

III GRAN PREMIO



La mayor originalidad es negarse a ir como los demás.

GLORY ELLA
la moda de las mujeres realmente originales.

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 Marguillo, 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 elasticidad de las látexes L&M hace de ellas unisex los mejores del mundo. El grado de elasticidad de las látexes L&M hace de ellas unisex los mejores del mundo. El grado de elasticidad de las látexes L&M hace de ellas unisex los mejores del mundo. El grado de elasticidad de las látexes L&M hace de ellas unisex los mejores del mundo.

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

Con FANTA LIMÓN preparar una sangría (1 litro de vino tinto, una botella de FANTA LIMÓN sabor Limón, dos vasos de hielo, la fruta que se prefiera y unos trozos de pan). Se elabora mejor con FANTA LIMÓN ya que incluye también el azúcar - y los sabores.

Con FANTA LIMÓN una deliciosa sangría también: sangría, helado, 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)
- 4.º TERLENKA (Izquierdo y No-gueras)
- 5.º PARERA (Carvis)
- 6.º TIO PEPE (Rasgo)

Terlenka y acción!

¡PONGÁSE EN ACCIÓN, PONGÁSE TERLENKA!

4

Parera

5

Sol de Andalucía embotellado

TIO PEPE
MADE IN SPAIN
GONZALEZ BYASS
JEREZ • XEREZ • SHERRY

6

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 (Vina Asturias)
Fabricada en España por:
PERFUMES KINTON, S. A. Madrid (España)

NYLON/Inquitex

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

Supérese a sí mismo con la óptica de Canon

Canon

¿Cuánto vale un rollo de película ya impresionado?

Depende del revelado...

mevba

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.

mevba

sólo vende buenos bañadores; a establecimientos buenos.