

efk

PREMIOS
2024

#Eficacia2024

Jueves 24 de octubre
Teatro Real

anunciantes
Comunicar para crear valor

Asesoría estratégica

SCOPEN

Patrocinan

JCDecaux

JUNGLE

NEWIX MEDIA

OMG Omnicom
MediaGroup

vocento.medios



Javier López Zafrá

Presidente de la Asociación Española de Anunciantes

Esta noche vamos a tener ante nosotros los casos de campañas publicitarias con los resultados más sobresalientes del mercado. Seguramente veremos algunas de las tendencias y novedades más actuales en un contexto en el que captar la atención del consumidor es conseguir alcanzar uno de los intangibles más aspiracionales.

Por eso lo que admiraremos son auténticas joyas, tan solo unas gotas de oro brillando en un océano, pura mezcla de arte y ciencia, creatividad y balance de cuentas, propósito y alcance real. Y eso es posible gracias al gran talento que existe en la industria publicitaria, que es capaz de tirar como motor de otros mercados, apuntalando, generando y extendiendo negocios que, en definitiva, producen bienestar económico y social en la población.

Desde aquí agradezco a todas las empresas anunciantes, 117, y a todas las agencias, 171, que este año han apostado por conseguir un Premio a la Eficacia, habiéndose sumado como nuevos 30 anunciantes y 63 agencias.

A los finalistas ya les corresponden sobrados méritos por serlo, y a los ganadores la ovación de toda la industria porque este es un galardón, como dicen los jurados, que solo se alcanza con la excelencia.

Hoy día las marcas, como engranajes vitales en la economía, se enfrentan a panoramas muy complejos, con grandes desafíos, tratando de comprender, adaptarse y adelantarse a las demandas tan cambiantes de los distintos públicos a los que se dirigen, y poder triunfar en entornos muy competitivos y dinámicos. Los formatos y los presupuestos son de lo más diversos y no existe una fórmula evidente de éxito, pero siempre subyace detrás una potente idea, una clara estrategia y una ejecución brillante.

Hay marcas que consiguen una conexión muy real con el consumidor acercándose a su manera de entender y de sentir la vida. Y se convierten en cercanas y relevantes en su día a día. Y casi siempre lo consiguen con su construcción en valores. Muchas redignifican la categoría, son sólidas, valientes y arrojan una contundente claridad en sus resultados con KPI's incontestables, normalmente también suelen utilizar un buen nivel de conversación en PR.

Una vez más, agradezco a toda la industria el apoyo otorgado a los Premios Eficacia haciéndolos cada año aún más grandes, prestigiosos y, por tanto, deseables.

Enhorabuena y felicidades a todos aquellos que os encontráis entre los autores de tan grandes casos eficaces.

Rafael Fernández de Alarcón
Director Global de Marca, Patrocinios y Medios
Telefónica
PRESIDENTE DEL JURADO



JURADO



Elisa Brustoloni
dentsu X
CEO

Olivia Calafat
Wallapop
CMO



Sarah Chemouli
P&G España
CMO

Natalia Echeverría
McDonald's España
Chief Marketing & Digital Officer



Fernando Fascioli
McCann Worldgroup
Chairman Americas

Rafael Gandia
Grefusa
Director de Marketing y Comunicación



Iñigo de Luís
Arena Media
Head of Strategy
REPRESENTANTE APG

Rafael Martínez de Vega
GroupM
Chief Marketing Officer



Úrsula Mejía
Diageo
Marketing Director Southern Europe

Paco Mendoza
Publicis España, Digitas WYSIWYG*, Nurun
CEO



Santiago Miguélez
Hijos de Rivera
Director de Marketing para España y Portugal

Carme Miró
APPLE TREE
CEO & New Thinking Officer



Juan Manuel de la Nuez
Help! Ideas buenas
Presidente

Ileana del Río
GfK
Head Qualitative Area
REPRESENTANTE I+A



Germán Silva
PINK
Founder & CEO

Soco Trejo
Consultora Independiente
REPRESENTANTE DEL CLUB DE JURADOS



Silvia Bajo
Directora General aea
Co-secretaría del jurado

César Vacchiano
Presidente & CEO SCOPEN
Co-secretario del jurado



efk
PREMIOS
2024

Construcción de una Marca

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|-----------------|-----------------|-------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Apex | Jumpers | Jumpers marca | Fuego Camina Conmigo | |
| Banco Santander | Banco Santander | Por ti, los primeros | LaSanta / Carat | MONO Madrid / Arena Media |
| Diageo | Johnnie Walker | Keep walking | PHD Media | |
| Grefusa | Grefusa | Date el gustazo | Èxit Up | |
| Heineken | Cruzcampo | Cruzcampo | Ogilvy / Dentsu X | Nteam |
| Lidl España | Lidl | Lidl Fan: marcando la diferencia | iProspect / Cuinlab | |
| Mutua Madrileña | Mutua Madrileña | Mutua Madrileña | Dentsu Creative / Carat | |
| Wallapop | Wallapop | Wallapop | Revuelta / MONO Madrid | IPG Mediabrands |
| YUM! Brands | KFC | KFC | PS21 / Proximia by Havas | MeMe |

Mejor Campaña Integrada

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|---------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------------|---|
| Bankinter | Bankinter | Una historia de progreso | Sioux & Cyranos / Havas Media | Pixel and Pixel |
| El Corte Inglés | El Corte Inglés | La planta 2 y 1/2 | Ogilvy / Carat | |
| Heineken | Cruzcampo | Gitana. Una fábula con mucho acento | Ogilvy / Dentsu X | Nteam |
| Hijos de Rivera / Netflix | Estrella Galicia y Netflix (Berlín) | El robo del año y El plan cabo suelto | Imaxe / Havas Media | CYW / YouPlanet / Globant / Proximia by Havas |
| Mango | Mango Man | Move Forward | Havas International | |
| McDonald's | Proyecto Big Good | El pedido más esperado | TBWA\España / OMD | True PR / Globant |
| Mondelez | Suchard | La vida es | Ogilvy / Spark Foundry | |
| PepsiCo Foods | Doritos | Brandless | PS21 / OMD | |
| Pikolín | Pikolín | La ilusión es el despertador que suena más fuerte | Oriol Villar / Arena Media | Tango |
| YUM! Brands | KFC | Eau D'uardo | PS21 / Proximia by Havas | MeMe |

Estrategia más Original y Disruptiva

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|---------------------------------------|---------------------------------------|---|------------------------------|---------------------------------|
| Apex | Jumpers | Becas Jumpers | Fuego Camina Conmigo | |
| Cervezas Victoria | Cervezas Victoria | La Cláusula 8.2 | Jon Lavín / Arena Media | |
| Diageo | J&B | Mi gran noche | El Ruso de Rocky / PHD Media | Dlaundry / Oliver |
| Grefusa | Grefusa | El sabor del hate | This is Libre | Éxit Up / Bloody / Upartner |
| Hijos de Rivera / Netflix | Estrella Galicia y Netflix (Berlín) | El robo del año | CYW / Havas Media | YouPlanet / Globant / Archetype |
| IKEA Ibérica | IKEA en directo | IKEA en directo | iProspect / The Story Lab | Isobar |
| JCDecaux | JCDecaux | ¿Quién es Marina Prieto? | DAVID Madrid | |
| LACRÈME | LACRÈME | Lanzamiento LACRÈME | Dimensión | Proximia by Havas |
| PepsiCo Foods | Lay's | Una receta sagrada e intocable... hasta ahora | TBWA\España / OMD | |
| Samsung | Samsung.com | The art of hack | Cheil Spain | |
| Sony Pictures Spain / Museo del Prado | Sony Pictures Spain / Museo del Prado | Napoleón "La película" | Webneo | |
| Turismo de Andalucía | Turismo de Andalucía | Andalusian Crush | Ogilvy | Havas / IPG Mediabrands |
| Wallapop | Wallapop | Gracias, marcas | Revuelta / MONO Madrid | IPG Mediabrands |

Mejor Campaña de Lanzamiento de Marca/Producto/Servicio

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|------------|---------------------------|--------------------------------|---------------------------|------------------------------|
| Alea | Ginos | Vuelta | Ogilvy / Arena Media | Carat |
| Alea | VIPS | Clásicos reinventados | MONO Madrid / Carat | |
| Alea | VIPS | Desayunos | MONO Madrid / Carat | Havas PR |
| ING España | Hipotecas NARANJA | Casilibres | Sra. Rushmore / iProspect | |
| Majorica | Majorica | Classic meets today | McCann Worldgroup | |
| McDonald's | My Order | Lanzamiento My Order | Globant / TBWA\España | OMD |
| Samsung | Samsung.com | Lanzamiento Entrega y Estrena | Cheil Spain | |
| Suntory | Tinto de verano La Casera | Si no hay La Casera, nos vamos | La Despensa | Wavemaker, powered by GroupM |

Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|---------------|-----------|---|-------------------------------|------------------------------|
| Alsea | VIPS | Bowls: comida que te persigue | MONO Madrid / Arena Media | |
| Apex | Jumpers | Jumpers Distopía | Fuego Camina Conmigo | |
| Bankinter | Bankinter | Una historia de progreso | Sioux & Cyranos / Havas Media | Pixel and Pixel |
| Damm | Voll-Damm | Los 5 pasos | Oriol Villar / Arena Media | |
| Heineken | Cruzcampo | Gitana. Una fábula con mucho acento | Ogilvy / Dentsu X | Nteam |
| PepsiCo Foods | Doritos | Brandless | PS21 / OMD | |
| PepsiCo Foods | Lay's | Una receta sagrada e intocable... hasta ahora | TBWA\España / OMD | |
| Pernod Ricard | Ruavieja | La película de tu vida | TBWA\España / iProspect | Butragueño & Bottlander |
| Pikolín | Pikolín | La ilusión es el despertador que suena más fuerte | Oriol Villar / Arena Media | Tango |
| RBI Iberia | Popeyes | Pa pollo, Popeyes | VML España | Wavemaker, powered by GroupM |
| YUM! Brands | KFC | Disfrutar así está guapísimo | PS21 / Proximia by Havas | MeMe |

Mejor Acción Táctica

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--|------------------------|
| Alsea | VIPS | Limbo | MONO Madrid / Arena Media | Havas PR |
| Diageo | Tanqueray 0.0 | The Perfect Serve en Gran Vía | PHD Media | Dos35 |
| McDonald's | McCafé | No me llames Muffin, llámame McDalena | TBWA\España / OMD | |
| Netflix | Netflix | Alcaraz signs by Netflix | DAVID Madrid / Wavemaker, powered by GroupM | |
| P&G | Old Spice | Los hombres de San Ildefonso | Burns | Carat |
| PortAventura Entertainment | PortAventura World | Lona de Pedro | McCann Worldgroup / Havas Media | |
| Sanofi | Dulcolax | #TalkingShittsGood | McCann Worldgroup / MRM McCann Worldgroup | Weber Shandwick UK |
| Vincci Hoteles | Vincci Hoteles | Vincci Suite | Sr Goldwind / Experientia | |
| YUM! Brands | KFC | Eau D'uardo | PS21 / Proximia by Havas | MeMe |
| YUM! Brands | KFC | The recipe run | PS21 / MeMe | |

Mejor Campaña Regional/Local

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|--------------------|-----------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| Banco de Sabadell | Negocios. Comercios | Sant Jordi | DDB / Dentsu X | |
| Cabify | Cabify | Con la Feria dentro | Media.Monks / Carat | |
| Mahou San Miguel | Mahou Cinco Estrellas | Etiquetas | &Rosàs | Tango / Zenith Media |
| PortAventura World | PortAventura World | Campaña Madrid- puente de mayo | Havas Media / McCann Worldgroup | |
| Uber | Plataforma movilidad | Súbete | MONO Madrid | EssenceMediacom, powered by GroupM |
| YUM! Brands | KFC | Apertura Tenerife. KFC por aquí | PS21 | |

Construcción de Comunidad y Audiencia Propia



| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|-----------------|---------------|--------------------------------------|--------------------------------|---|
| Carrefour | Carrefour | Innovación en la gestión del dato | Publicis / Arena Media | |
| Hijos de Rivera | Cervezas 1906 | La mochila | This is Libre / Havas Media | Sound Connections / Media.Monks / Bloody / Globant |
| Legálitas | Legálitas | Legal-Tech | IPG Mediabrands | |
| Samsung | Samsung.com | Estudiantes | Cheil Spain | |
| YUM! Brands | KFC | KFC NO Auto | PS21 / MeMe | |

Mejor Acción en Branded Content

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|-------------|-------------------|---------------------------|-------------------------------------|------------------------|
| BBVA | BBVA Pymes | Compartiendo conocimiento | BTOB / Mindshare, powered by GroupM | Unidad Editorial |
| Diageo | Johnnie Walker | Keep walking. El camino | PHD Media / Ramen Studio | |
| ING España | ING | De dinero no se habla | Fuego Camina Conmigo | iProspect |
| MASORANGE | Yoigo | Pienso, luego actúo | Fuego Camina Conmigo | Dentsu X |
| McDonald's | Proyecto Big Good | El pedido más esperado | TBWA\España / OMD | True PR / Globant |
| YUM! Brands | KFC | The recipe run | PS21 / MeMe | |

Mejor Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (campañas tácticas o de producto/servicio)

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|-------------|-------------|--|----------------------------------|------------------------|
| MASORANGE | Euskaltel | Luz y gas. Euskaltel ahora es verde | Dimensión / Gestión de Medios | |
| McDonald's | McCafé | No me llames Muffin, llámame McDalena | TBWA\España / OMD | |
| Samsung | Samsung.com | The art of hack | Cheil Spain | |
| Worten | Worten | The Unfluencer Deal | PS21 / MeMe | |
| YUM! Brands | KFC | Apertura Tenerife. KFC por aquí | PS21 | |
| YUM! Brands | KFC | Relanzamiento Click&Collect. YaVoyYo | PS21 / MeMe | |

Mejor Campaña Internacional

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|-------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------|
| Bayer | Canesten | La Sirena | LOLA MullenLowe | |
| IKEA Emiratos Árabes | IKEA | Proudly second best | DAVID Madrid / INGO Hamburg | |
| Mondelez | Mikado | Pedro Alonso | The Story Lab / Spark Foundry | |
| PepsiCo Foods | Flamin' Hot | Not flamin' hot milk | PS21 / OMD | Good Relations PR UK / VCCP London |
| The Kraft Heinz Company | Heinz | New Heinz Tomato Ketchup Pasta Sauce | VML España | |
| Turismo de Andalucía | Turismo de Andalucía | Andalusian Crush | Ogilvy | Havas / IPG Mediabrands |
| Unilever | Dove | Face of ten | DAVID Madrid / Ogilvy UK | |
| Unilever | Magnum Ice Cream | Stick to the original | LOLA MullenLowe | |

Mejor Demostración de Propósito Social de Marca

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|-------------------|--|-----------------------------|------------------------------|--|
| Diageo | J&B | Mi gran noche | El Ruso de Rocky / PHD Media | Dlaundry / Oliver |
| Fundación Colacao | Fundación Colacao | Educando contra el bullying | Dentsu X | |
| Grefusa | Grefusa | El sabor del hate | This is Libre | Èxit Up / Bloody / Upartner |
| Iberdrola | Campaña de apoyo a la igualdad a través del deporte femenino | Campos ampliados | Sra. Rushmore / Carat | Making Science |
| LaLiga | LaLiga VS | Inspira con tu ejemplo | El Ruso de Rocky | IPG Mediabrands / Globant |
| MASORANGE | Yoigo | Pienso, luego actúo | Fuego Camina Conmigo | Dentsu X / Fundación Unlimited Spain / Atresmedia / Pingüino Torreblanca |
| Samsung | Samsung | Tecnología con propósito | Cheil Spain | |

Mejor Campaña de ONG

| ANUNCIANTE | MARCA | PRODUCTO / CAMPAÑA | AGENCIA/S LÍDER | AGENCIA/S COLABORADORA |
|--|--|--|-----------------|------------------------|
| Asindown | Asindown | Si solo ves el down, te pierdes el don | Rosebud | |
| FELGTBI+ | FELGTBI+ | #LaCenaQueElegí | Manifiesto | |
| Fundación MD Anderson Cancer Center España | Fundación MD Anderson Cancer Center España | Sin miedo a vivir | Havas Spain | |
| Fundación Unoentrecienmil | Fundación Unoentrecienmil | Punto y final | | |



Carlos Barón
Director General
JCDecaux

Para JCDecaux, patrocinar un año más los Premios a la Eficacia es una oportunidad especial para celebrar la innovación que impulsa la industria publicitaria. Estos premios no solo reconocen los logros excepcionales en materia de comunicación, sino que también ponen en valor el impacto tangible que estas campañas tienen en la sociedad. Y es que la verdadera eficacia de la creatividad reside en su capacidad para adaptarse al medio en el que se presenta, resonando más allá y estableciendo conexiones duraderas y significativas entre marcas y consumidores. Es un momento para poner de relieve cómo una estrategia creativa bien alineada con el contexto adecuado puede generar resultados de gran impacto. Al reconocer el esfuerzo y la visión de anunciantes y agencias, los Premios Eficacia subrayan el papel crucial que juegan en la configuración de una comunicación publicitaria efectiva y relevante. Celebrar estos logros nos recuerda el poder transformador de la creatividad para captar la atención del público, cada vez más demandada.



Agustín Vivancos
Fundador & CEO
JUNGLE

Intuición > diferenciación > eficacia

Nadie necesitaba otra marca de agua. Pero llegó Mike Cessario y lanzó Liquid Death: una marca de agua sin innovación de producto en un mercado saturado. ¿Por qué está valorada en 1.400 millones de dólares? Por intuición y diferenciación. El problema de la neutralidad no es el daño, que es mínimo si solo eres paisaje, sino el despilfarro y la indiferencia. Conseguir impacto con un anuncio aburrido es infinitamente más caro que un spot que provoque alguna emoción. Dos datos: un euro invertido en una campaña creativa tiene el doble de retorno en ventas respecto a una campaña no creativa (HBR) y las marcas que se desmarcan de la competencia tienen un potencial 4 veces mayor para crecer que marcas con menos niveles de diferencia (Kantar). En Jungle seguimos obsesionados por no sacrificar eficacia por seguridad. Esto es lo que hemos aprendido e intentamos aplicar en cada proyecto.



Eduardo Ballesteros Director General **Newixmedia**

¡Celebramos la 26ª edición de los Premios Eficacia de la Publicidad! Un evento que reconoce el poder de la creatividad y la eficacia en la industria publicitaria. En NewixMedia estamos emocionados de ser parte activa de esta gala, ya que compartimos los valores que representan estos premios: creatividad, flexibilidad, segmentación y la construcción de marcas a través de contenido relevante.

Para nosotros, la “pura eficacia publicitaria” va más allá de números; es conectar auténticamente con las audiencias y dejar una huella duradera. Los medios tenemos la responsabilidad de ser aliados estratégicos de las marcas, escuchando activamente y creando experiencias significativas que generen resultados.

El futuro exige audacia y un replanteamiento de nuestras formas de trabajo. En NewixMedia estamos listos para asumir estos retos, innovar y transformar la publicidad. ¡Celebremos un año más de historias y conexiones que inspiren y trasciendan!



Joan Jordi Vallverdú CEO **OmnicomMediaGroup**

Un año más desde Omnicom Media Group, junto con nuestras agencias y unidades de negocio, nos enorgullece participar como patrocinadores en los Premios a la Eficacia 2024.

Un patrocinio que implica una responsabilidad. La responsabilidad de estar presentes y colaborar en un certamen que, sin duda, es el referente de la industria publicitaria de hoy. Un referente porque, como su nombre indica, la eficacia publicitaria de una campaña tiene que ver con el grado de cumplimiento de los objetivos que se han establecido desde un principio, tales como aumentar ventas, mejorar el reconocimiento de marca o generar interacción; en definitiva, lograr los resultados esperados; pero para que el caso sea merecedor de un Eficacia, tiene que tener también la mejor creatividad y estrategia y, por supuesto una ejecución impecable de la misma.

Cada año hay más casos inscritos y cada año es más difícil pasar a lista corta, y no digamos conseguir ganar un Eficacia. De ahí que sea un privilegio compartir una gala como la de hoy, disfrutando de los casos ganadores.

Por su puesto quiero aprovechar estas líneas para felicitar a todos los anunciantes y agencias que han conseguido alzarse con sus premios. Agradecer el trabajo de los Jurados excepcionales que compartimos espacio y tiempo en el Club de Jurados, y, la coordinación siempre empática y cercana de la Asociación Española de Anunciantes (aea) y de SCOPEN.

¡Enhorabuena un año más!



Alfredo Jiménez-Millas

Director General
Vocento.Medios

Todos los días se acercan a nosotros 9 millones de personas ¿Por qué? Siendo un negocio centenario, con publicaciones en papel, sin parecer influencers...

Fácil: porque les damos información, entretenimiento y conexión.

Cuando el Athletic gana la Copa del Rey, nuestro lector necesita verlo e incluso tocarlo en El Correo, o disfrutarlo y compartirlo en Relevo. Cuando Biden dimite, nuestro vecino quiere leer su comunicado en el periódico que siempre ha visto en su casa.

Y tranquiliza saber que los hechos son contados con rigor y sin alarmismo. Lo hacemos 24/7, nos apasiona y lo seguiremos haciendo.

Patrocinamos la gala efk por mil razones: la primera, por ser parte esencial en esta industria; la más importante: porque creemos que esta sociedad es muchísimo mejor con grandes marcas y medios, con ciudadanos bien informados, que saben elegir lo que consumen y lo que quieren.

Nos vemos aquí el año que viene. Y todos los siguientes.

PREMIOS CLUB DE JURADOS

El pasado 19 de septiembre, en el transcurso de su encuentro anual, el **Club de Jurados de los Premios a la Eficacia** hizo entrega de sus galardones.

Estos fueron los ganadores:



Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca



Premio Eficacia al CEO
María Dolores Dancausa. Presidenta de Bankinter



Premio Eficacia Trayectoria Profesional
Jordi Rosàs. CEO, &Rosàs



Premio Eficacia Sub 41
Víctor Gutiérrez de Tena. Chief Strategy Officer en EssenceMediacom España

Patrocinador del Club de Jurados



GRANDES PREMIOS

PREMIO AGENCIA
CREATIVA DEL AÑO

pura

PREMIO AGENCIA
DE MEDIOS DEL AÑO

eficacia

GRAN PREMIO
A LA EFICACIA

efk
PREMIOS
2024

efk

PREMIOS
2024

#Eficacia2024



anunciantes
Comunicar para crear valor

Asesoría estratégica

SCOPEN

Patrocinan

JCDecaux

JUNGLE

NEWIX MEDIA

OMG Omnicom
MediaGroup

vocento.medios

Con el apoyo de

am
Asociación de
Agencias de Medios

.ACT
ASOCIACIÓN
GENERAL
DE AGENCIAS
TRANSFORMADORA

apg
ESPAÑA
Pensar
el cambio.

AUTO
CON
TROL

bc
ma
spain
marketing center
insights

c de c

insights
analytics
i+a
España

Colaboradores

Diseño gráfico

Agencia de los Premios Eficacia

Ipsos

GRUPO
LIFE GOURMET
EN CONSTANTE TRANSFORMACIÓN

una de bravas

be
on.
WORLDWIDE