



Lunes, 23 de Abril de 2012

VIII Foro y 47 Asamblea de la Asociación Española de Anunciantes

Intervendrá el ministro plenipotenciario de la Embajada de Túnez para hablar de la fuerza y el poder de una nueva época

Una de las preocupaciones de las empresas anunciantes es la de superar con éxito el tsunami tecnológico que ha arrebatado el poder a la marca para, en un giro de timón, pasárselo al consumidor. Bajo esta preocupación la Asociación Española de Anunciantes (aea) celebra el VIII Foro Profesional del Anunciante bajo el lema: "La inesperada glaciación: fondo y forma para una nueva conversación". El evento tendrá lugar el Jueves 12 de abril, y por la tarde tendrá lugar la 47 Asamblea General de la asociación, en la que se nombrará una nueva presidencia ya que, el cargo, ostentado hasta la fecha y desde hace tres años por Patricia Abril (presidenta y directora general de McDonald's) toca a su fin tras cumplirse el periodo reglamentario que marcan los estatutos de la asociación.

Las empresas anunciantes quieren avanzar en la inmersión digital ya que, según afirma el coordinador del VIII Foro Profesional de Anunciante, Jesús María Moreno (Nintendo), miembro del Comité Ejecutivo de la AEA, las formas y los usos de la actividad de la comunicación comercial cambian a velocidad de vértigo y se impone una nueva realidad en la que el papel del anunciante ha cambiado. La brecha abierta ha arrollado muchos modelos de negocio en los que hasta ahora los actores de la industria de la publicidad se desenvolvían con naturalidad.

A dar explicación y avanzar en el nuevo camino contribuirán con sus aportaciones destacados conferenciantes como, por ejemplo, el ministro plenipotenciario de la Embajada de Túnez, Mohamed Chaker Ouahada, quien explicará a la audiencia que si las redes sociales son capaces de ayudar a un movimiento de liberación de un país a lograr sus objetivos, -revolución del Jazmín-, las empresas y sus marcas deben de tener mucho respeto ante esta poderosa fuerza que puede ser imparable, para bien o para mal.

Entre otros conferenciantes intervendrán el arqueólogo y director del Museo Arqueológico Regional de la Comunidad de Madrid, Enrique Baquedano, quien aportará su visión sobre la evolución humana. También participarán profesionales del sector que hablarán más de la comunicación comercial empresarial, como Carina Szpilka (ING), con la ponencia "toda una filosofía adaptada a la nueva glaciación", Jaime Lobera (Campofrío), Alfonso González (Arena Media), Nacho de Pinedo (Instituto Superior para el Desarrollo de Internet), así como Miguel del Fresno (UNED), todos ellos analizarán las oportunidades que esperan con el poder y la fuerza que impone una nueva época.

Por lo que respecta a la 47 Asamblea General, además de elegir nueva presidencia, se detallarán todas las actividades llevadas a cabo respecto de los objetivos prioritarios marcados por el Consejo Directivo en el pasado ejercicio: reconocimiento de la publicidad y modelos de eficacia en la comunicación comercial: servicio al socio con conocimiento, búsqueda de valor y soluciones técnicas para los anunciantes, defensa de la libertad de competencia; y comunicación y relaciones ante la industria, la administración y la sociedad. Al mismo tiempo se avanzarán las líneas de futuro de cara al término del año 2012 y próximo 2013.

Además en la Asamblea se presentará el Libro Blanco de la Producción Audiovisual, elaborado por Alex Carvajal -asesor de producción de la AEA-, recién editado por la asociación y se expondrán las acciones que mayor proyección exterior han tenido en medios de comunicación, como las realizadas en defensa del derecho a la competencia y a la pluralidad, pidiendo la vuelta de fórmulas de comunicación comercial a RTVE en los términos que se consideren más adecuados, así como la personación en el expediente de fusión de Antena 3-La Sexta para tratar, al igual que se produjo en el caso de la fusión de Tele 5-Cuatro, de conseguir una serie de compromisos que garanticen las mejores relaciones comerciales. También se detallarán la puesta en marcha de la campaña de Publicidad Sí, los Premios a la Eficacia, etc.