



**GALARDONES/** LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES (AEA), CON EL APOYO DE UNIDAD EDITORIAL, HA ENTREGADO LOS PREMIOS A LA EFICACIA DE LA PUBLICIDAD 2010, QUE RECONOCEN UNA CAMPAÑA DE CAMPOFRÍO EN LA QUE SE UTILIZA EL NOMBRE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA COMO LA MEJOR DE LA TEMPORADA.

## Elena Salgado, la mejor protagonista para un anuncio

**ANÁLISIS** por S.Saiz

La campaña de publicidad realizada por la agencia McC. Erickson para Campofrío bajo el lema Elena(s) Salgado, ha sido galardonada con el Gran Premio a la Eficacia de la Publicidad 2010, evento organizado por la Asociación Española de Anunciantes (AEA), con la colaboración de Unidad Editorial, MEC, TV3, JCDecaux, Sanca y Mónico. En el spot premiado, aparecen varias mujeres, que comparten el nombre con la vicepresidenta segunda y ministra de Economía y Hacienda, consumiendo productos de la marca Pavofrío.

En total, se han entregado 31 trofeos, además del premio en la categoría principal. Cola-Cao obtuvo el reconocimiento a la Trayectoria Publicitaria de una Marca, por ser una enseña "mítica con pasado, presente y futuro, que ha formado parte de la iconografía colectiva de varias generaciones, constituyendo una parte muy sólida del acervo publicitario español", según el jurado.

DDB ha sido la agencia creativa más premiada por su puntuación en



La presidenta de McDonald's, Patricia Abril, entregó el galardón a Campofrío.



Arena Media recibió el reconocimiento en la categoría de Agencias de Medios.



Marcos de Quinto, de Coca-Cola, entregó el premio a Antonio Martín Yañez, consejero delegado de Nutrexpa.

función de los casos presentados y de los trofeos recibidos. El premio a la agencia de medios ha recaído en Arena Media. En total, han sido 24 anunciantes y 22 agencias las que han conseguido alzarse con uno de los Premios a la Eficacia gracias a la consecución de sus objetivos en las estrategias de comunicación comercial.

Mención especial (medalla de oro) han recibido el Ayuntamiento de Pamplona, Atrápalo, Campofrío, Damm, FSC Inserta/Fundación On-

ce, Lactalis Iberia, McDonald's Sistema de España, Mitsubishi, Pepsico, Promotor, Roca Sanitario y Zapata Inmobiliaria.

El jurado, presidido por el consejero delegado de Pikolín, José María Mendizábal, estaba formado por profesionales de diferentes ámbitos empresariales, desde compañías anunciantes hasta agencias de publicidad y medios. Los premios no sólo tienen en cuenta la dificultad y la innovación de la campaña, sino también aspectos económicos, como el retorno de la inversión y otros criterios utilizados por la industria para medir la eficacia de los anuncios.

La gala, que se celebró en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, fue presentada por el director general de la AEA, Juan Ramón Plana, y el actor Juan Manuel Montilla. La presidenta de la asociación hizo entrega del máximo galardón y José María Mendizábal se encargó de los premios a las agencias del año.

Los Premios a la Eficacia están considerados entre los más prestigiosos de Europa en el ámbito de la publicidad y son los únicos que reconocen en España las mejores estrategias de comunicación comercial.