

## **BRIEFING CAMPAÑA “Clear Channel, una empresa comprometida con las ciudades” – Joven Talento 2024**

### **1. Descripción de la organización y su planteamiento estratégico.**

*Desde Educafestival - Festival Internacional de la Comunicación Educativa - que otorga los premios Búho, y el cual está dirigido a todas aquellas instituciones educativas, marcas, agencias y entidades sin ánimo de lucro que desarrollen campañas de comunicación con temática educativa o en el sector educativo, lanzamos este reto propuesto por Clear Channel España.*

Clear Channel España es pionero en el sector de la publicidad exterior en España, con objetivos que combinan la audiencia de sus circuitos de mobiliario urbano publicitario tanto tradicional como digital, junto a la innovación tecnológica, ofreciendo soluciones de comunicación que permiten a los anunciantes crear campañas dinámicas y de gran visibilidad. Además, la compañía pone foco en materia de **sostenibilidad y responsabilidad social**, buscando integrar prácticas que minimicen el impacto ambiental de sus operaciones y contribuyan positivamente a la sociedad.

### **2. Contexto:**

En un mundo donde la sostenibilidad se ha convertido en una necesidad, las grandes empresas están cada vez más enfocadas en minimizar su huella de carbono. Clear Channel España destaca por su compromiso continuo con estas prácticas, buscando no solo cumplir con el imperativo legal y el compromiso social, sino que además busca liderar estas prácticas dentro del sector publicitario. Este objetivo está enmarcado dentro de su misión corporativa #Platform for Good, que determina que cualquier decisión o mejora en sus activos publicitarios debe suponer, en paralelo, un beneficio para las ciudades y sus ciudadanos. En definitiva, ser una plataforma para el bien, además de una plataforma para las marcas.

### **3. Problema:**

Clear Channel es conocida por ser una empresa de publicidad exterior, con importantes contratos de mobiliario urbano y centros comerciales, tanto tradicionales, como digitales en grandes ciudades de toda España. Tienen una línea de comunicación muy sólida y definida en el aspecto de la comunicación comercial, pero no disponen de una línea de comunicación definida para la variante social de Clear Channel.

Aunque su compromiso con la sostenibilidad es fuerte, de hecho son referentes en el sector frente a sus competidores, necesitan comunicar esta ventaja competitiva de manera más efectiva y creativa para posicionarse en su variante más social/sostenible frente a sus competidores.

En definitiva, Clear Channel **necesita una línea creativa y un posicionamiento sólido para comunicar de forma eficiente su compromiso con las ciudades, tanto a nivel social como de medio ambiente.**

#### **4. Oportunidad:**

Cuentan con soportes digitales publicitarios en la calle que sirven de altavoz para lanzar y poder concienciar con los mensajes adecuados a los ciudadanos. Además de otros medios como redes sociales, página web, o inserciones publicitarias en revistas y prensa del sector. Esta diversidad de medios, permite difundir sus mensajes tanto a sus clientes B2B como a la población en general.

#### **5. Reto de la Campaña:**

El desafío es crear un storytelling bajo una idea o concepto creativo que proyecte y refuerce la identidad de Clear Channel como una empresa comprometida con las ciudades y sus ciudadanos, no solo a nivel medioambiental sino también social. Es una empresa que realmente lleva a cabo su compromiso con la sociedad, pero necesita mostrarlo y ponerlo en valor.

Para más información, puedes consultar los informes ESG publicados por la compañía tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

<https://www.clearchannel.es/platformforgood#esg>

#### **6. Objetivo de la Campaña:**

El objetivo principal de la campaña es comunicar de manera eficaz y creativa que Clear Channel es una empresa comprometida tanto con la sostenibilidad, con el bien social y las ciudades, poniendo en valor sus iniciativas y logros en este ámbito.

## 7. Público Objetivo:

Por un lado, el sector publicitario, al ser una empresa B2B y por otro, las instituciones y la población general, ya que la campaña será emitida en los soportes digitales de publicidad exterior de la compañía a nivel nacional.

## 8. Inscripción:

Para participar, los interesados deberán registrarse a través de la plataforma habilitada en <https://educafestival.koolfest.com/> Es crucial que toda la documentación esté debidamente cumplimentada y exacta, ya que estos datos serán usados para la proclamación pública de los premios y su publicación en la web oficial de Educafestival, así como en los créditos de los premios.

## 9. Entregables:

### **\*\*Obligatorio:\*\***

- Vídeo de presentación del participante/s (Formato MP4, máximo 30 segundos).
- Presentación con el concepto de la campaña y justificación de la estrategia (Formato PDF, máximo 3 páginas).
- Vídeo-case de la campaña (Formato MP4, máximo 2 minutos).
- Audiovisuales (formato MP4) con las piezas de la campaña. Formato mupi digital 1080x1920. 10" de duración.  
Especificaciones técnicas:  
<https://www.clearchannel.es/recursos/especificaciones-tecnicas>
- Gráficas para prensa, web, redes... (formato jpg / pdf)

### **Opcional:**

- Gráficas para mupi en papel (formato PDF) con las piezas de la campaña adaptadas a mobiliario urbano papel.

Para consultar cualquier tipo de duda en referencia a este briefing, puedes contactar con el departamento de comunicación de Clear Channel [maria.vallejo@clearchannel.es](mailto:maria.vallejo@clearchannel.es)