

## **VIII edición de los Premios a la Eficacia**

### **Marcos de Quinto, presidente del Jurado de los Premios a la Eficacia 06**

*Madrid, 12 de mayo de 2006.*- La Asociación Española de Anunciantes convoca la octava edición de los Premios a la Eficacia con novedades en la estructura de las categorías y con un jurado formado por profesionales del máximo nivel.

**Marcos de Quinto**, presidente de Coca-Cola Iberian División es el nuevo presidente del Jurado de esta edición.

El resto de miembros del Jurado de los Premios a la Eficacia 06, entre los que se encuentran representantes de anunciantes, agencias de publicidad, agencias de medios y asociaciones del sector, está compuesto por:

José Manuel Zamorano, director de Imagen y Comunicación Publicitaria de Cepsa; Rafael Vega, director general de Desarrollo de Negocio de Banesto; Josep Borrell, director de Marketing Services de Henkel; Pablo Foncillas, director de Marketing de Spanair; Joaquín Ramis, presidente de CP Proximity; Sergio Lorca, consejero delegado Iberia y Latinoamérica de Zenith Optimedia; Pilar Velilla, directora de planificación estratégica de Publicis España; Pablo Vázquez, director de Planificación de DDB; Aquilino Peña, director del Área de Servicios de comunicación interactiva de Wanadoo (+IAB); Lluís Fatjó, consejero delegado de TNS / TNS Demoscopia (+Aneimo); Antonio Cobelo, vicerrector de Ordenación Académica de la Universidad Antonio de Nebrija y Ángel Riesgo, secretario del Jurado y presidente de Grupo Consultores.

Tres destacados profesionales del sector que participaron como jurados en la edición anterior, como son Stanley Bendelac, expresidente de Grupo Delvico Red Cell; Chiqui Búa, consejera delegada de Publicis España y José Carlos Gutiérrez Vígara, consejero delegado de Iceberg Media, han coincidido en señalar que "es una experiencia única, ya que supone acceder al fondo de trabajos publicitarios y de comunicación de los que no solemos ver más que la punta del iceberg", o "lo bueno de los premios a la eficacia es que premia anuncios, campañas que funcionan, es decir, que generan un beneficio al anunciante y, en definitiva, nuestra profesión está basada en eso".

### **Novedades y evolución**

Los Premios a la Eficacia premiarán la eficacia independientemente del sector al que pertenezca el producto o el canal utilizado, ya sea a través de un medio o de un mix de medios, a diferencia de ediciones anteriores en las que primaba la diferenciación por sectores.

Todos los casos se agruparán en **Eficacia en Comunicación Comercial**, ya sean de Publicidad Convencional, Marketing Directo, Marketing Promocional, Marketing Interactivo, Relaciones Públicas, etc..

El área de **Eficacia en Medios** se mantiene y se crean **5 Categorías Especiales: Integración, Internacionalidad, Investigación, Regional/Local y Responsabilidad Social Corporativa**. Cada una de estas categorías se premiará con un trofeo de oro.

De entre todos los casos ganadores de un trofeo de oro se elegirá el **Gran Premio a la Eficacia 06**.

Como novedad, este año se introduce el **Premio a la Agencia del Año**. Este reconocimiento se entregará a la agencia más premiada de acuerdo con la siguiente valoración: Gran Premio, 3 puntos; Premio de Oro, 5 puntos; Premio de Plata, 4 puntos; Premio de Bronce, 3 puntos; Reconocimiento Especial, 2 puntos y Lista Corta, 1 punto.

Estos galardones cumplen este año su octava edición y, en este momento, son los Premios a la Eficacia europeos con mayor participación y con la evolución más significativa.

La agencia DDB / Rapp Collins, como ganadora del Gran Premio a la Eficacia 05, es la agencia encargada de la comunicación de la actual edición. Los responsables de encontrar un "hilo conductor" para esta edición han trabajado desde el inicio con el concepto de la evolución, la propia evolución de los Premios a la Eficacia y la evolución entendida como reflejo de la capacidad de adaptación de las empresas al nuevo entorno publicitario.

Los Premios que convoca anualmente la aea demuestran cómo las estrategias comerciales y las herramientas de comunicación son capaces de adaptarse a la nueva realidad del mercado.

El logotipo de este año unifica el genérico de los Premios a la Eficacia con el apóstrofe y números 06 representando el primero la piedra y los siguientes el bronce y el acero, como símbolo de la evolución de los materiales utilizados por el ser humano desde los orígenes de la civilización.

#### **Patrocinadores y colaboradores**

Al igual que en ediciones anteriores, se mantienen como patrocinadores **Clear Channel, mediaedge:cia, RTVE Comercial y Wanadoo**. Este año se incorpora el grupo editorial **G+J / Motorpress-Ibérica**.

Un año más colaboran la Asociación de Agencias de Medios, **AM**; la Asociación Española de Agencias de Publicidad, **AEAP**; la Asociación Española de Marketing Promocional, **AEMP**; la Asociación de Medios Publicitarios de España, **AMPE**; la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, **ANEIMO**; la International Advertising Association, **IAA** y el Interactive Advertising Bureau, **IAB**.

Los Premios a la Eficacia son una cita imprescindible en el sector. La Gala de Entrega de Premios, que se celebrará como cada año el próximo mes de octubre, acoge acerca de 2.000 profesionales que, año tras año, esperan este encuentro en donde las marcas y sus agencias optan a estos galardones para demostrar la consecución de sus objetivos.