

**Asunto:** RV: DE LA VEGA ANUNCIA NUEVO PLAN FISCAL PARA TELECOS Y TV PRIVADAS. FERNANDO RODES A "EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD" "HAVAS Y HAVAS MEDIA TENEMOS UNA POLÍTICA DE CREDIT RISK MUY ACTIVA Y HABLAMOS MUCHO Con nuestros anunciantes". "Creo que estamos preparad

**Datos adjuntos:** head-izq.jpg; head-der.jpg; ACT 8 MAYO.JPG

**De:** Jesus Díaz [mailto:jdiaz@programapublicidad.com]

**Enviado el:** viernes, 08 de mayo de 2009 16:16

**Para:** oyentes@programapublicidad.com

**Asunto:** DE LA VEGA ANUNCIA NUEVO PLAN FISCAL PARA TELECOS Y TV PRIVADAS. FERNANDO RODES A "EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD" "HAVAS Y HAVAS MEDIA TENEMOS UNA POLÍTICA DE CREDIT RISK MUY ACTIVA Y HABLAMOS MUCHO Con nuestros anunciantes". "Creo que estamos preparad

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

¿Tienes problemas para ver este mail?

[Haz click aquí.](#)



**DE LA VEGA ANUNCIA NUEVO PLAN FISCAL PARA TELECOS Y TV PRIVADAS. FERNANDO RODES A "EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD" "HAVAS Y HAVAS MEDIA TENEMOS UNA POLÍTICA DE CREDIT RISK MUY ACTIVA Y HABLAMOS MUCHO CON NUESTROS ANUNCIANTES". "PUEDE VENIR UNA SORPRESA, PERO CREO QUE ESTAMOS PREPARADOS".**

**DE LA VEGA ANUNCIA TRAS EL CONSEJO DE MINISTROS UN PLAN FISCAL PARA LAS TELECOS Y TV PRIVADAS Y LA RENUNCIA DEFINITIVA A LA PUBLICIDAD EN RTVE.** Este programa

incluiría un impuesto del 0,9% de los ingresos brutos de los operadores de telecomunicaciones y del 3% en el caso de las cadenas privadas. Damos el paso decisivo hacia la consolidación del sistema de financiación de la radiotelevisión pública, con su renuncia inmediata y definitiva a los ingresos publicitarios', ha señalado la vicepresidenta María Teresa Fernández de la Vega, en la rueda posterior al consejo de ministros. Telecinco dijo ayer que el plan del Gobierno contempla financiar el 45 % del presupuesto de RTVE con subvenciones directas; otro 20 % provendría del cánon de las cadenas de televisión y radio y operadoras telefónicas para el uso del espectro radioelectrónico y Otro 24% procedería de un nuevo tributo sobre el 0,9 por ciento de los ingresos de las operadoras telefónicas y un 10 %, de un nuevo gravámen del 3 % sobre los ingresos de las cadenas de televisión privadas. El 1 por ciento restante provendría de actividades comerciales de RTVE.

--  
**LAS COMPAÑÍAS TELEFÓNICAS REMARCARÁN EN ROJO EL 0,9% DE SUBIDA DE TARIFAS DESGLOSANDO LO QUE LE OBLIGAN A PAGAR A LA TELEVISIÓN PÚBLICA DESDE EL GOBIERNO PARA QUE LOS USUARIOS SEAN CONSCIENTES DE LA RESPONSABILIDAD EN LA SUBIDA DEL EJECUTIVO Y PODRÍAN PLANTEAR -HAN SEÑALADO- ACTUACIONES JUDICIALES,** tanto en España como en la UE, por presunta ayuda encubierta a RTVE. Tras la protesta de Redtel AETIC, la patronal tecnológica calificó de injusto que se obligue a costear a las telecos el 74% de la aportación privada a RTVE, lo que significa un aumento del 33% de la fiscalidad especial. Desde el Gobierno se señala que algunas compañías que se quejan de la medida, asumen en Francia un canon parecido, para esta financiación de la televisión pública

**LA AEA PRECISÓ ESTE JUEVES –COMO AVANZÓ EL PROGRAMA- A LAS TELEVISIONES PRIVADAS DE (UTECA) QUE ES NECESARIA PUBLICIDAD "MÁS EFICAZ Y NO BARATA"** La Asociación Española de Anunciantes ha explicado que para el sector audiovisual no es necesario contar con la "publicidad más barata de Europa" -tal y como había afirmado la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA)- sino "con la más eficaz". Enrique Bustamante, ex miembro del "comité de sabios", ha lanzado un manifiesto en defensa del actual modelo publicitario de TVE. Alega que la supresión de publicidad conllevará a una "dependencia" del sector con las televisiones privadas. "El anunciante, que al fin y al cabo constituye el tejido empresarial del país, de cara a sus previsiones comienza el año planificando la publicidad contando con 6 cadenas nacionales privadas más 2 públicas y, ahora, puede terminar con sólo 3, con las posibles consecuencias que siempre aporta una disminución de la oferta, en este caso tan relevante". "No queremos que la publicidad se emita "gratuitamente", queremos una publicidad a su justo precio, eficaz, que no produzca el hartazgo del telespectador y que pueda ser planificada en un número de medios razonable para que exista libertad de competencia real, la misma que se le exige a todas nuestras empresas anunciantes en su sector, porque eso sí que favorecería realmente una economía de mercado que propiciara el consumo y el crecimiento económico". "Debemos indicar a Uteca que nuestro comunicado, que ha sido origen de algunas de las afirmaciones de su desagrado, está respaldado por un gran número de asociaciones del sector e, incluso, en cuanto a la eliminación drástica de la publicidad en la televisión pública, también la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) en su nota de prensa del pasado 30 de abril indicaba que solicitaba el replanteamiento de esta medida. La aea ha respetado los diferentes acercamientos, posturas, manifestaciones de Uteca y considera que ésta debe respetar las de los anunciantes que, además de financiar su actividad, luchan por mantener las inversiones en un momento tan difícil".

--

**FERNANDO RODES A "EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD" "HAVAS Y HAVAS MEDIA TENEMOS UNA POLÍTICA DE CREDIT RISK MUY ACTIVA Y HABLAMOS MUCHO CON NUESTROS ANUNCIANTES". "A LO MEJOR PUEDE VENIR UNA SORPRESA, PERO CREO QUE ESTAMOS PREPARADOS"**. Es verdad que el mundo se está poniendo muy complicado. Espero poder seguir trabajando con todos nuestros clientes el año que viene."

**"SOBRE RIESGOS Y RETRASOS FRANCIA HA SACADO UNA LEY EN ENERO QUE COMPETE NO SOLO AL MERCADO PUBLICITARIO, PARA TODA LA ECONOMÍA DONDE SE REGULAN PERIODOS DE PAGOS. TÚ NO PUEDES PAGAR A OTRA EMPRESA FRANCESA MAS TARDE DE 60 DÍAS, POR LEY. PUES A LO MEJOR AYUDA.** No lo sé. En todo caso, si esas leyes no se dan hay que llegar a acuerdos bilaterales que satisfagan a ambas partes y estamos en un momentos de aguas muy agitadas. Habrá gente que se va a beneficiar y otros que saldrán perdiendo".

**"¿SOBRE LA ESCALADA DE ENFRENTAMIENTO ENTRE ANUNCIANTES Y TV PRIVADAS? CREO QUE ESO PASARÁ . LO QUE PASA ES LA CONFUSIÓN DE UN ESCENARIO NUEVO COMO AHORA. TODO TRATA DE ENCONTRAR SU SITIO Y MAXIMIZAR TODO LO QUE PUEDAN SUS RECURSOS** y eso hace que de vez en cuando las negociaciones, por definición, desencadenen breves periodos de confrontación".

**"SOBRE POSIBLES OFERTAS SOBRE IPG O AEGIS DE VICENT BOLLORÉ? "LO PRIMERO NO ME CONSTA Y LO DE AEGIS HABRÁ QUE VERLO.** Probablemente IPG esté barato, pero primero tenemos otras cosas que hacer. Pero, en fin, es su dinero".

**"CON ENDEMOL SOLO HAY UN ACUERDO DE COLABORACIÓN EN ESPAÑA. PERO AL SER AMBAS MULTINACIONALES NO TIENE SENTIDO QUE ESTÉ LIMITADO SOLO A ESPAÑA.** Seguro que se va a ver en otros sitios".

**"CREO QUE VA AVENIR OTRA VEZ LA CULTURA DEL ESFUERZO. LLEGARÁS A UNA AGENCIA Y VA A HABER GENTE TRABAJANDO CON SUELDOS MÁS BAJOS, MÁS HORAS Y ..."**

--

**LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PROFESIONALES DE COMPRAS, CONTRATACIÓN Y APROVISIONAMIENTOS (AERCE) URGE A ALCANZAR UN ACUERDO PARA QUE EL MARCO LEGAL QUE ESTABLECE EL PLAZO MÁXIMO DE PAGO A PROVEEDORES EN 30 DÍAS SEA DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO.** Según los datos de AERCE, en España el plazo medio de pago a proveedores está superando los 90 días, muy por encima de los mercados de nuestro entorno. La situación es todavía peor en determinados sectores; así, el sector de construcción se aproxima más a una media de 210 días; el de distribución, a 180 días, y determinadas administraciones públicas están superando el año. La extensión a toda la cadena de suministro de esta práctica está provocando un encarecimiento de los productos y una grave pérdida de competitividad frente a otros mercados europeos. AERCE celebra una "cumbre de compradores" en la que más de 200 directivos de empresas españolas se reúnen en Barcelona para abordar

de la economía

--

**PARTE DEL CDEC CREE QUE LA AEAP HA DEJADO PASAR LOS PLAZOS PARA PLANTEAR UN RECURSO AL CONCURSO DE LA DGT E INSISTE EN PEDIR ESTAR PRESENTE EN REUNIONES CON LA SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN**, sobre concursos de la administración. "Creemos que se han dejado pasar los plazos. Hasta donde se nos ha informado, el gobierno no ha cerrado la esperada entrevista solicitada por la Asociación, tras la carta del Presidente Juan Rocamora", ha señalado ayer un destacado dirigente del Club a El Programa.

**"ME PARECE IMPORTANTE QUE TANTO LA AEAP COMO LAS DEMÁS ASOCIACIONES TOMEN CARTAS EN ESTOS ASUNTOS DE CONCURSOS Y EL DE TRÁFICO, PORQUE, AL MENOS EN LO FORMAL, ES UN ESCÁNDALO.** De la carta de Antón lo que más me gustó es que lo hiciera". Señaló al respecto Pablo Alzugaray, anoche en los Premios Iman a EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD

--

**QUEDA DESIERTO EL "GRAN PREMIO IMÁN'09", DEL JURADO, PRESIDIDO POR FABIO SIMÕES, DE NAZCA SAATCHI&SAATCHI DE SAO PAULO, BRASIL. DIAGEO "ANUNCIANTE DEL AÑO". SHACKLETON CON 12 GALARDONES "AGENCIA DEL AÑO", POR 4º AÑO. "NO HUNGER", DE ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE, PREMIO A LA MEJOR CAMPAÑA PARA ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO (SHACKLETON).** Ogilvy Interactive, Ros y Asociados, CP Proximity y Sra. Rushmore son las agencias que se posicionan en segundo lugar por número de metales, con tres cada una, seguidas Ogilvy Worldwide, El Laboratorio, Wysiyng, Zapping, Grey España y Orbital Grupo de Comunicación, con dos premios respectivamente.

**ALZUGARAY: "ME PARECE SORPRENDENTE QUE EL JURADO HAYA DECIDIDO NO DAR EL GP, POR PRIMERA VEZ ..Y QUE SUCEDA EN UN AÑO COMO ESTE ME PARECE TRISTE LA VERDAD". "NO VAMOS A PERDER NUESTRA INDEPENDENCIA POR AHORA COMO GRUPO INDEPENDIANTE, pese a las ofertas de estos 5 años".**

**BRONCE PARA SHACKLETON EN EL ONE SHOW CON "EL HOMBRE INVISIBLE" PARA NBC UNIVERSAL. "SOLO NOS PRESENTAMOS A MEDIA DOCENA DE FESTIVALES" .**

-

**36 PREMIOS DE ESPAÑA EN FIAP. innovación (ultimo fallado anoche)** España obtuvo 3 platas y 1 bronce. **NO OBTIENE PREMIOS EN INTEGRADOS, MK DIRECTO O DISEÑO. BBDO ARGENTINA SOL DE PLATINO EN CAMPAÑAS INTEGRALES, CON "QUE VUELVAN LOS LENTOS" CON DORITOS (PEPSICO SNACKS).** Las platas fueron para Universal Mccann por su maquinas de vending gigante para Coca Cola y para DrafftCBSpain por su trabajo para Filial River Plate de Barcelona, con "Estamos Lejos..."La tercera plata fué GAP'S con "etiquetas" para el Ayuntamiento de Pamplona. y un bronce por su trabajo "silencios" para el Gobierno de Navarra.

**QUEDA DESIERTO EL GRAN PREMIO ESTRELLA, EL DE TV. ESPAÑA OBTUVO 12 PREMIOS: 1 ORO; 2 PLATAS Y 9 BRONCES EN TV.** Oro para Bassat, por "Churchill" para TV3. Las platas fueron de Bassat, para Mango y Mccann con "Encuentros" para Coca Cola. 2 Bronces con Mccann con su pieza para Coca Cola "treintas" y "Vigilante" para el Guggenheim de Bilbao, Villarosás con Honda, TBWA para RENFE con "Pop up"; 2 Tapsa con "Sí podemos" de Cajamadrid y "Petalos" para Vodafone y 2 de EuroRSCG con "Non Stop" para Chicco y Peugeot

**EN GRÁFICA Y EXTERIOR, ESPAÑA HA OBTENIDO UN TOTAL DE 12 PREMIOS: Gráfica:** 4 oros, 2 platas y 6 bronce. Euro RSCG, (5); TBWA, (2), y con 1: GAP's, McCann Erickson, Bassat Ogilvy, Madre (para Camper España) y Contrapunto. TBWA obtuvo Oro con "esposado" para Sony Computer Entertainment; Euro RSCG también obtuvo oro y plata para Reckitt Benckiser y bronce para Montesa, Greenpeace y "Doble vida" para Air France. **En Exterior** Gap's obtuvo bronce para el ayuntamiento de Pamplona, lo mismo que TBWA con "Esposado" para Sony Computer o Mccann con Yell. España obtuvo otro extraño oro más para Camper pero de la agencia "Madre" de Buenos Aires (que atiende a la marca desde Buenos Aires) y una plata de Contrapunto Barcelona para la escuela Complot.

**RADIO : 6 PREMIOS ESPAÑOLES:** 1 oro, 2 platas y 1 bronce. El oro ha sido para Euro RSCG por "challenge Cup Golpe" para Peugeot. TBWA con plata con "Guerra" para SonyPlaystation y Publicis con "Anillas ping, pong" para la SER. Los bronce (2)Tiempo BBDO para AFAL y "Wonderfull World" para la SER. McCann Erickson, 1 bronce con "Mosc" para el Guggenheim de Bilbao

--

**"NO TENEMOS NINGUN PROBLEMA EN TRABAJAR CON OTRAS AGENCIAS CON NUESTRA FILOSOFIA. SOMOS 9 SOCIOS PERO 60 TRABAJADORES (GONZALO FIGARI D6, A**

**RESPECTO A REMO9).** “Remo se ha portado muy bien con nosotros, siempre. Veníamos haciendo publicidad y trabajando con partners como Remo, Sra Rushmore y no tengo ningún problema en trabajar con ninguna otra agencia Compramos la compañía entre 9 trabajadores en partes proporcionales. Algunos con más acciones que otros (fundadores) hasta Nuria Martínez con solo seis meses en la compañía y encargada de Internet también va a ser socia. Tener que en una crisis tener que enviar dinero a tu franquicia internacional, es un horror y es complicado. El crédito con los bancos es muy malo en general, pero no nos asusta. No hay problema. Principalmente es una agencia sólida. Trabajamos todos los medios y lo hacemos nosotros. Tenemos una operación de nuevos negocios bastante activa, basada en nuestros propios clientes que son los que nos recomiendan a nuevos clientes. No tocamos la puerta fría para que alguien nos contrate. Trabajamos en una agencia recomendada y tenemos un crecimiento más orgánico que las *star up* al uso. No hay tiempos malos sino mal trabajados”. Remo ha procedido a vender su participación en D6 a los socios trabajadores de dicha agencia: Gonzalo Figari, Chema Bernad, Jorge Fernandez, Laura Terzagui, Nacho Urruela, Raul Perez, Maite Bernal, Alfredo Otero y Nuria Martinez.

--

### **FERNANDO RODÉS CEO MUNDIAL DEL GRUPO HAVAS EN**

**NEXT MK : “ESPAÑA ES LA SEGUNDA ECONOMÍA QUE MENOS CRECERÁ DE EUROPA TRAS FRANCIA (-3%), CON UN -3,2%. Y LO MÁS SORPRENDENTE: AL CONSUMIDOR MEDIO Y MEDIO ALTO, LE ESTÁ GUSTANDO CONSUMIR MENOS Y NO PERCIBIR QUE ESTEMOS PERDIENDO BIENESTAR. ¿Se vende mal porque hay crisis? Seguramente. Pero también porque los coches que conducimos se parecen más al Bugatti que a un VW sin hierro, de menos velocidad y que gasta lo que debería gastar..”.**

**“LOS DE MARKETING DIRECTO LLEGARÉIS AL OTRO LADO MUCHO ANTES Y MUCHOS NO LLEGARÁN. DE LOS 5 GRUPOS MUNDIALES QUE QUEDAN, ALGUNO FLOTARÁ EN ALGÚN RIÓ, LEJOS DE MADRID Y PARÍS, ESPERO, EN LOS PRÓXIMOS AÑOS”.**

-

**“HASTA QUE EL DIRECTOR DE MARKETING NO MIDA ESTÁ EN DESVENTAJA CON EL FINANCIERO QUE MIDE DESDE PEQUEÑITO. NUESTRO SECTOR NO ES ÁGIL Y ABRAZA LA REVOLUCIÓN DE INTERNET TARDE Y PORQUE NO TIENEN MÁS REMEDIO.** Para conectar con el consumidor hoy el medio son los tratamientos de bases de datos de altísimo nivel y el factor humano”.

**“EL ÉXITO DE MERCADONA PARA NOSOTROS, ES DIABÓLICO Y MUY SENCILLO. Mi cuñada es de esa secta y un día cortando un corderito me dijo ¿pero cómo es que no lo compras en Mercadona? Ahí entendí que había algo muy serio..** Lleva 4 años seguidos siendo el retailer que más crece de Europa, desde Valencia. Trata de replicar el ultramarino en Madrid o un colmado de Barcelona, utilizando el factor humano. El Sr. Roig cada vez que abre un centro reúne a 300 amas de casa en un local, teatro o cine, les habla de la filosofía de las empresa, les da un cocktail y saluda a todas, una a una. Al día siguiente tienen 300 más y un ejército que en España alcanza a 20.000 personas gratis que beben los vientos de Mercadona y si no compras te miran con cara de “pobre hombre”. No es una broma. Las cajas está recomendado que vivan en ese barrio y a las seis visitas eres “Fernando”, o “Rosi”. Coste Cero”.

**“LAS AGENCIAS CREATIVAS HEMOS VIVIDO MUCHOS AÑOS DE GRANDES IDEAS QUE VIVÍAN 20 AÑOS, COMO “LA CHISPA DE LA VIDA” PARA MUCHA GENTE. AHORA SE TRATA DE LLEVAR UN MENSAJE CON UNA EXPERIENCIA ÚNICA A UN CLIENTE PARTICULAR. EJ. AIR FRANCE** si el avión llega con retraso, te manda un mensaje personalizado de una tal Isabel que dice que te conoce y te dice “te he ingresado tantos puntos en tu tarjeta” La señora no existe pero te sientes muy importante. Ahora se trata de medir la rentabilidad de la inversión que yo hago en medios, en tí consumidor. Ej. Niké te enseña a correr y miden tu fidelidad. Otra necesidad es la Misión social profunda. La de Google es organizar la información del mundo y hacerla

Kodak inventó la primera cámara con película”.

**“RECUPERAR EL SENTIDO ORIGINAL DE LA PALABRA COMUNICACIÓN QUE NO ES OTRO QUE COMPARTIR. HOY ES MÁS DIFÍCIL CONSTRUIR MARCAS Y ESO JUSTIFICA MÁS NUESTRO SECTOR.** Un sector conciente del mundo en el que vive y por eso la sostenibilidad es importante. Conoce a nuestros clientes y cómo impacta el cambio a esos anunciantes nuestros. Y creo que para hacer negocios va a haber que hacerlos de otra manera. Si la comunicación no es útil, va a dejar de serlo frente a la comunicación inútil hecha hasta ahora. Debe estar basada en el diálogo, la utilidad y decir la verdad”.

--

**CONCURSO DE 3.700.000 EUROS (CON IVA) DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO PARA LA REALIZACIÓN DE UN "SERVICIO PARA EL SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE TELEVISIÓN".** Presupuesto máximo de licitación 3.700.000 EUROS CON IVA. Estimado 6.379.310,34. Fecha límite de presentación: 1 de junio de 2009. Lugar de presentación: Registro General del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Pº de la Castellana, 162. Planta Baja. Madrid, 28071. Juntacontratacion@mityc.es

--

**MARK TUSELL, DIRECTOR CREATIVO MUNDIAL DE LEO BURNETT, REvisa LA CREATIVIDAD MUNDIAL DE SU RED EN MADRID ESTA SEMANA.** “EL GPC se hace cuatro veces al año, por todas las oficinas de Leo Burnett del mundo para ser sometido a evaluación por este "Comité Interno" – TV, gráfica, interactive, ambient, radio – (¡unas 900 piezas!)”- según Rafa Antón a El Programa. “Están aquí Directores Creativos, Directores Generales, Planners y Directores de Cuentas de toda la red. para juzgar y corregir criterios en el talento creativo de la compañía

--

**INFORMÁTICA EL CORTE INGLÉS GANA UN CONTRATO DE 454.316 EUROS PARA LA CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB DE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES (CNMV).** El servicio consistirá en el diseño, desarrollo y alojamiento ("hosting") de la web, según la resolución publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE). El importe por el que se ha efectuado la adjudicación mejora en casi 200.000 euros el presupuesto base de licitación o canon de explotación, establecido en 649.000 euros.

--

**PREMIOS APCP 2009: LEE FILMS CON 4 PREMIOS Y ALAMO Y PROPAGANDA Y GOT FILM CON 2, JUNTO A INDIO FILMS, LAS MAS PREMIADAS. MEJOR SPOT Y PREMIO DEL PÚBLICO: METRO DE MADRID “EL OTRO MADRID” (INDIO FILMS).** El resto de las galardonadas fueron Sopa de Toro (mejor sonido); Garlic y Got Film (mejores efectos especiales y animación); Cuatro Cabezas (mejor interpretación); Wind (mejor relación calidad/precio); Czar.be (mejor spot internacional para Electrabel); Bus Producciones (mejor spot de internet, compartido con Got Film; Tesouro (mejor idea creativa) y The garage Films (Mejor realizador novel)

--

**CAJA MADRID APELA A LA SOLIDARIDAD EN ÚLTIMA CAMPAÑA DE OBRA SOCIAL Y FUNDACIÓN CREADA POR VITRUVIO LEO BURNETT.** Por primera vez, Obra Social y Fundación aúnan su comunicación en una sola idea creativa, La marca lanza una llamada a la solidaridad y a la acción, a clientes y no clientes, para participar ayudar a los que más lo necesitan “Consigamos entre todos que nadie se quede atrás”. El spot utiliza un tren como metáfora de la vida al que las personas suben ayudadas por aquellos que ya viajan en el mismo con un casting hecho con gente de la calle pero que transmitieran humanidad para contar su pequeña historia personal y explicar la labor de Obra Social y Fundación: la integración laboral, los planes de formación y empleo y el apoyo a los bancos de alimentos para las personas más desfavorecidas. generando riqueza y empleo desde la conservación de Patrimonio. La campaña se desarrollará en TV 30” y 3X10”, radio 30”, 20” y 10”, cine 45”, Microsite, Portal Móvil, y banners Móvil. Mientras que las ejecuciones de 45” y 30” crean un

10" comunican de una forma más explicativa las distintas actuaciones relacionadas con cada área concreta. El rodaje es de Salmon como realizador y la productora fue Got, con David de la Flor de productor ejecutivo.

## **MEDIOS Y AUDIENCIAS**

### **'ÁGUILA ROJA' ES EL PROGRAMA MÁS VISTO DEL DÍA CON 4.407.000 ESPECTADORES Y UN 26,2% DE CUOTA. \* TVE1**

lidera el ranking de cadenas con un 18,8% de cuota, le sigue Telecinco en segunda posición con un 17,1% y las Temáticas en tercera con un 15,9%. Antena 3 se queda con un bajo 13,5% de cuota tras la Autonómicas. Amar en 'Tiempos Revueltos' consigue la mejor cuota de sus casi 4 años de historia", según Iceberg Audiencias, con un 25,9%.

En Prime Time, 'Supervivientes' es la segunda opción de la Noche con 2.778.000 espectadores y un 20,3% de cuota, subiendo respecto a la semana anterior 131.000 espectadores y 6 décimas de cuota.

'El Mentalista' en La Sexta consigue 1.437.000 espectadores y un 8% de cuota.

**EL CONGRESO DE ESOMAR CIERRA EN ESTOCOLMO LAS NUEVAS FORMAS DE MEDICIÓN DE AUDIENCIAS MUNDIALES. "SE IMPONE EL MODELO MULTIMEDIA DEL TOUCH POINT INGLÉS, SIMILAR AL EGM",** según Daniel Cuende a EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD" En el Congreso se presentaron las recomendaciones mundiales sobre estándares de medición audiencias en exterior, tras solo 18 meses de trabajo. La federación mundial de anunciantes (WFA) publica en su web sus peticiones para la medición de internet y solicita a ESOMAR que se inicien los trabajos en elaborar unas líneas globales para estandarizar la medición de forma transparente, sencilla y comparable.

**JOSÉ MARÍA GARCÍA ANUNCIA QUE COLBORARÁ CON EL DIARIO MARCA,** en el Foro de la Nueva Comunicación.

**GUILLERMO FESSER ANALIZARÁ SEMANALMENTE UNA "PINTADA" DE LA CALLE SOBRE LA ACTUALIDAD EN "59 SEGUNDOS".**

**TVE SUSTITUYE A TORREIGLESIAS AL FRENTE DE 'SABER VIVIR'**, tras detectar que en el programa "se han incumplido algunas normas básicas" de la cadena sobre inserción de espacios de publicidad en sus programas. El presentador se declara inocente de cualquier prebenda.

**MIENTRAS CONTINÚAN LOS ACERCAMIENTOS ENTRE LASEXTA Y CUATRO, HOY VIERNES ENTRENAMIENTOS A LAS 10:00 Y A LAS 14:00 HORAS EN WWW.LASEXTADEPORTES.COM DEL GP EN F-1.** El sábado los libres a las 10:55 horas y el previo de la clasificación desde las 13:30 horas en laSexta, Internet y móvil. El domingo, previo desde las 11:30 horas y la carrera a las 14:00 horas en laSexta, Internet y móvil

**YAHOO! LANZA UNA NUEVA TECNOLOGÍA PARA ACCEDER A SERVICIOS Y CONTENIDOS DE INTERNET DESDE LA TELEVISIÓN.** Yahoo! presentó ayer su TV Widgets, una nueva tecnología que permite acceder a contenidos y servicios de Internet desde la televisión, pero a través de aplicaciones diseñadas para una mejor navegación y control desde el mando del aparato.

**ANTENA 3 SE PASA EL MARTES A "TV 3.0", PARA PODER SER VISTA DESDE DONDE QUIERA EL ESPECTADOR, CON CONTENIDOS MULTIPANTALLA** en televisión convencional, TDT, internet y móvil con 'El Internado'. La cadena emitirá de forma simultánea el capítulo de la serie en todas sus plataformas: 'Antena 3', 'Neox', 'Nova', soportes 'webs' y servicios de telefonía móvil.

## **MARCAS, CAMPAÑAS Y AGENCIAS**

**NH HOTELES Y EL MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA DE MADRID (MNCARS) HAN CERRADO UN**

firmado por el director de Ventas de España y Portugal de NH Hoteles, Óscar Gráu Lobo, el director del museo, Manuel Borja-Villel, y el subdirector del centro de arte, Michaux Miranda Paniagua, fueron los encargados de firmar el acuerdo en el Casino de Madrid, establecimiento de la cadena hotelera.

--

**RICARD FORNESA PRESENTA HOY SU RENUNCIA COMO PRESIDENTE DE CRITERIA CAIXACORP Y MIEMBRO DE SU CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN EN LA REUNIÓN DE ESTE ORGANISMO POSTERIOR A LA JUNTA DE ACCIONISTAS, SIGUIENDO LO PREVISTO Y ANUNCIADO EN FEBRERO. LE RELEVARÁ ISIDRE FAINÉ** en la presidencia de la cartera de participadas de La Caixa, y Juan María Nin será el vicepresidente. Fornesa será desde ahora presidente de Honor. Hoy también se constituye una comisión ejecutiva en la que destaca el ascenso de Rodrigo Rato en la estructura de Critería. La nueva comisión ejecutiva está integrada por Fainé, Nin, Rato y la economista Isabel Estapé.

--

**LA ONCE DEDICA UN CUPÓN AL DÍA INTERNACIONAL DE LA FIBROMIALGIA**

--

**LAS MARCAS BLANCAS ARRINCONAN A PASCUAL, PULEVA Y ASTURIANA. Los representantes de los ganaderos alertan de que el cierre de Pascual puede ser el primero** Las tres grandes españolas han cedido un 15% de cuota de mercado en año y medio, según medios de Vocento Los representantes de los ganaderos alertan de que el cierre de Pascual puede ser el primero de una serie si no se establecen medidas para que la distribución deje de utilizar la leche como producto reclamo, con un precio de venta por litro en marca blanca que ha llegado a estar en Galicia a 0,48 euros.

--

**LA MASÍA SE ACERCA A LOS NUEVOS CONSUMIDORES EN SU CAMPAÑA PUBLICITARIA** Actualiza una de las campañas más recordadas de los ochenta . De este modo, la aceitera hace un guiño a nuevos colectivos, los nuevos consumidores de La Masía, como, "las familias diferentes", "la directiva exigente", "la vecina de oriente", "los estudiantes de sobresaliente", "el abuelo buena gente", "la superwoman valiente", "el parado diligente", "el separado reciente" o las "parejas de siempre". Todos ellos son los protagonistas de la nueva campaña que mantiene el mismo tono de humor que 20 años atrás.

--

**EL FRENTE NACIONAL LANZA UNA PRECAMPAÑA PARA LAS EUROPEAS CON VALLAS PUBLICITARIAS "CONTRA LA INMIGRACIÓN"** para reclamar la preferencia de los españoles a la hora de recibir subvenciones y ayudas públicas."Si eres español...Tú primero".

--

**ORANGE LANZA UN NUEVO BONO SMS PARA SUS CLIENTES DE TARJETA PREPAGO.** Permite enviar SMS a cualquier operador por 6,7 céntimos, lo que permite un descuento de hasta el 55% sobre el precio habitual. De esta forma, el cliente de Tarjeta prepago que usa con frecuencia los mensajes para comunicarse, puede disfrutar de un producto adaptado a sus necesidades.

--

**MAGNUM HACE PROTAGONISTAS A LA GENTE REAL CON NUEVO CONCEPTO DE LOLA.** LOLA es responsable de las nuevas campañas publicitarias mundiales para los productos Magnum Temptation, Magnum Classic y Magnum Mini. Estos trabajos se engloban dentro del "World's Pleasure Authority". Tras casi veinte años de referencias al placer desde diferentes puntos de vista, LOLA ha decidido modificar el enfoque y alejarse del lado más oscuro y sensual del mismo para centrarse en la parte más positiva y optimista del placer, con el fin de acercarse más al consumidor", explica Alex Pallete, responsable de planificación mundial de la marca. LOLA ha hecho protagonista de sus campañas a gente real, con quien el target de la marca se puede identificar. Para María López-Chicheri, directora mundial de la cuenta, "El nuevo posicionamiento de la publicidad de Magnum se basa en percepciones reales –como el placer que experimentan las mujeres cuando son mimadas y reciben un tratamiento especial- y esta es la razón por la que los consumidores conectarán fácilmente con el nuevo lenguaje de la marca". La campaña para Magnum Temptation, "Royal Treatment", está compuesta por una película en versiones de 90, 60, 45, 35, 30, 20, 15 y 10 segundos, así

ha estado a cargo de Joaquin Baca-Asay, para la productora The Lift/ Park Pictures.

--

**HÄAGEN-DAZS PRESENTA SU NUEVA GAMA DE HELADOS SMOOTHIES EN EL OPEN MADRID DE TENIS,** su gran apuesta para este verano. Cremosos pero muy ligeros, en primicia para los miles de aficionados al tenis que desfilarán entre el 8 y el 17 de mayo por la Caja Mágica.

--

**EL NUEVO RETO DE MÁS MOVIL YA ESTÁ EN LA CALLE: ¿ERES CAPAZ DE TATUARTE NUESTRO LOGO? ¿POR CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A HACERLO?** Más de 560 personas han respondido ya al desafío y se han inscrito en la página web HAZTE UN MÁSmovil – [www.hazteunmasmovil](http://www.hazteunmasmovil). Solo tendremos respuesta el mismo día del reto, el próximo miércoles 20 de Mayo, a las 11:30h, en el espacio de tatuajes "Chemical Tattoo" (Augusto Figueroa, 11), En palabras de Maini Spenger, Consejero Delegado de MÁSmovil: "Somos una operadora diferente, cercana a los usuarios. Con estas iniciativas queremos hacer llegar nuestro mensaje a la vez que planteamos formas divertidas de ganar dinero".

--

### **CONSUMIDORES Y ESTUDIOS**

-

**FACUA PIDE AL GOBIERNO QUE "ACABE CON LAS INTOLERABLES AMENAZAS" DE AUMENTO DE TARIFAS DE LAS OPERADORAS, MEDIANTE UNA TARIFA "REGULADA"** El portavoz de Facua-Consumidores en Acción, Rubén Sánchez, pidió el 7 de mayo al Gobierno "acabar con las intolerables amenazas" de las operadoras de telecomunicaciones mediante una tarifa "regulada" por el propio Ejecutivo. **Ceaccu considera "inapropiada" la decisión de los operadores de subir precios** Por su parte la Asociación de Internautas pide "la universalidad y la neutralidad de la red, que la banda ancha forme parte del servicio universal para garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso al conocimiento".

--

**FACUA DENUNCIA 27 PÁGINAS 'WEB' QUE VENDEN ILEGALMENTE MEDICAMENTOS EN ESPAÑA PIDE ACTUACIONES A LA AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y EL GRUPO DE DELITOS TELEMÁTICOS DE LA GUARDIA CIVIL.** En las webs se ofertan medicamentos de todo tipo, buena parte de los cuales requieren receta médica en España. Tamiflu, Viagra, Levitra y Cialis son cuatro de los más ofertados. Una de las webs presenta fraudulentamente el Tamiflu como una "vacuna". El hecho de que ciertos productos son en realidad falsificaciones se deduce en algunos casos, en ofertas que usan denominaciones como "Tamiflu genérico". Se trata de empresas que utilizan las denominaciones comerciales 1drugstore-online, 121doc, Abc Online Pharmacy, AirmailPharmacy1, Aura Pharmaceutical Specialties, Best Priced Drug Store, DrugDelivery.ca, Drugs Pro, Drug Store, Easterndrugs, EuroClinix, EuroDrugstore, Farmacia del Pont, Farmacia Online 1, Generic Medicines, Medic Farm, Meds4all, Nature Meds, Pharmamedics, Prescription Drugs 1, Rx Giant, Soft Tabs Store, Todo en Medicamentos, Ukmedix, US Pharm, X Cheap Pharmacy y XL Pharmacy.

-

**LA INVERSIÓN EN MEDIOS INTERACTIVOS EN ESPAÑA ASCENDIÓ A 139,55 MILLONES DE EUROS EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO, SEGÚN IAB.** Esta cifra supone un crecimiento del 3,6% respecto al mismo periodo de 2008. La publicidad en formatos gráficos registró un incremento del 1,8%, mientras que el search marketing creció un 5,3% según las estimaciones del Interactive Advertising Bureau ([www.iabspain.net](http://www.iabspain.net)) en función del estudio elaborado entre los soportes miembros de la Asociación. Esta cifra significa un incremento del 3,6% respecto al mismo periodo de 2008.

--

**UNA CITA OLÍMPICA SEGURA.** Es el propósito el Gobierno de Madrid, en colaboración con los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado, y con la propia sociedad civil, a través del voluntariado, viene trabajando desde hace tiempo en la confección de un plan detallado a los miembros de la

epígrafe "Seguridad", se han sentado en torno a esta mesa de trabajo el alcalde, Alberto Ruiz-Gallardón; el ministro del Interior Alfredo Pérez Rubalcaba; el vocal del Gabinete de la Secretaría de Estado de Seguridad, Joaquín Collado, y el delegado de Seguridad y Movilidad, Pedro Calvo.

### **NOMBRAMIENTOS, CONVOCATORIAS Y ADJUDICACIONES.-**

-  
**ISABEL AGUILERA DEJA GENERAL ELECTRIC, EN MENOS DE UN AÑO**

--  
**DANIEL PÉREZ NUEVO COUNTRY MANAGER** de XING España. Proviene de la dirección de Monster.

--  
**PILAR CONEJERO NUEVA DIRECTORA DE "HOGARUTIL"**, el canal temático especializado en programas prácticos para el hogar.

--  
**ORANGE, FUNDACIÓN BANESTO SOCIEDAD Y TECNOLOGÍA Y EL IE BUSINESS SCHOOL, CONVOCAN POR OCTAVO AÑO CONSECUTIVO EL CONCURSO ESCUELA BANESPYME-ORANGE** para la Creación de Empresas de Tecnologías Innovadoras.  
www.banespymeorange.org. El plazo de presentación de proyectos permanecerá abierto hasta el próximo 12 de mayo.

--  
**MINDSHARE ESPAÑA GANA LA CUENTA DE ADESLAS**

-  
**MCCANN Y CONTRAPUNTO, AGENCIAS MÁS PREMIADAS EN LOS JCDECAUX 09.**

Los premios contaron con Olvido Gara (Fangoria-Alaska) como maestra de ceremonias

--  
**LA UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA SERÁ ESCENARIO, UN AÑO MÁS, DEL FESTIVAL DE CREATIVIDAD CREADICTOS, QUE SE CELEBRARÁ LOS DÍAS 12 Y 13 DE MAYO.** Las conferencias girarán en torno al tema principal de CR3ADICTOS'09: Creatividad con conciencia. Los alumnos de cuarto curso de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas, son los encargados de poner en marcha este proyecto. Destaca su taller de desarrollo creativo; "Construcciones en el aire"-un mini-parque de aventuras con cuerdas-pasamanos y tirolina; cocina creativa; taller de Graffiti; gymkhana, e incluso habrá espacio para la dramatización con "Tienes mucho teatro". (Se adjunta programa completo)

--  
**MOVILFORUM LOS DIAS 20 Y 21 EN EL DISTRITO "c" DE TELEFÓNICA, CON ALBERTO RUIZ GALLARDÓN**

--  
**JOSÉ MANUEL VELASCO, PRESIDENTE DE DIRCOM Y HASTA AHORA DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE UNIÓN FENOSA, SE INCORPORA A FCC** como Director de Relaciones Corporativas e Institucionales

--  
**HOY DIA D ELA PUBLICIDAD VALENCIANA: SE CELEBRA LA LLUNA, NIT DE LA PUBLICITAT VALENCIANA.**En el mercado de Fuencarral – cines UGC CINE CITÉ de Valencia. Más de 300 profesionales asistirán a la gala que dará a conocer a los ganadores

--  
**5 NOMINACIONES Y 5 INBOOK EN EL D&AD STUDENT AWARDS 09**  
Miami Ad School Madrid consigue el 3er puesto en nominaciones a nivel mundial en el D&AD.

-  
**EL PORTAL FEMENINO HOYMUJER.COM SE TRANSFORMA EN MUJERHOY.COM,**

-  
**WEBER SHANDWICK ES NOMBRADA 'AGENCIA INTERNACIONAL DEL AÑO'** por The Holmes Report

-  
**LLEGA A MADRID LA CARRERA DE LA MUJER, PATROCINADA POR BUCKLER 0,0. TENDRÁ LUGAR EL PRÓXIMO DOMINGO DÍA 10.** Se trata de un acto solidario para luchar

<http://www.youtube.com/watch?v=BAciCNzGVvA>

-

**SCHWEPPE, PATROCINADOR OFICIAL DEL MUTUA MADRILEÑA OPEN MADRID, PONDRÁ A DISPOSICIÓN DE LOS AFICIONADOS AL TENIS, UN AUTOBÚS GRATUITO HASTA LA CAJA MÁGICA** hasta el domingo 17 con el "Bus de La Pasión Amarilla" desde Plaza España.

--

---

**¿Te pareció útil? ¿Quieres más información al respecto?** (escribenos al mail [oyentes@programapublicidad.com](mailto:oyentes@programapublicidad.com) y te podremos en contacto)

---

**SIGA EL RESTO DE TITULARES Y ULTIMAS HORAS EN LA PESTAÑA "BLOG" DE EL PROGRAMA:** <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)?** ESCRIBANOS A: [oyentes@programapublicidad.com](mailto:oyentes@programapublicidad.com) (OFERTAS ESPECIALES MAYO/JUNIO 09)

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

---

---

POLÍTICA DE PRIVACIDAD

De acuerdo con la Ley General de Protección de Datos de Carácter Personal y con la LSSI le informamos de que sus datos forman parte de una base de datos registrada por El programa de la publicidad y que usted puede hacer uso de sus derechos de Acceso, Cancelación, Rectificación u Oposición enviándonos un e-mail con su solicitud a [jdiaz@programapublicidad.com](mailto:jdiaz@programapublicidad.com)

Por favor no responda a este email. Si quiere contactar con El programa de la publicidad puede hacerlo haciendo click [aquí](#).

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

---

---

POLÍTICA DE PRIVACIDAD

De acuerdo con la Ley General de Protección de Datos de Carácter Personal y con la LSSI le informamos de que sus datos forman parte de una base de datos registrada por El programa de la publicidad y que usted puede hacer uso de sus derechos de Acceso, Cancelación, Rectificación u Oposición enviándonos un e-mail con su solicitud a [jdiaz@programapublicidad.com](mailto:jdiaz@programapublicidad.com)

Por favor no responda a este email. Si quiere contactar con El programa de la publicidad puede hacerlo haciendo click [aquí](#).

**Jesús Díaz**

Director

"EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD"-( 10º año )

**¿QUIERES RECIBIR A DIARIO EL NEWSLETTER QUE VEN MÁS DE 7200 VIPS DEL SECTOR** (anunciantes, agencias, creativos, medios, dircoms, Administración, escuelas...) **Y LO LEEN MÁS DE 16.000?** Date de alta en [oyentes@programapublicidad.com](mailto:oyentes@programapublicidad.com)

**Dirección:**

C/ Marqués de Monteagudo, 24, 1º Dcha.

28028 MADRID

tfnos: 91 425 05 00\* ó 91 399 1998 (ext. 100)

[direccion@programapublicidad.com](mailto:direccion@programapublicidad.com)

**Webs:** <http://www.programapublicidad.com>;

**Blog:** <http://www.programapublicidad.com/blog.html>

¡¡Ahora también en tu móvil!! en: [www.programapublicidad.com/indexwap.php](http://www.programapublicidad.com/indexwap.php)