

## **“TIENES QUE VERLO”, de WINK TTD para VODAFONE se lleva el “PREMIO BCMA AL MEJOR BRANDED CONTENT DEL AÑO”**

**Este reconocimiento, junto con diferentes menciones especiales, y el Premio al mejor #05x10 BCMA del año, se entregaron esta mañana en una Gala Online**

Viernes, 27 de noviembre 2020

La [BCMA Spain \(Asociación Española de Branded Content\)](#) entregó esta mañana los [PremiosBCMA2020](#), en una gala online producida por [GAME TV](#) y adaptada a las actuales circunstancias en la que, por segundo año consecutivo, se ha querido reconocer el trabajo del sector. Juanma Ortega fue el encargado de presentar la Gala en la que se entregaron diferentes reconocimientos:

- El “Premio BCMA al mejor Branded Content del año” fue para “**Tienes que verlo**”, de **Wink TTD** para **VODAFONE**.

Según palabras de **Mireia Pousa**, Head of Media and Branded Content Strategy en Naturgy, en representación de IAB en el jurado:

*Esta acción responde a un insight muy potente de la marca. A pesar de tener un amplio contenido de cine y series, el reto era destacar entre la competencia y resolver un problema cotidiano a la hora de buscar contenido que ver entre tanta oferta, y lo han resuelto a través de la estrategia. El contenido conecta con el consumidor de manera empática, creíble y cercana a través de los propios actores y actrices, con un tono cercano y creíble, de amigos, para dinamizar contenidos. Ha obtenido resultados excelentes y ha generado engagement y relevancia para la marca. Impresionante la explosión de contenidos en RRSS y buscadores.*

Además, se entregaron cuatro menciones especiales:

- “Momento social”: **VECINOOO**, de **Casanova Agency** para **XIAOMI**

En palabras de **Daniel Sánchez Arévalo**, guionista y director de cine, en representación del jurado:

*“Merece el reconocimiento por cómo se ha adaptado al contexto social, en tiempos de confinamiento, por haber sabido integrar a las personas dentro del contenido y hacer sentir que es de todos y por cómo ha transmitido los beneficios racionales de la marca desde la emoción”.*

- “Branded Content con propósito”: **ALMA. La red social social**, de **&Rosás** para **Fundación LaCaixa**

Según **Luis Comajuan**, líder de la Comisión de BC con propósito de la BCMA, y executive creative director en Bakery:

*“Alma ha logrado generar un espacio de comunicación abierto a nivel social. Toca toda su cadena de valor a nivel marca y está claramente trabajado desde su propósito. Perfecto equilibrio entre*

*colaboradores, celebrities y beneficiarios que hay detrás de las iniciativas, y que son altavoces del contenido de la plataforma. Generan además conciencia y sensibilización gracias a las iniciativas que repercuten directamente en el beneficio de la sociedad.”*

- Estrategia más innovadora: “**NOT A GAME**”, de **FCB&FiRe** para **Movistar**

En palabras de Germán Silva, Founder & CEO de PINK LAB™, en representación de la Asociación de Agencias de Creatividad Transformadora:

*“Es un proyecto muy valiente, audaz, certero, duro incluso, capaz de abordar el impacto de videojuegos /eSports en el entorno familiar, que tiene como objetivo conectar 2 generaciones desconectadas por una brecha generacional. Es una radiografía social. Un proyecto muy potente al servicio de una estrategia innovadora”*

- Construcción de marca: “**Hotel Jorge Juan**”, de **Vanity Fair** para **Seagram’s Gin**

Para **Judith Francisco**, Presidenta del Club de Creativos:

*“Es un trabajo muy completo, lo tiene todo. Estrategia valiente que requiere una apuesta en el tiempo. Se dirige a una comunidad muy cualitativa, construye un espacio imaginario para la marca. Conecta de manera muy íntima con su audiencia, siendo incluso capaz de generar un momento de consumo. Además, su alianza con Vanity Fair le garantiza una perfecta distribución del contenido y una ejecución exquisita.*

Se reconoció también el trabajo de los socios de BCMA, entregando el **Premio al Mejor #05x10 BCMA del año**, que fue para “**El gran reto solidario**”, de **BE A LION** para **El Comité de Emergencia**, y que votaron los propios socios.

Cerraba la gala la presidenta de la BCMA, **Cristina Barbosa** y Directora de marca de **Vodafone** que repasaba los casos premiados. Insistía en agradecer el esfuerzo de todo el sector por seguir trabajando y seguir haciendo Branded Content en estos momentos de recortes presupuestarios. Resaltaba que la Asociación no ha parado este año, al igual que no lo ha hecho el consumo de contenidos. Y finalizaba insistiendo en la necesidad de seguir apostando por esta disciplina que, sin duda, es eficaz, y tiene resultados en el negocio. E insistía también en lo importante que es establecer una rutina de medición.

Ver GALA: <https://www.youtube.com/watch?v=gDv4U92sceA&feature=youtu.be>

#### **MATERIAL DE APOYO:**

Vídeo finalistas mejor BC del año:

<https://www.youtube.com/watch?v=R1dZrESEc9Q&feature=youtu.be>

Vídeo Jurado: <https://www.youtube.com/watch?v=bUfYUO90d7Q&feature=youtu.be>

Más información en [Bcma.es](http://Bcma.es)

**Para más información contactar con:**

**Ana Lorenzo**

Gerente BCMA España

Ana.lorenzo@bcma.es

649241971