

La Asociación Española de Anunciantes (aea) rinde homenaje a la industria de la publicidad

110 casos competirán en los Premios Eficacia 2020

Madrid, 23 de junio de 2020.- Los Premios a la Eficacia simbolizan la capacidad de la comunicación y actividad publicitaria para generar riqueza económica. Este año 2020 afectado por el COVID_19 son más necesarios que nunca en apoyo al valor de esta industria que aporta un 1,31% al PIB español.

En esta XXII edición, incomparable con ninguna otra, los Premios a la Eficacia presentan una lista larga de 110 casos en competición para demostrar cómo alcanzar el éxito en entornos muchas veces excepcionales, ya sea en aumento de ventas, en notoriedad y recuerdo, en crear un hueco de mercado, etc. De igual modo, la mayor parte de las empresas que optan a ganar un Premio a la Eficacia, evidencian con sus casos su compromiso con la contribución a la sociedad. En esta edición se rendirá también homenaje a aquellas compañías que han creado acciones de comunicación comprometidas con la pandemia y, de los ingresos recaudados, una parte se destinará a una causa solidaria en apoyo por los efectos del COVID-19.

En total participan 62 anunciantes y 65 agencias. De estos, 6 anunciantes y 14 agencias se estrenan por primera vez en los Eficacia.

El formato de la gala de Entrega de Premios prevista para el 29 de octubre, en el Teatro Real, se decidirá según la evolución de la situación sanitaria y podrá ser presencial, virtual o mixta. Entre los cambios previstos se abordará crear en la mañana, de la mano de la Asociación de Creatividad Transformadora (ACT), un espacio para ponencias que en principio estaban destinadas a haberse celebrado en el finalmente cancelado Festival El Sol, y que hubiera tenido lugar en el mes de mayo.

El jurado se ha reunido por primera vez el pasado 19 de junio y ha asumido el reparto de casos y materiales a analizar. Su presidenta, Almudena Román, directora general de Banca para Particulares de ING España, ha manifestado que “es el momento de demostrar la responsabilidad y el compromiso de las marcas y de empujar hacia adentro en nuestras compañías para repercutir el beneficio hacia afuera, en la sociedad. Por eso los Premios a la Eficacia son tan importantes ahora, porque nos motivan a fortalecernos como industria unida y a evidenciar el poder de nuestro sector aún más valioso en tiempos como lo que estamos viviendo”.

El ranking de anunciantes lo lidera Vodafone, con 7 casos inscritos, seguido de Procter & Gamble, con 6; de Correos, con 4; y de IKEA, LaLiga, McDonald's, Pernod Ricard y Pescanova con 3. En

cuanto a las agencias, Arena Media participa con 16 casos; &Rosas con 6; y China, Contrapunto BBDO, Havas Media y Sra Rushmore, con 5.

Por categorías, Mejor Acción Táctica cuenta con la participación de 14 casos; Mejor Campaña Integrada, 13; Estrategia Más Innovadora y Mejor Acción en Branded Content, 11; Construcción de una Marca, Mejor Campaña de Producto/Servicio, y Categoría Especial Relevancia Social de una Marca, 10; Mejor Campaña a través de Medios Ganados y Categoría Especial Presupuesto Inferior a 200.000€ (campañas tácticas o de producto / servicio), 8; Mejor Campaña en Medios Propios, 6; Mejor Campaña Regional/Local y Categoría Especial Mejor Campaña de ONG, 4; y Categoría Especial Internacionalidad, 1.

A la presidenta del jurado le acompaña el siguiente equipo de profesionales: Begoña de la Sota. CEO Spain, MediaCom; Carlos Eiroa. Director de Publicidad Área Comercial y Marketing, asisa; Beatriz Faustino. Media & Digital Director Spain, McDonald's; Charo González Escudero. Consultora independiente de Comunicación y Medios. *(Representante del Club de Jurados)*; Maribí Kanpandegi. Consejera Delegada, DIMENSIÓN; Adrián Mediavilla. Global Strategist, MONO. *(Representante APG)*; Antonio Méndez. CEO & Founder, Tangoº; Javier Perales. Senior Manager Brand & Product Marketing, Visa España; Bernd Rijks. Managing Director & Global Key Account Director, MetrixLab *(Representante I + A)*; Francisco Rionda Agueria. Chief Marketing & Innovation Officer, DEOLEO; Marta Sáez Achaerandio. Chief Operating & Development Officer, Omnicom MediaGroup; y Francisco Samper. CEO Latin America, MullenLowe Group, *(Jurado Internacional)*.

Lidia Sanz, Directora General de la aea, y César Vacchiano, President & CEO de SCOPEN, son los secretarios del Jurado.

Los Premios a la Eficacia abarcan ya un histórico de 701 trofeos entregados, todos modelos de éxito de estudio para los profesionales de la industria, universidades y escuelas de negocios.

Patrocinadores y Colaboradores

Los Premios a la Eficacia cuentan con la asesoría estratégica y organización de SCOPEN.

Los patrocinadores de esta edición son CMVocento, JCDecaux, y YouTube.

Colaboran con los Premios a la Eficacia la Asociación de Agencias de Medios (am), la Asociación de Creatividad Transformadora (ACT), la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG Spain), AUTOCONTROL, la Branded Content Marketing Association (BCMA), el Club de Creativos (c de c), e Insight + Analytics España (I+A) .

Más información:

Convoca:



Asociación Española de Anunciantes

Asesoría estratégica y organización:



SCOPEN

Elena Pérez del Monte

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

Elisa Moreno

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