

## **AlmapBBDO é destaque no Festival da ABP**

*Teresa Levin*

Com a conquista de três GPs e 11 Lâmpadas de ouro, oito de prata e nove de bronze, a Almap-BBDO foi premiada como a Agência do Ano do Festival Brasileiro de Publicidade, realizado semana passada no Rio de Janeiro. A agência recebeu os Grandes Prêmios em Filme, Rádio e Mídia Impressa. Na edição do festival deste ano, também levaram GPs Giovanni+DraftFCB, DM9DDB, Biruta Mídias Mirabolantes e Redesenho de Imagem. A ABP premiou ainda a Biruta Mídias Mirabolantes com o prêmio estreado de Agência de Promoção do Ano; a iniciativa foi apoiada pela Ampro. Já a Redesenho de Imagem foi eleita a Agência de Design do Ano, com apoio da Objeto Brasil. A OpusMúltipla foi premiada com o GP de Agência Regional. Entre as produtoras, o destaque foi a Cine, que ficou com o título de Produtora de Filme e a Raw, com o de Produtora de Áudio.

A Almap levou o Grande Prêmio de Filme com o comercial "Cachorro-Peixe", criado para a Volkswagen, trabalho que também levou um Leão de ouro no Cannes Lions 2009. Ela ainda conquistou os GPs de Mídia Exterior e Rádio com peças da mesma campanha "Até onde vai sua criatividade", desenvolvidas para a Panamericana Escola de Arte e Design. Para Dulcídio Caldeira, diretor de criação da AlmapBBDO, os prêmios são um reconhecimento aos anunciantes que, apesar da crise, apostaram na publicidade, como Alpargatas, Volkswagen, Boticário e Elma Chips", disse, referindo-se a clientes da agência que tiveram trabalhos prestigiados no festival. Para o diretor de criação da Almap, esses são alguns dos clientes que apostam em ideias criativas para reverter o quadro pessimista, formado com a crise financeira global. "E com isso podemos fazer um trabalho legal que atrai naturalmente outros trabalhos legais, traz aumento nas vendas dos clientes, causa boa repercussão, que faz com que eles peçam mais coisas bacanas. Assim temos uma grande bola de neve contra a crise", comentou.

Para receber os prêmios da AlmapBBDO no Festival da ABP, Luiz Sanches, também diretor de criação da agência, esteve ao lado de Caldeira no palco montado no Copacabana Palace. A agência foi eleita Agência do Ano duas vezes, em 2000 e 2002. Vale lembrar que a F/Nazca S&S, hexacampeã da ABP, não inscreveu trabalhos na premiação deste ano.

O festival premiou ainda a DM9DDB com o GP de Mídia Exterior, pelo trabalho "Toda imagem tem um som", desenvolvido para a Saxsofunny. Já a Giovanni+DraftFCB conquistou o Grande Prêmio de Internet pela campanha "Manifesto", para o Instituto MetaSocial.

Este ano, estrearam no festival as categorias de Design e Marketing Promocional. Na primeira, o prêmio máximo foi entregue para a Redesenho de Imagem por "Estande Grendene Francal 2009", para Grendene. Já em Marketing Promocional, a Biruta Mídias Mirabolantes foi a grande premiada com o GP por "Movimento dos Sem Namorados", criado para o site Par Perfeito. Os delegados do festival também escolheram os melhores trabalhos segundo seu ponto de vista. O trabalho "Toda Imagem tem um Som", da DM9DDB para Saxsofunny, ficou com os prêmios de Mídia Exterior e Mídia Impressa. Em Filme, houve um empate entre a Y&R e a AlmapBBDO, com trabalhos para Vivo e Elma Chips, respectivamente.

Cyd Alvarez, presidente da ABP, ficou satisfeito com o resultado do festival. "Houve uma grande adesão do mercado, uma cooperação espetacular das agências. Se é que tivemos uma crise, houve investimento em ideias. Tivemos aqui agências que acreditaram na seriedade e nos critérios da ABP", comentou. Para ele, apesar da organização esperar uma redução maior no número de inscrições, a queda foi de apenas 15%. "O festival foi prestigiado pelo mercado. A vinda para o Copacabana Palace marca um novo momento do evento.

Ano que vem será melhor ainda", antecipou. Pela primeira vez em 35 anos, a premiação foi realizada no Copacabana Palace. Apesar do comentário do presidente da ABP, o evento estava visivelmente mais vazio que nos anos anteriores.

**Propmark, São Paulo, 21 set. 2009, p. 6.**