



## Gran éxito de participación en el concurso Axe Apollo para viajar al espacio, durante Fitur

- Más **20.000 personas** visitaron el stand de AXE, de las que **700** probaron el simulador aeroespacial de **AXE Apollo Space Academy**.
- **560 se apuntaron** al concurso durante FITUR.

Madrid, 5 de febrero de 2013.-

Por primera vez, un stand de turismo espacial, se hace un hueco en FITUR de la mano de AXE, marca líder en el mercado masculino de desodorantes y perteneciente a la compañía Unilever, **que acaba de lanzar AXE Apollo Space Academy (AASA)**, un concurso mundial en el que enviarán a 22 personas al espacio, una de ellas española ([www.axeapollo.com/es](http://www.axeapollo.com/es)), con Space Exhibition Corporation (SXC).

Más de **20.000 personas** visitaron el stand, donde mayores y pequeños se fotografiaron con los astronautas de AXE APOLLO. Además, más de 700 personas probaron el simulador aeroespacial de la **AXE Apollo Space Academy** que les llevó a vivir una sensación única: vivir en primera persona la experiencia de sentirse como si estuvieran en el espacio.

Sara Molina, responsable de AXE España, comentó: *“ha sido un gran éxito estar en FITUR, y además, el primer punto físico de inscripción del concurso que teníamos en el stand ha tenido muchísima afluencia de público. Durante esta semana, se han registrado en España 560 personas en [axeapollo.com](http://axeapollo.com). Todos se quieren convertir en el héroe de los héroes”,* y añadió: *“hemos elegido la empresa SXC para llevar a los ganadores al espacio porque nos ofrecen total garantía y su oferta es única, ya que el ganador será el copiloto de la nave, viajando sólo con el piloto. Una exclusiva fórmula de protagonizar una aventura inolvidable. Los vuelos espaciales serán una realidad en 2014.”*

El sábado, el público general también pudo disfrutar de una iniciativa muy original de AASA, participando en el multitudinario flashmob encabezado por el famoso bailarín de Fama, Sergio Alcover y sus 50 bailarines. Alcover fue uno de los cientos de candidatos en apuntarse a este fantástico concurso.



### **FASE I DEL CONCURSO: POPULARIDAD**

Cualquier persona mayor de edad puede participar a través de la web **AXEApollo.com**, donde cada candidato deberá crear su perfil de astronauta, explicar al mundo por qué merece ir al espacio, y conseguir el mayor número de votos. El 50% de los aspirantes más votados pasa a la siguiente fase.

### **FASE II DEL CONCURSO: PRUEBAS FÍSICAS Y DE HABILIDAD**

Posteriormente, **todos los aspirantes españoles tendrán que ir superando diferentes pruebas:** médicas, de creatividad, de habilidad y de resistencia. De esta forma el número de candidatos se irá reduciendo según avance el concurso, hasta quedar solo **dos finalistas**.

### **FASE III DEL CONCURSO: ENTRENAMIENTO EN LA A.A.S.A**

Los dos finalistas españoles **viajarán a la AXE Global Space Camp en Orlando para completar la última fase, junto con el resto de finalistas de los demás países.**

Ya **en Orlando**, los candidatos tendrán que superar **tres duras pruebas:** un simulador de entrenamiento, un entrenamiento con gravedad cero, y un vuelo en un avión de alto rendimiento.

### **FASE IV DEL CONCURSO: DESPEGUE AL ESPACIO**

Los 22 afortunados, uno de ellos español, **volarán al espacio en 2014** acompañando a un experto piloto en la aeronave espacial suborbital de “Space Expedition Corporation”, que alcanzará una altura máxima de 103 kilómetros.

*“Los viajes espaciales para todo el mundo son la próxima frontera en la experiencia humana”,* ha declarado **Buzz Aldrin**, legendario astronauta y piloto de la histórica nave Apollo 11 que aterrizó en la luna en 1969. *“Estoy emocionado de que AXE dé a los jóvenes de hoy en día una oportunidad extraordinaria para experimentar algo de lo que yo pude vivir”.*



**AXE**  
**APOLLO**

La Academia cuenta con padrinos relevantes en cada uno de los países que participan en el concurso. **En España, el padrino es Félix Torán**, físico, doctor en Ingeniería Electrónica, coach y escritor **con 12 años de trayectoria en la Agencia Espacial Europea**, que asesorará a los aspirantes en cada una de las pruebas que tienen que superar.

## Sobre AXE

AXE es más que un desodorante o un gel de ducha. AXE es un icono de modernidad y de seducción para jóvenes de edades comprendidas entre los 16 y 35 años. En España, **AXE lidera el mercado masculino de desodorantes**. Todos los desodorantes y geles se basan en la combinación de las más atractivas fragancias masculinas con fórmulas eficaces.



**Sigue la gran aventura en Facebook ([facebook.com/axespain](https://facebook.com/axespain)) y a través de [AXEApollo.com](http://AXEApollo.com)**



**[Twitter.com/axespain](https://twitter.com/axespain)**



**[Tuenti.com/axe](https://Tuenti.com/axe)**

## Nuevo AXE Apollo

Con un diseño negro y azul, **AXE Apollo es la gran incorporación en el lineal**. Desde hoy, se encuentra en las principales cadenas de distribución del país con su envase de 150 ml, en formato aerosol y también en el pack de desodorante, gel de ducha y eau de toilette.

Para más información, visita [TheAXEeffect.com](http://TheAXEeffect.com) o [efecto.axe.es](http://efecto.axe.es).

## Sobre Unilever

Unilever es uno de los principales proveedores mundiales de productos de gran consumo que opera en más de 100 países y vende en 190. Los consumidores compran 170.000 millones de productos Unilever en todo el mundo cada año, y nuestros productos se consumen más de 2.000 millones de veces al día. Contamos con más de 171.000 empleados, y generamos unas ventas anuales de 46,5 billones de euros en 2011. Más de la mitad de nuestras ventas se generan en los mercados emergentes (56% en 2011). Trabajando para crear un futuro mejor cada día, ayudamos a la gente a sentirse bien, a tener mejor aspecto y a sacar más partido a la vida con marcas y servicios que son buenos para ellos y para los demás. Nuestra



**AXE**  
**APOLLO**

cartera de productos incluye algunas de las marcas más conocidas en todo el mundo, como Knorr, Hellmann's, Lipton, Dove o Flora.

Nuestra ambición es duplicar el tamaño de nuestro negocio, reduciendo al mismo tiempo nuestro impacto medioambiental global (incluyendo el abastecimiento, uso del consumidor y disposición de los consumidores). También estamos comprometidos en hacer todo lo posible para mejorar la salud, la alimentación y la higiene, con el objetivo de ayudar a 1.000 millones de personas a mejorar su salud y bienestar, así como garantizar que el 100% de nuestras materias primas agrícolas provengan de fuentes sostenibles para 2020. Apoyando a nuestros tres grandes objetivos tenemos más de 50 estrategias programadas en el Plan Unilever para una Vida Sostenible.

Unilever ha liderado el sector de los productores de alimentación en los índices Dow Jones Sustainability World durante 14 años consecutivos. En 2012, también somos nombrados líderes del supersector de Alimentación y Bebidas. Formamos parte de la FTSE4Good Index Series alcanzando la puntuación ambiental máxima de 5, dando lugar a la inclusión en los FTSE4Good Environmental Leaders Europe 40 Index. En 2011, Unilever lideró la Climate Counts Company Scorecard y por segundo año consecutivo encabezamos la lista Global Corporate Sustainability Leaders en el último estudio anual de GlobeScan/SustainAbility (2012).

Para más información sobre Unilever y sus marcas, visita [www.unilever.com](http://www.unilever.com).

## **Sobre Unilever en España**

Unilever es una compañía con presencia en más de 180 países cuya visión es crear un futuro mejor cada día satisfaciendo las necesidades diarias en Nutrición, Higiene y Cuidado Personal, todo ello para ayudar a construir un futuro mejor de un modo sostenible, con marcas y servicios que ayuden a las personas a sentirse bien, a tener mejor aspecto y a sacar más partido a la vida. Unilever cuenta con marcas muy relevantes en el mercado de la alimentación como Flora, Knorr, Frigo, Magnum, Ligeresa, Calvé, Hellmann's y Maizena, entre otras y en el de cuidado personal y del hogar como Dove, Axe, Rexona, Skip y Mimosín. Para más información, visita [www.unilever.es](http://www.unilever.es)

**PARA MÁS INFORMACIÓN**  
**QMS Comunicación/Eleven Factory**  
**91 343 12 86/87**  
**699 67 08 93**