

# MCCANN CIERRA UNA DÉCADA BRILLANTE

LA AGENCIA ENCABEZA POR QUINTA VEZ DESDE 2010 LA CLASIFICACIÓN ANUAL DE AGENCIAS MÁS PREMIADAS QUE ELABORA 'ANUNCIOS'

La clasificación anual de agencias más premiada tiene a su frente en la edición correspondiente a 2019 a una de las sospechosas habituales, McCann, que ha alcanzado el liderato de la misma por quinta vez en la década recién terminada. La agencia es primera con notable ventaja sobre Lola, Leo Burnett y DDB, que la siguen a distancia y por este orden con cifras similares de premios.

M. L.



Entrega del gran premio de Film de El Sol, que McCann ganó con 'La tienda LOL', para Campofrío.



DDB celebra el premio a la Agencia del Año en los Eficacia, que la agencia ganó por tercer año consecutivo.

Un total de 96 trofeos eleva a **McCann** a la primera plaza de la edición 2019 de la clasificación anual de agencias más premiadas que elabora ANUNCIOS. La compañía culmina con este éxito una década muy brillante en lo que a esta tabla se refiere, pues el liderato de 2019 viene precedido por los conseguidos en 2010, 2011, 2016 y 2017, los segundos puestos de 2013 y 2018 y los terceros de 2012 y 2014; antes de los años 10, la agencia que preside Félix Vicente y que tiene como máxima responsable creativa a Mónica Moro había encabezado la clasificación en 2002 y 2009.

Los 96 premios que le han valido a McCann su nuevo liderato han sido conseguidos en 15 de los 22 certámenes (11 organizados en España y el resto, fuera de nuestro país), que se han tenido en cuenta para elaborar la clasificación.

La agencia tuvo un resultado particularmente bueno en El Sol, en donde ganó el gran premio de Film con *La tienda LOL*, para Campofrío, y acumuló un total de 23 trofeos, cifra que hizo de ella la agencia más premiada del certamen que organiza la Asociación de Creatividad Transformadora (ex AEACP) y que por primera vez en sus más de treinta años de historia tuvo lugar en Madrid. Otro festival en el que McCann gozó de muy buen resultado fueron los Premios Nacionales de Creatividad del Club de Creativos, en los que acumuló 14 metales (asimismo, más que ninguna otra agencia), entre ellos dos oros, uno para la citada película para Campofrío y otro por *Fresh prints*, su ya muy galardonada campaña gráfica para Aldi con la que en 2019 consiguió ganar, asimismo, el gran premio de publicidad impresa de los New York Festival. Otras campañas con las que McCann ha acumulado recompensas en 2019 son las que ha realizado para la DGT y las tituladas *Familiarizados* y *Museo del Romanticismo*, para Ikea; con esta última, que ha gozado del beneplácito de muchos jurados en festivales internacionales, la agencia consiguió su único metal (en concreto, un bronce) en Cannes Lions.

El Ojo de Iberoamérica y los Laus fueron otros festivales en los que a McCann le fue especialmente bien, mientras que en LOS ANUNCIOS DEL AÑO, los premios que organiza esta revista, *La tienda LOL* fue la preferida por el jurado popular en la sección de Televisión.

Si Cannes no fue muy propicio el año pasado para McCann (aunque la consecución de cualquier clase de premio en ese festival puede considerarse un éxito en sí misma), a **Lola MullenLowe** le sucedió lo contrario. La agencia acumuló en la Costa Azul un total de nueve leones, entre ellos sendos de oro por *Hidden flag*, su acción para FELGTB y *Eldiario.es*, y por *Cumpleaños*, campaña gráfica para Burger King. Estas dos campañas, así como la popular *Elige bigote* para Pescanova, han sido trabajos que han contribuido en muy buena medida al total de 67 premios que la agencia consiguió en 2019 y que la mantienen, como viene sucediendo en los últimos años, entre las más premiadas del país. De hecho, en 2018 ocupó la primera posición con un total de 145 premios, una cifra nunca alcanzada en las clasificaciones anuales de agencias más premiadas que desde hace más de treinta años viene realizando ANUNCIOS y que vino propiciada por el enorme aluvión de premios que en todo tipo de certámenes consiguió la famosa *Scary clown night* para Burger King. Esta acción promocional aun le dio un premio más a Lola en 2019; en concreto una plata en la competición Creative Effectiveness de Cannes. Aparte de este gran festival internacional, El Sol, El Ojo de Iberoamérica y los premios del CdeC fueron territorios propicios para Lola MullenLowe, que asimismo estuvo presente en el palmarés de LOS ANUNCIOS DEL AÑO con su campaña para Pescanova protagonizada por Vicente del Bosque, la más votada por el jurado profesional en el apartado de Televisión. McCann y Lola, las dos primeras clasificadas de la tabla, pertenecen a redes de agencias propiedad del grupo Interpublic.

**Leo Burnett** no estuvo entre las quince agencias más premiadas de 2018 en la clasificación de ANUNCIOS, pero en 2019 una sola campaña le ha permitido colocarse en la tercera posición de la tabla con un total de 65 premios. Prácticamente todos han sido para la que puede considerarse, desde el punto de vista festivalero, la campaña española del año en 2019. Se

trata, obviamente, de *El tiempo que nos queda*, para el licor Ruavieja, la entrega correspondiente a la avidad 2018 de la campaña *Tenemos que vernos más* que desde hace años promueve la marca de Pernod Ricard. Leo Burnett triunfó especialmente con esta acción en Cannes, El Sol y el Ojo de Iberoamérica. En el certamen francés, la campaña se llevó un león de oro, dos de plata y un bronce; en El Sol su triunfo fue bastante abrumador, pues logró el Sol de Platino –máximo premio del certamen– los grandes premios de Branded Content y de Relaciones Públicas, diez soles de oro y seis de plata, un abultado saco de premios que hizo de Leo Burnett la Agencia del Año del festival; y, por fin, en el El Ojo de Iberoamérica, la campaña ganó veinte trofeos, entre ellos los grandes premios de Contenido, Campañas Integradas y Creative Data. La campaña, que antes de la llegada de la temporada de premios había gozado de un alto impacto popular, cuenta también, aparte de su abultado número de premios puramente creativos, con un oro en los Eficacia. Leo Burnett no es la única agencia que figura en la clasificación de este año y no estuvo en los quince primeros lugares el año anterior. En la misma circunstancia están **FCB&FiRe, China, El Ruso de Rocky, TBWA, Havas, Shackleton** e **Ymedia** (en concreto, la mitad de las agencias que componen la clasificación, que en esta ocasión tiene 16 agencias al haberse producido un empate por número de premios en el puesto decimoquinto). En sentido contrario, no aparecen en estos lugares de honor cuando sí lo habían hecho en la tabla correspondiente a 2018 Cheil, VCCP, Grey, OriolVillar, Y&R, &Rosàs y C14torce.

**DDB Y SUS HÉROES**

La cuarta posición de la tabla la ocupa, una agencia que en el presente siglo ha conseguido mantener una presencia constante en los lugares más altos de la misma: se trata de **DDB**, que aparece en la clasificación de 2019 con un total de

McCann culmina con este éxito una década muy brillante, pues el liderato de 2019 viene precedido por los conseguidos en 2010, 2011, 2016 y 2017, los segundos puestos de 2013 y 2018 y los terceros de 2012 y 2014.

64 premios, 14 más que los 50 que le permitieron ser tercera en 2018. La agencia ocupó la misma posición en 2017 y 2016 y fue líder en la clasificación de 2015, año en que gozó del gran éxito en festivales de *Hologramas para la libertad*. El pasado año fue la campaña contra el racismo titulada *Héroes de hoy*, promovida por una plataforma con el mismo nombre creada por varias grandes empresas, la que le ha dado buena parte de sus premios. Los más destacados, los cuatro leones –uno de oro y 3 de plata– que consiguió en Cannes, aunque también se puede mencionar el gran premio en la competición de Sports que la campaña ganó en El Ojo de Iberoamérica, certamen en donde, por cierto, DDB, con 22 trofeos, fue la agencia española más premiada. También le fue bien en El Sol, en los Laus y en el certamen del CdeC –donde otra de sus campañas destacadas, *¿A qué estamos jugando?*, para VW Golf, ganó un oro–, pero en la trayectoria festivalera de la agencia en 2019 quizá lo más destacable sea su resultado en los Eficacia. DDB ganó en este certamen un total de seis premios (4 de plata y 2 de bronce), más que ninguna otra agencia participante, por diferentes campañas para Volkswagen, Telepizza y BBVA, y fue distinguida como Agencia del Año del certamen por tercer año consecutivo y por quinta vez en la historia de la compañía, que también lo había sido en 2006 y 2010. Los cinco primeros lugares de la clasificación se completan con **Contrapunto BBDO**, otra marca clásica de la creatividad publicitaria española. La agencia consiguió en 2019 un total de 30 premios 3 más que los 27 que en 2018 la colocaron en

sexto lugar de la clasificación. Un ejercicio de consistencia que tuvo sus escenarios de más éxito en los premios del CdeC, donde la agencia se llevó un total de 8 trofeos, y en los Laus, donde ganó 11. Una de sus campañas más premiadas ha sido *22 otra vez*, creada para el Sorteo de Navidad 2018 de Lotería Nacional, entre cuyos galardones destacó la plata conseguida en Cannes Lions, único premio de Contrapunto BBDO en la edición 2019 del festival internacional. La agencia ganó también un lápiz en los prestigiosos premios británicos D&AD con una campaña para Amnistía Internacional. Los D&AD fueron, precisamente, el escenario del mayor éxito del año para **Sra. Rushmore**, que aparece en sexto lugar de la tabla con un total de 25 premios, cuatro más que en 2018, cuando alcanzó la séptima posición. *Hope*, la campaña para el Comité Internacional de la Cruz Roja con que la agencia y la productora Blur ganaron un gran premio de Craft en Cannes Lions 2018, se llevó nada menos que seis lápices en los D&AD 2019. Sra. Rushmore enriqueció asimismo su palmarés con premios en el CdeC, los Eficacia y el propio Cannes. La séptima posición de la lista es para **FCB&FiRe**, que ha logrado este puesto con los premios ganados por *Una fotografía irrepetible*, su conocida campaña para la marca de chocolate Trapa. La agencia aparece en la tabla con 19 galardones, entre los que puede destacarse el gran premio de producción gráfica que ganó en El Ojo de Iberoamérica y el bronce que se llevó en Cannes. Le sigue en la clasificación, con 16 premios, **China**, protagonista en los festivales de este año gracias a su notoria campaña *Sé más viejo*, para Adolfo Domínguez. Este trabajo fue el ganador, entre otros trofeos, del gran premio en el certamen del CdeC y de un oro en El Sol, y sus resultados en el mercado le hicieron además acreedor de un oro en los Premios a la Eficacia. Los diez primeros lugares de la clasificación se completan con **El Ruso de Rocky**, que se asoma por vez primera a la tabla, y **TBWA**, que llegó a liderarla en tres ocasiones –2003, 2004 y 2005–, ambas con 14 premios contabilizados. En el caso de la primera destacan los 7 premios conseguidos en El Sol y los 5 en los premios del CdeC, certamen en que la agencia ganó un oro por su trabajo *6 segundos* para el whisky J&B. Fuera de los diez primeros lugares es muy reseñable la presencia en la tabla de una agencia de medios, lo que sin duda tiene un especial mérito. La autora del logro es **Ymedia** que, con 11 premios, empata en el puesto 15 con SCPP. La gran mayoría de los mismos fueron conseguidos por la iniciativa *Ikea vs. Arkano*, para la cadena de tiendas de mobiliario y objetos de decoración Ikea. •



Leo Burnett, con el oro que ganó Ruavieja en Cannes.



Entrega a China del gran premio del CdeC por su campaña para Adolfo Domínguez.

**AGENCIAS ESPAÑOLAS MÁS PREMIADAS**

**AÑO 2019**

RK.	AGENCIA	ANUNCIOS	CANNES	CDEC	EFICACIA	EL SOL	OTROS*	TOTAL
1	MCCANN	1	1	14*	3	23	54	96
2	LOLA MULLENLOWE	1	9	6	2	18	31	67
3	LEO BURNETT	0	4	3	1	20	37	65
4	DDB	1	4	6	6	10	37	64
5	CONTRAPUNTO BBDO	0	1	8	0	4	17	30
6	SRA. RUSHMORE	1	1	3	2	1	17	25
7	FCB&FIRE	1	1	1	0	7	9	19
8	CHINA	1	0	4	1	2	8	16
9	EL RUSO DE ROCKY	0	0	5	0	7	2	14
-	TBWA	0	2	0	0	3	9	14
11	HAVAS	0	0	1	0	5	7	13
-	PROXIMITY	1	0	2	1	4	5	13
13	SHACKLETON	0	0	1	1	8	2	12
-	MRM//MCCANN	0	0	0	2	1	9	12
15	SCPP	0	0	4	1	0	6	11
-	YMEDIA	0	0	0	3	2	6	11

Elaboración: ANUNCIOS

\*En el apartado Otros se contabilizan los siguientes certámenes: ADC, ADCE, Ampe, Clio, D&AD, El Chupete, El Ojo de Iberoamérica, Epica, Eurobest, Genio, Inspirational, JCDecaux, Laus, LIA, New York Festivals, Ondas y One Show.