

# RANKING '07

Lo más destacado de la publicidad de enero a diciembre de 2007, se encuentra en la tercera edición del LatinSpots Ranking, que presenta una vez más las listas de los protagonistas y trabajos más reconocidos del año pasado. Almap BBDO, por tercera vez, Revolución, Unilever Argentina y la red BBDO, fueron las principales empresas del ranking. La campaña Volvimos de Vegaolmosponce (televisión); Pelotazos de BBDO Argentina (vía pública); Universidad Mackenzie de Publicis Brasil (gráfica) y Cantor protesta de JWT Argentina/El Hotel (radio), entre otros ocuparon los primeros lugares entre las piezas más premiadas de año.

## Los mejores de Iberoamérica

En esta tercera edición, el *LatinSpots Ranking*, sigue sumando y analizando los listados más completos de desempeño y piezas de Iberoamérica. Así es como año a año, *LatinSpots* continúa brindando a sus lectores el enfoque más completo de la industria publicitaria regional. El *LatinSpots Ranking* se define como el resultado de la suma de todos los puntos que reciben las piezas y sus empresas correspondientes en una serie de reconocidos festivales de publicidad regionales e internacionales de enero a diciembre de 2007. Los puntos que recibe cada pieza son el resultado de la multiplicación de un valor asignado al premio recibido en un determinado festival por un valor asignado a dicho certamen. Dadas los cambios más recientes que se han dado en los principales festivales en lo que se refiere a las categorías, para este ranking se han considerado las siguientes: Cine/TV, Gráfica, Vía Pública, Radio, Acciones Interactivas, Innovación en Medios,

Marketing Directo, Marketing Promocional y una categoría relacionada al contenido y al desarrollo de grandes ideas (como, por ej., Titanium de Cannes, Content & Contact de Clio, El Ojo Contenido y El Tercer Ojo). En ningún caso se consideraron los rubros técnicos, como por ejemplo los de Diseño Gráfico, Producción Audiovisual o Premios Especiales. En lo que refiere a los valores asignados a cada premio, *LatinSpots Ranking* decidió emplear la escala más utilizada, en la que losoros valen 7 puntos; las platas, 5; los bronce, 3, y los grandes premios, 10 puntos (que incluye los siete puntos del oro obtenido). A las piezas ganadoras de grandes premios en El Tercer Ojo, El Ojo Contenido (El Ojo), Titanium (Cannes) y Platino (El Sol) se les adjudicaron 10 puntos, debido a las características particulares de dichos premios.

En lo que respecta al puntaje otorgado a un festival, el *LatinSpots Ranking* establece valores según los siguientes criterios:

- Trayectoria, historia y actualidad del festival.

Agencias																				
Posición por año			Agencia	Total Premios	País	Puntos por tipo de medalla				Puntos por premio										T. Puntos
07	06	05				GP	O	P	B	Premios	Directo	Gráfica	Innovación	Interactivo	Promo	Radio	Televisión	Vía Pública		
1	1	1	Almap BBDO	55	Brasil	0	560	365	450	0	70	649	54	411	49	9	109	24	1375	
2	3	9	Y&R Argentina	36	Argentina	0	329	325	366	0	0	583	0	0	0	65	206	166	1020	
3	36	15	BBDO Argentina	36	Argentina	57	364	290	270	49	0	204	223	0	0	0	56	449	981	
4	5	2	Del Campo Nazca S & S	33	Argentina	21	448	260	189	0	0	341	0	0	0	138	251	188	918	
5	14	8	Vegaolmosponce	29	Argentina	87	259	155	201	51	21	46	49	0	0	0	535	0	702	
6	6	19	Contrapunto	24	España	9	224	315	150	0	0	313	0	9	0	0	80	296	698	
7	16	...	BBDO Chile	25	Chile	15	350	295	21	0	0	462	0	0	0	71	64	84	681	
8	25	13	Vitruvio Leo Burnett	25	España	36	385	145	108	0	133	61	127	0	169	57	102	25	674	
9	...	...	Madre	18	Argentina	9	399	100	51	0	0	84	0	0	0	475	0	559		
10	27	...	Euro RSCG Buenos Aires	23	Argentina	9	231	165	126	0	0	88	0	0	0	443	0	531		
11	18	4	la comunidad	15	Argentina/USA	0	84	160	183	0	0	121	0	0	0	9	297	0	427	
12	...	...	Grupo W	19	México	0	259	95	63	0	0	322	0	0	21	0	0	70	417	
13	47	...	Publicis Brasil	9	Brasil	0	287	105	21	0	21	130	15	15	50	15	40	119	4130	
14	11	7	Tiempo BBDO	20	España	0	21	210	174	0	0	122	0	226	0	0	30	25	405	
15	4	3	DDB Brasil	13	Brasil	0	70	210	123	0	0	0	9	0	0	0	381	0	403	
16	15	41	Santo Buenos Aires	16	Argentina	0	98	220	72	0	0	0	66	0	0	144	114	56	390	
17	7	5	JWT Argentina/El Hotel	18	Argentina	15	182	45	138	0	79	120	0	0	0	84	64	21	380	
18	9	10	Ogilvy & Mather Argentina	12	Argentina	0	231	35	102	0	30	79	44	0	70	9	120	9	368	
19	21	...	JWT México	16	México	9	98	125	129	0	35	98	168	35	0	0	0	21	361	
20	39	43	Leo Burnett Brasil	11	Brasil	21	147	105	84	0	0	175	0	0	0	0	77	100	357	
21	13	20	F/Nazca S&S	13	Brasil	0	91	165	96	0	0	157	0	0	57	45	75	0	352	
22	20	23	Craverolanis	15	Argentina	0	98	155	81	0	0	71	0	0	0	56	204	0	334	
23	...	...	La Negra	14	Argentina	0	56	200	75	0	21	172	15	0	0	15	90	0	331	
23	...	...	CP Proximity	14	España	0	161	125	39	0	105	45	42	0	0	0	105	0	325	
25	10	...	Leo Burnett Portugal	10	Portugal	0	63	175	75	0	0	152	0	0	35	15	21	54	313	
26	...	...	Grey Argentina	9	Argentina	0	77	190	30	0	0	9	0	0	0	94	164	0	297	
27	...	31	TBWA España	13	España	0	56	65	156	0	0	35	0	0	0	0	225	0	277	
28	...	...	Draftfcb Argentina	11	Argentina	0	189	30	48	0	0	161	0	0	0	0	88	0	267	
29	49	...	Lowe México	8	México	0	175	85	...	0	0	48	0	80	0	0	74	45	260	
30	24	...	DDB Argentina	10	Argentina	0	56	100	93	0	185	42	0	0	0	0	0	249		
31	...	...	McCann Erickson Brasil	9	Brasil	0	70	90	87	0	0	0	0	0	0	0	225	0	247	
32	38	42	Shackleton España	9	España	45	77	75	30	0	0	85	0	0	0	0	15	120	227	
33	41	...	Publicis Lado C	8	España	0	84	60	81	0	0	146	0	0	0	0	72	0	225	
34	...	...	Villárrosas	6	España	15	140	50	15	0	0	79	0	0	0	36	0	91	220	
35	31	14	DDB España	11	España	21	65	132	21	0	0	0	0	0	0	0	205	0	218	
36	30	6	Ogilvy & Mather México	9	México	0	119	45	42	0	9	15	0	0	0	0	177	0	206	
37	23	35	Grupo Gallegos	8	USA	0	70	60	75	0	21	172	15	0	0	15	90	0	205	
38	17	26	McCann Erickson España	9	España	0	56	85	60	0	0	0	0	197	0	0	0	201		
39	...	...	Netthink Madrid	6	España	21	140	15	21	0	0	45	0	0	0	105	45	0	197	
40	...	...	Olabuenaga Chemistri	9	México	0	84	45	66	0	0	112	0	0	0	0	0	70	195	
41	2	11	Ogilvy & Mather Chile	5	Chile	0	140	0	42	0	0	63	76	0	0	0	21	21	182	
42	...	...	Leo Burnett Colombia	7	Colombia	0	112	0	69	0	0	21	44	0	56	49	0	0	181	
43	...	...	Conill S&S	6	USA	0	70	70	30	0	0	97	0	0	0	0	0	70	170	
44	...	...	Neogama	3	Brasil	0	140	0	27	0	0	138	0	0	0	0	0	15	167	
45	...	...	Santa Clara	5	Brasil	0	49	35	69	0	0	18	21	0	0	0	114	0	153	
...	...	48	Tapsa España	9	España	0	56	25	72	0	70	0	30	0	49	0	0	0	153	
47	...	...	Ogilvy & Mather Perú	5	Perú	21	84	35	9	0	35	0	0	0	35	79	0	0	149	
...	...	...	Pages BBDO	5	Cent. y Caribe	21	98	30	0	0	0	35	0	0	0	0	112	0	149	
49	...	...	El Cielo	...	Argentina	0	0	0	0	0	30	30	0	0	50	35	0	0	147	
50	...	...	Remo D6	...	España	0	0	0	0	0	0	0	30	113	0	0	0	0	145	

- Cantidad de inscripciones iberoamericanas en el festival.
- Representatividad y diversidad de los países de la región en el festival (que el festival no sume la mayor cantidad de inscriptos de un solo país).
- Grado de exigencia (cantidad de categorías): se considera la cantidad de categorías de producto en cada rubro de cada festival. Así, compara, por ejemplo, el número de categorías que cada festival tiene en televisión, gráfica, radio, etc. De esa comparación, extrae una cifra promedio de categorías que son las que se consideran regulares; de esta manera, cuanto más categoría en un medio tiene un festival más fácil es ganar y por lo tanto la exigencia es menor. Este punto se combina con el siguiente.
- Grado de exigencia (cantidad de premios): El valor del premio varía según la cantidad de premios que se entregan en cada categoría (Ejemplo: si una categoría entrega 5 oros, 7 platas y 6 bronces no es lo mismo si otorga 1 oro, 1 plata y 1 bronce)

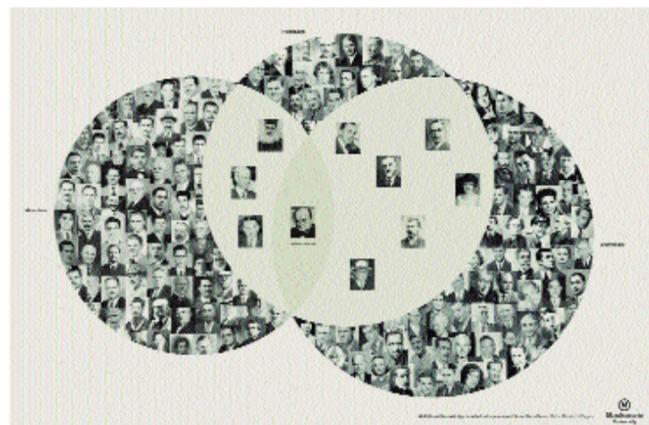
Los festivales considerados a la hora de elaborar este ranking fueron Cannes, Clio, The One Show, D&AD, El Ojo, Fiap y El Sol en el 2007. Cannes es uno de los más importantes ya que cuenta con una gran participación latina y premios con gran prestigio en el ámbito publicitario mundial; Clio, también con reconocida trayectoria y una amplia presencia de inscriptos iberoamericanos; The One Show y D&AD cuentan con prestigio internacional, aunque en ambos disminuye la cantidad de inscripciones latinas; *El Ojo de Iberoamérica*, uno de los más importantes a nivel regional con gran cantidad de inscripciones y representatividad de todos los países y regiones de Iberoamérica, además ha adquirido un reconocimiento por el sistema de votación de los jurados, las cate-

gorías consideradas en cada rubro y la exigencia que tiene a la hora de entregar premios; Fiap es otro de los festivales que se han considerado en este ranking, a pesar de que en los últimos años, en especial en 2007, el festival haya atravesado algunas complicaciones, todavía conserva parte de su referencia iberoamericana; por último, se toma en cuenta El Sol, aunque todavía las inscripciones son en su mayoría españoles, es otro de los considerados. En las siguientes páginas le presentamos los cuadros con los listados que conforman el *LatinSpots Ranking 2007*. Los rankings están ordenados de acuerdo a los puntos obtenidos.

### Las mejores 10 agencias 2007

Almap BBDO, Young & Rubicam, BBDO Argentina, Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, Vegaalmosponce, Contrapunto, BBDO Chile, Vitruvio Leo Burnett, Euro RSCG Buenos Aires y Madre, fueron las agencias que –en ese orden– se quedaron con los diez primeros puestos del *LatinSpots Ranking 2007*. Respecto de 2006, solo cuatro de ellas repitieron el mérito de ubicarse en lo más alto de la lista (Almap BBDO, 1er lugar en 2006 y 2007; Y&R, 3er lugar en 2006 y 2do en 2007; Del Campo S&S 5to lugar 2006 y 4to 2007 y Contrapunto sexto lugar en ambas oportunidades) El cuadro presenta en la primera columna el puesto de cada agencia en 2005, en la segunda columna en 2006 y en la tercera el puesto que ocupa la misma empresa actualmente, de esta manera se pueden comparar los movimientos de ascenso o descenso que ha tenido una agencia de un año a otro. Una de las conclusiones a simple vista es la que corresponde al conocer que **Almap BBDO** se mantuvo por tercer año consecutivo en la cima del ranking con un total de 55 premios, 6 más que el año anterior (13 oros, 17 platas y 25 bronces) y una suma de puntos final de 1375, una diferencia de más de 300 con la agencia que ocu-

pa el segundo lugar. Los reconocimientos obtenidos se dividen de la siguiente manera: 2 premios en el Festival de Cannes, 6 en los Clio Awards, 20 en *El Ojo de Iberoamérica*, 23 en Fiap y 4 en El Sol, en su mayoría por sus trabajos para la marca de ojotas Havaianas de San Pablo Alpargatas. También ha recibido galardones con sus piezas para Greenpeace, Ambev, Volkswagen y la línea aérea Gol, entre otros. Nuevamente la gráfica fue el medio más fuerte de la agencia brasileña, aunque al igual que en 2006 fue seguida muy de cerca por internet que alcanzó un total de 13 premios. **Young & Rubicam Argentina**, la agencia líderada creativamente por Guillermo Vega, logró ubicarse en el segundo lugar del *LS Ranking*, subiendo una posición respecto al año anterior y siete posiciones respecto de 2005. La suma de puntos conseguidos fue de 1020, repartidos en un total de 36 premios (8 oros, 12 platas y 16 bronces), dos más que en 2006. En esta oportunidad, el mayor volumen de galardones obtenido por la empresa fue gracias a su trabajo gráfico para sus clientes Kopelco y Bayer, que reúnen 15 reconocimientos del total de los 20 que logró Young & Rubicam en la categoría. Además, también alcanzó 8 en televisión, 5 en vía pública y 3 en radio. **BBDO Argentina** es una de las agencias que durante 2007, logró ingresar a lo más alto de *LS Ranking*, en este caso, al tercer lugar del cuadro. La empresa argentina subió 33 posiciones con respecto a 2006, uno de los ascensos más rápidos de la lista, que se dio básicamente gracias a los tres Grand Prix que se adjudicó durante el año pasado (Innovación de Clio y Fiap por Barrio Bonito y Vía Pública de *El Ojo* por Pelotazos Ronaldinho). BBDO sumó 981 puntos por la obtención de 36 premios (3 GP, 9 oros, 10 platas y 14 bronces), que en su mayoría alcanzó por las grandes campañas que hizo para Nike Latinoamérica. *Barrio Bonito*, *Pelotazos* y *Papelitos*, son tres de los increíbles trabajos que le dieron a la empresa el tercer



Campaña Universidad MacKenzie. A: Universidad Mackenzie. P: Maestrado. Ag: Publicis Brasil. Dgc: Rodolfo Sampaio. Dc: Guillermo Jahara. Da: Guillermo Jahara, Andre Gola. R: Marcelo Sato. Copy: El conocimiento adicional es lo que te separa de los otros. Obtiene un maestrado/ The extra knowledge makes the difference among others. Mejor Gráfica LS Ranking 07.

Productoras								
07	06	Productora	Premios	GP	O	P	B	Puntos
1	2	Revolución (Argentina)	31	36	378	145	228	787
2	1	Landia (Argentina)	28	9	266	175	195	645
3	4	Nunchaku Cine (Argentina)	12	0	119	115	78	312
4	20	Lee Films (España)	14	0	56	110	141	307
5	25	Wasabi Films (Argentina)	9	0	182	50	63	295
6	11	ArgentinaCine (Argentina)	9	0	84	145	18	247
7	21	Cineconcepto (México)	6	0	154	30	0	184
8	...	Krakatoa Films (Argentina)	6	0	0	90	60	150
9	8	Central Films (México)	6	0	0	85	57	142
10	5	República Films (Brasil)	3	0	112	0	27	139
11	...	Hungry Man (Brasil)	5	0	49	35	48	132
12	3	Awards Cine (Argentina)	4	0	98	15	9	122
13	16	Got Films (España)	5	0	0	35	75	110
14	...	Alamo Films (España)	4	0	91	0	9	100
15	...	Garlic (España)	3	0	84	15	0	99
16	28	Bendercine (Argentina)	4	0	0	50	42	92
17	...	Muu Cine (Argentina)	4	0	21	25	42	88
18	6	Pioneer Production (Argentina)	3	0	56	0	27	83
19	...	Flip Films (Usa)	3	0	21	60	0	81
20	...	Vetor Zero (Brasil)	2	0	49	25	0	74
...	...	Milagro Films (Usa)	4	0	0	35	39	74
22	9	Peluca Films (Argentina)	4	0	0	25	45	70
23	...	Papik (España)	3	0	0	60	9	69
24	...	Fat Free Films (Perú)	3	0	21	15	30	66
25	...	The Gonzalo's Island (Chile)	2	0	49	15	0	64
...	...	Imaginaría Films (Colombia)	4	0	0	25	39	64
27	...	Casa Olga (Argentina)	3	0	0	50	9	59
28	17	Lobo (Brasil)	2	0	21	0	27	48
29	...	Agosto (España)	3	0	0	0	45	45
30	22	Ruiz+Company (España)	2	0	0	15	27	42

puesto del ranking. Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, la agencia que fue elegida como la Mejor de la Región en la décima edición de *El Ojo de Iberoamérica* se quedó con el cuarto lugar de la lista, subiendo una posición desde año anterior. La empresa de Pablo Del Campo sumó 918 puntos entre 1 Grand Prix, 11 oros, 8 platas y 13 bronce. El mayor galardón se lo llevó con el *Gran Ojo de Gráfica* por *Algodón* para Ariel, la pieza que forma parte de la campaña *Manchas*, un trabajo que le dio muchas satisfacciones durante todo 2007. La agencia

obtuvo: 1 oro y 2 platas en Cannes; 1 Grand Prix, 6 oros, 2 platas y 2 bronce en *El Ojo*, 1 bronce en *Clio*; 3 platas y 5 bronce en *El Sol* y 4 oros, 1 plata y 5 bronce en *Fiap*. **Vegaalmosponce**, la ganadora del *Gran Ojo de Cine/TV* por tercera vez y segunda consecutiva, por la campaña *Volvimos* para *Impulse* y de *El Tercer Ojo* por su trabajo integral *Axe 3*, logró ubicarse nuevamente entre las 10 primeras agencias (5ta posición), luego de que en 2006 bajara del puesto 8 al 14 de la lista. La empresa liderada por Hernán Ponce alcanzó un total

de 708 puntos y 29 premios, repartidos entre 4 Grand Prix (los nombrados en *El Ojo*, más el GP de Televisión de El Sol e Integrated de Cannes), 7 oros, 6 platas y 12 bronce. Su constante y exitoso trabajo para Unilever, con marcas como *Axe*, *Rexona* y ahora *Impulse*, continúa dando excelentes resultados a la empresa, y la lleva a lo más alto del *LS Ranking*. **Contrapunto** es una de las dos agencias que han logrado mantener su lugar en el *LS Ranking*, la otra es *Almap BBDO*. Con 698 puntos y 24 premios (10 en gráfica, 9 en vía público, 4 en televisión y 1 en interactivo) ocupa la sexta posición de la lista. La empresa española tuvo un 2007 marcado por el éxito de sus campañas gráficas para *DaimlerChrysler* y *WWF/ADENA*, que ganaron tanto en Cannes, como en *El Ojo*, *Fiap* y *El Sol*, y repitiendo en gran parte su desempeño en 2006 donde la agencia obtuvo varios premios con los mismos anunciantes. Los reconocimientos de *Contrapunto* se dividen de la siguiente manera: 1 Grand Prix, 6 oros, 10 platas y 7 bronce. **BBDO Chile**, esta es la primera vez que la agencia chilena accede a los puestos más altos de *LatinSpots Ranking*. De la mano de su reconocido trabajo para *Sony*, y en especial de su marca *PlayStation*, *BBDO* ha logrado posicionarse en séptimo lugar de la lista, alcanzando un total de 25 premios y 681 puntos. La empresa comandada creativamente por Joaquín Bascañan, obtuvo un Grand Prix en el Festival de El Sol por su trabajo *Boxeador/Soldado* para PS2, que ya había sido galardonado con *El Gran Ojo de Gráfica 2006*, además de 10 oros, 13 platas y 1 bronce, repartidos en radio, televisión, vía pública y por supuesto gráfica. **Vitruvio Leo Burnett**, es otra de las agencias que por primera vez tiene el privilegio de ubicarse entre las 10 primeras de *LatinSpots Ranking*. Además, con un total de 24 premios y 674 puntos es una de las dos –la otra es *Contrapunto*– representantes ibéricas de la lista. En 2007, la agencia liderada por Rafa Antón logró subir 17 posiciones respecto del año anterior, pasando del puesto 25 al 8, uno de los ascensos más notables del cuadro. Su trabajo en medios alternativos, tales como innovación, marketing directo y promo han sido una de las razones fundamentales de ésta

Anunciantes							
07	Empresa	GP	O	P	B	Premios	Puntos
1	Unilever Argentina	108	280	220	309	40	917
2	Nike Argentina	57	364	280	201	31	902
3	Kopelco Argentina	0	210	225	117	18	552
4	Sony Chile	15	280	225	21	19	541
5	Procter & Gamble Argentina	21	252	145	39	13	457
6	DaimlerChrysler España	9	175	125	90	14	399
7	Coca Cola Argentina	0	238	100	57	13	395
8	Sao Paulo Alpagatas Brasil	0	119	80	162	13	361
9	Unilever México	0	259	60	21	10	340
10	Banco Hipotecario Argentina	9	196	100	0	11	305
11	TCM España	36	182	60	21	9	299
12	Honda Motors España	0	168	85	30	9	283
13	Volkswagen Brasil	0	49	140	81	12	270
14	WWF/ADENA España	0	49	185	30	8	264
15	CTI Argentina	0	140	50	63	10	253
16	Telecom Argentina	0	112	105	36	10	253
...	Renault España	0	84	25	141	11	250
18	Sony Argentina	9	42	100	84	11	235
19	Bayer Argentina	0	35	0	189	7	224
20	La Nación Argentina	0	35	65	117	8	217
21	Fndcion. SOS Mata Atlántica Brasil	0	21	150	39	9	210
22	Sony España	0	0	80	126	10	206
23	MTV México	0	154	50	0	6	204
24	Adidas España	21	140	15	21	6	197
25	Nike Latinoamérica	0	154	0	30	5	184
26	ADESF Brasil	0	140	0	27	3	167
27	Mackenzie University Brasil	0	119	35	0	3	154
28	BMW España	0	84	35	30	5	149
...	Cervecería Nacional Dominicana	21	98	30	0	5	149
...	Toyota USA	0	49	70	30	5	149

que aparece en la lista, una gran mérito para la empresa que sumó un total de 15 premios. **El Top Ten de productoras**

Con 787 puntos, **Revolución** logró colocarse, por primera vez, a la cabeza del ranking de las mejores productoras de Iberoamérica. La empresa comandada por el director Armando Bo conquistó un total de 31 premios (2 Grand Prix, 10 oros, 6 platas y 13 bronce). Los dos máximos galardones los obtuvo por el mismo trabajo: la campaña *Volvimos* de *Vegaalmosponce* para *Unilever Argentina*, que ganó tanto en *El Ojo* como en *El Sol*. **Landia**, la casa productora que lidera el reconocido *Andy Fogwill* se ubicó en el segundo lugar del *LatinSpots Ranking*, descendiendo un lugar con respecto al año anterior. Alcanzó una suma de 645 puntos y un total de 28 premios, que se dividen de la siguiente manera: 1 GP (en *Fiap* por *44 cuadras y una baguette*), 8 oros, 7 platas y 12 bronce. Los galardones recibidos, son en su mayoría por realizaciones hechas para anunciantes de la talla de: *Unilever*, *Renault*, *CTI*, *Quilmes* y *Coca Cola*, además de la serie de comerciales que realizó para el Banco Hipotecario con creación de la agencia *Madre*. **Nunchaku Cine** ocupó el tercer lugar de la lista –subió una posición respecto de 2006– sumando un total de 312, que corresponden a los 12 premios ganados por la productora durante 2007. Los reconocimientos logrados por la productora fueron gracias a sus trabajos para las agencias *Santo Buenos Aires*, *Young & Rubicam*, *Madre* y

| ;asldkasld está en un momentpua; asldadll asld; beraslsdld tad o adolescencia, para entrar en la adultez de la agencia". | a;d;kssa;dklk

escalada. *Vitruvio* logró dos Grand Prix en 2007 –en *El Ojo* y *El Sol*, ambos por el caso de promo Evento de denuncia San Sebastián para TCM. También obtuvo premios en radio, televisión, gráfica y vía Pública, convirtiéndose así en la agencia con mayor diversidad de reconocimientos. **Madre**, la agencia que lidera el reconocido creativo Carlos Bayala ha logrado en el 2007, ingresar y colarse entre los primeros puestos del *LatinSpots Ranking*. Ocupando el noveno lugar, la filial argentina de la red *Mother* alcanzó durante el año pasado, 559 puntos por la suma total de 18 galardones (1 Grand Prix, 11 oros, 4 platas y 2 bronce), la mayoría de ellos por la serie de comerciales que realizó para el Banco Hipotecario (*44 cuadras y una baguette*, *Sambasters* y *Dueños*). Queda por destacar también, que todos los

premios de *Madre* fueron por trabajos audiovisuales, 16 de ellos en la categoría de televisión y los dos restantes en *Innovación* por el Videoclip *Cirugía* para *Nike Latinoamérica*. **Euro RSCG Buenos Aires**, fue otro de los casos de ascenso más rápidos pasando del puesto 27 en 2006 al lugar número 10 de la actual lista. Alcanzó una suma de 531 puntos y una total de 23 premios, entre ellos 7 oros, 7 platas, 8 bronce y el Grand Prix de radio en *Fiap* por su trabajo *Deportes* para *Sony Argentina* (junto con *Peugeot* el anunciante que más premios le representó a la empresa). En la misma categoría recibió un total de 19 reconocimientos, que se suman a 4 estatuillas que la empresa obtuvo en gráfica. En el puesto 11 del ranking, se ubicó la comunidad, que es la primera agencia independiente

la comunidad y para los anunciantes *Telecom*, *Kopelco*, *La Nación* y *Porta Hermanos*. **Lee Films**, logró uno de los ascensos más sorprendentes del ranking, llegando del puesto 20 al 4 de la lista. Con 307 puntos y 14 premios, la casa productora española es la única que representa a su país dentro de los 10 primeros puestos del cuadro. Los reconocimientos obtenidos fueron en producto de su trabajo para las agencias: *Contrapunto*, *McCann Erickson España*, *Vitruvio Leo Burnett*, *Tiempo BBDO* y *Euro RSCG España*. **Wasabi Films**, la productora argentina llegó a la quinta ubicación con una suma de 295 y 9 premios (5 oros, 1 plata y 2 bronce) Sus reconocimientos se dividieron de la siguiente manera: 1 oro, 1 plata y 1 bronce por la campaña *Todos por un pelo* de *Santo* para *Tele-*



Campaña Volvimos. A: Unilever Argentina. P: Impulse. Ag: Vegaalmosponce. Dgc: Hernán Ponce. Dc: Rafael D'Alvia, Sebastián Stagno. R: Analia Rios. Da: Ricardo Armentano. Pa: Revolución. D: Armando Bo. Lemon. B: Swing Música. S: Pomernarec. Pp: Metrovisión. Mejor Televisión LS Ranking 07.

Redes							
07	06	Empresa	GP	O	P	B	Puntos
1	1	BBDO	102	1666	1560	1125	4453
2	6	Leo Burnett	57	826	565	444	1892
3	2	JWT	33	476	500	546	1555
4	5	S&S	21	609	540	351	1521
5	7	Y&R	0	399	480	456	1335
6	4	Ogilvy	21	574	385	354	1334
7	9	Lowe	87	483	275	285	1130
8	3	DDB	0	133	490	483	1106
9	11	Publicis	0	413	305	225	943
10	12	Euro RSCG	9	266	370	135	780
11	8	McCann Erickson	0	168	270	216	654
12	...	Mother	9	399	100	51	559
13	15	Grey	0	77	290	141	508
14	...	Draftfcb	0	189	100	189	478
15	...	United	0	91	250	90	431

| ;asldkasld está en un momentpua; asldadll asld; beraslsdld tad o adolescencia, para entrar en la adultez de la agencia". | a;ld;lkssa;dklk

com; 2 oros por *Planta* de Draftfcb también para Telecom; otros 2 oros por *Familia* de El Cielo para Gamesa; 1 bronce por *Neon Girl* también de Santo para Unilever Argentina y por ultimo 1 bronce por *Códigos* de Ogilvy Argentina para Coca Cola. **Argentinacine**, la productora que en 2006 se quedó a un paso del *Top Ten*, ocupando la onceava posición, logró ascender al sexto lugar del ranking en 2007. La empresa alcanzó 249 puntos y 9 premios, solo por la realización de dos trabajos: el comercial *Esta Noche* de Craverolanis para Cepas Argentinas (3 platas) y la campaña *Sí no es para vos, no es para vos* de la comunidad para Festival de Cine Independiente de Buenos Aires (2 oros, 2 platas y 2 bronce) **Cineconcepto**, se ubicó en el séptimo lugar del cuadro. La productora mexicana escaló desde el puesto 21, que había logrado en 2006, hasta su actual posición. Sumó 6 premios (4 oros y 2 platas) y 184 puntos, superando en más de 100 su anterior *performance*. **Krakatoa Films**, la casa productora argentina se quedó con la octava posición de la lista. Alcanzó 150 puntos y obtuvo 6 premios, que se repartieron entre 4 platas y 2 bronce. El noveno lugar esta vez, fue para la mexicana **Central Films**, que con 142 puntos logró colarse entre las mejores productoras del *LatinSpots Ranking*. Durante 2007, recibió 6 premios, 3 platas y 3 bronce. Por último, en el décimo puesto se encuentra **Republika Filmes**, que con 139 puntos y 3 premios

( 2 oros y 1 bronce) se sumó a las primeras diez de la lista.

**Los anunciantes más premiados**

Unilever Argentina, Nike Argentina, Kopelco, Sony Chile, DaimlerChrysler, Coca Cola Argentina, San Pablo Alparagatas, Unilever México, Banco Hipotecario y TCM encabezan la lista de los diez mejores anunciantes de Iberoamérica. Todos lograron destacarse en los principales festivales internacionales. De los 10, 7 lograron grandes premios en festivales internacionales y algunos de ellos, alcanzaron más de uno. En el caso de Unilever Argentina, la campaña *Volvimos* para Axe fue distinguida con el máximo galardón en *El Ojo* y en *El Sol*; el caso integral *Axe 3* para el mismo anunciante, fue premiado en Cannes y en *El Ojo* y la serie televisiva *CityHunters* fue reconocida en *El Ojo*. Nike Argentina, logró 3 GP, 2 por *Barrio Bonito* (en Innovación de Clio y Fiap) y 1 por *Pelotazos Ronaldinho* (VP de *El Ojo*) En tercer lugar se ubicó Kopelco que recibió 18 premios (5 oros, 8 platas y 5 bronce) por el trabajo de Y&R Argentina para su marca Tulipán. Sony Chile ocupó la cuarta ubicación con 541 puntos y 19 premios, de los que se destaca el Grand Prix de gráfica en *El Sol* por la campaña *Soldado/Boxeador*, que ya había sido premiada en *El Ojo 2006*. DaimlerChrysler se llevó el gran premio de gráfica en Fiap por la campaña *Escondido* para Smart, lo que lo ayudó a llegar a; quinto lugar

del *LS Ranking*, subiendo 6 posiciones respecto del año anterior. Coca Cola Argentina llegó al sexto lugar con un total de 395 puntos y 13 premios (6 oros, 4 platas y 3 bronce). En el séptimo escalón se ubicó Sao Paulo Alparagatas, la compañía que maneja Havaianas obtuvo un total de 13 premios durante 2007, que fueron la mayoría por las gráficas de la agencia Almap BBDO para la famosa marca de ojotas. Unilever México se quedó con la octava posición del *ranking*, 340 puntos y 10 premios, gracias al trabajo de una sola agencia: Grupo W, que con sus piezas *Rexona power*, *The Stunman* y *Action City* se llevó 7 oros, 2 platas y 1 bronce. Llegando al final, Banco Hipotecario se ubicó en el puesto 9, con 305 puntos y 11 galardones, entre ellos el Grand Prix de Televisión de Fiap por *44 cuerdas* y *una baguette* de Madre Buenos Aires. Por último, en el décimo lugar se coló el cliente TCM (Turner Classic Movies), que gracias a la pieza *Evento denuncia San Sebastián* de Vitruvio Leo Burnett se alzó con los GP de Promo de El Ojo y El Sol. Sumó un total de 299 puntos y 9 premios.

**Redes: BBDO, otra vez la mejor**

BBDO se colocó, al igual que en 2006, en el primer puesto en el ranking de las redes más destacadas de Iberoamérica con un total de 4453 puntos sumados por varias de sus agencias en diferentes países. Almap BBDO (Brasil) sumó 1375 puntos y representó el 30,88% del total de puntos obtenidos por la red; BBDO Argentina, el 22,03% (981), Contrapunto (España) el 15,67% (698); BBDO Chile, el 15,29% (681); y Tiempo BBDO, el 9,10% (232); y fueron las oficinas que más hicieron incrementar la puntuación de la multinacional. Pero además, Sancho BBDO (Colombia), Pages BBDO (República Dominicana), Apex BBDO (El Salvador), BBDO Portugal, BBDO Panamá y BBDO USA le permitieron a la red ganar puntos en los distintos festivales. En segundo lugar, Leo Burnett se ubicó a la cabeza de las redes más premiadas en 2007. En total se alzó con 1892 puntos. Vitruvio Leo Burnett y Leo Burnett Brasil fueron lejos, las agencias que más sumaron para la red. La primera logró conquistar premios que representaron el 35, 62% del total de la compañía y la segunda el 18,82%. Los premios de las oficinas de Portugal, Colombia y Argentina sumaron el 16,6%; 9,57% y 5,65; respectivamente. Leo Burnett Perú, Leo Burnett Puerto Rico; Leo Burnett Costa Rica; Leo Burnett Chile, Leo Burnett México y Lápiz fueron otras de las agencias premiadas de la red. JWT ocupó el tercer puesto con un total de 1555 puntos que en gran parte sumó por el desempeño de JWT/Argentina y JWT México cuyos premios significaron el 24, 44% y 23,21 de

Televisión									
Pieza / Campaña	Agencia	Productora	Premios	GP	O	P	B	Puntos	
1	Volvimos (Campaña)	Vegaolmosponce	Revolución	6	36	105	50	0	191
2	25 años	Lowe México	B Films	4	0	154	15	0	153
3	Cirugía	Madre	Revolución	4	0	105	0	30	135
4	Dueños (Campaña)	Madre	Landia	4	0	105	15	0	120
5	Choques	Vegaolmosponce	Pioneer Production	4	0	56	0	57	113
6	Todos por un pelo (Campaña)	Santo Buenos Aires	Wasabi Films	3	0	42	50	18	110
7	Alzheimer	Leo Burnett Portugal	Republika Films	2	0	63	0	27	90
8	Law of gravity	Grupo Gallegos	Revolución	3	0	49	0	39	88
9	Neverending road	Publicis Lado C	Garlic	2	0	84	0	0	84
10	Peluquería	Vitruvio Leo Burnett	Lee Films	4	0	0	15	66	81
	Inmortal	Grupo Gallegos	Flip Films	3	0	21	60	0	81
12	In a man's life	Santa Clara	Hungry Man	2	0	49	0	30	79
	44 cuerdas y una baguette	Madre	Landia	3	9	70	0	0	79
14	Esta noche	Craverolanis	Argentinacine	3	0	0	75	0	75
15	Puntos	McCann Erickson Brasil	Vetor Zero	2	0	49	25	0	74
16	Tema del verano	Del Campo Nazca S&S	Landia	3	0	49	0	24	73
17	Treinta y tantos	McCann Erickson España	Lee Films	2	0	35	35	0	70
	Si no es para vos, no es para vos (Campaña)	la comunidad	Argentinacine	2	0	35	35	0	70
	Planta	Draftfcb Argentina	Wasabi Films	2	0	70	0	0	70
	Neon Girl	Santo Buenos Aires	Rattling Stick	3	0	0	40	30	70
	Familia	El Cielo	Wasabi Films	2	0	70	0	0	70
22	Adiós Ana Luisa	Dimensión	Papik	3	0	0	60	9	69
23	Paneles	DDB Argentina	Muu Cine	3	0	21	25	21	67
24	Placard	JWT Argentina/El Hotel	Landia	3	0	21	0	45	66
25	Everyday	BBDO Chile	The Gonzalo's Island	2	0	49	15	0	64
	Aeropuerto	Vegaolmosponce	Revolución	2	0	49	15	0	64
27	Eso que te pasa es un mundial (Campaña)	la comunidad	Nunchaku Cine	3	0	0	25	36	61
28	Casting	La Negra	Casa Olga	3	0	0	50	9	59
29	Clarence	la comunidad	Argentinacine	2	0	49	0	9	58
30	Una pequeña historia	McCann Erickson España	Lee Films	3	0	21	0	36	57

Gráfica									
Pieza / Campaña	Agencia	Puntos	GP	O	P	B	Premios		
1	BenjaminFranklin/LeonardoDaVinci/WistonChurchill (Campaña)	Publicis Brasil	154	0	119	35	0	3	
2	Escondido (Campaña)	Contrapunto	144	9	105	0	30	5	
3	Manchas (Campaña)	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	130	0	70	60	0	3	
4	Pelotazos (Campaña)	BBDO Argentina	101	0	21	50	30	4	
5	Conejos (Campaña)	Young & Rubicam Argentina	98	0	21	50	27	3	
6	Ideales para seducir/Si te halaga tus ojos/Reduce 5 millones (Campaña)	Almap BBDO	97	0	70	0	27	2	
7	Estampilla/Monos perozosos/jaguar (Campaña)	F/Nazca S&S	90	0	0	90	0	2	
8	Auto/Bebé/Romance/Vestido (Campaña)	Young & Rubicam Argentina	89	0	35	0	54	3	
9	Camionero/Seguridad/Motorhome (Campaña)	Craverolanis	85	0	35	50	0	2	
10	Gordo/Coach/Enamorado/Pequeño hermano (Campaña)	Leo Burnett Portugal	75	0	0	75	0	2	
11	Algodón	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	70	21	49	0	0	2	
12	Sofá Rojo/Habitación/Cocina/Estantería (Campaña)	NEOGAMA	70	0	70	0	0	1	
13	Rubick	BBDO Chile	70	0	70	0	0	2	
14	Oso	Ogilvy & Mather México	64	0	49	15	0	2	
15	Disolvente/Gasolina/Pintura (Campaña)	Contrapunto	64	0	49	15	0	2	
16	No se entiende	Fallon Sao Paulo	64	0	49	15	0	2	
17	Copos	Almap BBDO	64	0	49	15	0	2	
18	Lago	Young & Rubicam Argentina	62	0	0	35	27	2	
19	Guía de perros	TBWA España	57	0	0	0	57	2	
20	Democracia/Hemisferio sur/Flores (Campaña)	Almap BBDO	57	0	0	0	57	2	
21	Romance	Young & Rubicam Argentina	54	0	0	0	54	2	
23	Jefe/Roberto/Abrazo (Campaña)	la comunidad	52	0	0	25	27	2	
24	No te duermas en la fiesta	Almap BBDO	51	0	0	15	36	3	
25	Robo	DDB México	50	0	0	35	15	2	
26	Madame/Sir/Coronel	DDB España	50	0	0	50	0	1	
27	AFS/ACC/Pop up hood/CMBS/SHW (Campaña)	Villárrosas	50	0	0	50	0	1	
28	Boxeador/Soldado (Campaña)	BBDO Chile	50	15	35	0	0	2	
29	Cielo/Pasto/Lago (Campaña)	DDB Brasil	50	0	0	50	0	1	
30	Te excitas fácil	Ogilvy & Mather Argentina	49	0	49	0	0	1	

Radio									
Pieza	Agencia	Premios	GP	O	P	B	Puntos		
1	Cantor protesta	JWT Argentina/El Hotel	5	15	84	15	30	144	
2	Tema del verano	Del Campo Nazca S&S Arg.	4	0	70	50	9	129	
3	Fútbol	Euro RSCG Buenos Aires	3	0	21	70	0	91	
4	Mudo	Ogilvy & Mather Perú	3	21	49	0	9	79	
5	Abuela sexy	Draftfcb Argentina	2	0	49	15	0	64	
6	Deportes	Euro RSCG Buenos Aires	3	9	21	0	27	57	
7	Charlie	BBDO Chile	2	0	21	35	0	56	
8	Tonto	Ogilvy & Mather Perú	1	0	0	50	0	50	
9	Novia	Ogilvy & Mather Argentina	1	0	49	0	0	49	
	Manitas	Olabuena Chemistri Mex.	1	0	49	0	0	49	
	Los pollitos	El Taier Partners	1	0	49	0	0	49	
	Jefe Honda	Euro RSCG Buenos Aires	0	0	49	0	0	49	
	Frená	Euro RSCG Buenos Aires	0	0	49	0	0	49	
	Carrera 1	Conill S&S USA	0	0	49	0	0	49	
15	NBA	Euro RSCG Buenos Aires	2	0	0	15	27	42	

total. También ayudaron a ubicar a la red entre las primeras JWT Costa Rica, 9,06%; JWT Chile, 9,00%; JWT Brasil, 8,55 y JWT Guatemala, 6,75, además de las oficinas de \*S,C,P,F... , España, Portugal, Colombia, Puerto Rico, Perú, Ecuador, Uruguay y la agencia Delvico. En el cuarto lugar, un escalón más arriba que en 2006, se ubica la red Nazca Saatchi & Saatchi, que alcanzó esa posición con 1521 puntos. La filial que más satisfacciones le trajo a la compañía fue la argentina Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi que significa para la red el 64,50% de los premios ganados, un número realmente sorprendente. Además, la brasileña F/Nazca sumó 352 puntos (23,14%), Conill 170 (11,17) y Nazca S&S México 81 (5,32%) Young & Rubicam se quedó con el quinto lugar, subiendo dos puestos en referencia al año anterior. La red sumó 1335 puntos y 50 premios, de los cuales 36 corresponden a la

sede argentina de la compañía, lo que representa 72,30% de los reconocimientos obtenidos. Además recibieron galardones las oficinas de: Brasil, México, Chile, Colombia, Uruguay y Panamá. Otras redes que ocuparon el ranking de las 15 mejores fueron: Ogilvy, Lowe, DDB, Publicis, Euro RSCG, McCann Ericsson, Mother, Grey, Draftfcb y United. Un dato importante para destacar es que la suma de puntos de las agencias que no pertenecen a una red multinacional, da un total de 4300, lo que las ubicaría justo por debajo de BBDO.

**Televisión: una vuelta exitosa**

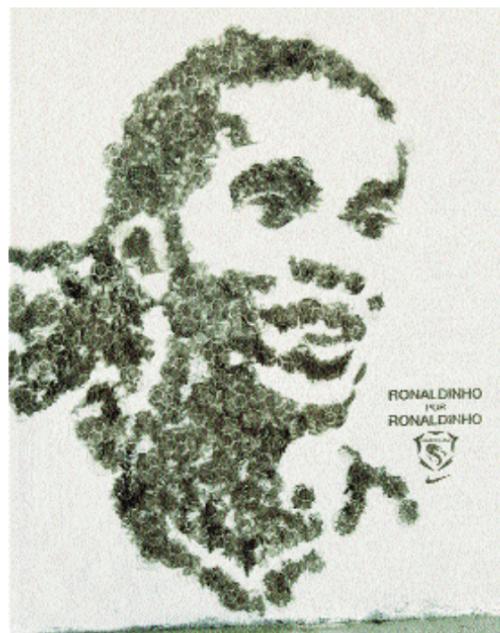
El ranking de los mejores comerciales de televisión de 2007 tuvo en la cima a *Volvimos*, la campaña de Vegaolmosponce para Impulse de Unilever, que significó el relanzamiento del

producto en el mercado de desodorantes. Este grupo de comerciales basados en una vuelta al romanticismo ganaron además, dos grandes premios de televisión, en *El Ojo* y en *El Sol de San Sebastián*; 3 oros y 1 plata, sumando un total de 191 puntos. Por otro lado, sólo los seis primeros trabajos lograron conseguir más de 100 puntos, a diferencia del año anterior, donde fueron seis los que superaron la centena. Ellos son: la campaña *25 años* de Lowe México para MTV; *Cirugía* de Madre para Nike Latinoamérica; la campaña *Dueños* también de Madre para Banco Hipotecario; *Choques* de Vegaolmosponce para Axe y la campaña *Todos por un pelo* de Santo Buenos Aires para, además de *Volvimos*. El ranking de las 30 mejores piezas de televisión permite ver cuáles fueron las realizaciones que más se destacaron durante el año que pasó. Estos spots estuvieron en boca de todos durante

2007, algunos de ellos también tendrán protagonismo este año y algunos otros acarrean éxito de 2006, como es el caso del comercial *Choques*, que inició su ciclo llevándose en *Gran Ojo de Cine/Tv* en 2006 y que continuó sumando premios durante 2007.

**Gráfica: Brasil recupera terreno**

Luego de que en 2006, la gráfica chilena diera la sorpresa, este año Brasil volvió a lo más alto de la lista de los mejores trabajos impresos de Iberoamérica, seguido muy de cerca por Argentina, que ocupa 5 de los 10 primeros puestos del ranking. En la cima del cuadro se ubicó la campaña que Publicis Brasil realizó para Universidad Mackenzie (*BenjaminFranklin/LeonardoDaVinci/WistonChurchill*) y que sumó un total de 154 puntos y tres premios (2 oros y 1 plata) Contrapunto fue otra de las agencias que reapareció en la cima



**Campaña Pelotazos.** A: Nike Argentina. P: Nike Fútbol. Ag: BBDO Argentina. Dgc: Gonzalo Vecino, Pablo Alvarez Travieso. R: Gonzalo Vecino. Da: Pablo Alvarez Travieso. Mejor Vía Pública LS Ranking 07.

de la lista, con su campaña *Escondido (Bosque/Campo/Piedras)* se quedó con el segundo lugar, 144 puntos, 1 Grand Prix (Fiap), 3 oros y 1 bronce. A continuación le siguen tres agencias argentinas –Del Campo Nazca S&S, BBDO y Young & Rubicam– que con sus reconocidos trabajos –*Manchas*, *Pelotazos* y *Conejos*, respectivamente– ocuparon la tercera, cuarta y quinta posición del *ranking*. Almap BBDO y F/Nazca son las otras agencias brasileñas que aparecen en los diez primeros puestos, ocupando el sexto y séptimo lugar. A diferencia del año anterior, las agencias chilenas este año no consiguieron colarse entre las más destacadas, recién se asoma en el puesto trece, BBDO Chile con su pieza *Rubick* para Sony Chile. Lo mismo sucedió con México que figura con la pieza *Oso* de Ogilvy México para Panasonic en lugar 14 del *ranking*.

**Vía Pública: Pelotazos convertidos en gol**

*Pelotazos*, de BBDO Argentina para Nike Argentina se ubicó en el primer puesto del *ranking* de piezas de Vía Pública. El trabajo fue premiado en los principales festivales internacionales, entre ellos en *El Ojo de Iberoamérica*, donde la pieza *Pelotazos Ronaldinho* que forma parte de la campaña

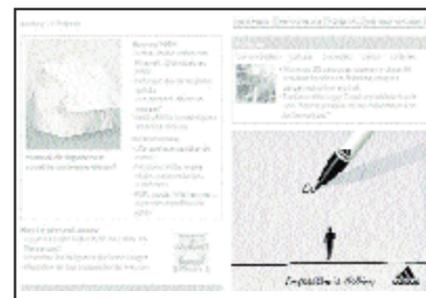
ganó el *Gran Ojo* de *Vía Pública*. Por otra parte, *Conejos*, de Young & Argentina para Kopelco, consiguió el segundo puesto del *ranking* gracias a los premios obtenidos en Cannes (1 oro), El Sol (1 plata) y en *El Ojo* (1 bronce) Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, que el año pasado se quedó con el primer lugar de la lista por la pieza *Ruta* para Ariel, esta vez, se colocó tercera por la campaña *Manchas* para el mismo anunciante. En este rubro, la competencia entre los distintos países fue más pareja con buenas representaciones de Brasil, Argentina, Chile, España, México y Chile.

**Radio: Argentina arriba, Perú la sorpresa**

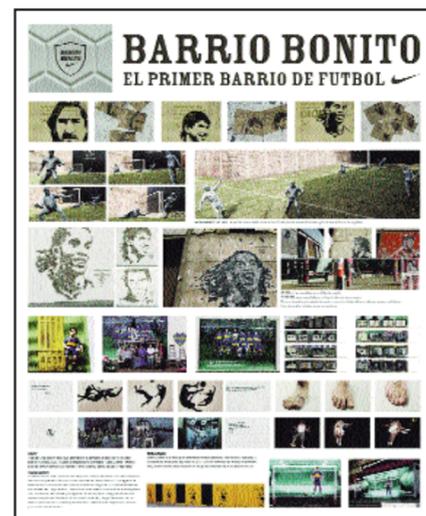
El spot que JWT Argentina/El Hotel realizó para Revista Mercado, *Cantor protesta* ocupó el primer puesto del *ranking* de los mejores de radio. Gracias al gran premio obtenido en El Sol, el oro de *El Ojo* y un bronce en Cannes, entre otros, esta pieza logró quedarse en lo más alto de la lista con un total de 144 puntos. Es importante destacar que de los diez primeros puestos, Argentina se llevó 6 lugares, demostrando que este medio también ha tenido mayor atención. Una de las sorpresas más grandes es el cuarto lugar de la pieza *Mu*

| ;asldkasld está en un momentpua; asldadll asld; beraslidsld tad o adolescencia, para entrar en la adultez de la agencia". | a;ld;lkssa;dklk

Vía Pública							
Pieza / Campaña	Agencia	Premios	GP	O	P	B	Puntos
1 Pelotazos (Campaña)	BBDO Argentina	5	0	42	75	30	147
2 Conejos (Campaña)	Young & Rubicam Argentina	3	0	70	25	21	116
3 Manchas (Campaña)	Del Campo Nazca S&S Argentina	3	0	49	50	15	114
4 Pelotazos Ronaldinho	BBDO Argentina	3	21	49	0	21	91
Manita	Ogilvy & Mather México	4	0	49	0	42	91
5 Sofá Rojo/Habitación/Cocina/Estantería (Campaña)	NEOGAMA BBH Brasil	1	0	70	0	0	70
Pequeña flor/Guerra/Huevo podrido/Chernobyl/Acido (Campaña)	F/Nazca S&S Brasil	1	0	70	0	0	70
AFS/ACC/Pop up hood/CMBS/SHW (Campaña)	Villárrosas España	1	0	70	0	0	70
Oso/Tigre (Campaña)	Ogilvy & Mather Chile	1	0	70	0	0	70
Bush/Clinton (Campaña)	Publicis Brasil	1	0	70	0	0	70
10 Superman	JWT Brasil	2	0	0	35	30	65
11 Pueblo/Playa	JWT España	1	0	0	50	0	50
Little billboard	Contrapunto España	1	0	0	50	0	50
Hipotermia/ Vómito/ Deshidratación/ Tendinitis (Campaña)	Villárrosas España	2	15	35	0	0	50
Gasolina	Contrapunto España	1	0	0	50	0	50



**Impossible is nothing.** A: Adidas España. P: Impossible is nothing. Ag: Netthink. Dc: Mario Sánchez de Real. R: Jesús Henares. Mejor Pieza de Internet LS Ranking 07.



**Barrio Bonito.** A: Nike Argentina. P: Fútbol. Ag: BBDO Argentina. Dgc: Gonzalo Vecino, Pablo Alvarez Travieso. R: Gonzalo Vecino. Da: Pablo Alvarez Travieso. Pa: Sake. Mejor Pieza de Innovación LS Ranking 07.

do de Ogilvy Perú para Duracell, que llegó a esa posición impulsada por el *Gran Ojo de Radio* en 2007

**Nuevos medios**

Desde el año pasado, el *LatinSpots Ranking* incluye también los mejores de Internet, innovación en medios, promo y directo. *Impossible is nothing* de Netthink para Adidas (interactivo); *Barrio Bonito* de BBDO Argentina para Nike (innovación) y *Evento denuncia de San Sebastián* (promo y directo) de Vitruvio Leo Burnett para TCM, fueron los ganadores en las distintas categorías. Las tres piezas obtuvieron al menos un Grand Prix durante 2007, lo que las hizo destacarse del resto. A continuación le presentamos los ranking de las primeras piezas más premiadas en los diferentes festivales, las cuales de se llevarón las miradas y la aprobación de los más destacado **LS** rados.

Internet							
Pieza	Agencia	Premio	GP	O	P	B	Ptos
1 Impossible is nothing	Netthink Madrid	6	21	140	15	21	197
2 Action city	Grupo W	5	0	140	0	21	161
3 The stuntman	Grupo W	4	0	70	60	0	130
4 Quieroverunfantasma.Com	CP Proximity	3	0	70	25	15	110
5 Conduciendo	Almap BBDO	3	0	49	0	42	91
6 Evolución	DDB Brasil	2	0	0	50	21	71
7 Fun	McCann Erickson Brasil	1	0	0	50	0	50
Frena el cambio	CP Proximity	2	0	35	15	0	50
Bandera	África	1	0	0	50	0	50
10 VIA Gol	Almap BBDO	1	0	49	0	0	49

Innovación							
Pieza	Agencia	Premio	GP	O	P	B	Ptos
1 Barrio Bonito	BBDO Argentina	5	36	84	0	18	138
2 Hoja de Plátano	Leo Burnett Colombia	2	0	49	0	27	76
3 Marca texto	Leo Burnett Brasil	2	21	49	0	0	70
4 Interferencias	Vitruvio Leo Burnett	2	0	49	15	0	64
Peatonal	Punto Ogilvy	2	0	0	45	9	54
5 Monumento al gol	BBDO Argentina	1	0	49	0	0	49
Frontier todo terreno	Lado B Brand Activation	1	0	49	0	0	49
Cirugía	Madre	1	0	49	0	0	49
Axe 3	Vegaalmosponce	1	0	49	0	0	49
Camryality	Conill S&S	2	0	0	35	9	44
10 Perfecta para dos	Universal McCann	2	0	21	0	21	42

Directo							
Pieza	Agencia	Premio	GP	O	P	B	Ptos
1 Evento denuncia San Sebastián	Vitruvio Leo Burnett	3	0	98	35	0	133
2 Depósito Lopetegui	Shackleton España	3	45	35	0	0	80
3 El movimiento	Pages BBDO	2	21	49	0	0	70
Brillo	Grey Argentina	2	0	35	35	0	70
4 Carta Copa Davis	Ogilvy & Mather Argentina	2	0	49	0	9	58
5 Tartagal	Leo Burnett Argentina	2	0	56	0	0	56
6 Tarifas nacionales	JWT Costa Rica	1	0	49	0	0	49
Emoticon generator	Almap BBDO	1	0	49	0	0	49
Elevador	JWT Guatemala	1	0	49	0	0	49
Creative Self Difense	Mefisto	1	0	49	0	0	49
10 Juguetes	Ogilvy & Mather Perú	1	0	0	35	0	35

Promo							
Pieza	Agencia	Premio	GP	O	P	B	Ptos
1 Evento denuncia San Sebastián	Vitruvio Leo Burnett	4	36	84	0	0	120
2 Mini veo veo	Dommo Creative Center	3	0	49	35	15	99
3 Spiderman francés	BBDO Portugal	1	0	49	0	0	49
Interferencias	Vitruvio Leo Burnett	1	0	49	0	0	49
Pollo crudo	JWT México	1	0	49	0	0	49
El movimiento	Pages BBDO	1	0	49	0	0	49
El día de los niños	Bullet	1	0	49	0	0	49
Camiseta Gatorade	Almap BBDO	1	0	49	0	0	49
9 Lisbon's Hello Kitty store	Ydreams Advertising	0	0	0	0	42	42
10 Saquen los pañuelos	Viceversa Euro RSCG	1	0	0	35	0	35

Las mejores agencias por país (\*)

Argentina			
Agencia	Total Premios	Total Ptos	
1	Young & Rubicam	36	1020
2	BBDO Argentina	36	981
3	Del Campo Nazca S&S	33	918
4	Vegaolomosponce	29	702
5	Madre	18	559
6	Euro RSCG Buenos Aires	23	531
7	Santo Buenos Aires	16	390
8	JWT/El Hotel	18	380
9	Ogilvy & Mather	12	368
10	Craverolani	15	334

Brasil			
Agencia	Total Premios	Total Ptos	
1	Almap BBDO	55	1375
2	Publicis	9	419
3	DDB	13	403
4	Leo Burnett	11	357
5	F/Nazca S&S	13	352
6	McCann Erickson	9	247
7	Neogama	3	167
8	Santa Clara	5	153
9	AgenciaClick	6	143
10	JWT	6	13

Chile			
Agencia	Total Premios	Total Ptos	
1	BBDO	25	681
2	Ogilvy & Mather	5	182
3	JWT	8	140
4	Euro RSCG Santiago	6	130

Colombia			
Agencia	Total Premios	Total Ptos	
1	Leo Burnett	7	181
2	Young & Rubicam	5	141
3	Ogilvy & Mather	6	104

España			
Agencia	Total Premios	Total Ptos	
1	Contrapunto	24	698
2	Vitruvio Leo Burnett	25	674
3	Tiempo BBDO	20	405
4	CP Proximity	14	325
5	TBWA	13	277
6	Shackleton	9	227
7	Publicis Lado C	8	225

Usa Hispano			
Agencia	Total Premios	Total Ptos	
1	Grupo Gallegos	8	205
2	Conill S&S	6	170
3	la comunidad	4	106

México			
Agencia	Total Premios	Total Ptos	
1	Grupo W	13	417
2	JWT	16	361
3	Lowe	8	260
4	Ogilvy & Mather	9	206
5	Olabunaga Chemistri	9	195
6	DDB	5	101

(\*) En estos cuadros, sólo se tuvieron en cuenta los países con al menos tres agencias por encima de los 100 puntos en el ranking general de agencias.

Los países más premiados

Pais	Premios	Ptos	
1	Argentina	331	8349
2	España	242	5540
3	Brasil	169	4565
4	México	78	1840
5	Chile	75	1561
6	Centroamérica y Caribe	23	647
7	Colombia	28	636
8	USA Hispano	28	629
9	Portugal	17	505
10	Perú	17	378
11	Uruguay	17	354
12	Región Sur	8	174
13	Puerto Rico	5	87



Evento denuncia San Sebastián.  
A: TCM. Ag: Vitruvio Leo Burnett.  
Dgc: Rafa Antón. Dc: Javier Alvarez. R: Santiago Seiegh. Francisco Cassis. Da: Ricardo Saéz, Javier Alvarez.  
Mejor Pieza de Directo y Promo LS Ranking 07.

Las mejores agencias independientes

Agencia	Pais	Total premios	Total puntos	
1	la comunidad	Argentina	19	427
2	Grupo W	México	9	413
3	Craverolani	Argentina	14	331
4	Shackleton	España	8	225
5	Villarrosas	España	11	218
6	Santa Clara	Brasil	5	153
7	El Cielo	Argentina	7	147
8	Remo D6	España	5	143
9	El Taier & Partners	Guatemala	6	104
10	Dommo Creative Center	España	3	99