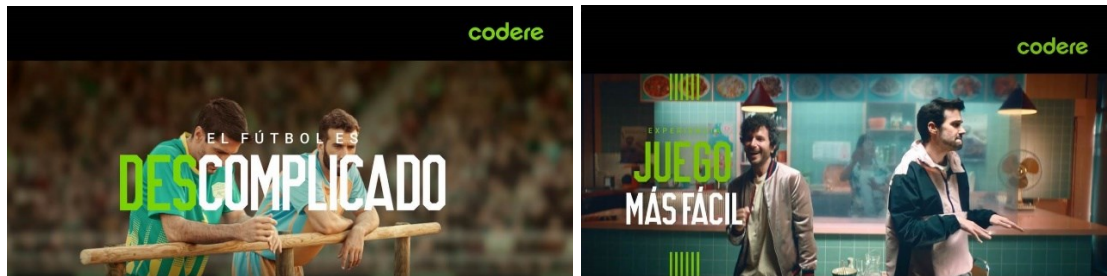


“El fútbol es *descomplicado*, como Codere”

- Codere pone en marcha su primera campaña desarrollada por la agencia Shackleton, que se emitirá en España y México.
- Con este lanzamiento, la compañía da un giro estratégico y se apalanca en la facilidad y la seguridad de su oferta de apuestas deportivas.

Madrid, 8 de septiembre de 2020. – Codere acaba de presentar ***El fútbol es descomplicado, como Codere***; una campaña de ámbito internacional desarrollada por Shackleton que inaugura un nuevo posicionamiento de la marca sobre la idea de la facilidad y la seguridad de su oferta de apuestas deportivas, con el objetivo de ser relevantes y diferenciadores en una categoría muy saturada, como es la del juego.



La campaña se apoya en la nueva la definición estratégica de Codere, en la que la compañía ha estado trabajando los últimos meses y que la posiciona como la casa de apuestas en la que es más fácil divertirse, apostar o cobrar. De esta manera, la comunicación se apalancará en las diferencias propias que hacen que apostar en Codere sea totalmente “descomplicado”:

- Sistema de cobro más simple: en efectivo y al instante.
- Promociones sencillas.
- App fácil de usar.

Además, la campaña pone en valor la condición de Codere de patrocinador oficial del Real Madrid Club de Fútbol y destaca los atributos de marca, sus promociones y los códigos del deporte que permiten conectar con los *insights* del apostador, usando el humor como recurso para diferenciarse.

Humor y deporte, los aliados de la campaña

La primera fase de la campaña, que comienza este martes, gira en torno a varios *spots* que utilizan el fútbol como analogía y en clave de humor reflejan las facilidades que brinda la casa de apuestas a sus usuarios. En España se emitirán tres piezas: “[Piscinazo](#)”, “[Solo](#)” y “[Patatal](#)”, y en México “[Clavado](#)” y “[Solo](#)” en esta primera fase, si bien se lanzarán otros dos *spots* a final de septiembre.

La campaña cuenta, además, con otros cuatro *spots*: tres sobre casino, que también se lanzan esta misma semana: “[Quiero carta](#)”, “[Avance](#)” y “[No va más](#)”, y otro protagonizado por los jugadores del Real Madrid, que se comenzará a emitir próximamente.

Para Carlos González de las Cuevas, responsable de Marketing de Codere Apuestas, “lo importante de la campaña es *descomplicar* la idea de las apuestas deportivas y presentarlas como una alternativa de ocio sencilla, segura y con las mayores garantías para el usuario. Además, indiscutiblemente, el fútbol se une de manera natural a los valores de emoción y *fair play* que la compañía comparte.”

El fútbol es descomplicado, como Codere está compuesta por siete *spots* de TV, cuatro cuñas de radio, un amplio plan de menciones en los principales programas deportivos de radio y televisión y un exhaustivo plan de medios digitales.

Sobre Codere

Codere es un operador de juego, referente a nivel internacional, con presencia en siete países de Europa – España e Italia – y Latinoamérica – Argentina, México, Panamá, Colombia y Uruguay-, que opera más de 55.500 máquinas, cerca de 30.000 puestos de bingo y 8.500 terminales de apuestas deportivas en Latinoamérica, España e Italia a través de puntos de venta que incluyen 148 salas de juego, 1.200 salones recreativos, cerca de 9.200 bares, 245 salas de apuestas y cuatro hipódromos. La compañía también desarrolla juego *online*. www.grupocodere.com