

## COCA-COLA Y UNIVERSAL MCCANN CONFÍAN EN ADCONION PARA PROMOCIONAR EL CHISPAGO

---

**Madrid, 20 de Julio de 2009:**

Este verano Coca-Cola ha presentado El Chispazo, un refrescante combinado que se prepara, en un vaso algo más pequeño que el de sidra, con un par de hielos y una rodajita de naranja. En él se sirve un dedo de vermut rojo que se completa con una buena dosis de Coca-Cola, Coca-Cola Light o Coca-Cola Zero.

El objetivo de Coca-Cola era “alcanzar la máxima cobertura para comunicar esta nueva propuesta de consumo con una acción integrada en los contenidos y en un soporte con máxima afinidad”, comenta Carmen Gimenez, responsable de la cuenta en Universal McCann Interactive.

Para conseguirlo, Adconion puso en marcha una batería de acciones con una principal que asociara El Chispazo con las distintas posibilidades que ofrece Salir.com, un soporte de referencia en el sector del ocio. Albergó un microsite con información detallada sobre el producto, al que dirigía tráfico a través de la personalización y el patrocinio de la guía de tapas, donde se destacaban todos los locales que comercializan El Chispazo. Se comunicó la acción a todos los usuarios a través de un newsletter personalizado y se apoyó la acción con formatos convencionales en toda la guía de ocio y acciones especiales en su home page.

La campaña, gestionada por Adconion y Universal McCann, ha conseguido una audiencia expuesta de 1.400.000 usuarios únicos/mes, más de 6,8 millones de impactos publicitarios de la marca y más de 7.300 visitas al microsite del Chispazo en un mes de campaña (Fuente: datos DART). “Objetivo conseguido. El éxito de la campaña se basa en la afinidad entre el producto y el soporte, junto con el grado de integración de la acción, que consigue presentar el producto como contenido relevante para los usuarios, así como el trabajo coordinado entre Coca-Cola, Universal McCann, Adconion y Salir.com”, concluye Borja Jover, sales manager de la cuenta en Adconion.

### **Sobre Adconion**

Adconion Media Group ([www.adconion.com](http://www.adconion.com)) es la mayor red internacional e independiente de audiencia y contenido. Enfocada a crear alianzas estratégicas con agencias, Adconion les dota de una tecnología customizada y productos desarrollados en nuestra compañía alcanzando a audiencias masivas en distintas plataformas a través de una sola red. Adconion alcanza a casi 300 millones de usuarios únicos que todo el mundo, 1/3 de la población con acceso a Internet a nivel mundial.

En Estados Unidos, Adconion fue la red con mayor crecimiento –un 62,3%– en la comparación interanual de noviembre de 2008, según comScore Media Metrix. Adconion es también líder internacional en el desarrollo de modelo de red publicitaria par crear, distribuir y monetizar contenido en vídeo.

La compañía completó con éxito una ronda de financiación de 58,4 millones de euros (80 millones de dólares) en febrero de 2008, liderado por el fondo de capital riesgo Index Ventures, y ganó el premio de Investor AllStars al “Acuerdo más envidiado del año” 2008 además de ser incluido en la lista de las 100 empresas de tecnología más relevantes de Europa, elaborada por Library House.

Adconion tiene 16 oficinas en 7 países en todo el mundo, incluyendo Londres, Munich, Hamburgo, Dusseldorf, Nueva York, Los Ángeles, San Diego, San Francisco, Detroit, Chicago, Toronto, París, Madrid, Sydney, Melbourne y Brisbane. Adconion es miembro de la IAB (International Advertising Bureau) y miembro fundador de IASH Europe.

### **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 Grupo R:**

Usúe Madinaveitia  
E-mail: [usue@grupor.es](mailto:usue@grupor.es)  
Mobile: 672 22 21 89  
Fax: 91 577 90 97  
Web: [www.grupor.es](http://www.grupor.es)