



86 campañas finalistas optan a los Premios a la Eficacia

Más de 2.000 profesionales de publicidad y comunicación asistirán a la fiesta de "la Gran Noche de las Marcas"

Madrid, 11 de septiembre de 2006.- Un total de 85 campañas forman parte de la Lista Corta de candidatos que optarán a los Premios a la Eficacia este año en su octava edición. Los galardones se entregarán en *La Gran Noche de las Marcas* convocada por la Asociación Española de Anunciantes (aea) el próximo 19 de octubre en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

Un total de 53 grandes anunciantes de diferentes sectores han resultado finalistas, entre los que se encuentran algunos como: American Nike, BMW Ibérica, Bic Iberia, Bosch, Campofrío, Cepsa, Coca-Cola, Frudesa, Heineken España, Henkel, McDoonald`s, Nestlé, Once, Procter & Gamble, Renault, Siemens, Spanair, Telefónica Móviles, Unilever, Vodafone, etc, etc.

En esta ocasión la ceremonia se celebrará bajo el lema de la propia evolución en la comunicación comercial: "evolucionamos para entendernos mejor", desde la era prehistórica hasta el desarrollo de las nuevas tecnologías. Cada edición de los premios a la eficacia rinde homenaje a aquellos factores que ayudan a desarrollar mejor la comunicación, anteriormente fue la música, el deporte, o las artes escénicas como el año pasado.

De entre todos los casos ganadores de un oro se elegirá el Gran Premio a la Eficacia 06. Como novedad, este año se introduce el Premio a la Agencia del Año, todos los casos que han llegado a la lista corta son merecedores de un punto para el recuento final por el que se concede este galardón.

Las campañas, a diferencia de otros años en los que primaba una mayor segmentación compiten por alzarse con estos galardones en dos áreas: eficacia en comunicación comercial y eficacia en medios, y en las cinco grandes categorías especiales: integración, internacional, investigación, regional / local y responsabilidad social. Asimismo el jurado, si lo considera, podrá otorgar dos reconocimientos especiales.

Este jurado, presidido por Marcos de Quinto, presidente de Coca-Cola Iberian Division, está formado asimismo por otros doce reconocidos profesionales del sector publicitario; anunciantes, agencias, asociaciones, etc. que han valorado individualmente los 187 casos de campañas publicitarias presentadas a esta edición de los Premios a la Eficacia.

Patrocinadores y colaboradores

Al igual que en ediciones anteriores, se mantienen como patrocinadores Clear Channel, mediaedge:cia, RTVE Comercial y Wanadoo. Este año se ha incorporado 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 acoge a alrededor 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.