



Publicidad
EN BREVE



Llegan los XIII Premios a la eficacia publicitaria

■ MADRID. Más de 2.000 profesionales de 81 campañas presentadas por 61 anunciantes y 47 agencias de publicidad y medios competirán el próximo 27 de octubre en la XIII edición de los Premios a la Eficacia de la Publicidad convocados por la Asociación Española de Anunciantes (AEA). En esta edición se concederá, igual que en certámenes anteriores, el Premio a la Trayectoria de una Marca, galardón que otorga el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia "por trabajar en la búsqueda de la eficacia, a través de las herramientas de la publicidad, innovación, estrategia y buen uso de los medios, demostrando el retorno de la inversión". Además, como novedad, el Club de Jurados incorporará este año el Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional, destinado a todos aquellos directivos que hayan destacado por "la consistencia, la solvencia y evidentemente la eficacia, en el desarrollo de su trayectoria profesional en el entorno de la comunicación comercial, el marketing y los medios". Los candidatos deberán contar con una experiencia de más de 25 años en posiciones vinculadas a estas disciplinas. Por último, se otorgará el Premio Eficacia al Nuevo Talento, dirigido a todos aquellos profesionales menores de 35 años que trabajen con "la aplicación de estrategias innovadoras y con un pensamiento diferencial en beneficio del retorno y la eficacia en sus estrategias de comunicación y marketing".

Qatar podría dejar de patrocinar al Barça

■ MADRID. La junta directiva del FC Barcelona ha decidido someter a la ratificación de la próxima asamblea general de compromisarios el contrato de patrocinio con Qatar Foundation, que reporta al Barça unos 30 millones de euros al año. «Si la asamblea vota en contra de este patrocinio, algo que esperamos no suceda, el contrato quedaría sin efecto y Qatar desaparecería de la camiseta», aseguró ayer el portavoz de la directiva del FC Barcelona, Freixa. El club tiene contrato con esta fundación hasta el próximo ejercicio 2016. En el caso de que los socios voten en contra, el equipo barcelonés tendrá que reformular sus presupuestos para esta temporada.

Media Markt y Saturn se pasan a Carat

■ MADRID. El grupo Media-Saturn en España, líder europeo en la distribución de electrónica de consumo, entretenimiento y electrodomésticos, elige a la agencia de medios Carat Barcelona como *partner* estratégico de medios para sus marcas Media Markt y Saturn en España. La decisión ha sido tomada después de un intenso concurso que se realizó durante el pasado mes de junio, en el que también participaron las agencias MediaCom, Universal McCann, OMD y Zenith Media, la que fuera durante los últimos seis años la agencia de medios de Media Saturn.

► **Nadal al estilo Armani**

El tenista español se ha vuelto a poner en manos de los estilistas de Armani para promocionar la nueva campaña de otoño-invierno de Armani jeans y Emporio Armani 'underwear'. Precisamente, el español sustituye a Cristiano Ronaldo, que fue la imagen de la campaña anterior. Las imágenes, que fueron tomadas por el reconocido fotógrafo Steven Klein en Mallorca, empapelarán hasta los autobuses de dos pisos de la Gran Manzana. Esta no es la primera vez que Nadal representa la imagen de Armani ya que en enero pasado el deportista se unió a Megan Fox en una serie de 'spots' para la compañía.

