



Coca-Cola cuenta con la interactividad de YDreams para su campaña en Brasil

La mega campaña mundial “El lado Coca-Cola de la vida” entra en una nueva fase en Brasil con el lanzamiento del corto de animación “La Fábrica de la Felicidad” y una serie de acciones publicitarias cross-media, que abarcan la televisión, internet, vallas publicitarias y cines, entre otras.

YDreams Brasil ha desarrollado un conjunto de acciones y juegos interactivos para la promoción de Coca-Cola en cines y centros comerciales de ciudades como Río de Janeiro, São Paulo y Porto Alegre.

La empresa portuguesa sigue labrándose un nombre en el mercado brasileño en el campo de las acciones interactivas dentro de las salas de cine, en esta ocasión con un divertido juego-anuncio para Coca-Cola donde el público, mediante los movimientos del cuerpo, puede controlar a un personaje sobre la gran pantalla. En São Paulo y en Río de Janeiro, las zonas de acceso a las salas de cine disponen de suelos interactivos con proyecciones de los “Kissy Puppies”, unos personajes del corto de animación “La Fábrica de la Felicidad” que interactúan con los asistentes a medida que éstos pasean por encima. Ambas ciudades acogerán un stand interactivo con un juego sensorial basado en la tecnología yMotion, que permite usar los movimientos de los brazos para jugar e interactuar con los personajes de la pantalla. En los centros comerciales habrá botellas gigantes de Coca-Cola con paneles de LEDs de alta definición reproduciendo los personajes de la película, que interactúan con las imágenes de las personas que pasan por delante, proyectadas sobre las pantallas en tiempo real.

Esta es la segunda fase de “El lado Coca-Cola de la vida”, hasta la fecha una de las campañas publicitarias más ambiciosas de Coca-Cola para el mercado brasileño. “La Fábrica de la Felicidad: la Película”, la mayor producción publicitaria, se verá finalmente el día 3 de marzo en las cadenas de televisión más importantes de Brasil (Globo, GNT, Universal, Telecine, MultiShow, entre otras) y en varios cines. La campaña incluye además de la web, la telefonía móvil y diversos tipos de promoción en los puntos de venta, así como actos promocionales en la calle.

La empresa de tecnologías interactivas, con sede en Portugal, ha desarrollado proyectos en Brasil desde el año 2002 (sólo dos años después de su fundación) y se ha labrado una reputación en el campo de la interactividad en áreas como la publicidad y la cultura, gracias a sus “tiendas inteligentes” y a sus exposiciones interactivas o instalaciones temáticas.

YDreams ha sido además pionera en la creación publicitaria basada en la tecnología de la realidad aumentada, con el público interactuando directamente y en tiempo real con los contenidos mostrados en las pantallas. El año pasado la empresa abrió nuevas oficinas en Río de Janeiro, triplicó el número de personal en Brasil y muy pronto abrirá un showroom en la ciudad de São Paulo.

Desde su entrada en el mercado brasileño hace cinco años, YDreams Brasil ha trabajado para clientes como Fiat, Volkswagen, Unilever y Vivo, y ha conseguido varios premios en festivales publicitarios como el FIAP (Festival Iberoamericano de Publicidad) y El Ojo de Iberoamérica.