

publicidad exterior

UN PASEO CREATIVO POR EL EXTERIOR

nr. 15 - mayo 2022

La Aep
Fede _____e

JORNADAS PUBLICIDAD EXTERIOR

XXIX

Valencia - 26 y 27 de Mayo
Palacio de Congresos de Valencia

#JornadasExterior22

La Aep
Fede _____e

nº 15 - 05/22

La **Aep**
Fede **e**

PRESIDENTE
Maite Rodríguez
Clear Channel

La
Fede

PRESIDENTE
José Carlos Gutiérrez
Alma Mediaplus

DIRECCIÓN GENERAL
Elia Méndez
La FEDE

INVESTIGACIÓN y COMUNICACIÓN
Fernando Montañés
La FEDE

Contenido y redacción: Fernando Montañés y Elia Méndez
Diseño y edición: Elia Méndez
Edita: La FEDE AEPE
email: lafede@lafede.es
Teléfono: +34 91 547 94 58
web: lafede.es

La FEDE AEPE no se identifica necesariamente con las opiniones expresadas por los colaboradores en sus publicaciones, respetando la libertad de expresión y opinión que está en línea con los valores de La FEDE y La FEDE AEPE.

Uso editorial y no comercial

© FEDE AEPE 2022

CONTENIDO

03 Redescubrir Exterior

04 Las jornadas son el foro anual de profesionales y empresas de exterior

05 Una mirada internacional hacia el exterior

06 Tendencias del medio exterior en España

07 Ciudades inteligentes y sostenibilidad

08 La aportación del medio exterior a las marcas y las ventas

09 Todo es DATA. La medición en exterior

10 Nada como el exterior - Campaña 2022

11 El poder de la creatividad en exterior

13 La digitalización en exterior

14 Programa de las XXIX Jornadas de Publicidad Exterior 2022

16 Quienes somos La FEDE y la FEDE AEPE

Redescubrir Exterior, el medio más real en un mundo cada vez más digital

Más de 300 profesionales participarán en el Palacio de Congresos de Valencia, los días 26 y 27 de mayo

Las Jornadas de Publicidad Exterior regresan más fuertes que nunca el 26 y 27 de mayo en el Palacio de Congresos de Valencia, con el lema **“Exterior, un medio real en un mundo digital”**.

Después del obligado parón de dos años, en este 2022, las XXIX Jornadas de Publicidad Exterior que organiza La FEDE AEPE serán las del reencuentro con más de 300 profesionales de empresas anunciantes, agencias de medios, exclusivistas de publicidad exterior, agencias digitales y otras compañías vinculadas con publicidad exterior.

El lema de las jornadas resume la situación de Exterior y su creciente importancia como el medio más real de un mundo cada vez más digitalizado. El único en el que la digitalización aporta muchas y nuevas posibilidades sin restar nada de sus ventajas y características tradicionales. Los enormes cambios que se han experimentado en los últimos tiempos y los que se prevén para

el futuro cercano son un motivo especialmente importante para unas jornadas que tienen mayor interés que nunca por las grandes novedades de todo tipo que se están produciendo en el medio. Y, dada la enorme fragmentación de audiencias en internet y la televisión, Exterior ya es hoy día el medio que permite alcanzar mayores audiencias masivas.

El programa de las XXIX Jornadas permitirá conocer, aprender, analizar y debatir sobre los principales aspectos de la actualidad de Exterior: la **sostenibilidad del medio** integrado en las ciudades del futuro; los últimos avances en **investigación, innovación, digitalización, creatividad, planificación y programática**; los más innovadores estudios sobre la imagen y la eficacia de Exterior; y los casos de éxito más recientes y rompedores de la mano de anunciantes y agencias.



MÁS DE 300 PROFESIONALES

- Anunciantes
- Agencias de Medios
- Empresas de Publicidad Exterior
- Agencias de Publicidad
- Empresas de Tecnología
- Empresas de Medición
- Consultoras
- Asociaciones vinculadas con la industria de la publicidad y el marketing

Las Jornadas son el foro anual imprescindible de profesionales y empresas que día a día forman el medio Exterior

Con un intenso programa, las jornadas se llevarán a cabo en el **Palacio de Congresos de Valencia**, premiado como el mejor palacio de congresos del mundo por la AIPC, y la cena de gala será en un enclave natural rodeado de pinos, en la **Masía Xamandreu**.

En los últimos años, los grandes avances en la digitalización del medio exterior coinciden con notables progresos en la investigación, recopilación y análisis de datos, la utilización de la geolocalización, y el incremento del conocimiento de las audiencias, hábitos y usos de los ciudadanos.

Estos progresos permiten ir dando pasos hacia un medio cada vez más personalizado, que aprovecha las ventajas y posibilidades que aporta la digitalización de cada vez más soportes, así como la ingente información y datos que proporcionan las nuevas tecnologías para mejorar la notoriedad, impacto y eficacia de las acciones en Exterior.

Es evidente que disponer de cada vez más información, datos y nuevas tecnologías no valdría de nada sino se aplican y utilizan para lograr mayor eficacia.

El objetivo es conseguir mejorar el medio tanto para los anunciantes como para las agencias de medios, de publicidad, las empresas exclusivistas y, sobre todo, los consumidores, que aprecian un medio útil, espectacular y que, al tiempo, no es intrusivo y respeta y enriquece el paisaje urbano.



Palacio de Congresos de Valencia



Masía Xamandreu



Innovación, creatividad, digitalización, análisis, tecnología se dan cita en Valencia

Una mirada internacional hacia el exterior

En algunas regiones del mundo, la pandemia aún sigue perturbando nuestra vida cotidiana.

¿Qué aprendimos sobre la efectividad de la publicidad durante la pandemia y cómo podemos relacionarlo con otros eventos globales importantes que todavía nos afectan y que probablemente nos afectarán en el futuro?

Afortunadamente, las pandemias son algo que no experimentamos con frecuencia y **Kerry Corke**, Global Media Director de Kantar Worldpanel, y **Mayte González**, Media & Shopper Sector Director de Kantar Worldpanel, abrirán las jornadas indicándonos como los cambios, la disrupción y cómo los eventos importantes afectan la efectividad de la publicidad.

¿Qué podemos aprender y cómo debemos considerar esto en nuestra futura estrategia publicitaria a medida que nos enfrentamos a desafíos económicos generalizados y el impacto de la guerra en Europa.

Tras la visión global que nos proporcionarán, analizarán las principales tendencias y evoluciones de audiencia e impacto de las campañas en España, centrándose en cómo combinar de manera eficiente diferentes medios para aumentar el retorno total de campañas.

Kantar es uno de los líderes mundiales en datos, insights y consultoría, está presente en más de 90 mercados, donde realiza más de 100.000 millones de entrevistas. Sus trabajos se desarrollan en las áreas de medición de audiencias, innovación, crecimiento de marca, conocimiento del consumidor, comprador y punto de venta, todas de gran interés e importancia para el medio Exterior.

UNA MIRADA INTERNACIONAL HACIA EL EXTERIOR

KERRY CORKE
GLOBAL MEDIA DIRECTOR
KANTAR

MAYTE GONZÁLEZ
MEDIA & SHOPPER SECTOR DIRECTOR
KANTAR

Tendencias del medio exterior en España

Scopen, consultora de investigación de la industria de la comunicación y el marketing con presencia en 12 países, y una de las más prestigiosas especializadas en el sector publicitario, realiza estudios continuos con un completo equipo de expertos para ofrecer un conocimiento profundo de distintos ámbitos del mercado de la comunicación, marketing y publicidad, identificando necesidades actuales, operativas del mercado y tendencias de futuro para anunciantes, agencias y medios.



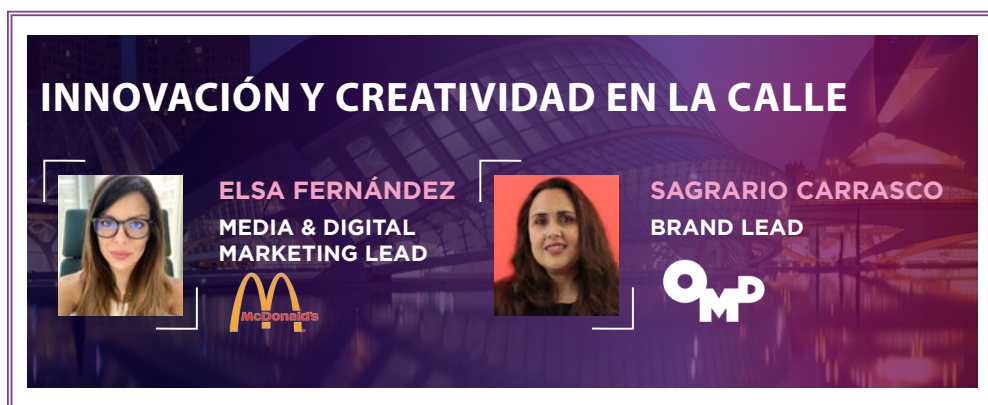
Óscar López, Research & Studies Director de **Scopen**, será el encargado de presentar los resultados de dos de sus estudios clave para entender el contexto actual de los medios de comunicación: **Media Scope** (investigación que analiza la imagen, calidad y eficacia comercial de los medios de comunicación en España) y **Trend Score** (estudio sobre las tendencias de inversión en Marketing y Publicidad), donde destacará la evolución del medio Exterior en España, a partir del análisis de las opiniones de anunciantes y profesionales de agencias de medios, así como aspectos tan importantes como la inversión en medios, la planificación y compra de medios o la valoración de los equipos comerciales.

Innovación y creatividad en la calle

La innovación es parte del ADN de **McDonald's** y **OMD** y el medio exterior forma parte fundamental en sus estrategias de marca, no solo para generar alcance/reach en sus campañas sino porque es un medio que gracias a su gran evolución en los últimos años, les permite trabajar en diversas estrategias de marca para alcanzar otros objetivos como la proximidad, conveniencia, notoriedad, etc.

En la ponencia mostrarán cómo trabajan este medio en McDonald's y veremos diferentes casos de éxito en los que se pone de manifiesto la eficacia de una creatividad y un trabajo con datos dirigidos específicamente para el medio Exterior y en la que resulta fundamental la innovación.

Elsa Fernández, Media & Digital Marketing Lead de **McDonald's** y **Sagrario Carrasco**, Brand Lead de **OMD**, serán las encargadas de explicar los casos y sus resultados de la primera empresa en su sector en poner en marcha una campaña en exterior digital (DOOH) utilizando smart data para generar tráfico a sus establecimientos.



Ciudades inteligentes y sostenibilidad

Si hay una tendencia cada vez más imprescindible en todos los sectores es la sostenibilidad, requisito fundamental que se ha convertido en uno de los pilares del desarrollo de las ciudades.

Las ciudades inteligentes y sostenibles son uno de los temas claves del presente y futuro de la publicidad exterior, como medio urbano que forma parte de nuestro entorno.



En la mesa redonda se debatirán diferentes puntos de vista que aportan ideas y tendencias sobre las que avanzará el medio en el futuro cercano. Con **Erik Häggblom**, CEO y Co-fundador de **Tribaldata** como moderador, participarán **Jorge Ochotorena**, director general de **Aqua Multiespacio (SCCE Group)** uno de los centros comerciales más grandes de la comunidad Valencia; **Fernando Montañés** responsable de investigación de **La FEDE**, **Silke Vollmann**, directora de Trading en OOH, radio y cine de **Magna Global**, **Beatriz Fernández de Bordóns**, business development lead de **Publicis Groupe**, **Alejandra Gálvez**, Country Integrated Media Manager de **IKEA España** y **Javier Fernández Peón**, de la empresa especializada en exterior **TB Media Consulting**.

Se compartirán experiencias y reflexiones sobre los avances tecnológicos y la innovación que exterior está desarrollando en el ámbito de la sostenibilidad, pero también en su aportación a las ciudades como canal de comunicación, divulgación y evangelización por parte de las administraciones públicas hacia el ciudadano, así como en avances en cuanto a sensorización de cara por un lado a extraer datos que ayuden tanto a ciudades como a marcas en sus estrategias de publicidad y comunicación como para generar conversación y proximidad con el ciudadano de a pie.



Mesa redonda
CIUDADES INTELIGENTES Y SOSTENIBILIDAD

 <p>Moderador ERIK HÄGGBLOM CEO y Co-fundador TRIBALDATA</p>			
 <p>JORGE OCHOTORENA DIRECTOR GENERAL AQUA MULTIESPACIO</p>	 <p>FERNANDO MONTAÑÉS RESPONSABLE DE INVESTIGACIÓN La FeDE</p>	 <p>SILKE VOLLMANN OOH, RADIO & CINEMA TRADING DIRECTOR MAGNA</p>	
 <p>JAVIER FERNÁNDEZ DIRECTOR GENERAL tbmedia consulting</p>	 <p>ALEJANDRA GÁLVEZ COUNTRY INTEGRATED MEDIA MANAGER IKEA</p>	 <p>BEATRIZ FERNÁNDEZ DE BORDÓNS BUSINESS DEVELOPMENT LEAD PUBLICIS GROUPE</p>	

Exterior, en el centro del contenido y en la amplificación de Estrella Galicia

En el competitivo sector de las cervezas, el éxito de la marca **Estrella Galicia** es evidente en los últimos años, con una estrategia de comunicación muy creativa y en la que el papel de la publicidad exterior es una de las claves que le están ayudando a ampliar su área de implantación de la marca a zonas cada vez más amplias.

A través de las últimas campañas de Estrella Galicia, **José Gabriel Estrada**, Global

Omnichannel Manager de **Hijos de Rivera, S.A.U.** hará un recorrido por la relevancia que tiene el medio exterior dentro de la comunicación de una marca, ya sea como un medio relevante dentro de la amplificación del mensaje principal de una campaña con el objetivo de cobertura (La Resistencia Continúa), o como parte de una acción de engagement muy vinculada al mundo digital (Restyling de marca: Acción tatoo), ayudando a un posicionamiento más férreo de la marca (acciones en aeropuertos) o incluso como eje central de una acción de contenido (Las Estrellas del Camino).

A través del camino que nos mostrará Estrella Galicia, veremos que el medio exterior es clave en la relevancia de la comunicación de una marca.



La aportación del medio exterior a las ventas y las marcas

En la comunicación comercial los distintos medios pueden tener una aportación muy diferente en la imagen y valor de las marcas. Algunos son sobre todo eficaces para hacer crecer las ventas promocionales y a corto plazo, mientras otros como el medio exterior tienen un papel fundamental en lo que la consultora Ebiquity denomina ventas base, y que representa el auténtico capital de las marcas para vender más, más allá de las promociones tácticas puntuales.

El estudio de Ebiquity confirma la importancia de establecer estrategias de inversión publicitaria que tengan en cuenta el efecto en las ventas base de medio y largo plazo, pues representan en torno al 75% de las ventas totales de las marcas. Construir una buena imagen de marca a medio y largo plazo es clave para garantizar esas ventas base, y el estudio señala que el medio exterior es clave como acelerador de las ventas base a largo plazo, además de ayudar de manera determinante a recuperar ventas tras un periodo de disminución de la inversión.

Inés Miranda, Directora de Analytics, y **Laura Lozano**, Senior Consultant de la consultora **Ebiquity**, serán las encargadas de exponer los resultados de este estudio, que puede ayudar a descubrir a muchos la enorme importancia de la publicidad exterior y su aportación al valor real y contable de las marcas.



Todo es Data. La medición en exterior

Cada vez es más imprescindible contar con información real de los resultados y eficacia de las inversiones en publicidad y comunicación, y los avances en este terreno son casi constantes, tanto por las novedades tecnológicas como por la utilización de nuevas metodologías e investigaciones.

Exterior es uno de los medios en los que se están produciendo novedades continuas, y España es además uno de los países más avanzados en el campo de la medición, con empresas que han conseguido crecer y estar presentes en muchos otros mercados y exportar sus conocimientos.

En la mesa redonda sobre medición en Exterior participarán grandes especialistas de todos los campos relacionados con la investigación, el manejo de los datos y las nuevas metodologías de medición, y que con seguridad podrán aportar una visión de los últimos avances que se están produciendo en este campo.

Marga Ollero, Chief Data & Insight Officer de **Havas Media Group**, será la encargada de moderar la mesa redonda, en la que participarán **Yolanda Marugan**, Projects & Clients Director de **Cuende**, que con **Geomex** es un referente mundial en la investigación de audiencias de Exterior; **Pedro Villa**, Director IT y de Producción de **InfoAdex**, empresa clave en el conocimiento de las inversiones publicitarias y las nuevas creatividades que utilizan anunciantes y agencias en cada campaña; **Carlos Viladeval**, Founding Partner de **OOH Trace**, plataforma independiente para la verificación en tiempo real de la Publicidad Exterior con tecnología basada en inteligencia artificial y machine learning; **Alberto Álvarez**, Director de **OJD Interactiva**, pionero en el control y verificación de medios; **Beatriz de Paz**, Directora de Producto de **GroupM**, que como agencia de medios debe emplear todos los datos disponibles en el mercado; **Juan Millán**, Director General de **Adsquare Spain**, empresa especializada en targeting, gestión de analítica y datos y **Miguel Castañón**, Business Development Director EMEA de **Broadsign**, empresa especializada en aprovechar al máximo el potencial de la publicidad (D)OOH para conectar con audiencias en todo el mundo.

Mesa redonda
TODO ES DATA - LA MEDICIÓN EN EXTERIOR

Moderadora
MARGA OLLERO
CHIEF DATA & INSIGHT OFFICER
havas media

ALBERTO ÁLVAREZ
DIRECTOR
ojd

PEDRO VILLA
DIRECTOR IT y DE PRODUCCIÓN
INFOADDEX

BEATRIZ DE PAZ
DIRECTORA DE PRODUCTO OOH
groupm

CARLOS VILADEVAL
FOUNDER & CEO
TRACE OOH+

YOLANDA MARUGÁN
PROJECTS & CLIENTS DIRECTOR
CUENDE

JUÁN MILLÁN
DIRECTOR GENERAL
adsquare

MIGUEL CASTAÑÓN
BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR EMEA
Broadsign

“Nada como el Exterior” - Campaña premiada en el concurso UJI-La FEDE AEPE

Como es tradicional, el grupo de estudiantes de la **Universidad Jaume I de Castellón de la Plana** ganador del concurso de creatividad en Exterior patrocinado por **La FEDE AEPE**, presentará en las jornadas, la campaña elegida por el jurado formado por **Maite Rodríguez**, presidenta de **La FEDE AEPE**; **Yolanda García**, Directora de Marketing Adjunta de **JCDecaux** y **Fernando Montañés**, Responsable de Investigación de **La FEDE**.

En esta ocasión, y por primera vez en la historia de los premios, la campaña ganadora entre las 52 propuestas presentadas fue la del **grupo Daxsa**, formado por **David Sánchez**, **Xavier Montagud** y **Sara Grañó**, con una campaña cuyo mensaje principal es “**Nada como el exterior**”.

Una campaña que se ha convertido en realidad firmada por La FEDE AEPE para promocionar el medio y que se podrá ver en las XXIX Jornadas de Publicidad Exterior.

Los alumnos trabajaron con un “briefing” real sobre el lema “Exterior, un medio real en un mundo digital”, que también es el de las jornadas.

Una ponencia que siempre resulta fresca, original y diferente, que muestra el trabajo y punto de vista creativo de los jóvenes estudiantes de publicidad que serán el futuro del medio Exterior.



El poder de la creatividad exterior

La creatividad es fundamental en la eficacia de la publicidad.

Para anunciantes y agencias es imprescindible conocer las últimas novedades, acciones y tendencias que pueden verse en las calles, y por eso era necesario contar con un espacio como **OOH Lovers**, un sitio digital puesto en marcha por La FEDE AEPE donde todas las campañas y anuncios tienen su sitio.

Xabier Urrestarazu, encargado de la Comisión de Promoción del Medio de La **FEDE AEPE**, y **Germán Cano**, Director de Creativo de la agencia **Grow**, diseñadora del portal y el concepto de OOH Lovers, presentarán en las jornadas, la importancia de la creatividad en Exterior y como este medio capta la atención del consumidor,

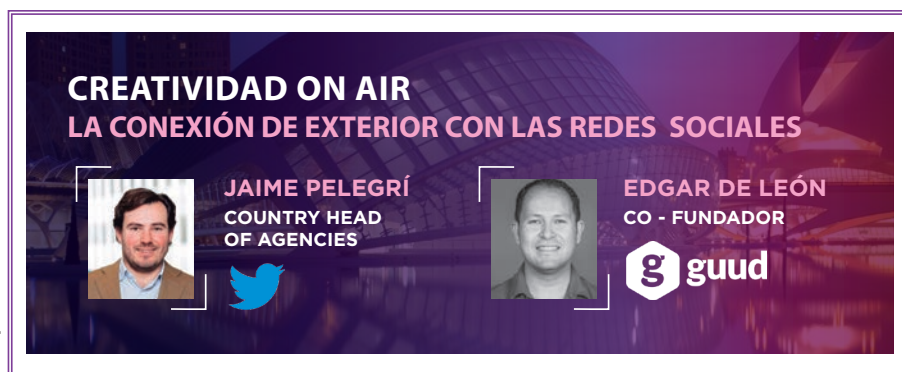
presentando a su vez el portal OOH Lovers, que se puso en funcionamiento a comienzos de este año, y que ya es una referencia para estar al día de todas las novedades creativas que pueden verse fuera de casa en cualquier lugar de España, desde las grandes campañas a las acciones pequeñas realizadas en un punto muy concreto, y que resultan más difíciles de conocer, así como los premios que se derivarán de las campañas presentadas en el portal.



Creatividad on air. La conexión exterior y redes sociales

Uno de los efectos indudables del medio Exterior es su tremendo poder de viralización cuando un anuncio consigue atraer y lograr el interés de los públicos objetivos. Los medios de comunicación y las redes sociales pueden funcionar como un enorme altavoz que multiplica el efecto de un anuncio o una acción desarrollada inicialmente en un punto concreto. Ha ocurrido en multitud de ocasiones, y es una de las características y ventajas más evidentes de la publicidad exterior en la actualidad y en esta ponencia la red social protagonista es Twitter que nos mantiene informados sobre “lo que está pasando” en el mundo. Miles de usuarios vuelcan sus opiniones y pensamientos día a día y crean relaciones con las marcas que pueden ser muy relevantes.

Jaime Pelegrí, Country Head of Agencies en **Twitter** y **Edgar de León**, Co-fundador de **GuudTV**, analizarán y presentarán esa importante conexión existente entre la publicidad exterior y las redes sociales con un caso específico con el anunciante **Aliexpress** y como ha logrado unir **Twitter** con **Callao City Lights** y crear una campaña innovadora con contenido generado por el usuario.



La digitalización del sector. Una realidad

La digitalización está cambiando radicalmente todo el sector publicitario, influyendo y modificando todos los aspectos de la publicidad, desde la creatividad a la estrategia y planificación de las acciones, pasando por la compra de espacios y medios publicitarios.

Temas como el big data, la inteligencia artificial, la sensorización o la compra programática han revolucionado algunos medios, mientras que el medio exterior está en el proceso de implementar estas tecnologías en diferentes ámbitos, siendo el aspecto DOOH la que más avances muestra y que en otras áreas todavía están por ver hasta qué punto se implantarán e impondrán por la multiplicidad de soportes, empresas, formas de comercialización, etc...

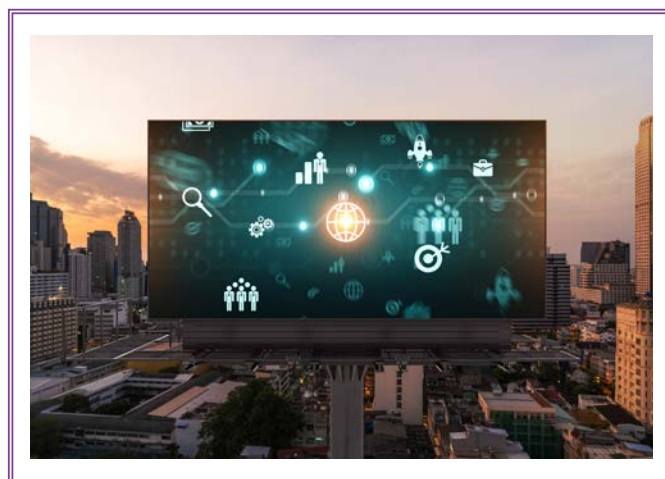
Por eso resultará de gran interés conocer el trabajo y el análisis de profesionales como **Anthony Grandjean**, Senior Account Manager en **The Trade Desk**, una plataforma líder en compra programática de medios y **Elena Herrero**, Adressable Strategy Manager en **IPG Mediabrands**.



La digitalización del sector. Una realidad

En relativamente pocos años todos los medios se han digitalizado, pero Exterior es el único en el que la digitalización ha supuesto un enorme avance y ampliación de posibilidades sin que se resten o incluso pierdan al tiempo las ventajas históricas que ha tenido desde siempre.

En medios como la televisión y la radio la digitalización ha incrementado hasta límites insospechados la fragmentación de audiencias al multiplicarse la oferta; en la prensa y las revistas el soporte papel tradicional ha sufrido fuertes pérdidas de audiencias que no han conseguido sustituir económicamente las opciones digitales; la distribución de producciones cinematográficas como de televisión antes esta sufriendo la disrupción que han traído las plataformas de cine y televisión a la carta y Exterior, en cambio, ha sumado a sus características de siempre las posibilidades que se abren con las pantallas y nuevos soportes digitales, o incluso aplicaciones tecnológicas que convierten a soportes más convencionales en elementos que captan data para las marcas y organismos que los usan en sus estrategias.



La digitalización del sector. Una realidad

Cada día se conocen nuevas acciones impensables e imposibles de hacer hace pocos años. Es totalmente lógico terminar las jornadas con una mesa redonda en la que los mejores expertos en diferentes campos presenten tanto las últimas tendencias como los retos que nos trae el futuro.

Alma Vázquez, CTO de **IKI Media**, será la moderadora de la mesa, en la que participarán **Inés Armendáriz**, VP Demand Spain & Portugal de **Hivestack**; **Rubén Vara**, Presidente de la Comisión DOOH de **IAB Spain**; **César Goya**, Gerente de Medios de **Orange España**; **Chiara Cordiali**, Account Director de **VIOOH**; **Marta Fernández**, Brand Media Manager de **BBVA CREATIVE**; **Alberto García**, Data, Tech & Programmatic Lead de **Carat España**; y **Beatriz Dorado**, Planning & Negotiation Director de **Havas Media Group**.

Mesa redonda
LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR - TENDENCIAS Y RETOS

Moderadora
ALMA VÁZQUEZ
CTO
IKI Media

INÉS ARMENDÁRIZ
VP DEMAND SPAIN & PORTUGAL
Hivestack

RUBÉN VARA
PRESIDENTE COMISIÓN DOOH
iab

CÉSAR GOYA
GERENTE DE MEDIOS
orange

CHIARA CORDIALI
ACCOUNT DIRECTOR
VIOOH

MARTA FERNÁNDEZ
BRAND MEDIA MANAGER
BBVA Creative

ALBERTO GARCÍA
DATA, TECH & PROGRAMMATIC LEAD
CARAT

BEATRIZ DORADO
PLANNING & NEGOTIATION DIRECTOR
havas media



Programa de las XXIX Jornadas de Publicidad Exterior

26 de mayo 2022

09:30 - REGISTRO		
	11:15	INAUGURACIÓN JORNADAS Elia Méndez - Directora General de La FEDE Jose María Rubert - Socio Director General de Zenithbr Maite Rodríguez - Presidenta de La FEDE AEPE
	12:00	UNA MIRADA INTERNACIONAL HACIA EL EXTERIOR Kerry Corke - Global Media Director de Kantar Worldpanel Mayte González - Media & Shopper Sector Director de Kantar Worldpanel
	12:40	TENDENCIAS DEL MEDIO EXTERIOR EN ESPAÑA Óscar López - Research & Studies Director de Scopen
	13:10	INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EN LA CALLE Elsa Fernández - Media & Digital Marketing Lead de McDonald's Sagrario Carrasco - Brand Lead de OMD
	13:25	LA APORTACIÓN DE EXTERIOR A LAS CIUDADES Fernando Montañés - Responsable de Investigación de La FEDE
	13:40	CIUDADES INTELIGENTES Y SOSTENIBILIDAD Moderador: Erik Häggblom - CEO y Co-fundador de TRIBALDATA Jorge Ochotorena - Director General de Aqua Multiespacio (SCCE Group) Fernando Montañés - Responsable Investigación de La FEDE Silke Vollmann - OOH, Radio and Cinema Trading Director de Magna Global Beatriz Fernández de Bordóns - Business Development Lead de Publicis Groupe Javier Fernández - Director General de TB Media Consulting Alejandra Gálvez - Country Integrated Media Manager de IKEA España
14:30 - COMIDA		
	17:00	EXTERIOR, EN EL CENTRO DEL CONTENIDO Y LA AMPLIFICACIÓN DE ESTRELLA GALICIA José Gabriel Estrada - Global Omnichannel Manager de Hijos de Rivera, S.A.U. (Estrella Galicia)
	17:30	APORTACION DEL MEDIO EXTERIOR A LAS MARCAS Inés Miranda - Directora de Analytics de Ebiquity Laura Lozano - Senior Consultant de Ebiquity
	18:00	TODO ES DATA - LA MEDICIÓN EN EXTERIOR Moderador: Marga Ollero - Chief Data & Insight Officer de Havas Media Group Yolanda Marugan - Projects & Clients Director de CUENDE Pedro Villa - Director IT y de Producción de InfoAdex Carlos Viladeval - Founding Partner de OOH Trace Alberto Álvarez - Director de OJDinteractiva Beatriz de Paz - Directora de Producto de GroupM Juan Millán - Director General de Adsquare Spain Miguel Castañón - Business Development Director EMEA de Broadsign
20:30 salida hacia la Cena de Gala		

Programa de las XXIX Jornadas de Publicidad Exterior

27 de Mayo 2022

09:30 - REGISTRO		
	10:00	Bienvenida e introducción Elia Méndez - Directora General de La FEDE
	10:10	CAMPAÑA GANADORA - PREMIOS UNIVERSIDAD JAIME I Sara Grañó; David Sánchez y Xavier Montagud del Grupo Daxsa
	10:30	EL PODER DE LA CREATIVIDAD DE EXTERIOR - OOH LOVERS Xabier Urrestarazu - Comisión de Promoción del Medio de La FEDE AEPE Germán Cano - Director Creativo de Grow
	11:00	CREATIVIDAD ON AIR - LA CONEXIÓN EXTERIOR Y REDES SOCIALES Jaime Pelegrí - Country Head of Agencies en Twitter Edgar de León - Co-fundador de GuudTV
11:30 - COFFEE BREAK		
	12:15	LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR. UNA REALIDAD Elena Herrero - Adressable Strategy Manager en IPG Mediabrands Anthony Grandjean - Senior Account Manager en The Trade Desk
	12:45	LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR - TENDENCIAS Y RETOS Moderador: Alma Vázquez - CTO de IKI Media Inés Armendáriz - VP Demand Spain & Portugal de Hivestack Rubén Vara - Presidente de la Comisión DOOH de IAB César Goya - Gerente de Medios de Orange España Chiara Cordiali - Account Director de VIOOH Marta Fernández - Brand Media Manager de BBVA CREATIVE Alberto García - Tech & Programmatic Lead de Carat España Beatriz Dorado - Planning & Negotiation Director de Havas Media Group
	14:00	CIERRE DEL EVENTO Maite Rodríguez - Presidenta de La FEDE AEPE
14:15 - COMIDA		

Gracias a los patrocinadores



Quienes somos



Contribuimos al desarrollo económico y social de la industria publicitaria y de la comunicación, motor clave de la sociedad, representando y defendiendo los intereses de las empresas que la comportan.

La FEDE es la organización empresarial que aúna a las **empresas de publicidad y comunicación**.

Formada por una red de más de **150 empresas y asociaciones regionales** con un **alcance de 250 empresas** de servicios que representan a los diferentes colectivos de la industria publicitaria, impulsamos el desarrollo de la industria, a través de la **representación y defensa** de los intereses de nuestros asociados, **la divulgación e investigación y la creación de sinergias** entre los diferentes colectivos. El universo de la FEDE lo componen tanto grandes empresas, como Pymes y Start-ups de las diferentes secciones que configuran el mapa de empresas de servicios de publicidad y comunicación.



La **FEDE AEPE** es la sección de las **empresas de Publicidad Exterior de La FEDE** y concentra a la mayoría de las empresas del sector de publicidad exterior.



Dentro de la FEDE están representadas también asociaciones regionales y provinciales que aportan su conocimiento e intereses con el objetivo de sumar tanto para el desarrollo de la industria como para defender sus intereses.

- Cataluña, Principado de Asturias y La Rioja
- Alicante, Cádiz y Sevilla

Socios de La FEDE AEPE



Lo que nos define



DEFENSA

Representamos y luchamos por los intereses de nuestros socios y del sector en general ante los retos que impactan en la industria



COLABORACIÓN

Fomentamos el conocimiento y el intercambio de experiencias entre nuestros socios y con la industria



IMPACTO

Ponemos en valor el papel de la creatividad, la innovación y su impacto en la generación de resultados, el crecimiento de la industria y en la cultura y la economía del país



TALENTO

La prosperidad y el crecimiento derivan del talento y conocimiento de las personas. La formación y entender la organización es clave para el crecimiento sostenido



nada
como un
Match!

La vida está en el exterior

La **Aep**
Fede **_____e**

Exterior. Un medio real en un mundo digital

publicidad exterior

UN PASEO CREATIVO POR EL EXTERIOR

La Aep
Fede e

lafede@lafede.es
lafede.es