



Un total de 166 casos competirán en la XVIII edición de los Premios a la Eficacia de la AEA

Lunes, 13 de junio del 2016 - 11:28 CEST

Un total de 166 casos competirán en la XVIII edición de los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), con un incremento en el número de inscripciones en estos galardones que se entregarán en el Teatro Real de Madrid, el próximo 27 de octubre, según ha informado la asociación.

En concreto, de los 166 casos, se contabilizan 108 anunciantes los que han inscrito, que por ranking serían: Campofrío con 9 inscripciones, y Coca-Cola e IKEA con 5. Y de las 84 agencias, las que cuentan con más casos inscritos son McCann con 16, Arena Media con 12 y Sra. Rushmore con 10.

Por categorías, la asociación ha indicado que se han presentado 69 casos en Eficacia en Comunicación Comercial; 19 en Presupuesto Inferior a 250.000 euros; 29 en Eficacia en Medios; 15 en Categoría Especial Regional/Local; 10 en Internacionalidad; 9 en Responsabilidad Social / ONG; 12 en Responsabilidad Social / Empresa; y 3 en la Categoría Especial Emprendimiento.

El Jurado de esta edición está integrado por Jordi García Tabernero como presidente; por la directora de Marca, Comunicación e Investigación de Mercado de Orange España, Elena Cabrero; director general de Havas Media Iberia, Rafael Calleja; el Global Media & Digital manager de GB Foods, Raimon Casals; head of Strategy de LOLA MullenLowe y representante de APG, Amaya Coronado; el vicepresidente del Sur de Europa de Clear Channel, Bill Derrenger; Client Service director de Ipsos Connect y representante de ANEIMO, Marta Escuin.

También forman parte del jurado de esta edición el director general de Marketing de Grupo Mahou-San Miguel, César Hernández; cofounder & chief creative officer de BTOB, Fernando Lázaro; el director general de Tiempo BBDO, Julio Paredes; el consejero delegado de Mi Querido Watson, Antonio Pascual; y la head of Media España y Portugal de Henkel Ibérica, Eva Sauleda. La directora general de la aea, Lidia Sanz, y el presidente y CEO de SCOPEN, César Vacchiano, participan como secretarios del Jurado.

"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", ha afirmado el presidente de la presente edición y director general de Comunicación y Gabinete de Presidencia de Gas Natural Fenosa, Jordi García Tabernero.

MÁS DE 2.380 CASOS EN 18 EDICIONES

La asociación ha apuntado asimismo que, a lo largo de las 18 ediciones, se cuenta ya con 2.386 casos inscritos de los cuales los premiados de cada edición se recogen anualmente en el 'Libro de los Resultados, la comunicación que funciona', que publica la Asociación Española de Anunciantes junto con SCOPEN, asesor estratégico y organizador de los premios.

Por otro lado, la asociación ha señalado que este miércoles 15 de junio tendrá lugar el encuentro del Club de Jurados, formado por 175 profesionales que han ido formando parte del Jurado, y que está presidido por la presidenta del Jurado Eficacia 2007, Patricia Abril.

En este acto, según ha concretado AEA, se presentarán las conclusiones del tercer panel de expertos que en esta edición ha analizado "el papel de la tecnología en la comunicación y los cambios que produce en la estructura, organización y servicios de anunciantes y agencias".

Finalmente, ha destacado que los Premios a la Eficacia cuentan con el patrocinio de Clear Channel, CMVocento, Disneymedia+ y Mediacom. GroupM es patrocinador en exclusiva de todas las actividades del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia. Colaboran la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria, AEACP; la Asociación de Agencias de Medios, AM; la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, ANEIMO; la Asociación Española de Planificadores Estratégicos, APG; y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, AUTOCONTROL.