

XI EDICIÓN DE LOS PREMIOS EFICACIA

Fernando Valdés, director general Campofrío España, presidirá el Jurado de los Premios a la Eficacia 2009

Madrid, 30 de marzo de 2009.- La Asociación Española de Anunciantes convoca una nueva edición de los Premios a la Eficacia y presenta la composición del Jurado formado por once profesionales especializados en diferentes ámbitos de la comunicación comercial.

Fernando Valdés, director general de Campofrío España y actual presidente de la aea, será el responsable de presidir el Jurado de esta XI edición de los Premios a la Eficacia. El Jurado está formado por profesionales que desarrollan su labor empresarial en anunciantes, agencias de publicidad, agencias de medios, y asociaciones del sector.

La composición del Jurado 2009 es la siguiente:

Fernando Valdés, (presidente de los Premios a la Eficacia 2009), director general de Campofrío España; **Luca Finotto**, director de publicidad y comunicación de marca de Yell Publicidad; **Eva Gutiérrez**, consejera delegada de Sra. Rushmore; **Juan Martín**, director general de Mars España; **Marcos Martínez de la Escalera**, director de publicidad y gestión de marca de Orange; **Santiago Mier Albert**, director de marketing de Danone; **Oscar Prats**, vicepresidente del Grupo Bassat Ogilvy; **Gem Romero**, director de planificación estratégica de Tapsa; **Pilar Ulecia**, directora general de MEC Interaction, y **Rafael Urbano**, director de MPG Madrid.

César Vacchiano, presidente Grupo Consultores actuará como secretario del Jurado por segundo año consecutivo.

Este equipo de profesionales trabajará bajo los criterios de evaluación de los Premios: **Dificultad, Innovación, Demostración, Medición, Retorno y Presentación**, y definirá la ponderación de cada uno de ellos de forma consensuada.

Once ediciones de los Premios a la Eficacia

Empieza una nueva década para los Premios a la Eficacia y con ella una nueva etapa. Así lo definen los responsables de este certamen que sigue firme en su convencimiento de que la comunicación de las marcas ha roto fronteras y cualquier disciplina es válida si finalmente el anunciante alcanza los objetivos empresariales que se ha marcado. **Redes Sociales, nuevas pantallas; marketing móvil, TDT, blogs, RRPP**, todo es válido para generar influencia en el consumidor. Esto premian los “Efi”, cómo la comunicación, sea en la forma que sea, ha influido en el consumidor final y le ha llevado a interesarse por una marca.

Las categorías a las que se puede optar en los Premios a la Eficacia no han variado respecto a la edición anterior. Todos los casos se agruparán en **Eficacia en Comunicación Comercial**, ya sean de Publicidad Convencional, Marketing Móvil, Marketing Directo, Marketing Promocional, Marketing Interactivo, Relaciones Públicas, etc... En esta categoría se opta a quince premios.

El área de **Eficacia en Medios** se mantiene con seis trofeos. Las **Categorías Especiales; Regional/Local, Internacionalidad, Responsabilidad Social y Adaptación para España de una campaña internacional** tampoco presentan cambios. En la primera de ellas el jurado podrá otorgar como máximo un premio oro, uno de plata y uno de bronce y en las tres restantes un premio de oro.

De entre todos los casos premiados con un Premio a la Eficacia de Oro en Eficacia en Comunicación Comercial, Eficacia en Medios o en las Categorías Especiales de Internacionalidad y Regional/Local, se elegirá el **Gran Premio a la Eficacia 2009**.

Además, el Jurado podrá otorgar otros premios de oro, los **Reconocimientos Especiales**. Uno de ellos podrá ser concedido al **mejor uso o aplicación de los métodos y herramientas de investigación**.

Una año más el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia será el responsable de elegir por votación el **Premio a la Trayectoria Publicitaria de una Marca**, que ya obtuvieron por su magnífico recorrido publicitario Coca-Cola España y El Corte Inglés.

El **Premio a la Agencia del Año** lo obtendrá la agencia más premiada de acuerdo con la siguiente valoración: Gran Premio, 3 puntos; Premio de Oro, 5 puntos; Premio de Plata, 4 puntos; Premio de Bronce, 3 puntos; Reconocimiento Especial, 2 puntos y Lista Corta, 1 punto.

Portal de la Eficacia

Los Premios a la Eficacia cuentan desde hoy con un nuevo espacio en Internet, www.premioseficacia.com, donde el usuario encontrará toda la información necesaria para conocer en profundidad este certamen y para preparar su candidatura a los premios. Desde su nacimiento, filosofía e historia, noticias, opiniones de grandes nombres de nuestra industria, recorrido por las ediciones celebradas, imágenes, etc., hasta un manual de ayuda para preparar correctamente un caso.

Patrocinadores y colaboradores:

Al igual que en ediciones anteriores, se mantienen como patrocinadores **Clear Channel, Mediaedge:cia, Orange, RTVE Comercial y Unidad Editorial**.

Un año 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 Internacional Advertising Association, **IAA**; Asociación Española de Planificadores Estratégicos, **APG** y el Interactive Advertising Bureau, **IAB**. Este año se incorpora la **ADECEC**, Asociación Española de Empresas consultoras en Comunicación y RRPP.

La **Gala de Entrega de los Premios a la Eficacia** que se celebrará en Madrid el próximo otoño, acogerá como cada año a cerca de 2.000 profesionales que esperan este encuentro en el que las marcas y sus agencias optan a estos galardones que demuestran sus éxitos en la consecución de los objetivos empresariales.

En las diez ediciones que han tenido lugar desde la creación de los Premios en 1997, se han analizado **más de 1.150 casos presentados por 265 agencias, tanto creativas como de medios, y 560 anunciantes**. Muchos de estos casos están recogidos en las distintas ediciones de los *Libros de la Eficacia, La Publicidad que funciona*; una completa base documental que recoge los modelos de funcionamiento más eficaces y que desvelan tendencias y claves para conseguir resultados medibles.

Convoca:

aeanunciantes
Asociación Española de Anunciantes

Organiza:



Contactos de prensa:

Asociación Española de Anunciantes
Elena Pérez del Monte

Tel.: 91 556 03 51

elenap@anunciantes.com

Grupo Consultores
Beatriz Chapaprieta de la Torre

Tel.: 91 702 11 13

bchapaprieta@grupoconsultores.com