

Semanario de Publicidad y Marketing

Anuncios

www.anuncios.com

DIARIO DE SAN SEBASTIÁN • NÚMERO 2 • 27 DE MAYO 2007 • ANUNCIOS

Agencias más premiadas

AGENCIA	GP	ORO	PLATA	BRONCE	TOTAL
CINE/TV					
1. Santo		1	5	1	7
2. Vega Olmos Ponce 1	2	-	-	3	6
3. Publicis Lado C	1	1	1	2	4
DIARIOS Y REVISTAS					
1. Tiempo BBDO	-	-	2	3	5
2. BBDO Chile	1	1	2	-	4
3. Tapsa	-	1	-	3	4
RADIO					
1. JWT Argentina	1	1	-	-	2
2. O&M Argentina		1	-	-	1
3. Red Remo	-	1	-	-	1
4. WM	-	1	-	-	1
5. Olabuenaga C.	-	1	-	-	1
MARKETING DIRECTO					
1. Shackleton	1	1	3	2	7
2. Red Remo				2	2
3. CP			1	1	2
INTERNET					
1. DDB Brasil	-	2	2	-	4
2. Almap BBDO	-	-	3	-	3
3. CP		2	1	1	4
4. Orbital	-	-	2	1	3
EXTERIOR					
1. Villarrosas	1	1	-	-	2
2. BBDO Arg.	-	-	2	-	2
3. Del Campo N. S&S	-	-	1	1	2
4. Tiempo BBDO	-	-	-	2	2
5. Contrapunto	-	-	2	-	2
MARKETING PROMOCIONAL					
1. Red Remo	-	-	2	-	2
2. Tiempo BBDO	-	-	2	-	2
3. Vitruvio LB	1	1	-	-	2
MEDIOS					
1. Universal McCann	-	3	-	-	3
2. BBDO Argentina	1	1	-	-	2

Grandes premios: Argentina 3, España 3, Chile 1

Argentina y España han sido los países que más grandes premios han acaparado, tres en cada caso, en la 22 edición de El Sol. Chile, concretamente BBDO, ha ganado el de prensa, por *Boxeador y Soldado* para PlayStation 2. El de televisión ha recaído en VegaOlmosPonce, por su campaña para el desodorante Impulse. En radio, se lo ha llevado JWT Argentina por *Cantor protesta* para la revista *Mercado* (Editorial Coyuntura) y el de medios, BBDO Argentina por *Barrio bonito*, para Nike.

España ha conseguido los grandes premios de exterior, que ha ganado Villarrosas por una campaña para corredores fanáticos creada para Nike; marketing directo, que ha ido a parar a manos de Shackleton por *Lopetegui* para Banco Gallego, y de marketing promocional, que ha recaído en Vitruvio Leo Burnett por *Evento denuncia San Sebastián* para TCM.

En esta edición han quedado desiertos dos grandes premios, el de Internet, al que optaban dos



Fragmento de la campaña de Villarrosas para Nike que ha ganado el gran premio de exterior.

campañas que finalmente no fueron designadas para ese galardón, y el Sol de Platino, que este año celebraba su segunda edición. El premio a los jóvenes creativos, que se entrega por primera vez en esta edición, ha recaído en manos de un grupo de estudiantes de la Universidad Jaime I (Castellón).

Agencia, anunciante y productora

Tiempo BBDO, TVE y la argentina Revolución han sido reconocidas como la agencia,

anunciante y productora del festival. El Premio de la Prensa ha sido ganado por *Bruce Lee*, de SCPF para BMW, en el caso de televisión; en una campaña de la argentina Craverolanis para Café Noir, en prensa y revistas, y en el trabajo para Nike de Villarrosas.

Por otra parte, Luis Cuesta, director de El Sol, ha anunciado en rueda de prensa que abandona esta responsabilidad. La AEAP decidirá, en una próxima reunión de su junta directiva, quién será su sustituto.



Si amas la publicidad sobre todas las cosas, entra en la nueva [anuncios.com](http://www.anuncios.com), y sientela como nunca antes lo habías hecho. **Anuncios**.com

ENCUENTRA A WILLY



CALLE 13
EL CANAL DE SUSPENSE Y ACCIÓN

Palmarés El Sol 2007

Cine / TV

AGENCIA	MARCA	TÍTULO
GRAN PREMIO		
Vegaalmosponce (Arg.)	Impulse	Aeropuerto, Tren, Avión y Anillo
CATEGORÍA 1: BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO		
Plata		
Mccann Erickson (Arg.)	Bavaria	Perrito
Craverolanis (Arg.)	Cinzano Vermouth	Esta noche
La Comunidad (Arg.)	Schneider	Bromas pesadas
Bronce		
SCPF	Voll Damm	El doble nos gusta más (Stallone)
CATEGORÍA 2: BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS		
Oro		
Mccann-Erickson (Esp.)	Coca Cola	Treintaytantos
Santo (Argentina)	Coca-Cola	Birdman
Plata		
Santo (Argentina)	Coca-Cola	Todos juntos
Santo (Argentina)	Coca-Cola	Levante la mano
Bronce		
Grupo Gallegos (EE UU)	California Milk	Ley de gravedad
Ogilvy & Mather Arg.	Coca Cola	Códigos
Sra. Rushmore (España)	Aquarius	Me lo prometiste
JWT México	Minute Maid	Ranitas
CATEGORÍA 3: ALIMENTACIÓN Y OTROS PRODUCTOS		
Plata		
Crispin P+B (EE UU)	Burger King	Tren, Bosque
Bronce		
Crispin P+B (EE UU)	Burger King	Friends, Outcast y So cool
CATEGORÍA 4: PRODUCTOS DE BELLEZA, CORPORALES, FARMACIA Y ÓPTICA		
Oro		
Vegaalmosponce (Arg.)	Impulse	Aeropuerto, Tren, Avión y Anillo
Vegaalmosponce (Arg.)	Unilever	Choques
Plata		
Santo (Argentina)	Lux	Pequeña historia...
Santo (Argentina)	Lux	Neon girl
Bronce		
Vegaalmosponce (Arg.)	Axe	Pescados
Vegaalmosponce (Arg.)	Rexona	Musical
Santo (Argentina)	Lux	Globos
JWT El Hotel (Arg.)	Sedal	Placard
CATEGORÍA 5: HOGAR Y PRODUCTOS DEL HOGAR		
Plata		
DDB Argentina	Trenet	Paneles
Grey Argentina	Scotch Brite	Narigona, Baby Call y Policia
Bronce		
SCPF (España)	Ikea	Comida, Libre y Quedan
Vegaalmosponce (Arg.)	Cif	Voz fuerte
CATEGORÍA 6: ELECTRÓNICA DE CONSUMO. ELECTRODOMÉSTICOS		
Plata		
Grupo Gallegos (EE UU)	Energizer	Inmortal
CATEGORÍA 7: VEHÍCULOS, ACCESORIOS Y SERVICIOS		
Oro		
SCPF (España)	BMW	Bruce
El Laboratorio S&J (Esp)	Mercedes Benz Clase C	1440
Publicis Lado C (España)	Renault Mégane	Never ending story
Plata		
Publicis Lado C (España)	Renault	Autocine
Bronce		
Villarrosas (España)	Honda	Estorninos
Publicis Lado C (España)	Renault	Prosikito, Jacuzzi, Hijosy Club
DDB España	Audi S3	Sinfonia
DDB España	Volkswagen New Beetle	Globo
CATEGORÍA 8: CONFECCIÓN, COMPLEMENTOS Y ACCESORIOS		
Oro		
Madre (Argentina)	Nike	Cirugía
Bronce		
TBWA (Argentina)	Adidas	Homenaje
CATEGORÍA 9: INSTITUCIONES Y SERVICIOS FINANCIEROS, SEGUROS, LOTERÍAS		
Oro		
Madre (Argentina)	Banco Hipotecario	Dueños, Sambasters y Cuadras
Plata		
JWT México	HSBC Seguros	Oficina y Coche
Bronce		
Sra. Rushmore (España)	Marca	Que te juegas, 10 seg. y Gibraltar
CATEGORÍA 10: TELEFONÍA Y COMUNICACIÓN		
Plata		
Dimensión	Euskaltel	Adios Ana Luisa
Santo (Argentina)	Telecom	Tour, Levante, Numa Numa y Colibrí

AGENCIA	MARCA	TÍTULO
Bronce		
Del Campo N S&S (Arg.)	CTI	Héroes
Del Campo N S&S (Arg.)	CTI	Enseñanzas
Del Campo N S&S (Arg.)	CTI	Tema del verano
JWT Argentina	TV Cable	Libertad, Tenistas, Monjitas y Papa Noel
CATEGORÍA 11: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PUBLICACIONES. ART. OFICINA		
Plata		
La Comunidad (Arg.)	La Nación	Todo, Nada y Nada
Sra. Rushmore (Esp.)	La Sexta	Anatomía de un chiste sexual
Tiempo BBDO (Esp.)	TVE	Funcionario y Entrevista
Bronce		
WM (Argentina)	Olé	Herencia
CATEGORÍA 12: SER. PÚBLICOS CON ÁNIMO DE LUCRO. OCIO. VIAJES. VARIOS		
Oro		
La Comunidad (Arg.)	Bafici	Clarence, Lulaland y Pinky
Bronce		
Vitruvio LB (Esp.)	Festival Sitges '06	Peluquería
Publicis Lado C (España)	Getafe CF	Milagros
Mccann-Erickson (España)	Metro Madrid	Una pequeña historia
CATEGORÍA 13: SERVICIOS PÚBLICOS SIN ÁNIMO DE LUCRO		
Oro		
Lowe Mexico	Prevención sida	25 Años MTV
Plata		
Mccann Erickson (Brasil)	Fun. Dorina Nowill	Puntos

Radio

AGENCIA	MARCA	TÍTULO
GRAN PREMIO		
JWT (Argentina)	Revista Mercado	Cantor Protesta
CATEGORÍA 1: SECTOR CONSUMO		
Oro		
Ogilvy & Mather (Arg.)	Sprite	Optimista, Duro, Meloso
Bronce		
Tiempo BBDO (España)	Marcilla	Domingo
CATEGORÍA 4: SECTOR SERVICIOS E INSTITUCIONES		
Oro		
Remo (España)	Bancaja	¿Lo Quieres?
Plata		
Euro RSCG (Argentina)	Sony Style	Fútbol
Bronce		
TBWA (España)	DGT	Carta
Euro RSCG (España)	Disneyland Paris	Guardia
CATEGORÍA 5: CULTURA, OCIO Y COMUNICACIÓN		
Oro		
JWT (Argentina)	Revista Mercado	Cantor Protesta
WM (Argentina)	Diario Olé	Promo Alemania
Olabuena C. (México)	Dario Milenio	Presidente Fox

Exterior

AGENCIA	MARCA	TÍTULO
GRAN PREMIO		
Villarrosas (España)	Nike	Hipotermia, Vómito, Desh. y Ten.
CATEGORÍA 1: SECTOR CONSUMO		
Bronce		
Tiempo BBDO (España)	M&M'S	Frisbee, Piscina, Estudio
CATEGORÍA 2: SECTOR TECNOLOGÍA, ELECTRÓNICA Y TELECOMUNICACIONES		
Oro		
BBDO (Chile)	Playstation 2	Boxeador y Soldado
Plata		
Contrapunto (España)	Smart	Bosque, Campo y Piedras
Bronce		
Tapsa (España)	Kia	Aparcamiento
TBWA (España)	PSP	Lazarillo
CATEGORÍA 3: SECTOR HOGAR Y MODA. COSMÉTICA Y SALUD		
Oro		
Villarrosas (España)	Nike	Hipotermia, Vómito, Desh. y Ten.
Plata		
DDB (Brasil)	Sundown	Dimmer
Young & Rubicam (Esp.)	Tulipán Preservativos	Lago, Fútbol y Volley
BBDO (Argentina)	Nike	Pies manos Ronaldhino
BBDO (Argentina)	Nike	Pelotazos, Tevez y Ronaldhino
Bronce		
Del Campo N S&S (Arg.)	Ariel	Denim, Algodón, Jersey y Polyester

AGENCIA	MARCA	TÍTULO
CATEGORÍA 4: SECTOR SERVICIOS E INSTITUCIONES		
Oro		
JWT (Argentina)	HSBC LBA Seguros	Auto, Microondas y Televisor
Plata		
Mccann Erickson (Arg.)	Mastercard	Maracana, Bernabeu y Bombonera
CATEGORÍA 5: CULTURA, OCIO Y COMUNICACIÓN		
Oro		
Zapping MCS (España)	NH Hoteles	Reposacabezas
Plata		
Vitruvio LB (Esp.)	TCM	Lona y Coche
Del Campo N S&S (Arg.)	Buenos Aires Zoo	Elefante, Cocodrilo, Chanco y Mono
Ogilvy México	Matchbox	Manita
Bronce		
Tiempo BBDO (España)	Club MTV	Club de armas, Bordadoras y Nudistas

Gráfica: Prensa

GRAN PREMIO		
BBDO (Chile)	Playstation 2	Boxeador y Soldado
CATEGORÍA 1: BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO Y ACCESORIOS DE FUMADOR		
Plata		
DEC Grupo BBDO (Esp.)	Marqués de Vargas	Ventana, Ejército, Bowling y Herr.
CATEGORÍA 2: BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS		
Oro		
Craverolanis (Argentina)	Café Noir	Camionero, Seguridad y Motorhome
CATEGORÍA 3: ALIMENTACIÓN Y OTROS PRODUCTOS		
Oro		
DDB (España)	Friskies-Nido	Pajaros (Dama, Caballero, Coronel)
Bronce		
Tiempo BBDO (España)	M&M'S	Frisbee, Piscina y Estudio
Tiempo BBDO (España)	Snickers Mini	Puenting, Climbing
BBDO (Argentina)	Whiskas	Vida (Enamorado, Gatos, Amigos)
CATEGORÍA 4: PRODUCTOS DE BELLEZA, CORPORALES, FARMACIA Y ÓPTICA		
Oro		
Young & Rubicam (Arg.)	Actrón Pediátrico	Auto, Bebé, Amante y Vestido
Plata		
Tiempo BBDO (España)	Gillette	Cromos
Vegaalmsponce (Argentina)	Axe 3	Psicóloga y 5 originales más
BBDO (Chile)	Wrigleys / Eclipse	Perro, Rana y Pescado
Bronce		
Mccann Erickson (Esp.)	Durex	Otros Mundos (1, 2, 3 y 4)
CATEGORÍA 5: HOGAR Y PRODUCTOS DEL HOGAR		
Plata		
Del Campo N S&S (Arg.)	Ariel	Denim, Algodón, Jersey y Polyester
Vitruvio LB (España)	Vinçon	Matamoscas y 4 originales más
Bronce		
JWT México	Brasso	Prisión y Cunero
DDB (España)	Pritt - Tippex	Campaña Letras
TBWA (España)	Spontex	Barca y Piscina
Del Campo N S&S (Arg.)	Ariel	Pollo, Chocolate y Moras
CATEGORÍA 6: ELECTRÓNICA DE CONSUMO. ELECTRODOMÉSTICOS		
Oro		
BBDO (Chile)	Playstation 2	Boxeador y Soldado
Plata		
DDB (Argentina)	Energizer	Evolución (Cámara y Mp3)
TBWA (España)	Playstation PSP	Lazarillo
TBWA (España)	Playstation PSP	Postales
BBDO (Chile)	Pilas Sony	Conejo, Dragón y Muñeca
Bronce		
DDB (España)	Risk	Bombardero, Soldados y Cañón
TBWA (España)	Ps2	Puzzle (Chico y Chica)
CATEGORÍA 7: VEHÍCULOS, ACCESORIOS Y SERVICIOS		
Oro		
Contrapunto (España)	Smart Fortwo	Bosque, Campo y Piedras
Plata		
El Laboratorio S&J (Esp.)	Mercedes-Benz	Tu vida pasar
DDB (Argentina)	Golf GTI	Hoja y Libélula
Bronce		
SCPF (España)	BMW S3	Pájaros, Ciervos y Elefantes
Ogilvy & Mather (Arg.)	DHL	Texto
Craverolanis (Argentina)	Suzuki Grand Vitara	Fondo (Verde, Lila, Amarillo, Celeste)
Tapsa (España)	Kia Sorento	Valla
Remo (España)	Mitsubishi Outlander	Paisajes (Contrastes, Claro, Oscuro, Horizonte)
JWT (España)	Honda	Cafetera, Máquina de coser y Aspiradora
DDB (México)	Volkswagen GTI	Robo
DDB (México)	Volkswagen GTI	Trasplante Y Embarazada
CATEGORÍA 8: CONFECCIÓN, COMPLEMENTOS Y ACCESORIOS		
Oro		
Villarrosas (España)	Nike	Hipotermia, Vómito, Desh. y Ten.
Plata		
WM (Argentina)	Topper	Trekking, Running, Step y Fútbol
BBDO (Argentina)	Nike	Pies manos Tévez
CATEGORÍA 10: TELEFONÍA Y COMUNICACIÓN		
Plata		
DDB (Argentina)	Páginas Amarillas	Plomero, Jardiner y Delivery

AGENCIA	MARCA	TÍTULO
CATEGORÍA 11: MEDIOS, PUBLICACIONES, ARTÍCULOS DE OFICINA		
Oro		
Young & Rubicam (Arg.)	MTV	Mansión, Auto y Tetos
Plata		
La Comunidad (Argentina)	La Nación	Jefe, Pan Lactal, Roberto y Maradona
Leo Burnett (Portugal)	Media Books	Gorda, Entrenador y Enamorada
Bronce		
Grey (España)	Pilot	Obelix, Papa Noel, Brutus y Homer
Olabuenaga C. (México)	Diario Milenio	Bush, Evo, Chavez y Schwarzenegger
BBDO (Argentina)	Revista La Mano	Rock Stars
Tiempo BBDO (Esp.)	MTV	Canguro, Átomo y Pistón
Remo (España)	Calle 13	Mp3
CATEGORÍA 12: SER. PÚBLICOS CON ANIMO DE LUCRO. OCIO. VIAJES. VARIOS		
Oro		
Tapsa (España)	Iberia	Avion I, Avion II y Avion III
Plata		
Publicis Graffiti (Arg.)	Club Med	Jefe, Mozo, Taller y Banco
Bronce		
Zapping MCS (España)	Floristeria Anemone	Flores 1 y Flores 2
Del Campo N S&S (Arg.)	Buenos Aires Zoo	Elefante, Cocodrilo, Chanco y Mono
Tapsa (España)	Iberia	Ingenieros, Mecanicos y RR.HH
CATEGORÍA 13: SERVICIOS PÚBLICOS SIN ANIMO DE LUCRO		
Plata		
JWT (España)	Cruz Roja	Autocábala y Autodefinido
F/Nazca (Brasil)	SOS Mata Atlántica	Macacos, Onça, Preguiça y Tucano
Bronce		
Tiempo BBDO (España)	Greenpeace	Campaña Costas
Tapsa (España)	Iberia	Catastrofe, Hambre y Violencia

Marketing directo

GRAN PREMIO		
Shackleton (España)	Banco Gallego	Depósito Lopetegui
CATEGORÍA 1: MAILING PLANO		
Plata		
Shackleton (España)	Yacom	Sorry
Bronce		
Ros & Asociados (España)	Alumafel	No se mojará
Red Remo (España)	Digital +	DVD Morbo
Red Remo (España)	Digital +	La liga se decide en tu hotel
CATEGORÍA 2: MAILING DIMENSIONAL		
Plata		
Shackleton (España)	CEPSA	Club D.D.D.
Bronce		
Shackleton (España)	CEPSA	La canción del invierno
CP Proximity (España)	Daimler Chrysler	Magia
CATEGORÍA 3: MULTIMEDIA		
Oro		
Shackleton (España)	Banco Gallego	Depósito Lopetegui
Plata		
Shackleton (España)	Localia TV	El planificador
Bronce		
Shackleton (España)	Consejo Juventud	Warren, la verruga
CATEGORÍA 4: MEDIOS ALTERNATIVOS		
Oro		
Grey G2 (Argentina)	Procter & Gamble	Brillo
Plata		
Wunderman (España)	DHL	¿Dónde está el kiosko?
Bronce		
DoubleYou (España)	Audi	Me importa un huevo
CATEGORÍA 5: MENOR PRESUPUESTO		
Oro		
Leo Burnett (Argentina)	Cruz Roja	Ayuda a Tartagal
Plata		
CP Proximity (España)	Fundacion Natura	Frena el cambio climatico

Marketing promocional

GRAN PREMIO		
Vitruvio LB (Esp.)	AOL.Time Warner	Evento denuncia San Sebastián
CATEGORÍA 1: MEJOR CAMPAÑA EN EL PUNTO DE VENTA		
Oro		
Targeting LT (Esp.)	Diageo	Bodegón Campaña
Plata		
Wunderman (España)	DHL	¿Dónde está el kiosko?
Bronce		
Delfin Group (España)	Coca Cola Light	Activación Aplausos de Coca Cola Light
CATEGORÍA 2: MEJOR CAMPAÑA DE FIELD MARKETING		
Oro		
Ogilvy (Perú)	Limpialunas	Procter & Gamble
Plata		
Euro RSCG (España)	FP	Focas

AGENCIA	MARCA	TÍTULO
Bronce		
Street Life (España)	Ecologistas en Acción	Ozono
Marketingvivo (España)	Nokia España	Paquito
CATEGORÍA 3: MEJOR EVENTO		
Oro		
Tequila (España)	Nokia España	CNK Urban Festival
Plata		
Red Remo (España)	Easyjet	Viaja gratis hasta la siguiente esquina
CATEGORÍA 4: MEJORES CAMPAÑAS MULTIMEDIA Y/O MEDIOS ALTERNATIVO		
Oro		
Vitruvo LB (España)	AOL.Time Warner	Evento denuncia San Sebastián
Plata		
Tiempo BBDO (Esp.)	RBA	Generador de rumores
Bronce		
Dommo CC (España)	Mini	Veo. Veo
CATEGORÍA 5: MEJOR CAMPAÑA AL CANAL: FUERZA DE VENTAS Y/O TRADE		
Plata		
Red Remo (España)	Lynx	Postal día del trabajo
Bronce		
Craverolanis BTL (Arg.)	Coca Cola	Convencion South Latin Division
CATEGORÍA 6: PROMOCIÓN A LA MEJOR ACTIVACIÓN DE VENTAS		
Oro		
Wunderman (Argentina)	La Nación	James III
Plata		
Tiempo BBDO (España)	Litoral	Ven a conocer el campo
Bronce		
Io Community (España)	Io Community El Paso	Y para muestra, un cupón

AGENCIA	MARCA	TÍTULO
Crupo W (México)	Rexona	The Stuntman
CATEGORÍA 3: E-MAIL MARKETING		
Oro		
CP Proximity (España)	Audi España	Control
Bronce		
Órbital (España)	Renault	Rápido y fiable como en F1
CATEGORÍA 4: CAMPAÑAS ONLINE		
Oro		
Grupo W (México)	Rexona	Actioncity
Plata		
Wysiwyg España	Camper	Why the...?
Bronce		
CP Proximity (España)	Deaplaneta	Quierverunfantasma.com
Órbital España	Renault	Descuentos sin asteriscos
CATEGORÍA 5: PUBLICIDAD EXPERIMENTAL Y AUTOPROMOCIONAL		
Plata		
Grupo Bassat (España)	Ogilvyone	Papanoeldigame
Bronce		
Cuatic España	Nike	Run on air
Mefisto España	Mefisto	Mefisto spray creative self-defense

Medios

GRAN PREMIO		
BBDO (Argentina)	Nike	Barrio Bonito
CATEGORÍA 1: MEJOR USO DE CINE		
BBDO (Puerto Rico)	Berlitz	Ecs man tres
CATEGORÍA 2: MEJOR USO DE TELEVISIÓN		
Universal Mccann (Esp.)	Coca Cola	Perfecta para dos
CATEGORÍA 3: MEJOR USO DE MEDIOS IMPRESOS		
GAP'S (España)	Prev. drogas Navarra	No te taladres
CATEGORÍA 4: - MEJOR USO DE EXTERIOR		
Bungalow25 (España)	FOX TV	Prison Break.
BBDO (Argentina)	Nike	Barrio Bonito
CATEGORÍA 5: MEJOR USO DE RADIOS		
Desierta		
CATEGORÍA 6: MEJOR USO DE SOPORTES INTERACTIVOS		
Universal Mccann (Esp.)	CEPSA	Videoblog CEPSA
CATEGORÍA 7: MEJOR USO DEL MIX DE MEDIOS		
OMD (Chile)	McDonald's	Big tasty
CATEGORÍA 8: MEJOR USO DE OTROS MEDIOS		
Universal McCann (Esp.)	Coca Cola	Que levante la mano
CATEGORÍA 9: MEJOR USO DEL PATROCINIO		
OMD (España)	Blue BBVA	Generacion Blue

Internet

GRAN PREMIO		
Desierto		

Webs

CATEGORÍA 1: SECTOR CONSUMO		
Oro		
DoubleYou (España)	Cacique	La llamada
Plata		
Almap BBDO (Brasil)	Pepsi	Air guitar
Bronce		
Wysiwyg (España)	Heineken España	Amstel
CATEGORÍA 2: SECTOR TECNOLOGÍA, ELECTRÓNICA Y TELECOMUNICACIONES		
Oro		
Euro RSCG 4d E-One (Esp.)	Volvo	Nuevo Volvo C30 Free Will Site
Almap BBDO (Brasil)	Volkswagen	Prazer de dirigir
Bronce		
Órbital (España)	Renault	Míralo a través de otros ojos
CATEGORÍA 3: SECTOR HOGAR Y MODA. COSMÉTICA Y SALUD		
Oro		
Grupo W (México)	Rexona	Actioncity
Plata		
DDB (Brasil)	Johnson & Johnson	Piano
CATEGORÍA 4: SECTOR SERVICIOS E INSTITUCIONES		
Oro		
CP Proximity (España)	Fundacion Natura	Frena el cambio climatico
Plata		
AlmapBBDO (Brasil)	Greenpeace	Cientista
CATEGORÍA 5: CULTURA, OCIO Y COMUNICACIÓN		
Plata		
CP Proximity	Deaplaneta	Quierverunfantasma.com
Bronce		
Wunderman Brasil	Nokia	Nokia Trends Brasil

Acciones publicitarias

CATEGORÍA 1: BANNERS Y FORMATOS ESTÁNDAR		
Oro		
Almap BBDO (Brasil)	Gol Linhas Aéreas	Ponteiros
Plata		
DDB (Brasil)	Axila Time	Friboi
CATEGORÍA 2: RICH MEDIA O FORMATOS ESPECIALES		
Oro		
DDB Brasil	ITAU Seguros	Crash
DDB Brasil	Museu MASP	As One
Plata		
OgilvyOne Brasil	Hellmann's	Screensaver tarados por ketchup

Empresas del Año

Anunciante del Año: TVE
 Agencia del Año: Tiempo BBDO
 Productora del Año: Revolución

Premios Prensa

Cine/TV		
SCPF (España)	BMW	Bruce
Diarios y Revistas		
Craverolanis (Argentina)	Café Noir	Camioneros, Seguridad y Motorhome
Exterior		
Villarosas (España)	Nike	Hipotermia, Vómito, Desh. y Ten.

Premios Especiales

Premio Novomedia a la Creatividad en Diarios		
Grupo R (España)	M° Trabajo y AA SS	Pregunta
Premio JCDecaux de Comunicación Exterior		
Ogilvy Brasil	Motorola	Motorcolors y Nota musical
Premio People Agency al Mejor Casting en Cine y TV		
Madre (Argentina)	Banco Hipotecario	Dueños
Premio Film Comission a la Mejor Escenografía		
DDB (España)	Volkswagen	Globo
Premio IAB		
CP Proximity	Deaplaneta	Quierverunfantasma.com

Sol de Platino

Desierto



Impulse y Nike, dos de los premios de Revolución.

Argentina vuelve a ganar el premio a la productora del año

Los buenos resultados cosechados por las agencias argentinas en televisión y cine han contribuido a que Revolución se alce con el premio a la Productora del Año en El Sol, con lo que sucede en el palmarés del festival a la también argentina Landia, merecedora de este reconocimiento el pasado año.

Se trata del mayor logro conseguido en un certamen publicitario por la productora publicitaria del director cinematográfico Armando Bo y el productor ejecutivo Patricio Álvarez. Creada hace dos años, Revolución nació con el objetivo de trabajar para las mejores agencias y anunciantes del mercado argentino. Sin embargo, en su corta trayectoria, Revolución ya ha superado sus expectativas y ha trabajado con Grey New Cork, JWT París, Lowe New York y Leo Burnett Italia.

En El Sol, las producciones de Revolución han recibido siete premios: el gran premio de televisión y un oro, en ambos casos por *Aeropuerto*, *Tren*, *Avión* y *Anillo*, de Vegaolmosponce para Impulse; otro oro, por *Cirugía*, de Madre para Nike, y cuatro bronce, por *Ley de la gravedad*, de Grupo Gallegos (Estados Unidos) para Got Milk, *Héroes y Enseñanza*, de Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi para CTI, y *Herencia*, de WM para el diario deportivo Olé.

En la nómina de realizadores de esta compañía figuran Luciano Podcaminsky, Lemon y Baby, además de Armando Bo.

"La idea era completar el puzzle"

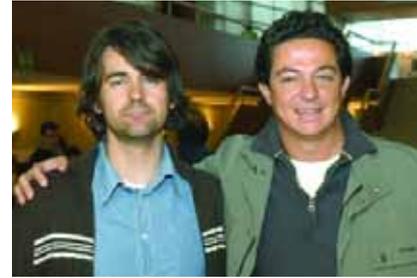
JAVIER TABOADA Y ANDRÉS MARTÍNEZ COMENTAN EL PREMIO A LA AGENCIA DEL AÑO LOGRADO POR TIEMPO BBDO

El éxito ha acompañado a Tiempo BBDO en las dos últimas ediciones de El Sol. Si el año pasado la agencia resultó ganadora del primer sol de platino del festival, con la popular campaña *Amo a Laura* para MTV, en esta ocasión ha logrado un "valioso triunfo", según afirma su consejero delegado Javier Taboada, con el premio a la Agencia del Año. En su opinión, el galardón supone la culminación de un proceso, que comenzó hace tres años, y por el que la agencia ha recibido "un enorme reconocimiento a la labor de una compañía que está muy orientada a las grandes ideas".

Andrés Martínez, director creativo ejecutivo de la agencia, añade

que desde el punto de vista creativo este premio contribuye a reforzar sus objetivos. "La idea era completar un puzzle. El año pasado demostramos que podíamos hacer otro tipo de campaña y que se podía lograr el reconocimiento creativo y de eficacia con un trabajo que tenía un volumen pequeño de inversión. Con ello, tal vez, descuidamos nuestra presencia en otros apartados". Sin embargo, este "descuido" ha quedado resuelto, después de que Tiempo BBDO haya logrado este año 2 platas y 3 bronce en gráfica, otros 2 bronce en exterior y 2 platas en marketing promocional. "Hemos confirmado nuestra capacidad para hacer un buen trabajo en otros medios. Somos una agencia con una forma brillante de trabajar", declara.

Javier Taboada subraya la enorme dificultad para obtener el premio a la Agencia del Año y confirma que en absoluto se lo podían esperar. "Considerábamos que veníamos con un buen trabajo, pero no se nos puede olvidar que El Sol es un festival



Martínez, a la izquierda, y Taboada.

cada vez más competitivo y con un nivel muy alto. Son 16 países los que se han dado cita aquí y resulta muy difícil conseguir este premio, con lo cual la alegría es doble".

Por último, Andrés Martínez espera que este premio se "traduzca en un montón de cuentas". De cara a la próxima participación en El Sol, apunta que la agencia deberá hacer un esfuerzo por mejorar sus trabajos en televisión y radio. "Debemos seguir apostando por las ideas y por todos los medios. Ese el futuro: la integración de toda la comunicación", concluye Taboada.

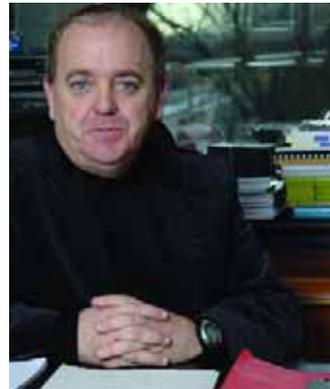
"Este premio nos llega en un momento ilusionante"

JAVIER PONS, DIRECTOR DE TVE, ANUNCIANTE DEL AÑO

Cuando acaba de cumplir 50 años y de dotarse de una nueva estructura societaria, RTVE ha sido reconocida como anunciante del año por El Sol. Por eso, Javier Pons, director de TVE, valora este premio como "un reconocimiento a toda la historia de TVE que llega en un momento ilusionante. Esta casa asiste a un auténtico renacimiento y estrena una etapa cargada de proyectos y de nuevos retos".

En los últimos veinte años, y con distintas agencias (Contrapunto, DDB, Tapsa y la más reciente, Tiempo BBDO), la imagen de RTVE a través de su publicidad ha dado muestras de una calidad sostenida que se ha debido, afirma Pons, "a las dos partes, a los creativos de esas agencias y a los profesionales de TVE, que supieron valorar su trabajo".

En estos momentos, y una vez finalizado su compromiso con Tiempo BBDO, el pasado 30 de abril, la cadena se encuentra en una etapa de reflexión respecto a su posición como anunciante, "para ver qué nos conviene más en el futuro. De momen-



to, hemos creado una dirección de Publicidad e Imagen Corporativa que depende de la Dirección de Comunicación de RTVE. Queremos hacer campañas y promociones externas coherentes y que tengan en cuenta las necesidades de toda la corporación, no sólo de TVE".

Función social

ANUNCIOS.- ¿En qué se parece la TVE de hoy a la del claim *Aprende a usar la televisión*, de la campaña creada por Contrapunto y que le valió a España el primer Gran Premio en Cannes?

Javier Pons.- La televisión ha cambiado mucho en los últimos años y evoluciona casi mes a mes. De todos modos, y justamente porque vivimos en la era de las multipantallas, sigue siendo necesario (especialmente por parte de las familias) enseñar a ver la televisión con sentido crítico.

A.- En líneas generales, ¿qué le parece la publicidad que se ve en televisión en España? ¿Aprovecha el bloque publicitario para saltar de cadena o es de los que piensan que la publicidad es lo mejor de la tele?

J. P.- Ni lo uno ni lo otro. Hay anuncios excelentes, de gran calidad, realizados con enorme talento y muy sugerentes. La publicidad bien distribuida en la programación, y respetando los tiempos máximos establecidos legalmente (como hace TVE), forma parte del paisaje audiovisual. Sería un error pensar que la publicidad es "ruido" o "interferencia" en la emisión. La publicidad, además de contribuir a sostener comercialmente a las cadenas, cumple también una función social que casi nadie discute.



“El Gran Premio se decidió por un voto de diferencia”

CESAR GARCÍA, JURADO DE CINE Y TELEVISIÓN

ANUNCIOS.- ¿Cómo han transcurrido las deliberaciones?

César García. Ha sido agotador. Yo me quedo con dos pequeñas tristezas. Una que la short list ha sido inexplicablemente corta. No entiendo qué necesidad había de ser tan restrictivos. De hecho, el 50% de la short list ha sido premio cuando lo normal es que sea el 20% o el 25%. Teníamos que haber sido más generosos. Por otro lado, el Gran Premio se decidió por una milésima, por un voto de diferencia, para ser más concretos. La otra candidata, en mi opinión la mejor campaña del festival, era la de la agencia argentina Madre para el Banco Hipotecario.

A.- ¿Qué ha sido lo más destacado en el apartado de televisión de este año?

C. G.- La gran revelación ha

sido la de productos de cosmética y perfumería, donde Argentina ha arrasado. Se ha abierto una brecha muy interesante y sobre todo muy didáctica para nuestros clientes. También ha destacado, como siempre, automóviles, donde España ha dominado.

A.- Aparte del Gran Premio ¿se han discutido mucho los premios?

C. G.- Esa ha sido la más encendida de todas, sin lugar a dudas. Como la lista corta era tan reducida tampoco ha dado pie a demasiadas discusiones porque el palmarés hubiera sido entonces ridículamente pequeño, algo que yo no quería que ocurriera en ningún caso. Odio los jurados estrictos y que dan muy pocos premios para mandar mensajes a la profesión. Hay que ser generoso, que para eso se viene y se paga.



Lee Films y ANUNCIOS ofrecieron un *piscolabis* de madrugada a los delegados que habían invadido Bataplan.

Opinión



No sin mi anchoa

[Mónica Moro]

Me pregunto que estará pensando la pájara de “Busco a Jacks” sobre la campaña de Impulse. Me pregunto si estará pensando que esas mujeres son unas *panolis* por soñar con el hombre romántico y enamorado de ti hasta los higadillos. Pensará a lo mejor que la mujer que se pone un desodorante con aroma de rosas silvestres es más tonta que ella, que sin contemplaciones busca al castigador que huele a pachulí.

Me pregunto también que dirán Claudia, Penélope y Andie McDowell, ¿¿Por qué yo lo valgo??

Me pregunto que estarán pensando los clientes de una categoría dormida hasta hace muy poco, o como le pasaba a la de Servicios Financieros hasta que llegaron unos tipos y dijeron, hagamos *Dueños*, o encontrar el mejor casting de los últimos tiempos para Arnet de Telecom.

Y pese a todo pienso que no somos peores, sino que nuestros mecanismos se han atrofiado por recibir estímulos completamente diferentes. No sé si por ahí están aplicando el modelo de entrenamiento de los delfines. Que si cada vez que el animal coge la pelota, la pone en el cubito, da una vueltita, su amo y señor le da una anchoa, el animal repite y repite hasta que le queda aprendido como parte de su conducta, vamos, que lo incorpora a su sistema operativo para siempre y ya forma parte de la normalidad estar haciendo piruetas todo el día. Pero nosotros, cada vez que intentamos hacer una cabriola se nos mete un martillazo, una cosa como muy de pueblo. Y parece que cuando la hacemos es que hemos pillado al amo despistado, vamos, que se la hemos colado, pero de conducta inherente nada.

Deberíamos cambiar el discurso, ir a nuestros clientes y decirles, “Uy, este año vuestros colegas de fuera os han vuelto a dar, eh. Es que los clientes de por ahí son tan tan tan buenos”. Sería genial. O soltarle sin más, “vamos a fichar a un cliente argentino porque a ti parece que te falta un poquito de ¿chispa?” Y que conste que los premios no nos hacen ni mejores ni peores de lo que somos en realidad, faltaría más, pero demuestran una actitud hacia las cosas, un respeto por las marcas y por los consumidores, que al final son los que te devuelven la mirada o no.

Por eso, volviendo al Gran Premio de este año ¿alguien se imaginó que un desodorante fuera a convertirse en referente de cómo hacer publicidad? Pues ahí lo tenemos, y a mi personalmente me encanta y me divierte. Por su ironía, porque no tiene fisuras y por un concepto que reivindica algo importante y súper bonito.

Y ya para terminar sólo pido una cosa: queremos nuestras anchoas por favor, que si no, menudo año de martillazos nos espera.

ZAPPING/LONDON

36 Golden Square
London
W1F 9EE

ZAPPING/NEW YORK

36 West 25th Street
10th floor
New York, NY
10010

ZAPPING/SIDNEY

Level 12,
131 Macquarie Street,
Sydney
NSW 2000

ZAPPING/LOS ANGELES

2032 Broadway,
Santa Monica, CA
90404 USA

ZAPPING/SHANGAI

No 124 Lane 591
Nan Jing Road West
Shanghai P.R.

ZAPPING/BERLIN

Oranienburgerstr. 5a
D-10178 Berlin

ZAPPING/TOKYO

Royal Building 3F,
12-8 Nibancho,
Chiyodaku
Tokyo 102-0084

Ahora Zapping con M&C Saatchi en todo el mundo.