



EL MARKETING DIRECTO CELEBRÒ AYER LA GRAN FIESTA DEL SECTOR CON LA ENTREGA DE LOS PREMIOS IMÁN'09

- **Diageo se alza con el reconocimiento como “Anunciante del Año”**
- **Shackleton recibe 12 galardones y se proclama “Agencia del Año”**
- **“No Hunger”, de Acción Contra el Hambre, recibe el Premio a la Mejor Campaña para Entidades sin Ánimo de Lucro**

Madrid, 8 de mayo de 2009.- La Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEMD) celebró ayer en la Feria de Madrid (IFEMA) la entrega de los Premios IMÁN'09, los galardones que reconocen las mejores campañas de marketing directo y digital desarrolladas durante 2008.

En la 22ª convocatoria del certamen, la compañía de bebidas espirituosas Diageo, se alzaron con uno de los máximos reconocimientos, el de “Anunciante del Año”; mientras que Shackleton recibió el premio como “Agencia del Año” al obtener un total de 12 galardones: tres oros, seis platas, dos bronces y el Premio a la Mejor Campaña para Entidades Sin Animo de Lucro, por “No Hunger” de Acción Contra el Hambre.

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.

El capítulo que reconoce la mejor campaña del año, el “Gran Premio IMÁN'09”, quedó desierto esta edición por decisión del jurado, presidido por Fabio Simões, director creativo interactivo de Nazca Saatchi&Saatchi de Sao Paolo, Brasil.

IMÁN atrae nuevos participantes

Gracias a un espíritu renovado, que sustituye el formato tradicional basado en tres categorías y tres jurados, por una estructura centrada en dos grandes capítulos, Piezas y Campañas, y un único jurado que evaluará todas las campañas, la última edición de los Premios IMÁN parece haber conseguido sortear los efectos de la crisis. La convocatoria de 2009 se ha cerrado con un total de 243 trabajos inscritos, unas cifras han superado las previsiones de FECEMD y confirman a los galardones como una referencia del marketing directo e interactivo en nuestro país.

Los Premios han conseguido atraer, además, a nuevos participantes, y que un total de 24 agencias, de las 38 participantes, hayan inscrito por primera vez sus trabajos en el certamen.

La Ceremonia de entrega de premios es el inicio de la Noche Imán que clausura NEXTmarketing'09, encuentro anual por excelencia de los sectores del marketing directo e interactivo en España que se celebró ayer, 7 de mayo, en la Feria de Madrid (IFEMA).

Para más información:

Elena Martínez

Prensa FECEMD

emartinez@roatan.es

Tel. 91 563 67 80

676 10 75 13