

Anuncios

80

104.000 millones en 1980

Presentado el estudio de inversión de J. W. T.



A 104.000 millones de pesetas ascendió la inversión publicitaria en España durante 1980, según el estudio que anualmente elabora J. Walter Thompson en base a los datos proporcionados por Reprax-Nielsen y por la AEPE y Cetesa en el caso de publicidad exterior.

Con relación al año anterior, la inversión registró un incremento del 28 por 100, siendo televisión el medio que acogió una mayor inversión, con 27.300 millones (27,9 por 100 de incremento) y el Cine el que menos, con 1.400 millones (16,7 por 100 de incremento, también el menor de todos). En segundo lugar por volumen de inversión y con el mayor incremento de todos los medios, están los Diarios, con 25.000 millones (31,6 por 100 más que en 1979). A continuación se sitúan Revistas, con 14.000 millones (27,3 por 100 de incremento); Radio, con 10.100 millones (26,2 por 100) y Exterior, 5.200 (23,8 por 100).

En el transcurso de la misma reunión, J. W. T. presentó los datos de la agencia durante 1980 y las previsiones para este año. Según estos datos, la primera agencia española facturó 2.725 millones de pesetas en 1980, lo que representa unos ingresos de 408,7 millones.

En 1979 la facturación fue de 1.976 millones y los ingresos de 296,3 millones, mientras que las estimaciones para 1981 son de 3.733 millones de facturación y 560 millones de ingresos.

Los beneficios de J. W. T. en 1980 ascendieron a 26 millones de pesetas, frente a los 16,8 de 1979 y los 44 pre- visibles para 1981.

Información en páginas 8 y 9

Siete premios para España

Inglaterra consiguió el Gran Premio y la Palma de Oro del Festival Sawa

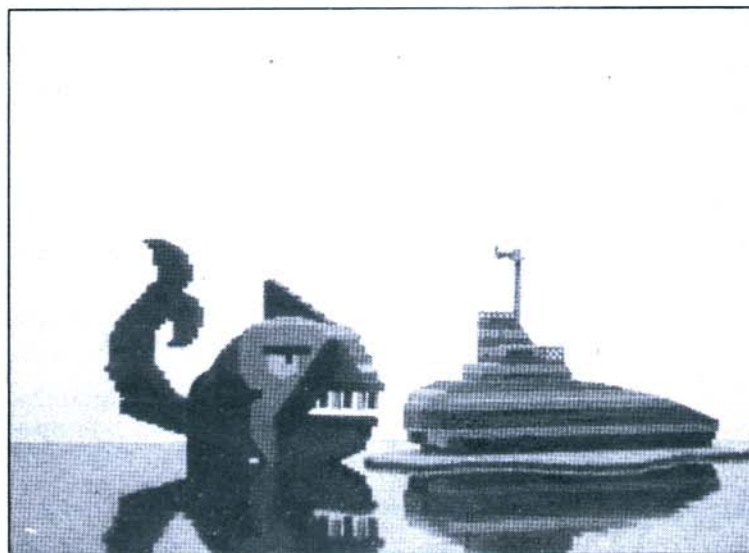
Inglaterra fue el gran vencedor del 28.º Festival Internacional de Cine Publicitario, organizado por Sawa, en Cannes del 22 al 27 de junio, al haber conseguido el Gran Premio con la película *Kipper*, de TBWA para Lego, y la Palma de Oro por la producción presentada por Brooks Fulford Cramer Seresin.

Como ya informamos la pasada semana, España obtuvo siete premios: un León de Oro, un León de Plata, tres Leones de Bronce y dos Diplomas. Además pasaron a la final otras 15 películas de nuestro país.

Se presentaron al festival 1.665 películas, frente a las 1.900 del año pasado. Los delegados fueron 2.323, procedentes de 39 países, entre los que destacó Italia, con 376; de España fueron 262 delegados.

La impresión general es positiva, en el sentido de que, en contra de lo ocurrido en la edición anterior, los premios han sido muy repartidos y el público presente en el palacio del festival se mostró de acuerdo con el fallo del jurado, salvo algunas excepciones, como fue el caso de los premios otorgados a Brasil.

El Jurado estuvo integrado por dieciocho miembros, entre los que se encontraba el representante español,



Lego (TBWA), gran premio para Inglaterra.



Jordi Garriga, cuya labor, en colaboración con el argentino Carlos Alberto Méndez, resultó, en opinión de la de-

legación de nuestro país, muy fructífera, ya que, a través de su labor en el seno del Jurado, defendió la muestra española, haciendo que se cumpliera el pronóstico salido del visionado previo de Madrid.

Dado el interés suscitado en los últimos años por este certamen profesional, hemos realizado una serie de páginas especiales, en las que nuestros enviados especiales a Cannes informan exhaustivamente sobre lo allí sucedido, para lo cual ha habido que duplicar el número de páginas del periódico.

Información en páginas 10 a 26 Editorial en página 3

UCD adeuda 90 millones por publicidad

Unión de Centro Democrático tiene una deuda contraída que asciende a 90 millones de pesetas con Alas, Clarín, Publinsa y VP desde las elecciones legislativas del 1 de marzo de 1979.

Esta deuda repercute directamente en los proveedores de las agencias, ya que aquéllos no han cobrado por la prestación de sus servicios a pesar de un documento de

reconocimiento de deuda que fue firmado por las cuatro agencias.

Por una cláusula de este documento, las agencias implicadas no están obligadas a satisfacer la deuda en tanto UCD no les abone las cantidades que les debe.

Aparte del malestar existente entre las empresas acreedoras, existe un cierto

temor ante la posibilidad de que se vean perjudicadas si el asunto sale a la luz. Representantes de los proveedores implicados manifestaron a **Anuncios** que están con las manos atadas y sin saber qué hacer porque, además, desconocen qué otras empresas se encuentran en su misma situación.

Información en página 5

30

SUMARIO

Opinión

Editoriales: «En Cannes volvieron las aguas a su cauce» y «La crisis de las estructuras». (Pág. 3).

Nacional

Proyección de las películas del FIAP 80.

La emisión de Deuda Pública, un fracaso.

Seis agencias optan a la campaña del aceite (Pág. 5).

Registro de empresas periodísticas (Pág. 6).

Festival de Cannes

Inglaterra consiguió la Palma de Oro y el Gran Premio (Págs. 10 y 11).

Los premios españoles (Pág. 12).

Rilova, Casadevall y Pedreño consiguieron un León de Oro.

Tony Guasch: «España está en un nivel publicitario óptimo» (Pág. 14).

Gómez Lagares: «El León de Bronce ha sido una agradable sorpresa».

Joaquín Lorente: «Merecimos León de Plata».

José M. Laiglesia: «Este año ha mejorado la calidad del jurado» (Pág. 15).

Massimo Wornigliani: «Espero que en el futuro la delegación española sea más numerosa».

Simon Dagleish: «La reacción del público es lo que importa» (Pág. 18).

Jordi Garriga: «He tratado de vender bien las mercancías que llevaba» (Pág. 19).

Tema libre: ¡Ven al Festival de la frivolidad!, por Arturo Marugán (Pág. 21).

Los españoles, de acuerdo en el alto nivel de nuestra publicidad (Págs. 23 y 24).

Secciones fijas

Profesión (Pág. 2).

Tiempo Libre (Pág. 29).

Nuevos Anuncios (Págs. 30 y 31).

Ultima página

La otra cara de los publicitarios: los deportistas (Pág. 32).