



Victor Navarro, de HC BCN con José Luis Villaluenga, presidente del Jurado.

MEJOR ANUNCIO EN PRENSA

Obra: Con un par
Agencia: HC BCN
Dirección creativa: Manu Croissier
Dirección artística: Víctor Navarro
Copy: Manu Croissier y David Miró

Con un par

Ahí va eso... Sencillo. Directo. Contundente. Nada mejor que un buen titular para llamar la atención. Y ahora que ya tenemos captado tu interés, vamos a explicarte porqué.

Muy rápidamente.

Dos Aspid, nos hemos llevado **dos Aspid ganadores**. Un par. Aspid y Aspid. Aspid, extraña palabra. Aspid. Aspid. Aspid. Si la repites muchas veces, verás que raro suena... Pero a lo que íbamos. Sólo dos, dirán algunos. Seguro que hubieran preferido llevarse cinco o seis, dirán otros. O incluso más.

Sí...

De acuerdo.

Pero hemos conseguido dos de los grandes, de los más importantes. **Mejor spot** y **mejor página web**. El premio más emblemático en cualquier festival publicitario y el premio que representa al medio con más futuro, Televisión e Internet. Visto así, no está nada mal ¿eh?.

Además calidad siempre gana a cantidad, igual que piedra siempre gana a tijera o Jerry siempre supera a Tom. No hay que darle más vueltas. **Estamos muy contentos y nuestros clientes también**. Especialmente los premiados, claro. Pero nos atreveríamos a decir que todos en general.

Porque les cuidamos.

Porque no sabemos hacerlo de otra manera. Porque si cambiáramos nuestra forma de trabajar los clientes se llevarían un disgusto que paqué. "Si nos mutarum nostra conformatio de laborare, clientum va a portare un grossum disgustum que paquum".

Y es que en HC BCN sabemos latín. **Lo dicho: con un par.**

AA

**HC
BCN** www.hc-bcn.com

Se trata de un anuncio *all type* a través del cual la agencia comunica y celebra la consecución de dos premios Aspid.

A través de un titular llamativo elaboramos un copy que te lleva de la mano hasta el final, con ironía y sin más pretensiones que comunicar lo contenidos que estamos con los premios. Una manera fresca y diferenciada de darnos publicidad, a la vez que una manera de reconocer la importancia de un buen copy en la elaboración de cualquier anuncio.