

Nuevos miembros en la Junta Directiva de AIMC

- **Manuel G. Cordero (Initiative), Cristina Rey (Optimedia) y José María Moix (Atresmedia) se incorporan a la Junta Directiva de la Asociación.**

Madrid, 28 de abril de 2016.- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, ha celebrado hoy su Asamblea General Ordinaria en la que, además de aprobar el plan de actividades, presupuesto y cuotas de este ejercicio, se ha renovado la composición de la Junta Directiva.

Nuevas incorporaciones a la Junta Directiva de AIMC

Manuel G. Cordero acumula 23 años de experiencia en el mundo de los negocios, el marketing y la comunicación, habiendo comenzado su carrera con su propia agencia de comunicación a principio de los 90.

Ha trabajado con los principales sectores y marcas, ocupando una posición privilegiada en el desarrollo de mundo digital en España como cofundador de la pionera Netthink-ISobar (DentsuAegis). Antes de unirse a Initiative España, Cordero ocupó el puesto de director general de HavasSports&Entertainment y de Brand General Manager de Havas Media. Bajo su responsabilidad han sido premiados numerosos clientes en festivales internacionales como Cannes, LIA o One Show, habiendo estado dos años en el top 15 de GunnReport.



Actualmente ocupa el cargo de Director General de Initiative, la red de comunicación global de IPG Mediabrands y parte de Interpublic Group (NYSE: IPG), en España.

Otra nueva incorporación a la Junta Directiva es la de **Cristina Rey**, Directora General de Optimedia, licenciada en publicidad de CENP y con un Máster AMP en el IE Business School de Madrid y un Programa Ejecutivo EDP Publicis Groupe, realizado en París en 2013.



Rey comenzó en el departamento de planificación de Universal Media, continuando en la faceta de agencia creativa en The Circus para después convertirse en Directora de Medios en Nardiz & Conte.

Después de varios años en el lado de la agencia creativa, volvió a la agencia de medios en 2002 como Directora de desarrollo y nuevo negocio en CICM. En 2007, se unió a la red ZenithOptimedia como Directora de Medios de Directmedia y después de una exitosa trayectoria en el grupo, fue ascendida en 2008 a Directora General de la Oficina de Madrid y en marzo de 2014 a Directora General Optimedia.

Desde entonces, ella ha mantenido esa posición y ha desarrollado relaciones con una cartera de clientes como L'Oréal, Lexus, Toyota, Richemont, Pernod Ricard, Sanofi Aventis, H&M, Nestlé y ONO entre otros, con la reciente victoria de Ebro Foods, Triodos Bank y Unidental.

En último lugar se incorpora a la Junta Directiva Jose María Moix Blázquez, Director de Antena y Marketing de Atresmedia Radio.

Moix, que es licenciado en ciencias políticas y sociología y en derecho por la U.C.M y posee un master en Administración y Dirección de Empresas por ICADE, tiene una dilatada experiencia profesional ocupando relevantes puestos dentro del sector dirigiendo los departamentos de marketing, programación y audiencias de grandes medios como Antena 3, Onda Cero y Europa FM, Vía Digital, Cadena COPE, RTVE o el Ente Público Radio Televisión Autónoma de Madrid. En su trayectoria profesional ha pasado también por agencia de publicidad (DMB&B) y por el Instituto Dympanel. Es, así mismo, el actual presidente de AEDEMO.



Estas tres incorporaciones cubren las bajas por término de mandato de Fernando Rodríguez (recientemente nombrado CEO de Publicis Media), Adrián García (Starcom Mediavest) y Juan Pablo Álvarez (Prisa Radio).

Nuevo miembro de la Comisión Técnica de AIMC

Por lo que respecta a la Comisión Técnica, ha cesado por término de mandato Jordi Catalá (Catalunya Radio) que ha sido sustituido por Fernando Fernández (Prisa Radio).

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 145 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>