

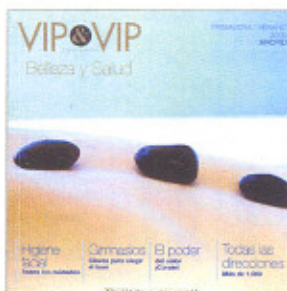
TPI lanzará "VIP&VIP Belleza y Salud"

TPI-Páginas Amarillas va a lanzar a finales de abril su nueva publicación semestral 'VIP&VIP Belleza y Salud', una publicación de tendencias que incluye un directorio local especializado en este terreno.

La primera edición, correspondiente a primavera-verano de 2006, se distribuirá en Madrid, Barcelona y Alicante. A esas ciudades se unirán en el siguiente número de otoño-invierno, Bilbao, Málaga, Sevilla, Valencia y Zaragoza.

La suscripción a 'VIP&VIP Belleza y Salud' es gratuita y se realiza a través de la web www.vipbelleza.es. Para incentivar las suscripciones TPI desarrolla una campaña promocional con la que los interesados reciben, por darse de alta, un regalo de bienvenida.

La revista se divide en cuatro secciones que hablan sobre belleza, fitness, salud y otros temas de interés para el público al que se dirige la publicación ("Y además"). Así pues se recogerán las últimas tendencias en spas, masajes shiatsu, maquillaje, talasoterapia, centros wellness, informaciones sobre técnicas como yoga o pilates, así como las direcciones de los gimnasios con instalaciones y equipamientos más avanzados, se ofrecerán soluciones e información sobre nutrición, tratamientos anti-vejecimiento y cirugía plástica, etc. En cada una de las secciones se ofrecerá un directorio con las empresas de cada ciudad que proveen de esos servicios. Además se incluye un diccionario con la explicación de los términos más habituales y más novedosos en cuidado personal, así como un mapa que ayuda a localizar fácilmente los locales reseñados en la guía.



El Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial de la Generalitat de Catalunya ha confiado a BPMO Edigrup la creación de su primera Guía de Emprendedores, que recoge 59 casos de personas que, tras el nacimiento de una idea, han conseguido crear y consolidar su propia empresa.

Entregados los Premios Prix D'Excellence de la Belleza Marie Claire 2006. Presentados por la modelo Martina Klein, la directora de Marie Claire, Joana Bonet, y la directora de belleza de la revista, Ana Serrano, la celebración da paso a la acción promocional que se desarrollará en exclusiva con El Corte Inglés. En esta ocasión los premios otorgados a los mejores productos cosméticos lanzados en 2005 recayeron en: Nivea Visage Sensitive / Nivea; Eau Lactée Auto-Bronzante / Clarins; Platinéum / Lancôme; Eluage / Avène; Kiss Kiss / Guerlain; Rouge Pure Shine / YSL; Volume Shocking / L'Oréal Paris; Dream Mat Teint Mousse / Maybelline; Lancaster / Prix Especial del Jurado; y Matte Soufflé de Biotherm / Prix Especial España. El número de abril de "Marie Claire" organiza una promoción exclusiva para sus lectoras (del 21 de marzo al 4 de abril) en los centros de El Corte Inglés. En este mismo número las marcas galardonadas invitan a las lectoras a conocer los productos premiados incentivándolas con obsequios.

MTV estrena programación y campaña

El canal MTV España afronta una nueva en su andadura renovando contenidos y estrenando una nueva campaña publicitaria. El canal apuesta en la campaña por reflejar de manera directa su espíritu y filosofía y su compromiso con la música más variada y de mayor calidad. "El objetivo es retomar el posicionamiento natural de MTV en Música, reforzarlo y comunicarlo como valor añadido y complemento de la oferta, el Entertaimiento", explica Raffaele Annechino, director general de MTV Networks.



"Saca tu lado MTV" es el nuevo concepto paraguas que firmará este año todas las campañas de MTV y que incita a la audiencia a compartir la filosofía de MTV España, que no alimenta el cliché ni la homogeneidad, sino que "aplaude las diferencias", según los responsables. "La campaña reconoce a los jóvenes su derecho de ser ellos mismos y cuestionarse las normas pre-establecidas. Defiende un espíritu afín al suyo: innovador, creativo y dinámico", explica Annechino.

La primera fase de la campaña, creada por Tiempo BBDO, se centra en las cuatro franjas musicales que ofrece el canal a su público (MTV Dance, MTV Base, MTV2 y MTV Rock) y tiene por objetivo reflejar que MTV España es, ante todo, especialista en todo tipo de música. La acción tendrá presencia en televisión, medios gráficos (sobre todo exterior), radio e internet y estará presente en los medios a lo largo de 2006.

A los cambios en la programación (parrilla estructurada en franjas temáticas, renovando la imagen de las listas de éxitos y renovando espacios locales, como MTV Kabuki, por ejemplo) hay que sumar los espacios especiales y la organización de eventos que MTV España desarrollará a lo largo de 2006, para calar aún más en la sociedad española.

En este sentido MTV Latino y MTV España emitirán un especial con el making off del nuevo videoclip de la Oreja de Van Gogh, con un show que mostrará el día a día de la banda a través de un diary of con la estancia de la banda por Latinoamérica; asimismo MTV grabará durante una semana sus listas España TOP20 y UK TOP 20 en las pistas de la estación andorrana de ski Grandvalira, a la que acudirá un equipo para organizar un evento musical. Y con motivo de la celebración de la Copa del Mundo de Fútbol, MTV España organizará un partido benéfico entre músicos y el equipo del canal (VJ's y empleados) que incluirá la emisión de un especial. Igualmente se volverá a organizar el MTV DAY en Madrid (macro concierto en la Plaza de las Ventas con fines solidarios) y por primera vez se organizará el MTV summer en Málaga, donde mostrará lo mejor del panorama musical latino nacional e internacional del momento (agosto).



Paloma García Cuesta es la nueva directora de programación de Discovery Networks para España y Portugal. Desde este cargo será responsable de supervisar la estrategia de programación, las adquisiciones, la producción y la promoción del conjunto de señales que actualmente transmiten en la Península Ibérica, incluyendo Discovery Channel, People + Arts, Discovery Civilization, Discovery Science y Discovery Turbo.