



Vocento entrega los Premios Genio al Mejor Uso Creativo de los Medios

Madrid, 9 de octubre.- El ingenio y la creatividad se dieron cita en la cuarta edición de los Premios Genio que anualmente otorga Vocento a los mejores usos de la publicidad en los medios. La campaña que elaboró la Agencia de Publicidad BBDO Proximity junto con la Agencia de Medios Carat fue la que se llevó el Gran Premio Genio por su trabajo para Galp Energía.

Emilio Ybarra, presidente de CMVocento, dio la bienvenida a **los cerca de 200 asistentes** que asistieron a la ceremonia de entrega de los premios, en la que destacó la importancia de este encuentro. «**Los Premios Genio valoran la creatividad, la originalidad y la capacidad de impactar**», resaltó Ybarra, quien también aprovechó la oportunidad para recalcar la importancia de estos premios, que cada año «se convierten en un punto de referencia para todo un sector».

Aparte de la entrega de los Premios Genio, también **se homenajeó a los galardonados en el Festival de Cannes** que es sin duda el certamen mundial más importante de la publicidad y del que Vocento es representante oficial. Debido a la gran cantidad de premios internacionales, en la ciudad francesa sólo recogen León los que han obtenido el máximo galardón. Vocento, como apoyo y reconocimiento a la excelencia creativa española, hace entrega del León de oro, plata y bronce.

Durante la gala se entregaron 28 Leones en las **diferentes categorías**: diseño, marketing promocional, marketing directo, medios, exterior, relaciones públicas, radio, internet, prensa y televisión, y nueve premios Genio, para mejor uso creativo del cine, del medio exterior, de internet, de prensa, de radio, de revistas y suplementos, y, por último, de televisión.

El **principal galardón** lo entregó el director general de Medios Nacionales de Vocento, José Luis Sainz, a **BBDO Proximity y Carat, en reconocimiento a su trabajo realizado para la compañía Galp Energía.**