

VI Edición de los Premios a la Eficacia

Ariel y Saatchi & Saatchi ganan el Gran Premio a la Eficacia Publicitaria, Coca Cola y Universal McCann el Gran Premio a la Eficacia en Medios

Más de 2.000 profesionales del mundo empresarial, la comunicación, el deporte y otros estamentos de la sociedad asisten a la Gran Noche de las Marcas, convocada por la Asociación Española de Anunciantes.

La Gala de entrega de los Premios a la Eficacia, co-presentada por el director general de la aea, Juan Ramón Plana, y el ex jugador de baloncesto y presentador Juan Manuel López Iturriaga, reparte 38 premios a las campañas más eficaces

Madrid, 21 de octubre de 2004. Las campañas de Ariel Automáticas (Saatchi & Saatchi) y Movimiento Coca-Cola (Universal MacCann) se alzaron esta noche con los dos ‘Grandes Premios a la Eficacia: Publicitaria y a la Eficacia en Medios’, respectivamente. Los galardones fueron entregados durante la Gran Noche de las Marcas, una gala convocada por la Asociación Española de Anunciantes (aea), que este año ha celebrado su sexta edición, fallándose un total de 38 premios: once oros, trece platas y doce bronce.

El ‘Gran Premio a la Eficacia Publicitaria’ correspondió a la campaña de publicidad de Ariel Automáticas (Procter & Gamble), en su 25 aniversario, desarrollada por la agencia de publicidad Saatchi & Saatchi “por haber realizado en su comunicación un giro hacia la emoción. De esta manera, la empresa refuerza su posición en su categoría, superando en un 22 por ciento la cuota de mercado y aumentando su notoriedad en un 48 por ciento,. El galardón fue entregado por el secretario de Estado de Comunicación, Miguel Barroso.

Por su parte, el ‘Gran Premio a la Eficacia en Medios’, se falló a favor de Movimiento Coca Cola (Coca Cola España) por el desarrollo de un plan de medios no convencional realizado por Universal McCann, “que ha proporcionado unos resultados excelentes en términos de ventas, visitas y registros, consiguiendo una comunidad de más de un millón de usuarios”.

Un total de 38 premios

Durante la Gran Noche de las Marcas se fallaron un total de 38 premios a la Eficacia: once oros –dos fueron reconocimientos y otros dos menciones especiales del Jurado- trece platas y doce bronce en las diez categorías establecidas. ‘Productos de gran consumo (A y B)’; ‘Servicios (A y B)’; ‘Productos de consumo duradero’; ‘Campañas

sociales y de las Administraciones Públicas'; 'Marketing directo'; 'Marketing interactivo'; 'Marketing promocional' y 'Relaciones públicas'.

Las siete campañas premiadas con oro fueron para Kellogg's Special K (J. Walter Thompson) y Procter & Gamble (Saatchi & Saatchi) en la categoría de 'Productos de gran consumo A y B', respectivamente. Telefónica Movistar (Young & Rubicam) en la categoría de 'Servicios A' y ONCE (DDB) en la categoría de 'Servicios B'. En 'Eficacia en Medios' se concedieron dos oros: McDonald's (OMD) y Movimiento Coca-Cola (Universal McCann), mientras que en la de 'Marketing promocional' el oro recayó también para Movimiento Coca-Cola (BetyByte).

En lo que se refiere a los reconocimientos especiales del jurado, este año, como novedad, se han otorgado a los casos que aportasen 'Un mejor uso y aplicación de las herramientas de investigación para la demostración de la eficacia', que recayeron en las campañas de Kellogg's Special K (J. Walter Thompson) y Ariel al jabón natural de Procter & Gamble (Saatchi & Saatchi). Por último, se hizo también una mención especial a la 'Innovación con bajo presupuesto' para el club de Fútbol Málaga (CP Comunicación Proximity) y a Coca-Cola por la 'Orquestación de una campaña en múltiples medios con múltiples *partners*'.

Respecto a las trece platas recayeron en Iparlat (Publis NCM), Coca-Cola (Publicis España), SSL International (McCann Erickson), Grupo Seb España (Publicis Casadevall Pedreño & PRG), Ediciones Condée Nast (DDB), Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (DDB Barcelona), WWF Adena (Genetsis Partners), El País (Shoot!), Easyjet (Altavia Cientochoentagradados), Electronic Arts Software (Red Comunicación), BDF Nivea (Mediaedge:cia), Walt Disney Company (Carat) y Freixenet (Media Planning).

Finalmente, los doce bronces correspondieron a Unilever Bestfoods (DDB); Grupo SOS Cuetara (Saatchi & Saatchi), Lever Faberge (Bassat Ogilvy), BSH Electrodomésticos (Remo), Ikea Ibérica (SCPF), Visonlab (J. Walter Thompson), Hero Baby (Shoot!), Repsol (Wunderman), PR Larios (Netthink), Audi Volkswagen España (CP Comunicación Proximity), ONCE (Universal McCann) y Repsol (Media Planning).

VI Edición de los Premios a la Eficacia: La Gran Noche de las Marcas

La entrega de los Premios a la Eficacia, que este año celebró la sexta edición, tuvo lugar en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid (Campo de las Naciones) y congregó a

más de 2.000 personalidades relacionadas con el mundo empresarial, la comunicación, el deporte y otros estamentos de la sociedad. La Gala de la Gran Noche de las Marcas, dedicada en esta ocasión al mundo del deporte, fue co-presentada por el director general de la aea, Juan Ramón Plana, y el ex jugador de baloncesto y presentador Juan Manuel López Iturriaga.

Estos galardones, considerados entre los tres más prestigiosos de Europa en el ámbito de la publicidad, premian el retorno de la inversión publicitaria a través del cumplimiento de los objetivos marcados. De este modo, se demuestra que la comunicación comercial es empresarialmente una herramienta muy valiosa.

El jurado de la sexta edición de los Premios a la Eficacia estuvo presidido por Ignacio Fernández-Simal, director general comercial de BMW Ibérica. El resto del jurado lo compuso Antonella Broglia, consejera delegada de Saatchi & Saatchi; María Fé González, directora de publicidad de DIA; Juan Manuel de Toro, profesor del IESE; Harvey Purchase, director de Marketing de Diageo; Carlos Ramos, director comercial de Grupo Zeta; Maite Rodríguez Esteban, directora general de TNS / TNS-Demoscopia; Javier Rodríguez Zapatero, director general de Yahoo! Iberia; Alejandro Rojas, presidente de Remo; José María Rull, director general de DDB Madrid, y Ángel Riesgo, presidente de Grupo Consultores, que actuó como secretario.

Los premios son patrocinados por Clear Channel, Mediaedge:cia, Wanadoo y el medio cine (Movierecord y Screenvision) y son organizados por Grupo Consultores.

Contacto de Prensa:

Asociación Española de Anunciantes (aea):

Elena Pérez del Monte, elenap@anunciantes.com.

Tfno.: 91 556 03 51

www.premioseficacia.com

Europa Press Comunicación:

Lydia Pallarés, liadiapallares@europapress.es

Tfno.: 91 359 26 00