

## Resumen ejecutivo primer semestre



2022

# RESUMEN S1'22

## La Fede \_

### PRESIDENTE

**José Carlos Gutiérrez**  
Alma MediaPlus

### VICEPRESIDENTA

**Córdoba Ruíz**  
IKI Media

### TESORERO

**Juan Carlos Falantes**  
The Lab Media & Advertising

### VOCAL

**Ana Bujaldón**  
Azul Comunicación

### VOCAL

**Ana Ma. Lamas**  
Five Rooms

### DIRECCIÓN GENERAL

**Elia Méndez**  
La FEDE

Asociación de Empresas de la  
Comunicación (La FEDE)  
CIF: G28512481  
calle Gran Vía, 6 - p4º - of.22  
Madrid 28013

Uso editorial y no comercial

© FEDE 2022

# CONTENIDO

- 03 Bienvenidos
- 04 Introducción
- 05 Actividad Institucional
- 10 Entidades en las que tenemos presencia
- 11 Servicios
- 12 Seminarios / Eventos
- 16 Formación
- 17 Actividad Secciones
  - 18 Agencias de España
  - 19 Empresas de Publicidad Exterior
  - 21 Empresas de Publicidad y Marketing Directo
  - 21 Agencias de Medios
  - 21 Empresas de Servicios de Marketing
  - 21 Exclusivas de publicidad



# BIENVENIDOS

En estos primeros seis meses del año, damos la bienvenida a...



En La FEDE publicamos la primera edición semestral del año de nuestra memoria de actividades.

Un informe ejecutivo que queremos que sea una foto de la actividad que hemos desarrollado durante los primeros meses del año.

En estos primeros seis meses de 2022 y después de dos años en los que nuestro sector ha sufrido las consecuencias de la pandemia y las crisis derivadas, se está viendo un crecimiento que aún no podemos llamar de recuperación, dado la “humildad” de sus cifras. A modo de ejemplo, en el primer trimestre del año, según Infoadex, la inversión publicitaria creció un 7,7% frente al periodo equivalente en 2021.

A pesar de ello nuestro sector demuestra día a día su capacidad y flexibilidad a la hora de encarar estos retos y más, como son también, los derivados de la digitalización, los nuevos hábitos de consumo, o las exigencias que tanto las administraciones públicas del país como las de Europa imponen al sector.

En cuanto a la actividad desarrollada, hemos sido muy activos en cuanto a proyectos nuevos, así como en la continuidad de algunos de los que se iniciaron en el pasado ejercicio.

Ejemplo de ello es el lanzamiento de la nueva web o los cambios en cuanto a imagen e identidad en todo lo que se realiza, ya sea en las redes sociales, o en las publicaciones que realizamos en la asociación, así como otras actividades que estuvieron paradas por la pandemia como las Jornadas de Publicidad Exterior, que este año celebraron su XXIX edición y que se llevaron a cabo en Valencia, en el pasado mes de mayo, o los Premios Emprendimiento que han pasado a formar parte de La FEDE y que van por su quinta edición, entre otras.

Se han creado comisiones transversales dentro de la FEDE que establecen, diseñan y llevan a cabo actividades como eventos, webinars, publicaciones o incluso también acciones vinculadas con la regulación, la defensa del sector o la colaboración con otras instituciones como asociaciones afines y empresas que aportan al sector recursos, conocimiento y experiencias.

En este resumen ejecutivo se incluyen las actividades realizadas por La FEDE y sus secciones sectoriales en estos primeros seis meses del año.



## Anexión a la CEOE

---

En Abril de este año, La FEDE se unió a la CEOE.

Nuestra entrada en la CEOE contribuye al desarrollo económico y social de la industria publicitaria y de la comunicación, motor clave de la sociedad y que da trabajo a más de 110.000 profesionales, dentro de la confederación.

La CEOE proporciona a los socios de la FEDE la posibilidad de formar parte de comisiones clave dentro de la misma, que persiguen por un lado, una representatividad clave de cara a las administraciones públicas y por otra, formar parte del crecimiento país en sus diferentes ámbitos, así como en las políticas que afectan al sector empresarial.

Además de las invitaciones a sus eventos, boletines y estudios que se reciben en la FEDE y se comparten con los socios, La FEDE ha formado parte del Foro sobre el Modelo Paritario Sectorial en el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral, donde estaban representadas las organizaciones empresariales que forman parte de las Entidades Bipartitas Sectoriales (EPS y CPS), siendo la FEDE una de ellas.

En un día y medio de trabajo colaborativo con las diferentes asociaciones empresariales y Fundae, se identificaron los obstáculos normativos que limitan la eficacia y eficiencia económica de las Comisiones Paritarias Sectoriales (CPS) y de las Estructuras Paritarias Sectoriales (EPS) en el Sistema de Formación Profesional para el Empleo (FPE); se elaboraron, de forma conjunta, propuestas de cara a mejorar la eficacia y eficiencia económica de dichas EPS y CPS, se analizaron diferentes propuestas sobre un nuevo modelo paritario sectorial y su eficacia y viabilidad en el nuevo contexto del Sistema de FPE y se definió un modelo paritario sectorial fruto del consenso y discusión entre los participantes. Las conclusiones se compartirán con los socios de la FEDE.

Actualmente, la FEDE está inscrita en las siguientes comisiones:

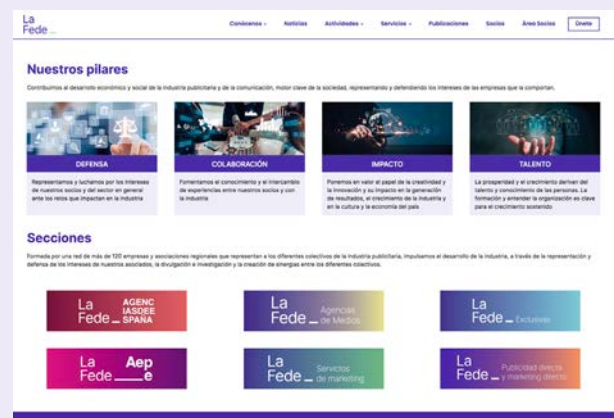
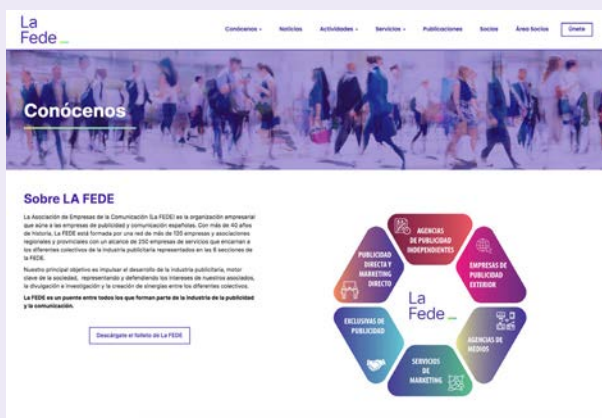
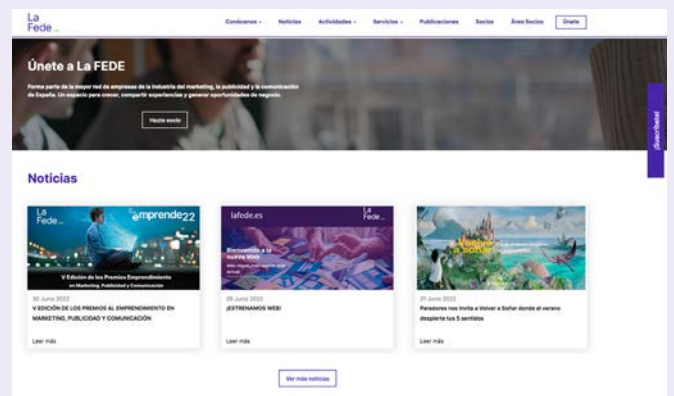
1. Competitividad, Comercio y consumo
2. Concesiones e infraestructuras
3. Diálogo Social y Empleo
4. Economía y Política Financiera
5. Educación y Formación
6. Fomento del Espíritu Empresarial
7. Industria
8. Investigación, Desarrollo e Innovación
9. Legal
10. Sociedad Digital

## Nueva Web de la FEDE

Como parte del proyecto de cambio de identidad y de modernización de la asociación, se inició el análisis de la identidad digital de la FEDE, comenzando el trabajo de establecimiento de una nueva arquitectura de contenidos, con un nuevo diseño más visual, primando la usabilidad y la facilidad de acceso a los contenidos, donde también se reflejara cada sección con información inherente a las mismas.

La web se ha lanzado en el mes de Junio 2022 y siendo un elemento vivo que demanda un constante mantenimiento, así como de diseño, publicación o incluso de crecimiento, tendrá nuevas funcionalidades que facilitarán al usuario el acceso a la información.

Invitamos a su navegación en <https://lafede.es/home-2022/> y accede a la noticia: <https://lafede.es/news/estrenamos-web/>

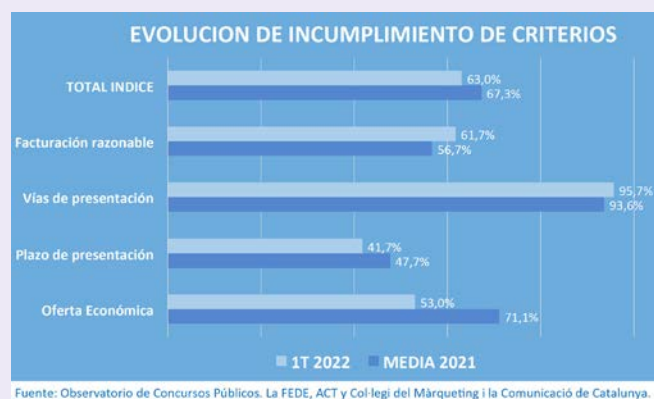


## Manteniendo el foco en los concursos públicos

Siguiendo con la iniciativa que se puso en marcha en enero del pasado 2021, en estos primeros seis meses se ha llevado a cabo uno de los 4 informes trimestrales del **Observatorio de Concursos Públicos de Publicidad y Comunicación** que analiza en los primeros tres meses del año las convocatorias realizadas por todas las administraciones públicas (Europea, Estatal, Autonómica, Municipal/Comarcal y de Empresas Públicas) para adjudicar la contratación de servicios públicos relacionados con la estrategia, creatividad, planificación y compra de medios de las campañas de publicidad.

Los siguientes informes se presentarán en Septiembre, Noviembre y Enero 2023.

Así mismo se ha realizado el informe **“Una radiografía de los concursos públicos”** que se presentará en el segundo semestre del año en curso, en el cual se hace un recorrido aterrizado de la inversión publicitaria que en 2021 realizó la Administración Pública a través de concursos públicos, tanto a nivel nacional, como regional, provincial o por municipios y desglosado por tipo de actividad.



## Premios Emprendimiento - La FEDE\_emprende22

Por quinto año consecutivo, La FEDE ha lanzado en el mes de junio los **Premios al Emprendimiento en marketing, publicidad y comunicación** que reconocen al proyecto más innovador, original y viable del panorama nacional en una convocatoria que trae consigo importantes cambios como el rediseño de logotipo y denominación, realizado por nuestro socio Darwin & Verne, así como novedades en las bases de participación, como la ampliación del periodo de participación, incorporaciones en el jurado y ampliación de premios.

En esta edición podrán participar las personas físicas o jurídicas que desarrollen un proyecto empresarial que sea original, creativo, disruptivo e innovador, que a su vez cuente con un componente tecnológico, orientado a cubrir necesidades en diferentes ámbitos, y que esté vinculado con la publicidad, el marketing y la comunicación, así como contar con un prototipo de producto o servicio probado y testado, con resultados ya medidos o medibles y que esté puesto en marcha después del 1 de enero de 2020.

El acceso a la información sobre la dinámica de los premios, así como al registro o la descarga de las bases se realiza a través de la landing que se ha creado este año para los mismos - <https://lafede.es/emprende22/>

La FEDE emprende22

Participa Bases del concurso Jurado Patrocina Colaboradores Patrocinadores Inscripción

La FEDE emprende22

Premios al Emprendimiento en Marketing, Publicidad y Comunicación

Premiamos el talento, la innovación y la creatividad

Descarga las bases Inscríbete

Descárgate las bases

## En defensa de la industria publicitaria

---

En relación con la representación y lucha por los intereses de sus socios ante los retos que afectan a la industria, como son regulaciones que impactan de manera negativa en el sector publicitario.

En el mes de marzo, se envió una carta al Secretario de Estado de la Comunicación, por un lado adjuntándole el informe del primer trimestre del año del Observatorio de Concursos Públicos, y por otro solicitando una reunión, aún pendiente.

Así mismo, en el mismo mes de marzo, la plataforma “Publicidad Sí!”, a la que pertenecemos conjuntamente con otras 19 asociaciones y empresas vinculadas con el sector de la publicidad y la comunicación, envió alegaciones ante el real decreto sobre regulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida al público infantil.

En el mes de junio se envió una carta a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) por parte de la sección de Marketing Directo y Publicidad Directa, con el fin de dar una respuesta genérica desde la FEDE a la carta recibida por nuestros asociados en los que se les informaba y requería que verificaran si son sujetos pasivos de la contribución postal correspondiente al ejercicio 2021. El objetivo de dar una respuesta genérica en nombre de nuestros asociados busca que, por parte de la CNMC tomen consciencia de que la actividad de las Agencias no puede ser encuadrada dentro del ámbito del Servicio Postal Universal, por unas razones que se alegaron en el escrito, así mismo se les solicitaba una reunión si fuera necesario para su aclaración. A día de hoy estamos a la espera de su respuesta..

## OJD

---



Colaboración con la OJD, tanto en su actividad diaria como en la puesta en marcha de nuevos proyectos que benefician al sector.

Destaca especialmente la puesta en marcha del Censo de Soportes de Exterior con La FEDE AEPE, y en el que participan las principales empresas exclusivistas del medio.

Se puso en marcha a finales de 2021, y en 2022 se ha seguido trabajando para la incorporación del mayor número de empresas, así como ajustar sus datos lo más posible a la realidad.

## Plataforma Publicidad Sí!



La FEDE forma parte de la Plataforma Publicidad Sí! constituida por 19 empresas y asociaciones del sector.

Como se ha indicado en el apartado de defensa, el pasado mes de marzo, se enviaron **alegaciones** ante el **real decreto** sobre **regulación** de la **publicidad** de **alimentos** y **bebidas** dirigida al **público infantil**.

## Mesa negociadora del Convenio Colectivo

La FEDE forma parte de la comisión negociadora mixta, en la que conjuntamente con La ACT (Asociación de Creatividad Transformadora), la Asociación de Medios y L'Associació de Empreses de Publicitat de Catalunya (socio colectivo de La FEDE) representamos los intereses de las empresas del sector publicitario.

Desde enero de este año, tanto la comisión interna de negociación, como la comisión mixta negociadora se han reunido en 12 y 9 ocasiones respectivamente.

Actualmente está en proceso de acuerdo.

## Comité Técnico de Infoadex



La FEDE participa en el Comité Técnico de Infoadex, cuya principal función es la colaboración para el estudio de la Inversión Publicitaria en España.

Por otra parte, muchas de las empresas asociadas a La FEDE AEPE aportan sus datos reales de inversión publicitaria.

Además, el Comité Técnico analiza los datos de inversión estimada por medios antes del cierre del estudio, con el objetivo de lograr la mejor aproximación a la realidad.

6,5%

Crecimiento total de la inversión en mayo 2022

31,3%

Crecimiento de la publicidad en exterior en mayo 2022

12,6%

Crecimiento de la publicidad digital en mayo 2022

Comparativa mayo21/mayo22

## Asesoría Legal, Laboral y Fiscal

---

La asesoría legal que gestiona nuestro asesor José de Cominges, ha tenido **de 8 a 10 consultas mes**, en su mayoría resueltas telefónicamente. El **65%** de las consultas se refirieron a **asesoramiento jurídico** en temas vinculados con publicidad exterior, legislación sobre bebidas alcohólicas y tabaco, juego, contratos públicos, menores, patrocinio, responsabilidad frente a anunciante, propiedad intelectual y derechos de imagen, opinión sobre consultas a Autocontrol, y protección de datos.

El **20%** de las consultas solicitaron información sobre **normativas** diversas, como ordenanzas municipales, leyes estatales y de las CCAA, normativa europea, jurisprudencia, etc. El **15%** restante solicitaron información sobre modelos de **contratos** o revisiones contractuales.

Así mismo, en estos seis meses, el despacho AMJ Legal, con Ángel Tuñón en el **área laboral**, respondió un total de **11 consultas**, siendo el **20%** relacionados con **jornada**, el **70%** relacionados con **salario** y el **10%** restante con **planes de igualdad y contratación**.

En cuanto a los documentos, se han redactado bases para planes de igualdad y revisado cartas de despido. También se han realizado **3 webinars** sobre reforma laboral y tipos de contratos.

El mismo despacho asesora a La FEDE en materia de convenio colectivo, siendo parte de la mesa negociadora mixta del convenio, así mismo proporciona soporte legal relacionado con **concursos públicos** habiendo respondido a un total de **8 consultas**, con **un recurso interpuesto**, y **5 oficios remitidos**, de los que se han **contestado 4 y resuelto 3**.



El pasado año, se envió un cuestionario a los socios de La FEDE, con el fin de identificar sus intereses en cuanto a contenido para eventos y formaciones.

Derivado de esos resultados, se han realizado un total de **17 actividades: 15 webinars, y 2 eventos:** Presentación que hizo La FEDE AEPE con Ebiquity en el Foro de Medios de Anunciantes en enero y las XXIX Jornadas de Publicidad Exterior que se llevaron a cabo en Valencia, los 26 y 27 de Mayo, después de 2 años de parón debido a la pandemia.



## APORTACIÓN DEL MEDIO EXTERIOR A LAS MARCAS

Foro de Medios de Anunciantes - 19 de enero 2022

La FEDE AEPE, conjuntamente con la consultora Ebiquity presentaron los resultados del estudio “Brand Ebiquity Model” sobre el impacto que tiene el medio exterior en las marcas.



## MARKETING MODELLING

GfK - 25 de enero 2022

En este webinar, la consultora GfK mostró como el Marketing Modeling, impulsado por inteligencia artificial (IA), puede estimar el ROI de las distintas acciones de marketing, así como optimizarlas para que proporcionen el mejor resultado posible.



## ASPECTOS CLAVES DE LA NUEVA REFORMA LABORAL

AMJ Legal - 27 de enero 2022

La nueva reforma laboral trae cambios significativos que en este webinar se han resaltado, dando recomendaciones para su adecuación.



## LA VERIFICACIÓN DEL PROOF-OFF-POSTING

Trace OOH - 10 de febrero 2022

En este webinar, dirigido a los socios de la FEDE AEPE, Trace OOH muestra como se verifican y certifican todas las campañas de exterior, todos los soportes (tanto digitales como de papel) y los 365 días del año a través de su herramienta.



## OBSERVATORIO DE CONCURSOS PÚBLICOS 2021

La FEDE - 16 de febrero 2022

En este webinar abierto, tanto a socios, prensa, como empresas interesadas, se presentaron los datos consolidados de 2021 del “Observatorio de Concursos Públicos”.



## PRE-TEST AUTOMATIZADOS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

GfK - 16 de febrero 2022

GfK nos muestra como analizar el impacto emocional y racional de la comunicación publicitaria, midiendo su capacidad para fascinar, impactar y mover a la acción, sin importar el soporte en el cual esté producido el mensaje.



## EL RETO DE LA PUBLICIDAD DIGITAL SIN COOKIES. ¿QUÉ SIGNIFICA?

Google - 01 de marzo 2022

En este webinar, Google proporcionó información y su visión sobre los cambios, y las implicaciones que el crecimiento y desarrollo de Internet está provocando en términos de privacidad y su impacto en el negocio de la publicidad digital.



## CONTRATOS LABORALES I

AMJ Legal - 02 de marzo 2022

AMJ Legal - 02 de marzo 2022

El tema de los cambios en los contratos laborales es sin duda el más notorio dentro de la nueva reforma laboral.

AMJ Legal en dos webinar dedicados al capítulo de contratos, mostró tanto las nuevas tipologías como la implicación que supone a las empresas su adaptación y regularización.



## HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL PARA UN FUTURO SIN COOKIES DE TERCEROS

Google - 08 de marzo 2022

En este webinar, Google da a conocer las herramientas disponibles para poder operar en un entorno sin cookies de terceros con casos de éxito y ejemplos sobre Consent Mode, Enhanced Conversations y otras herramientas.



## AUTOMATIZACIÓN EN PROCESOS DE PR

iSocialWeb - 22 de marzo 2022

En este webinar, iSocialWeb muestra recursos para simplificar y agilizar los procesos de branding, reputación online y link building, para acompañar las campañas a través de noticias en medios /blogs, mejorando la rentabilidad de la inversión



## EL RETO DE LA PUBLICIDAD DIGITAL SIN COOKIES. ¿QUÉ SIGNIFICA?

Google - 01 de marzo 2022

En este webinar, Google proporcionó información y su visión sobre los cambios, y las implicaciones que el crecimiento y desarrollo de Internet está provocando en términos de privacidad y su impacto en el negocio de la publicidad digital.



## FONDOS EUROPEOS Y SUBVENCIONES

### Plan Europeo de Recuperación

Fundación Pons / New Paradigm - 29 de marzo 2022

Fundación Pons y New Paradigm hacen un recorrido por los diferentes fondos y subvenciones existentes, así como formas de solicitud y requisitos para los mismos.



## CONTRATOS LABORALES II

AMJ Legal - 31 de marzo 2022

Segundo webinar que cierra el capítulo de los contratos laborales especificados en la nueva Reforma Laboral.



## XXIX JORNADAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR

La FEDE AEPE - 26 y 27 de mayo 2022

Las XXIX Jornadas de Publicidad Exterior se llevaron a cabo en Valencia con una asistencia que superó el record anterior con 316 profesionales de anunciantes, agencias de medios, agencias creativas, consultoras y empresas de publicidad exterior.



## GOOGLE ANALYTICS 4 - AFRONTANDO LA TRANSICIÓN A GA4

iSocialWeb - 15 de junio 2022

A partir del 1 de Julio de 2023, Google Universal Analytics dejará de recoger datos. En esta sesión, se vió la importancia de adaptarse a GA4.



## EFICIENCIA CREATIVA PARA YOUTUBE

Google - 08 de junio 2022

En este webinar, Google proporcionó información, con datos y casos de éxito sobre la importancia de los assets creativos para cumplir con los objetivos de cualquier campaña publicitaria y descubrir qué es lo que mejor funciona para hacer una buena creatividad en YouTube.



## TIPS PARA MEJORAR LAS VENTAS CON SEO

iSocialWeb - 21 de junio 2022

Para que SEO de sus frutos en el menor tiempo posible, necesitamos idear procesos y estrategias que aceleren los tiempos y consigamos un roi positivo con el canal del seo lo antes posible. En este webinar, iSocialWeb nos mostró trucos y maneras a través de casos prácticos para acelerar ese proceso.

Los socios de La FEDE se siguen beneficiando en condiciones especiales de los cursos de formación de escuelas y universidades con las que la FEDE tiene convenios de colaboración que proporcionan descuentos a los socios

De esta forma, una buena parte de esas convocatorias son compensables en base a los créditos de formación de los trabajadores y no tienen ningún coste para las empresas.



## FORMACIÓN EN LA UOC (UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUNYA)

Descuentos para las socios de La FEDE en grados, másteres y formación de posgrado.



## FORMACIÓN ESPECIALIZADA EN PROGRAMÁTICA Y EN ADTECH Y MARKTECH

Descuentos en los bootcamps y talleres: Programmatic Trader & Specialist; Data Driven Marketing y Advertising Fundamentals.

## INFORMACIÓN



La FEDE-Network - canal principal para hacer llegar información a los socios de manera selectiva.

Concursos públicos - El servicio diario de concursos también se ha centralizado en la comunidad La FEDE Network.



En en este semestre se han recogido **3.330 concursos** a los que han tenido acceso los socios.

Boletines de N-Economía se enviaron **33** en este semestre con infografías y fichas de buenas prácticas de empresas de gran utilidad.



**117** circulares de diversos temas, han sido enviadas en S1 '22.

La  
Fede \_ AGENC  
IASDEE  
SPAÑA

La  
Fede \_ Aep  
e

La  
Fede \_ Publicidad directa  
y marketing directo

La  
Fede \_ Agencias  
de Medios

La  
Fede \_ Servicios  
de marketing

La  
Fede \_ Exclusivas

**SEMESTRE 1 '22**

**Actividad  
específica  
Secciones**



**2022**

*ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN (LA FEDE)*

La sección de La FEDE Agencias de España ha participado en todas las actividades institucionales de La FEDE.

## Comisiones de trabajo

Cabe destacar la creación de comisiones internas dentro de la sección con el fin de crear actividades específicas.

Estas actividades si bien son específicas, diseñadas y llevadas a cabo dentro de la sección, pueden también contemplar otros aspectos de otras secciones de la FEDE al ser compatibles entre si. Temas como creatividad, innovación o digitalización son transversales y la sección decide la implicación de las otras secciones dentro de las actividades relacionadas con estos aspectos de la publicidad.

Actualmente las dos comisiones creadas son:



### Comisión Eventos / Formación

*coordinada por Miguel Pereira (Darwin & Verne)*



### Comisión de Investigación/Información de Valor

*coordinación abierta*



Dentro de los proyectos para el segundo semestre de este año, se está trabajando en un evento cuyo protagonista será la creatividad, así como participando en otras actividades de la FEDE, tanto en eventos como en investigación.

## Premios Emprendimiento

Como se indica en el capítulo de actividades institucionales de La FEDE, la V Edición de los Premios Emprendimiento en este año han pasado a formar parte de la FEDE.

Previamente y desde su comienzo, hace ya 4 ediciones, los premios formaban parte de las actividades de La FEDE Agencias de España, si bien por su transversalidad, se decidió de manera consensuada con la Junta Directiva de La FEDE, que éstos pasaran a formar parte de la asociación, si bien dentro de la comisión de los premios, la coordinación se lleva desde la sección La FEDE Agencias de España, teniendo una mayor representatividad en la misma.

La sección de Publicidad Exterior durante este semestre se ha centrado en diversos proyectos dentro de sus comisiones, siendo las XXIX Jornadas de Publicidad Exterior las que han sido prioritarias durante este periodo del año.

## XXIX Jornadas de Publicidad Exterior

Las **XXIX Jornadas de Publicidad Exterior** se celebraron los días **26** y **27** de **mayo** en **Valencia**, tras el obligado intermedio de dos años, y culminaron con una conclusión compartida que mira al futuro con optimismo: el medio se está recuperando rápidamente tras la pandemia, crece muy por encima de los demás medios, y está reforzando su posicionamiento, haciéndose cada vez más imprescindible en la comunicación de todas las marcas, sectores y estrategias.

Durante dos días, el **Palacio de Congresos de Valencia** acogió a todos los profesionales y empresas que forman la publicidad Exterior en España: Anunciantes, agencias de medios y creativas, exclusivistas, empresas de investigación, tecnología, datos, análisis....

El lema de las jornadas es muy definitorio de la actualidad de Exterior y lo que representa, **“Un medio real en un mundo digital”**.

Se sobrepasaron las estimaciones, estableciéndose un nuevo **record histórico** de asistencia en comparación con años anteriores con **316 profesionales** de anunciantes, agencias de medios y creativas, agencias digitales, consultoras y empresas de publicidad exterior. como también fueron realidad las marquesinas, mupis, columnas y otros soportes de Valencia en las que se vio la campaña que las anunciaba, **“La vida está en el exterior”**.



Palacio de Congresos de Valencia



La vida está en el exterior

## XIX Seminario de Publicidad Exterior La FEDE-Aepe con la UJI

Un año más La FEDE AEPE participó de manera activa, como jurado, así como ponentes estrella en el XX Seminario de Publicidad Exterior que realiza la Universidad Jaume I de Castellón.

En esta edición participaron Maite Rodríguez, Presidenta de La FEDE AEPE y Directora General Comercial y Marketing de Clear Channel España; Yolanda García, Directora de Marketing adjunta de JcDecaux España y Fernando Montañés, Profesor de Publicidad y Marketing de la UAM y la Universidad Nebrija y consultor y asesor en investigación de La FEDE

Dentro del seminario se falló el concurso de publicidad exterior, que tuvo 52 proyectos presentados.

Resultó ganador el trabajo “Nada como el exterior”, del grupo DAXSA compuesto por: JDavid Sánchez, Xavier Montagud y Sara Grañó

Además, se han concedido dos accesits, uno al grupo Bauhaus; Sara Herrero, María Adam, Daria Karygina y Carmen Mateo por su propuesta “ el medio más salao” y al grupo Éxtaxis con Valeria d’Anna, Pedro Orts, Marc Ruiz y Óscar Salhab-did, con el proyecto “el sentido de la publicidad exterior”.

## Asuntos Legales

En el área normativa se siguen manteniendo contactos con los ayuntamientos y organismos que tienen en marcha iniciativas que afectan al medio. Es el caso del Ayuntamiento de Las Rozas, al que se le ha solicitado una reunión con el fin de poder transmitirle una serie de propuestas relacionadas tanto con la actual situación en la que se encuentra la actividad publicitaria en las Rozas, como con la adopción de una serie de acciones de colaboración con la corporación.



Este año 2022 sigue siendo complicado para las empresas de publicidad y marketing directo. Especialmente para las empresas que son agentes de Correos que siguen enfrentándose a una situación difícil ante los contratos que se prepararon por parte del ente público.

En este semestre, el pasado 2 de Junio, la sección de Publicidad Directa y Marketing Directo envió una carta a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) con alegaciones como respuesta a la carta recibida por nuestros asociados en los que se les informa y requiere en orden a verificar si son sujetos pasivos de la contribución postal correspondiente al ejercicio 2021, teniendo en cuenta que en La FEDE tenemos entre nuestros asociados a un conjunto de empresas cuya actividad consiste en desarrollar tareas de Agencia para la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos, S.A. (en adelante, Correos).

El objetivo es que a través del escrito donde se exponen alegaciones, la CNMC tome consciencia de que la actividad de las Agencias no puede ser encuadrada dentro del ámbito del Servicio Postal Universal.

La sección de La FEDE Agencias de Medios ha participado en todas las actividades tanto institucionales de La FEDE como en las realizadas dentro de La FEDE Agencias de España a través de su presidenta, Ana de Martín (Serendipia).

La sección de Servicios de Marketing, encabezada por Antonio Sabio (Infoadex), ha participado de la vida asociativa de forma intensa a través de las decisiones de la Junta Directiva. Algunos de sus socios proporcionaron contenidos en webinars y en actividades conjuntas, reflejadas en la parte de eventos de esta memoria.

La sección de Exclusivas de Publicidad, presidida por José Manuel Rodrigo (Smartclip) ha participado de la vida asociativa de forma intensa a través de las decisiones de la Junta Directiva.

# La Fede



**CONTÁCTANOS**

Asociación de  
Empresas de la  
Comunicación

**lafede.es**



**INFORMACIÓN**



lafede@lafede.es