



Volkswagen gana 23 Leones en Cannes

- La marca automovilística recibe dos Leones de Oro, dos de Plata y 19 de Bronce en el festival más prestigioso del mundo en la industria de la comunicación creativa
- El spot viral “Don’t make up and drive” gana dos premios

Cannes/Wolfsburg, 28 de junio 2012 – Volkswagen recogió un total de 23 premios, más que ninguna otra marca automovilística, en el 59º Festival Internacional de la Creatividad en la ciudad francesa de Cannes. Los jurados compuestos por 300 profesionales de la publicidad de todo el mundo votaron a la marca Volkswagen entre las mejores de la industria en ocho categorías. La campaña de publicidad australiana sobre la tecnología Park Assist y el spot alemán “Don’t make up and drive” tuvieron un especial éxito, ya que cada una se llevó un León de Oro.

“Estamos encantados con nuestro éxito en Cannes”, exclamó Luca de Meo, Director de Marketing del Grupo Volkswagen y de la marca Volkswagen. “Estos 23 Leones son un logro fantástico tanto para nosotros como para nuestras agencias. También destacan dos valores clave de la marca, como son la responsabilidad y la innovación, y reafirman nuestro compromiso de ser creativos e innovadores en todo el mundo, sin perder nunca de vista las necesidades de nuestros clientes”.

Las campañas de Volkswagen premiadas en Cannes incluyen trabajos creativos de Noruega, Reino Unido, Australia, Suecia y Sudáfrica. El spot “Don’t make up and drive”, que ha sido votado como el mejor vídeo viral en la categoría “Cyber Lions”, hace referencia a un asunto de actualidad: cada año, cientos de miles de accidentes están causados por mujeres que se maquillan mientras conducen.