

Madrid, 22 de noviembre de 2011

Iniciará sus emisiones a principios de 2012

MEDIASET ESPAÑA COMPLETA SU OFERTA DE CANALES CON EL LANZAMIENTO DE ENERGY Y PRESENTA LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEFINITIVA DE SUS TELEVISIONES

- La familia de canales de Mediaset España, integrada por **Telecinco**, **Cuatro**, **LaSiete**, **Factoría de Ficción**, **Boing** y **Divinity**, dará la bienvenida a esta nueva oferta en el arranque del nuevo año
- Contenidos deportivos, una escogida oferta cinematográfica y una batería de títulos de ficción constituyen los pilares de la programación de la nueva cadena
- El logotipo de Energy, una “E” mayúscula que comparte estilo con el resto de canales del grupo, adopta el negro como color corporativo
- El desarrollo de la identidad de Energy, creada por la subdirección de Imagen Corporativa de la División de Comunicación y RR.EE., comparte otro elemento común al resto de canales: la bola que históricamente ha acompañado a Telecinco y que posteriormente han incluido las demás televisiones



A principios de 2012 Mediaset España iniciará las emisiones de Energy, un nuevo canal destinado a un público principalmente masculino, joven y urbano, con emisiones deportivas, documentales de actualidad, una cuidada oferta cinematográfica y escogidas series de ficción extranjera como puntales de su programación.

Con el próximo nacimiento de esta nueva cadena Mediaset España cierra su oferta multicanal con unos contenidos que complementan a los ya existentes en la familia de televisiones de la compañía, formada a día de hoy por **Telecinco** como canal generalista dirigido al gran público; **Cuatro**, orientada a espectadores jóvenes; **LaSiete**, una ventana al mejor contenido de las anteriores; **Factoría de Ficción**, único canal en abierto dedicado a series y películas; **Boing**, destinado a la audiencia infantil y juvenil y **Divinity**, dirigido al público joven femenino.

Una “E” mayúscula de color negro, imagen corporativa de Energy



El logotipo de Energy, una “E” mayúscula que aúna la esencia y el estilo de la imagen del resto de canales del grupo, así como algunos de sus elementos más representativos como, por ejemplo, la parte superior de la “E” -presente en los *logos* de Telecinco, LaSiete y Factoría de Ficción- adopta el negro como color corporativo.

El desarrollo de esta identidad, llevado a cabo por la subdirección de Imagen Corporativa de la División de Comunicación y RR.EE. de Mediaset España, comparte otro de los elementos comunes a las televisiones de la compañía: la bola que históricamente ha acompañado a Telecinco y que posteriormente han adoptado el resto de canales.

La adopción del negro como color corporativo ha llevado a Mediaset España a introducir una pequeña adaptación cromática de Divinity, cuya bola pasa a ser rosa fucsia con el fin de evitar duplicidades en la nueva fotografía de los canales de Mediaset España:

MEDIASETespaña.



** Se envía el nuevo logotipo por correo electrónico*

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

