

'Make It Yours', la campaña de Eurosport para los JJOO de invierno con remake de Queen incluido

La acción resalta cómo el operador va a redefinir la experiencia televisiva de los Juegos de Invierno en Europa y cómo los aficionados van a poder personalizar cómo, cuándo y a través de qué dispositivo seguir el evento. Este himno oficial ha sido grabado junto a la famosa Orquesta Sinfónica de Londres en los icónicos Air Studios.

Dando una pista más de cómo Eurosport redefinirá la experiencia del espectador en los Juegos Olímpicos, el operador pan-europeo lanza la campaña 'Make It Yours' con motivo de su cobertura de los **Juegos Olímpicos de Invierno PyeongChang 2018**.

Los nuevos anuncios muestran cómo Eurosport ofrecerá cada minuto de los Juegos para hacer de los de PyeongChang los primeros Juegos **completamente digitales en Europa**, a través de una cobertura en directo y bajo demanda en todas las pantallas y dispositivos.

'Make It Yours' resalta cómo los fans de toda Europa podrán **personalizar** a su manera la **experiencia de visualización** de los Juegos Olímpicos de Invierno, potenciando la **posibilidad de elegir** qué ven, cuándo lo ven y cómo siguen a sus deportistas y competiciones favoritas.

En esta campaña podrá verse también el **estreno del himno de Eurosport** para su cobertura en PyeongChang 2018, una **versión moderna del clásico de Queen 'I Want It All'**.

La **versión contemporánea** de la icónica canción fue **interpretada** por la **Orquesta Sinfónica de Londres** y producida por un equipo de importantes compositores, percusionistas y mezcladores, con un trabajo previo que ha incluido colaboraciones de artistas como Inception, The King's Speech y Rag'n'Bone Man.

El himno, grabado en los conocidos Air Studios de Londres, personifica el deseo de los fans de tener acceso instantáneo a cada momento de los Juegos, en cualquier momento y lugar, algo que solo puede lograrse a través de las plataformas de Eurosport.

En palabras de Peter Hutton, CEO de Eurosport: "Hicimos la promesa de rediseñar la experiencia televisiva de los fans para PyeongChang 2018. 'I Want It All' de Queen es un tema clásico de una banda icónica, que pasó a la historia por escribir canciones sinónimo de éxito deportivo. La letra realmente habla de nuestra ambición por ofrecer a los aficionados contenido en cualquier momento y en cualquier lugar durante los Juegos Olímpicos de Invierno".

El **nuevo himno de Eurosport** será parte de las **acciones de marketing en todas las plataformas** en el camino a los Juegos Olímpicos de Invierno, comenzando con la campaña 'Make It Yours'. El primer anuncio de la campaña será emitido en toda Europa el lunes 27 de noviembre, con 11 versiones locales creadas para los mercados más importantes y será emitido en todo el portfolio de canales de Discovery.

Por su parte, Antonio Ruiz, vicepresidente de Marketing de Eurosport, añadió:

"Queríamos desarrollar un himno que subrayase que cuando lleguen los Juegos Olímpicos, los aficionados van a poder tenerlo todo: cada minuto, cada deporte y el seguimiento a cada deportista. Esto encaja perfectamente con nuestra ambición de ofrecer los primeros Juegos verdaderamente digitales en Europa como parte de nuestro compromiso de

alcanzar a más gente y hacerlo a través de más pantallas en Europa. Junto con nuestro nuevo himno de Eurosport y trabajando con algunos de los mejores nombres del negocio creativo, hemos creado una nueva y fresca identidad de los Juegos Olímpicos para Eurosport.”