

**Madrid, 24 de noviembre de 2010:**

La plataforma independiente de distribución de publicidad y contenidos, Adconion, ha adquirido los derechos de emisión en exclusiva de The LXD, una serie producida exclusivamente para la Web por Paramount Digital Entertainment.

The LXD se emitirá de una manera revolucionaria en el mercado español. En primer lugar, estará disponible en la plataforma de vídeo [www.joost.com](http://www.joost.com) (propiedad del grupo Adconion). Por otro lado, se compartirá a través de distintas redes sociales. Por último, y con el fin de dar una mayor difusión a la serie, sin limitarlo a los usuarios de las citadas plataformas, Adconion la emitirá utilizando Joost Video Network: a través de formatos publicitarios estándar, mostrará la serie a los usuarios de su red, independientemente de los sitios por donde naveguen.

”Con este producto completamos nuestra oferta de vídeo, ofreciendo a agencias y anunciantes el patrocinio de contenidos audiovisuales distribuidos a través de la plataforma publicitaria Joost Video Network”, comenta Ángel Fernández Nebot, country manager de Adconion.

La serie se compone de tres temporadas. La primera, que es la que se presenta ahora en España, cuenta con 10 capítulos con una media de duración de 8,3 minutos. La segunda temporada ya está grabada y la tercera, en postproducción.

La Legión de los Bailarines Extraordinarios, inspirada en el mundo del comic y conocida como The LXD, es la historia de dos grupos rivales, los héroes (La Liga de los Bailarines Extraordinarios) y los villanos (La Alianza de la Oscuridad), que descubren habilidades extraordinarias a través del baile. Los protagonistas son bailarines, conocidos en el mundo del baile underground, en torno a cuyas habilidades John M. Chu ha construido los personajes. Así, vemos a Luis Rosado, un conocido bailarín Bboy, como el joven adolescente, o a Mad Cladd Sumille, un “popper”, en el papel de soldado caído en combate y convertido en robot. No hay efectos especiales. Todos los bailes y movimientos son reales, incluso algunos rodados en una sola toma, tal y como explica el director en [ted.com](http://ted.com).

Las coreografías corren a cargo de Chis Scott y Harry Shum (de Glee, otra de las series de baile de más éxito de la televisión americana).

En Estados Unidos la emisión de The LXD comenzó el 7 de julio de 2010, en la plataforma Hulu. Fue número 1 en el ranking de series más populares, por encima de Simpsons, Family Guy y Perdidos. Todos los episodios estuvieron en el ranking de los 10 más populares. Superó en más de cuatro veces la media de proyección en Hulu y más de 80% de los usuarios que vieron la serie completaron el 100% del visionado.

John M Chu, de 30 años, ha dirigido éxitos cinematográficos relacionados con el mundo del baile, como Step Up 2: The Streets, con la que recaudó 150 millones de dólares. La continuación de la saga, Step Up 3D, estrenada este mismo año, consiguió posicionarse como la tercera película más taquillera en España en la semana de su estreno (0,7 millones de euros) por detrás de El Americano y Resident Evil.

## Sobre Adconion

Adconion Media Group ([www.adconion.com](http://www.adconion.com)) es la plataforma de distribución de contenidos y monetización más grande del mundo, alcanzando cerca de 400 millones de usuarios únicos – un tercio del total de la población global de internet. Adconion provee con los mejores productos, tecnologías y análisis de datos a anunciantes y editores, para crear campañas de éxito online a través de múltiples plataformas en una única red, y es líder internacional en el desarrollo del modelo de red publicitaria para crear, distribuir y monetizar el contenido en vídeo.

Combinando el poder del alcance global con la presencia local, Adconion ayuda a los anunciantes a llegar directamente a los consumidores, con su gama de productos, desde el vídeo y el display hasta el retargeting en buscadores.

La compañía ha batido un récord con 40.9 millones de libras (80 millones de dólares) Series C en una ronda de financiación liderada por Index Ventures en febrero de 2008, la mayor inversión de capital en medios privados en la historia de Europa. A finales de 2009, Adconion adquirió activos de Joost, el servicio de vídeo online; en abril de 2010, Adconion lanzó Joost Video Network, que se convirtió en el número 2 en el informe Video Metrix® de Comscore, detrás de Google.

Adconion ha ganado el Premio Investors All Stars en 2008 “Deal Envy of the Year”, además de ser incluido en la lista Library House de las 100 mejores empresas privadas europeas de medios tecnológicos.

La compañía ha sido también incluida en el Top 50 de Start-Ups Tecnológicas en 2009, por BusinessWeek y ha sido situada en segunda posición por los Premios Media Momentum en mayo de 2010 por ser la compañía de medios a nivel global que más rápido ha crecido.

Adconion tiene 16 oficinas en 7 países del mundo, incluyendo Londres, Munich, Hamburgo, Dusseldorf, París, Madrid, Toronto, Los Ángeles, Nueva York, San Diego, Chicago, Sydney, Melbourne, Detroit, San Francisco y Brisbane. Adconion es miembro del Network Advertising Initiative (NAI), del Internet Advertising Bureau (IAB), de la EIAA (European Interactive Advertising Association) y de IASH Europe.

Para más información, visita [www.adconion.com](http://www.adconion.com).

### Contacto Adconion:

Cristina Valbuena

E-mail: [cvalbuena@adconion.com](mailto:cvalbuena@adconion.com)

Phone: 915 987 836

Mobile: 606 807 673

Fax: 911 817 685

Web: [www.adconion.com](http://www.adconion.com)

**Contacto R\*:**

Usúe Madinaveitia

E-mail: [usue@somosr.com](mailto:usue@somosr.com)

Mobile: 648734208

Fax: 91 577 90 97

Web: [www.somosr.com](http://www.somosr.com)