



COFACE, AXA ASSISTANCE, Fundación Mutua Madrileña, REALE, MUTUA MADRILEÑA, PELAYO y GENERALI, premiados

INESE Y MARKETING SITE HAN VUELTO A RECONOCER LAS MEJORES CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DEL SECTOR. REPARTIDOS EN ESTA EDICIÓN EN SIETE CATEGORÍAS, LOS GALARDONES HAN CORRESPONDIDO EN ESTA EDICIÓN A COFACE, AXA ASSISTANCE, FUNDACIÓN MUTUA MADRILEÑA, REALE, MUTUA MADRILEÑA, PELAYO Y GENERALI. LA CONVOCATORIA HA CONTADO CON LA PARTICIPACIÓN DE 29 EMPRESAS Y FUNDACIONES VINCULADAS AL SECTOR ASEGURADOR, QUE HAN PRESENTADO UN TOTAL DE 54 CAMPAÑAS.

Los Premios se entregaron en un acto propio, desarrollado en el marco del 'XI Encuentro de Marketing y Comunicación'. Se otorgaron galardones en siete categorías: Mejor Campaña B2B; Mejor Campaña B2C; Mejor Campaña Corporativa; Mejor Campaña de Patrocinio; Mejor Campaña de Comunicación Interna; Mejor Campaña de Relaciones Públicas; y Mejor Campaña Integrada (categoría que tiene en cuenta las mejores campañas presentadas en diferentes categorías y que mantengan una coherencia de criterio, creatividad, objetivos, soportes, etc.). Las candidaturas presentadas debían haber sido difundidas en territorio español por cualquier medio (convencio-

nal o no convencional) entre el 26 de septiembre 2014 y la fecha de reunión del jurado en vísperas del evento, aunque el inicio de la campaña o acción de comunicación podrá ser anterior al 1 de enero 2014.

Los ganadores recibieron una escultura diseñada por Javier de Benito Madrid. Realizada en hierro representa, a partir de la silueta de la media bombilla, logotipo de los premios, el mundo de las ideas, de la luz, la innovación y el cambio. A los finalistas se les entregó también un trofeo tallado en cristal.

Tras valorar todas las candidaturas, el Jurado ha constatado que, en general, "aunque todos los proyectos de-

muestran una elevada profesionalidad en su preparación y desarrollo, una buena parte siguen siendo variaciones sobre temas recurrentes". Al Jurado le gustaría "sorprenderse más". "Con todo -añadía-, resulta obligado volver a poner de manifiesto la existencia de candidaturas que demuestran que con buenas ideas y poca inversión se pueden conseguir muy buenos resultados". Y, concluía, "a la inversa, se aprecian algunos buenos conceptos mal explotados, tal vez por falta de desarrollo creativo, tanto de las ideas como del trabajo gráfico, donde hay un amplio margen de mejora".

MEJOR CAMPAÑA B2B

En esta categoría se analizaron cuatro campañas, distinguiéndose la propuesta de COFACE "4 razones para comer el mundo". El jurado ha valorado, especialmente, que el desarrollo de la idea, en las distintas piezas, "está muy bien orquestado, cumpliendo sus objetivos".

Como finalistas, E2000 FINANCIAL INVESTMENTS, con su iniciativa "Más vale prevenir que lamentar" y CRÉDITO Y CAUCIÓN, con su campaña "Jump!".

MEJOR CAMPAÑA B2C

En esta categoría se valoraron nueve candidaturas, inclinándose el Jurado por "Optimización travel web b2c", presentada por AXA ASSISTANCE. De ella, ha remarcado la apuesta de la empresa, que no se sentía satisfecha con lo que tenía por lo que "decidió ir más allá en la optimización de resultados con las últimas técnicas de *e-commerce*".

Como finalistas, CNP PARTNERS, por "Tu vida", y NEXT SEGUROS, por "Buscamos coche con una vida apacible".

JURADO

- Carlos Rubio, director general de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria.
- Joost Van Nispen, presidente del Instituto de Formación Superior en Marketing Relacional, Marketing Directo y Marketing Digital.
- David Torrejón, director general de la Asociación General de Empresas de Publicidad (AGEP).
- Daniel Campo, fundador y director de la revista *El Publicista*.
- Presidente (sin voz ni voto): Ramón Albiol, director general de MARKETING SITE.
- Secretario (sin voz ni voto): Juan Manuel Blanco, responsable editorial de INESE.



MEJOR CAMPAÑA B2B: Clara Mirete Castañeda, gestora de Comunicación y Marketing de COFACE, recibió el Premio de manos de Daniel Campo.



MEJOR CAMPAÑA B2C: Marta Rodríguez, responsable de Marketing Relacional de AXA ASSISTANCE, recibió el galardón de manos de Ramón Albiol.



MEJOR CAMPAÑA CORPORATIVA: Lorenzo Cooklin, director general de Fundación Mutua Madrileña, junto a Susana Pérez, que le entregó el galardón.



MEJOR CAMPAÑA DE PATROCINIO: Ignacio de la Hoz, responsable de Publicidad y Patrocinio de REALE SEGUROS, posa junto al trofeo entregado por Carlos Rubio.



MEJOR CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA: Adriana Anduiza, coordinadora de Comunicación Interna de MUTUA MADRILEÑA, recibió el galardón de manos de Juan Manuel Blanco.



MEJOR CAMPAÑA DE RELACIONES PÚBLICAS: Francisco Cabrero, director de Marketing de PELAYO SEGUROS, junto al miembro del Jurado David Torrejón, que le entregó el premio.

MEJOR CAMPAÑA CORPORATIVA

En esta categoría se valoraron un total de 14 campañas, premiándose por unanimidad a Fundación Mutua Madrileña, por su iniciativa “Violencia de género”, destacando al respecto que, “en un tema tan sensible como el maltrato, lograr un tratamiento creativo en vídeos y carteles memorables y sorprendentes, que dejan huella, es muy digno de compartir, elogiar y de ser premiado”. Los finalistas han sido DKV SEGUROS, por “Instituto DKV Vida Saludable”, y NATIONALE NEDERLANDEN, por “Transformación de marca”.

MEJOR CAMPAÑA DE PATROCINIO

Se han valorado tres campañas, otorgándose el premio a REALE por “Jalea a la real”. De esta campaña el Jurado ha destacado “su creatividad a la hora de convertir un patrocinio en una comunicación fresca, original, memorable y divertida”.

Como finalista, la iniciativa “Marató Barcelona 2015” de ZURICH SEGUROS.

MEJOR CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Se han analizado 16 campañas, destacando por encima de todos “Somos más”, de MUTUA MADRILEÑA, que, a juicio del Jurado, “ayuda a mejorar el clima laboral, potenciando la meritocracia y el cumplimiento de objetivos”. Como finalistas, ZURICH SEGUROS, por su “Community Week 2015”, y SANITAS, por su “Plan de sensibilización interna”.



MEJOR CAMPAÑA INTEGRADA: El premio de GENERALI lo recogieron Javier las Heras (director Área Comunicación), Susana Melendi (jefa de Unidad) y Javier Aguirre de Cárcer, director de División Marketing, Comunicación y Clientes de manos de Joost Van Nispen (2º por la izq.)

Finalistas de cada categoría

5ª edición

PREMIOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN EN EL SECTOR ASEGURADOR

83



En Mejor Campaña B2B, la distinción de CRÉDITO Y CAUCIÓN fue recogida por Iker Arriandiaga, del Departamento de Marketing de la entidad.



En Mejor Campaña B2B, el galardón de E2000 FINANCIAL INVESTMENTS fue recogido por Paloma Arenas (directora general) y Rosario Fernández (responsable de Comunicación y Marketing).



En Mejor Campaña B2C, la distinción de CNP PARTNERS la recibió Mario Luis Garcíablanco, director de Marketing Iberia.



En Mejor Campaña B2C, el galardón de NEXT SEGUROS fue recogido por Alvaro Castellano, director de Marketing.



En Mejor Campaña Corporativa, la distinción de DKV SEGUROS fue recogida por Sara Luque, de la agencia de publicidad de la aseguradora.



En Mejor Campaña Corporativa, el galardón de NATIONALE-NEDERLANDEN lo recogió la subdirectora general de Marketing, Comunicación y producto, Virginie González.



En Mejor Campaña de Patrocinio, el trofeo de ZURICH lo recibieron Jacinto Ajram, responsable de Patrocinios y Comunicación Interna, y Silvia Heras, directora de Marketing.



En Mejor Campaña de Comunicación Interna, la distinción de ZURICH la recogió Cristina Gomis, responsable de Comunicación Corporativa de España.



En Mejor Campaña de Relaciones Públicas, la distinción otorgada a Fundación Línea Directa la recibió Santiago Velázquez, director de Comunicación.



En Mejor Campaña de Relaciones Públicas la distinción de ZURICH la recogieron Sonia Mansilla, de la gerencia de Comunicación Externa, y Cristina Gomis.

EL JURADO DESTACA LA EXISTENCIA DE CANDIDATURAS QUE DEMUESTRAN QUE CON BUENAS IDEAS Y Poca INVERSIÓN SE PUEDEN CONSEGUIR MUY BUENOS RESULTADOS. TAMBIÉN DE ALGUNOS BUENOS CONCEPTOS MAL EXPLOTADOS, TAL VEZ POR FALTA DE DESARROLLO CREATIVO

MEJOR CAMPAÑA DE RELACIONES PÚBLICAS

Se analizaron siete campañas, otorgándose el premio a PELAYO por "Pelayo con la selección". El Jurado destaca de ella "su óptima explotación de un patrocinio deportivo a través de una sólida campaña de relaciones públicas". Los finalistas han sido Fundación Línea Directa, por su campaña con motivo del "Premio Periodístico Seguridad Vial", y ZURICH por su lanzada con motivo del "Maratón de Sevilla".

MEJOR CAMPAÑA INTEGRADA

La ganadora en esta categoría, en la que se valoraron tres campañas, fue la presentada por GENERALI. Según el Jurado, "Generali y Jesús Calleja" es una campaña "verdaderamente consistente que se apoya en una estrategia a largo plazo y que mejora también a largo plazo sus resultados". □

PARTICIPANTES

- AMA
- ARAG
- ASISA
- AXA
- AXA ASSISTANCE
- CNP PARTNERS
- COFACE
- CRÉDITO Y CAUCIÓN
- DIRECT SEGUROS
- DKV SEGUROS
- E2000 FINANCIAL INVESTMENTS
- FUNDACIÓN LÍNEA DIRECTA
- FUNDACIÓN MUTUA MADRILEÑA
- GRUPO PACC
- GENERALI
- HELVETIA
- LIBERTY
- MUTUA MADRILEÑA
- NATIONALE NEDERLANDEN
- NEXT SEGUROS
- PELAYO
- RASTREATOR
- REALE
- SEGURCAIXA ADESLAS
- SEGUROS RGA
- SANTALUCÍA
- SANITAS
- TEMPU
- ZURICH

