

Madrid, 11 de septiembre de 2023

Alessandro Salem presenta una nueva Telecinco con una potente campaña que arranca esta noche con un *spot* dirigido por los hermanos Caballero

Con el *claim* ‘Telecinco. Contigo siempre’, la campaña tiene como eje conceptual la capacidad de la nueva programación de Telecinco de convertirse en la mejor compañía para los espectadores y de reunir a todo tipo de *targets* en torno a la televisión. El elemento vertebrador es un *spot* dirigido y rodado por Alberto y Laura Caballero que se estrena esta noche en *simulcast* en todos los canales de Mediaset España.

La campaña cuenta con un amplio despliegue de desarrollos complementarios para publicidad exterior en Madrid, Sevilla, Málaga, Valencia y Alicante, en medios de comunicación, en redes sociales y en centros comerciales.

Ana Rosa Quintana (‘TardeAR’), Jorge Javier Vázquez (‘Cuentos Chinos’), Ana Terradillos (‘La Mirada Crítica’) y Joaquín Prat (‘Vamos a ver’); Marta Flich y Ion Aramendi (‘GH VIP’); y Carlos Sobera (‘El musical de tu vida’) participan también en las piezas y creatividades creadas en colaboración con la agencia Equmedia en torno a una nueva programación variada y plural, basada en el entretenimiento, la información y el directo.

La nueva Telecinco ya está en marcha. Coincidiendo con el arranque de la temporada televisiva y tras meses de trabajo centrados en el diseño y producción de una renovada propuesta de contenidos, **Alessandro Salem**, consejero delegado de Mediaset España, ha presentado esta mañana en un evento celebrado en el Teatro Real de Madrid la nueva etapa de la cadena. Una nueva era que llega con **importantes novedades de programación en todas sus franjas**, que incluyen la apertura de una nueva ventana de contenido en el **access prime time**, y con el lanzamiento de una **potente campaña de imagen** dirigida a poner en valor la **capacidad de su parrilla para acompañar a la audiencia y reunir a toda la familia en torno a la televisión.**

Con el *claim* ‘Telecinco. Contigo siempre’ como eje conceptual, la campaña tiene como elemento vertebrador un **spot dirigido y rodado por dos de los grandes referentes de la producción de ficción en nuestro país, Alberto y Laura Caballero**, que será estrenado **esta noche en prime time y en simulcast** en todos los canales del grupo: Telecinco, Cuatro, FDF, Boing, Divinity, Energy y Be Mad.

Telecinco como punto de reunión para toda la familia

El spot principal de 'Telecinco. Contigo siempre' refuerza el **posicionamiento de la cadena como eje de la unidad familiar** y aglutinador de los diferentes *targets*, especialmente de los que cobran un mayor valor para los anunciantes, en torno a una oferta de contenidos para todo tipo de públicos.

Con sus grandes novedades y presentadores también como protagonistas

El spot, con diferentes versiones y duraciones, comenzará a emitirse en todos los canales del grupo a partir de hoy y ha servido de inspiración a toda una serie de **desarrollos gráficos y audiovisuales complementarios** diseñados por la agencia Equmedia, que trasladarán la campaña más allá de la pantalla para estar presente también en otros soportes como **publicidad exterior en puntos clave de grandes ciudades como Madrid, Sevilla, Málaga, Valencia y Alicante, medios de comunicación, redes sociales** y el circuito iWall de mupis ubicados en **centros comerciales**.

Unos desarrollos en los que cobran especial protagonismo siete de los principales presentadores de Telecinco y los espacios que conducirán esta temporada en la cadena: **Ana Rosa Quintana** ('TardeAR'), **Jorge Javier Vázquez** ('Cuentos Chinos'), **Ana Terradillos** ('La Mirada Crítica'), **Joaquín Prat** ('Vamos a ver'); **Marta Flich y Ion Aramendi** ('GH VIP'); y **Carlos Sobera** ('El musical de tu vida').

Máxima cobertura y notoriedad

Además de su emisión en televisión y en los soportes digitales de Mediaset España, la campaña ampliará su cobertura y notoriedad con la presencia de las creatividades alternativas al spot principal en:

- **Publicidad exterior**, con la emisión de diferentes piezas en las **pantallas digitales de los Cines Callao y de los principales teatros de la Gran Vía de Madrid; lonas de gran tamaño** ubicadas en lugares céntricos y con gran afluencia de la capital, **Málaga, Valencia, Sevilla y Alicante**; y con casi 70 **autobuses de transporte público customizados**.
- **Medios de comunicación digitales**, con inversión en los principales *sites* de información general, especializados en televisión y sector audiovisual, *lifestyle* y femeninos de nuestro país, además de la emisión de cuñas de **radio**, en forma de **divertidas conversaciones telefónicas entre** los presentadores que protagonizan la campaña.
- **Redes sociales**, con desarrollos específicos de post, reels y stories adaptados a Instagram, Facebook, TikTok, Youtube, Spotify y X (Twitter).
- **Centros comerciales**, a través de más de 660 pantallas del circuito iWall de mupis que gestiona Publiespaña, ubicadas en 41 centros comerciales de 18 provincias españolas.

Una programación variada y plural, basada en el entretenimiento, la información y el directo

Realities, concursos, magazines, *talent shows*, musicales, programas de actualidad, información e investigación, deportes, series de ficción y el mejor cine de estreno configuran una **nueva parrilla de programación variada y plural, basada en el entretenimiento, la información y el directo**, con el objetivo de convertirse en la mejor compañía de los espectadores de la mañana a la noche.

‘**La mirada crítica**’, con Ana Terradillos, y ‘**Vamos a ver**’, con Joaquín Prat, en la mañana; ‘**TardeAR**’, con Ana Rosa Quintana, y ‘**Cuentos Chinos**’, con Jorge Javier Vázquez, en tarde y el *access prime time*, respectivamente; y ‘**GH VIP**’, con Marta Flich y Ion Aramendi; ‘**El musical de tu vida**’, con Carlos Sobera; y nuevas temporadas de ‘**Got Talent España**’, con Santi Millán, ‘**Entrevías**’ y ‘**La que se avecina**’ en el *prime time*, entre otros, son las principales novedades con las que arranca esta nueva etapa en la cadena.