

NOTA DE PRENSA

**THE PARTNERS BOOK 2022,
UNA PUBLICACIÓN CON MUCHA PROFUNDIDAD****DAVID ha sido la agencia que ha realizado la portada de este año**

Madrid, 30 de junio de 2022.-

Ya se ha publicado la **vigésimo séptima edición española del THE PARTNERS BOOK 2022**. Un anuario que, además de en nuestro país, también se ha publicado en Brasil, China y Portugal.

Este año, aún con muchas dificultades por la escasez de materias primas provocada por la guerra, **SCOPEN sigue apostando por el papel para su anuario**, recogiendo información actualizada de los principales colaboradores de las marcas en las áreas del marketing y la comunicación, con el objetivo de facilitar el trabajo de los directores de marketing, en su búsqueda de nuevas alianzas.

El libro recoge los datos de contacto, equipos, clientes y servicios de más de 125 compañías líderes: agencias creativas, agencias de medios, de servicios de marketing, consultoras de comunicación, agencias digitales, de branding, consultoras estratégicas y consultoras de negocio. Y este año, además, se incluye un nuevo perfil de agente: las **compañías creadoras de contenidos** que, aunque específicas, también comparten especialidad con la mayoría de los agentes que recoge la publicación.

Como en ediciones anteriores, el libro incluye un desplegable con los mapas de los grandes grupos de comunicación, tanto en España como en el mundo.

La portada del THE PARTNERS BOOK es realizada, cada año, por uno de los agentes del sector. En esta ocasión, la agencia DAVID ha querido reflejar, a través de su propuesta creativa, esa **profundidad de conocimiento** que contiene la guía. El equipo liderado por **Pancho Cassis**, con la participación de **Pedro Sattin, Giulia Ferrarezi y Alfonso Buendía**, no dudó en aceptar el reto y nos invita a adentrarnos hasta lo más profundo de este complicado ecosistema.

César Vacchiano y Kika Samblás, President & CEO y Managing Director de SCOPEN, respectivamente, comentan: *"Es impresionante ver la transformación de los distintos agentes del sector en tan poco tiempo. La diferenciación por disciplinas es, cada día, menos evidente y resulta paradójico en un entorno en el que, al mismo tiempo, se requieren mayores capacidades técnicas concretas: análisis de datos, tecnología de desarrollo, UX, diseño de producto, etc. Los agentes se están adaptando al nuevo entorno de forma increíblemente ágil, ofreciendo a sus clientes soluciones para que sus consumidores finales tengan mejores experiencias de marca."*

La responsable de esta publicación es **Elisa Moreno**, Awards & Events Manager and Editor, y **Kika Samblás**, Partner & Managing Director es Supervisora General de la misma.



ESPAÑA 2022

Sobre SCOPEN:

Desde 1990, SCOPEN realiza investigaciones y estudios que, tras un riguroso análisis y las múltiples conexiones que facilita su completa base de datos, permite ofrecer una visión estratégica única para impulsar los negocios a través de la economía creativa, inspirando a personas y proyectos desde el rigor y la independencia.

Presente en 12 mercados.

SCOPEN. Knowledge for Creative Transformation

Para más información:

SCOPEN

María José Ramiro

Communications Director

mjramiro@scopen.com

Tlf: 917 021 113

SCOPEN.COM

ARGENTINA · BRAZIL · CHILE · CHINA · COLOMBIA · INDIA · MEXICO · PORTUGAL · SINGAPORE · SOUTH AFRICA · SPAIN · UK