



Arranca el 25 Aniversario de los Premios Eficacia 2023 con la apertura de inscripciones

## Sofía Rodríguez-Sahagún, presidenta del jurado Eficacia 2023

*Madrid, 13 de abril de 2023.*-Los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (aea), que cuentan con el asesoramiento estratégico de SCOPEN, arrancan la edición de 2023 con la celebración del 25 Aniversario y con Sofía Rodríguez-Sahagún, Global Discipline head of Marketing, Digital Sales, Design and Behavioural Economics en BBVA, al frente del Jurado como presidenta.

### **Inscripción, categorías, nueva identidad de plataforma de marca y acciones especiales por el 25 aniversario**

Desde el 13 de abril al 31 de mayo ya se pueden inscribir casos a las 13 categorías que junto con las bases y formularios de participación pueden consultarse en la web [www.premioseficacia.com](http://www.premioseficacia.com).

Este año es cuando toma protagonismo la nueva identidad de la marca EFKCIA, a cargo de la agencia PINK, que ha evolucionado el concepto genérico de “Eficacia” hacia una plataforma estratégica. Para ello contó con la contribución del Consejo Directivo de la aea, del Club de Jurados de los Premios Eficacia y de otros colaboradores.

El resultado es un paraguas de arquitectura de marca que contempla un universo de sub-marcas. El nuevo logo ha pasado por un proceso de doble contracción que, aplicando un recurso morfo-fonológico, reduce a los mínimos términos la expresión visual de las sílabas que componen la palabra e-fi-ca-cia, manteniendo, al mismo tiempo, la comprensión de su significado.

Por otra parte, como acciones especiales para el 25 aniversario se trabaja ya en el libro “Las campañas más eficaces de la publicidad española” que contará con el autor Fernando Montañés para su elaboración. En esta obra se desgranarán los casos ganadores de los Grandes Premios a la Eficacia desde su primera edición. El objetivo es ahondar más allá de los resultados ya reconocidos por el jurado de cada edición y ver cómo, a lo largo del tiempo, resultan grandes ejemplos de lo que se puede lograr con una gran comunicación en todo tipo de productos, servicios, sectores, marcas y mercados.

También se producirá un video especial, a propuesta de BBDO, que pondrá en valor la complejidad y el rigor de los premios.

Igualmente, como novedad se trabajará en un “Informe de Tendencias en la Comunicación Comercial, de la mano de Ipsos, a través del análisis de los casos que pasen a la lista corta. El

objetivo es proporcionar a la industria una visión más global y un punto de referencia entre las tendencias o movimientos relevantes en el mercado español.

En cuanto a otros cambios técnicos, se produce una ligera variación en las ponderaciones de los criterios de evaluación del Jurado. Así, los resultados serán valorados en un 45%, aumentando un 5% respecto al 40% anterior; la estrategia sigue en un 30% y la idea y ejecución se reduce en un 5% pasando a ser de un 25%. Aun manteniendo también la creatividad un peso importante en los premios, se potencian más los resultados obtenidos, atendiendo a las consideraciones de los jurados de ediciones anteriores.

Asimismo, en esta edición se establece, por caso presentado, un límite máximo de dos agencias líderes y de cuatro agencias colaboradoras.

Además, se seguirá con la presencia de la colección Premios Eficacia NFT en el metaverso, con SuperReal; se continuará, también, como ya se inició el año pasado, midiendo la huella de carbono, con la empresa CREAM; y con las acciones como las de los Seminarios Eficacia, Jornada Internacional, Programa Eficacia Universidades y los encuentros, si cabe, aún más especiales por esta celebración, del Club de Jurados.

## **Jurado**

El jurado que acompañará a Sofía Rodríguez-Sahagún está compuesto por otros catorce profesionales de la industria:

- . Cristina Barranco, Managing director, OMD Spain.
- . Borja Cameron, director de Marketing, ALSEA.
- . Raúl Cardos, fundador y presidente, (anónimo) México / Jurado Internacional.
- . Carmen Fernández Alarcón, CEO, Havas España.
- . Concha Gabriel, adjunta Dirección, IMOP Insights / Representante I+A.
- . Sergio García, Strategy director, PS21 / Representante APG.
- . Luis Gómez, asesor senior, Iberdrola / Representante Club de Jurados.
- . Javier Gómez Blanzaco, director creativo ejecutivo inhouse y codirector del dpto. de creatividad y branding, El Corte Inglés.
- . Elena Gris, directora de Marketing, Hyundai.
- . Jesús Ovejero, Managing director & Partner, Manifiesto.
- . José María Piera, chief client officer, Wunderman Thompson Spain.
- . Cristina Rey, CEO UM / Chief Transformation Officer Mediabrands.
- . Ana Robledo, directora de Marketing y Comunicación, Pikolin.
- . Kerman Romeo, head of Fame & Media Effectiveness, KFC España.
- . Co-Secretarios: Lidia Sanz, directora general aea y César Vacchiano, presidente & CEO SCOPEN.

## **Unos premios de toda la industria de la comunicación comercial**

Hasta la fecha, desde 1997 son ya 3.564 los casos inscritos, 816 los trofeos entregados, 970 los anunciantes y 562 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. Por otra parte, también, los Premios Eficacia permanecen formando parte del ranking mundial WARC Effective 100.

La gala de entrega de premios tendrá lugar el 26 de octubre en el Teatro Real de Madrid.

En esta edición los patrocinadores son CM Vocento, JCDecaux, NewixMedia y 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).