

Los Premios a la Eficacia 2011 ponen en valor las estrategias empresariales

82 campañas finalistas a los Premios de los Anunciantes

Madrid, 1 de septiembre de 2011.- El próximo 27 de octubre, la industria de la publicidad celebra, un año más, uno de sus encuentros más esperados, más de 2.000 profesionales se dan cita en la XIII edición de los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes.

Este año, 82 campañas han pasado a la lista corta, lo que supone un 55,7% de las 147 presentadas, todas son candidatas a los 32 trofeos que se entregarán en base a los criterios de dificultad, innovación, demostración, medición, retorno y presentación.

Más que nunca las empresas tienen necesidad de demostrar cómo pueden ser capaces de crecer y eso es lo que van a demostrar en este encuentro que, como afirma la máxima responsable de ING Direct, Carina Szpilka, presidenta del Jurado de los Premios a la Eficacia`11, “no se trata de una entrega de premios más sino que son una auténtica jornada de aprendizaje en negocio empresarial, se trata de poner en resultados todo el esfuerzo realizado por cumplir unos objetivos sin los cuales no hay viabilidad empresarial, y a conseguir esto es a lo que nos ayuda la comunicación comercial”.

Efectivamente, las más diversas estrategias de sectores tan variados como alimentación y bebidas, automoción, financiero, ocio, sanidad, telecomunicaciones, etc., e incluso administración, se presentarán en la gala de *la Gran Noche de las Marcas* que tendrá lugar en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

Aumento de anunciantes y agencias

Respecto al año anterior, son más las campañas, los anunciantes y las agencias que se presentan, y que tras una exhaustiva selección del jurado, en función de los criterios, han pasado a ser finalistas. En total, 82 campañas presentadas por 61 anunciantes y 47 agencias de publicidad y medios, frente a las 73 del año anterior de 57 anunciantes y 39 agencias.

Junto a Carina Szpilka (directora general de ING Direct), presidenta del Jurado de esta XIII edición, trabajan otros profesionales de diferentes ámbitos del entorno de la comunicación: **Miguel de Jaime**, director general de Marketing de Heineken España; **Gonzalo Figari**, presidente-director creativo general de D6; **Jesús Fuertes**, director general estratégico de TBWA; **Charo González**, directora de Investigación y Medios de Telefónica; **Carlos Holemans**, presidente de El Laboratorio; **Samanta Júdez**, directora de Planificación Estratégica de DDB Barcelona; **Jaime Lobera**, director de Marketing de Campofrío; **Javier Navarro**, regional manager de Havas Digital; y **Paloma Pérez**, directora de Marketing de Grupo Carrefour.

César Vacchiano, presidente Grupo Consultores, y **Lidia Sanz**, subdirectora general de la aea, actuarán como co- secretarios del Jurado, al igual que en años anteriores.

En esta edición se concederá, igual que en certámenes anteriores, el Premio a la Trayectoria de una Marca, galardón que otorga el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia “por trabajar 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”.

Como novedad se incorpora este año **el Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional**, destinado a todos aquellos directivos que hayan destacado por la consistencia, la solvencia y evidentemente la Eficacia, en el desarrollo de su trayectoria profesional en el entorno de la comunicación comercial, el marketing y los medios y, en definitiva, todo lo relacionado con la reputación de la empresa. Los candidatos deben contar con una experiencia superior a 25 años en posiciones vinculadas a estas disciplinas en la búsqueda de la Eficacia. Y **el Premio Eficacia al Nuevo Talento**, dirigido a todos aquellos profesionales menores de 35 años, que estén destacando en la aplicación de estrategias innovadoras y con un pensamiento diferencial en beneficio del retorno y la eficacia en sus estrategias de comunicación y marketing.

El año pasado el Gran Premio fue para la campaña “Elena(s) Salgado”, de Pavofrío, y McCann Erickson, “por incrementar en 4 puntos su cuota de valor, dos más en relación al objetivo propuesto y superar en share a la marca blanca”. El Premio a la Trayectoria Publicitaria de una Marca se lo llevó Cola-Cao, mientras que la agencia DDB ganó el Premio a la Agencia Creativa del Año y Arena Media el Premio a la Agencia de Medios.

Patrocinadores y Colaboradores de los Premios a la Eficacia

La Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, ANEIMO, ha colaborado, a través de una de sus empresas asociadas, representada en la persona de José Luis Melero, client service director de TNS, en la elección de la Lista Corta que optará al Reconocimiento Especial a la Investigación.

Los empresas que hacen posible la realización de estos Premios son MEC, TV3 y Unidad Editorial, habiéndose incorporado este año Cinesa y Telefónica - Interactive Advertising.

Un año más cuentan con el apoyo de la Asociación de Agencias de Medios, AM; la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria, AEACP; la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, ANEIMO; la Internacional Advertising Association, IAA; la Asociación Española de Planificadores Estratégicos, APG y el Interactive Advertising Bureau, IAB, habiéndose incorporado este año Autocontrol, empresa que lleva colaborando con los premios desde hace varias ediciones, y la Asociación de Productoras Publicitarias de España, APCP. JCDecaux y Sanca son, asimismo, colaboradores de los premios junto a Mónico como proveedor oficial y Tool Kit como apoyo técnico.

A continuación la Lista Corta de los Premios a la Eficacia 2011

Convoca:



Asesor estratégico:



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