Premio a la Agencia Creativa del Año: PS21

Premio a la Agencia de Medios del Año: Arena Media

"CUPRA", Gran Premio Eficacia 2023

Madrid, 27 de octubre de 2023.-Ayer, en el Teatro Real de Madrid, se entregaron los Premios a la Eficacia que, ya en su XXV Aniversario, convoca anualmente la Asociación Española de Anunciantes (aea), y que cuentan con la asesoría estratégica de SCOPEN.

La campaña de "CUPRA" y la agencia &Rosàs, con la colaboración de PHD Media, ha conseguido el Gran Premio a la Eficacia 2023 y un oro en la categoría "Construcción de una Marca".

Entre los principales resultados obtenidos, CUPRA ha logrado acaparar ya un 40% de la facturación de SEAT tras, desde su nueva plataforma de comunicación, convertirse en una "mega marca" transgresora y desafiante en su categoría, siendo capaz de llegar a un segmento de la población elevado y premium, alejándose de la imagen asociada únicamente al racing y a la competición. Uno de sus principales éxitos comenzó triplicando sus ventas en 2021 respecto a 2020, una tendencia que sigue al alza, habiendo ocupado un sólido espacio en el concurrido mundo automotriz, con una publicidad que apela a la emoción por encima de los atributos funcionales o de prestación del vehículo, ya que se dirige al target de los "petrol-heads", aquellos conductores que no solo aman los coches, sino que hacen de conducir el motor de sus vidas.

El Premio a la Agencia Creativa del Año ha recaído, por segunda vez consecutiva, en PS21. El Premio a la Agencia de Medios del Año ha sido, por séptima vez, para Arena Media, habiéndolo recibido previamente en 2010, 2011, 2016, 2020, 2021 y 2022.

En ambos casos han obtenido su puntuación en función de las inscripciones que han pasado a la lista corta y de los trofeos recibidos.

Los Premios a la Eficacia son los únicos que premian 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 posicionan el valor de la publicidad como uno de los principales motores de la economía.

Javier López Zafra, presidente de la Asociación Española de Anunciantes, y secretario general y del Consejo de L'Orèal España, y la presidenta del Jurado Eficacia 2023, Sofía Rodríguez-

Sahagún, Global Discipline head of Marketing, Digital Sales, Design and Behavioural Economics en BBVA, hicieron entrega de los máximos galardones.

El total de trofeos ha sido de 45 -incluido tanto el Gran Premio como los Premios a la Agencia Creativa del Año y a la Agencia de Medios del Año -, entre los cuales se cuentan 15 oros, 15 platas y 12 bronces, conseguidos por 30 anunciantes y 56 agencias.

Por recuento de oros, en la categoría "Construcción de una Marca", este metal ha sido para CUPRA y &Rosàs, y ha colaborado la agencia PHD Media; en "Mejor Campaña Integrada" el jurado no ha concedido ningún oro; en "Estrategia más Original y Disruptiva" el oro ha sido para Grefusa / KFC y PS21 / Éxit up y, en colaboración, la agencia MeMe, por "Hamstreamers. Pipas Grefusa sabor KFC"; en "Mejor Campaña de Lanzamiento de Marca/Producto/Servicio", el oro le ha correspondido a Alsea y MONO Madrid/ Arena Media, por "Platos atípicos: lo de VIPS no es normal"; en "Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente" lo han obtenido Carrefour y Publicis/Arena Media por "Carre…Carrefour. Poder elegir es poder ahorrar"; en "Mejor Acción Táctica" se han otorgado dos oros, uno para KFC y PS21 / Proximia, contando con la colaboración de MeMe, por "Eduardo Navidad" y otro para Sony Computer Entertainment y Manifiesto, por "PlayStation. Outfluencers"; en "Mejor Campaña Regional / Local" y en "Mejor Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (campañas tácticas o de producto/servicio)" ha sido para Confecomerç y Rosebud por "Comercio local. Principios para recuperar los Principios"; en "Construcción de Comunidad y Audiencia Propia" ha recaído en KFC y PS21/MeMe por "TikTok"; en "Mejor Acción en Branded Content", lo han obtenido Zinkia Entertainment y Jorge Martínez / Arena Media, con la colaboración de las agencias CØLLAGE /F33/Hype, por "Muchoyó. La infancia tiene voz"; en "Mejor Campaña Internacional" lo han ganado Kraft Heinz y Wunderman Thompson y han colaborado las agencias Wonderland Communications / Carat, por "Absolute Heinz"; en "Mejor Demostración de Propósito Social de Marca" ha sido para Diageo y El Ruso de Rocky contando con la colaboración de las agencias LastLap/PHD Media / Newlink / MARCO, por "J&B Rare. Hay ganas de celebrarnos"; en "Mejor Campaña de ONG", el oro ha sido para McDonald`s y TBWA/OMD, por "Fundación Infantil Ronald McDonald`s. Capitán Olson"; respecto a los "Reconocimientos Especiales", el de "Investigación" lo han obtenido Dazn y Dentsu X / Dentsu Creative; y el concedido "Por Convertir un Servicio Público en Marca" ha sido para Correos y MONO Madrid /Arena Media con la colaboración de TBWA/Contrapunto BBDO.

Premios del Club de Jurados

Por otra parte, en esta gala también se han recordado los premios que el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, presidido por Javier Riaño, otorgó el pasado 20 de septiembre a la "Trayectoria Publicitaria de una Marca", al "CEO o máximo ejecutivo" a la "Trayectoria Profesional", y "Sub 41", que recayeron respectivamente en BBVA; Alberto Rodríguez-Toquero (Mahou San Miguel); José María Piera (Wunderman Thompson) y en Asia Okon (L`Oréal).

El Jurado de la XXV edición de los Premios a la Eficacia

El Jurado que ha evaluado los casos en función de los criterios de "Estrategia", "Idea y Ejecución", y "Resultados", y que ha acompañado a la presidenta de esta edición, Sofía Rodríguez-Sahagún, Global Discipline head of Marketing, Digital Sales, Design and Behavioural Economics en BBVA, ha estado integrado por 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 departamento 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 y Kerman Romeo, head of Fame & Media Effectiveness, KFC España.

Lidia Sanz, directora general de la aea, y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN, han sido los secretarios del Jurado.

La Gala, en la que se rindió homenaje tanto a los grandes premios, desde 1997, como al apoyo de la industria publicitaria, fue presentada, ya por décima vez, por Jesús Vázquez y, entre otras sorpresas, se contó con la actuación de José Mercé, momento ofrecido por el patrocinador NewixMedia, y con la banda "La Repera" que acompañó en la entrega de premios.

Asimismo, fue retransmitida en directo por el canal YouTube de Eficacia. Y los premios mantienen su colección NFT: www.premioseficacianft.com / "EficaciaNFT2023" con la colaboración de SuperReal.

Como novedad, en esta edición por el XXV Aniversario se han realizado varias acciones como la edición del libro: "Las campañas más eficaces de la publicidad española", un informe de tendencias de Ipsos y una campaña para gráfica, exterior y RRSS, iniciativa de la agencia BBDO&Proximity.

Como colofón tuvo lugar un cóctel de celebración del XXV Aniversario.

Patrocinadores y Colaboradores

Esta edición ha estado patrocinada por CMVocento, JCDecaux, Jungle, 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).

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

Se adjunta documento con el Palmarés de los Premios a la Eficacia 2023.

Más información:

anunciantes
Comunicar para crear valor

Asociación Española de Anunciantes
Elena Pérez del Monte
elenap@anunciantes.com
Tel.: 91 556 03 51