



La AEA extiende a un día los actos acerca de la eficacia

DANONE, ONCE, SEAT Y TELEFÓNICA FINALISTAS AL PREMIO A LA TRAYECTORIA DE UNA MARCA

La Asociación Española de Anunciantes (AEA), ha creado una Jornada de la Eficacia, con la que se ocupará la mañana del día de entrega de los Premios Eficacia, el día 27 de octubre en Madrid.

Intervendrán en esa jornada personalidades nacionales e internacionales entre las que se encuentran Félix Muñoz, director de comunicación de Coca-Cola; Jaime Lobera, director de marketing de Campofrío; Ben Fennell, CEO de BBH; Simon Clint, ex director de marketing mundial de Unilever; Tom Roach, director de planificación de Leo Burnett Londres (caso McDonald's, oro en Creatividad Eficaz en Cannes Lions 2011) y Adam Tucker, *managing partner* en AMVBBDO (caso Walkers Sandwich, gran premio de Creatividad Eficaz en el mismo festival).

Rueda de prensa

La jornada y otros aspectos de actualidad de la asociación se presentaron recientemente en una rueda de prensa en la que intervi-



La AEA ha presentado la nueva edición del 'Libro de la eficacia'.

nieron Félix Muñoz, vicepresidente; Rafael García Gutiérrez, vicepresidente económico y Juan Ramón Plana, director general. Además de hablar de los Premios Eficacia, se dio un repaso a los temas más recientes en los que se ha visto implicada la AEA. Así, por ejemplo, respecto de la posible desaparición antes de nacer del Consejo Nacional de lo Audiovisual, en el que participaría la AEA, los anunciantes no parecen muy partidarios de la idea del PP de paralizarlo. Sus representantes se mostraron beligerantes con el

cumplimiento de los límites publicitarios establecidos por la Ley Audiovisual, aunque siguen considerando que no siguen las directrices comunitarias y que eso conlleva un peligro de sanción para España. Asimismo, mantuvieron su postura contraria a que se permita más concentración audiovisual en la televisión y en la eliminación total de la publicidad en TVE. "Tenemos 300 millones para dar", recordó Juan Ramón Plana, hablando de un ente al que no le cuadran las cuentas.

Finalistas al premio por la trayectoria

Poco después de la mesa redonda, la AEA dio a conocer los finalistas al Premio a la trayectoria publicitaria de una marca: son BMW, Danone, Once, Seat y Telefónica. El ganador se conocerá junto con el resto de premiados en la gala del 27 de octubre.

Por último, ya está en la calle el *Libro de la eficacia* en el que se recogen los casos premiados en la edición de 2010, la duodécima de las falladas hasta ahora. El libro se entrega gratuitamente en la gala de los premios, aunque para Juan Ramón Plana lo ideal sería que, como ocurre en el Reino Unido, se convirtiera en un *best seller* empresarial nada más salir a la calle.