



Absolut centraliza el *second screen* de Eurovisión

- De la mano de **Social Noise**, la marca de bebidas consigue que su público objetivo, el colectivo LGBT (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales), acuda al microsite www.absolutcolors.es para seguir el evento a través de datos, mapas, infografías e ilustraciones en tiempo real basados en la conversación en **Twitter**.
- La marca de bebidas consigue llegar a su público objetivo de una forma relevante durante este evento televisivo, a través de esta acción que se apoya en tecnología, creatividad y estrategia digital.

Madrid, 25 de mayo de 2015

Con motivo del **Festival Europeo de la Canción**, y a pocos días del lanzamiento de la nueva botella **Absolut Colors** dirigida al colectivo LGBT, la marca ha querido aprovechar este evento, muy relevante para su público objetivo, lanzando la acción **EuroColors**. La campaña, ideada y desarrollada por la agencia creativa digital **Social Noise**, buscaba aprovechar el *second screen* del festival, que ha girado en torno al microsite www.absolutcolors.es, en el que se mostraron en tiempo real gráficos y estadísticas sobre la conversación social mundial generada en **Twitter** sobre el evento.

Gracias a un **acceso elevado a la API de Twitter**, la plataforma muestra información sobre la conversación social, incluyendo su distribución geográfica y el ranking global de países participantes en el festival según los usuarios. El desarrollo ha sido concebido como *mobile first*, tratando de potenciar al máximo la experiencia de usuario en los dispositivos móviles. Desde la versión web se ha habilitado incluso una función para compartir contenidos en **WhatsApp**. Además, también se ha creado un servicio **auto-responder a través de Twitter**, que permitía obtener información en tiempo real durante el evento sobre la posición de un país o el ranking global mencionando a la marca (@absolut_es).

EuroColors ha contado con la colaboración especial de la artista **Moderna de Pueblo**, que ha realizado ilustraciones con tópicos divertidos sobre cada uno de los países participantes en exclusiva para el microsite www.absolutcolors.es. Estas ilustraciones se lanzaban justo al terminar la actuación de cada país.

La comunicación de la acción se ha apoyado con una campaña en Twitter, con **#EuroColors** como tendencia y búsqueda promocionadas, así como una serie de *tweets* patrocinados enfocados a potenciar los contenidos publicados en redes sociales durante el evento. Además, dos días antes de la gala se celebró un evento exclusivo de presentación para **influencers dentro de la comunidad LGBT**.

La noche del festival **se analizaron 361.000 tweets**. Reino Unido, España y Australia fueron los protagonistas, como países con mayor peso en la conversación social durante el certamen musical.

EuroColors se enmarca dentro de la **campaña de relanzamiento de Absolut Colors**, una edición limitada diseñada por Absolut con los colores de la bandera de la comunidad LGBT. La fase de prelanzamiento de la botella está acompañada a nivel internacional del [vídeo "Surprise marriage proposal"](#) y su *hashtag* oficial #LoveIsLove.



Ficha técnica:

- **Anunciante:** Pernod Ricard
- **Producto:** Absolut
- **Sector:** Bebidas
- **Agencia:** Social Noise
- **Brand Manager de Absolut:** Raquel Alonso
- **Brand Assistant de Absolut:** Kerman Romeo
- **Digital Expert de Absolut:** María Crespo
- **Dirección de innovación:** David Alayón
- **Ideación de campaña:** Área de Innovación de Social Noise, compuesta por Iñaki Gómez, Daniel García, Sandra Garrido, Francisco Zaplana, David Alayón y Miguel Miguel.
- **Gestión de cuenta:** Miguel Miguel
- **Gestión de proyecto técnico:** Francisco Zaplana
- **Dirección estratégica:** Mar Camps
- **Planificación estratégica:** Andrea Pérez
- **PR digital:** Carlota Marco y Ana Córdoba
- **Dirección de arte:** Javier Salido y José Puche
- **Ilustración:** Moderna de Pueblo

social
noise



Acerca de Pernod Ricard España:

Pernod Ricard España es la filial española del grupo Pernod Ricard, co-líder mundial de la industria de vinos y espirituosos. Pernod Ricard, con una facturación consolidada de 7.945 millones de euros en 2013/2014, es líder mundial de los espirituosos Premium y Prestige y posee 19 de las 100 principales marcas del mundo. Pernod Ricard España es líder del mercado nacional de espirituosos, gracias a un completo y prestigioso portfolio de marcas internacionales premium como los whiskies Ballantine's, Chivas Regal y Jameson; la ginebra Beefeater, el ron Havana Club, el anisado Ricard y marcas locales como los licores Ruavieja.

España se encuentra entre los 5 primeros mercados de Pernod Ricard, el primero para su marca Beefeater. Con una facturación bruta de 729 millones para el ejercicio 2013/2014, Pernod Ricard España cuenta con más de 450 colaboradores, 3 centros de producción, 2 sedes administrativas, 8 direcciones regionales y un centro logístico. Pernod Ricard España desarrolla una política de responsabilidad social corporativa orientada a la implantación de hábitos de consumo responsable.

Si desea más información, consulte nuestra página web <http://www.pernod-ricard-espana.com>

Acerca de Social Noise:

Social Noise es una agencia creativa y consultora de marketing digital independiente con oficinas en Madrid y en México DF. La agencia tiene un portfolio consolidado de marcas de prestigio internacional como **Vodafone, Stage Entertainment, BBVA, Ecoembes, Mastercard, Jameson, Zoco, Four Roses, Olay, Randstad, Ikea, Puma, Colgate, Burgo de Arias, Sony Pictures, El País, Airbnb, Obra Social La Caixa, Ferrovial, Desigual, Levantina o Warner Music.**

Bajo el lema '**Technocreative Thinking**', **Social Noise** actúa sobre tres grandes ejes estratégicos: **Tecnología** (Innovación), **Creatividad** (incluyendo contenidos y producción audiovisual desde su productora **Visual Noise**), y **Estrategia**. Además, la agencia lanzó en 2014 una escuela de conocimiento digital llamada **Nomadia**. **Social Noise** es la agencia representante en España de **Dialogue International**, una red internacional de 29 agencias independientes con presencia en 27 países.

Para más información:

María Bravo Galán

Comunicación Social Noise

+34 91 360 59 90

maria.bravo@socialnoise.com

comunicacion@socialnoise.com

www.socialnoise.com

Twitter: @socialnoise