



Arranca la XXVI edición de los Premios a la Eficacia 2024 con la apertura de inscripciones

Rafael Fernández de Alarcón, presidente del jurado Eficacia 2024

Madrid, 8 de abril.-Los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (aea), que cuentan con el asesoramiento estratégico de SCOPEN, arrancan la edición de 2024 con la apertura de inscripciones que tiene lugar desde hoy mismo, 8 de abril, hasta el 31 de mayo. Las bases de participación, formularios de inscripción y categorías se pueden consultar en la web www.premioseficacia.com.

Al frente del jurado, como presidente, se encuentra Rafael Fernández de Alarcón, director Global de Marca, Patrocinios y Medios de Telefónica, a quien acompañarán:

- . Elisa Brustoloni, CEO de dentsu X.
- . Sarah Chemouli, CMO de P&G España.
- . Natalia Echeverría, chief Marketing & Digital officer de McDonald's España.
- . Fernando Fascioli, president UK & Europe Chairman Latin America de McCann Worldgroup / Jurado Internacional.
- . Rafael Gandía, director de Marketing y Comunicación de Grefusa.
- . Iñigo de Luis, head of Strategy de Arena Media / Representante APG.
- . Rafael Martínez de Vega, chief Marketing officer de GroupM.
- . Úrsula Mejía, Marketing director Southern Europe de Diageo.
- . Paco Mendoza, CEO de Publicis España, Digitas WSMWG*,Nurun.
- . Santiago Miguélez, director de Marketing para España y Portugal, de Hijos de Rivera.
- . Juan Manuel de la Nuez, presidente de Help! Ideas buenas.
- . Ileana del Río, head Qualitative Area de GfK / Representante I + A.
- . Germán Silva, founder & CEO de PINK.
- . Soco Trejo, consultora independiente / Representante Club de Jurados.
- . Co-Secretarios: Silvia Bajo, directora general de la aea y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN.

Este año, como novedad técnica, la agencia líder que gane el Gran Premio sumará 5 puntos frente a los 3 anteriores. Y, para optar al premio a la Agencia del Año, esta deberá haber ganado, como agencia líder, un trofeo en cualquiera de las categorías y haber tenido en lista corta casos finalistas de, como mínimo, tres clientes distintos.

Por otra parte, como es habitual, en esta edición se celebrarán también el Seminario Eficacia, que tendrá lugar el 7 de mayo; la Jornada Internacional, a primeros de octubre; los encuentros del Club de Jurados, de primavera y otoño; y continuará el Programa Eficacia Universidades, ya en su VI edición, que cuenta, cada vez, con mayor interés para las empresas anunciantes y para las universidades y centros de estudio en competición.

Unos premios de toda la industria de la comunicación comercial

Hasta la fecha, desde 1997 son ya 3.807 los casos inscritos, 861 los trofeos entregados, 1.007 los anunciantes y 619 las agencias que han participado, destacando que, en cada edición, se incorporan nuevas compañías que compiten por primera vez.

Respecto al ranking de anunciantes premiados, lo sigue liderando Coca-Cola y el de agencias McCann. Por otra parte, también, los Premios Eficacia forman parte del ranking mundial WARC Effective 100.

La gala de entrega de premios tendrá lugar el 24 de octubre en el Teatro Real de Madrid.

En esta edición los patrocinadores son JCDecaux, Jungle, NewixMedia, OMG y Vocento Medios.

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 Insights + Analytics España (i+a).