

XXIV edición: el festival publicitario de la Asociación Española de Anunciantes, que premia resultados, alcanza su máximo histórico de casos en lista larga

## Récord de inscripciones en los Premios Eficacia: 229

Madrid, 16 de junio de 2022.-Los Premios Eficacia 2022 baten récord en la lista larga con un total de 229 casos inscritos sobre la anterior cifra de 222 que obtuvieron en 2017 y crecen un 5,5% respecto al año anterior.

En total se han presentado 115 anunciantes y 126 agencias (un 10 y un 17% más, respectivamente), lo que supone una clara apuesta por la reactivación de este sector y por lo que simbolizan estos premios en cuanto resultados obtenidos a través de la publicidad. Además, este año se han sumado como nuevos: 34 anunciantes y 44 agencias.

El ranking de anunciantes por casos inscritos lo lideran BBVA y KFC con 11, seguido de IKEA con 10; de Grupo Alsea con 7 y Burger King, Campofrío, Diageo, Mahou San Miguel y Telefónica/Movistar con 5. En cuanto a las agencias, en cabeza se sitúa PS21 con 25 y, a continuación, Havas Media con 22, Arena Media con 19, McCann con 18, OMD con 17, MRM e Ymedia Wink iProspect con 16 y Carat y Proximia con 9.

En cuanto a las categorías, en esta edición se ha llevado a cabo un proceso de renovación y evolución para adaptarlas a las nuevas realidades y tendencias del mercado. Todo ello ha sido posible gracias a las aportaciones del Consejo Directivo de la Asociación Española de Anunciantes, del Club de Jurados de los Premios Eficacia, de SCOPEN como asesores estratégicos de los premios y de la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG Spain) como colaboradores.

“Mejor Campaña de Lanzamiento de Marca/Producto/Servicio” es la que cuenta con más inscripciones, 30, le sigue “Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente” con 26; “Estrategia más Original y Disruptiva” con 24; “Mejor Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (Campañas Tácticas o de Producto/Servicio) con 23; “Mejor Acción Táctica” con 22; “Mejor Acción en Branded Content” y “Mejor Campaña Internacional” con 18; “Mejor Campaña Integrada” con 16; “Mejor Campaña Regional/Local” y “Mejor Demostración de Propósito Social de Marca”, con 15; “Construcción de Comunidad y Audiencia Propia” con 14; “Construcción de una Marca” con 6 y “Mejor Campaña de ONG” con 2.

Prácticamente todos los sectores con inversión publicitaria están representados en esta lista larga: administración, alimentación y bebidas, audiovisuales, automoción, cosmética, deportes, distribución, entretenimiento, farmacéutica, finanzas, fundaciones, juguetería, medios de comunicación, perfumería, restauración, sanidad, seguros, telecomunicaciones, etc.

En palabras del presidente del Jurado Eficacia 2022, Jaume Alemany, director de Marketing, Comunicación y Exportación de Damm, “veremos, una vez más, dada la altísima calidad de los

trabajos que se inscriben a los Premios Eficacia, cómo la publicidad es un gran instrumento de cohesión social y económica”.

A Jaume Alemany le acompañan en el jurado Patricia Abril, CEO Good&Fast Restauración. Franquiada de McDonald's (*Representante del Club de Jurados*); Rafael Alférez, Marketing director, KIA; Luisa García, socia y CEO Europa, LLYC; Luis González Soto, head of Marketing and Brand Management, ING España & Portugal; Bruno Lambertini, co-founder Media.Monks (*Jurado Internacional*), Vicky Nieto, Managing director, McCann Madrid; Isabel Ontoso, directora de Marketing Corporativo, Marca y Medios, Grupo Viajes El Corte Inglés; Javier Portillo, director de Marketing, Campofrío; Juanma Ramírez, chief Strategy Officer, Shackleton (*Representante APG*); Marta Ruíz-Cuevas, CEO Iberia & México, Publicis Groupe; Carlos Sanz de Andino, presidente Creativo, Darwin & Verne; y Estefanía Yágüez, Consumer Insights & Market Intelligence director, L'Oréal (*Representante I+A*).

Lidia Sanz, directora general de la aea, y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN, actuarán como secretarios del Jurado.

Estos galardones suman ya un histórico de 3.564 casos inscritos, 773 trofeos entregados, 966 anunciantes y 564 agencias participantes y 250 jurados. El próximo 27 de octubre se celebrará la Gala de Entrega de Premios Eficacia 2022 en el Teatro Real. Este año, para hacer la gala sostenible, se medirá la huella de carbono mediante la empresa Creast.

### **Patrocinadores y Colaboradores**

A los patrocinadores CMVocento, JCDecaux y YouTube se han unido también, en esta edición, 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).

*Se adjunta Lista Larga Premios Eficacia 2022.*