Guardonen Lluís Bassat i Edmon Roch amb els premis Cactus

Els noms dels onze premiats ja s'han donat a conèixer i la resta se sabran en la gala de lliurament de guardons que es farà dijous al Teatre Municipal de Girona

El publicista Lluís Bassat i el productor de cinema gironí Edmon Roch han guanyat dos dels onze guardons de la quarta edició dels premis Cactus, organitzats per Digitals Girona i el Club de Màrqueting de Girona. Lluís Bassat ha guanyat el premi Cactus honorífic per la seva trajectòria professional en el món de la publicitat, la comunicació i el màrqueting. És considerat el millor publicitari espanyol del segle XX. Fundador de l'agència Bassat & Asociados, avui Ogilvy & Mather, ha estat creador de cèlebres campanyes com la d'"Avecrem, xup-xup", eslògan que encara utilitza la marca en l'actualitat. Edmon Roch, director, productor i guionista de cinema, ha estat premiat amb el Gran Premi Cactus, que reconeix un projecte destacat d'entre tots els projectes duts a terme l'any 2017 a Catalunya, per la pel·lícula Tadeu Jones 2: el secret del rei Mides. En aquestes dues categories els noms dels guanyadors s'anuncien prèviament a la gala d'entrega dels guardons, on es donarà a conèixer el nom de la resta dels premiats. La gala tindrà lloc dijous a partir de dos quarts de nou del vespre al Teatre Municipal de Girona. Aquest any els premis s'han obert per primer cop a tot Catalunya i han rebut més de 150 candidatures, un 50% més que en l'edició anterior.

Pel que fa a les categories pròpies del món digital i tecnològic, els finalistes són: en la categoria de millor web, el Circ de la Cultura, realitzat per Enric Mas; Carnovo, i Entretenemos. A la millor app, APP Ajuntaments, d'Enric Mas; Twinapp Running, realitzada per a CherryTech SL, i iNatal App, realitzada per Sixtemia Mobile Studio. Al millor projecte tecnològic, Lloret de Mar i Civiciti; De Pis en Pis, i SW Cybersecurity, de SW Hosting. En les categories de màrqueting i comunicació, els finalistes són: a la millor campanya de màrqueting, El coleccionista i Pasando el tiempo, creades per Noel, i Solís responsable, realitzada per Tiempo BBDO per a Nestlé i Solís. A la millor innovació de producte, Be motion, creada per Artplay Creatividad Visual; Testamenta, realitzada per Testamento Online, i CVG9612, realitzada per Neodi per a l'empresa Solac. A la millor campanya de comunicació, les finalistes són Heart Beat Mupi, realitzada per Tiempo BBDO per a Nestlé Viladrau; Històr1a, realitzada per Girona Futbol Club, i La cena que no ves, realitzada per Tiempo BBDO per a Nestlé.

A la millor campanya de màrqueting social, l'única categoria amb una dotació econòmica, concretament de 3.000 euros, per donar suport a la causa benèfica associada, els finalistes són Humans of Catalunya; Recepta d'Aigua, realitzada per BBDO per a Oxfam Intermón, i The Good Virus, realitzada per Contrapunto BBDO per a Atelca.

En les categories centrades en les xarxes socials, que combinen tecnologia i comunicació, hi ha l'Instagramer de l'any, amb Clipster BCN, Narj i Pinapli com a finalistes; i Youtuber de l'any, amb AuronPlay, Dulceida i Leopolda Olda també com a finalistes. Aquestes dues categories substitueixen la que hi havia en les edicions anteriors anomenada Influencer de l'any. S'ha dividit en dues categories per l'alt nombre de candidatures. El jurat dels premis Cactus està format per deu professionals de la comunicació, el màrqueting, la tecnologia i el món digital. Entre els membres hi ha Gina Tost, experta en noves tecnologies; Joaquim Salvi, rector de la UdG; Jordi Puigneró, secretari de telecomunicacions, ciberseguretat i societat digital de la Generalitat; Saül Gordillo, director de Catalunya Ràdio i dels Mitjans Digitals de la CCMA, i Txell Costa, experta en màrqueting i

emprenedoria.

Publicat a:
-El Punt Avui. Comarques Gironines 10-04-2018 Pàgina 30

Font del document:
http://www.elpuntavui.cat/societat/article/5-societat/1371984-guardonen-lluis-bassat-i-edmon-roch-amb-els-premis-cactus.html