

Hoy se reúne el jurado de la XXI edición que analizará los casos de 108 anunciantes y 87 agencias en competición

Suben las inscripciones en los Premios Eficacia 2019: 203 casos

31 anunciantes y 20 agencias participan por primera vez

Madrid, 13 de junio de 2019.- 2019 ha superado a 2018 en casos presentados, 203 frente a 197, alcanzando así, de nuevo, la segunda cifra más alta de la historia de los Premios a la Eficacia, solo por detrás de 2017, cuando el cambio de categorías repercutió en 222 casos.

En los Premios a la Eficacia se valora, se conoce, se mide, se monetiza y se disfruta de la buena publicidad, la que demuestra la multiplicación del valor económico al tiempo que es un excelente vehículo de transformación cultural y social. Así quedó patente en los dos últimos grandes premios, de claro compromiso con los problemas de la sociedad, como fueron educación en igualdad de géneros (Audi) o conciencia medioambiental (Toyota).

El jurado se reúne hoy 13 de junio y asume el reparto de casos y materiales a analizar. Su presidenta, Cristina Kenz, VP Dairy Iberia Marketing de Danone, afirma que “con los Premios a la Eficacia siempre aprendemos sobre nuevas formas de conocer al consumidor y de entender los medios y la creatividad. Los casos ganadores suelen aunar una serie de características comunes: tener propósito, innovación, así como una gran capacidad para la escucha activa sobre las necesidades del público al que se dirigen”.

108 empresas anunciantes y 87 agencias participan en esta edición que ha atraído a 31 nuevos anunciantes y a 20 nuevas agencias.

El ranking de anunciantes lo lidera BBVA, con 8 casos inscritos, seguido de: IKEA con 7, Promotur Turismo de Canarias y Volkswagen Group con 6, y Audi España, Bankinter, Campofrío Food Group, Coca-Cola y Deoleo con 5. En cuanto a las agencias, McCann participa con 23 casos, DDB España con 20, Zenith con 14, PHD Media con 12, Carat y OMD con 11, y MRM // McCann y Sra. Rushmore, con 10 cada una.

Por categorías, Mejor Campaña de Producto/Servicio cuenta con la participación de 34 casos; Estrategia Más Innovadora, 32; Mejor Acción Táctica, 25; Construcción de una Marca, 22; Mejor Campaña Integrada, 19; Categoría Especial Presupuesto Inferior a 200.000€ (campañas tácticas o de producto / servicio), 14; Mejor Campaña Regional/Local, 14; Categoría Especial Relevancia Social de una Marca, 10; Mejor Campaña a través de Medios Ganados, 10; Categoría Especial Internacionalidad, 9; Categoría Especial Mejor Campaña de ONG, 7 y Mejor Campaña en Medios Propios, 7.

A la presidenta del jurado le acompaña el siguiente equipo de profesionales: Iñaki Bendito, Presidente y Director General Creativo de Kitchen; Iolanda Casalà, Brand Strategy &

Effectiveness Director de Ogilvy; Natalia Cazcarra, Directora de Servicios al Cliente y Desarrollo de Negocio de *S,C,P,F...; Marta Fontcuberta, Marketing & Content Senior Advisor (representante del Club de Jurados); Manuel Gallego, Director Fundador de More Than Research Group (representante ANEIMO); Miguel Justribó, Executive Vice President (EVP) Digital Transformation, Communications & RSC de Telepizza Group; Jonathan M. Keeling, Director de Marketing y Estrategia de Marca de CEPESA; Jaime López-Francos, Presidente Dentsu Media & Performance de Dentsu Aegis; Vinicius B. Reis, Partner & CEO de CP+B Brazil (Jurado internacional); Bianca Shen, Directora de Marketing de Burger King Iberia; Marina Specht, EVP, Regional Director, MRM//McCann Europe CEO de MRM//McCann Spain; y Juan Viñas, Director Corporativo de Marketing de Grupo Nueva Pescanova.

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

Los Premios a la Eficacia abarcan ya un histórico de 667 trofeos entregados, todos modelos de éxito de estudio para los profesionales de la industria, universidades y escuelas de negocios. El 24 de octubre, en el Teatro Real, volverán a congregarse alrededor de 1.600 profesionales que aplaudirán a los próximos laureados.

Patrocinadores y Colaboradores

Los Premios a la Eficacia cuentan con el patrocinio de CMVocento, Google y MediaCom.

Colaboran con los Premios a la Eficacia la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), la Asociación de Agencias de Medios (AM), la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (ANEIMO), la Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP), la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG Spain), AUTOCONTROL, la Branded Content Marketing Association (BCMA) y el Club de Creativos (c de c).

Más información:

Convoca:

anunciantes
Comunicar para crear valor

Asociación Española de Anunciantes

Elena Pérez del Monte

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

Asesoría estratégica y organización:

SCOPEN

SCOPEN

Elisa Moreno

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