

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

CATEGORÍA SENIOR

Rellenar y enviar a premiojcdecaux@jcdecaux.com

SUBCATEGORÍA: Señalar la que proceda, sólo es válida una subcategoría por formulario de inscripción.

- CONVENCIONAL
- ACCIÓN ESPECIAL ASOCIADA A SOPORTE
- ACCIÓN ESPECIAL STREET MARKETING
- DIGITAL

TÍTULO DE LA CAMPAÑA: «¿Te regalo un libro?»

ANUNCIANTE: Lapinga Ediciones

MARCA: Lapinga Ediciones

PRODUCTO: Libro

AGENCIA:



N.º DE PIEZAS QUE COMPONEN LA CAMPAÑA: 300

FECHA DE EXHIBICIÓN / DIFUSIÓN: 21-23 de diciembre de 2019

DATOS DEL ANUNCIANTE

PERSONA DE CONTACTO: Xabier Vila-Coia

CARGO: Director editorial

TELÉFONO:

EMAIL: lapinga.ediciones@gmail.com

DIRECCIÓN: Apartado de correos, núm. 26 -Madrid

CÓDIGO POSTAL / PROVINCIA: 28080 Madrid

DATOS DE LA AGENCIA

PERSONA DE CONTACTO: Xabier Vila-Coia

CARGO: Director creativo

TELÉFONO:

EMAIL: xabier@vila-coia.com

DIRECCIÓN: Apartado de correos, núm. 26 - Madrid

CÓDIGO POSTAL / PROVINCIA: 28080-Madrid

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El objetivo de la acción de *street marketing* fue dar a conocer al público general el contenido del fotolibro *Grafitis, carteles, pegatinas, stencils y collages en la facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense (1988-1989/2018-2019): del postfranquismo al metapodemismo*.

Para ello se diseñó una tarjeta de presentación de 21,5 cm x 16,5 cm impresa por ambas caras, las cuales se han incorporado a la plantilla que se adjunta con el presente formulario.

En el anverso se reprodujo la mitad de la tapa anterior de la cubierta del libro, que se acompañó a su derecha con este breve poema: «Al igual que en la seducción / en el arte / lo verdaderamente / importante / se sugiere; / pero no se muestra. / Porque la obra / siempre vale mucho / más de lo que cuesta».

No obstante; es en el reverso donde se halla la principal labor de promoción. En primer lugar, se informa de que se trata de una obra seleccionada para participar en el «Congreso Internacional de Artes y Culturas», y que es una edición limitada y numerada de tan solo noventa ejemplares. Asimismo, se añadieron dos códigos QR: uno que enlaza con un vídeo de presentación y otro que conduce a un *flip book* que muestra una vista previa parcial de las páginas del libro.

La acción tuvo lugar durante tres días (21, 22 y 23 de diciembre de 2019) en la plaza de Callao de Madrid, y no fue pasiva, sino proactiva por ambas partes: el agente difusor y los potenciales clientes.

El agente se aproximaba a los allí presentes (de forma individual o en grupo) y les hacía la siguiente pregunta: «¿Te regalo un libro?», con la intención de despertar su curiosidad e interés. A continuación les explicaba que se trata de un libro de artista que recoge, mediante imágenes y palabras, las reivindicaciones y manifestaciones creativas de los estudiantes (principalmente en los ámbitos político, social y medioambiental); excelentemente impreso a todo color en papel de máxima calidad, encuadernado en cartón y cosido con hilo vegetal.

A continuación les solicitaba que con sus móviles escanearan los códigos QR, comenzando por el que dirige al *flip book* ya que es el que más se presta a la interacción en tanto en cuanto las imágenes suscitan el intercambio de opiniones, abriendo así la posibilidad de realizar sugerencias e inquisiciones acordes a los objetivos de la campaña y las inquietudes de los interlocutores.

La acción de *street marketing* finalizaba obsequiando a los posibles compradores la pieza de lanzamiento, agradeciéndoles, con amabilidad, su atención y, al mismo tiempo, motivándolos y estimulándolos a compartir la experiencia con sus familiares, amigos y conocidos.

CONFORMIDAD: (Firma y/o sello, fecha)

Madrid, a 5 de noviembre de 2020



Fdo./ Xabier Vila-Coia

***Ley Orgánica de Protección de Datos.**

De conformidad con la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal de 15/1999 de 13 de diciembre, los participantes de este concurso quedan informados y prestan su consentimiento expreso e inequívoco a la incorporación de sus datos a los ficheros automatizados declarados en la Agencia Española de Protección de Datos y al tratamiento automatizado de los mismos, siendo responsable del fichero y del tratamiento JCDecaux España SLU y cuyos destinatarios son la anterior y el Grupo de Empresas del “Grupo JCDecaux España”. El uso y fin del tratamiento es la gestión comercial, administrativa y otras actividades similares.

Asimismo, como titular de los datos, podrá ejercer sus derechos de acceso, opinión, rectificación y cancelación mediante la correspondiente solicitud, utilizando para ello cualquiera de los canales de comunicación del Grupo JCDecaux España con dirección en la Avd. de Aragón, 328 Polígono Industrial Las Mercedes, Madrid (28022), o a través de las direcciones de correo electrónico disponibles en la web “www.jcdecaux.es”.