

XVIII edición con incremento en el número de inscripciones

166 casos competirán en los Premios a la Eficacia

Madrid, 13 de junio de 2016.-Los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (aea) vuelven a incrementar el número de inscripciones. En total son 166 casos los que entrarán a competir para demostrar el éxito de la comunicación comercial. Agencias y anunciantes ratifican de nuevo en 2016 su interés por estos trofeos y continúa así la tendencia alcista de 2015 que sigue pareja a las buenas perspectivas de inversión publicitaria; el primer trimestre de 2016 ha aumentado un 3,3%, según datos InfoAdex, respecto al mismo periodo del año anterior.

Según comenta el presidente de la presente edición, Jordi García Tabernero, director general de Comunicación y Gabinete de Presidencia de Gas Natural Fenosa, “los Premios a la Eficacia cumplen e incluso superan las expectativas positivas de todos los que construimos esta industria y son esenciales para expandir nuestro valor”.

Desde 1997, han sido cuatro los años con mayores inscripciones, 2006 -fecha anterior a la gran crisis económica en la que destacaron los acusados descensos en las inversiones publicitarias-, con 185, 2005 y 2015 ambos con 163, y ahora 2016 con 166.

A lo largo de las 18 ediciones se cuenta ya con 2.386 casos inscritos de los cuales los premiados de cada edición se recogen anualmente en el “Libro de los Resultados, la comunicación que funciona”, que publica la Asociación Española de Anunciantes junto con SCOPEN, asesor estratégico y organizador de los premios.

De los 166 casos, se contabilizan 108 anunciantes los que han inscrito, que por ranking serían: Campofrío con 9 inscripciones, y Coca-Cola e IKEA con 5. Y de las 84 agencias, las que cuentan con más casos inscritos son McCann con 16, Arena Media con 12 y Sra. Rushmore con 10.

Por categorías se han presentado 69 casos en Eficacia en Comunicación Comercial, 19 en Presupuesto Inferior a 250.000€, 29 en Eficacia en Medios, 15 en Categoría Especial Regional/Local, 10 en Internacionalidad, 9 en Responsabilidad Social / ONG, 12 en Responsabilidad Social / Empresa y 3 en la Categoría Especial Emprendimiento.

El Jurado encargado de evaluar estos 166 casos está compuesto, además de por Jordi García Tabernero como presidente, por Elena Cabrero, directora de Marca, Comunicación e Investigación de Mercado de Orange España; Rafael Calleja, director General de Havas Media Iberia; Raimon Casals, Global Media & Digital manager de GB Foods; Amaya Coronado, head of Strategy de LOLA MullenLowe, y representante de APG; Bill Derrenger, vicepresidente del Sur de Europa de Clear Channel; Marta Escuín, Client Service director de Ipsos Connect, y

representante de ANEIMO; César Hernández, director general de Marketing de Grupo Mahou-San Miguel; Fernando Lázaro, cofounder & chief creative officer de BTOB; Julio Paredes, director general de Tiempo BBDO; Antonio Pascual, consejero delegado de Mi Querido Watson; y Eva Sauleda, head of Media España y Portugal de Henkel Ibérica. Lidia Sanz, directora general de la aea, y César Vacchiano, presidente y CEO de SCOPEN, participan como secretarios del Jurado.

Encuentro del Club de Jurados

El 15 de junio, por la tarde, tendrá lugar el encuentro del Club de Jurados, formado por 175 profesionales que han ido formando parte del Jurado, y que está presidido por Patricia Abril, presidenta del Jurado Eficacia 2007 . En este acto se presentarán las conclusiones del tercer panel de expertos que en esta edición ha analizado “el papel de la tecnología en la comunicación y los cambios que produce en la estructura, organización y servicios de anunciantes y agencias”.

La Gala de Entrega de los Premios a la Eficacia 2016 se celebrará en Madrid, en el Teatro Real, el próximo 27 de octubre.

Patrocinadores y Colaboradores

Los Premios a la Eficacia cuentan con el patrocinio de Clear Channel, CMVocento, Disneymedia+ y Mediacom. GroupM es patrocinador en exclusiva de todas las actividades del 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.

Más información:

Convoca:

Asesoría estratégica y organización:



Asociación Española de Anunciantes

SCOPEN

Elena Pérez del Monte

Elisa Moreno

Tel.: 91 556 03 51
elenap@anunciantes.com

Tel.: 91 702 11 13
emoreno@scopen.com