

L'osonenc Carles Gómez, de Kiwe Studio, autor del disseny que il·lustra una sèrie limitada d'ampolles d'aigua de Font Vella

La seva proposta, inspirada en les tribus urbanes i grups socials, va ser una de les escollides entre els més de 90 dissenys presentats a un concurs convocat per la marca.

Gómez espera que el guardó li serveixi per reivindicar-se com a il·lustrador i sigui un fet diferencial per a l'estudi de disseny que dirigeix a Vic junt amb Bet Puigblanqué.

El premi, dotat amb 3.000 euros, ha portat Gómez a protagonitzar un vídeo amb la resta de guanyadors dels concursos que ha superat ja les 170.000 visites a Youtube.

Vic, 12 de setembre de 2012.- Les diferents tribus urbanes i grups socials que il·lustren les ampolles d'aigua de Font Vella tenen la firma d'un jove dissenyador osonenc. Es tracta de Carles Gómez, que dirigeix l'empresa [Kiwe Studio](#) i que ha estat un dels guanyadors d'un concurs que la coneguda marca d'aigua va convocar entre joves estudiants de disseny per il·lustrar una sèrie limitada d'ampolles d'aigua que ja s'estan comercialitzant a través del canal Horeca. Gómez s'ha emportat un premi econòmic i l'oportunitat de protagonitzar, amb els altres guanyadors, una campanya de promoció utilitzant la viralitat de la xarxa, amb un vídeo a Youtube que ja acumula més de 170.000 visites.

Gómez, que va presentar el seu disseny mentre cursava un postgrau d'il·lustració a l'escola [Eina de Barcelona](#), està encantat amb el premi i espera que pugui suposar-li una oportunitat per donar a conèixer la seva feina en el camp de la il·lustració i també el de l'empresa que dirigeix, Kiwe Studio, amb Bet Puigblanqué, i que aquest sigui “un fet diferencial”. Afirmar que el guardó l'ha fet creure en la seva feina i en les seves possibilitats professionals com a il·lustrador, i li agradaria que el seu estil fos “identificable com per exemple li passa a Pilarín Bayés”. El jove dissenyador, de 27 anys, elogia el fet que Font Vella hagi estat la primera marca d'aigua en apostar per dissenys poc convencionals i de joves dissenyadors, com els de la campanya. “M'encantaria seguir treballant per a grans empreses com Font Vella”, apunta. El seu disseny, seleccionat entre els més de 90 presentats, s'ha aplicat, junt amb el dels altres tres guanyadors, a la producció d'una sèrie limitada d'ampolles d'aigua de Font Vella que s'estan comercialitzant a través del canal Horeca (hotels, restauració i càtering). També es podrà veure en diverses ampolles gegants promocionals que la marca instal·larà a Barcelona durant les Festes de la Mercè.

Per fer el seu disseny, Gómez va inspirar-se en tribus urbanes i grups socials com “el *pijo*, el *heavy*, el *punk*, el que li agrada la salsa, el corredor, el jugador d'esquaix, l'*skater*, el *ñeta*, el rastafari, el cap rapat...”, que va dibuixar agafats de la mà i disfrutant amb la seva activitat. “Tots els estils són vàlids per poder disfrutar de la vida”, explica. El premi té una dotació econòmica de 3.000 euros i ha portat Gómez a protagonitzar un vídeo amb la resta de guanyadors dels concursos [que ha superat ja les 170.000 visites a Youtube](#) i amb el qual Font Vella busca promocionar l'aposta de la marca pels joves talents en el camp del disseny. També s'ha posat en marxa [un concurs fotogràfic](#) a través de l'aplicació Instagram i l'etiqueta #setdeviure on se sortejaran cinc Ipads i que acaba el 30

de setembre. A banda de Gómez, la resta de guanyadors han estat Maria Camila Barbosa (també de l'Escola Eina), Iris Martínez (Escola BAU) i Montserrat Bonet (Maristes), tots ells estudiants en el moment que es va convocar el concurs, un dels requisits per presentar-s'hi.

Més informació:

MONMAR COMUNICACIÓ

E. Aymerich Jou: info@monmar.net · tel. 93 886 22 48 · 685 506 531