

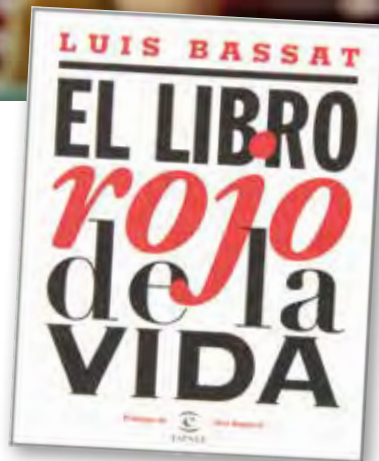
# Los tres libros rojos de Luis Bassat

Ya es primavera y vamos a abrir las alas a esta sección fija llevándola muy lejos geográficamente. Desde estas páginas hablamos habitualmente sobre cosas, lugares o personas por triplicado, de ahí lo de tercetos con historia. Esta vez el concepto va a ser algo más profundo de lo habitual y la idea central del texto corresponde a las tres claves que recibió un empresario por parte de un personaje singular cuando estaba buscando darle un sentido a sus negocios.

Uno sobre la publicidad, otro sobre las marcas y un tercero sobre la vida. Estos son los apellidos de tres obras que tienen un nombre común "El libro rojo de..." Se trata de tres tratados o lecciones magistrales de todo un referente: el publicista Luis Bassat, que desde hace décadas nos ha vendido, estimulado, emocionado y tocado las fibras internas de muchas maneras.

De Bassat podríamos hablar desde diferentes puntos de vista, como por ejemplo la conversión de su primera agencia de publicidad, con tan solo tres empleados, en todo un emporio del sector. También podríamos hacerlo sobre sus inicios en el mundo profesional como vendedor de televisores, seguros o libros a domicilio, una actividad que realizó mientras cantaba y estudiaba la carrera de Económicas. Luego pasó de vender estos productos personalmente a firmar campañas internacionales millonarias de firmas como Adidas, Gillette, Marlboro, Hellmans, y también nacionales de muchas grandes corporaciones o marcas célebres que con el toque de su agencia renacieron y vivieron una nueva etapa de esplendor.

Bassat es multifacético. Fue uno de los pioneros en impartir cursos de oratoria y relaciones humanas, formó parte de un grupo musical, viajó por el mundo, siempre en búsqueda de inspiración personal o profesional, y siempre tuvo una enorme pasión por el arte: compró su primer cuadro hace medio siglo y hoy es uno de los mayores coleccionistas de pintura contemporánea, con más de 2.500 creaciones originales de firmas como Picasso, Moore, Leger, Tàpies, Miró, Guinovart o Subirachs, obras



que se han podido ver en exposiciones itinerantes en toda España y permanentemente en Mataró.

La amistad con los autores y los muchos viajes de Bassat a Estados Unidos sirvieron para promocionar a sus contemporáneos con éxito en ese mercado. Otro contemporáneo suyo, de hecho compañero de colegio, Pasqual Maragall, le encargó su primera campaña para la alcaldía de Barcelona. Ganó y venció varias veces más hasta convertirse en el alcalde olímpico de una ciudad exultante y orgullosa en la que Bassat dejó una marca para la historia: fue responsable casi total de la ceremonias de inauguración y clausura de los Juegos de 1992, dos eventos irrepetibles por muchos aspectos que proyectaron al mundo una imagen inmejorable de Barcelona, Cataluña y España.

Casi todas las personas de éxito acaban teniendo una espina personal clavada y la del publicista fue su pretensión de presidir el equipo de sus amores: el Barça. Lo intentó en dos ocasiones y en ambas fue superado por otros rivales muy diferentes a él: Gaspart y Laporta. Sorprendió a muchos que un gran publicista que históricamente convenció a millones de personas

en otras campañas no sedujera a la mayoría de la masa social de su club.

El capítulo de la presidencia del F.C.Barcelona es hoy una anécdota frente a una vida de éxito, y felicidad y equilibrio, conseguidos en buena parte con su matrimonio con Carmen Orellana en 1965, que Bassat siempre ha considerado como la mejor decisión de su vida.

Esta vida tanto profesional como en parte personal queda muy bien reflejada en los tres libros rojos. El primero, publicado por primera vez en 1993, ha sido la obra publicitaria más vendida en la historia de España. Se centra en que los estímulos son capaces de motivar a un ser humano y eso sigue siendo esencial para convencer a un consumidor. Con el tiempo ha ido actualizándose y hoy, en versión digital habla, obviamente, de internet. El segundo es el Libro Rojo de las Marcas y en su portada juega con el nombre y la foto de Mao con una gorra a la que se ha añadido un pequeño logo de Nike. La construcción de una marca es el eje central de la historia. El tercero es el libro rojo de La Vida, que el autor preparó pasados los 70, y que es una reflexión sobre lo que realmente importa en la vida tras haberla experimentado intensamente.

## Luis Bassat's three red books

Marketing, branding, and life. These are the subtitles of three books which share the same title: *The Red Book of...* Three treatises – or master classes – written by renowned publicist Luis Bassat, who for the last decades has been selling, stimulating, thrilling, and moving us in many different ways.

There are many things to talk about Bassat. For example, we can talk about how his first advertising agency – with a staff composed of 3 employees – became a household name in the sector. Or we could also talk about his humble beginnings as a TV, insurance, and book salesman, a job he had during his university years studying Economics. He would later



go from selling products to signing international marketing campaigns with companies such as Adidas, Gillette, Marlboro, Hellmans, and more, always bringing new life into all of them thanks to his agency's special touch.

A multifaceted man, he was one of the first people giving courses on public speaking and human relationships, was part of a music band, and traveled around the world in the search of personal and professional inspiration. He also has a great passion for art: having bought his first painting 50 years ago, he now owns one of the largest modern art collections in the world, with over 2,500 works from artists including Picasso, Moore, Leger, Tàpies, Miró, Guinovart, or Subirachs. A collection which has been exhibited all around Spain and that is permanent in Marató.

His friendship with artists and his many trips to the United States helped him promoting clients on that market. One of his peers was Pasqual Maragall (in fact, they were school mates). Maragall tasked him with his first political campaign to become major of Barcelona. Not only did Maragall won the election, but he was re-elected multiple times until becoming the major during the Olympic Games in 1992. And in those Olympic Games, Bassat made history with the organization of both the opening and closing ceremonies. Two

unique events which showcased a perfect image of Barcelona, Catalonia, and Spain to the world.

But every successful person has an unfulfilled desired, and Bassat's was being the president of his football club: Barcelona. Twice he tried and twice he failed against competitors with very different profiles than him: Gaspart and Laporta. Who would have thought that such a great publicist selling products to millions of people wouldn't have been able to convince the club's social mass to trust him?

But this is just a small chapter on a life of success, balance, and happiness with his wife Carmen Orellana, with who he got married in 1965. The best decision in his life.

Both his professional career and personal life are present in these three red books. Published in 1993, the first one is the best selling marketing book in Spain. It centres around which stimulus are capable of motivating humans, an essential premise for convincing consumers to purchase your products. With subsequent updates, it now also talks about the internet. The second one is about branding, with a cover which plays with the title and a picture of Mao wearing a red hat with a small Nike logo. It focuses on brand construction. Finally, the third book is about life. Bassat wrote it after turning 70 years old. It is a reflection on life and on what is truly important.