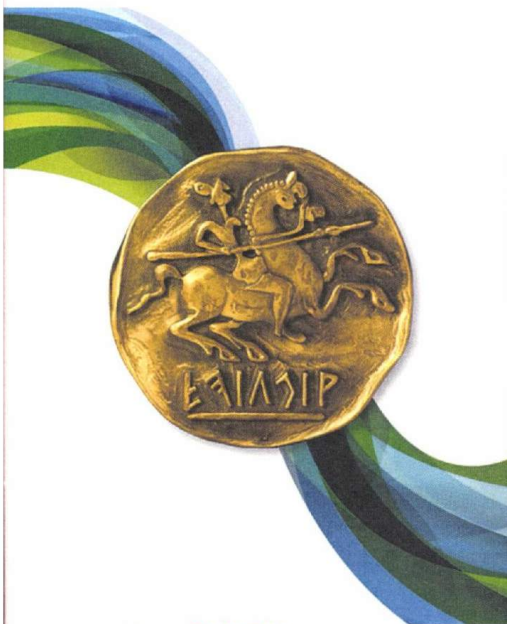




Los Premios a la Eficacia 2016 cuentan con 93 casos finalistas

Campofrío, Coca-Cola e Ikea son los anunciantes con más casos en la lista corta y McCann es la agencia con más campañas finalistas



Texto: Redacción

Ganadores de los premios del Club de Jurados Eficacia.

Los premios a la Eficacia siguen en línea ascendente y paralela con la inversión publicitaria en España, que este segundo semestre ha crecido en medios un 4,7% respecto al año anterior, influyendo así positivamente en la sociedad y en la economía. La motivación del sector publicitario año tras año se vuelca en el festival que justamente premia la esencia de su trabajo, la eficacia. En esta XVIII edición son 93 los casos que ya tienen el premio de haber pasado a ser finalistas, un 56,7% de los que concursaban (166), entre los que se encuentran 65 anunciantes y 52 agencias.

La Asociación Española de Anunciantes, entidad convocante, con la asesoría estratégica y organización de Scopen, desvelará el próximo 27 de octubre, en el Teatro Real, quiénes son los galardonados en una Gala que aunarán también el espectáculo y la diversión. Las empresas anunciantes con más casos nominados en las diferentes categorías son Campofrío, Coca-Cola, e Ikea, con cuatro. Por parte de las agencias se sitúan McCann con once, Arena Media con 10 y Sra. Rushmore con siete.

Por lo que respecta a las categorías, Eficacia en Comunicación Comercial registra 43 casos; Eficacia en Medios tiene quince; Eficacia en Comunicación Comercial con un Presupuesto inferior a 250.000 euros, trece; Categoría es-

Lista Corta Anunciantes

Anunciantes	Casos
Campofrío Food Group	4
Coca-Cola España	4
Ikea Ibérica	4
ING Direct	3
Loterías y Apuestas del Estado	3
Nestlé	3
Promotour Turismo de Canarias	3
The Walt Disney Company	3
Vodafone España	3

Fuente: EFI 2016

pecial Internacionalidad cuenta con seis; En Categoría especial Responsabilidad Social/ONG aparecen seis; la Categoría especial Responsabilidad Social / Empresa tiene cinco, los mismos que la Categoría especial Regional/Local. Como afirma el presidente del Jurado Jordi García Tabernero, director general de Comunicación y Gabinete de Presidencia de Gas Natural Fenosa, "los Premios a la Eficacia cumplen e incluso superan las expectativas positivas de todos los que formamos parte de esta industria, y son esenciales para poner en valor la aportación de la publicidad al desarrollo de la economía española".

En esta tarea, a García Tabernero le acompañan Elena Cabrero, directora de Publicidad de Orange España; Rafael

Lista Corta Agencias

Agencia	Casos
McCann	11
Arena Media	10
Sra. Rushmore	7
Contrapunto BBDO	6
MRR/McCann	6
Carat	5
DDB España	4
Havas Media	4
Lola Mullen Lowe	4

Fuente: EFI 2016

Calleja, director General de Havas Media Iberia; Raimon Casals, Global Media & Digital manager de GB Foods; Amaya Coronado, head of Strategy de Lola MullenLowe, y representante de APC; Bill Derrenger, vicepresidente del Sur de Europa de Clear Channel; Marta Escuin, Client Service director de Ipsos Connect, y representante de ANEIMO; César Hernández, director general de Marketing de Grupo Mahou-San Miguel; Fernando Lázaro, cofounder & chief creative officer de BTOB; Julio Paredes, director general de Tiempo BBDO; Antonio Pascual, consejero delegado de Mi Querido Watson; y Eva Sauleda, head of Media España y Portugal de Henkel Ibérica. Lidia Sanz, directora general de la aca, y César Vacchiano, presidente y CEO de Scopen, participan como secretarios del Jurado. ✖