

Ibai Llanos y Fotocasa premian las mejores notas de la selectividad con un “Fotocasoplón”

- Fotocasa ha querido recuperar el mítico discurso del famoso streamer para motivar y premiar a aquellos estudiantes que saquen mejores notas este año en las pruebas de selectividad
- El equipo ganador se irá una semana a una casa de lujo con todos los gastos pagados
- La participación para ganar [el Fotocasoplón](#) estará abierta hasta el próximo 12 de julio

Madrid, 8 de junio de 2022

En 2018 Ibai Llanos realizó un discurso improvisado desde su teléfono móvil animando a todos los estudiantes que se enfrentaban a los temidos exámenes de selectividad. El éxito de aquel vídeo fue tal, que en 2019 y 2020, Ibai decidió sofisticarlo. Ayudado por su famosa pizarra, vestido de chaqueta y haciendo de entrenador, volvió a incendiar las redes. Sin embargo, todo cambió en 2021, cuando Ibai anunció que se había quedado sin tiempo para hacer su tradicional discurso, lo que automáticamente hizo que las redes se llenaran de cientos de mensajes suplicando la vuelta del discurso motivacional.

Este año la acción motivacional de Ibai ha vuelto y lo ha hecho de la mano de [Fotocasa](#), que recientemente [ha firmado un acuerdo de patrocinio](#) con el streamer. Así, Ibai y el portal inmobiliario han lanzado “[El Fotocasoplón](#)”, una original acción que pretende motivar a todos los estudiantes que se enfrentan a los exámenes de selectividad. Así, el grupo de cinco amigos que mejor nota media saque ganará una estancia de siete días en una de las espectaculares casas de lujo disponibles en Fotocasa, tanto en venta como en alquiler.

Cada grupo de amigos deberá escoger un capitán para liderar el registro de su participación [a través de la página web](#) que se ha creado para la acción. Junto con el capitán, los otros cuatro integrantes del grupo también deberán inscribirse. Una que las notas de selectividad ya sean públicas el equipo deberá ingresar sus

resultados y se hará una media de las notas de los cinco integrantes del grupo de amigos. El grupo con mejor nota media será el ganador del premio.

“Esta acción se engloba dentro de nuestra estrategia de awareness, que marca un nuevo rumbo en el reconocimiento de nuestra marca entre el público más joven”, explica Bárbara Puyol, Brand Manager de [Fotocasa](#).

La idea y ejecución son obra de la agencia Reserva Coyote. “Existía un clamor en redes para que Ibai hiciera algo por selectividad, así que pensamos que era el momento de llegar incluso más allá del clásico discurso... ¿Qué puede motivar más a un estudiante que acabar exámenes para irse a un casoplón con sus amigos?”, explica Manasés Perales, socio y director Creativo de Coyote.

Ficha técnica:

Agencia: Coyote

Cliente: Fotocasa

Director Creativo: Manasés Perales

Director de innovación creativa: Quique Moreno

Head of art: Manuel Arranz

Equipo creativo: Eva Llopis, Manuela Canale.

Sobre Fotocasa

Portal inmobiliario que cuenta con inmuebles de segunda mano, promociones de obra nueva y viviendas de alquiler. Cada mes genera un tráfico de 34 millones de visitas (75% a través de dispositivos móviles). Mensualmente elabora el [índice inmobiliario Fotocasa](#), un informe de referencia sobre la evolución del precio medio de la vivienda en España, tanto en venta como en alquiler.

Toda nuestra información la puedes encontrar en nuestra [Sala de Prensa](#).

[Fotocasa](#) pertenece a [Adevinta](#), una empresa 100% especializada en Marketplaces digitales y el único “pure player” del sector a nivel mundial.

[Más información sobre Fotocasa.](#)

Sobre Adevinta Spain

Adevinta Spain es una compañía líder en marketplaces digitales y una de las principales empresas del sector tecnológico del país, con más de 18 millones de usuarios al mes en sus plataformas de los sectores inmobiliario ([Fotocasa](#) y [habitaclia](#)), empleo ([InfoJobs](#)), motor ([coches.net](#) y [motos.net](#)) y compraventa de artículos de segunda mano ([Milanuncios](#)).

Los negocios de Adevinta han evolucionado del papel al online a lo largo de más de 40 años de trayectoria en España, convirtiéndose en referentes de Internet. La sede de la compañía está en Barcelona y cuenta con una plantilla de 1.200 personas comprometidas con fomentar un cambio positivo en el mundo a través de tecnología innovadora, otorgando una nueva oportunidad a quienes la están buscando y dando a las cosas una segunda vida.

Adevinta tiene presencia mundial en 14 países. El conjunto de sus plataformas locales recibe un promedio de 1.300 millones de visitas cada mes.

Más información en [adevinta.es](#)

Llorente y Cuenca

Ramon Torné

rtorne@llorenteycuenca.com

638 68 19 85

Fanny Merino

emerino@llorenteycuenca.com

663 35 69 75

Paula Iglesias

piglesias@llorenteycuenca.com

662 450 236

Departamento Comunicación Fotocasa

Anaïs López

comunicacion@fotocasa.es

620 66 29 26