

El valor de la publicidad

Madrid, 13 de octubre de 2020.-“El valor de la publicidad” es el título de la campaña publicitaria de los Premios a la Eficacia 2020 de la Asociación Española de Anunciantes (aea) que se estrenó el pasado sábado 10 de octubre proyectándose en el Festival c de c, en la sede del Palacio de Congresos Kursaal, ante una buena representación de profesionales de la industria publicitaria que celebraba este evento de manera presencial y online.

El objetivo de la campaña es rebatir con datos los argumentos de quienes en la sociedad piensan que la publicidad no sirve para nada. Así, los resultados en ventas de distintas compañías evidencian que esta actividad es motor del consumo e impulsora de otras industrias contribuyendo directamente a la recuperación económica del país.

El estreno en otro Festival del sector, el cdec, simboliza la unión de esta industria y la puesta en valor de la colaboración existente también, en este caso de los Premios a la Eficacia con la Asociación de Creatividad Transformadora (ACT) y el Festival El Sol que abrirá la Gala de Entrega de los Premios a la Eficacia 2020 que tendrán lugar el próximo 29 de octubre en la sede del Teatro Real.

La campaña “El valor de la publicidad” ha sido obra de TBWA y de la productora Fish y tiene aplicación en distintas piezas como exterior, video, gráfica, rrss, banner, etc.

Accede al video: <http://bit.ly/EIValorDeLaPublicidadPremiosEficacia>

FICHA Premios Eficacia

Agencia:	TBWA\ESPAÑA
Cliente:	Asociación Española de Anunciantes y Scopen
Producto:	Premios Eficacia
Contactos del Cliente:	Lidia Sanz (aea) y César Vacchiano (Scopen)
Chief Creative Officer:	Juan García-Escudero
Director Creativo Ejecutivo:	Mikel Echeverría
Redactor:	Charlie Lastra
Director de arte:	Pepelu Sánchez

Vicepresidente Estratégico:	Jesús Fuertes
Directora de Cuentas:	Beatriz Conejero
Directora de Producción Audiovisual:	Mariluz Chamizo
Producer:	María Cancelo
Productora:	Fish Film
Productor Ejecutivo:	David de la Flor
Realizadores:	ZAZA
Título:	“El valor de la publicidad”