

Un escudo centenario inspira diferentes objetos

Ron Brugal invita, de la mano de su agencia Targeting, a que cinco reconocidos artistas expresen lo que les inspira la marca, conmemorando así su 120 aniversario.



Óscar Jaenada, premio Goya por su interpretación en "Camarón"; la modelo Laura Ponte; el diseñador Miguel Palacio; Natalia Jiménez, vocalista de la Quinta Estación; y el arquitecto y diseñador de interiores Héctor Ruiz han sido los artistas elegidos por ron Brugal para reinterpretar el icono de la marca, como forma de conmemorar su 120 aniversario, idea diseñada y producida por la agencia **Targeting Link Thinkers**.

Estos cinco artistas españoles han expresado, a través de la interpretación del escudo de Brugal, emblema que ha permanecido intacto desde su nacimiento, lo que **la marca les inspira**, creando objetos de deseo que, además, han servido de inspiración para crear una edición limitada de botellas con etiquetas únicas y exclusivas.

Laura Ponte ha decidido crear unos glamurosos zapatos como homenaje al escudo de Brugal, mientras que el diseñador **Miguel Palacio** ha querido, como es lógico, vestir a Brugal, y lo ha hecho de una forma elegante y sofisticada, con un vestido de noche. Para **Natalia Jiménez**, la guitarra es el instrumento base de su profesión, por lo que ha plasmado en la guitarra Brugal lo que para ella es la esencia del mejor ron de la República Dominicana. El arquitecto **Héctor Ruiz** ha creado una exclusiva chaise-longue inspirada en las barricas de roble en las que envejece la esencia líquida de Santo Domingo, el ron Brugal. Y, por último, el actor **Óscar Jaenada** ha rendido homenaje a Brugal con la creación de una obra pictórica en la que, mediante los colores del escudo centenario (rojo, blanco, azul y dorado), recrea un mundo lleno de emociones y pasión.

A partir del mes de febrero, las obras presentadas por los cinco artistas darán paso a una **edición limitada** de 120 botellas que se comercializarán en puntos de venta especializados de toda la geografía española. Se trata de la comercialización de 600 botellas únicas y numeradas cuya etiqueta ha sido inspirada en la obra original de cada uno de los artistas.

Asimismo, 25 de estas exclusivas botellas serán autografiadas por los artistas, y subastadas a través de www.e-bay.es. El importe íntegro de su recaudación será destinado a la **Fundación Brugal**, un organismo sin ánimo de lucro creada por la Familia Brugal hace más de 17 años que tiene por objetivo principal mejorar las condiciones de vida de los más desfavorecidos en la República Dominicana.

Además, Brugal ha celebrado su aniversario con una **fiesta** en el Teatro Lara, uno de los teatros más representativos y coquetos de Madrid, también llamado la Bombonera por su peculiar distribución de espacios y su decoración.

Con la presencia de más de 300 invitados, el evento tuvo varios aspectos destacables. En primer lugar todos los espacios se tematizaron con los colores corporativos de la marca, mediante un espectáculo de luces, proyecciones y elementos de decoración, lo que creó una atmósfera acogedora y agradable. El marco escogido permitió integrar un concepto de espectáculo creado por la agencia **Targeting** y basado en pequeñas y breves actuaciones que fueron desvelando los secretos que han llevado a que **Ron Brugal** sea el ron más vendido en el Caribe. La dirección artística del evento integró espectáculo, iluminación y el catering como otro elemento más de las "performance".

Targeting Link Thinkers ha venido diseñando y ejecutando durante todo el 2008 todas las acciones below the line realizadas por Ron Brugal, que tendrán su continuidad, con una presencia aún más notoria y numerosa durante el presente año.