

Premio a la Agencia del Año para Arena Media

Las “Medidas concretas” de Bankinter ganan el Gran Premio Eficacia 2020

Madrid, 30 de octubre de 2020.-Ayer, en el Teatro Real de Madrid, se entregaron los Premios a la Eficacia que, ya en su XXII edición, convoca anualmente la Asociación Española de Anunciantes (aea), y que cuentan con la asesoría estratégica de SCOPEN.

La campaña “Medidas Concretas Bankinter” creada por la agencia Sioux Meets Cyranos, con Havas Media, ha conseguido el Gran Premio a la Eficacia y un oro en la categoría Mejor Campaña Integrada.

El Gran Premio lo ha merecido Bankinter con su reposicionamiento y modernización de la marca creciendo en notoriedad en un 996% y con todos los indicadores de marca subiendo por encima del 10% construyendo la imagen de un banco más cercano, comprometido y transparente. Con su anuncio en YouTube alcanzó 2,5 millones de espectadores únicos procedentes de 29 países distintos y tres millones de visualizaciones. Su canción fue la más buscada en Shazam y ocupó el segundo puesto en iTunes precedida, únicamente, por Resistiré del Duo Dinámico, de nuevo de actualidad debido al confinamiento derivado de la COVID-19.

El Premio a la Agencia del Año ha recaído, por cuarta vez, en Arena Media y ha obtenido su puntuación en función de los casos que han pasado a la lista corta y de los trofeos recibidos. Arena Media ha conseguido anteriormente este trofeo en 2010, 2011 y 2016.

Los Premios a la Eficacia son los más valorados por el sector publicitario, ya que son los únicos que premian en nuestro país 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 evidencian el valor de la publicidad como uno de los principales motores de la economía.

Begoña Elices, presidenta de la Asociación Española de Anunciantes, y directora general de Comunicación y de Presidencia de Repsol, y la presidenta del Jurado Eficacia 2020, Almudena Román, directora general de Banca para Particulares de ING España hicieron entrega de los máximos galardones.

El total de trofeos ha sido de 29 -incluido tanto el Gran Premio como el Premio a la Agencia del Año-, entre los cuales se cuentan 14 oros, 8 platas y 5 bronces, conseguidos por 22 anunciantes y 25 agencias que han demostrado, como afirma la presidenta del jurado, Almudena Román, cómo las marcas son un factor económico clave e incentivan el mercado con compromiso y responsabilidad con la sociedad”

Por recuento de oros, en la categoría “Construcción de una Marca”, este metal ha sido para ING y Sra.Rushmore / Ymedia por “ING”; en “Mejor Campaña Integrada” lo han ganado Bankinter y

Sioux Meets Cyranos / Havas Media por “Reposicionamiento de marca: Medidas Concretas Bankinter”; en “Estrategia más Innovadora”, Adolfo Domínguez y China por “Ropa vieja”; en “Mejor Campaña de Producto/Servicio, Grupo Pikolin y Oriol Villar / Arena Media / El Laboratorio por “Pikolin”; en “Mejor Acción Táctica” ha sido para Heineken España y Dentsu X / Ogilvy / MONO Madrid, por “#FuerzaBar”; en “Mejor Campaña Regional/Local”, Fundación BBK y LLYC por “Acción social BBK”; en “Mejor Campaña en Medios Propios” le ha correspondido a IKEA y MRM España por “Segundas residencias”; en “Mejor Campaña a través de Medios Ganados”, el oro ha sido para WWF España y China por “Cambio climático”; respecto a la “Categoría Especial Presupuesto Inferior a 200.000€ (campañas tácticas o de producto/servicio)” ha sido para C&A y Tango por “Sujetadores”; en la “Categoría Especial Internacionalidad” le ha correspondido a LVMH y Havas Media / China por “Nueva imagen Loewe”; en la “Categoría Especial Relevancia Social de una Marca”, Grupo Damm y Oriol Villar / Arena Media por “Estrella Damm”; en la “Categoría Especial Mejor Campaña de ONG”, Acortando la distancia y CLV por “Acortando la distancia”; en “Reconocimiento Especial a la Investigación” ha sido para Capsa Food y Ogilvy por “Leche tradicional” y en Reconocimiento Especial a la Marca pionera en Gaming, lo han ganado Grupo Alsea y Arena Media por “Domino’s Gaming”. El premio a la Mejor Acción de Branded Content ha quedado desierto.

Una Gala de unión y homenajes

Por otra parte, el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, presidido por José Manuel Zamorano, para esta edición ha concedido un reconocimiento especial y una donación a una entidad social por su ayuda y colaboración en un momento tan crítico como el sufrido con la COVID-19. Este reconocimiento y donativo ha sido para la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), como organización que contribuye a tratar de resolver, de forma desinteresada, a través del espíritu solidario y difundiendo los valores humanos, la necesidad básica del ser humano: la alimentación.

El Club de Jurados de los Premios a la Eficacia ya otorgó, el pasado 22 de septiembre, los premios a la “Trayectoria Publicitaria de una Marca”, a la “Trayectoria Profesional”, y “Sub 41”, que recayeron respectivamente en Volkswagen; en Pablo Alzugaray (Shackleton) y en Pancho Cassis (DAVID).

En el transcurso de la Gala de Entrega de estos premios, primó la unión de este sector poniendo el valor la importancia de la actividad y comunicación publicitaria, aún más destacable en estos momentos de incertidumbre económica. Así, con este espíritu y simbolizando la unión entre anunciantes y agencias abrió la jornada la Asociación de Agencias de Creatividad Transformadora (ACT), con la ponencia “la criptonita de la Eficacia”, que corrió a cargo de Agustín Soriano, Global Head of Brand Strategy de Volvo Cars, y transmitió la importancia de la creatividad para la transformación y crecimiento de los negocios. versó sobre desde las distintas perspectivas del negocio.

Por supuesto también hubo un momento muy especial en el que se rindió homenaje a los sanitarios especialmente y a todos los profesionales de todos los sectores que han estado y siguen estando más comprometidos trabajando para que nuestra vida siga yendo lo mejor posible, por supuesto también todos los trabajadores de la comunicación comercial.

Por séptimo año consecutivo, la Gala ha sido presentada por Jesús Vázquez y, en esta ocasión, fue retransmitida en directo por YouTube facilitando así, que fuera seguida por la audiencia que, debido a razones de aforo por la COVID-19, no pudieron asistir presencialmente.

El Jurado de la XXII 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, Almudena Román, ha estado compuesto por Begoña de la Sota, CEO Spain, MediaCom; Carlos Eiroa, Director de Publicidad Área Comercial y Marketing, asisa; Beatriz Faustino, Directora de Marketing, Burger King España y Portugal; Charo González Escudero, Consultora independiente de Comunicación y Medios (*Representante del Club de Jurados*); Adrián Mediavilla, Fundador y Chief Strategy Officer, Slap Global (*Representante APG*); Antonio Méndez, CEO & Founder, Tangoº; Javier Perales, Senior Manager Brand & Product Marketing; Visa España; Bernd Rijks, Managing Director & Global Key Account Director, MetrixLab (*Representante I + A*); Francisco Rionda Agueria, Marketing Expert; y Marta Sáez Achaerandio, Chief Operating & Development Officer, Omnicom MediaGroup.

Lidia Sanz, Directora General de la aea, y César Vacchiano, President & CEO de SCOPEN, han sido los secretarios del Jurado.

Patrocinadores y Colaboradores

Los patrocinadores de esta edición han sido CMVocento, JCDecaux, y YouTube.

Colaboran con los Premios a la Eficacia la Asociación de Agencias de Medios (am), la Asociación 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 de la Gala 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 2020.

Más información:

Convoca:



Asociación Española de Anunciantes

Elena Pérez del Monte

Tel.: 91 556 03 51
elenap@anunciantes.com

Asesoría estratégica y organización:



SCOPEN

María José Ramiro

Tel.: 91 702 11 13
mjramiro@scopen.com