

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

“Benditos Bares”, de Coca-Cola, Gran Premio a la Eficacia 2014

Madrid, 24 de octubre de 2014.-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).

“Benditos Bares”, de Coca-Cola, y las agencias Sra Rushmore /Carat, se alzó con el Gran Premio a la Eficacia de la Publicidad, oro en eficacia en comunicación comercial, y oro a la estrategia más innovadora, con la campaña más notoria de esta marca en los últimos cuatro años. Uno de sus grandes éxitos ha sido lograr invertir la tendencia a la baja en las ventas de bares -que entre 2008 y 2012 habían perdido 13.000 millones de euros y cerrado 72.000 locales en plena crisis económica-. A través de esta campaña de sensibilización y movilización hacia la creación de empleo y riqueza de la hostelería, con “Benditos Bares” y “San Bar-tolo”, se contribuyó a que en el último trimestre de 2013 abrieran sus puertas 3.500 establecimientos con una estimación de 14.000 puestos de trabajo”. El 80% de los bares ha calificado como “muy positiva” esta iniciativa de marketing de utilidad para la sociedad y el 70% de los camareros ha manifestado que debería de repetirse en el futuro.

El presidente de la Asociación Española de Anunciantes, Jaime Lobera, director corporativo de marketing y ventas de Campofrío Food Group, ha hecho entrega del máximo galardón, y la presidenta del jurado, Nuria Hernández, vicepresidenta de marketing de Unilever España, ha otorgado los premios a las agencias del año, que han recaído, por tercera vez consecutiva en McCann, como mejor agencia creativa, y en Carat 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 34, incluidos el Gran Premio y los premios a las mejores agencias, entre los cuales hay 14 oros, 8 platas, y 9 bronce conseguidos por 24 anunciantes y 28 agencias que han demostrado cumplir los objetivos planteados a través de sus estrategias de comunicación comercial.

Los oros en “eficacia en comunicación comercial” han sido para Banco Sabadell y *S,C,P,F..., por “Planes personalizados del futuro”; Campofrío Food Group y McCann / MRM McCann, por “Hazte extranjero”; Coca-Cola y Sra Rushmore / Carat, por “Benditos Bares”; y Seguros El Corte Inglés y VCCP Spain, por “Seguros”. En “eficacia en comunicación comercial con un presupuesto inferior a 250.000 €” ha recaído en Revista Líbero y Lola, por “Revista Líbero”. En “eficacia en medios” lo han ganado Grupo Mahou-San Miguel y Wink, por “Un lugar llamado mundo”; e Hijos de Rivera e ymedia, por “Estrella Galicia”. Respecto a la categoría especial de “internacionalidad” ha sido para BBVA y DDB, por “Anywhere banking”. “Especial regional/local” lo han conseguido Gadisa y BAP & Conde, por “Supermercado”. “Especial responsabilidad social”, Oxfam Intermón y Kitchen, con “Café de comercio justo”. Y, en cuanto a los reconocimientos especiales, el de la investigación ha sido para Bankinter y JWT / Starcom Mediavest Group, por “Cuenta nómina”; el de la estrategia más innovadora para Coca-Cola y Sra Rushmore / Carat, por “Benditos Bares”. Además, este año el jurado ha otorgado un “reconocimiento especial a las iniciativas ejemplares desde la

industria publicitaria”, que ha recaído en dos acciones, una realizada por el Club de Creativos y otra por Comunica Más A.

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 ING Direct, en Miguel García Vizcaíno (Sra Rushmore), y en Mónica Moro (McCann).

La gala de entrega de premios contó con el presentador Jesús Vázquez, quien destacó la importancia de la publicidad y el valor que proporciona a la sociedad.

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 XVI Edición de los Premios a la Eficacia**

El Jurado de esta XVI edición, que ha evaluado los casos en función de los criterios de “Estrategia”, “Idea y Ejecución”, y “Resultados”, ha estado presidido por Nuria Hernández, vicepresidenta de marketing de Unilever España, que ha trabajado junto a un equipo de prestigiosos profesionales como Francisco Javier Aguado, director de Publicidad de El Corte Inglés; Carlos Bosch, director de Medios y CRM de Danone; Dante Cacciatore, director de Comunicación y Experiencia Cliente de Telefónica España; 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, han sido los secretarios del Jurado.

- **Unos premios de todos**

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. GroupM es patrocinador en exclusiva de todas las actividades que realiza el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia. 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.