

## LA ASOCIACION DE MEDIOS PUBLICITARIOS

La A.M.P.E. (Asociación de Medios Publicitarios de España), fundada en 1963, reúne a una serie de empresas que tienen como propósito común el servir de vehículo a las campañas publicitarias de los anunciantes. En ella están integrados medios de Prensa diaria, revistas, exterior, radio, cine, etcétera.

Su presidente actual, don Fernando Bolín, dice que los motivos que movieron a fundar esta Asociación fueron el tener un marco donde poder discutir los problemas que los medios tenían como grupo y colaborar, en la medida de lo posible, a dar el mayor auge y prestigio a la publicidad en España.

—Por otra parte —añade don Fernando Bolín—, la Asociación colabora en todo momento con el Sindicato de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad para conseguir allanar los problemas que existen en el mundo publicitario.

La Asociación de Medios Publicitarios de España, siguiendo la línea que queda expuesta, decidió convocar recientemente unos premios anuales de publicidad, con los que se pretende premiar a los anunciantes y a las agencias que hayan realizado las mejores campañas de publicidad durante lo que podríamos llamar el año publicitario: desde el 1 de octubre al 30 de septiembre.

—Se concederá el A.M.P.E. de oro a la mejor campaña publicitaria del año que haya utilizado al menos cuatro de un total de siete medios publicitarios distintos: cine, diarios, exterior, publicidad directa y P.L.V., radio, revistas y televisión.

—¿Por qué razón se exige que sean cuatro los medios utilizados?

—Porque estimamos que el mínimo de medios a utilizar en una campaña completa debe ser cuatro. La utilización de menos puede conseguir muchos objetivos, pero no los que persigue una campaña de publicidad que abarque todos los sectores.

Asimismo se concederán siete A.M.P.E. de plata a las mejores campañas en cada uno de los siete medios publicitarios.

—Como hemos dicho, los premios se conceden al anunciante y a la agencia que ha realizado la campaña, pero lo que es mucho más importante y lo que ha movido a la Asociación a promover estas recompensas es el deseo de resaltar la gran labor que realizan día tras día los hombres que trabajan en empresas anunciadoras y agencias de publicidad españolas para vender y dar a conocer sus productos y servicios al consumidor. No hay que olvidar el factor fun-

damental que la publicidad tiene en el mercado, al conseguir crear una demanda que, a su vez, hace aumentar la producción, consiguiendo al final un beneficio de calidad y precio para el consumidor.

—¿Cómo se concederán estos premios?

—Un Comité de selección ha trabajado en las últimas semanas de forma intensiva para preseleccionar una serie de campañas entre todo lo realizado en España en doce meses, para que el Jurado pueda comenzar a deliberar inmediatamente. Los locales de nuestra Asociación están en estos momentos repletos de originales, películas, modelos de vallas, etc.

Es deseo de la A.M.P.E., a ser posible, el organizar una Exposición con las mejores campañas, que sea, en suma, un ho-

menaje que los medios publicitarios dedican a la publicidad.

—¿Cuándo se fallarán los premios?

—Serán entregados durante el mes de enero. Componen el Jurado distinguidas personas íntimamente ligadas al campo publicitario y profesionales del mismo. La Asociación de Medios Publicitarios de España tiene que agradecer la enorme colaboración recibida de todos y el entusiasmo con que están trabajando nuestros colaboradores.

Durante todo el año siguiente, la marca que haya sido promocionada por la campaña ganadora podrá incorporar a sus anuncios la mención de "Ganador del A.M.P.E. de 19...", así como reproducir en ellos su boceto o facsímil.—Marino GOMEZ-SANTOS.



Bolín