

120 casos finalistas en los Premios a la Eficacia 2022

KFC, BBVA e IKEA Ibérica son los anunciantes con más casos en lista corta, mientras que el ranking de las agencias lo lideran PS21, MRM y Arena Media.

Madrid, 13 de septiembre de 2022.- Los Premios a la Eficacia 2022 han obtenido una lista de finalistas de 120 casos, lo que supone un 52,4% de los 229 inscritos -cifra récord de lista larga-. En esta XXIV edición son en total 70 anunciantes y 81 agencias los que siguen en competición en esta última fase.

La Asociación Española de Anunciantes, entidad convocante, con la asesoría estratégica de SCOPEN, desvelará los galardonados el próximo 27 de octubre; será en la Gala de Entrega de Premios que tendrá lugar en el Teatro Real de Madrid.

El ranking de empresas anunciantes con más casos finalistas en las diferentes categorías lo lidera KFC con 9, seguido de BBVA con 7, y de IKEA Ibérica con 5.

Por parte de las agencias se sitúa PS21 con 16, MRM con 12 y Arena Media con 11.

Por lo que respecta a las categorías, este año se han renovado adaptándolas a las nuevas tendencias del mercado, lo que se ha traducido en un éxito de inscripciones. El primer lugar con más casos se concentra en “Mejor Campaña de Producto / Servicio Existente, con 13, a la que le siguen con 12: “Estrategia Más Original y Disruptiva”, “Mejor Campaña de Lanzamiento de Marca / Producto / Servicio”, “Mejor Acción Táctica” y “Mejor Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (campañas tácticas o de producto / servicio)”. 11 casos se analizarán en las categorías “Mejor Campaña Integrada” y “Mejor Acción en Branded Content”. 9 en “Construcción de Comunidad y Audiencia Propia”, 8 en “Mejor Campaña Internacional”, 7 en “Mejor Campaña Regional / Local” y en “Mejor Demostración de Propósito Social de Marca”, 4 en “Construcción de una Marca” y 2 en “Mejor Campaña de ONG”.

Como afirma el presidente del Jurado Eficacia 2022, Jaume Alemany, director de Marketing, Comunicación y Exportación de Damm, “vemos, una vez más, dada la altísima calidad de los trabajos que se inscriben a los Premios Eficacia, cómo la publicidad es un gran instrumento de cohesión social y económica”.

A Jaume Alemany le acompañan en el jurado Patricia Abril, CEO Good&Fast Restauración. Franquiada de McDonald's (*Representante del Club de Jurados*); Rafael Alferez, Marketing director, KIA; Luisa García, socia y CEO Europa, LLYC; Luis González Soto, head of Marketing and Brand Management, ING España & Portugal; Bruno Lambertini, co-founder Media.Monks (*Jurado Internacional*), Vicky Nieto, Managing director, McCann Madrid; Isabel Ontoso, directora de Marketing Corporativo, Marca y Medios, Grupo Viajes El Corte Inglés; Javier Portillo, director de Marketing, Campofrío; Juanma Ramírez, chief Strategy Officer, Accenture Song (*Representante APG*); Marta Ruíz-Cuevas, CEO Iberia & México, Publicis Groupe; Carlos Sanz de

Andino, presidente Creativo, Darwin & Verne; y Estefanía Yágüez, Consumer Insights & Market Intelligence director, L'Oréal (*Representante I+A*).

Lidia Sanz, directora general de la aea, y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN, actúan como secretarios del Jurado.

Patrocinadores y Colaboradores

A los patrocinadores CMVocento, JCDecaux y YouTube se han unido también, en esta edición, NewixMedia y Omnicom Media Group (OMG).

Colaboran con los Premios a la Eficacia la Asociación de Agencias de Medios (am), la Asociación de Agencias 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).

Se adjunta Lista Corta de los Premios Eficacia 2022.

Más información:

Convoca:



Asociación Española de Anunciantes

Elena Pérez del Monte

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

Asesoría estratégica y organización:



SCOPEN

Elisa Moreno

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