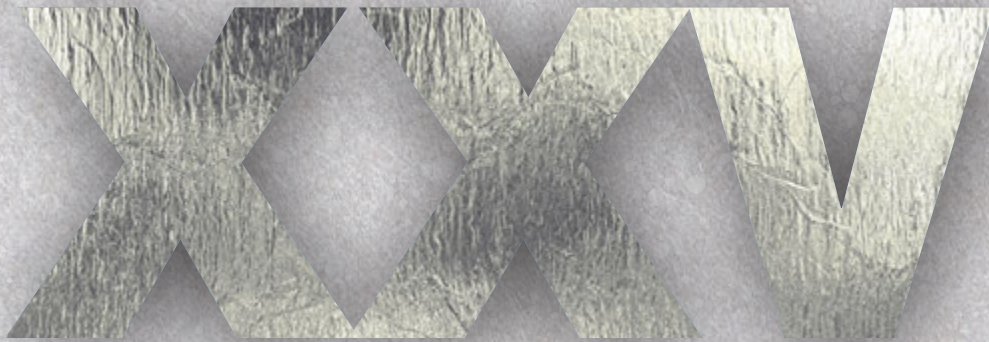


efkTM
■
XXV
ANIVERSARIO

#Eficacia2023



premioeficacia.com

anunciantes
Comunicar para crear valor

Jueves **26** de **Octubre**
Teatro Real

Asesoría Estratégica

SCOPEN

Patrocinan

cmvocento

JCDecaux

JUNGLE

NEWIX MEDIA

OMG Omnicom
MediaGroup

PROLOGO



Javier López Zafra
Presidente aea

Gracias al análisis de los Grandes Premios a la Eficacia contamos con muchos datos que nos indican las claves y cómo es la publicidad más eficaz que hacemos.

Y es seguro que los casos ganadores de esta edición de 2023 saben: emocionar, interesar, mover a la acción, hacer reír, arriesgar, simplificar, reutilizar, narrar, inspirar y compartir. Este es el decálogo de verbos con los que se consiguen los mejores resultados, es lo que se detecta tras desmenuzar los 26 casos ganadores de los Grandes Premios a la Eficacia expuestos en el libro de este XXV Aniversario: “Las campañas más eficaces de la publicidad española” y en muchos de estos verbos coincide también el informe de tendencias elaborado por Ipsos para los Premios a la Eficacia.

Desde el privilegio que ostento al presidir la Asociación Española de Anunciantes en este XXV Aniversario de los Premios a la Eficacia, me llena de orgullo dar las gracias a todos los profesionales que habéis contribuido a hacerlos tan grandes y necesarios como son en la actualidad.

De las reuniones de los jurados se derivan auténticas clases de comunicación comercial con puntos de vista muy enriquecedores sobre lo que de verdad importa al final para la audiencia y cómo es la mejor manera para desarrollarlo exitosamente.

Enhorabuena por tanto a los que con vuestro talento habéis hecho siempre mejores a estos premios. No es fácil romper moldes, tener una gran idea publicitaria y desarrollarla a la altura que merece el objetivo a alcanzar, conseguirlo y seguir manteniendo la coherencia a lo largo del tiempo; construir de forma adecuada con estrategias brillantes, haciendo un uso inteligente de los datos, con una buena ejecución. Hablamos de habilidades muy potentes, muy frescas, valientes y, además, en la mayoría de los casos con propósito social, manteniendo una comunicación de marca de calidad.

Y por todo ello quiero agradecer expresamente también la gran generosidad de las marcas que ponen a disposición del lector todo este conocimiento en El Libro de los Resultados, que se entrega como regalo al término de la Gala.

Estamos en un año de celebración y en consecuencia de gratitud a toda la industria, enhorabuena y felicidades a todos.

JURADO



Sofía Rodríguez-Sahagún
Global Head of Marketing, Digital
Sales, Design and Behavioural
Economics Disciplines
BBVA
PRESIDENTA DEL JURADO



Cristina Barranco
Managing Director
OMD Spain



Borja Cameron
Marketing Director
ALSEA



Raúl Cardós
Fundador y Presidente
(anónimo) México
JURADO INTERNACIONAL



**Carmen Fernández
de 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 DEL
CLUB DE JURADOS**



Javier Gómez Blanzaco
Director Creativo Ejecutivo
inhouse / 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
Mediabrand



Ana Robledo
Directora de Marketing y
Comunicación
Pikolin



Kerman Romeo
Head of Fame & Media
Effectiveness
KFC España



Lidia Sanz
Directora General
aea
**CO-SECRETARIA
DEL JURADO**



César Vacchiano
Presidente y CEO
SCOPEN
**CO-SECRETARIO
DEL JURADO**

FINALISTAS

CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Bankinter	Bankinter	El banco que ve el dinero como lo ves tú	Sioux meet Cyranos / Havas Media	Pixel and Pixel
Correos	Correos	Correos	MONO Madrid / Arena Media	TBWA / Contrapunto BBDO
Dazn	Dazn	Dazn	Dentsu X / Dentsu Creative	
Heineken	El Águila	Saborea tu libertad	Ogilvy / Dentsu X	MONO Madrid
McDonald's	Big Good	Big Good	TBWA / OMD	
Ouigo	Ouigo	Ouigo	Havas	
Pernod Ricard	Seagram's Gin	Vive como si nadie te conociera	China	
SEAT	CUPRA	CUPRA	&Rosàs	PHD Media
Wallapop	Wallapop	Wallapop	Jesús Revuelta / MONO Madrid	Initiative

FINALISTAS

MEJOR CAMPAÑA INTEGRADA

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Bankinter	Bankinter	Medidas concretas contra la inflación: campaña Don Dinero	Sioux meet Cyranos / Havas Media	Pixel and Pixel
Burger King	Burger King	Tiempos aún más confusos	DAVID Madrid	
Carrefour	Carrefour	Carre... Carrefour. Poder elegir es poder ahorrar	Publicis / Arena Media	
Diageo	J&B Rare	Orgullo de pueblo	El Ruso de Rocky / PHD Media	LastLap / Newlink / MARCO
Hijos de Rivera	1906	La Escalera 1906	This is Libre / iProspect	Sound Connections / Media.Monks / Bloody
Hijos de Rivera	Estrella Galicia	Prohibido bajar los brazos	iProspect / Tony Le Brand	Habitant / Proximia / YouPlanet
ING	Cuenta NoCuenta	Nómadas	Sra. Rushmore / iProspect	
KFC	KFC	Regózalo	PS21 / Proximia	MeMe
McDonald's	McDonald's	Todo tiene un origen	OMD / TBWA	
Mondelez	Suchard	La primera Navidad	Ogilvy / Carat	
SEAT	SEAT Flex	La compra flexible que se mueve contigo	CATORCE / PHD Media	
Sony Computer Entertainment	PlayStation	God of War Ragnarök	CLV / Real Madrid Global Partnership	Men's Health Marketing / EssenceMediacom

FINALISTAS

ESTRATEGIA MÁS ORIGINAL Y DISRUPTIVA

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Diageo	J&B Rare	Hay ganas de celebrarnos	El Ruso de Rocky	LastLap / PHD Media / Newlink / MARCO
Diageo	Tanqueray 0,0%	La 0,0 diferente	La Despensa	PHD Media / Newlink / Unit
Divina Seguros	Divina Seguros	Seguros para jóvenes. "Tener"	Rosebud	Zenithbr
Fundació La Marató de TV3	La Marató de TV3	Cuando el corazón se detiene	K1000 Collaborative	
Grefusa / KFC	Pipas G sabor KFC	Hamstreamers	PS21 / Éxit up	MeMe
Hijos de Rivera	Estrella Galicia	No pack	Tony Le Brand / Havas Media	iProspect / Habitant / Proximia / YouPlanet
Netflix	Netflix	El bolso de Georgina	DAVID Madrid	Wavemaker
PepsiCo	Doritos	Crunch Cancellation	TBWA / OMD	
Revista Líbero	Revista Líbero	La copa más sucia	PS21	ES3 / Libero Creative Club
Sony Computer Entertainment	PlayStation	Outfluencers	Manifiesto	

FINALISTAS

MEJOR CAMPAÑA DE LANZAMIENTO DE MARCA/PRODUCTO/SERVICIO

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Alesea	VIPS	Platos atípicos: lo de VIPS no es normal	MONO Madrid / Arena Media	
Burger King	Burger King	Tiempos aún más confusos	DAVID Madrid	
CEPSA	CEPSA	CEPSA GOW	Publicis / iProspect	Alkemy / Sr Goldwing / Superunion / The Cocktail
Grefusa / KFC	Pipas G sabor KFC	Hamstreamers	PS21 / Éxit up	MeMe
Iberia	Propósito de marca	Basado en vuelos reales	McCann Worldgroup / Havas Media	
MEDIAPRO	Gol mundial	Lo que cuesta jugar un mundial y lo poco que cuesta verlo	HMG	
Netflix	Netflix	El bolso de Georgina	DAVID Madrid	Wavemaker
PepsiCo	Alvalle	Selección de temporada	PS21 / OMD	
SEAT	SEAT Flex	La compra flexible que se mueve contigo	CATORCE / PHD Media	

FINALISTAS

MEJOR CAMPAÑA DE PRODUCTO/ SERVICIO EXISTENTE

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Alea	Domino's Pizza	Lanzamiento Pizzennials	Sra. Rushmore / Arena Media	
Hijos de Rivera	Estrella Galicia	No pack	Tony Le Brand / Havas Media	iProspect / Habitant / Proximia / YouPlanet
Carrefour	Carrefour	Carre... Carrefour. Poder elegir es poder ahorrar	Publicis / Arena Media	
Cervezas Victoria	Cervezas Victoria	El discurso de todo un país	Jon Lavin / Arena Media	The Lion
Conferencia Episcopal Española	X tantos. Campaña de la renta 2022	X ellos, X ti, X tantos	BBDO&Proximity	
Diageo	J&B Rare	She	El Ruso de Rocky	PHD Media / Newlink / MARCO
Food Delivery Brands Group	Telepizza	Viva la masa	Sioux meet Cyranos / Zenith	
MAPFRE	Seguros MAPFRE	24/7 en acción	McCann Worldgroup / UM	
P&G	Dodot Pants	Marronazo	VMLY&R	
PepsiCo	Doritos	Crunch Cancellation	TBWA / OMD	
Pernod Ricard	Jameson	Tómalo menos en serio	iProspect	
Promotur	Turismo de Canarias	La Palma y el volcán sin nombre	BBDO&Proximity / Initiative	
SEAT	CUPRA León	Come Closer	CATORCE / PHD Media	
TaxDown	TaxDown	Declaración de la renta 2021	PS21	

FINALISTAS

MEJOR ACCIÓN TÁCTICA

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Aldi	Aldi	Campaña juguetes 2022	The Cyranos / DDB	Havas Media
Alibaba Group	AliExpress	AliExpress Choice	OMD	
Alesea	VIPS	Desayunos: alarmas	MONO Madrid / Arena Media	
APEX	Jumpers	A pachas	Fuego Camina Conmigo	
Asociación Española Contra el Cáncer	Asociación Española Contra el Cáncer	Todos Contra el Cáncer	LLYC / Arena Media	
Bankinter	Bankinter	Medidas concretas contra la inflación: campaña Don Dinero	Sioux meet Cyranos / Havas Media	Pixel and Pixel
Burger King	Burger King	Bizarrap King	DAVID Madrid	
Diageo	J&B Rare	Orgullo de pueblo	El Ruso de Rocky / LastLap	PHD Media / Newlink / MARCO
Diageo	J&B Rare	She	PHD Media / El Ruso de Rocky	Newlink / MARCO
Finetwork	Finetwork	Streaming Billboard	PS21 / MeMe	
IKEA Ibérica	IKEA	IKEA en directo	iProspect	The Story Lab / Isobar
KFC	KFC	Eduardo Navidad	PS21 / Proximia	MeMe
McDonald's	McDonald's Big Good	La hamburguesa que no pudo ser	TBWA / OMD	True
Sony Computer Entertainment	PlayStation	Outfluencers	Manifiesto	

FINALISTAS

MEJOR CAMPAÑA REGIONAL/LOCAL

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Confecomerc	Confecomerc	Comercio local. "Principios para recuperar los Principios"	Rosebud	
Eroski	Eroski	La cesta que enamora	Sra. Rushmore / Proximia	
Gadisa Retail	Gadis. Vivamos como galegos	Saquemos a bailar el futuro	BAP&Conde	
Grupo Damm	Estrella Damm	Poolsera	Fuego Camina Conmigo / Arena Media	Adsmurai
Heineken	Cruzcampo	Pepe "El mudo". Una historia con mucho acento	Ogilvy / Nteam	Dentsu X
Hijos de Rivera	Agua de cuevas	El agua de la montaña asturiana	Proximia	Arrontes y Barrera / Impact5
IKEA Ibérica	IKEA	IKEA Fallas	McCann Worldgroup / LPF	Tinkle / MRM McCann Worldgroup
Penguin Random House	Penguin Random House	Bancolibros: siéntate a leer	Carat	JCDecaux
Uber	Plataforma movilidad	Te llevamos a donde quieras	MONO Madrid	EssenceMediacom

FINALISTAS

CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDAD Y AUDIENCIA PROPIA

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Grupo AXA	AXA Motor	La predicción al servicio del negocio de AXA	IPG Mediabrands	
KFC	KFC	TikTok	PS21 / MeMe	
McDonald's	MyMcDonald's	MyMcDonald's	TBWA / Globant Create	OMD
Reckitt Benckiser	Durex	Hay tema	Fuego Camina Conmigo	Arena Media
Samsung	Samsung Galaxy ZFold3 / Galaxy ZFlip3 / Galaxy ZFold4 / Galaxy ZFlip4	Lock	Be a Lion	Starcom
Santillana educación	E-vocacion	E-vocacion.es	BBDO&Proximity	
Vocento	Relevo	Comunidades que cambian las reglas	Tango	Yellow Brick Road

FINALISTAS

MEJOR ACCIÓN EN BRANDED CONTENT

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
CaixaBank	CaixaBank	Entrenadores de inconformismo	McCann Worldgroup / Havas Media	
Heineken	Cruzcampo	Pepe "El mudo". Una historia con mucho acento	Ogilvy / Nteam	Dentsu X
ING	Cuenta NoCuenta	Nómadas	Sra. Rushmore / iProspect	
KFC	Pollizza	La massacre	PS21 / Proximia	MeMe
Pernod Ricard	Jameson	Tómalo menos en serio	iProspect	
Promotur	Islas Canarias	Discovering Canary Island	Mediabrand Content Studio	Initiative
Reckitt Benckiser	Durex	Hay tema	Fuego Camina Conmigo	Arena Media
Samsung	Samsung Galaxy ZFold3 / Galaxy ZFlip3 / Galaxy ZFold4 / Galaxy ZFlip4	Lock	Be a Lion	Starcom
Sanitas	Sanitas	Cuidarnos entre nosotros nos hace humanos	iProspect / Candy Store	
SEAT	SEAT MÓ	Campaña de verano	CATORCE / PHD Media	
Zinkia Entertainment	Muchoyó	La infancia tiene voz	Jorge Martínez / Arena Media	CØLLAGE / F33 / Hype

FINALISTAS

MEJOR CAMPAÑA PRESUPUESTO INFERIOR 250.000€

(CAMPAÑAS TÁCTICAS O DE PRODUCTO/SERVICIO)

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
APEX	Jumpers	A pachas	Fuego Camina Conmigo	
Bizum	Bizum	#BizumQuienEsQuien	Manifiesto	
Campofrío	Vegalia	Emosido engañado	McCann Worldgroup / MRM McCann Worldgroup	People Agency / Lasker
Carmelo&Willy	Autopromo CYW	Gatas, el primer cómic en I.A. de España	Carmelo&Willy	Acento en la cé
Confecomerç	Confecomerç	Comercio local. "Princi- pios para recuperar los Principios"	Rosebud	
Finetwork	Finetwork	Streaming Billboard	PS21 / MeMe	
Ford	Ford Mustang Mach-E	Out of office test drive	VMLY&R	Mindshare
Hijos de Rivera	Agua de cuevas	El agua de la montaña asturiana	Proximia	Arrontes y Barrera / Impact5
IKEA Ibérica	IKEA	IKEA Fallas	McCann Worldgroup	MRM McCann Worldgroup / LPF
KFC	KFC	Eduardo Navidad	PS21 / Proximia	MeMe
Pernod Ricard	Jameson	#ElTractorDeJame- sonParaTom	The Mix	
Renault	Twingo	Twingo Session 53	BBDO&Proximity / OMD	
Revista Líbero	Revista Líbero	La copa más sucia	PS21	ES3 / Liberio Creative Club

FINALISTAS

MEJOR CAMPAÑA INTERNACIONAL

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Exoticca	Exoticca	Qué tiempo para vivir	&Rosàs	
IAG	Vueling Airlines	Blues de la rentree	Havas Media / Ogilvy	Havas International
Kraft Heinz	Heinz Pasta Sauce	Absolutely Heinz	Wunderman Thompson	Wonderland Communications / Carat
Mango	Mango Man	The Game Changer	Havas International	
Promotur	Islas Canarias	Discovering Canary Island	Mediabrand Content Studio	Initiative
Sanofi	Enterogermina	Ready player mom	McCann Worldgroup / MRM McCann Worldgroup	Druid Creative / Spark
SEAT	CUPRA León	Come Closer	CATORCE / PHD Media	
The Livekindly Company	OUMPH!	La hamburguesa humana a base de carne y plantas	LOLA MullenLowe	
Turismo de Andorra	Turismo de Andorra	Atypical Andorra verano 2022	Carat / OgilvyOne Barcelona	Disney-National Geographic
Unilever	Dove	Dar la espalda	DAVID Madrid / Ogilvy UK	
Unilever	Magnum	Clásicos mezclados	LOLA MullenLowe	Golin
Unilever	Magnum Classic	Residencia de placer	LOLA MullenLowe	Mindshare / Golin

FINALISTAS

MEJOR DEMOSTRACIÓN DE PROPÓSITO SOCIAL DE MARCA

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
CaixaBank	CaixaBank	Entrenadores de inconformismo	McCann Worldgroup / Havas Media	
Conferencia Episcopal Española	X tantos. Campaña de la renta 2022	X ellos, X ti, X tantos	BBDO&Proximity	
Diageo	J&B Rare	Hay ganas de celebrarnos	El Ruso de Rocky	LastLap / PHD Media / Newlink / MARCO
Divina Seguros	Divina Seguros	Seguros para jóvenes. "Tener"	Rosebud	Zenithbr
Fundación Affinity	Affinity Petcare	35 años cambiando vidas	Arena Media	
McDonald's	McDonald's Big Good	La hamburguesa que no pudo ser	TBWA / OMD	True
P&G	Ausonia	Ausonia & Asociación Española contra el Cáncer	VMLY&R	Lina Ortas / Carat
Wallapop	Wallapop	Lo hecho, hecho está	Jesús Revuelta / MONO Madrid	Initiative
Zinkia Entertainment	Muchoyó	La infancia tiene voz	Jorge Martínez / Arena Media	CØLLAGE / F33 / Hype

FINALISTAS

MEJOR CAMPAÑA DE ONG

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Asociación Española Contra el Cáncer	Asociación Española Contra el Cáncer	Todos Contra el Cáncer	LLYC / Arena Media	
Greenpeace	Greenpeace	Ya nunca es primavera	La Despensa	
McDonald's	Fundación Infantil Ronald McDonald	Capitán Olson	TBWA / OMD	
Teta&Teta	Teta&Teta	Quien no llora no mama	LOLA MullenLowe	

PATROCINADORES



Rafael Martínez de Vega

Director General

CMVOCENTO

Todos los que formamos parte de la industria publicitaria, nos hemos acostumbrado a vivir en un continuo proceso de adaptación y transformación. Una industria en la que hoy permanecen sólo unos pocos axiomas.

Los individuos tienen un papel cada vez más activo en el control sobre sus datos, sobre su propiedad digital, y sobre los contenidos que consumen.

Las marcas siguen siendo el centro de todo el proceso de comunicación, ganando peso en el ámbito del branded content y decidiendo qué tipo de medios, entornos, plataformas y comunidades les proporcionan contactos seguros con sus consumidores.

Y los medios, han pasado de ser canales de distribución en base a su audiencia, cobertura y capilaridad, a ser grandes generadores de contenidos de información de valor (y de entretenimiento) para las marcas.

La conexión entre Consumidores, Marcas y Medios ha traído un nuevo modelo relacional con el que, en VOCENTO, nos sentimos muy cómodos, y en el que ponemos todo nuestro conocimiento y nuestra creatividad al servicio de nuestro mercado.



Carlos Barón

Director General

JCDECAUX

Desde JCDecaux, celebramos el 25 aniversario de los Premios a la Eficacia, un faro de excelencia en la industria publicitaria y una cita imperdible para todos nosotros cada año. La eficacia en la publicidad, reflejada en los datos, pero siempre ligada a la creatividad, es clave en un mundo donde la atención del espectador es un recurso cada vez más limitado.

La era digital ha revolucionado la planificación o la medición de las campañas y la publicidad exterior no se ha quedado atrás. Buen ejemplo son las innovaciones que han llevado a la evolución de los soportes digitales o la integración de data y nuevas herramientas que potencian las capacidades del medio y en última instancia amplifican el impacto que las marcas pueden llegar a tener en las personas.

En JCDecaux estamos muy orgullosos de ser una vez más patrocinadores de los Premios a la Eficacia y poder celebrar las mejores estrategias de eficacia publicitaria en una industria que juntos seguimos fortaleciendo. Enhorabuena por todo lo conseguido hasta ahora; vamos a por otros 25 años más.



Agustín Vivancos

Fundador & CEO

JUNGLE

Impactar en el negocio a través de la creatividad nos define.

Desde que empezamos en esto hemos ido afinando la estrategia, corregido errores y ajustado ideas, pero siempre hemos tenido claro que los resultados tienen que ser la consecuencia de toda estrategia creativa.

Por eso, siempre hemos formado parte de los Premios a la Eficacia. A través de trabajos, por supuesto y, este año, también como patrocinadores. Seguimos mejorando y estamos aprendiendo a decir 'no' como estrategia competitiva. La renuncia como principio. Decir 'no' define quién eres. Decir 'sí' a los Premios a la Eficacia, también.

PATROCINADORES



Eduardo Ballesteros Marra-López

Director General

NEWIXMEDIA

¡25 años! ¡Qué barbaridad! ¡Cómo pasa el tiempo!

Un cuarto de siglo que ha pasado volando. El televisor es ahora inteligente y la música se escucha en internet. Los robots ya no son sólo ciencia ficción.

Complejas tareas, hoy son posibles gracias al machine learning y a la inteligencia artificial. Nuestras cadenas, se han convertido en corporaciones audiovisuales con un claro enfoque hacia las nuevas tecnologías.

25 años donde el talento, la valentía, la creatividad, el rigor estratégico y la capacidad de adaptación han permanecido intactos.

Hoy más que nunca, rodeado del mejor talento y convencido de que la combinación estrategia y creatividad publicitaria funcionan, me siento orgulloso de pertenecer a este sector. Esperamos seguir siendo patrocinadores de estos premios y hacer crecer a la industria devolviéndole todo lo que ella nos da.

Brindemos por 25 años de eficacia llenos de éxitos, donde la publicidad y su contribución a la comunicación comercial no dejen de inspirarnos y de sorprendernos. ¡Felicidades a todos!



Joan Jordi Vallverdú

CEO

OMNICOMMEDIAGROUP

Cuando una empresa o marca decide apostar por un patrocinio, lo tiene que hacer con el convencimiento de que es el territorio en el que quiere estar y activar su comunicación alrededor de dicho patrocinio, y, no como una acción táctica, sino como un plan estratégico a desarrollar y consolidar. Para ello, el primer año es clave para medir y valorar la inversión. En nuestro caso, en Omnicom Media Group estamos muy orgullosos de participar un año más como patrocinadores los Premios a la Eficacia 2023.

Un certamen de máximo prestigio en la industria publicitaria española, donde es un orgullo poder participar como patrocinador y ser protagonista como Omnicom Media Group de los que serán los mejores casos de eficacia publicitaria de España, y, que también, lo son de muchos otros certámenes publicitarios de máximo nivel europeo o mundial.

Un certamen, los Premios a la Eficacia del 2023 que este año celebra su 25 aniversario. Un cuarto de siglo compartiendo eficacia, creatividad, estrategia y ejecuciones brillantes con inmejorables resultados de negocio o de comunicación. Casos reales, que todos hemos podido disfrutar en directo o recordando pasadas ediciones. Todo ello gracias a Jurados excepcionales que comparten espacio con el paso del tiempo en el Club de jurados, y, con la siempre empática y cercana coordinación de la Asociación Española de Anunciantes (aea) y de SCOPEN.

Feliz cumpleaños, y, ¡¡¡por muchos más!!!

PREMIOS CLUB DE JURADOS

Patrocinador del Club de Jurados



El pasado 20 de septiembre, en el transcurso de su encuentro anual, el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia hizo entrega de sus galardones.

Estos fueron los ganadores:



**PREMIO EFICACIA
A LA TRAYECTORIA PUBLICITARIA
DE UNA MARCA
BBVA**



**PREMIO EFICACIA
AL CEO
ALBERTO RODRÍGUEZ-TOQUERO
CEO de Mahou San Miguel**



**PREMIO EFICACIA
TRAYECTORIA PROFESIONAL
JOSÉ MARÍA PIERA
Chief Client Officer,
Wunderman Thompson**



**PREMIO EFICACIA
SUB 41
ASIA OKON
Global Sourcing Media & CMI,
L'Oréal**

GRANDES PREMIOS

X

PREMIO AGENCIA
CREATIVA DEL AÑO

X

PREMIO AGENCIA
DE MEDIOS DEL AÑO

V

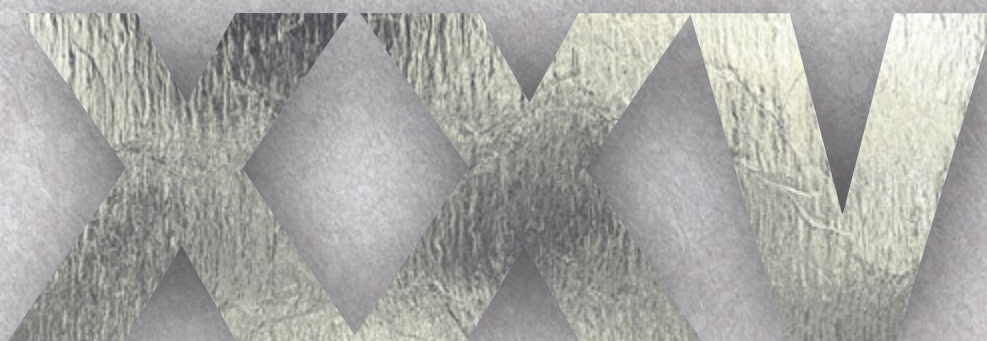
GRAN PREMIO
A LA EFICACIA

efkTM

XXV
ANIVERSARIO

#Eficacia2023

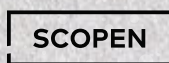
premioeficacia.com



anunciantes

Comunicar para crear valor

Asesoría Estratégica



Patrocinan

cmvocento

JCDecaux

JUNGLE

NEWIX MEDIA

OMG Omnicom MediaGroup

Con el apoyo de

am Asociación de Agencias de Medios

.ACT Asociación de Agencias de Publicidad y Marketing

apg ESPAÑA

AUTO CON TROL

bc mo spain

c de c

insights analytics i+a

Colaboradores

Agencia de los Premios Eficacia

Colaborador tecnológico

Ipsos

be on. WORLDWIDE

SuperReal.