



## **PREMIOS EIKON 2021**

**Categoría:** 12 - Lanzamiento de producto

**Capítulo:** general

**Título del programa:** Paramount+, lanzamiento en Latinoamérica

**Nombre de la compañía:** Viacom CBS

**Departamento, Áreas y consultoras que desarrollaron el plan:**

Departamentos de Marketing y de Comunicación y Relaciones Públicas de Viacom CBS, agencia Comunicación *pulpo* con equipos en México, Argentina, Colombia y Chile.

**Personas responsables del plan de comunicación:**

**Viacom CBS:**

- Michelle Alban, Vicepresidente de Comunicaciones y Social Impact
- Tirso Gómez Brumana, Director Senior de Comunicaciones Corporativas
- Nahuel Buriasco, Manager de Comunicaciones Corporativas e Internas
- Agustina D'Ambra, Analista de Comunicaciones

**pulpo**

- Axel Escudero, cofundador y director general
- Gisela Etlis, directora de Brand & Corporate PR
- Julieta Huergo, country manager Argentina
- Arianna Trujano, country manager México
- Camila Bautista, country manager Colombia
- Felipe Ibarra, country manager Chile

## 1. Introducción

Acerca de Paramount+: Historias Únicas. Estrellas Icónicas. Una montaña de entretenimiento. Paramount+ es el servicio global streaming por suscripción de ViacomCBS que ofrece una montaña de entretenimiento y contenido premium para audiencias de todas las edades. A nivel internacional, el servicio presenta una amplia biblioteca de series originales, shows exclusivos y películas populares en todos los géneros de marcas y estudios de producción reconocidos a nivel mundial, incluidos SHOWTIME, BET, CBS, Comedy Central, MTV, Nickelodeon, Paramount Pictures y Smithsonian Channel, además de una sólida oferta de contenido local de primer nivel.

Desde el 4 de marzo de 2021, Paramount+, la plataforma de streaming con contenido premium de ViacomCBS llegó a 18 países de la región con más de 5000 horas de contenido incluidos 8,000 episodios y más de 100 películas taquilleras.

La plataforma es el hogar de los mejores estrenos de Showtime como *Your Honor*, protagonizada por Bryan Cranston, *The Good Lord Bird*, protagonizada por Ethan Hawke y Joshua Caleb Johnson; *The Comey Rule*, de Jeff Daniels y Brendan Gleeson, así como *Escape at Dannemora*, protagonizada por Benicio del Toro, Patricia Arquette y Paul Dano y que también presenta al reconocido actor Ben Stiller en su faceta de director.

Asimismo, ofrece diversas series originales como *No Activity*, protagonizada por Patrick Brammall y J.K. Simmons; *Strange Angel*, con Jack Reynor; *Two Weeks to Live*, una miniserie de seis episodios dirigida por Al Campbell y protagonizada por Maisie Williams; y la tercera temporada de la serie *Yellowstone*, protagonizada por Kevin Costner, Luke Grimes y Kelly Reilly.

Además, los niños y toda la familia podrán disfrutar de sus programas favoritos de Nickelodeon, *Los Casagrande*, *Paw Patrol*, *Tortugas Ninja*, *Blaze & The Monster Machines* y todas las temporadas de *Bob Esponja*.

El contenido local de MTV y Comedy Central que incluye *Acapulco Shore*, *Families of the Mafia*; la tercera temporada de *Se Renta Cuartos* y *La Culpa es de Malinche* en países de habla hispana; y en Brasil, *DEFEX Brazil*, *A Treta Não Tira Férias*, *Jersey Shore* y novena temporada de *A Culpa é do Cabral*.

La extensa biblioteca de contenido clásico incluye series como *NCIS*, *Twin Peaks*, *The Good Wife*, *Everybody Hates Chris*, *Dexter*, *Ray Donovan*, *The Affair* y *City on a Hill*.

### Contexto:

El mundo del streaming creció exponencialmente durante el contexto de la emergencia sanitaria global ocasionada por el COVID-19. Se modificaron hábitos de consumo de los usuarios acompañada por un incremento exponencial de demanda de contenidos. Este nuevo escenario, favoreció a la creación y producción de contenidos así como a la industria del entretenimiento en general.

A su vez, se intensificó la diversificación del consumo de contenidos, en el que surgieron un importante número de nuevas plataformas de streaming con una notable oportunidad de distribución de contenidos al mundo.

### Problemática

Hay un crecimiento exponencial del negocio del streaming lo que conlleva a la convivencia de distintos competidores. Por otro lado, ViacomCBS se propuso acompañar a la audiencia en la crisis económica de la región y lanzar un servicio premium a un precio considerablemente más bajo que los competidores, lo que lo hace esencial tanto para los consumidores como para los socios de distribución.

## **2. Propuesta/ enunciado de campaña (estrategia)**

El equipo de ViacomCBS diseñó una estrategia 360° con una alcance en puntos neurálgicos de la región como, Ciudad de México (Mexico), San Pablo (Brasil) Buenos Aires (Argentina) combinando acciones de marketing BTL, comunicación digital y PR tradicional amplificando el alcance en otros países de América Latina como Colombia y Chile.

La propuesta fue deslumbrar a la audiencia con distintas activaciones e iniciativas que pongan en el centro de la escena a los títulos y personajes de cine y televisión más icónicos que aparecen en Paramount+.

### Objetivo

- Generar awareness como ViacomCBS y Paramount+
- Posicionar a Paramount+ entre las plataformas líderes de streaming en Latinoamérica y en Brasil como una propuesta premium a un precio accesible y adaptado al contexto
- Visibilizar tanto los contenidos del ecosistema ViacomCBS como la narrativa de los contenidos originales a desembarcar en la región

### Target

Además de aterrizar los mensajes a la región y a cada mercado, se buscó afianzar la comunicación de contenidos para una audiencia heterogénea que incluye a jóvenes fans de los contenidos y usuarios naturales de las nuevas plataformas, además familias y audiencia infantil.

- Medios
- Clientes
- Audiencias
- Partners
- Influencers

### Canales de Comunicación:

México

Xataka | Infobae América | Dónde ir | Cinepremiere | El Informador | MSN| Código Espagueti, Unocero, Chic Magazine, Elle, GQ | Actitudfem | Informa BTL| Terra, Imagen Radio, Chilango, Exa FM, Cosmopolitan, Forbes, El Sol de México, Time Out,

Canal 5, Milenio, El Heraldo de México, Cultura Colectiva, Reforma, Grupo Multimédios, Cine Geek, Style Shockvisual, Tech Games, Cambio de Michoacán, Instyle, Spoiler Time, Pulso San Luis, Cooltourarte, Publímetro, Radio Fórmula, AM, El Universal, Diario de Puebla, Life&Style, Pilotzi Noticias, Sopitas, Aventuras Nerd, El Financiero, Sensacine, Kritpon, Tv y Novelas, Fuera de Foco, Embi Channel, El Debate, Versus Media, Frecuencia Geek, Estilo DF, Uno Tv, The Happening, Merca 2.0, Elle, Wipy Tv, La Prensa, Pulso, El Gráfico, Más por más, Panda Ancha, López Doriga, La Vanguardia, Mural, MNI Noticias, El Norte, Excélsior, Revista NEO, Televisa, Cine 3, No somos ñoños, Revista Kuadro, SDP Noticias.

#### Argentina

Clarín | La Nación |Página 12 | Perfil | Infobae | Télam | El Cronista | Diario popular | La Prensa | Ámbito Financiero | BAE Negocios | Noticias | Semanario | Marie Claire | Diario Hoy La Plata |El Día de La Plata | Para Ti |La Nación Revista | Revista Gente | Elle |Filo News |La Voz del Interior | Diario Río Negro| La Capital de Mar del Plata | La Capital de Rosario | La Gaceta de Tucuman/Salta | Los Andes de Mendoza |Aire de Santa Fe | Litoral de Santa Fe | Rosario3 |Via País | Indie Hoy | Cinergia- Funcinema - Cineramaplus – Escribiendocine| Haciendo Cine | Cinefilos | La Cosa Cine Radio Mitre | Radio Nacional- Radio One | Radio 10 | Radio Pop | Radio Urbana Play | Radio Metro | Radio | Rock and Pop | Radio Con Vos | Radio Continental | Radio Mega - Radio La Once Diez - Radio CNN Argentina | Radio Vorterix | Radio Del Plata.

#### Colombia

El Tiempo | Espectador | Publímetro | El Colombiano | La Mega | RCN Radio | Caracol TV | Shock | Colprensa | Blu Radio | La FM | Revista Diners | La W | El País | El Universal | Radioactiva | Acine | Cinexagerar | Viendo con otros ojos | Miss Recomendados | Revista Semana | 15 minutos | Portal Geek | Folou | La República | Portafolio | El Magazine Geek | Rola 2600

#### Chile

La Tercera| En Cancha | BioBioChile | Comic Geek |TV al Día | Fanviña | T13.cl | 24 Horas | Sonar FM | América Retail |Alerta Geek | Radio Futuro |Frecuencia FM |Canal Freak | Ossom! |Pauta |Cooperativa | El Dínamo |Rock&Pop | Pisapapeles | Super Geek | Punto Seguido | Radio Carolina | RedGol | Los40 | Duplos | Revista Velvet | The Clinic | Radio Caramelo | TransMedia |FMDos |Infinita | En Palco | Publímetro | La Vanguardia | The Update | FayerWayer |Romántica | Radio Activa | El Mercurio.

### **3. Desarrollo / Ejecución del plan (tácticas y acciones):**

#### Instalaciones BTL

-

- **Ciudad de México:** el 5 de marzo, Paramount+ ofreció un impresionante espectáculo de luces con 300 drones, el show de drones más grande de América Latina.  
<https://ql.mediasilo.com/#ql/6064a0d4e4b065b1d571d371/84520b7a-9240-4cee-ac83-531550b85d16>
- **Brasil:** el 4 de marzo, una representación cartográfica (mapping) 3D se exhibió en Brasil en el Auditorio Ibirapuera  
<https://ql.mediasilo.com/#ql/609570fd136b010dacc27ffb/6919bda8-6adf-4028-adf1-0dd9e214869d>
- **Argentina:** la experiencia de Brasil se replicó en la Facultad de Derecho con el show de luces en 3D.  
<https://ql.mediasilo.com/#ql/609570831ee1d44a08bc33d8/2d13d1a9-5406-48f1-a3a8-a313a1f4d69a>

### Ecosistema ViacomCBS

- Como parte de la llegada de Paramount+ a la región, el servicio de streaming gratuito Pluto TV estrenó un canal exclusivo denominado Paramount+ Presenta, donde se podía disfrutar los primeros episodios de muchos de los títulos descatalogados de la plataforma premium de ViacomCBS.
- La campaña se complementó con acciones online y on air con las marcas de ViacomCBS Networks Americas (MTV, Nickelodeon, Nick Jr, Comedy Central, Telefe y Paramount Networks).
- Campaña de medios con cobertura 360:
  - OOH
  - Digital OOH
  - OOH High Impacts
  - Urban Furniture
  - Urban Transit
  - Digital High Impacts
  - Digital Standard Units

### PR CORPORATIVA

- Se confeccionó un plan de notas con medios mainstream de México, Brasil, Argentina, Colombia y Chile, así como medios especializados en la industria.
- Se afianzó el vínculo con periodistas especializados en cine y series, adelantando información exclusiva de contenidos, otorgando códigos de acceso a la plataforma.

- Se coordinó entrevistas con ejecutivos de ViacomCBS en medios de la industria y de negocios, como **JC Acosta**, Presidente de ViacomCBS Networks Americas, **Laura Perez**, VP Senior de Distribución de contenidos y Directora General de ViacomCBS Networks Americas, para México y Latinoamérica Norte para Colombia y Mexico y con **Darío Turovelzky**, VP sénior y director general de Cono Sur y Contenidos Globales en ViacomCBS Networks Americas, para Chile.

## PR CON TALENTOS

Realizamos entrevistas 1 a 1 y round tables con los principales medios de consumo de la región, junto a los talentos de nuestros títulos más destacados.

- Kevin Bacon (*City on a Hill*)
- Luke Grimes y Kelly Reily (*Yellowstone*)
- Ethan Hawke (*Good Lord Bird*)
- Indira Varma y Nicholas Pinnock (*For Life*)
- OT Fagbenle, Joseph Fiennes, Ann Dowd (*The Handmaid's Tale*)
- Kyle Gallner (*Interrogation*)
- Kris Holden-Ried (*Departure*)
- Elenco de *Acapulco Shore*
- Elenco de *Se Rentan Cuartos*

## PR INFLUENCERS

Celebridades de toda la región acompañaron la llegada de la plataforma a América Latina, generando contenido en sus perfiles y promocionando el servicio premium a través de sus plataformas:

Diego Boneta | Mariana Treviño | Luis Gerardo Méndez | Aislinn Derbez  
| Dario Yazbek | Marcus Orellas | Fabiola Guajardo | Macarena Achaga

Joao Guilherme | Nah Cardoso | Christian Figueredo | Patricia Dos Reis |  
Igor Saringer | Mara Medeiros | Alice Aquino | Bruna Vieira | Dadá Coelho |  
Fabiano Cambota | Rodrigo Marques | Nanda Viana

Marley | Verónica Lozano | Zaira Nara | Florencia Peña | Marcelo Polino | Lizardo  
Ponce | Flor Vigna | Rodrigo Guirao Díaz | Andy Kusnetzoff | Santiago del Moro |  
Rodolfo Barili | Lizy Tagliani | Federico Bal | José  
María Listorti | Mica Viciconte Gerardo Rozín | Jesica Cirio | Carolina Ardohain

## BRAND EXPERIENCE

- Para disfrutar del servicio exclusivo de Paramount+, más de 600 periodistas, influencers y líderes de opinión en la región recibieron un exclusivo box con regalos y un código promocional que les permitía acceder sin costo a la plataforma por 12 meses.

- El kit interactivo brindaba distintos elementos y listas de contenidos para explorar según las preferencias o el estado de ánimo. Así podría disfrutar de distintas temáticas como romance (con velas aromáticas), drama (con su cuchara para helados y tissues) aventura (con un kit especial de medias térmicas, cantimplora y mosquetón con brújula) o simplemente utilizar un dado para dejar que la suerte elija tu próximo contenido para disfrutar solo o acompañado, entre otros.

#### 4. RESULTADOS GENERALES Y EVALUACIÓN

Impresiones Total Latinoamérica: 371.3 Millones

- Países de habla hispana: 188.4 M
- Brasil: 182.9 M

##### RESULTADOS PR

Clips Totales Latinoamérica: 2290

- Países de habla hispana: 1430
- Brasil: 860

Ad Value Total Latinoamérica: U\$ 6,964,461

- Países de habla hispana: U\$ 927,801
- Brasil: U\$ 6M

##### MÉXICO:

Total Clips: 731

Total entrevistas: 7

USD: 261,520

##### BRASIL

Total clips: 864

Total entrevistas: 12

USD 6.036.660

##### ARGENTINA:

Total clips: 533

Total entrevistas: 15

USD184.348

##### COLOMBIA

Total clips 121

Total entrevistas: 4

USD 371.583

##### CHILE:

Total Clips: 48

Total entrevistas: 5

USD: 110,350