

XVI edición de los Premios a la Eficacia con 75 anunciantes y 66 agencias enfocados hacia los resultados

Marcos de Quinto, líder del Club de Jurados: “tenemos el currículum colectivo más espectacular”

Madrid, 12 de junio de 2014.-El Jurado de la XVI edición de los Premios a la Eficacia 2014 se ha reunido hoy en la sede de la Asociación Española de Anunciantes (aea), para comenzar a analizar los 111 casos que componen la lista larga de este año.

Ayer el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia de la Comunicación Comercial, liderado por Marcos de Quinto, le dio la bienvenida a los 12 nuevos miembros, por lo que suman ya 150 profesionales los que representan, en palabras de De Quinto, “el currículum colectivo más espectacular”, “con anunciantes, agencias, medios, investigación y docencia, cuyo objetivo es generar una plataforma de conocimiento e interacción entre todos los que nos dedicamos al mundo de la comunicación”.

En este encuentro se expusieron las conclusiones de los tres debates mantenidos este año entre miembros de este Club, acerca del nuevo diálogo social entre la marca y el consumidor, que fueron presentadas por José María Sanabria, ceo de Groupm, grupo de comunicación que patrocina en exclusiva las actividades de este Club y que anunció que, en breve, se presentará, como recopilación de los debates, el “Primer Cuaderno de Pensamiento y Comunicación Eficaz”.

Entre los conceptos más reiterados por necesarios fueron el deber de la marca de actuar en tiempo real, con sinceridad, responsabilidad, coherencia, generosidad y humildad hacia el individuo, así como el valor y utilidad que puede proporcionarle en su vida.

Como afirma la presidenta de esta XVI edición, Nuria Hernández, vicepresidenta de Marketing de Unilever España, “la publicidad tiene la capacidad de transformar el mundo permanentemente, no solo de vender productos o servicios, sino de influir en positivo, creando valor para todos, para la sociedad y para la empresa”.

En esta edición los que competirán con más casos son Coca-Cola, Campofrío y Vodafone como anunciantes, de un total de 75, y McCann y OMD a la cabeza, por parte de 66 agencias.

Obtener un premio a la eficacia es motivo de prestigio como así lo manifiestan desde el Club de Jurados todos aquellos que han tenido la oportunidad de analizar bajo el

prisma de “estrategia, idea y ejecución y resultados” los casos de las respectivas ediciones, que alcanzan ya un total de 2.011.

A Nuria Hernández le acompañan Francisco Javier Aguado, director de Publicidad de El Corte Inglés; Carlos Bosch, director de Medios y CRM de Danone; Raúl de la Cruz, country manager de Microsoft Advertising; Miguel Conde, presidente y director general creativo de BAP & Conde; David Colomer, regional ceo de Arena Iberia y ceo de Havas Worldwide Spain; María Menéndez, Marketing manager de Beiersdorf; Mónica Moro, directora general creativa de McCann España; Miguel Olivares, director creativo / socio fundador de La Despensa; Nuria Serrano Abad, directora de Planificación Estratégica de VCCP; y Eva López, representante de Aneimo / Client Service director de Ipsos ASI. Lidia Sanz, directora general de la aea, y César Vacchiano, presidente & ceo de Grupo Consultores, actuarán como secretarios del Jurado.

Las categorías que han registrado mayor número de casos han sido las de eficacia en comunicación comercial, eficacia en medios y eficacia en comunicación comercial con un presupuesto inferior a 250.000€.

En esta edición, la línea temática se centrará en el concepto “Enfocados”, término con el que se quiere simbolizar la filosofía de marca y optimización de recursos en donde cada vez se hace más necesario definir la prioridad y enfocar los esfuerzos.

La Gala de Entrega de los Premios a la Eficacia 2014 se celebrará en Madrid el próximo 23 de octubre.

Patrocinadores y Colaboradores

Al igual que en anteriores ediciones, los Premios a la Eficacia cuentan con el patrocinio de CMVocento y Clear Channel, con la reincorporación este año de Microsoft Advertising, y con Disneymedia+ y Mindshare como patrocinadores nuevos.

Colaboran 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; y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, AUTOCONTROL.

Para más información:

Convoca

anunciantes
Comunicar para crear valor

Elena Pérez del Monte

Comunicación aea

elenap@anunciantes.com

Asesoría Estratégica y Organización



Saskia van Liempt

Directora de Comunicación Grupo Consultores

svanliempt@grupoconsultores.com