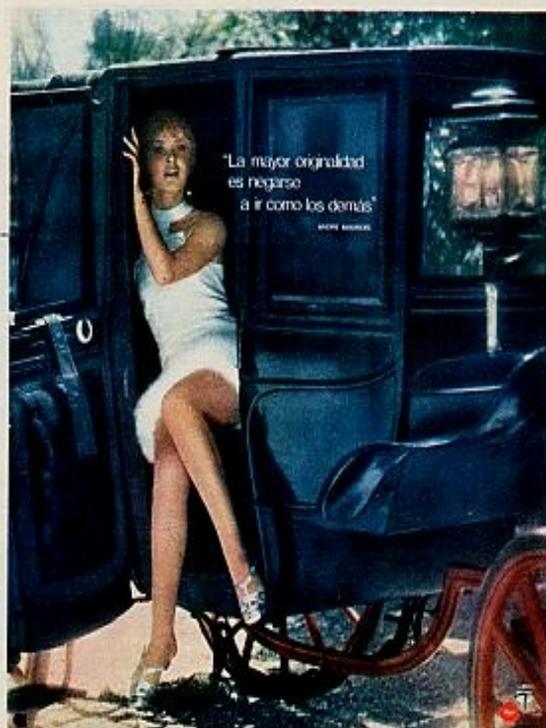


III GRAN PREMIO



La mayor originalidad es negarse a ir como los demás.

Gloria ELLA
El Poder de las Mujeres. Originalmente Original.

1

Si siguiendo la tradición inaugurada en 1965, acaban de concederse los premios TRIUNFO de Publicidad correspondientes a 1967, en su tercera edición. Dada la aceptación que los galardones han llegado a gozar en el breve plazo que media desde su creación, se ha aumentado el número de éstos, que han pasado, de tres en el año primero, a once para cada una de las especialidades de originales en negro y color. El jurado, compuesto por don Francisco Centeno, del Sindicato Provincial de Prensa, Radio y Televisión; don Ignacio Margüello, del Club de la Publicidad de Bilbao; don Javier San Román, de «Control de Publicidad y Ventas»; don Juan Antonio Clavet, de la Compañía Coca-Cola de España; don Luis de Haro Serrano, de «I. P.», y los señores Martín Games, de «Guía de Medios»; Rivalta, de Philips-Barcelona; Trápaga, de «Estafeta de la Publicidad»; y Rodríguez, de Demer, se reunió en Madrid, en el Club del Cen-

tro Movierecord, y distribuyó sus premios, después de larga deliberación, dada la calidad de los originales presentados, como sigue. Los premios para originales en negro correspondieron, por este orden, a los siguientes anuncios: «Piz-Buin», ordenado por Itasca-Departamento de Publicidad «Piz-Buin» (Austria); «Inquitex», por Guitart; «Chesterfield», por W. Thompson. El galardón del Club de la Publicidad de Madrid correspondió a «Canón», ordenado por Reclamó; el del Club de la Publicidad de Barcelona, a «Kodak», de W. Thompson; el del Club de la Publicidad de Bilbao, a «Meyba», de Pentágono; el de la Asociación de Jóvenes Publicitarios, a «Firestone», de Oeste; el de «Control de Publicidad y Ventas», a «Kent», de Arco & Pottti; el de «I. P.», a «S. A. F. A.», de Tiempo; el de «Estafeta de la Publicidad», a «Universal», de Itasca, y el de «Guía de Medios», a «A. Puig», de Publicis. En lo que se refiere a originales en co-



Hay mucho más en este cien que sus 100 milímetros de largo.



El grado de modernidad de un anuncio tiene mucho que ver con el éxito que alcanza. La primera es libre, blanca y azul. Es la segunda, el anuncio de un producto de los países y mercados latinos que ha sido lanzado a L. & M. el segundo, profusión de la gente que camina. "Yo quiero que me lo enseñen", dice por ahora L. & M. la creatividad en un anuncio y delimita de ella una gran variedad. L. & M. ha en su primer anuncio, profusión de la gente que camina. L. & M. ha en su primer anuncio, profusión de la gente que camina.



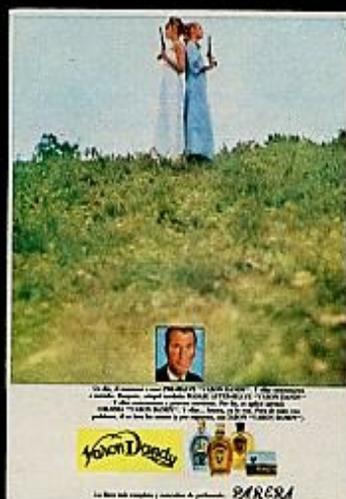
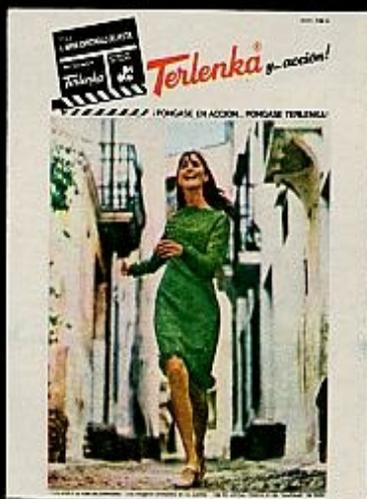
con **FANTA LIMÓN**
¡qué fantástica sangría!

Con FANTA LIMÓN preparar una sangría (1 litro de vino tinto, una botella de FANTA LIMÓN limón y azúcar de caña, la fruta que se prefiera y unos trozos de hielo). Se elabora poniendo en FANTA LIMÓN ya sea incluídas también el azúcar - y los trozos de fruta que se prefiera (FANTA LIMÓN) y una botella para conseguir la tradicional sangría española. Para un día de fiesta, para una reunión en casa o, simplemente, para hacer más agradable la comida diaria. Con FANTA LIMÓN una deliciosa sangría también: simple, fresca, y muy refrescante!

¡sabe tan bien... da gusto tener sed!

COLOR

- 1.º GLORY (Climax)
- 2.º L & M (W. Thompson)
- 3.º FANTA (Clarín)
- Club de la Publicidad de Madrid:
- 4.º TERLENKA (Izquierdo y No-gueras)
- Club de la Publicidad de Barcelona:
- 5.º PARERA (Carvis)
- Club de la Publicidad de Bilbao:
- 6.º TIO PEPE (Rasgo)



NO "TRIUNFO" DE PUBLICIDAD



UN MOMENTO DE LAS DELIBERACIONES DEL JURADO DEL III CONCURSO DE ORIGINALS DE TRIUNFO, COMPUESTO POR MIEMBROS DE LOS CLUBS DE PUBLICIDAD DE MADRID, BARCELONA Y BILBAO. AJEP. ASOCIACION ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES Y REVISTAS PROFESIONALES

Con un beso del Sol...

Piz Buin

broncea que da envidia

MARGA GREITER Viena (Austria)
Fabricada en España por:
PERFUMES KINTON, S. A. Madrid (España)

NYLON Inquixex

"vd. me conoce, mi nombre es chesterfield"

("Chester," para los amigos)

lor, los premios se repartieron así: «Glory», de Climax; «L & M», de W. Thompson, y «Fanta», de Clarin; el premio del Club de la Publicidad de Madrid correspondió a «Terlenka», de Izquierdo y Nogueras; el del Club de la Publicidad de Barcelona, a «Patera», de Carvis, y el del de Bilbao, a «Tío Pepe», de Rasgo. La Asociación de Jóvenes Publicitarios dio su premio al original de «Ike», de Dayax; «Control de Publicidad y Ventas», a «Schwepes», de Balena; «I. P.», a «Nescafé», de W. Thompson; «Estafeta de la Publicidad», a «Omega», de Hijos de Valeriano Pérez, y «Guía de Medios», a «La lechería», de Publicidad Climax, S. A. Una vez más ha quedado claro que la publicidad, tal como se concibe en la actualidad, lejos de ser una rémora en las páginas de un periódico es, por el contrario, algo que aumenta su interés y que acaba por convertirse en una información suplementaria.

★
NEGRO

- 1.º PIZ-BUIN (Itessa-Departamento Publicidad PIZ-BUIN. Asturias)
 - 2.º INQUITEX (Guitart)
 - 3.º CHESTERFIELD (W. Thompson)
- Club de la Publicidad de Madrid:
- 4.º CANON (Reclamo)
- Club de la Publicidad de Barcelona:
- 5.º KODAK (W. Thompson)
- Club de la Publicidad de Bilbao:
- 6.º MEYBA (Pentágono)

Supérese a sí mismo con la óptica de Canon

Las cámaras de Apus profesional

Canon

¿Cuánto vale un rollo de película ya impresionado?

Depende del revelado...

Es una regla sencilla: las imágenes, los momentos y los recuerdos que Ud. quiere guardar y guardarlos en el momento oportuno. Todo el rollo, la impresión que Ud. desea obtener, con todo el (por supuesto) precio de un rollo de película MEYBA, así, ¿a qué precio se lo da a usted?

El rollo que que vale más caro y barato también. AGORA le ofrecemos la calidad de su revelado con la garantía de su asistencia. Con LUDWIG BORG, REJAN en España, se ofrece una garantía que queda impresa por la garantía de sus recuerdos. Confección cuidadosa y total la impresión de que ha de ser del momento. El precio no lo da la publicidad, sino el costo del revelado. MeYBA es MEYBA, porque sólo así, desde el colorado KODAK.

¿Revelado, por ME, sólo eso, así como sea la garantía.

Es posible, que no encuentre usted bañadores MEYBA en todos los establecimientos. Le venderán entonces los de la competencia. Que no es lo mismo, pero saldrá usted del paso.

meYba

sólo vende buenos bañadores; a establecimientos buenos.