

Campañas

Paradores presenta un calendario ilustrado del 2021



Comparte



Martes, 29 de diciembre 2020

La imagen de la última fase de la campaña de marca de Paradores, ideada por el creativo Nacho Padilla, es un paisaje continuo que abarca los doce meses del año 2021. Se trata, por tanto, de un calendario ilustrado que también puede verse, en formato animado, en las pantallas digitales de la Plaza de Callao (Madrid)

Paradores lanza la séptima y última fase de su campaña de marca en forma de calendario de 2021, ilustrado por el artista gallego Carlos Arrojo. La pieza sirve para promocionar los paquetes de alojamiento y restauración durante estas fiestas navideñas. La imagen está creada de forma lineal, a modo de friso, con 12 elementos que funcionan por sí mismos. **Las diferentes partes de la ilustración se han animado y se pueden ver en formato vídeo en las pantallas gigantes** de la Plaza del Callao (Madrid) durante estas fiestas navideñas.

PUBLICIDAD



Esta ilustración cierra la campaña ideada por el creativo Nacho Padilla para Paradores, cuyo objetivo ha sido subrayar los múltiples atributos positivos de la marca a través de juegos de palabras realizados con el nombre y el logotipo de la hotelera pública.

“El calendario ha sido una composición de formato horizontal muy alargado, de la cual se han extraído las ilustraciones para cada mes. La línea me ha servido para conectar muchos de los meses, a través del trazado de montes, ríos o el horizonte del mar. También está presente la línea en vibrantes texturas para la lluvia, los árboles o el movimiento del agua. **Hay una gran variedad de árboles, plantas, animales y otros elementos del paisaje según cada estación.** La geometría está muy presente en todas estas figuras, con ella he buscado sintetizar cada detalle y aportar claridad al conjunto. En sintonía con esa sencillez en las formas, elegí una gama cromática reducida de tonos alegres bien contrastados entre sí”, explica el diseñador.

Una exitosa campaña reconocida por los Premios Control

Las ilustraciones han permitido una comunicación impactante además de significativas mejoras de desempeño en las ventas online de Paradores. Además, la campaña de marca ha sido reconocida en los Premios Control de Publicidad 2019-2020 con el tercer premio en la categoría de “Mejor Anuncio de Revista” junto a Audi y Loewe. Los galardones son otorgados por la revista especializada CTRL Control Publicidad que, mediante el voto de sus lectores, elige las mejores campañas, soportes y profesionales del sector.

La idea original de la campaña es de Nacho Padilla, actual Director creativo del Ayuntamiento de Barcelona y antes del de Madrid. **Padilla concibió el juego de palabras que sirve para declinar los valores de la hotelera pública.** “Paradores tiene una denominación bastante particular, cuenta con un nombre antiguo y curioso a partir del que se podía trabajar en conceptos y contar todos los atributos que posee la marca, que son muchos. Paradores son protectores del medioambiente, son creadores de empleo sostenible o son defensores del patrimonio artístico”.

Paradores, la marca con mejor reputación de España

Paradores ha sido reconocida como la marca con mayor reputación de España en 2020 y la hotelera con mejor reputación del mundo. Brand Finance, firma internacional independiente de valoración y estrategia de marcas, atribuye a la hotelera pública una puntuación de 8,5 sobre 10, lo que posiciona a la compañía como la marca española con mayor reputación, seguida de Iberia, El Corte Inglés y Mercadona.

Además, Paradores es la única empresa española que entra en el ‘top’ de las 10 marcas internacionales con mayor reputación. La hotelera pública se sitúa en el puesto número 8 de esa lista que encabezan Bosch, Mercedes-Benz y Porsche. El informe de Brand Finance refleja que Paradores es también la compañía líder mundial en reputación en la categoría de hoteles, seguida de Hilton, Sheraton y Marriott.

Paradores es también líder en experiencia de cliente. **Junto a ING y Toyota, es la marca más recomendada por quienes la consumen**, según el V Informe de Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente en España, elaborado por la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) y la consultora estratégica Bain&Company. Esto supone que el producto/servicio de Paradores supera las expectativas de sus clientes y tiene con ellos una vinculación emocional por encima de la media.



Comparte



Buscar

