



Nota de Prensa *Press Release*

14/05/2010

Incorpora un modelo de publicidad interactiva, segmentada y medible

MOVISTAR PRESENTA tocAd, UNA NOVEDOSA FORMA DE PUBLICIDAD EN EL MÓVIL PERSONALIZABLE POR EL USUARIO

- **El usuario define cuándo, cómo y sobre qué temas desea recibir la publicidad.**
- **El servicio es totalmente gratuito para los clientes de movistar.**
- **En una primera fase, un total de 25 anunciantes ofrecen su publicidad en tocAd.**
- **El cliente recibe "toques", puntos canjeables por mensajes y minutos de llamada.**

Madrid, 14 de mayo de 2010.- Telefónica ha presentado hoy una novedosa forma de publicidad interactiva en el móvil llamada tocAd por la que los clientes pueden conseguir premios a cambio de recibir publicidad que ellos mismos personalizan en función de sus intereses y disponibilidad.

Así, el usuario controla la publicidad que recibe en el móvil ya que puede definir cuándo recibirla (todos los días, fines de semana, de lunes a viernes), cómo (push SMS/MMS, *idle screen*, después de llamar o de enviar un mensaje, antes de la navegación, etc.) y sobre qué temas (moda, deportes, viajes, ocio, banca...).

En esta fase de lanzamiento, Telefónica ofrece el servicio con 25 anunciantes que también cuentan con el nuevo servicio para ofrecer una publicidad segmentada, interactiva y medible. En concreto, los anunciantes son: El Corte Inglés, Bankinter, Chupa Chups, Smint, DAPlaneta, RealMadrid, Samsung, VollDamm, Volkswagen, Heineken, Hewlett Packard, LG, Renault, Sony Ericsson, Caja Madrid, Nike, San Miguel, Rodilla, Hugo Boss, Telepizza, Audi, SEAT, Buongiorno, Gameloft y Movistar.

Para acceder a este servicio, totalmente gratuito para el cliente, sólo es preciso darse de alta en www.tocad.movistar.es, a través de la aplicación tocAd que se encuentra embebida en muchos terminales o con un SMS con el texto ALTA TOCAD al 221100. Una vez registrado, el cliente recibe la aplicación en su móvil (en el caso de no estar embebida) y a partir de ese momento accede a la publicidad con información segmentada conforme a los intereses que defina. También podrá establecer recibir la información a través de mensajes de texto o multimedia. A cambio de esta publicidad, el usuario consigue *toques*, que son puntos canjeables en tocad.movistar.es por productos y servicios movistar (llamadas, SMS, etc....).

Además de la versión descargable, compatible con aproximadamente 4,3 millones de terminales movistar, la aplicación tocAd está embebida en los terminales Samsung (S5620, S3650, S3100, C3510), LG (KM570; GS290), Sony Ericsson (Aino) y Nokia (N86).

Tal y como indica Carlos Fernández Casares, director de Nuevos de Negocios de Telefónica España, "con tocAd introducimos un soporte más para la publicidad con el valor añadido de que es una publicidad totalmente a medida y personalizable. El usuario elige cómo, cuándo y qué recibir con lo que se incrementa la interactividad y la efectividad. En una primera fase, el soporte será el móvi, aunque previsiblemente lo ampliaremos a Internet, a la IPTV e incluso a los "pinchos" de datos 3G"

Sixto Arias, director general de Mobext (Havas Digital), ha destacado en relación con esta nueva forma de publicidad que "el móvil no es un medio más. Es el que los mide a todos, los complementa a todos, los integra y además te acompaña a la tienda cuando estás comprando".

El sector publicitario ha experimentado un avance en el primer trimestre de este año como lo demuestra el último informe de Infoadex donde se refleja que la inversión publicitaria creció un 0,6% hasta marzo. Medios como Internet han logrado avances importantes (17,9%) lo que destaca la creciente apuesta por los nuevos canales, entre los que se encuentra el móvil.



tocAd