

# VIMEMA NEWS

CREATIVITY, PRODUCTION & DISTRIBUTION

NUESTROS CASOS DE ÉXITO HABLAN POR SÍ SOLOS // WWW.VIMEMA.COM // 93.303.15.40

EJEMPLAR GRATUITO

## El anuncio del Salón Erótico de Barcelona, León de Plata en los Cannes Lions 2016

**Patria fue un fenómeno viral internacional el octubre pasado con 1M de views en 24h**



En el Cannes Lions, uno de los principales festivales de publicidad del mundo, la agencia publicitaria independiente catalana Vimema ha sido premiada con un León de Plata en la categoría reina del festival en su primera participación en el acontecimiento. Ha ganado el premio con Patria, el spot que preparó para el Salón Erótico de Barcelona Apricots 2016, una cinta cargada de provocación, protagonizada por la actriz porno Amarna Miller, que suponía una crítica directa a los aspectos más conservadores de España.

Pg 02



## El anuncio de cerveza que da un mazazo de realidad a los veranos de Estrella Damm

**La Brava, una marca de cerveza inspirada en la Costa Brava, expresa en su vídeo promocional lo que todo el mundo ha pensado de los veranos idílicos que venden las grandes marcas.**

Año tras año, las grandes marcas de cerveza venden en sus anuncios veranos idílicos, rodeados de gente guapa, playas paradisíacas con aguas cristalinas, todo-

terrenos descapotables en el litoral... Debido a la insistencia que tienen las marcas, sobre todo Estrella Damm, muchos de los usuarios ya mostraban su descontento



Spot promocional del Saló Eròtic de Barcelona 2017, titulado «Normalí (Saló Eròtic de Barcelona)»

LA VANGUARDIA

## El Salón Erótico de Barcelona defiende la normalidad del derecho de decisión

La feria barcelonesa defiende la libertad de expresión y de decisión

El Salón Erótico de Barcelona ha sorprendido en esta edición con un vídeo promocional que explícitamente critica la represión a las “libertades de expresión y de decisión” e incluye referencias directas a las actuaciones policiales contra la celebración del referéndum este domingo. El spot se titula Normal y lo firma el director creativo de Vimema, Carles Valdés.

“Cuando la censura y la

represión se convierten en norma se debería plantear qué es lo normal”, inicia la locución, mientras se oyen de fondo noticias sobre los registros y las detenciones de altos cargos de la Generalitat el pasado miércoles. “Normal es que podamos decidir lo que queremos ser”, afirma la protagonista.

El salón, que se celebrará del 5 al 8 de octubre en Pavelló Olímpic Vall d’Hebron, celebra este año su 25ª edición.

En su perfil de Youtube, donde ha alojado su anuncio, explica la razón que les ha movido a apostar por su posicionamiento tan claro: “En vista de la situación política y social actual en el país, queremos reivindicar más que nunca los valores básicos de la convivencia: libertad y respeto”. “Junto a esta reivindicación, la firme condena a cualquier acción represora que ponga en peligro esas libertades”, agregan.

**Este impactante vídeo quiere que hagas algo ante la crisis de los refugiados**



La organización ‘Casa nostra, casa vostra’ ha lanzado un vídeo que pretende llamar a la acción ante la crisis de los refugiados.

**BuzzFeed**

EL PAÍS

## El manifiesto de Nacho Vidal revoluciona las redes

**“Una publicidad más efectiva imposible”**

“Cambiemos los misiles por consoladores, y las armas de destrucción masiva por orgías multitudinarias.” Esta es una de las primeras sugerencias de Nacho Vidal para un mundo mejor, en un

manifiesto que se ha publicado esta mañana en YouTube y que apunta a viral. Esta particular revisión del “haz el amor y no la guerra” que hace la superestrella del porno internacional forma parte de la promoción del Festival Erótico de Barcelona que se celebrará del 1 al 4 de octubre. Una publicidad más efectiva imposible, con un rostro conocido por el gran público y un mensaje más que potente: “Follemos”.



## El Chacho como nunca le habías visto: rapeando

Sergio Rodríguez, Luka Doncic, Vassilis Spanoulis y varias estrellas m- s protagonizan el último spot de la Euroliga cantando un rap.



ecommerce news

## ¿Cómo desarrollar una estrategia de marketing de 9 millones de views?

El vídeo de la última campaña de la marca de gafas de sol SIROKO se ha hecho viral: más de 200.000 compartidos y 9 millones de visualizaciones en Facebook en menos de un mes. Además, el número de seguidores de SIROKO en las redes sociales ha aumentado más de un 10% desde su lanzamiento. Su viralización tiene mucho que ver con el hecho de haber creado un conteni-

do muy interesante para el público y en el debate que han generado las opiniones de los protagonistas: Nacho Vidal y Sor Lucía Caram. Ha obtenido una audiencia que supera al seguimiento total en audiencia del sorteo de la lotería de la Navidad o que haya conseguido casi cuatro veces más espectadores en España que la audiencia del Barça-Madrid.



**el Periódico**

## La OBC presenta un original homenaje a sus seguidores más fieles

**Cuatro abonados de la orquesta fueron sorprendidos con una interpretación solo para ellos**

La OBC ha celebrado este fin de semana su 70 aniversario con tres funciones en las que ha interpretado la Sinfonía número 8 de Mahler, también conocida como Sinfonía de los Mil. Ha sido un fin de semana lleno de emociones para los amantes de la música clásica y en especial para los seguidores de esta insigne orquesta.

Pero sin duda los que más se han emocionado con este aniversario han sido los cuatro abonados a la OBC que fueron elegidos para el vídeo de homenaje que la propia orquesta ha querido dedicar a sus aficionados más fieles.

Alfons Cabezas, M<sup>a</sup> Francesca Fernández, Virginia Rué y Andrea López disfrutaron del privilegio de asistir a una interpretación de la orquesta dedicada en exclusiva. Cada uno de ellos fue invitado a explicar en la misma Sala 1 de l'Auditori lo que la OBC significaba para ellos.

Ante un gran biombo con el logotipo de la orquesta, una falsa entrevistadora empieza a preguntarles sobre su pasión por la música. Tras unos minutos de preguntas, la entrevistadora se excusa y abandona la sala momentáneamente. Mientras espera su regreso, los miembros de

la orquesta van desfilando detrás del biombo y ocupan su puesto en el escenario. Retiran el biombo.

La sorpresa inicial se convierte en auténtica emoción cuando Pablo González, director titular de la orquesta, le anuncia al abonado que es el protagonista de un homenaje a todos aquellos que hacen posible el día a día de la OBC. Los cuatro espectadores viven un momento único cuando la orquesta empieza a tocar exclusivamente para ellos.



"Uno de los momentos más emocionantes de mi vida" comenta Alfons Cabezas, uno de los abonados sorprendidos

Huffington Post

**+40M**  
Le clip du Salon de l'érotisme de Barcelone dézingue la société espagnole

### El crítico vídeo del Salón Erótico de Barcelona que está triunfando en las redes

Las imágenes acumulan 15.000 reproducciones en un día y han sido aplaudidas por algunos personajes públicos como Pablo Iglesias o Íñigo Errejón.

En el vídeo, la actriz porno Amarna Miller critica la doble moral de España.

No es la primera vez que el Salón Erótico de Barcelona acierta de tal manera con sus vídeos publicitarios. El del año pasado, en el que el actor porno Nacho Vidal leía un manifiesto en el que pedía hacer el amor y no la guerra, también triunfó en las redes sociales y los medios.



## Best tweets

### ¿Qué dicen de nosotros los famosos en la red?



**Risto Mejide**

Se hace de día en este país hipócrita y yo no puedo parar de aplaudir. OLÉ @AmarnaMiller



**Lucía Etxebarria**

@VimemaFilms sois unos genios. es muy, muy bueno @Nachovidalporn



**Pablo Iglesias**

Rodilla en tierra @AmarnaMiller  
Nada de rendirse



*Está muy bien pensado lo de reparar y reconstruir como primeros pasos para renacer.*

*Y no era fácil, porque uno de los objetivos de los dueños del relato es atacar la autoestima de quien quiere renacer."*

Antoni Bassas, sobre *Orgull Valencià*

ara.cat



**Glòria Serra**

Sólo falta que la cerveza haga honor al mensaje. youtu.be/JE\_9LyxsBws Me quedo con esta Costa Brava



**Samanta Vilar**

Adviento: si ves este video no vas a parar de llorar, reír y de querer abonarte a la OBC goo.gl/Vy5W



**Señorita Puri**

Me flipa mucho el vídeo del Salón Erótico de Barcelona, que protagoniza Nacho Vidal.



**Nacho Vidal**

#NORMAL Bravo #carlesvaldes #vimema & staff por reivindicar, más que nunca, la libertad de expresión



# ENTREVISTA: CATALUNYA RÀDIO

## CARLES VALDÉS

Director Creativo y Realizador

CATALUNYA  
RÀDIO

### El director del spot viral de La Brava

**Carles Valdés** 33 años, Barcelona  
Fundador de Vimema en 2009, decidió dejar la empresa de marketing online en la que trabajaba para crear una agencia y productora, con un concepto nuevo, apostando por internet.

“Intentamos transmitir algo siempre. Si nuestro spot deja indiferente es que hemos fracasado”



**S**in palabras. Madre mía, qué pasada. Una obra de arte digna de la mayor difusión posible. Extraordinario. Estos son algunos de los comentarios dejados por los internautas.

Hoy hemos querido invitar a Carles Valdés, director creativo y realizador del spot de la cerveza La Brava que se hizo viral. ¿Os esperaba un resultado así? Bueno, siempre se pretende, pero la verdad es que no te lo puedes esperar nunca.

Este no es el primer spot que habéis hecho, pero vosotros sois especialistas en estas cosas virales, ¿no?

Sí. Nosotros evitamos esta palabra, aunque la llevamos en nuestro ADN y en nuestro nombre, porque Vimema es “Viral Media Marketing”,

poco a poco hemos visto que la viralidad es muy relativa. Y hablar de viralidad con un cliente es algo complejo.

Pero este es el objetivo, ¿no? Es el éxito del anuncio.

Sí, pero ¿qué es viral? Para alguien viral son cien mil visualizaciones, depende del target, si es muy segmentado si es público catalán que le gusta la música clásica...

Pero este caso es un éxito.

Está claro, en este caso es viral, del todo. Pero sí que es verdad que a veces hacemos campañas que después piensas, quizás no han sido tan virales, pero que para el cliente, para su segmento, al que va dirigido, ha sido súper viral.

Para la gente que tiene pequeños negocios y que dicen “yo también lo he intentado y no lo he conseguido”,

### El vídeo online será la principal inversión en los planes de marketing en 2016

Según un informe de la agencia QDQ Media, las previsiones en cuanto a inversión publicitaria para 2016 viran hacia los medios online y el contenido de vídeo.

- ▶ La inversión en publicidad digital aumentará un 23,4%
- ▶ El 71% de las empresas usarán estrategias de *branded content*.
- ▶ Más del 80% de los internautas verán vídeos online.
- ▶ El vídeo online se convertirá en la principal inversión en los planes de marketing.
- ▶ El vídeo cobrará protagonismo en las estrategias de SEO.

### ¿hay algún secreto? ¿Cómo se hace un vídeo viral?

Nuestro “secreto”, si es que se puede decir así, es que venimos del mundo de internet, no venimos del mundo de la publicidad. Evidentemente hay gente en nuestro equipo que sí que viene del mundo publicitario, pero nuestro origen es internet. Y en base a eso, nosotros pensamos siempre en el medio.

Hemos de intentar siempre transmitir algo, si nuestro spot pasa desapercibido, si te deja indiferente, es que no lo hemos hecho bien. Entonces son esos dos pilares: pensar en internet, pensar en el medio; y aparte poder transmitir algo. Si consigues emocionar de una manera honesta, conectas con la gente.

### Test de compatibilidad para nuevos clientes

Une todos los puntos

Con tan sólo cuatro líneas rectas y sin levantar el lápiz del papel.

