

Edelman se lleva el premio de PR en Cannes y DDB España con QMS el bronce

REDACCIÓN PRNOTICIAS

17/06/14

13:47

La campaña 'Espantapájaros' de Edelman Nueva York para la marca de comida mexicana Chipotle Mexican Grill ha sido la ganadora en la categoría de Relaciones Públicas del festival de Cannes y que ayer comenzó a dar a sus primeros ganadores. En la sección de PR, la única ganadora española ha sido DDB, que ha conseguido el premio de bronce por la campaña 'Abortion Travel' para CELEM.



La campaña ganadora en la categoría de Relaciones Públicas desarrollada por la oficina de Edelman en Nueva York para Chipotle Mexican Grill tenía como eje un videojuego para smartphones en el que se informaba de una manera amable los detalles de la agricultura industrial, como alimentos procesados??, el confinamiento de los animales, el uso de hormonas de crecimiento, y los pesticidas tóxicos. Otro de los objetivos era hacer consciente al público de las alternativas.

Pero en la sección de Relaciones Públicas también ha habido premio para España. La campaña **AbortionTravel de DDB (España) con el apoyo**

en la parte de comunicación de QMS comunicación ha conseguido el bronce. La Coordinadora Española para el Lobby Europeo de Mujeres (CELEM), puso en marcha Abortio Travel, una campaña que pide la retirada del anteproyecto de 'Ley Orgánica para la Protección de la Vida del Concebido y de los Derechos de la Mujer Embarazada'. Hasta el 25 de mayo, tanto en la sede física de Abortion Travel, como a través de www.abortiontravel.org se pudo acceder al manifiesto de CELEM y firmar para la retirada del anteproyecto de Ley. La campaña está firmada por DDB.

Seguiremos informando...

Leer más: [Edelman se lleva el premio de PR en Cannes y DDB España con QMS el bronce](http://www.prnoticias.com/index.php/comunicacion/108/20131786#Red1xQ3ZvEoFcvUe) <http://www.prnoticias.com/index.php/comunicacion/108/20131786#Red1xQ3ZvEoFcvUe>

<http://www.prnoticias.com/index.php/comunicacion/108/20131786>