

18 - 03 - 22, Vive Castellón

## El grupo DAXSA gana la XX edición del concurso de Publicidad Exterior UJI-La Fede-Aepe



La [Universitat Jaume I](#) de Castelló en colaboración con La Fede-Aepe ha celebrado la **XX edición del Seminario de Publicidad Exterior** en la que ha resultado **ganador del concurso de publicidad exterior el grupo DAXSA.**

En esta ocasión, se ha contado con la presencia de la presidenta de La Fede-Aepe y directora general Comercial, de Marketing y Comunicación de Clear Channel, Maite Rodríguez, quien ha impartido la ponencia titulada «Un medio en modo innovación» en la que ha destacado la gran transformación del medio exterior y el trabajo que se realiza desde las distintas comisiones de La Fede-Aepe, así como los proyectos que se están desarrollando, como el mapa de soportes de exterior, junto con OJD, el Brand Ebiquty Model, el libro blanco de la publicidad exterior digital (DOOH), el Qpanel de centros comerciales junto a la AIMC, y la plataforma OOHlovers, constituida como punto de encuentro de la creatividad y la innovación del medio.

Por su parte, la directora de Marketing Adjunta de JCDecaux y coordinadora de la comisión de investigación e información de valor de La Fede-Aepe, Yolanda García, ha centrado su charla en profundizar sobre la digitalización del medio. «Transformación digital OOH. Nuevos modelos de activación y medición» ha sido el título de su

intervención, en la que ha repasado el cambio en el comportamiento del consumidor, consecuencia de la pandemia, que ha llevado implícito un aumento del e-commerce, pero también del comercio de proximidad, una apuesta por la sostenibilidad y el consumo responsable y una búsqueda de la vuelta a la calle, entre otros aspectos. También ha analizado el cambio experimentado por los distintos medios en relación con las nuevas tecnologías y como algunos han sabido adaptarse más rápidamente que otros. Por último, ha enfatizado sobre cómo la publicidad exterior ha visto reforzados sus valores más tradicionales, cómo la digitalización supone flexibilidad tanto en la planificación como en creatividad del medio, que ha integrado el data a través de diferentes fuentes y cómo va ganando espacio la combinación exterior-móvil.

El profesor de Publicidad y Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad de Nebrija y consultor y asesor de La Fede-Aepe, Fernando Montañés, ha cerrado las intervenciones hablando de lo que aporta la publicidad exterior a las ciudades en la ponencia «¿Qué ha hecho la publicidad exterior por nosotros?» en la que ha presentado los resultados de un estudio en el que ha analizado los concursos públicos y del que se extraen los datos de los ingresos de los ayuntamientos gracias a la publicidad exterior.

Una vez concluidas las ponencias se ha fallado el XX concurso de Publicidad Exterior de la UJI-La Fede-Aepe, que implica a todos los cursos del grado de Publicidad y Relaciones Públicas, con un total de 52 trabajos presentados, y cuyo jurado ha estado formado por los tres profesionales del medio, Maite Rodríguez, Yolanda García y Fernando Montañés junto a las profesoras del Departamento de Comunicación de la UJI, Chelo Balado, Susana Miquel y Eva Breva, que ha decidido conceder el premio al grupo DAXSA formado por David Sánchez, Xavier Montagud y Sara Grañó por su trabajo «Nada como el exterior» como mejor respuesta al briefing planteado, bajo el lema «La publicidad exterior, el medio más real en un entorno digital».

Así mismo, se han concedido dos accésits, uno al grupo Bauhaus formado por Sara Herrero, María Adam, Daria Karygina y Carmen Mateo por su propuesta «El medio más salao» y al grupo Éxtaxis compuesto por Valeria d'Anna, Pedro Orts, Marc Ruiz y Óscar Salhab-did, por el proyecto «El sentido de la publicidad exterior».