

 Su navegador web (Safari 4) está desactualizado. Actualice su navegador para obtener más seguridad, velocidad y para disfrutar de la mejor experiencia en este sitio.

Actualizar navegador

Ignorar

Por LLORENTE & CUENCA -

26 de octubre de 2018

LLORENTE & CUENCA recibe tres Premios Eficacia por las campañas Conde Mor y Amodio de Campofrío

LLORENTE & CUENCA ha obtenido tres reconocimientos en los **premios Eficacia 2018**, gracias a dos proyectos llevados a cabo por el equipo de Consumer Engagement de su operación en Madrid en conjunto con las agencias **McCann**, **OMD España** y **MRM McCann**. Organizados por la **Asociación Española de Anunciantes (AEA)** y con la asesoría estratégica y organización de **SCOPEN**, los premios fueron entregados ayer en el Teatro Real de Madrid.



Los proyectos premiados tenían el objetivo de ayudar a **Campofrío** a conectar con los consumidores a través de una narrativa diferencial, que ensalzara distintivos españoles tales como nuestra forma de vida o nuestras celebridades más características. LLORENTE & CUENCA creó dos estrategias de relaciones públicas transversales, que explotaron al máximo el conocimiento y todas las ventajas de estas campañas.

La campaña “Conde Mor” se alzó con dos Eficacia Oro en las categorías Mejor Campaña a

través de Medios Ganados y Mejor Campaña Táctica Presupuesto Inferior a 200.000€. El proyecto consistió en crear, partiendo de un tweet, una campaña *word-of-mouth* para homenajear al cómico español Chiquito de la Calzada, basada en su icónico personaje, *Condemor*. Esta alcanzó una espectacular acogida mediática y en redes sociales, logrando la atención del público y de los medios gracias a la creación de un contenido relevante y de interés para ellos.

Querido Felipe VI: Por favor, nombre a Chiquito Conde Mor a título póstumo, por la gloria de tu madre.

Tenemos un pueblo llamado Mor en Galicia. Tenemos un hombre que se merece todos los honores. Porque no hay nada más noble que hacer reír a todo un país, nómbrele Conde por favor. Hagamos que Chiquito nos siga manteniendo unidos.



Que nada ni nadie nos quite nuestra manera de disfrutar de la vida.

“**Amodio**” (la capacidad de los españoles de amar y odiar con la misma intensidad) se convirtió en el proyecto ganador de un Eficacia Bronce en la categoría **Construcción de una Marca**. La campaña logró resultados históricos en el marco de las acciones publicitarias de Navidad de **Campofrío**, consiguiendo llevar a la marca a un plano más emocional, más allá de su punto de venta.



En palabras de **David González Natal**, Director Global del Área de Consumer Engagement de LLORENTE & CUENCA, “estos reconocimientos son una muestra de que hemos contribuido a crear valor para una marca de referencia como es **Campofrío**, lo cual afianza nuestro compromiso para con nuestros clientes y nuestro afán por contribuir al cumplimiento de sus perspectivas de futuro”.

Los Premios Eficacia son los únicos galardones que premian y reconocen el trabajo del equipo del anunciante y la agencia a nivel nacional, y, por supuesto, sitúan la Eficacia como auténtico fin de la actividad publicitaria.