



## X Aniversario Premios a la Eficacia

### 68 campañas finalistas optan a los Premios a la Eficacia08

**Anunciantes y agencias compiten por demostrar la eficacia de la publicidad, un sector que estimula el consumo, promueve la competencia e influye muy positivamente en el índice de crecimiento económico.**

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

**Madrid, xx de septiembre de 2008.-** La publicidad representa indirectamente casi el 3% del PIB en España y ya es prácticamente una ciencia por su capacidad de demostrar cómo su acción revierte en beneficio económico para las compañías que la utilizan de forma adecuada. Esta virtud es por la que anunciantes y agencias compiten unidos en los Premios a la Eficacia de la Publicidad que convoca ya en su décima edición la Asociación Española de Anunciantes (aea).

68 campañas finalistas muestran datos objetivos y contrastados para alzarse con el Gran Premio a la Eficacia de la Publicidad.

24 grandes anunciantes de diferentes sectores - compañías financieras, de automoción, de energía, comunicaciones, cosmética, bebidas, alimentación, etc,- exponen su eficacia en la publicidad medida en resultados, entre los que se encuentran: Caja Madrid, Coca-Cola, Daimler Chrysler, Heineken, Henkel, McDonald`s, Nutrexa, ONCE, Procter & Gamble, Renault, Repsol, Vodafone, Volkswagen, entre otros.

Los galardones se entregarán en *La Gran Noche de las Marcas* el próximo 30 de octubre, en el marco de una gala muy especial de agradecimiento a todos los que han hecho posible estas diez ediciones.

El Jurado está presidido por Félix Muñoz, director de servicios de marketing de Telefónica, quien califica los premios como “el mejor registro de la publicidad que funciona en España”. Los demás integrantes son **Aránzazu Cordero**, directora general cuidado personal y del hogar de Unilever España; **Javier Herrero Velarde**, director de marketing de Grupo Mahon-San Miguel; **Francisco Hortigüela**, director de comunicación, marca, RRPP y RSC de Philips Ibérica; **Román Rodríguez**, director general de Globalia General de Comunicaciones; **Carlos Martínez-Cabrera**, presidente de Contrapunto; **Ramón Ollé**, director de planificación estratégica y de BrandMap de Grey; **Monica Deza**, consejera delegada de Universal McCann; **Daniel Solana**, presidente y director general creativo de Double You; **Carlos Lozano**; presidente ejecutivo de AIMC; y **César Vacchiano**, secretario del jurado y presidente de Grupo Consultores.

En esta edición continúa la novedad introducida el año pasado al conceder el Premio a la Trayectoria de una Marca, galardón que otorga el Club del 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.

El X Aniversario de los “Premios Efi”, como se los conoce en el sector, supone la “mayoría de edad” de unos galardones en los que participan y colaboran todas las asociaciones más relevantes del sector de la publicidad: la Asociación de Agencias de Medios, AM; la Asociación Española de Agencias de Publicidad, AEAP; la Asociación Española de Marketing Integrado, AEMI; la Asociación de Medios Publicitarios de España, AMPE; la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, ANEIMO; la Internacional Advertising Association, IAA; el Interactive Advertising Bureau, IAB y recientemente se ha unido también la Asociación de Planificadores Estratégicos, APG.

Como patrocinadores se mantienen Clear Channel, Mediaedge:cia, Orange, RTVE Comercial, y Unidad Editorial.

La Gala de Entrega de Premios acoge a alrededor de 2.000 profesionales que, año tras año, esperan este encuentro para demostrar la consecución de sus objetivos de comunicación comercial.

*Para más información sobre los Premios a la Eficacia, visitar la web [www.premioseficacia.com](http://www.premioseficacia.com).*