



POR PRIMERA VEZ EN LA HISTORIA SE LANZA UNA SORPRENDENTE CAMPAÑA PARA PROMOVER EL VALOR DE LA PUBLICIDAD

¡Publicidad, Sí! une a diferentes anunciantes en un mensaje común

Jueves, 3 de octubre de 2013. Hoy se ha presentado la nueva campaña creada por la plataforma ¡Publicidad, Sí!, de la que forman parte 32 entidades entre asociaciones y empresas del sector, para promover la relevancia social y económica de la publicidad.

Esta campaña, que contará con difusión en televisión, radio, prensa, exterior e Internet y que ha sido creada por la agencia Innocean Worldwide, muestra, de una forma muy directa y sencilla, lo importante que es la publicidad para diferentes ámbitos de la economía y para la sociedad en general.

Así, la campaña, que tiene un marcado carácter social, parte de una idea sorprendente, que es unir a dos marcas en un mismo mensaje publicitario. De esta manera, se han elegido campañas muy reconocibles de distintos anunciantes en las que se introduce a un portavoz de una segunda marca explicando la importancia de la publicidad y cómo esta existe en beneficio de todos nosotros. De hecho, la publicidad es tan relevante, que a dos marcas no les importa compartir el mismo espacio para poder defenderla. La campaña cuenta con un total de siete spots y cuatro gráficas y cada uno resalta un beneficio de la publicidad. Como ejemplo, en una de las ejecuciones, se puede ver cómo en un spot de Activia, aparece el director de marketing de KIA explicando que la publicidad nos garantiza que existan unos medios de comunicación libres, asequibles y de calidad, y que cree tanto en su valor, que es capaz de aparecer en el anuncio de otra marca para demostrarlo.

Y es que, la plataforma ¡Publicidad, Sí! se creó en junio de 2010 por iniciativa de Carlos Martínez - Cabrera - presidente de la AEACP- con la estrecha colaboración de la Asociación Española de Anunciantes (aea), para promover el valor de la industria y

de la actividad y de la comunicación publicitaria como motor de la riqueza. Con tal fin, se estableció un decálogo para trabajar en torno a todos los valores positivos de la publicidad:

1. La publicidad representa la forma más eficaz de dar a conocer lo mejor que empresas e instituciones nos ofrecen.
2. La publicidad es un motor de la sociedad de bienestar, al facilitar el éxito de las ideas que mejoran nuestra vida.
3. La publicidad es un motor fundamental de la competitividad y de la generación de valor para las empresas.
4. La publicidad transmite información fundamental para hacer más fácil la libre elección de productos y servicios en un entorno competitivo.
5. La publicidad sostiene los medios de comunicación masiva que nos garantizan la información libre y un entretenimiento asequible y de calidad.
6. La publicidad promueve la difusión de valores e iniciativas sociales fundamentales para la igualdad, la solidaridad, el progreso social.
7. La publicidad representa un sector económico muy relevante por generar directamente el 2,6% del PIB. La publicidad es un sector dinámico en empleo.
8. La publicidad es una de las actividades que más talento creativo e innovador aporta a la sociedad.
9. La industria publicitaria, consciente de su capacidad de influir, se ha dotado de códigos de autorregulación y conducta socialmente responsable.
10. La publicidad española es uno de los sectores de mayor reputación exterior de la economía española, reconocida por numerosas instituciones globales, empresas multinacionales y certámenes de carácter internacional.

A día de hoy, 32 asociaciones y empresas se han adherido a la plataforma: Academia de la Publicidad, Agencias Digitales (AD), Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC), Asociación Española de Anunciantes (aea), Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), Asociación Española de Agencias de Publicidad en Salud (AEAPS), Asociación de Editores de Diarios Españoles (aede), Asociación Española de Empresas de Publicidad Exterior (AEPE), Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP), Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC), Agencias de España, Asociación General de Empresas de Publicidad (AGEP), Asociación de Agencias de Medios (am), Asociación de Medios Publicitarios de España (AMPE), Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (Aneimo), Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (Aedemo), Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP), Account Planning

Group (APG), Asociación de Revistas de Información (ARI), Asociación de Marketing, Associació Empresarial de Publicitat, Autocontrol, Banco de Profesionales y Managers (BPM), Club de Creativos (CdeC), Coneqtia, Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP), Grupo Consultores, Grupo de Investigación de Marcas de la Facultad de CCII de la Universidad Complutense, International Advertising Association (IAA), Interactive Advertising Bureau (IAB), Infoadex, y Mobile Marketing Association (MMA).

Para más información:

www.publicidadsi.es
@publicidadsi

Gabinete de Prensa de la AEACP
Ana Zumalacarregui ana@thebridge.es
Coral del Pozo coral@thebridge.es
Teléfono: 34 91 523 25 08