

Famous Brussels wint Grand Effie

BRUSSEL ● William Lawson's heeft een Grand Effie gewonnen, de prijs voor de reclame die de grootste efficiëntie kan bewijzen. De campagne voor het whiskymerk kreeg de hoogste prijs wegens de uitzonderlijk sterke resultaten die het kon voorleggen.

McCann-Erickson was lange tijd het reclamebureau van William Lawson's, terwijl de laatste 'Cannonball'-campagne het werk was van Famous. Naast William Lawson's kregen ook nog Win For

Life en de melkcampagne een Gold Award. De campagne voor het krasbiljet van de Nationale Loterij werd bedacht door mortierbrigade, de campagne om melk te promoten is het werk van Duval Guillaume Brussels. Daarnaast kregen er nog vier campagnes een zilveren Effie, waaronder de spotjes voor Belgacom TV van VVL BBDO. Drie campagnes ontvingen een bronzen Effie. In totaal werden er 27 reclamecampagnes ingestuurd voor de Effie Awards. (JDB)