

TOKIKOM PUBLIZITATE SARIA 2017. **Azken epaia**

TOKIKOM PUBLIZITATE SARIAK 2017 deialdira aurkeztu diren proposamenak banan-banan sakon aztertu ondoren, epaimahaia osatu duten **Zuriñe Elordi Romero, Kike Amonarriz Gorria eta Estitxu Garai Artetxe** jaun-andreek, idazkari lanetan jardun duen Joxe Rojas Granjaren laguntzaz, ondoko hau

ERABAKI DUTE:

1.- Honako iragarki honi ematea 2017ko TOKIKOM PUBLIZITATE SARIA:

ERRONKARIKO GAZTA. Telebistarako spota.

Labrit Multimediak aurkeztutako kanpaina hau osatzen duten pieza guztietatik, epaimahaia erabaki du telebistarako spotak merezi duela 2017ko Publizitate Saria. Besteak beste, honako arrazoi hauek azpimarratu dituzte epaimahaikideek:

- Bertoko antzinako euskalkiaren erabilera inteligentea, alde batetik amu gisa oso ondo funtzionatzen duena, eta bestetik produktuaren bertokotasuna azpimarratzeko baliabide bikaina dena, ondare kulturala eta gastronomikoa modu ezin hobean lotuz.
- Ikus-entzunezko piezaren beraren kalitate tekniko eta estetiko ukatu ezinak, horiek ere produktuaren bertokotasunaren eta jatorriaren balioa nabarmentzeko oso modu egokian erabilia.
- Irudien bidez zabaltzen den mezuan, produktuarekin lotutakoez gain, balio eta ikuspegi positiboa islatzeko ahalegina: sexu eta adin aniztasuna, bailararen ikuspegi gaurkotu eta anitza;

2.- Lan saridunarekin batera, beste bi finalisten merituak ere goraiatzeara:

PUNTUEUS FUNDAZIOA: *Gehiago garelako, merkeago!*

PuntuEus Fundazioak aurkeztutako kanpaina honek .EUS domeinuen prezio jaitsiera iragartzea zuen xede nagusizat, eta hainbat alderdi nabarmendu daitezke:

- **Euskarrien aldetik, izaera transmedia:** ohiko euskarriez gain, iragarkietan aipatzen den fizkziozko negoziaren webgunea ere erabiliz, besteak beste.
- **Ikuspegi publizitariotik,** oso argudiategi landu eta inteligentea erabili izana, berez produktuaren ahulezia dena (prezioa), haren aldeko elementu bihurtuz. Oso mekanismo inteligentea.
- **Umorearen erabilera** kanpainaren oinarri gisa, eta euskarrien alde tekniko eta estetiko zaindua, iragarkiak erraz ikusteko modukoak bihurtuz.
- **Nabarmentzekoa da kanpainaren muinean dagoen pertsonaia:** emakumezkoa, bizia, sinpatikoa eta aldi berean, kementsua. Kostatu arren, bere esku dagoen guztia egiten du bere helburua lortzeko.

GASTEIZKO UDALA: Gasteizen Bai!

ARTEMAN KOMUNIKAZIOAK aurkeztutako kanpaina honek, astebetekoak, hiriko merkataritzan euskararen erabilera areagotzea zuzen helburu nagusitzat. Kasu honetan ere, epaimahaiak hainbat alde azpimarragarri ikusi dizkio:

- **Izaera transmedia:** iragarki kanpainaz gain, kale ekintzak, hitzaldiak eta bestelako elementuak erabili izan ditu, oso era egokian eta parte hartze handia lortuz.
- Elementu transmedia horiek, gainera, **oso ondo aukeratu dira** lortu nahi zen helburuari begira, hari guztiz egokituta.
- Kanpainaren euskarriek oso ondo jaso eta transmititzen dute Gasteizko euskaldunen artean aurki daitekeen **aniztasuna**. Transmisio hori, gainera, **baikortasun handiz** egiten da, eta **tokikotasunari presentzia** eta garrantzia handia emanez.
- Nabarmentzekoa iruditu zaigu kanpainarako sortutako keinu berezia, ("b" itxurako imintzioa atzamarrekin), sinplea baina erraz egin eta identifikatzekoa

Amaitzeko, epaimahaiak eskerrak eta zorionak eman nahi dizkie lanak aurkeztu dituzten iragarle, komunikabide eta agentzia guztiei, eta animatu haien kanpainen publiko euskalduna kontuan hartzen jarraitzeko, hurbileko hizkuntza erabiltzeak honelako mezuen eraginkortasunean duen eragin positiboa gogorarazteaz bat.

Durango, 2017ko urriaren 6an


TOKIKOM
Joxe Bolas
epaimahaiaren idazkaria
CIF: I75069064