

Tendencias para generar negocio

72 casos finalistas a los premios de las empresas anunciantes

Madrid, 4 de septiembre de 2012.- 49 anunciantes, con la colaboración de 40 agencias de publicidad y medios, han pasado a la final de la XIV edición de los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (aea), con el objetivo de demostrar cómo con sus estrategias generan negocio. Los premiados se deciden el próximo 30 de octubre en la “Gran Noche de la Eficacia” que se celebra, como cada año, en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

Bajo el lema “**La eficacia en todos los sentidos**” competirán diversos sectores como alimentación y bebidas, automoción, banca, distribución y restauración, entretenimiento, viajes, etc., siendo los cinco primeros anunciantes con mayor número casos en pasar a la final: McDonald’s España (5), Campofrío (4), Grupo Mahou-San Miguel (4), Loterías y Apuestas del Estado (4) y Nestlé (4). Del total de los 124 casos presentados, este año representan un 58% los que han pasado a la Lista Corta de los Premios a la Eficacia.

Este festival de la publicidad eficaz supone, como afirma el jurado, “un **escaparate privilegiado del panorama publicitario español** al que se presentan acciones de especial éxito y que funcionan en unos momentos tan exigentes como los actuales, en los que ayudar a generar consumo es crucial y en los que se analiza con lupa cada euro que se invierte”. Esta situación en la que desenvuelve la publicidad será asimismo puesta de manifiesto con la exposición de diversas fórmulas que conducen a la eficacia, como el año anterior, en la jornada matinal de conferencias, con ponentes nacionales e internacionales.

Como colofón, en la gala de la noche –con una expectación de más de 2.000 profesionales –se otorgarán, como máximo, 31 trofeos en base a los criterios de dificultad, innovación, demostración, medición, retorno y presentación. Además se concederán los 3 premios del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia.

Al **gran premio, oros, platas, bronce, reconocimientos especiales, premio a la agencia creativa y de medios**, se le añadirán, 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”. Igualmente **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, en 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 Talento Emergente**, dirigido a todos aquellos profesionales menores de 40 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.

Junto al presidente del jurado, **Mauricio García de Quevedo**, director general de Kellogg España y Portugal, trabaja un equipo de profesionales compuesto por **Renato del Bino**, brand marketing communication manager de Fiat Group Automobiles Spain; **Silvia Escudé**, directora de comunicación y servicios de marketing de Nestlé; **Reyes Justribó**, directora general Nokia Iberia; **Clara Marchán**, directora general de Leo Burnett Iberia; **Rosa Menéndez**, directora de publicidad corporativa de BBVA; **Antonio Montero**, director general creativo ejecutivo de Grey España; **Álex Pallete**, planning director for international business development de JWT Global Task Force; **Luis Piquer**, director general de Publips; **José María Sanabria**, CEO de GroupM; y **Juan Antonio Seijo**, director de Ipsos-ASI España. A quienes asisten, como secretarios del Jurado, **Lidia Sanz**, subdirectora general de la aea, y **César Vacchiano**, presidente & ceo de Grupo Consultores.

El año pasado el Gran Premio fue para Movistar, de la agencia Arena Media; el Premio a la Trayectoria Publicitaria de una Marca lo consiguió Danone; el Premio a la Agencia Creativa, Bassat Ogilvy y el de la Agencia de Medios del Año también recayó en Arena Media. Luis Bassat (Bassat Ogilvy) recibió el premio a la trayectoria profesional “Si hay un premio que me hace ilusión recibir es el Efi”, afirmó; y Almudena Román (ING Direct) al nuevo talento.

Patrocinadores y Colaboradores de los Premios a la Eficacia

Las empresas que hacen posible la realización de estos Premios son MEC y TV3 Televisión de Cataluña, CM Vocento, Microsoft Advertising y Vodafone Red Publicitaria Móvil.

La Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública (ANEIMO), ha colaborado, como otros años, a través de una de sus empresas asociadas, en la elección de los finalistas que optan al Reconocimiento Especial a la Investigación. Autocontrol revisa, según figura en las bases de participación, que ningún caso presentado a los Premios a la Eficacia esté en litigio dentro de su organismo o en los Tribunales de Justicia.

Un año más los premios cuentan también con el apoyo de la Asociación de Agencias de Medios (AM), la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG), y el Interactive Advertising Bureau (IAB).

Convoca:

Asesor estratégico y organización:

anunciantes
asociación española de anunciantes



Contactos de prensa:

Asociación Española de Anunciantes

Grupo Consultores

Elena Pérez del Monte

Saskia van Liempt

Tel.: 91 556 03 51

Tel.: 91 702 11 13

elenap@anunciantes.com

svanliempt@grupoconsultores.com