

McCann gana el Premio a la Agencia Creativa y Havas Media a la Agencia de Medios del Año

Campofrío se alza con el Gran Premio a la Eficacia 2013

Madrid, 25 de octubre de 2013.-Ayer, en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, se celebró la entrega de los Premios a la Eficacia de la publicidad que convoca anualmente la Asociación Española de Anunciantes (aea).

Por primera vez en la historia de estos premios, por segundo año consecutivo gana el Gran Premio a la Eficacia el mismo anunciante, Campofrío, en este caso apostando por un mensaje cargado de optimismo con la campaña “El Currículum de Todos”, realizada por la agencia McCann, en la que el payaso Fofito, echando mano de un puñado de rostros muy conocidos -Iñaki Gabilondo, Candela Peña, Chus Lampreave, Santiago Segura, Chiquito de la Calzada...- escribe “El Currículum de Todos”, un documento en el que se muestran los muchos logros que deben hacer que los españoles se sientan orgullosos de sí mismos, para que “nada ni nadie nos quite nuestra manera de disfrutar de la vida”.

Esta acción publicitaria ha logrado un nuevo record histórico en notoriedad de marca, un 56,6%, según la fuente IOPE, superando con creces el resultado de campañas anteriores y un incremento en volumen de ventas en la categoría cárnicas del 8,4%, según Nielsen. Con casi 3.000.000 de reproducciones en YouTube, logró, además, ser trending topic en Twitter durante 48 horas seguidas y trending topic mundial; parte del éxito obtenido fue compartido, en forma de donativo, con Cruz Roja.

Según el jurado, este caso demuestra una fuerza, ilusión y coraje perfectos entre cliente y agencia, así como una armonía entre estrategia e idea agregando valores emocionales a la marca que logra duplicar los objetivos de notoriedad y de ventas y eleva la categoría.

El presidente de la Asociación Española de Anunciantes, Fernando Amenedo, ha hecho entrega del máximo galardón, y el presidente del jurado, José María Cantero, director general adjunto de Mutua Madrileña, ha otorgado los premios a las agencias del año, que han recaído en McCann, como mejor agencia creativa, también por segundo año consecutivo, y en Havas Media como mejor agencia de medios. Ambas han recibido los premios por su puntuación en función de los casos que han pasado a la lista corta y de los trofeos recibidos.

El total de trofeos ha sido de 32, incluidos el Gran Premio y los premios a las mejores agencias, creativa y de medios, entre los cuales hay 13 oros, 8 platas, y 8 bronce conseguidos por 22 anunciantes y 23 agencias por cumplir objetivos con sus estrategias de comunicación comercial.

Los oros en “eficacia en comunicación comercial” han sido para Campofrío y McCann, Coca-Cola y McCann / Carat, Reckitt Benckiser y Pavlov, y Reckitt Benckiser y Contrapunto. En “eficacia en comunicación comercial con un presupuesto inferior a 250.000 €” ha recaído en Gol Televisión y Tapsa/Y&R; los de “eficacia en medios” lo han ganado Coca-Cola y Carat /McCann, y Samsung y Cheil Worldwide / Starcom Mediavest. Respecto a la categoría especial de “internacionalidad” ha sido para Bayer y Tiempo BBDO; “especial regional/local” lo han conseguido Banco Sabadell y *S,C,P,F..., “especial responsabilidad social”, Save the Children y El Laboratorio; y en cuanto a los reconocimientos especiales, el de la “estrategia más

innovadora” ha sido para Konami Digital Entertainment GmbH y Havas Media / Havas Sports & Entertainment; el de “investigación” se ha fallado en Nestlé España y Ogilvy España / Ogilvy & Mather Publicidad, y “la idea más sencilla con mayor repercusión”, Nike y Havas Media.

El Club de Jurados de los Premios a la Eficacia ya otorgó, en su encuentro anual celebrado el pasado mes de septiembre, los premios a la trayectoria publicitaria de una marca, a la mejor trayectoria profesional, y Sub 41, que recayeron respectivamente en Ikea, Toni Segarra y Alex Pallette.

La gala de entrega de premios, presentada por el director general de la aea, Juan Ramón Plana, ha transcurrido bajo el lema “marcas y personas: nuevas líneas de comunicación” y ha contado con la intervención en escena de reconocidos profesionales de la comunicación comercial y de la figura de un consumidor contribuyendo todos a la entrega de galardones. Asimismo, durante la gala se ha proyectado también la presentación de la campaña ¡Publicidad, Sí! que tuvo lugar recientemente con la unión de 32 asociaciones y entidades del sector.

Los Premios a la Eficacia son los más valorados por los anunciantes españoles 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 XV Edición de los Premios a la Eficacia**

El Jurado de esta XV edición, que ha evaluado los casos en función de los criterios de “Estrategia”, “Idea y Ejecución”, y “Resultados”, ha estado presidido por José María Cantero, director general adjunto de Mutua Madrileña, junto al que ha trabajado un equipo de prestigiosos profesionales como David Coral, presidente y ceo de Grupo BBDO y Proximity; Javier Coromina, director de servicios de marketing y RRPP de Grupo Nutrexpá; Ricardo de Diego, director de marketing y comunicación de KIA Motors Iberia; Adolfo Fernández, client service director Madrid office de Milward Brown Iberia; Gabriela Díaz Guardamino, directora de marketing de IKEA Ibérica; Nieves Durán, directora general de estrategia y gestión de marca de Tapsa|Y&R; Josep M^ª Ferrara, fundador y director creativo de Pavlov; Miguel Ángel García, ceo de Starcom Mediavest Group Iberia; Carles Manteca i Auber, director de antena y programación de TV3-Televisió de Catalunya; Eloísa Moscardó, directora de publicidad corporativa de Banco Santander; y Miguel Simoes, presidente de Lola. Lidia Sanz, subdirectora general de la aea, y César Vacchiano, presidente & ceo de Grupo Consultores, han sido los secretarios del Jurado.

- **Unos premios de todos**

Prácticamente toda la industria de la publicidad avala y apoya estos premios como así lo demuestra la colaboración por parte de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), la Asociación de Agencias de Medios (AM), la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública (Aneimo), la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG), Autocontrol, y el Interactive Advertising Bureau (IAB). Los patrocinadores son Clear Channel, MEC, y Vocento. Groupm es patrocinador en exclusiva de todas las actividades del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia.

Para más información sobre los Premios a la Eficacia, visitar la web www.premioseficacia.com.

Convoca:

Asesoría estratégica y organización:

anunciantes
asociación española de anunciantes



Contacto de Prensa:

Asociación Española de Anunciantes (aea)

Elena Pérez del Monte, elenap@anunciantes.com

Tfno.: 915. 560.351

Grupo Consultores

Saskia van Liempt, svanliempt@grupoconsultores.com

Tfno.: 917. 021. 113