

EL BRANDED CONTENT SE CONSOLIDA EN ESPAÑA

Los anunciantes españoles apuestan cada vez más por una verdadera estrategia de contenidos a largo plazo

- **Se presenta la segunda edición del estudio contentScope 2015 elaborado por Grupo Consultores, en el que se observa un mayor conocimiento y un considerable crecimiento del porcentaje de presupuesto destinado al Branded Content por parte de los anunciantes españoles, debido a la creciente importancia de esta disciplina en sus estrategias globales de marketing**
- **Nace la BCMA Spain (Branded Content Marketing Association), orientada a la divulgación del uso del Branded Content como herramienta complementaria a la publicidad en la comunicación de Marketing, con el propósito de aglutinar a todos los agentes del mercado implicados en el desarrollo del Branded Content**
- **Como principales actividades de la BCMA Spain, se presenta su propio ciclo de formación y Branducers, el primer foro sobre Branded Content en España**

Madrid, 28 de septiembre, 2015

Hoy se han presentado en el COAM de Madrid los principales resultados del **contentScope 2015** que elabora Grupo Consultores con la colaboración de **AFTERSHARE.TV, Arena Media, ATRESMEDIA Publicidad y FCB Spain**. Esta sería la segunda edición del estudio que se presentó por primera vez en diciembre de 2013. Como principal novedad, no sólo se ha entrevistado a anunciantes, sino que en esta ocasión también se entrevistó a más de 100 profesionales expertos del Branded Content, de agencias creativas, agencias de medios, productoras y medios de comunicación.

El estudio refleja la consolidación del sector en nuestro país y cada vez más, los anunciantes apuestan por una verdadera estrategia de contenidos a largo plazo (el 80% de ellos lo consideran bastante o muy importante dentro de su estrategia global y ya un 6% tienen equipos internos con dedicación exclusiva).

7 de cada 10 anunciantes han realizado alguna acción de Branded Content y la práctica totalidad ha oído hablar de él. El porcentaje de presupuesto destinado a esta disciplina ha crecido, y ya existen acciones que superan el medio millón de euros. *“El conocimiento que los anunciantes tienen del Branded Content es cada vez mayor y la ‘no intrusividad’ sigue siendo el valor diferencial principal que señalan con respecto a las acciones convencionales. Los anunciantes entienden en mayor medida que el Branded Content es un proceso colaborativo y el atractivo de realizar acciones en cualquier medio, no sólo en digital o televisión, aumenta.”* afirma **Oscar López**, Director de Investigación y Estudios de GC.

Los valores añadidos más mencionados por los anunciantes son el Engagement, la Imagen de Marca y la Notoriedad, mientras que para los distintos agentes implicados, el Engagement y el

Entretenimiento ocuparían las primeras posiciones. Las métricas adquieren cada vez mayor importancia aunque los KPI's difieren para anunciantes y agentes (notoriedad y Cobertura/Engagement respectivamente).

En este entorno y tras meses de reuniones y acuerdos, nace la **Branded Content Marketing Association de España (BCMA Spain)**. La Asociación se ha presentado también esta mañana, de la mano de **Andrew Canter**, CEO de la BCMA, y **Marc Ros** (AFTERSHARE.TV), Presidente de Asociación en España. Junto a ellos, han estado presentes en la mesa **Pablo Muñoz** (FCB) y **Javier Regueira** (POP UP Brand Content), Vicepresidente y Director respectivamente, que completan la Junta Directiva.

BCMA Spain es una asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo es la divulgación del uso del Branded Content como herramienta complementaria a la publicidad en la comunicación de marketing, y *“nace con el propósito de ayudar a las marcas y a los agentes del sector a convertir su comunicación en contenidos útiles y deseados por las personas”* afirma **Marc Ros**. En este sentido *“la BCMA Spain debe ser una plataforma viva para poder aprender y compartir en un entorno cada día más cambiante, exigente y repleto de oportunidades”*.

Con esta visión de trabajo colaborativo, **BCMA Spain** confía en reunir mejores prácticas y aprendizajes en los ámbitos de la investigación, marco legal y estandarización de metodologías de trabajo. Desde aquí se invita formalmente a todas las empresas implicadas en la cadena de valor del Branded Content, a que se unan como socios al grupo de compañías que ha arrancado esta iniciativa. Las solicitudes de nuevos socios pueden enviarse a través de la web www.bcma.es.

Los socios fundadores de la **BCMA Spain**, según el acta fundacional del 8 de julio de 2015, son las agencias: **AFTERSHARE.TV**, **FCB**, **Por Up Brand Content**, **Arena Media**, **Havas Sports&Entertainment**, **Bakery Group** y **New Cast**; las compañías anunciantes **Pernod Ricard** y **Leroy Merlin**; los medios **Discovery Communications** y **Unidad Editorial**; **Grupo Consultores** como consultora y **Creativa Legal** como asesor legal. La Asociación abre las puertas a todas las empresas interesadas, procedan del área que procedan.

BCMA Spain cuenta con la colaboración de Grupo Consultores como anfitrión. **César Vacchiano** nos cuenta que *“hemos tenido la suerte de poder participar en el nacimiento de la BCMA que contará con nuestro apoyo para extender su visión en el mercado español e internacional”*.

Como una de las principales actividades de la Asociación, hemos sabido hoy que el próximo mes de diciembre, tendrá lugar la cuarta edición de **Branducers** con el foco puesto en la audiencia y en su creciente implicación en la creación de contenidos. La agenda se dará a conocer próximamente en su web: www.branducers.com. Branducers es el primer Foro de

Branded Content en España. Surgió en 2011 como punto de encuentro y debate entre las marcas, productoras, cadenas de tv y agencias, para poner en común propuestas e ideas para navegar en la cultura del contenido y ha sido organizado hasta la fecha por AFTERSHARE.TV. Desde esta próxima edición, pasa a integrarse dentro del plan de actividades de **BCMA Spain** y en esta ocasión se dirige a profesionales del sector: principalmente anunciantes, pero también medios, agencias y productoras.

Además, la Asociación promoverá este año el arranque de varios programas de formación. Una iniciativa que se pone en marcha junto a Foxize School y que plantea diferentes sesiones de tres horas de duración, sobre aspectos inéditos hasta la fecha en el mercado de formación en España. Toda la información está disponible la web de la Asociación.

***PIE DE FOTO: De izda.a dcha: XXX

Documentos adjuntos:

- contentScope 2015
- BCMA Spain

Para más información o material adicional, contactar con:

María José Ramiro
Directora de Comunicación de Grupo Consultores
mjramiro@grupoconsultores.com
Tel: 91 702 11 13