

Anuncios

«Viva España», de RCP, obtuvo un León de Oro

Siete premios para España en el Festival Sawa

España ha conseguido siete premios en la 28.ª edición del Festival Internacional de Cine Publicitario que, organizado por Sawa, ha tenido lugar en Cannes en el transcurso de la pasada semana.

Los galardones obtenidos por las películas españolas inscritas en la presente edición han sido los siguientes:

León de Oro

«Viva España-Donantes de Sangre».

Agencia: RCP.

Productora: Dimensión.

León de Plata

«Sanyo televisión color».

Agencia: Tandem/DDB-Campmany Guasch.

Productora: Vector Albi.

Leones de Bronce

«Pedro Domecq».

Agencia: Clarín.

Productora: Cinestar.

«Dodotis».

Agencia: MMLB.

Productora: Studio Daniel.

Diplomas

«Frutos Secos El Almendro».

DE CADA 100 PERSONAS

España... 1

España obtuvo un León de Oro por «Viva España», de RCP, para la Asociación de Donantes de Sangre.

Agencia: Clarín.

Productora: Pierrot Films.

«Heno de Pravia».

Agencia: Clarín.

Productora: Cinestar.

«El Corte Inglés» (Departamento de publicidad y producción).

Además de los premios citados, pasaron a la final Citroën-Concierto (Delvico/DFS-Beverly Films), Lancaster (J. Walter Thompson-Group Films), Lois (Cid-Group Films) y Disminuidos Físicos (Bassat y Asociados-Group Films).

Al festival se presentaron 39 países, con un total de 2.323 delegados y 1.665 películas inscritas, de las que sólo un 25 por 100 pasaron a la final. España participó con 61 películas.

Se cumplió el pronóstico

Tras el visionado de las películas españolas inscritas en el Sawa, que ofreció Movierecord el pasado 29 de mayo, los asistentes a la misma (antiguos miembros españoles del jurado de Sawa, representantes de la prensa especializada y presidentes de asociaciones profesionales) coincidieron en señalar a la película «Viva España», que ganó un León de Oro, como firme candidata a obtener un premio importante.

De igual forma, Dodotis y Pedro Domecq (igualmente premiadas con sendos Leones de Bronce) fueron calificadas como películas que podrían optar a algún galardón, aunque en el último de los casos citados, la decisión dependería del apartado en que fuera incluida (institucionales o bebidas alcohólicas).

En definitiva, se puede decir que la labor de Jordi Garriga como miembro español del Jurado ha sido enormemente positiva, pues no se recuerda que España haya conseguido este número de premios en el Festival Sawa.

Por la premura del cierre de este número, la próxima semana incluiremos en nuestra edición una amplia información sobre el desarrollo del Festival.

Francisco J. González,
director general
de Grey
España

Francisco José González, hasta ahora director general de VP, ha sido nombrado consejero delegado y director general de Grey España, cubriendo así el vacío producido en la agencia multinacional tras la marcha de Rafael de Guzmán a NCK.

El nombramiento de González responde al intento de Grey de reavivar sus actividades en España, un tanto anquilosadas durante los últimos años. Todo parece indicar que la incorporación de Francisco José González supondrá una reestructuración de Grey, aunque por el momento no hemos podido obtener mayor información al respecto. Parece ser, no obstante, que uno de los puntos principales de esta nueva política podría ser la «españolización» de la oficina de Madrid.

Grey opera en España desde hace unos quince años, primero en asociación con Rasgo y desde hace cerca de dos independientemente. Entre sus clientes principales figuran General Foods (Quench y Monky), Revlon, Procter & Gamble (Camay), Playtex y Timex.

29

SUMARIO

Opinión

Editorial: «Caciquismo en la Facultad».

Tema libre: «Codorníu ya tiene campaña», por Miguel Márquez (Pág. 3).

Internacional

Fuerte penetración de agencias multinacionales en Holanda.

Proliferan en Inglaterra las pequeñas agencias (Pág. 4).

Nacional

Los grandes bancos cierran sus ejercicios con excelentes resultados.

Las furgonetas Ebro para Carvis (Pag. 5).

Hill Knowlton adquiere el 51 por 100 de Terp.

Sexo, droga y rock, lo que más interesa al joven (Pág. 6).

Posible programación matutina en TVE (Pág. 7).

Tele Radio inicia una nueva etapa (Pág. 8).

Diseño gráfico

Los carteles del Mundial. (Pág. 10).

Secciones fijas

Profesión (Pág. 2).

Tiempo Libre (Pág. 11).

Bolsa de Trabajo (Pág. 12).

Nuevos Anuncios (Págs. 14 y 15).

Ultima página

Los publicitarios en vacaciones.



Trofeo Laus para Dodotis. El grupo MMLB (integrado entre otros por MMLB y R. C. P.) acaparó casi la mitad de los premios Laus correspondientes a la última edición, obteniendo también el Trofeo Laus por la serie realizada para Dodotis.

Es de destacar el hecho de que por primera vez se hayan premiado películas, ya que, hasta ahora, se valoraban únicamente las obras gráficas.

Como informamos en esta misma página, Dodotis ha obtenido además un León de Bronce en el Festival Sawa.

UN VIDEOGRAMA VALE MAS QUE MIL STORY-BOARDS

Y esto no es todo:

Con un sistema de video en la Agencia, podréis grabar los pases de vuestras Campañas en TV y también los de la competencia, archivar y ver en el momento preciso las video-cintas grabadas en los Festivales de cine publicitario... etc. Si os interesa la imagen, hablad con nosotros antes de preparar el próximo story-board.

TELEC sa
Profesionales del video

San Gervasio de Cassolas, 17
Tel. 212 70 50 / Barcelona-22