



TERCER PREMIO
Anunciante RCD Espanyol Agencia Sra. Rushmore



PREMIO DE PUBLICIDAD DIGITAL
Anunciante Tissot Agencia Desarrollo Interno



PRIMER PREMIO
Anunciante Solvia-Banc Sabadell Agencia SCPF.



PREMIO DE ACCIÓN SOCIAL
Anunciante Fundació Pasqual Maragall Agencia 1000 friends



MARC ARIAS

PREMIADOS
De izquierda a derecha, de pie: Óscar Ferrer (*La Vanguardia*), Pere Guardiola (Grupo Godó), Eva Nebot (Fundació Pasqual Maragall) y David Cerqueda (Grupo Godó). Sentados: David García Gasull (Can Duran), Raquel Moyano (Tissot), Margarita Álvarez (Solvia-Banc Sabadell) y Rafael Entrena (RCD Espanyol)

‘La Vanguardia’ premia la publicidad más creativa

Una campaña de Solvia-Banc Sabadell gana la 26.ª edición

BARCELONA Redacción

Un elegante y original gráfico protagoniza la campaña de la inmobiliaria Solvia-Banc Sabadell a cargo de la agencia SCPF, que recibió ayer el primer premio de Publicidad Gráfica 2015 de *La Vanguardia* a la creatividad. Los galardones, los Rombos de Publicidad, que alcanzan su edición 26, son una buena muestra del talento creativo que las agencias y los anunciantes dedican a la prensa.

El segundo clasificado fue la firma de alimentación Can Duran, con un anuncio sobre la bufi tarra catalana enmarcada en un paisaje que simboliza Montserrat diseñado por la agencia Clarà Patris. El tercer premio lo ganó el RCD Espanyol con su campaña *Meravellosa Minoria*, de la agencia Sra. Rushmore, plasmada con un dibujo de un decidido periquito que abre los barquetes de una jaula.

Los premios de Publicidad de *La Vanguardia*, entregados

en el Restaurant 7 Portes, dedicaron su apartado digital a la campaña de la firma relojera Tissot, que mostraba el tiempo que faltaba para el inicio del Campeonato Mundial de Baloncesto FIBA España 2014.

El premio de acción social de Publicidad de *La Vanguardia* fue para la Fundació Pasqual Maragall por un impactante anuncio que hace patente el primero de los síntomas del Alzheimer –un olvido– que fue desarrollado por la agencia 1000friends con un formato de pasatiempos adecuado al formato de la prensa escrita.

Los Premios Rombo de Publicidad, otorgados por un jurado compuesto por los publicitarios Ignasi Clarà (Clarà Patris), Isahac Oliver (Rosàs) y Xavier García (Igriega), han recaído en la presente edición en anunciantes que se estrenaban en la distinción, a excepción de Solvia-Banc Sabadell.

Las firmas y las agencias publicitarias premiadas recibie-

ron una litografía original del artista Jordi Cano titulada *Lorem Ipsum i llargues hores*, en la que el autor representa “la actividad de vestir una idea y de dar forma a lo intangible”, de la misma forma en que se hace al crear un anuncio publicitario.

El director general comercial del Grupo Godó, Pere Guardiola, que presidió la entrega de los galardones, expresó su admiración a los galardonados porque, sin necesidad de recurrir a elevados presupuestos han hecho, “los mejores anuncios, los más imaginativos, con producciones modestas”.

Guardiola observó que aunque la crisis publicitaria ha incrementado comportamientos llevados por la presión de las ventas a corto plazo, existen estrategias de mayor ventaja, como “la de marca a largo plazo, aquella que construya valores, diferenciación y simpatía”.

Por ello, Guardiola empleó a los responsables de marketing de las compañías a defen-



SEGUNDO PREMIO
Anunciante Can Duran Agencia Clarà Patris

der “una mayor audacia e imaginación” a la hora de abordar las campañas publicitarias.

“Quizá –reflexionó Guardiola– el destino ha hecho que gane el premio a la acción social la Fundació Pasqual Maragall, para que no perdamos la memoria de las reglas de juego con las que una marca se hace reconocida, valorada y distinta a las demás”. El director general comercial del Grupo Godó apuntó que si “el Alzheimer comienza con un olvido, la vulgaridad para una marca empieza el día que abandona la buena creatividad”. Guardiola empleó a anunciantes y creativos a no perder “la imaginación y la audacia a la hora de comunicar”.