

Colombia competirá en Cannes Lions 2025 con dos campañas lideradas por ProColombia



La entidad presentará por primera vez al país en la competencia oficial del festival creativo más importante del mundo, con campañas que visibilizan destinos emergentes y posicionan a la biodiversidad como embajadora natural.

Madrid, 13 de junio de 2025 – Colombia hará su debut oficial en la competencia del Festival Internacional de Creatividad Cannes Lions, que se celebrará del 16 al 20 de junio en Francia. De la mano de ProColombia, el país competirá con dos campañas desarrolladas bajo su narrativa de marca país “Colombia, el país de la belleza”.

“Por primera vez ProColombia participa en este evento con dos campañas en varias categorías para ganar un León de Cannes. Queremos que el mundo reconozca a Colombia como un país que no solo es bello, sino que convierte su riqueza natural, cultural y humana en ideas creativas que conectan con el mundo. Estar en Cannes Lions con estas campañas es una oportunidad para mostrar lo mejor de nosotros con innovación y verdad”, afirmó Carmen Caballero, presidenta de ProColombia.

En esta edición del festival, que reúne cada año a las marcas y talentos más influyentes del sector con más de 30.000 piezas inscritas, Colombia competirá con dos campañas desarrolladas bajo los lineamientos de su narrativa de marca país: “Pistas de la Belleza Escondida” y “Humanimal Migration”. Ambas están inscritas en más de 47 categorías, incluyendo Outdoor, Media, Brand Experience, Creative Strategy y Creative Commerce, entre otras.

La primera campaña, “Pistas de la Belleza Escondida”, destaca la apertura y renovación de rutas aéreas que han mejorado el acceso a destinos turísticos únicos en el país. Gracias a esta

conectividad ampliada, lugares como Tolú, en el Caribe colombiano, y Bahía Solano, en el Pacífico chocoano, se han dado a conocer como joyas turísticas con una oferta basada en experiencias auténticas, naturaleza exuberante y comunidades locales que promueven un turismo más responsable. La campaña ha logrado visibilidad en mercados estratégicos como Estados Unidos, Francia, Alemania, Argentina y Reino Unido, atrayendo viajeros interesados en sostenibilidad y autenticidad.

La segunda, “Humanimal Migration”, fue presentada a finales de 2024 en La Esfera de Las Vegas y se inspira en un hecho extraordinario: Colombia recibe cada año más de 1.200 especies migratorias, como aves, ballenas y tortugas. A partir de datos en tiempo real y tecnologías de rastreo, la campaña convirtió a estas especies en embajadoras de la belleza del país, enviando más de 600 mensajes personalizados en cinco idiomas a potenciales viajeros en más de 20 países, desde la voz de los propios animales. La respuesta fue contundente: 66.175 nuevos visitantes internacionales, un incremento del 64 % frente al año anterior, y un impacto económico estimado en 89,6 millones de dólares.

Ambas campañas han tenido una destacada repercusión internacional, con más de 380 millones de impresiones en medios y un valor en prensa gratuita estimado en 42 millones de dólares, contribuyendo a posicionar a Colombia como un destino innovador, sostenible y lleno de inspiración. Su impacto también ha sido reconocido en ferias, medios y plataformas globales, consolidando una percepción país centrada en la biodiversidad, la creatividad y el compromiso con el desarrollo turístico con propósito.

La participación de ProColombia en Cannes Lions 2025 marca un hito para la proyección internacional del país. Más allá del reconocimiento creativo, este espacio representa una oportunidad clave para abrir nuevas alianzas globales, atraer inversión y fortalecer la reputación de Colombia como un destino de clase mundial.