

VIII Edición de los Premios a la Eficacia

La campaña “Amo a Laura”, de Tiempo BBDO para MTV, se alza con el Gran Premio a la Eficacia 2006

Un total de veintidós Anunciantes y veinte Agencias, han conseguido un Premio a la Eficacia por la excelencia de las estrategias de comunicación comercial empleadas para el logro de sus objetivos.

Madrid, 19 de octubre de 2006.- Durante la *Gran Noche de las Marcas* se entregaron un total de 28 premios: 12 Oros, 8 Platas y 6 Bronces, en las Áreas de Eficacia en Comunicación Comercial, Eficacia en Medios, y en las cinco Categorías Especiales: Regional/Local, Internacionalidad, Responsabilidad Social, Integración e Investigación, así como el Gran Premio a la Eficacia 2006.

El Director General de Política Comercial del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, D. Ignacio Cruz Roche, hizo entrega del máximo galardón al canal temático musical MTV y a Tiempo BBDO por su campaña “Amo a Laura”, que a través de su original campaña de marketing viral en www.mtv.es, consiguió más de 3 millones de descargas, y logró que la audiencia de la cadena aumentara en más de un 50% en apenas tres semanas, convirtiéndose en el canal líder de entre todos los canales temáticos de contenido musical.

Como novedad, este año se ha concedido el premio a la Agencia del Año, que ha recaído en la agencia DDB, por ser la más premiada de acuerdo con una valoración obtenida mediante una puntuación atribuida a los trofeos recibidos.

Más de 2.000 profesionales del mundo empresarial, la comunicación y otros estamentos de la sociedad, se dieron cita como cada año en la Gran Noche de las Marcas, convocada por la Asociación Española de Anunciantes. La Gala de entrega de los Premios a la Eficacia, dedicada en esta edición al concepto de la *Evolución* de la humanidad y la comunicación, fue presentada por D. Juan Ramón Plana, Director General de la aea, y contó con la colaboración de D. Juan Luis Arsuaga, D. José María Bermúdez de Castro y D. Eudald Carbonell, Premios Príncipes de Asturias de Humanidades en 1997 y codirectores de la Fundación Atapuerca. Asimismo, asistió al acto, el Alcalde de la localidad burgalesa, D. Fernando Gómez Aguado.

Los Premios a la Eficacia, que este año celebran su octava edición, son convocados por la Asociación Española de Anunciantes (aea) y están considerados entre los tres más prestigiosos de Europa en el ámbito de la publicidad. Estos galardones son los únicos que premian en nuestro país las mejores estrategias de las marcas en el diseño e implementación de sus campañas de comunicación comercial y la demostración de los resultados obtenidos, ya sea en términos de ventas, notoriedad, etc. Estos Premios evidencian el valor de la publicidad como uno de los principales motores de nuestra economía.

- **El Jurado de la VIII Edición de los Premios a la Eficacia**

El Jurado de esta edición, presidido por Marcos de Quinto, presidente de Coca-Cola España y Portugal cuenta con representantes de Anunciantes, Agencias de Publicidad, Agencias de Medios y Asociaciones del sector. Está compuesto por el Director de Imagen y Comunicación Publicitaria de Cepsa, José Manuel Zamorano; el Director General de Desarrollo de Negocio de Banesto, Rafael Vega; el Director de Marketing Services de Henkel, Josep Borrell; el Director de Marketing de Spanair, Pablo Foncillas; el Presidente de CP Proximity, Joaquín Ramis; el Consejero Delegado para Iberia y Latinoamérica de ZenithOptimedia, Sergio Lorca; la Directora de Planificación Estratégica de Publicis España, Pilar Velilla; el Director de Planificación de DDB, Pablo Vázquez; el Director General de la Unidad de Negocio Portal Orange España (y Presidente de la IAB), Aquilino Peña; el Consejero Delegado de TNS/TNS Demoscopia (y Presidente de Aneimo), Lluís Fatjó-Vilas; el Vicerrector de Ordenación Académica de la Universidad Antonio de Nebrija, Antonio Cobelo y el Secretario del Jurado y Presidente de Grupo Consultores, Ángel Riesgo.

- **Patrocinadores y Colaboradores**

Los Premios a la Eficacia 2006 están patrocinados por las empresas **Clear Channel, G+J / Motorpress-Ibérica, mediaedge:cia, RTVE Comercial y Orange**. Un año más, cuentan con la colaboración de 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).