

X Aniversario de los Premios a la Eficacia. La vicepresidenta del Gobierno felicita a la Asociación Española de Anunciantes por sus más de 40 años prestigiando la comunicación y la publicidad

La campaña “Sentido y Sensibilidad” de Caja Madrid, realizada por Shackleton, se alza con el Gran Premio a la Eficacia de la Publicidad 2008

• El premio a la trayectoria publicitaria de una marca se lo lleva El Corte Inglés, mientras que la agencia OMD recibe el premio a la agencia del año de manos del productor de cine Elías Querejeta.

• Más de 2.000 profesionales asistieron a la Gran Noche de las Marcas donde un total de 24 anunciantes y 18 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, 31 de octubre de 2008.- La vicepresidenta del Gobierno, M^a Teresa Fernández de la Vega, participó ayer en los Premios a la Eficacia con un mensaje grabado de felicitación a la industria de la publicidad y, en concreto, a la Asociación Española de Anunciantes “por sus más de 40 años prestigiando la comunicación y la publicidad, difundiendo imágenes y sonidos que han pasado a formar parte del acervo cultural de este país”.

De la Vega ha felicitado institucionalmente a las 160 empresas que forman parte de la aea en el marco del X Aniversario de estos galardones, celebrado en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, y les ha animado a seguir trabajando con responsabilidad en esta profesión que suele ser una pasión, “la pasión de comunicar”, “manteniendo los más exigentes principios éticos y de transparencia, y con el compromiso de seguir liderando la vanguardia de la comunicación comercial”.

En la Gran Noche de las Marcas el Gran Premio ha recaído en la campaña “Sentido y Sensibilidad” de Caja Madrid, realizada por Shackleton, por conseguir el 229% del objetivo, haciéndose con un importante volumen de negocio de otras entidades mediante la captación de 21.744 nuevos clientes, el 271% del objetivo, que era de 10.000, y un 96% más respecto a los clientes captados el año anterior durante el mismo periodo”.

El presidente de la Asociación Española de Anunciantes, Fernando Valdés, y el presidente del Jurado Eficacia 08, Félix Muñoz, han hecho entrega del máximo galardón.

Por segundo año consecutivo, el Club de Jurados, compuesto por casi un centenar de profesionales del sector publicitario, ha fallado el Premio a la Eficacia a la trayectoria publicitaria de una marca en El Corte Inglés, por su estilo propio de publicidad de más de medio siglo en el que su valor, solidez y credibilidad se refleja en multitud de estudios socioeconómicos. Sus campañas, aplicadas en todos los ámbitos de los medios, tienen un sello inconfundible que ha ido generando confianza en el consumidor.

El premio a la Agencia del Año ha sido para OMD y fue entregado por el productor de cine Elías Querejeta, por ser la agencia más premiada de acuerdo con una valoración obtenida mediante una puntuación atribuida en función de los trofeos recibidos.

En total se han entregado 32 premios, de los cuales 1 es el Gran Premio, 15 son oro, entre los que se cuentan un reconocimiento especial, el premio a la agencia del año y el premio a la trayectoria publicitaria de una marca, 8 platas y otros 8 bronce.

Las categorías se han dividido en comunicación comercial, comunicación comercial-bajo presupuesto, eficacia en medios, adaptación para España de una campaña internacional, internacionalidad, regional/local, responsabilidad social, y dos reconocimientos especiales, uno a la investigación, y otro, otorgado en esta edición, a la innovación en autopromoción.

Más de 2.000 profesionales del mundo empresarial, la comunicación y otros estamentos de la sociedad, se han citado, 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 X aniversario de los mismos con un repaso por los momentos más destacados de cada edición, ha sido presentada por Juan Ramón Plana, director general de la aea y por la actriz Ana Ruiz. Asimismo, han asistido al acto el director de cine Beda Docampo y la actriz Irene Visedo; como representantes del mundo de la política asistieron José Luis Ayllón Manso, parlamentario del Partido Popular, así como David Cierco, director general para el Desarrollo de la Sociedad de la Información; además de presidentes de grandes compañías anunciantes y agencias de publicidad y de medios de España.

Los Premios a la Eficacia están considerados entre los tres más prestigiosos de Europa en el ámbito de la publicidad y 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 X Edición de los Premios a la Eficacia**

El Jurado de esta edición, 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" ha estado compuesto, asimismo, por Aránzazu Cordero, directora general cuidado personal y del hogar de Unilever España; Javier Herrero Velarde, director de marketing de Grupo Mahou-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.

- **Patrocinadores y Colaboradores**

Al igual que en ediciones anteriores, se mantienen como patrocinadores Clear Channel, Mediaedge:cia, Orange, y RTVE Comercial, habiéndose incorporado este año Unidad Editorial. Una vez más colaboran 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 International Advertising Association, IAA; el Interactive Advertising Bureau, IAB; y recientemente se ha unido también la Asociación de Planificadores Estratégicos, APG.