LA RAZON
MADRID

05/12/12

Prensa: Diaria
Tirada: 145.820 Ejemplares
Difusión: 103.789 Ejemplares

Cód: 64443402

Página: 46

Sección: MADRID Valor: 9.189,00 € Área (cm2): 598,4 Ocupación: 63,09 % Documento: 1/2 Autor: A. Elvira/P. Poveda Núm. Lectores: 262000





Metro ingresa diez millones con sus **estaciones de marca**

Veinte empresas han alquilado los espacios del suburbano este año pero la empresa no ha superado los ingresos de 2011

A. Elvira/P. Poveda

MADRID- Hay quienes sostienen que en tiempos como los que corren hay que reinventarse y parece que el Metro de Madrid ha cogido con agrado esta idea. Desde el 6 de diciembre hasta el 23 del mismo mes, la estación «fantasma» de Chamberí se convertirá en «La estación mágica Wonderbook». Se trata de una acción publicitaria protagonizada por Playstation y en la que se pretende crear un recorrido a través de un mundo mágico para promocionar su último videojuego. El presidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González, que acudió a la presentación de este evento junto al consejero de Transportes, Pablo Cavero, aseguró que estos patrocinios son sólo «una más de las posibilidades de Metro que ayudan a gestionar mejor los espacios y obtener beneficios por otras vías». De hecho, en la empresa pública madrileña ya han contabilizado los beneficios de este tipo de campañas en sus arcas: «Es una posibilidad de explotación de publicidad espectacular, con la que se ha obtenido alrededor de 10 millones de euros», aseveró el jefe del Ejecutivo regional sobre el cierre de las cuentas de la empresa para este ejercicio.

En su búsqueda de la eficiencia económica, Metro ha convertido sus estaciones y vagones en soporte de anuncios de lo más variopintos, sus vestíbulos en pasarelas de moda o sus naves en escenarios de eventos como el mercadillo vintage que se celebró el pasado fin de semana en la antigua Nave de Motores de la compañía. En el mismo escenario este año se han llevado a cabo la presentación de un videojuego o el lanzamiento de las últimas promociones de una empresa de hostelería. La fundación AMV también utilizó esta instalación de la empresa para promocionar cursos de conducción segura de motos para mujeres.

PARA CAPTAR CLIENTES

La compañía ha colgado en su web las tarifas para stands y el perfil del viajero de las distintas estaciones

Con Playstation, la última campaña que presentaron ayer, son más de 20 las empresas nacionales e internacionales que han escogido a Metro de Madrid como plataforma para promocionar sus marcas hasta el punto de que, estos días, escaleras mecánicas de Sol y Callao, varios trenes y hasta los planos de la red (se han imprimido 30.000 ejemplares nuevos) lucen la imagen de promoción de la última película de la saga del Señor de los Anillos, «El Hobbit: un viaje inesperado», que se estrenará el próximo 14 de diciembre. La promoción, similar a la que cubrió la estación de Sol hace meses con la imagen de una compañía de smartphones, incluye hasta un juego similar a la «busca del tesoro» en el que pueden participar todos los viajeros siguiendo las huellas que han dejado en las estaciones.

Con todo, Metro no ha alcanzado aún la cifra de ingresos publicitarios a la que llegó el año pasa-

LA RAZON
MADRID
05/12/12
Prensa: Diaria
Tirada: 145.820 Ejemplares
Difusión: 103.789 Ejemplares
Cod: 64443402
Página: 47
Sección: MADRID Valor: 4.033,00 € Área (cm2): 262,7 Ocupación: 27,69 % Documento: 2/2 Autor: A. Elvira/P. Poveda Núm. Lectores: 262000

Fotos: Gonzalo Pérez



Samsung colapsa la M-40 con una promoción

Miles de conductores acudieron ayer a la llamada de un anuncio de una compañía de teléfonos que prometía regalar repostajes de hasta 50 euros para aquellos de sus clientes que acudieran con un determinado modelo de smartphone. El resultado fue el colapso del acceso al Campo de las Naciones, a la altura de la M-40, y la intervención de la Policía Municipal, que tuvo que suspender la promoción por motivos de seguridad. Agentes de la Guardia Civil también se vieron obligados a participar en la «promoción» para aliviar la saturación de varias rotondas que provocó atascos de más de una hora y regular el tráfico producido en esta zona de Madrid.

PUBLICIDAD SOLIDARIOS

Además de una acción publicitaria, «La estación mágica Wonderbook» incluye una acción social. Y es que, aunque la entrada a las actividades previstas sea gratuita, Playstation donará un euro por cada niño que visite la estación a la Fundación Juegaterapia, que se encarga de ofrecer tiempos de juego a los pequeños que estén ingresados durante largos periodos de tiempo en los hospitales madrileños.



do cuando los beneficios por el alquiler de espacios para campañas promocionales ascendió 10,5 millones.

Acceso a los datos comerciales

Para facilitar el acceso a toda la información sobre sus soportes publicitarios, Metro ha creado el canal «Metro Negocios» en un apartado de su página web (www.metromadrid.es), donde las empresas pueden consultar las posibilidades que ofrecen todos los espacios que Metro pone a su disposición para iniciativas publicitarias.

El microsite se divide en varias áreas que permiten descubrir el suburbano más a fondo con datos relevantes e interesantes para las empresas, como, entre otras cosas, las tarifas en stands, el perfil del viajero en las distintas estaciones, los múltiples soportes publicitarios de los que dispone la red en diferentes puntos o el coste del rodaje de cine o televisión en una estación.