



Arranca la XXVII edición de los Premios a la Eficacia 2025 con la apertura de inscripciones

Nathalie Picquot, presidenta del jurado Eficacia 2025

Madrid, 3 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 2025 con la apertura de inscripciones que tiene lugar desde hoy mismo, 3 de abril, hasta el 30 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 presidenta, se encuentra Nathalie Picquot, Head of Corporate Marketing, Brand Experience and Digital Engagement de Banco Santander, a quien acompañarán:

Miquel Company, Consumer Communication Head Iberia de Nestlé España.

Daniele Cicini, Managing Director de &Rosás.

María Coronado, Directora Creatividad, Branding & Producción de El Corte Inglés.

Tomás Froes, CEO de Dentsu Creative Iberia.

Marta Gutiérrez, CEO de Ogilvy Madrid.

César Hernández, Consultor y Consejero asesor de empresas / Representante del Club de Jurados.

Teresa Lomas, Responsable investigación en Departamento Dirección Negocio de SELAE /Representante i+a.

Juana Manso, Directora Marketing de Campofrío España.

Tomás Ostiglia, Executive Creative Director de LOLA MullenLowe.

Gorka Rodríguez, CEO de BtoB.

Sandra Sotelo, Managing Director de PHD Media Spain.

Francisco Vaquero, Director de Marketing Corporativo de ATRESMEDIA.

Alexandra Varassin, CEO de Publicis Groupe Portugal / Jurado Internacional.

Natalia Villoria, Directora de Publicidad, Patrocinio y Relaciones Públicas de REPSOL.

Cristiana Zito, Chief Strategy Officer de DDB / Representante APG.

Co-Secretarios: Silvia Bajo, directora general de la aea y César Vacchiano, CEO de SCOPEN.

Este año, como novedad y para dar respuesta a la evolución del mercado, se incorporan dos nuevas categorías, “Campaña de Social Media/Influence Marketing”, en la que se deberá demostrar cómo se ha logrado conectar con la audiencia mediante el uso estratégico de plataformas sociales y/o la colaboración con personas influyentes, independientemente de que dicha colaboración se haya producido en el entorno de medios sociales o no, generando resultados medibles tanto en términos de engagement como de impacto en los objetivos de negocio. Sólo serán susceptibles de galardón aquellos casos en los que se demuestre que social

media y/o influence marketing fueron el eje estratégico y creativo fundamental del caso presentado.

Y, la categoría “Experiencia de Marca”, que reconocerá la capacidad de las marcas para diseñar e implementar experiencias memorables que fortalezcan la conexión con sus audiencias. Las candidaturas presentadas deberán demostrar cómo, a través de experiencias físicas, digitales o híbridas han conseguido transformar la percepción de la marca y generar un impacto positivo en el negocio. Igualmente, sólo serán susceptibles de galardón cuando se demuestre que la experiencia de marca fue el eje estratégico y creativo fundamental del caso propuesto.

También, para optar al premio de Agencia del Año, como hasta la fecha, deberá haber ganado como agencia líder un trofeo en cualquiera de las categorías y, como novedad en esta edición, haber tenido como finalistas casos de, como mínimo, tres marcas distintas, que pueden ser de diferentes compañías o formar parte de una misma compañía anunciante. Respecto a las agencias líderes, también varía la puntuación del oro que pasa de 8 a 10 puntos y la plata, de 6 a 7 puntos.

Unos premios de toda la industria de la comunicación comercial

Hasta la fecha, desde 1997 son ya 4.091 los casos inscritos, 902 los trofeos entregados, 1.037 los anunciantes y 682 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 23 de octubre en el Teatro Real de Madrid.

Los Premios Eficacia cuentan con el patrocinio de JCDecaux, Jungle, NewixMedia, OMG y Pinterest.

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 Creatividad (c de c), e Insights + Analytics España (i+a).