



Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

Tel: +34 91 348 86 11 / 12

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandro.martin@audi.es

<http://prensa.audi.es>

Audi galardonada en el Festival El Sol 2017 por sus campañas de publicidad

- Audi recibe 16 galardones en los premios a la comunicación publicitaria otorgados en la 32ª edición del Festival El Sol
- La campaña navideña de Audi “La muñeca que eligió conducir”, triunfadora con dos Grandes Premios, seis Soles de Oro y tres Soles de bronce
- Premios adicionales para las campañas del Audi Q2 #untaggable y para la campaña de Audi para la gama allroad “JAULAS”.

Madrid, 9 de junio de 2017 – Hasta 16 galardones ha recibido Audi en los premios a la publicidad que otorga el Festival El Sol. La campaña “La muñeca que eligió conducir” ha sido la gran triunfadora, con dos Grandes Premios de los 12 que concede el jurado en reconocimiento a la creatividad de los anunciantes. Otras campañas publicitarias de Audi premiadas en el Festival han sido #untaggable y “JAULAS”, del Audi Q2 y de Audi para la gama allroad respectivamente.

El Sol, el Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria, ha celebrado su 32ª edición durante los días 1, 2 y 3 de junio en Bilbao, donde tiene su sede desde hace cuatro años. En el Palacio Euskalduna se dieron cita más de 1.500 personas representando a más de 20 países de Europa y Latinoamérica.

La campaña navideña “La muñeca que eligió conducir”, un cortometraje de animación en 3D que invita a eliminar los estereotipos de género en los juguetes, ha sido una de las triunfadoras al recibir un Gran Premio más un Sol de Oro tanto en la categoría Contenido de Marca (TV y cine) como en Marketing Promocional (promociones de responsabilidad social y corporativa). Además, esta campaña ha sido galardonada con Oros en las categorías Campañas Integradas (Automoción, electrónica y oficina), Contenido de Marca (mejor campaña integrada de contenidos), Digital (Piezas Audiovisuales) y Medios (Mejor uso de brandend content: plataformas digitales y medios sociales), así como tres Bronces en otras categorías (Digital, TV y Cine y Relaciones Públicas).

La originalidad y el despliegue de medios realizado para transmitir el mensaje de que el nuevo Audi Q2 es un vehículo imposible de etiquetar le han valido a la campaña #untaggable, con la que Audi dio a conocer un SUV compacto que ha revolucionado el segmento, un Sol de Oro en Producción Audiovisual, y dos Soles de Bronce en las categorías Campaña Integrada y Digital. Por su parte, la campaña gráfica para la gama allroad “JAULAS”, compuesta por tres visuales que representan diferentes tipología de ciudades de



Asia, América y Europa con enormes jaula de las que se puede escapar para encontrar la libertad con la gama Audi allroad, recibió sendos Soles de Bronce en las categoría Diarios y Revistas y en Exterior.

–Fin–

Información y fotos en las websites de prensa de Audi <http://prensa.audi.es> o en <https://www.audi-mediacycenter.com>

El Grupo Audi, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento *Premium*. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 16 plantas distribuidas en doce países. Entre las filiales cien por cien subsidiarias de AUDI AG se incluyen Audi Sport GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna, Italia).

En 2016, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,868 millones de automóviles de la marca Audi, así como 3.457 deportivos de la marca Lamborghini y 55.451 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2016, AUDI AG alcanzó una facturación de 59.300 millones de euros, con un beneficio operativo de 3.100 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 88.000 trabajadores aproximadamente, 60.000 de ellos en Alemania. Audi se centra en nuevos productos y tecnologías sostenibles para el futuro de la movilidad.