

Triunfa la campaña 'Be The Meister', protagonizada por estrellas de la música urbana

Premis Impacte, creatividad *made in Catalunya*



Noche de talento Fotografía de familia de los galardonados de los Premis Impacte, la gran fiesta de la publicidad y la creatividad catalanas que se celebró el martes

MIREIA COMAS

Barcelona **SARA LOSCOS**

Barcelona tiene el potencial para liderar la industria de la comunicación y la creatividad. Este es el mensaje que se transmitió en la sexta edición de los Premis Impacte de la publicidad, el marketing y las relaciones públicas, la máxima distinción del sector, que se entregaron el martes en el Museu del Disseny de Barcelona. La decana del Col·legi de Publicitaris i RP de Catalunya Rosa Romà, inauguró el evento llamado a poner en valor el talento creativo y tecnológico del sector. “Somos capaces de liderar: cuando conseguimos encontrarnos y hacer visible el talento somos imparables, y prueba de ello son los Premis Impacte”, aseguró con rotundidad. El acto, presentado por la periodista Xantal Llavina, contó con la presencia de primeras espadas de agencias y empresas catalanas y del vicepresidente del Govern, Pere Aragonès. Un jurado de reconocidos profesionales fue el encargado de escoger a los ganadores para las 9 categorías entre el total de 136 campañas participantes.

El Gran Premi Impacte, máximo galardón a las acciones de co-

municación publicitaria, fue para *Be The Meister* de la agencia Proximity Barcelona para el anunciante Jägermeister. En un videoclip firmado por CANADA (la productora barcelonesa responsable de los clips de Rosalía) se remezclan dos

Un jurado de profesionales se encargó de escoger los ganadores para las 9 categorías entre 136 campañas

Horizontes de oportunidad para la publicidad catalana

T tiempo de aceleración, pero también de clarificación. La combinación de la tecnología, el uso de datos y unos consumidores más avanzados han irrumpido para quedarse en el mundo de la comunicación. A este triángulo virtuoso le falta un centro de gravedad imprescindible: la creatividad. Sin una buena estrategia creativa y una buena narrativa, no hay inteligencia artificial que valga para generar impacto. Sigue el trasvase de la inversión publicitaria hacia lo digital de la misma forma que cambian los hábitos de consumo. Lejos del apocalipsis, es una oportunidad para el sector de la publicidad catalana. Hemos pasado del riesgo por inundación al gota a gota. Cuando la estrategia y los contenidos convergen, producen buenos contenidos —buena publicidad— que interesa y no molesta al consumidor. *Touché*. Es lo que los publicitarios siempre habíamos buscado. Como Col·legi, lo que queremos es ser el punto de encuentro y transformación del sector de la comunicación y el marketing hacia esta revolución del buen gusto, las marcas más sociales y la eficiencia bien entendida, que es hacia donde transita el sector. Tenemos un horizonte de esperanza para la comunicación publicitaria en Catalunya, país pionero y líder en la materia. Hemos sido, somos y seremos un país de buen branding, de publicidad y de innovación. Los Premis Impacte 2019 lo certifican.



Rosa Romà, decana del Col·legi de Publicitaris i RP de Catalunya

Innovación tecnológica y trap

Los artistas de música urbana **Rels B** y **Deva** publican dos nuevas canciones trap; poco después una marca revela que se trata de un solo tema, un *mas-hup*, y que los dos videoclips se fusionan en una historia simultánea en pantalla partida. Esta es la campaña de *branded content* que Proximity Barcelona creó para Jägermeister, y que le ha valido el máximo galardón de los Premis Impacte. *Be The Meister* tardó dos años en ver la luz, y “a pesar del resultado orgánico, es muy compleja técnicamente”, asegura el director creativo Ferran Lafuente, que destaca que “el otro reto fue coordinar no solo agencia, marca y productora, sino también dos artistas que tuvieron que ponerse de acuerdo con las letras y el *beat* de las canciones”. El clip obtuvo dos millones y medio de reproducciones en una semana y sigue teniendo 2.000 diarias. “Es el indicador de que es un *branded content* de calidad que el *target* asume como propio y se consume en la vida cotidiana”.

temas de las jóvenes estrellas de la música urbana Rels B y Deva. Las historias de superación personal de los dos artistas tienen en el punto de mira una generación joven que quiere marcar sus propias reglas. Entre los premiados de las diversas categorías destacan las campañas con impacto social como *I Am What I Am*, de la agencia McCann para Violeta by Mango (Premi Impacte Comercial), que empodera a mujeres que desafían los cánones de belleza tradicional.

Otra buena muestra de creatividad al servicio del cambio social es *The Good Print Test*, de la agencia VCCP para Worten, que se llevó el Premi Impacte Innovació. La iniciativa desarrolló un software que hace que el papel que sale automáticamente al configurar una impresora, sea la historia de una persona que se ha beneficiado de un trasplante de médula y el formulario de inscripción para la Organización Nacional de Trasplantes. Un folio que hubiera acabado en la papelera puede salvar una vida.

Se premiaron campañas de empoderamiento de la mujer, contra la contaminación del mar y para promocionar la donación de médula

En la misma línea, uno de los spots más premiados de la noche fue *Peces de Plástico*, que obtuvo hasta tres galardones, entre ellos el oro del Premi Impacte Xarxes Socials. La campaña de la agencia Piece of Cake creada para Agbar transmite de forma muy gráfica un mensaje inquietante: si no lo remediamos, en 2050 en el mar habrá más plástico que peces. *La Banda Sonora del Pirineo* para Aigua de Ribes, *Level 7* para Honda, o un original juego de Escape Room a través de Instagram para Kit Kat fueron otras de las campañas premiadas.

Fiesta de Verano

También se hizo entrega del Premio de Honor, distinción que el Col·legi otorga a personas o empresas que hayan significado un punto de inflexión en el sector. Los galardonados en esta edición fueron los fundadores de Mediapro Jaume Roures y Tatxo Benet. Coincidiendo con el 25º aniversario de la productora, fueron distinguidos por ser “ejemplo de emprendeduría, liderazgo, compromiso, atrevimiento e internacionalización”. Después de la ceremonia se celebró la Fiesta de Verano, cita anual de referencia del sector donde profesionales, agencias e instituciones intercambiaron impresiones y brindaron por unos premios que se consolidan como el gran escaparate de la creatividad en Catalunya. ●