

Premio a la Agencia del Año para DDB

“La muñeca que eligió conducir”, campaña de Navidad de Audi, Gran Premio a la Eficacia 2017

Madrid, 27 de octubre de 2017.-Ayer, en el Teatro Real de Madrid, se entregaron los Premios a la Eficacia que, ya en su XIX edición, convoca anualmente la Asociación Española de Anunciantes (aea), y que cuentan con la asesoría estratégica y organización de SCOPEN.

“La muñeca que eligió conducir”, campaña de Navidad 2016 de Audi, de Volkswagen Group España Distribución, realizada por la agencia Proximity Barcelona, se alzó con el Gran Premio a la Eficacia 2017 y con dos oros, uno en la categoría Mejor Campaña a través de Medios Ganados, y otro en la categoría especial Relevancia Social de una Marca. El éxito lo ha alcanzado al conseguir que su corto animado en 3D sobre igualdad género, dirigido a un target de cuatro a siete años, abriera debate en la sociedad, se compartiese millones de veces por las redes sociales e, incluso, incidiera positivamente en las ventas. Distintas investigaciones sostienen que la creencia de que los coches en general, y los deportivos de alta gama en particular, son fundamentalmente cosa de hombres, comienza a cimentarse en la infancia, entre los cuatro y siete años, a través de la elección de determinado tipo de juguetes para los niños. En esta historia es una muñeca la que conduce su propio Audi R8.

Esta compañía, que lleva años comprometida con la igualdad de género en la conducción, hasta el punto de haber contado en su equipo de rally con Michèle Mouton, considerada la más importante automovilista de la historia, nunca antes había hecho una campaña que mostrase explícitamente ese posicionamiento.

El Premio a la Agencia del Año, novedad este año tras fusionarse el de agencia creativa y agencia de medios en un único premio, ha recaído en DDB, que lo ha obtenido por su puntuación en función de los casos que han pasado a la lista corta y de los trofeos recibidos.

Los Premios a la Eficacia son los más valorados por el sector publicitario, ya que son los únicos que premian en nuestro país la demostración de los resultados obtenidos por las campañas, ya sea en términos de ventas, notoriedad, construcción de marca, medios ganados, cambios sociales, etc, y evidencian el valor de la publicidad como uno de los principales motores de la economía.

El presidente de la Asociación Española de Anunciantes, Jaime Lobera, director corporativo de marketing y ventas de Campofrío Food Group, y el presidente del Jurado, Enrique Arribas, director de marketing corporativo y marca de Banco Santander, hicieron entrega de los máximos galardones.

El total de trofeos ha sido de 35 - incluido tanto el Gran Premio como el Premio a la Agencia del Año -, entre los cuales se cuentan 15 oros, 8 platas y 10 bronces, conseguidos por 23 anunciantes y 26 agencias que han demostrado, en un entorno altamente competitivo, ser los mejores en cumplir los objetivos planteados a través de sus estrategias de comunicación comercial e ideas creativas e innovadoras. Jaime Lobera ha alabado del palmarés “los excelentes resultados de casos con innovación, mensaje social, micro segmentación, con potentes

construcciones de marca, con integración, utilización exhaustiva de datos, e incluso con acciones muy simples con retornos inmediatos y muy superiores a los previstos". Por su parte Enrique Arribas ha afirmado que con la nueva distribución de categorías "las pymes tienen más oportunidades de ser premiadas por su eficacia". Asimismo, manifestó, "con el reconocimiento especial que este año el jurado hemos concedido a la Comunicación en Startups, animamos a valorar a esas empresas emergentes que están arrancando con nuevas ideas de negocio".

Por recuento de oros, en la categoría "Construcción de una Marca" este metal ha sido para Campofrío Food Group y McCann, por "Gama"; en "Mejor Campaña Integrada" lo han ganado Volkswagen Group España Distribución y DDB, por "Audi Q2"; en "Estrategia Más Innovadora", Promotur Turismo de Canarias y DEC BBDO, por "Destino turístico"; en "Mejor Campaña de Producto/Servicio", Svenson y Y&R MAD, por "Svenson"; en "Mejor Acción Táctica", Johnson & Johnson y UM, por "Reactine Gama"; en "Mejor Campaña Regional /Local", Corporación Alimentaria Peñasanta (CAPSA) y BAP & Conde, por "Larsa sobremesa"; en "Mejor Campaña en Medios Propios" el máximo galardón ha sido una plata que la han ganado Tous, UM, y *S,C,P,F..., por "Instagram Tender Stories"; y siguiendo con los oros, en "Mejor Campaña a través de Medios Ganados", ha sido para Volkswagen Group España Distribución y Proximity Barcelona, por "Campaña de Navidad Audi"; en la categoría especial "Mejor Campaña de Producto/Servicio Presupuesto Inferior a 200.000€", Diputación Foral de Gipuzkoa y Dimensión, por "Cultura"; en la categoría especial "Mejor Campaña Táctica Presupuesto Inferior a 200.000€", Nestlé, Zenith, y Tiempo BBDO, por "150 Aniversario Nestlé"; en categoría especial "Internacionalidad" se han otorgado dos oros, uno a Tous, *S,C,P,F..., y UM, por "Colección Fall/Winter 2016", y otro a Volkswagen Group España Distribución y DDB, por "Audi Q2"; en categoría especial "Relevancia Social de una Marca", Volkswagen Group España Distribución y Proximity Barcelona, por "Campaña de Navidad Audi"; en categoría especial "Mejor Campaña de ONG", Fundación Unoentrecienmil e Innuba, por "Captación de fondos"; en cuanto a los dos reconocimientos especiales, se concedieron uno a la "Investigación" que fue para Nestlé España y Ogilvy & Mather Publicidad, por "Corporativo"; y otro a la "Comunicación de Startups", para Blink Learning y dommo, por "Blink Learning".

Por otra parte, el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia ya otorgó, el pasado 3 de octubre, los premios a la "Trayectoria Publicitaria de una Marca", a la "Mejor Trayectoria Profesional", y "Sub 41", que recayeron respectivamente en Loterías y Apuestas del Estado, en Gabriela Díaz Guardamino (IKEA), y en Gonzalo Saiz (Bankinter).

Por cuarto año consecutivo, la Gala contó con el presentador Jesús Vázquez.

El Jurado de la XIX Edición de los Premios a la Eficacia

El Jurado de esta XIX edición que ha evaluado los casos en función de los criterios de "Estrategia", "Idea y Ejecución", y "Resultados", y que ha acompañado al presidente Enrique Arribas ha estado compuesto por Cristina Burzako, directora de marketing y comunicación de Movistar+; Cristina Espinosa, Brand manager Balay de BSH Electrodomésticos España; Ana González, managing director de UM Spain; Erik Häggblom, CEO de Carat Spain; Marisa Manzano, directora comercial de Facebook; Neus Martínez, directora de Comunicación de Nestlé España; Guillermo Navarro, director estratégico y socio fundador de La Mujer del Presidente (representante de APG Spain); José María Roca, vice president & chief creative officer de DDB España; Juan José Sáez-Torres, ex director de Marketing y Clientes de El Corte Inglés; Gonzalo Saiz, director de Marketing de Bankinter; Claudia Safont, managing director de TBWA\Barcelona; Luis Vegas, CEO Corporate de Grupo Ontwice; y Martin Wohlfart, head of Sales & Client Management Madrid Office de Kantar Millward Brown (representante de

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

Patrocinadores y Colaboradores

Los Premios a la Eficacia cuentan con el patrocinio de Clear Channel, CMVocento, Mindshare y YouTube. GroupM es patrocinador en exclusiva de todas las actividades del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia.

Colaboran en estos galardones la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), la Asociación de Agencias de Medios (AM), la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (ANEIMO), la Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP), la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG), AUTOCONTROL y el Club de Creativos (c de c).

El diseño y producción de la Gala ha corrido a cargo de Beon, agencia de los Premios a la Eficacia.

Se adjunta palmarés. 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