



## VII Encuentro Internacional AIMC sobre Investigación de Medios

# LOS NUEVOS ENTORNOS DE COMUNICACIÓN CLAUSURAN DEL VII ENCUENTRO DE AIMC

- Agustín Casado, Presidente de la AIMC, comunicó en primicia durante el encuentro la aprobación del nuevo modelo EGM
- Los máximos responsables de los medios de comunicación, anunciantes y expertos en investigación de audiencias, estarán presentes los días 29 y 30 de noviembre en Madrid

**Madrid, 30 de Noviembre de 2007.-** AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) concluye hoy la séptima edición de su **Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**, donde expertos del mundo de la comunicación han analizado a lo largo de los últimos dos días la situación, el desarrollo y las tendencias vigentes, al mayor foro sobre medios de comunicación y medición de audiencias del momento.

Agustín Casado, Presidente de AIMC, fue el encargado de inaugurar ayer el VII Encuentro y aprovechó la ocasión para comunicar en primicia la aprobación, en Asamblea General Extraordinaria, del nuevo modelo EGM, que combina los datos multimedia con aplicaciones monomedia y ofrece al mercado, por un proceso de fusión de ficheros, un dato único.

La segunda jornada del VII Encuentro arrancó con la sesión **Multimedia y la Investigación** presidida por Jose Carlos Gutiérrez, vicepresidente de AIMC. Cabe destacar la primera ponencia a cargo de Sophia Avraam (Fundadora y Directora General de Watch Media Chipre) que destacó la importancia de los medios multimedia y el gran cambio que la gente que en la actualidad se siente bombardeada por los medios y los numerosos mensajes. Giorgio Licastro, Director de GFK Eurisko, y

Belinda Beeftink (The Institute of Practicioners in Advertising-IPA-UK) expuso su propuesta de investigación a través de 5.000 PDA's que creó debate a la hora del coloquio. Como último ponente en esta sesión, encontramos a Richard Asquith, Director General BMRB.UK. Asquith planteó su vía para afrontar los retos del SXXI a través de los estudios media-producto.

El broche final a esta jornada lo ha puesto la cuarta sesión del encuentro, que bajo el nombre **Nuevos Entornos de Comunicación** y presidida y moderada por Carlos Lozano (Presidente Ejecutivo de AIMC), recogió la exposición de Annelies Verhaegh (R&D Consultant. InSites Consulting) que hizo hincapié en la importancia que tiene hoy en día 'el worth of mouth' en nuestra sociedad.

El cierre de esta última jornada recayó sobre un elenco inmejorable de participantes que expusieron su punto de vista y debatieron sobre la evolución y hacia dónde se

dirigen los nuevos medios de comunicación. Esta mesa redonda contó con la presencia de grandes expertos del sector como son: Manuel Solaeche (Director Comercial de MSN), Rafael Urbano (Director General Madrid MPG), Enrique Domingo (Director General Synovate España) y Manuel Mirat (Consejero Delegado de Prisacom)

El encuentro, que organiza AIMC desde hace 14 años con carácter bianual, se ha dividido en cuatro sesiones a lo largo de estos dos días: **Medios Electrónicos**, **Medios Impresos y Exterior** (ambas expuestas en esta primera jornada), **Multimedia e Investigación** y **Nuevos Medios Emergentes**.

El **VII Encuentro de AIMC**, que ha abordado temas de máxima actualidad e interés sobre medios de comunicación y medición de audiencias, ha contado con unos colaboradores de excepción como son Optimedia, Mindshare, Mediacom, 20 Minutos, Unidad Editorial y Conect.