

Ganancias de cine en España

La marca de 'El señor de los anillos' facturará 12 millones de euros

A. T.

Las marcas se han convertido en un acicate para vender más. Colocar una imagen de los populares muñecos de los Pitufos o de la actriz Audrey Hepburn en productos de gran consumo actúa como palanca comercial. Un ejemplo es la segunda parte de la película *El señor de los anillos*, que desde diciembre copo las carteleras de los cines de todo el mundo. La película, sus personajes, son una marca cuya explotación por las empresas que compran sus derechos generará una facturación de 12 millones de euros en España, señala Jordi Rey, fundador y director general de la empresa Biplano, encargada de gestionar en España la cesión de uso de la imagen de la segunda parte de la trilogía cinematográfica de la película, titulada *Los dos torres*. "La explotación de derechos de marcas es un fenómeno que ha crecido sobre todo en los dos

últimas décadas y que va a más", agrega Rey. "A la gente le gusta los productos de consumo que llevan incorporadas marcas conocidas", resalta el director general de Biplano, que no cree que en estos casos los consumidores actúen como reboto porque "lo que buscan precisamente es identificarse con un símbolo o producto para diferenciarse de otros consumidores".

Después de encargarse de gestionar en España las licencias de la primera parte de *El señor de los anillos*, la empresa que dirige Jordi Rey dice ahora que, tras el éxito de la primera parte de la película, el número de empresas que usará la marca de la segunda parte de la trilogía ha crecido un 30%. Se trata de empresas de los sectores de alimentación, juguetería, editorial, textil e informática, entre otros. Algunas empresas que utilizan ahora la licencia de *Los dos torres* son La Piña, Fro-

ctor & Gamble, Planeta, Cancion o Games Workshop. Con ellas ya se han llegado a acuerdos para explotar en España la imagen de la película basada en la novela de J. R. R. Tolkien, afirma Rey.

"Estamos en un mundo de marcas", dice el creador de Biplano, que empezó en el sector de marketing hace más de 20 años. Biplano actúa en España y Portugal. La cesión de derechos de marcas ha situado a la empresa en un nivel de facturación de cinco millones de euros. Biplano emplea a 18 personas.

Las empresas, sobre todo las de gran consumo, han comprobado que usar los derechos de una marca puede ser una buena manera para vender más", dice Rey. "Desde la imagen del actor Steve McQueen hasta la del físico Albert Einstein, la de la universidad californiana de Berkeley o la de muñecas de series de dibujos animados como los Pitufos, Dragon



Una imagen de la película "El señor de los anillos".

Bail o Prapaye, cada uno escoge la marca con la que más se identifica a la hora de comprar productos", resalta el fundador de Biplano. "La gente quiere cada vez más una diferenciación de productos", agrega Rey, que creó la empresa hace 12 años tras una larga etapa dedicada al sector de consumo como directivo de grandes empresas" y asegura que la utilización de las marcas no ha hecho más que empezar.

Biplano actúa en España y Portugal y la cesión de derechos de marca ha permitido a la compañía facturar cinco millones de euros.