



Florentino Fernández, Chiquito de la Calzada, Juan Luis Cano, Alfonso Aragón (Fofito), Pepe Carabias y José Luis Izquierdo (Mago More), en la campaña 'Cómicos', realizada por McCann y Zenith para Campofrío.

LA CAMPAÑA DE LAS ÚLTIMAS NAVIDADES HA SIDO GALARDONADA CON EL GRAN PREMIO DE EFICACIA 2012. GRACIAS A ELLA, EL GRUPO CONSIGUIÓ AUMENTAR SUS VENTAS Y MEJORAR SU NOTORIEDAD.

## Los cómicos de Campofrío, reyes de la eficacia publicitaria

**Gabriele Cagliani.** Madrid  
Saber mantener la sonrisa en tiempos de crisis. Ésta es la fórmula mágica que ha permitido al anuncio *Cómicos*, de Campofrío, ganar el Gran Premio de Eficacia publicitaria 2012, organizado por la Asociación Española de Anunciantes (AEA).

### Agencias

La campaña ha sido diseñada por McCann, como agencia creativa, y por Zenith, como firma responsable de la difusión en medios. Los dos grupos, además, han sido galardonados como Agencia del Año, cada uno en su especialidad.

La campaña de la firma cárnica, que consiguió reunir a artistas como Josema y Millán, del dúo Martes y Trece, Esteso o Pajares, ha sido un acierto. Gracias a ella, Campofrío aumentó las ventas de sus embutidos un 11%, y su cuota de mercado un 13%, según el jurado. El vídeo de la campaña, que proporcionó a la marca un 33,2% de notoriedad publicitaria, logró más de cuatro millones de reproducciones en Youtube.

Otras campañas galardonadas con Premios de Oro fueron *Conversaciones sobre el futuro*, realizada por \*S,C,P,F, para Banco Sabadell; *11/11/11*,

sobre el sorteo que realizó ese día la Once (JWT y Carat); o el anuncio *Mixta*, realizado por Publicis para Mahou.

### Creatividad

“La creatividad publicitaria no está reñida con la eficacia, no puede ser un fin en sí misma: el objetivo siempre es vender. Por esta razón, estos premios, que evalúan la capacidad de las campañas de conseguir este objetivo, se han convertido en algo muy importante para el sector”, asegura Fernando Amenedo, presidente de la AEA y director general de Coca-Cola en España. Los números lo de-

muestran: “En esta edición han participado 300 agencias y 600 anunciantes”, explica el ejecutivo.

“Campofrío, que es nuestro cliente desde 2008, nos planteó un gran reto, el de infundir optimismo a los españoles, y para superarlo tuvimos que abordarlo sin límites y llenos de entusiasmo”, afirmó Candi Rodríguez Melcón, directora general de Zenith.

**Expansión** GRATIS HOY  
en ORBYT.

Vea el anuncio ganador en Orbyt

Acceda hoy a Orbyt con el código de la última página