

La Asociación Española de Anunciantes inaugura la XXIV edición con novedades en categorías y premios

Abierto el periodo de inscripción de los Premios a la Eficacia 2022

Madrid, 4 de abril de 2022.-Desde hoy 4 de abril hasta el 31 de mayo tiene lugar el periodo de inscripción de casos a los Premios a la Eficacia 2022 que convoca la Asociación Española de Anunciantes (aea) y que cuentan con la asesoría estratégica de SCOPEN.

Este año se presenta con novedades tanto en las categorías, para adecuarlas a las nuevas tendencias del mercado, como en los premios, fruto de una profunda revisión llevada a cabo tras una serie de encuestas realizadas entre los miembros del Club de Jurados y de la aportación de la Asociación de Planificadores Estratégicos (APG) como organización colaboradora.

Las nuevas categorías son:

- Construcción de una Marca
- Mejor Campaña Integrada
- Estrategia Más Original y Disruptiva
- Mejor Campaña de Lanzamiento de Marca/Producto/Servicio
- Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente
- Mejor Acción Táctica
- Mejor Campaña Regional/Local
- Construcción de Comunidad y Audiencia Propia
- Mejor Acción en Branded Content
- Mejor Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (campañas tácticas o de producto/servicio)
- Mejor Campaña Internacional
- Mejor Demostración de Propósito Social de Marca
- Mejor Campaña de ONG

Además, entre todos los casos presentados, se otorgará el Reconocimiento Especial a la Investigación. Asimismo, el Jurado podrá entregar, si así lo considera, 2 Reconocimientos Especiales.

En la categoría de presupuesto inferior a 200.000€, que pasa a ser de 250.000€, así como en la de Internacionalidad, se amplían los metales añadiéndose al oro, la plata y el bronce.

También se producen cambios en cuanto al criterio para otorgar el premio a la Agencia del Año, ya sea a la de Medios o a la Creativa. El objetivo es que pueda ser un premio más abierto para poder obtenerlo. Por ello, se establecen dos tipos de agencias, líderes y colaboradoras. En cada caso se pueden incluir dos agencias líderes, éstas recibirán la puntuación completa de los casos que resulten premiados mientras que las colaboradoras recibirán la mitad de la puntuación. Para poder optar a la Agencia del Año será necesario tener como mínimo un caso en el palmarés.

Por otra parte, el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia añadirá a sus galardones el del Premio Eficacia al CEO.

Hasta la fecha, desde 1997 son ya 3.335 los casos inscritos, 773 los trofeos entregados, 932 los anunciantes y 520 las agencias que han participado, destacando que, en cada edición, se incorporan nuevas compañías que compiten por primera vez.

Respecto al ranking de anunciantes premiados lo sigue liderando Coca-Cola y el de agencias McCann.

Para esta edición, según el plan de acción Eficacia 2022, se continuará con el Programa Eficacia Universidades, ya en su IV edición, y con los actos de los seminarios de formación y con la Jornada Internacional. Asimismo, los Premios a la Eficacia permanecen formando parte del ranking mundial WARC Effective 100.

La fecha de la gala de entrega de premios será el 27 de octubre y se celebrará en el Teatro Real.

Este año, para hacer la gala sostenible se medirá la huella de carbono mediante la empresa Creast.

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

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).

En la web: www.premioseficacia.com se pueden descargar tanto las bases de participación como toda la documentación requerida.