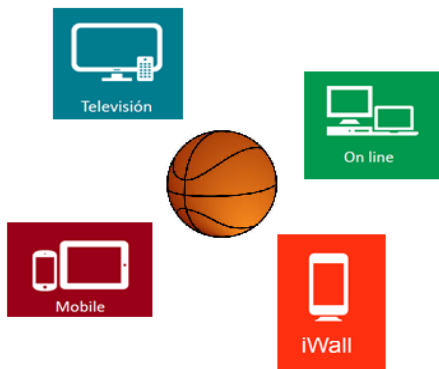


Madrid, 22 de julio de 2013

Una oferta multipantalla que permite crear proyectos de comunicación 360º
PUBLIESPAÑA LANZA LA POLÍTICA COMERCIAL DEL EUROBASKET CON BLOQUES HQ, "SPOTS DE ORO", INICIATIVAS ESPECIALES, ACCIONES ONLINE EXCLUSIVAS CON VIRALIDAD EN REDES SOCIALES Y EL APOYO ADICIONAL DEL CIRCUITO IWALL

- 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 constituyen la oferta convencional de televisión
- En Iniciativas Especiales Publiespaña despliega un amplio catálogo donde destacan sobreimpresiones en cada uno de los cuartos, telepromociones y patrocinios combinados de TV, *online* y *mobile*
- Las webs de Cuatro y Energy -cadenas que ofrecerán un total de 48 partidos, entre ellos todos los de la Selección Española-, Mitele.es y el *site* específico sobre Eurobasket que Mediaset.es lanzará en septiembre ofrecerán al anunciante una cobertura adicional a la de la televisión
- Para ello, la compañía desarrollará las acciones especiales *online* "Vuelve la NBA", una cuenta atrás del inicio del evento con una capacidad de prescripción de hasta 3 anunciantes; el concurso "La canasta imposible" para que los usuarios suban y compartan en redes sociales el tanto más inverosímil que han encestado; mensajes de apoyo a la Selección patrocinados en "Todos con la N" y de agradecimiento en la semana posterior al fin del Eurobasket 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
- Los encuentros disputados por la Selección Española alcanzaron un seguimiento medio de 1.847.000 espectadores y un 14,6% de *share* durante el Eurobasket 2011, un evento caracterizado por su excelente perfil de espectadores "hombres comerciales", segmento de alta demanda por los anunciantes

La llegada de septiembre traerá consigo el arranque de uno de los eventos más destacados del calendario deportivo de Mediaset España, el Campeonato de Europa de Baloncesto. Del 4 al 22 de septiembre la Selección Española intentará conseguir en Eslovenia su tercera Eurocopa consecutiva, y con ella Publiespaña abrirá a todos los anunciantes un escaparate comercial de excelente perfil a través de una oferta multipantalla capaz de generar proyectos de comunicación 360º con presencia en televisión, internet, redes sociales y el circuito exterior iWall.



Para ofrecer el mejor producto posible a cada anunciante en función de sus necesidades, la concesionaria publicitaria de Mediaset ha presentado al mercado una política comercial específica para el Eurobasket. En ella contempla infinitas opciones de comunicación con propuestas altamente eficaces a través de publicidad convencional e iniciativas especiales en televisión, acciones exclusivas *online* en las *webs* de los canales que ofrecerán

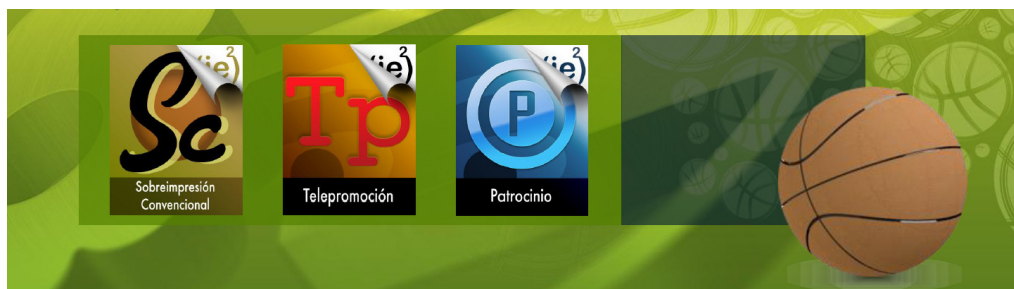
el campeonato -Cuatro y Energy, así como la plataforma Mitele- y la cobertura adicional que otorga el circuito de pantallas de última generación de que dispone en destacados centros comerciales.

“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.

Para estas retransmisiones, la Política Comercial incluye una variada oferta convencional con las siguientes opciones:

- **“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”**: justo antes del pitido inicial, al acabar el partido y durante los tiempos muertos.



Todas ellas pueden enriquecerse además con un amplio abanico de Iniciativas Especial es donde destacan **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

Las webs de Cuatro y Energy, Mitele.es y el site específico sobre Eurobasket que Mediaset.es lanzará en septiembre ofrecerán al anunciante una cobertura adicional a la de la televisión. Para conseguirlo, además de su sólida oferta **online convencional**, que incluye las opciones de patrocinio de distinto grado denominadas "Triple", "Mate" y "Tiro Libre" en Internet y *mobile* con la posibilidad de adaptación del *look&feel* de cada diseño, la compañía desarrollará 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.

El Eurobasket, un destacado evento deportivo de excelente perfil masculino

Los encuentros disputados por la Selección Española alcanzaron un seguimiento medio de 1.847.000 espectadores y un 14,6% de *share* durante el Eurobasket 2011, un evento caracterizado por su excelente perfil de espectadores “hombres comerciales” (hombres de 25 a 54 años de todas las clases sociales excepto la baja y residentes en núcleos de población de más de 50.000 habitantes), segmento de alta demanda comercial donde el Eurobasket alcanza un 29% de *share*.

La final disputada por las Selecciones de España y Francia en el pasado campeonato alcanzó el record de *share* con un 47,5% de *share* y un destacado 31,4% de cuota en este demandado segmento de público por parte de los anunciantes.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



 @mediasetcom