



# Talento creativo en la publicidad alicantina

Con la publicidad se hacen realidad muchos proyectos editoriales. La presencia de espacios publicitarios permite obtener una financiación que posibilita la existencia de más opciones informativas y las hace más asequibles para las personas interesadas, ya que no han de sufragar así su coste de forma íntegra.

La publicidad, además, es un termómetro claro de la situación económica y social en un momento determinado debido a que es una actividad asociada con la confianza. Se retrae en momentos de crisis y se fortalece cuando la economía y el consumo crecen.

Esa estrecha relación entre publicidad y entorno también se comprueba en la provincia de Alicante. Las empresas publicitarias responden al modelo de PYMES que caracteriza a nuestro tejido empresarial y se significan por su carácter dinámico y emprendedor.

Los publicitarios han debido afrontar en los últimos años el impacto de una doble crisis. Por un lado, la caída de la actividad económica ha obligado a una adaptación importante en empresas que habían crecido con la bonanza económica y desarrollaban buena parte de su actividad para el sector público y el inmobiliario. Por otro, el modelo tradicional de la actividad publicitaria, centrado en la construcción de mensajes comerciales que llegan a la gente a través de los medios de comunicación, está cambiando de forma radical. Los publicitarios, como consecuencia del peso cada vez mayor de Internet y las redes sociales, necesitan encontrar nuevas maneras de atraer el interés de las personas. Y la propia concepción del rol de la publicidad está cambiando: hoy ya no es únicamente un medio para dar a conocer productos y servicios, sino que es un poderoso recurso para mejorar muchas situaciones injustas, como demuestran múltiples campañas de carácter solidario realizadas por organizaciones, instituciones y empresas.

Durante 2015, las empresas publicitarias alicantinas han dado una respuesta positiva a los dos tipos de crisis comentados. Lo demuestran dos hechos clave: la apertura del mercado y la diversificación.

Respecto a la apertura del mercado, ya no se trata de agencias que proporcionan solo servicios a pequeñas empresas de la provincia. Poco a poco, las agencias alicantinas demuestran su talento creativo trabajando para clientes nacionales o internacionales.

Grupo IDEX ha abierto este año nuevas oficinas en Madrid y ha empezado a trabajar con grandes cuentas como ICO, Ayuda en Acción, Fundación ONCE o Pacto Mundial. Getting Better ha iniciado su colaboración con Chiquitín, la mayor red de escuelas infantiles de España. Casanova cuenta con una importante cartera de clientes nacionales e internacionales: Samsung, Nivea, Turismo de la Comunidad de Madrid, Alain Afflelou y Cadena Dial, entre otros. Lo mismo sucede con Imaginate (Pepe Jeans, Diesel, Orangina Schweppes), Render (Dunlop, Speedo), Sapristi (Coca Cola, La Caixa), Small (Kaspersky, Reina) o Adman (Krissia, El Pozo, CCC, Expert).

En cuanto a la diversificación, hoy en Alicante, junto a agencias que ofrecen respuestas al cliente en diversas áreas, podemos encontrar empresas con un

alto grado de especialización en campos concretos. Así, Small o BFP son empresas centradas en la consultoría y gestión de marcas. Grupo Enfoca, 3dids o Webposter se mueven en el campo del marketing online y en los desarrollos para web. Spherical Pixel son especialistas en videojuegos y advergaming. Youknow elabora trabajos de comercio electrónico y gestiona, por ejemplo, las plataformas de ONG tan destacadas como Amnistía Internacional, Médicos sin Fronteras o Greenpeace.

Una buena prueba del excelente trabajo realizado desde Alicante es la obtención de premios en diversos festivales y concursos a lo largo de 2015.

En abril, la agencia CASANOVA consiguió el premio AMPE de plata en la categoría de exterior, por la campaña "Sincroniza tus latidos" para Samsung, y en mayo el Premio Nacional de Marketing, en la categoría de PYMES, por su campaña para LODI. Asimismo, en agosto recibió el premio Eventoplus al mejor evento de motivación, por el Gran Reto de Phone House.



"Un renacimiento a la italiana", una de las campañas ganadoras en los premios ALCE 2015

Junto a agencias que ofrecen respuestas al cliente en diversas áreas, encontramos otras con alto grado de especialización

En junio se otorgaron los premios ALCE, evento que organiza 361º, la asociación de empresas de publicidad de la provincia de Alicante y que reconocen los mejores trabajos desarrollados aquí. Los grandes triunfadores fueron UTOPICUM, con cuatro galardones: Redes Sociales con "La canción del Vegano", Medios Impresos con "No te vamos a morder", y con "Un Renacimiento a la Italiana" la Campaña Global y Publicidad Exterior; con tres premios, GRUPO ANTÓN (categoría de Radio con "Chacho" y con su pieza "Hacen falta aparadoras" han ganado Stands y Espacios Comerciales y Web); GRUPOIDEX, (Eventos por "Entra en la Historia", Campaña Global Online por "No hace falta ir a Londres" y la nueva categoría de Alce Solidario con su campaña "Fans"), y con dos CASANOVA (Spot con las campañas "Nordikas"; y con el trofeo a Marcas y logos por "Helt") y SAPRISTI (Street Marketing / Marketing de guerrilla con "El vell montgó desperta", y Artes Gráficas con "El tipo de la imprenta").

También en junio, GRUPOIDEX ganó el Publifestival 2015 en la categoría de "Mejor Campaña Social Online", por la acción "Somos sus mayores fans" desarrollada para Feaps Madrid, y GRUPO ANTÓN recibió el premio a la mejor empresa familiar otorgado por la Cámara de Comercio de Alicante.

SAPRISTI fue finalista en julio de los Grandes Premios de El Chupete 2015, festival que reconoce los mejores trabajos de comunicación dirigidos a la infancia.

La agencia IMAGINARTE fue una de las ganadoras en la convocatoria anterior de 2014 con una pieza para Pepe Jeans.

Dos agencias alicantinas obtuvieron premios en los Luxury Advertising Awards que tuvieron lugar en noviembre: La Clec obtuvo dos galardones con sus trabajos para Issus Artego y Prestige Invest; y Getting Better consiguió el premio a la mejor Creatividad en Branded Content con "Casada con un mixólogo botánico", para Toque Especial.

La agencia CASANOVA en el mes de diciembre también consiguió tres premios en el festival español de publicidad, marketing y comunicación AGRIPINA. El ganador de la categoría de spot fue para "El mejor lugar del mundo", de Nordika's. La presencia de la marca LODI en la gala de los Goya fue reconocida como el premio al mejor evento, y la acción de comunicación interna para Phone House, "El gran reto", consiguió el gran premio. Y en la categoría de Advergaming, triunfó la agencia SPHERICAL PIXEL con la pieza Famosa Town.

YERNO ha sido doble finalista en los premios 2015 de la revista ANUNCIOS, que se fallarán en enero de 2016, con sus trabajos "Noche de Reyes" y "Colada Rosa".

Podemos concluir que Alicante se está configurando como un polo de referencia creativa en el mundo publicitario. Desde aquí se desarrollan ideas de calidad que, poco a poco, consolidan un espacio profesional en auge. Y en esta dinámica positiva del sector no es ajena la entrada en las empresas de los egresados del grado de Publicidad y Relaciones Públicas que se imparte en la Universidad de Alicante. La convergencia entre el talento existente en el sector y la frescura de los nuevos profesionales justifica una visión positiva del futuro tras el paso por momentos de gran dificultad.