la montaña, el compañerismo, el disfrute de la naturaleza y la superación.

*“Energy Snow es una apuesta de IT dirigida a ganar un público joven, atrevido y amante de la nieve. Lo hacemos de la mano de nuestro patrocinador principal ‘Verti’ seguros, cuya campaña de comunicación siempre se ha distinguido por ser fresca, joven y rompedora, es el patrocinador perfecto para un programa así”,* explica G. Silvestroni, director general de IT.

*“Vamos a hacer un programa a la medida de Energy, queremos plasmar la aventura e inculcar los valores de la montaña a través de un formato de entretenimiento en el que aparecerán buenas imágenes, buenos paisajes y buenas bajadas. En ‘Energy Snow’ mostraremos la importancia del esfuerzo y la superación ante situaciones comprometidas”,* asegura **Rafa Lomana**, *“aunque no vamos a cometer imprudencias, vamos a pasárnoslo bien y sacar lo mejor de nosotros mismos”,* aclara.

Como líder de la expedición, *“una de mis funciones será sacar lo mejor de cada uno de los participantes, motivarlos para que den el máximo posible. Tienen que descubrir que su límite está más allá de lo que cada uno piensa”,* dice el aventurero.

#### **Formato de producción propia que viene a reforzar el ADN deportivo del canal**

**“Energy Snow Lomana & Friends”** es el primer programa del canal masculino de Mediaset España dedicado al mundo de la nieve destinado a satisfacer las necesidades de un público masculino, joven (15-45 años) y urbano. De esta forma, Energy refuerza su ADN deportivo sumando este contenido adicional a su contenedor temático Energy Sport, en el que ya se incluyen disciplinas deportivas como el fútbol, baloncesto, tenis, fútbol sala o motociclismo, entre otros.

Energy, que ha cerrado 2013 con un 2,5% en su *core target* -hombres de 25 a 44 años-, superando por un punto a su inmediato competidor, Nitro (1,5%), continúa su apuesta por una renovación de su imagen y de sus contenidos como los estrenos de nuevos *factuals*, acciones especiales temáticas y contenedores que incluyen *docurrealities* y series.

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.



 @mediasetcom