

Madrid, 17 de mayo de 2018

Mediaset España y Ford implementan el uso de la realidad virtual en los formatos publicitarios con una innovadora acción en Telecinco

- Este formato publicitario, pionero en Mediaset España, está desarrollado conjuntamente por Mindshare y GTB y aparecerá hoy durante la emisión en *prime time* de 'El Tiempo', el espacio de información meteorológica de la cadena, e irá vinculado al Ford Fiesta Active, nuevo crossover de la marca
- A través de esta acción, el nuevo modelo irrumpirá en pantalla mientras las condiciones meteorológicas que le rodean cambian, destacando el selector de modo de conducción del vehículo, el principal valor diferencial del coche
- Con este lanzamiento, Publiespaña da un nuevo paso adelante en su firme compromiso de ofrecer la máxima notoriedad a las campañas publicitarias de sus clientes, con la utilización de nuevas tecnologías que permitan una mayor integración de las iniciativas especiales en sus programas, conducidos por un plantel de presentadores y colaboradores con un elevado poder de prescripción

Mediaset España y Ford han implementado un nuevo uso de la **realidad virtual** en los formatos publicitarios con una **innovadora y pionera acción** que se emite hoy en la edición de *prime time* de 'El Tiempo' en **Telecinco** y que estará vinculada al **Ford Fiesta Active**, el nuevo *crossover* de la marca.

Desarrollada conjuntamente por las agencias Mindshare y GTB, esta iniciativa especial acercará a los espectadores de un modo completamente novedoso el **principal valor diferencial del nuevo modelo de la marca**, su selector de modo de conducción que le permite ajustar el rendimiento a las diferentes circunstancias ambientales y de la carretera para ofrecer las mejores prestaciones posibles. De este modo y en un momento determinado del espacio de información meteorológica de la cadena líder de audiencia, el **nuevo Ford Fiesta Active irrumpe en pantalla rodando bajo unas condiciones climatológicas virtualmente cambiantes** -nieve, lluvia, sol...-, destacando su amplia capacidad de adaptación a diferentes entornos a través de este selector de modo.

Con esta iniciativa, que se producirá cada jueves del mes de mayo en el mismo espacio de Telecinco, Mediaset España, a través de Publiespaña, sigue dando nuevos pasos adelante en su **firme compromiso por ofrecer los mayores niveles de notoriedad y recuerdo posibles** a las campañas de sus clientes. Para ello, la compañía lleva a cabo la implementación de nuevas tecnologías como esta, que permiten una

mayor integración de las iniciativas especiales en sus programas, conducidos por un plantel de presentadores y colaboradores con gran poder de prescripción. Ambos factores otorgan a sus iniciativas especiales unos niveles de recuerdo que duplican los de su principal competidor (Fuente: CIMEC).

Mediaset España estrena con el nuevo crossover Ford Fiesta Active un **nuevo espacio premium** para sus anunciantes, a través de este tipo de desarrollos de realidad virtual, que permiten mostrar al espectador diferentes cualidades de los productos con el mayor grado posible de realismo.