

Ana Zumalacarregui

De: Jesus Díaz [jdiaz@programapublicidad.com]

Enviado el: jueves, 05 de marzo de 2009 12:07

Para: oyentes@programapublicidad.com

Asunto: LA REINA SE REUNE CON TODA LA INDUSTRIA DE LA PUBLICIDAD.LOS SPOTS DE 30 SEGUNDOS EN UK AL PRECIO DE 1992. MARCOS DE QUINTO, PRESIDENTE DE COCA COLA ANUNCIA SU NUEVA GASEOSA "SCHUSS" Y UN "HERMANITO" PARA "LIMON&NADA",

SIGA EL RESTO DE TITULARES Y ULTIMAS HORAS EN LA PESTAÑA "BLOG" DE EL PROGRAMA:

[HTTP://WWW.PROGRAMAPUBLICIDAD.COM/BLOG.HTML](http://www.programapublicidad.com/blog.html))

SI NO NECESITA ESTAR EN VANGUARDIA DE LAS NOVEDADES DEL SECTOR PUBLICITARIO ...BASTA CON RESPONDER CON: "NO DESEO RECIBIR ESTE BOLETIN".
SI LO CREE DE INTERÉS PARA ALGUIEN DE SU ENTORNO, PUEDE CIRCULARLO, CITANDO EL MEDIO



LA REINA SE REUNE CON TODA LA INDUSTRIA DE LA PUBLICIDAD DE LA MANO DE LA FAD, como Presidenta de Honor de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, Hará entrega de un reconocimiento a representantes de los principales grupos y medios de comunicación españoles, a las asociaciones representativas de diferentes colectivos, agencias de publicidad, centrales de medios y productoras que han prestado su apoyo a la FAD desde el año 1986 para desarrollar su línea de campañas de sensibilización social

MARCOS DE QUINTO, PRESIDENTE DE COCA COLA ANUNCIA SU NUEVA GASEOSA "SCHUSS" Y UN "HERMANITO" PARA "LIMON&NADA", EN EL PROGRAMA. "No vamos a reducir nuestro portafolio de productos y algunos productos y acciones seguiremos trabajando con agencias pequeñas. Sería muy aburrido si no". **LA UNIÓN ESPAÑOLA DE CATADORES OTORGA A NESTLE LA MEJOR CALIFICACIÓN ENTRE LOS REFRESCOS DE TÉ.** Ha sido elegida entre las 14 marcas más relevantes del mercado nacional. Atractivo, intenso y de notable carácter en lo que a sabor se refiere son las principales cualidades que se encuentran en este producto.

EL ICO (Ramón Iribarren) ANUNCIA EN "EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD" SUS AYUDAS AL SECTOR Y ANUNCIA CONCURSO DE AGENCIAS Y MEDIOS PARA PRINCIPIOS DE ABRIL. (En 'Blog' de el programa)

LOCAL MEDIA AGRUPACION DE TV LOCALES DE 115 TV LOCALES, SE INSTALARÁ EN TOLEDO

LOS SPOTS DE 30 SEGUNDOS EN UK AL PRECIO DE 1992. La Conferencia ISBA (The Independent Schools' Bursars Association (ISBA) que lucha por educación avanzada y la promoción de gestiones financieras eficaces en la Administración y servicios, atrae el interés de anunciantes y medios en Inglaterra. Lord Carter Ministro británico responsable del despegue de la era digital, ha pedido la reorganización de un sector – y citó la fusión de Carlton y Granada- en el que el precio de un spot de televisión 30 segundos cuesta ahora casi lo mismo que en 1992, mientras que un anuncio de página completa en diario nacional tiene un precio que hace llorar a todo el mundo. El ex jefe de JWT en UK, no obstante señaló que "veo algo diferente, la situación y otras oportunidades". Carter al optimismo y reconoció que es momento de oportunidades y que el fin de la burbuja de Internet, permitió aparecer a muchas de las empresas actuales

HOY EN CALZONCILLOS AMARILLOS POR BALLESTA CON MASMOVIL.

MÁSmovil, el operador amarillo, te invita a participar en el primer reto de "Hazte un MÁSmovil", de Street Marketing. Este primer reto, tendrá lugar en la calle Ballesta de Madrid hoy 5 de marzo a las 17.30, donde el ganador de nuestra subasta inversa se paseará en calzoncillos amarillos (qué suerte)

EL GOBIERNO CEDE EL SELLO 'PÁSATE A LA TDT' A LOS FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE EQUIPOS DE TDT, utilizado en la campaña de comunicación para la difusión de la TDT.

Precisamente David Cierco, director general para el Desarrollo de la Sociedad de la Información, anunciaba ayer en el IDAE, que 8.100 ayuntamientos podrán gestionar en tres semanas, sus ayudas por Internet, gracias a 400 millones del Plan Avanza hasta 2008, mientras 15.000, anunció en la presentación del estudio "El estado de las TIC en la Administración Local

TVE PRESENTA "TARGET PREMIUM", en el Puerta de América

PRIMERAS DECLARACIONES DE ANTONIO MONTERO TRAS SU NOMBRAMIENTO COMO NUEVO PRESIDENTE DEL C DE C. Será el nuevo presidente desde el Día C, el 24 de abril, en el Circo Price de Madrid. **En sus primeras declaraciones al programa señala que : " El C de C tiene varios frentes abiertos y creo que el ICEX -como avanzaba ayer "El Programa..." - es uno de los objetivos que se conseguirán a un medio y largo plazo.** No quiero adelantar muchas cosas. Queremos ser un interlocutor social interesante y constante con otros colectivos para que los profesionales del negocio de la publicidad y la comunicación tengamos una impronta social, cada vez más presente en la sociedad". Sobre cómo afrontar la crisis y los recortes de fees y de colaboradores, y porqué no se piden más ayudas señala que "Somos uno de los sectores que menos conoce estas ayudas y que menos las pide. Sí. A lo mejor es que somos un sector cómodo y un gran desconocido en cuanto a capacidad de gestión y promoción. Una asignatura pendiente es el salto hacia fuera. Somos conformistas y se vive bien y es verdad que ha habido pocas empresas que han salido fuera. La economía española ha evolucionado muchísimo y la publicidad va detrás. Lo que nos queda es creernos esto y convertirnos en

una multinacional al uso. En la publicidad española se ha dado el fenómeno contrario. Estábamos invadidos, cuando nosotros podríamos tener la capacidad de hacer lo contrario y no solo en lo económico, sino también en la creatividad, tal y como lo hizo la Argentina.

SOBRE ACUERDOS ENTRE FESTIVALES IBEROAMERICANOS: "NO NOS CERRAMOS A NADA, PERO SIEMPRE RESPETANDO ESTOS CERTÁMENES DE DENTRO O FUERA DE NUESTRAS FRONTERAS. Nuestra preocupación es cuidar nuestra casa y la personalidad que queremos incluir en el día C y el Día A de este año y otros. No decimos nunca 'no' a relacionarnos con otros certámenes, de hecho lo hemos hecho y me parece que eso es bueno, para todos. Pero las plataformas requieren más estudio y ver. Esto no quita para que seamos primos hermanos y podamos ver qué mejorar de unos y de otros". En El Sol, nos encantaría alguna colaboración especial ". Sobre la noticia del ICEX que avanzaba el martes el programa, para promocionar la creatividad en EEUU "estamos en pleno proceso pero llevamos varios años haciendo exposiciones en los Institutos Cervantes del Mundo por diferentes países con éxito tremendo. Cuando llegas a algunos certámenes internacionales ves libros de Argentina llamados "Talento argentino", con arquitectos, creadores, etc que deberíamos haberlo hecho nosotros hace años, en beneficio de la creatividad española, una de las mejores del mundo, aunque nos lo tenemos que crear""

LAS CANTIDADES COBRADAS IRREGULARMENTE POR LAS ELÉCTRICAS AL CONJUNTO DE USUARIOS DOMÉSTICOS PUEDEN RONDAR LOS 80 MILLONES DE EUROS, según FACUA. La organización ha instado a las comunidades autónomas a que impongan a las compañías la devolución del dinero. Andalucía y Baleares ya lo han hecho.

COMIENZA EL RETHINK, EN BARCELONA. BAJO EL LEMA "TALENTO CONTRA LA CRISIS", vuelve una nueva edición de "Rethink the basis of communication", foro hasta mañana en la sede de la UIC-Universitat Internacional de Catalunya. Participan ponentes de prestigio internacional tales como Kjell Nordström, Tim Pethik, Nigel Barlow, José Molla, Martin Oetting, Daniel Córdoba, Sönke Martens y Steve Hatch. Asimismo se celebrará una mesa redonda de talentos con la presencia de prestigiosos profesionales de la comunicación del ámbito empresarial e institucional de nuestro país: Elisabeth Trallero, Directora y Consejera de Congost Plastics y Presidenta de EWMD Spain (European Women's Development Management Spain); Jordi Alberich, Director General del Círculo de Economía; Dalmau Codina, Editor del Grupo El Vigía y Pablo Alzugaray, CEO de Skackleton. Kika Samblás, Consejera Delegada del Grupo Consultores actuará como moderadora de este debate. El foro, patrocinado por Mediaedge:ia, va dirigido a profesionales de la comunicación, marketing y branding con el objetivo de debatir y analizar las últimas tendencias y la problemática del sector de la comunicación en este año 2009.

EL "ZENITH VIGÍA" SOBRE INVERSIÓN EN MEDIOS DE EDUARDO MADINAVEITIA SE CONVIERTE AHORA EN "ATALAYA". "Cada mes tendrás información obtenida desde mi Atalaya, pero unos meses el que observará será el Vigía de siempre y otros será el Zenthinela, un compañero que acabamos de contratar"

DESACUERDO CON ALGUNAS DELEGACIONES DEL GRATUITO 'ADN', POR DESAVENIENCIAS CON VARIOS DE SUS SOCIOS LOCALES EN LOS ÚLTIMOS DÍAS. PLANETA CONFIRMA SU INTERÉS EN EL GRATUITO, AUNQUE PUNTUALIZA A "EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD" QUE "ADN seguirá "en 'las principales' plazas en las que está" y que Planeta seguirá apostando por el diario, en estos momentos". Como mínimo permanecerá en Madrid, Barcelona, Bilbao o Valencia.

EL PRÓXIMO MARTES 10 DE MARZO, LA AEAP PRESENTARÁ SU PRIMER ESTUDIO DE HONORARIOS DE CATEGORÍAS PROFESIONALES, COMO AVANZÓ EL PROGRAMA. Las conclusiones de este estudio, en el que se invitó a participar a todas las agencias asociadas a la AEAP, pretenden contribuir a que las agencias puedan defender con criterios unificados los honorarios planteados a sus clientes.

LA AEAP ORGANIZA EL ENCUENTRO "COBRAR POR IDEAS", EL 24 DE MARZO. La Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP) y C4E Consulting revisarán de nuevo los sistemas de retribución de agencias. Estará impartido por Tim Williams, fundador y presidente de Ignition Consulting Group. El seminario "Cobrar por ideas" está pensado para que las agencias sepan cómo ubicarse en el negocio de las ideas, desterrando los sistemas de retribución basados en el cálculo de horas y comisiones para sustituirlos por otros que retribuyan la verdadera aportación de valor.

LA INVERSIÓN EN MEDIOS INTERACTIVOS EN ESPAÑA ASCENDIÓ A 610 MILLONES DE EUROS EN 2008 LA PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES REGISTRÓ UN CRECIMIENTO DEL 26% EN RELACIÓN CON EL AÑO 2007. LOS MEDIOS DIGITALES SUPONEN YA EL 8,6% DEL MERCADO PUBLICITARIO, Los formatos integrados acaparan casi el 74% de la inversión, con enlaces patrocinados (53,18%), seguidos por Banners, Botones y Sellos (10,66%), según el estudio de Interactive Advertising Bureau (www.iabspain.net), Asociación que representa al sector de la publicidad interactiva en España, junto con PricewaterHouseCoopers.

Los sectores de actividad de mayor inversión en comunicación en medios interactivos durante el año 2008 fueron Transportes, Viajes y Turismo (14,13% del total), Telecomunicaciones (10,88%), Finanzas (10,25%), Automoción (9,84%) y Medios de Comunicación, Enseñanza y Cultura (9,28%), mientras que otros sectores como Portales (5,14%) y Servicios públicos y privados (4,89%) experimentaron importantes crecimientos. Destaca, asimismo, el incremento interanual de sectores como Belleza e Higiene (4,79%) y Bebidas (4,47%). Los mayores anunciantes en formatos gráficos en los sectores especificados más arriba durante el segundo semestre de 2008 está encabezada por Iberia, Vodafone, ING Direct, Ford y Fox. El Vídeo Enriquecido duplica su inversión y se acerca ya al 5% de la inversión, liderada por los formatos Dinámicos Enriquecidos (Flash / Shockwave, JavaScript, HTML/CGI) con un 68,5% del total. Los formatos estáticos, por su parte reducen su cuota hasta significar el 22,8% de la inversión frente al 25,2% de 2007.

HOY COMIENZA LA PRIMAVERA EN EL CORTE INGLÉS, EN VARIOS MEDIOS. LA NUEVA CAMPAÑA CUENTA DE NUEVO CON ZAPPING

CRECE EL MALESTAR DE LA AUDIENCIA POR EL EXCESO DE PUBLICIDAD, LA TELEBASURA, Y EL EXCESO DE VIOLENCIA Y NOTICIAS DE CRISIS, SEGÚN EL OMNIBUS DEL CAC El sondeo revela que los catalanes critican cada vez la telebasura y el exceso de noticias sobre la crisis económica en la tercera ola trimestral sobre las percepciones y valoraciones de las personas telespectadoras. Pero La principal preocupación, sin embargo, sigue siendo, el exceso de publicidad con el 18,6 por ciento del total de quejas

RED.ES ADJUDICA A GFK MARKETING UN "ESTUDIO DE MERCADO DE VENTA DE DESCODIFICADORES TDT Y EQUIPOS QUE INTEGREN SINTONIZADOR TDT DURANTE EL AÑO 2009", por 335.000 euros

EL PLAZO DE INSCRIPCIÓN DE LOS PREMIOS IMÁN'09 SE AMPLIA HASTA EL 16 DE MARZO. ESTE AÑO DEDICAN SUS PREMIOS A LAS MADRES DE LOS AUTORES DE LAS CAMPAÑAS. Les explicarán a las madres de los profesionales de agencias y anunciantes en qué consiste su trabajo, desde la web www.lamadrequeteparo.com. Hasta el próximo 16 de marzo es posible inscribir las campañas, y el próximo 3 de abril se conocerá la short-list de las campañas finalistas. El jurado estará presidido por Fabio Simões, de Nazca Saatchi&Saatchi, junto a Adolfo González de Wysiwyg, Edu de la Herran de Sra. Rushmore, Isusko Artabe de Ros y Asociados, Xabier Olazábal de Publicis Dialog, David Palacios de Zapping, Jose Luis Gómez de Orbital, Chus Rasines de Ogilvy, lu La Lueta de Seisgrados, Laura Blanco de MRM, Angel Centenera de Wunderman, Borja Mengotti de Vodafone y Antonio Ruiz Va de Gas Natural.

UTECA CREE TRAS LA PRESENTACION DE LAS PÉRDIDAS DE TVE QUE "TIENE QUE AHORRAR Y NO ACHACAR LAS PÉRDIDAS AL MINUTO MENOS". Para UTECA "las pérdidas de TVE en el ejercicio 2008 responden a un gasto excesivo en compra de derechos y no al recorte de la publicidad en un minuto". A juicio de UTECA, RTVE tendría que ahorrar en muchas partidas de su presupuesto, como en la compra de cine de estreno y reestreno norteamericano, que ni contribuye al desarrollo de la industria cinematográfica española ni es cometido de una televisión pública fortalecer la cinematografía de un país externo a la UE, y en la partida destinada a la compra de derechos deportivos porque esos derechos, como la Copa de Europa de Campeones, los ofrece gratis y en abierto la televisión privada nacional"

LA CORPORACIÓN DE RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA (RTVE) REGISTRÓ EN 2008 UNOS GASTOS DE 1.193 MILLONES DE EUROS, LO QUE SUPONE UNAS PÉRDIDAS DE 71,8 MILLONES DE EUROS EN EL CIERRE DEL EJERCICIO ANUAL, SEGÚN EL PRESIDENTE DE RTVE, LUIS FERNÁNDEZ,

CASILLAS Y LEO FRANCO CAMBIAN DE COLORES, POR EL BUEN ROLLO Y LA DEPORTIVIDAD CON MAHOU, ANTE EL DERBY DEL FIN DESEMANA, CON UNA BOTELLA ESPECIAL. Para conseguirlo, Mahou Cinco Estrellas ha puesto en el mercado una edición especial de botellas de aluminio que la marca cervecera ha diseñado tomando como partida los colores de los dos equipos madrileños: así, la del Real Madrid muestra trazos azul oscuro sobre un fondo blanco en el que se plasma el escudo del club, mientras que la del equipo colchonero incorpora franjas rojiblancas y el escudo de la entidad.

EL ALCALDE DE MADRID, ALBERTO RUIZ-GALLARDÓN, NOMBRARÁ MENSAJEROS DE LA CANDIDATURA OLÍMPICA MADRID 2016 A LOS DOS PRINCIPALES EQUIPOS DE LA CAPITAL, REAL MADRID Y ATLÉTICO DE MADRID, en el día previo al partido que enfrentará a estos dos clubes en el Estadio Santiago Bernabéu

ATRES ADVERTISING, S.L.U., OBLIGADA A RETIRAR VARIOS TRAILERS DE PELÍCULAS "SEXY KILLER" por considerar la Sección Segunda del Jurado de Autocontrol que infringía el Código sobre Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia estimó la reclamación. Los mismo ocurrió con los de "Wanted-Se busca" por reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad (del tráiler) de la película "Wanted-Se busca" difundido por Atres por infringir el Código sobre Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Los mismo ocurrió con "Death Racer"

AEDEMO.CANCELA SU ENCUENTRO TEMÁTICO EN MADRID DE HOY 5 MARZO EN EL HOTEL ABBA CASTILLA

AUTOCONTROL NO APRECIA QUE LA CAMPAÑA DE MEDIA MARKT SATURN ADMINISTRACIÓN ESPAÑA, S.A.U., "PRECIO DE COSTE" SEA UN SUPUESTO DE PUBLICIDAD CONTRARIA a la norma 28 (protección menores) y Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia.

LA AEPD ARCHIVA UNA DENUNCIA POR LA DIFUSIÓN EN UN CONCURSO TELEVISIVO DE "AQUÍ HAY TOMATE" POR LOS NÚMEROS DE TELÉFONO MÓVIL DE LOS PARTICIPANTES MEDIANTE RESOLUCIÓN DE FECHA 20 DE OCTUBRE DE 2008, LA AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS (AEPD), en virtud de la denuncia interpuesta por un particular. En el programa del 27 de noviembre de 2007 se celebró un concurso en el que los telespectadores tenían la opción de votar a una serie de candidatos. Durante la retransmisión del programa de televisión se publicó -por error- el número de teléfono móvil de los usuarios que participaban en el concurso junto con el mensaje de texto que enviaban, lo que llevó al denunciante a considerar que dicha práctica violaba de forma flagrante la privacidad de dichos participantes al publicar sus números de teléfono móvil. La Agencia Española recuerda en su Resolución que el concepto de dato personal, según la definición que da la LOPD, requiere la concurrencia de un doble elemento: por una parte, la existencia de una información o dato y, por otra, que dicho dato pueda vincularse a una persona física identificada o identificable.

LA SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES URGE LA LIQUIDACIÓN DE LA TASA POR RESERVA DEL DOMINIO PÚBLICO RADIOELÉCTRICO, TRAS REITERADOS INTENTOS A 'RADIO TELEBASCONIA' SA Y 'ONA CATALANA' SA, entre otros titulares de concesiones de radio. También urge el pago a "destacadas" empresas de radiodifusión como: Aseo Urbano Medioambiente de Madrid SL; Medios de Comunicación 21 ;Almacenes y Servicios Aljarafe, SL, de Sevilla; Radio Ambiente Musical, SA; Cooperativa Ambulancias de Canarias, Sociedad Cooperativa Limitada, de Canarias; Tarifa Plana SL, de Valencia; Rubio Barbería, Francisco; de Valladolid; Transportes y Distribuciones Barcecan de Cantabria; Sara-Buy 6000 SL, de Madrid y a Pagán Nieto, Diego o Rodríguez Castillo, Antonio, de Murcia y Guadalajara, respectivamente .

"LA INDUSTRIA PUBLICITARIA ESPAÑOLA GOZA DE UN ELEVADO GRADO DE MADUREZ, RESPONSABILIDAD Y DE SALUD ÉTICA", SEGÚN JOSÉ DOMINGO GÓMEZ CASTALLO, DIRECTOR GENERAL DE AUTOCONTROL. En 2008 el número de reclamaciones publicitarias descendió hasta las 173 – desde las 191 de 2007-.En 2008 Autocontrol analizó 7.198 anuncios antes de ser emitidos con solo 173 reclamaciones, sin pasar por Autocontrol . "Ahora tras ser emitidos recibimos menos de 200 reclamaciones sobre cinco millones de inserciones publicitarias de 2008".

CE DESTINA 472.000 EUROS A EMPRESAS COMO VISA Y MASTERCARD PARA DETECTAR DELINCUENCIA- contra la difusión de imágenes de abuso sexual de menores a través de Internet, en la que participan, entre otros, Visa, PayPal y MasterCard, según anunció ayer el vicepresidente de la Comisión Europea y comisario de Justicia, Libertad y Seguridad, Jacques Barrot. Se trata de un grupo público-privado en el que participan Europol y la Policía Nacional Italiana Postal y de Comunicaciones, agentes financieros y proveedores de servicios en la red, entre otros, con el objetivo principal de confiscar los beneficios procedentes del comercio de imágenes de pornografía infantil. Con esta iniciativa se impedirá la compra de este tipo de material mediante tarjetas de crédito y otros sistemas de pago electrónico.

LA BÚSQUEDA DE CANDIDATOS PARA LA CAMPAÑA AUSTRALIANA 'EL MEJOR TRABAJO DEL MUNDO' logra una respuesta mundial de 35 millones, por solo 850.000 euros. Se trata de un empleo que dura seis meses para viajar y no hacer nada en la paradisíaca isla de Hamilton y en ratos libres llevar un blog en el que quede consignado lo maravilloso que es el lugar por 75.000 euros. Se trata de una campaña promocional de Australia por la que los dirigentes australianos no se les ocurrió mejor forma de promocionar el lugar que organizar unas pruebas de selección a través de un vídeo casero de un minuto. Casi 35.000 respuestas en cinco semanas. La prensa internacional lo narra como si se de la final de Eurovisión Los 11 finalistas volarán en mayo a la isla de Hamilton para su prueba final. El ministro de Turismo, Desley Boyle señaló que la campaña ha tenido un coste de 850.000 euros, aunque ha tenido el rendimiento de 35 millones

EL COLEGIO DE PUBLICISTAS Y RELACIONES PÚBLICAS DE CATALUÑA RINDE RECONOCIMIENTO A LOS CANALES Y LAS EMISORAS DE LA CORPORACIÓN CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS

NOKIA SUSPENDE LA VENTA DEL 5800 XPRESSMUSIC EN LOS EE UU, ante las reclamaciones sobre los problemas del terminal con las redes estadounidenses de telefonía.

YA HAY 30 MARCAS CON 'CALZADO TÓXICO' INCLUIDO EN LA RED DE ALERTA POR SU CONTAMINACIÓN CON DIMETILFUMARATO SEGUN FACUA. "NI el INC ni la inmensa mayoría de las marcas afectadas están desarrollando campañas de información para dar a conocer el problema a los consumidores"

LOS ALUMNOS DE CC DE LA INFORMACION SE MANIFIESTAN CONTRA "EL CIERRE DE RADIO COMPLUTENSE", POR EL DECANATO DE LA FACULTAD

DAVID PLOUFFE, ESTRATEGA DE LA CAMPAÑA DE OBAMA, EN CANNES DE LA MANO DE DDB

ORANGE AUMENTA SUS INGRESOS EN ESPAÑA DURANTE 2008 EN SUS DOS UNIDADES DE NEGOCIO. LA UNIDAD DE NEGOCIO MÓVIL CRECEN UN 0,4% Y LOS DE LA UNIDAD DE FIJO UN 4,3%. El Margen Bruto Operativo (GOM) de la unidad de negocio móvil se incrementa un 3,6%, hasta los 815 millones de euros. Los ingresos por servicios de ADSL se incrementan un 14,6%, impulsados por el crecimiento en la base de clientes ULL y por el mayor uso de servicios de Voip y televisión por ADSL. Anuncian más de 12,5 millones de clientes de móvil y banda ancha. Orange continúa impulsando su política comercial en las zonas en las que cuenta con red propia. De los 1.164 .000 clientes de ADSL con los que contaba a finales del año pasado, el 74% se encontraba en zona ULL. Orange ha incrementado un 8,4% su base de clientes en zonas ULL, pasando de los 792.000 de hace un año a los 863.000 clientes con que cuenta en la actualidad en estas zonas. Además Orange cuenta con un total de 87.000 clientes de IPTV a finales del año pasado, un 58% más que el ejercicio anterior. Además, ha alcanzado un total de 313.000 clientes con servicio VOIP, lo que supone multiplicar por 3,1 los de 2007. Esta cifra representa el 26,9% de la base total de clientes de ADSL.

HOY VII JORNADA DE BUENAS PRÁCTICAS DE EMPRESAS RESPONSABLES Y SOSTENIBLES; con BBVA: Antoni Ballabriga, director de Responsabilidad y Reputación Corporativas;ENDESA: Pío Cabanillas, director general de Comunicación; mapfre: Juan José Almagro, director general de Comunicación y Responsabilidad Social;TELFÓNICA: Alberto Andreu, director de Reputación, Identidad y Medioambiente.Ha contado con el patrocinio del Ministerio de Trabajo e Inmigración, BBVA, Endesa, Mapfre y Telefónica, y la colaboración de Critería Caixacorp., ISS Facility Services, Kutxa, Lagun Aro, Inforpress y Valores & Marketing,

JUAN SANTANA, CEO DE PANDA SECURITY, GAIZKA ORTUZAR, PRESIDENTE DE SPECIAL OLYMPICS EN ESPAÑA Y RAFAEL MARTÍN VÁZQUEZ, EX FUTBOLISTA y miembro de Special Olympics, sellan acuerdo de colaboración internacional para apoyar la práctica habitual del deporte entre las personas con discapacidad intelectual y fomentar los valores de superación y constancia entre las personas, en el estadio S. Bernabeu

MEDIOS

EL CASTING ON-LINE DE OT ARRANCA EN WWW.OPERACIÓNTRIUNFO.COM ON-LINE

RTVA Y LA TELEVISIÓN DE CEUTA ULTIMAN UN ACUERDO DE COLABORACIÓN PARA INTERCAMBIO DE EMISIONES

VOCENTO SE ATREVE CON UN NUEVO PROYECTO EDITORIAL, UN SEMANAL DE CINE Y TELEVISIÓN, "ante el crecimiento de la publicidad de las distribuidoras que deben lanzar el negocio del cine", señalaron a El Programa...

ADJUDICACIONES, NOMBRAMIENTOS, CURSOS

HITACHI DATA SYSTEMS AYUDA AL CENTRO INFORMÁTICO MUNICIPAL DE BILBAO A GARANTIZAR Y PROTEGER SUS DATOS A LARGO PLAZO

DELVICO GANA LA CUENTA DE PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA

MCCANN ERICSSON FICHA A JON LAVÍN, TRAS DEJAR CONTRAPUNTO.

CARTOON NETWORK ESTRENA EL 14 DE ABRIL EN EXCLUSIVA "BLUE DRAGON", una serie basada en un videojuego de éxito lanzado en Japón en 2006.

CB'A GRAELL, AGENCIA DE DISEÑO DEL GRUPO BASSAT OGLIVY, HA REDISEÑADO EL PACKAGING de la antigua gama 'Brotos' de Florette, marca de vegetales frescos

JOSÉ ANTONIO ALMOGUERA se une a LID Conferenciantes

NUEVO PROGRAMA SUPERIOR DE DIRECCIÓN Y MARKETING FARMACÉUTICO, DE ESIC con Laura González Molero, presidenta y consejera delegada del Grupo Merck, Francisco Ballester, director general de Novartis, Ignacio Enguix, director de desarrollo de negocio del Grupo Saned e Ismael Belda, consejero delegado de Total Team.

STORM, HACE LA WEB PARA PRIMAVERA VERANO 2009, DE TRUCCO. ESTÁ INSPIRADO EN LA COLECCIÓN PRIMAVERA-VERANO 2009. Bajo el claim "Romactic Trip"

GREENTUBE OBTIENE EL SELLO EUROPEO DE PLATINO A LA E-EXCELENCIA por su innovación en In Game Advertising

MARCAS, CAMPAÑAS, AGENCIAS

MATTEL, SE UNE A KARL LAGERFELD, con "Barbie & Ken by..."

PRIMERA CAMPAÑA DE EL LABORATORIO PARA MAHOU PREMIUM LIGHT EN TELEVISIÓN. La música, reinterpreta el éxito "Pump up the jam" de Tecnotronic, desde este lunes pasado, bajo el claim "Hay un mundo más ligero, ¿subes?", que refuerza el lanzamiento que se inició el año pasado en el mes de mayo. La campaña televisiva, que cuenta con tres versiones de 30, 20 y 10 segundos y se rodó en Praga

ONCE Y MICROSOFT REFUERZAN SU COLABORACIÓN PARA LA PLENA INCORPORACIÓN DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD A LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO. FUNDACION ONCE REUNE A LA REINA CON EL SECTOR HOY

CARMEN POSADAS Y JOSÉ ORTEGA CANO, IMAGEN DE LA CAMPAÑA DE LA ALIANZA PARA LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE COLON. Bajo el lema "Prevenir es vivir", el objetivo es difundir la importancia del cáncer de colon y la necesidad de promover medidas necesarias para su prevención. La acción publicitaria, creada por NCA, se centrará en anuncios de televisión, prensa y exterior, reforzada con la distribución de dípticos, octavillas y carteles en puntos informativos

LA CAIXA" PREMIA A LOS CLIENTES QUE TIENEN LA NÓMINA FIDELIZADA. LA ENTIDAD LIDERA EL MERCADO DE NÓMINAS EN ESPAÑA, CON DOS MILLONES DE CLIENTES Y UNA CUOTA DE MERCADO DEL 17%. El nuevo programa "Nómina Multiestrella" facilita la concesión de un "Anticipo Nómina" y regalará 1.100 millones de Puntos Estrella, canjeables por regalos, entre otras ventajas.

VISA LANZA PRIMERA CAMPAÑA PUBLICITARIA GLOBAL "MÁS GENTE CON VISA". La campaña también permite a Visa lograr eficiencias de costo al consolidar sus esfuerzos de mercadeo a nivel mundial. "Más personas con Visa" debuta en América Latina y en el resto del mundo.

UN 80% DE LOS USUARIOS DE LA RED COMPRA EN OUTLETS 'ONLINE' COMO VIPVENTA.COM, CON SUCULENTOS DESCUENTOS LOS 365 DÍAS DEL AÑO EN PRIMERAS MARCAS

ALAIN AFFLELOU presenta una campaña optimista para el lanzamiento de NEXTYEAR: La nueva campaña NEXTYEAR de ALAIN AFFLELOU se presenta como un soplo de oxígeno contra el pesimismo y los tiempos difíciles. Más de 100 bailarines profesionales al estilo de los musicales de Broadway, celebran rodeando al Sr. Alain Afflelou, el lanzamiento del primer crédito al consumo sin gastos ni comisiones del sector óptico. El spot ha sido rodado en el Centro Comercial La Gavia de Madrid que cerró sus puertas y estará presente también en Francia, Portugal, Suiza, Bélgica y Luxemburgo. El spot ha sido adaptado en España por Wonderland

CÓDIGO VISUAL HA LANZADO SU NUEVA PÁGINA WEB CORPORATIVA EN 3D, con numerosas mejoras de cara a los clientes y usuarios. La web continúa la clara apuesta online de la agencia y ofrece a los clientes y visitantes la posibilidad de consultar el portafolio creativo en un entorno visual que emula una navegación en 3D a través de la tecnología Cooliris. Código Visual realizó la web de los últimos Premios a la Eficacia de la AEA.

NADA ALTERA TAN POCO EL MEDIO AMBIENTE COMO LA NUEVA CAMPAÑA QUE CONTRAPUNTO HA HECHO PARA SMART "Smart, desde solo 7990 euros",. De nuevo smart refuerza su posición como el coche que menos contamina del mundo dado que es el que menos emisiones de CO2 tiene. En su nueva campaña, smart asocia los beneficios de bajo consumo y bajas emisiones con un precio muy atractivo (dada la eliminación del Impuesto de Matriculación),. La campaña cuenta con dos spots para televisión, en una primera oleada; gráfica; cuñas de radio; exterior; PLV en concesionarios; un microsite

GRITA Y GANA DINERO CON PATTEX DE HENKEL Pattex, la marca de adhesivos para bricolaje perteneciente al grupo Henkel, propone una terapia surrealista a los que comparten piso, invitándoles a gritar de espanto delante de la parte que menos les gusta de su piso, si quieren ganar 15.000 euros para renovarlo. Las parejas pueden participar a través del "destartalado" blog que se ha preparado para la campaña: <http://www.elbloccdelospattex.es/>

VENCA DONARÁ EL 1% DE SUS VENTAS POR INTERNET a proyectos solidarios para mujeres de la India

MILKA INVITA A NIÑOS Y ADULTOS A CONOCER Y DISFRUTAR DE LA NATURALEZA ALPINA CON "EL MUNDO ALPINO DE MILKA" ubicado en la Explanada del Acuario de Gijón del 7 al 8 de marzo

SYNC.ES INTRODUCE HACER PUBLICIDAD EN INTERNET CON ANÁLISIS PATROCINADOS COMO HERRAMIENTA PARA GENERAR INTERÉS TOTALMENTE NOVEDOSA, MEDIANTE LA CUAL UN ANUNCIANTE O PUBLICISTA PUEDE CONTRATAR ANÁLISIS DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS A TRAVÉS DE BLOGS, clasificados por precio y categoría, según su popularidad e influencia. Bajo el lema "¿Cuánto influyes?" Según Yago Arbeloa, Director General de Sync.es: "Los análisis patrocinados proponen una forma más económica de dar a conocer nuestros productos en la web 2.0 y aprovechar todas las ventajas que ofrece este tipo de entorno".

ESTUDIOS Y CONSUMIDORES

LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN PUESTOS DIRECTIVOS EN ESPAÑA ES INFERIOR AL 40%, según Michael Page en sondeo realizado entre más de 300 Directores de Recursos Humanos en toda España. Según el sondeo realizado por el Grupo Michael Page, aunque se observa una tendencia positiva, la realidad es que la paridad en los puestos directivos de las empresas aún está muy lejana. De hecho, sólo el 4% de las empresas españolas tiene

una representación de mujeres en puestos directivos de más del 60%.

AUC AGLUTINA EL 40% DE LAS RECLAMACIONES RESUELTAS POR AUTOCONTROL EN 2008 Y MÁS DEL 90% DE LAS PRESENTADAS POR ORGANIZACIONES SOCIALES. La publicidad de alimentación y bebidas y las alegaciones de salud han generado la mayoría de las reclamaciones recogidas por Autocontrol en su informe anual correspondiente a 2008.

LOS RUMORES CAUSAN HASTA UN 50% DE PÉRDIDA DE PRODUCTIVIDAD EN LAS EMPRESAS, ESPECIALMENTE LOS RELACIONADOS CON DESPIDOS, ENTRE 2 Y 3 HORAS LABORALES. Los departamentos con mayoría de mujeres son los más propensos al rumor. No se debe llegar a acuerdos exclusivos con empleados porque tarde o temprano se harán públicos, según la consultora de recursos humanos Ábaco Siglo XXI

LA OCU DENUNCIA ANTE EL BANCO DE ESPAÑA QUE LA NORMA DE FECHAS VALOR EN TRANSFERENCIAS BANCARIAS PERJUDICA A LOS USUARIOS. Para la OCU, que lo ha denunciado ante el Banco de España y el Ministerio de Economía "la normativa de fechas valor, aplicable a las transferencias bancarias, perjudica claramente al usuario. Esta norma de 1990 ha quedado completamente obsoleta en lo que respecta a los plazos y por eso va a solicitar al Banco de España que los acorte. Para la OCU, existe un enriquecimiento injusto a las entidades financieras a costa de sus clientes. Si en el año 2008 se transfirieron en España 900.000 millones de euros, el simple retraso de dos días en la fecha de valoración por parte de las entidades podría haber llegado a suponer, según estimaciones de la OCU, 195 millones de euros a favor de las entidades,

SEGÚN ENCUESTA DE READER'S DIGEST, CANON, LÍDER MUNDIAL EN TECNOLOGÍAS DE LA IMAGEN DIGITAL, ELEGIDO POR LOS CONSUMIDORES EUROPEOS la mejor marca de confianza en cámaras fotográficas de 2009,

LOS ESPAÑOLES RECUERDAN LOS CAMELOS Y CHICLES, LOS AMIGOS Y JUGAR EN LA CALLE COMO ALGUNOS DE LOS MOMENTOS MÁS DULCES DE SU INFANCIA. El 43% de los españoles asocia directamente los caramelos y los chicles con los momentos más dulces de la infancia. un 58% afirma que su sabor y olor es una de las sensaciones más recordadas. Estos datos se desprenden del estudio "Dulces Recuerdos de los Españoles" de la Asociación Española de Fabricantes de Caramelos y Chicles (CAYCHI) elaborado por el instituto de investigación IPSOS, entre 1000 encuestas telefónicas

BECA FOR CREATIVE LEADERSHIP. BECAS PARA ALUMNOS DE LA BERLÍN CREATIVE LEADERSHIP.

de unos 48.500 € para asistir al próximo programa de la Berlín Executive MBA Programa para solicitantes cualificados para el MBA Ejecutivo: creativos ejecutivos con un título de licenciatura y trayectoria de excelencia creativa y capacidad de liderazgo en la publicidad, el entretenimiento, la música, el cine, el periodismo, el diseño y la comercialización.

La fecha límite es 24 de marzo de 2009 – y se anunciarán los ganadores el 10 de abril:

<http://www.berlin-school.com/en; ejecutivo-MBA; scholarships.htm>.

AUTOCONTROL ORGANIZA 11º CURSO DE INICIACIÓN AL DERECHO DE LA PUBLICIDAD DEL 14, 21 Y 28 DE ABRIL Y 5 DE MAYO, AUTOCONTROL celebrará en Madrid . Tratará sobre la transposición de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, que cambiará el panorama televisivo; y de la Directiva de Prácticas Desleales, que regulará las prácticas comerciales engañosas y agresivas y modificará la Ley General de Publicidad y la Ley de Competencia Desleal; así como el contenido y consecuencia de nuevas leyes estatales como la Ley Audiovisual, serán algunos de los temas objeto de estudio en la nueva edición de este Curso.

MARISA RODRIGUEZ, A CENTRAL DE PRODUCERS

PUBLICIDAD EXTERIOR (PATROCINADO POR CEMUSA)

ONO adjudica su medio exterior A Kinetic.

SIGA EL RESTO DE TITULARES Y ULTIMAS HORAS EN LA PESTAÑA "BLOG" DE EL PROGRAMA:

[HTTP://WWW.PROGRAMAPUBLICIDAD.COM/BLOG.HTML](http://www.programapublicidad.com/blog.html))

¿CREE QUE SUS BANNERS SON YA PARTE DEL PAISAJE? ¿NECESITA COLOCAR SU BANNER A DIARIO ANTE LOS OJOS DE 6.800 VIPS DE LA PUBLICIDAD (AUDIENCIA: MÁS DE 16.000 PROFESIONALES)?

ESCRIBANDS A: oyentes@programapublicidad.com (OFERTAS ESPECIALES MARZO.ABRIL 09)

"EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD" (10º AÑO)

Dirección:

C/ Marqués de Monteagudo, 24, 1º Dcha.
28028 MADRID
tfnos: 91 399 1998 ó 91 425 05 00