

## 84 campañas finalistas optan a los Premios a la Eficacia07

**“La Gran Noche de las Marcas”, reunirá como cada año a cerca de 2.000 profesionales de la comunicación comercial de nuestro país**

**Madrid, 12 de septiembre de 2007.-** Un total de 84 campañas han resultado finalistas en la novena edición de los Premios a la Eficacia 2007, lo que supone un 52% de los casos presentados este año.

Los galardones se entregarán en *La Gran Noche de las Marcas* convocada por la Asociación Española de Anunciantes (aea) el próximo 18 de octubre en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

Un total de 57 grandes anunciantes de diferentes sectores han resultado finalistas, entre los que se encuentran: Adidas, Ayuntamiento de Madrid, AXA Winterthur, Banco Santander, BMW Ibérica, Bosch, Coca-Cola, Fagor, McDonald`s, Nestlé, Pepsi, Procter & Gamble, Turespaña, Toyota, VAESA, Vodafone, etc.

El Jurado de esta edición está presidido por Patricia Abril, presidenta de McDonald's España. En declaraciones de algunos componentes del Jurado como César Díaz-Feo, director general de desarrollo de negocio e innovación de Grupo Leche Pascual “hemos perseguido premiar la publicidad que verdaderamente hace su trabajo frente al consumidor, es extraordinariamente motivador poder apreciar cómo muchas agencias y anunciantes ponen su esfuerzo en generar publicidad eficaz y vendedora que se convierte en un instrumento imprescindible para la fuerza de la marca”.

Para Angel Villasante, director de marketing, publicidad y marca de Repsol YPF “los Efi son los premios publicitarios por excelencia, constituyen la esencia de lo que nos ocupa a las áreas de marketing de las empresas; ser Jurado de los Efi es una oportunidad porque te permite obtener una visión de cómo se resuelven grandes problemas con pequeños presupuestos y con muchas dosis de imaginación y ofrece la más reciente radiografía de los mecanismos de la industria publicitaria”.

El resto del Jurado ha estado compuesto por Cristina Barturen, vicepresidenta creativa de Euro RSCG 4D; Guillermo Cabrera, director general de OMD; Ugo Ceria, director general de Delvico; Irene Cuesta, vicedecana de la Universidad de Deusto; Macarena Estévez, socio consultor de Conento, Consultoría del Conocimiento; Antonio Monerris; socio y director estratégico de Vinizius Young & Rubicam; Jesús M<sup>a</sup> Moreno, jefe de servicios de marketing de Nintendo España; Soco Trejo, directora de marketing de Schweppes y Ángel Riesgo, secretario del Jurado y presidente de Grupo Consultores.

La comunicación de los Premios a la Eficacia y la ceremonia de entrega, como cada año, giran en torno a una temática. En esta ocasión se trata del cine, en concreto

del cine de "Bollywood", ejemplo de una industria eficaz como demuestran las cifras de negocio de este fenómeno de masas: 12 millones de espectadores diarios.

Como novedad, en esta edición se introduce el Premio a la Trayectoria de una Marca, galardón que otorgará el Club Jurado de los Premios a la Eficacia a aquella marca que haya trabajado de forma consistente en la búsqueda de la eficacia a través de las herramientas de la publicidad, innovación, estrategia y buen uso de los medios, demostrando el retorno de la inversión.

### **Patrocinadores y colaboradores**

Al igual que en ediciones anteriores, se mantienen como patrocinadores Clear Channel, GPS (G+J / Motorpress-Ibérica), mediaedge:cia, RTVE Comercial y Orange.

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.