

Damm Compromiso



JAUME ALEMANY
DIRECTOR DE
MARKETING,
EXPORTACIÓN Y
COMUNICACIÓN DE
DAMM

Hace más de 10 años que Estrella Damm cuenta historias con el mar Mediterráneo como telón de fondo. Durante estos años, la marca trabajó el “Mediterráneamente” desde múltiples ópticas. Porque Estrella Damm siempre ha querido poner en valor la manera de vivir en el Mediterráneo.

Fue en 2019 cuando la marca, consciente de la amenaza ecológica a la que estaba expuesta el Mediterráneo, dio un paso adelante, desde la dimensión cultural y gastronómica, e incluyó la dimensión medioambiental -y más concretamente, la de la protección del Mediterráneo- en la campaña del año pasado.

En 2019 lanzó ‘Alma’ y ‘Amantes’, una campaña de comunicación dividida en dos actos para concienciar a la población sobre la situación del Mediterráneo. Pero en 2020 tocaba dar otro paso adelante y explicar el tercer acto.

OBJETIVOS. Si bien ‘Alma’ mostraba la emergencia ecológica a la que está expuesta el Mediterráneo, en ‘Amantes’ se daba visibilidad a la labor que desempeñan buceadores, biólogos marinos, investigadores, ONGs y divulgadores que dedican sus vidas a revertir esta situación y a proteger nuestro bien más preciado. Pero faltaba un compromiso, el de Estrella Damm.

En 2019, la marca puso en marcha un proyecto pionero en el sector cervecero para la eliminación de las anillas de plástico presentes en los packs de latas de cerveza, sustituyéndolas por otras de cartón 100% biodegradable, fabricadas con 100% fibras naturales provenientes de árboles gestionados de forma sostenible y responsable que cuentan con la certificación PEFC. Una iniciativa que culminará este 2020 y que supondrá la reducción de más de 260 toneladas de plástico al año, el equivalente a casi 89 millones de unidades de anillas de plástico.

Estrella Damm tenía, pues, un gran compromiso con el medioambiente, y quería transmitirlo.

ACCIONES REALIZADAS. Compromiso mostraba, a través de una potente coreografía interpretada por 24 bailarines y bailarinas de danza moderna, cómo trabajando de forma colaborativa y con un objetivo común podemos proteger nuestro planeta. Para ello, se llevó a cabo una campaña de comunicación transmedia, empleando tanto medios convencionales como medios digitales.

Acompañando la pieza principal, se realizaron unas ejecuciones exclusivas para redes sociales en las que se contaba, no solo el compromiso de Estrella Damm con la eliminación de las anillas de plástico, sino todas las iniciativas que la marca lidera en sostenibilidad. Todas las piezas redirigían al apartado de sostenibilidad de la web de Estrella Damm.

RESULTADOS

- 28,5M visualizaciones del spot en Youtube.
- Más 139,4K interacciones de los usuarios.
- 22,2K menciones en las redes sociales.
- +300 impactos en medios de comunicación.
- A nivel de branding de marca, ‘Compromiso’ ha obtenido una puntuación muy alta (66%), similar a la que consiguió ‘Alma’ en 2019 (67%).
- Ha contribuido a la construcción del atributo de marca sostenible para Estrella Damm (+5 puntos).

FICHA TÉCNICA

Anunciante: Damm.
Marca: Estrella Damm.
Producto: Estrella Damm.
Agencia: Oriol Villar y Arena Media.
Equipo anunciante: Jaume Alemany, Enric Costa, Isabel Negra, Anna Boix, Jofre Riera, Jordi Llanes, Fran Soley, Gerard Arias, Judith Martinez, Fede Segarra y Jordi Laball.
Equipo agencia: Oriol Villar, Melanie Andrade y Oriol Gil (Oriol Villar); Carles Navarro, Marina Egea, Laura García y Robert Hernández (Arena Media).