

En Madrid, a 16 de marzo de 2021

## **A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES**

### **Comunicación de información privilegiada**

A los efectos previstos en los artículos 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de abril de 2014, sobre Abuso de Mercado y 226 del texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y demás disposiciones concordantes, Vértice Trescientos Sesenta Grados, S.A. ("Vértice360" o la "Sociedad") comunica la siguiente información:

### **Acuerdo con Telefónica para liderar el sector publicitario DOOH**

Vertice360 ha firmado con Telefónica un acuerdo en el día de ayer por el que ambas compañías trabajarán conjuntamente en el desarrollo, gestión y explotación de todos los proyectos basados en publicidad DOOH (Digital Out Of Home) hasta final del año 2026, sin perjuicio de sus ulteriores prorrogas.

De esta manera y gracias al acuerdo alcanzado, este partnership tecnológico irrumpe y se posiciona como tercer operador de publicidad DOOH en España y aspira a convertirse y liderar este ámbito sectorial a nivel nacional e internacional en los próximos tres años (Fuente: AIMC).

El acuerdo contempla el desarrollo de todos los proyectos de DOOH de ambas compañías a nivel nacional e internacional (en Europa y en Latinoamérica).

Telefónica, después de haber llevado a cabo un largo proceso de licitación donde han participado las principales multinacionales líderes de este sector, se decantó por la propuesta realizada por Vertice360 gracias al perfil tecnológico de ésta y a la aportación como valor añadido de su experiencia en la optimización de campañas publicitarias globales (tanto Off line como On line) fruto de la utilización de herramientas de Big Data, Machine learning e Inteligencia Artificial.

Resultado de este acuerdo y como primer proyecto, gestionarán desde el próximo 1 de abril la explotación comercial de la actividad publicitaria digital y promocional en un circuito que engloba -al menos- 43 de los principales centros comerciales de España y



Portugal con más de 200 millones de visitantes al año. Este circuito se ampliará recurrentemente mediante la incorporación de nuevos centros a nivel nacional e internacional junto con la integración de otras múltiples tipologías de soportes tecnológicos basados en publicidad DOOH.

Para ello Telefónica, y más concretamente el equipo de IoT&Big Data ha puesto a disposición de Vertice360 su experiencia en la ejecución de soluciones basadas en el internet de las cosas, Big Data y Business Intelligence, lo que ayudará a entender y comparar el comportamiento y los intereses de los clientes a la hora de tomar las mejores decisiones en las estrategias de marketing por parte de las marcas.

Por su parte, Vertice360 -a través de su compañía Squirrel Global Media- aportará además de su dilatada experiencia y profundo conocimiento del sector de la publicidad, la capacidad de desarrollar soluciones innovadoras para la explotación comercial de los soportes DOOH, basada en el machine learning y la publicidad programática, lo que optimizará de manera muy significativa las campañas que los anunciantes realicen en los soportes digitales gestionados por ambas compañías.

La aplicación de IOT y Big Data, se presenta como determinante para conseguir mejorar y optimizar las acciones de marketing de las empresas de cara a permitir tomar decisiones mucho más seguras y correctas en mucho menos tiempo, de modo que permitirá a los anunciantes optimizar la gestión de sus campañas unificando las comunicaciones de marca en toda la red de una forma más flexible y dinámica en función de los objetivos específicos y ofreciendo la posibilidad de lanzar anuncios personalizados o publicar promociones en tiempo real de un modo interactivo, así como generar distintos mensajes segmentados simultáneamente adecuándolos en función del perfil de los usuarios, consiguiendo mejorar la experiencia del cliente a la hora de recomendar e inspirar compras.

Igualmente, el sistema permitirá la configuración de la publicación del contenido digital por áreas y pantallas; gestión, programación, distribución, segmentación y sincronización de contenidos; dispositivos de control y seguimiento de los principales indicadores de las campañas.

Esta operación, que influirá positiva y directamente en los fundamentales del Grupo, se enmarca en un ámbito tecnológico que es estratégico para la compañía (área TMT Services), que ya sirve y servirá como impulso y desarrollo conjunto y simultaneo de las otras unidades de negocio (Media y Contenidos).

Atentamente,

**D. Javier Calvo Salve**

Secretario del Consejo de Administración de  
Vértice Trescientos Sesenta Grados, S.A.