


# PRNOTICIAS

Imprimir 

Entrevista PRMarketing: Emilio Llopis, Presidente del Club de Marketing de Valencia

## La America's Cup conciencia de la Marca Valencia a los ciudadanos

11/07/2006 14:31:58

Emilio Llopis, Presidente del Club de Marketing de Valencia, ha atendido a PRMarketing para hacer balance del primer año de vida de la Institución que Preside. Con 150 socios individuales, Llopis considera que la celebración de eventos como la America's Cup o la reciente visita de Benedicto XVI a la ciudad del Turia están ayudando a crear la Marca Valencia. Entre sus próximos retos, incrementar el número de socios, ampliar las actividades ofertadas y crear los primeros premios de Marketing de Valencia.



¿Cuál es el balance de este primer año de funcionamiento?

El balance de nuestro primer año de actividad ha sido muy positivo. El CMV ha tenido una excelente acogida tanto a nivel individual como a nivel empresarial, institucional o académico. En la actualidad contamos con casi 150 socios individuales, 20 socios corporativos, 5 socios institucionales y 4 socios académicos y lo que más nos enorgullece es que, poco a poco, se está consiguiendo que el CMV sea un referente de Marketing para Valencia. En este primer año hemos podido traer a ponentes de primerísimo nivel que desinteresadamente han creído y apostado por el Club y nos han brindado con su sabiduría. Esto ha sido para nosotros todo un reto pero hoy podemos decir que gracias al esfuerzo de todos lo hemos conseguido.

Madrid y Barcelona tienen asociaciones similares, con una amplia trayectoria. ¿Cómo es la relación con estas asociaciones?

El CMV mantiene relaciones con ambas asociaciones, pero sobre todo, cabe destacar la relación que guardamos con el Club Marketing de Barcelona. A ella debemos parte de nuestro éxito, para nosotros ha sido y es un ejemplo a seguir que hoy cuenta con más de 1500 socios. Desde aquí quiero agradecerle a Joan Carles Serra, Presidente del Club Marketing Barcelona, todas esas horas que nos ha dedicado y toda la ayuda que nos ha prestado para poder activar el CMV.

¿Cómo crees que están influyendo acontecimientos como la America's Cup o construcciones como la Ciudad de las Artes y las Ciencias para el desarrollo de la Comunicación en la provincia?

Pienso que tanto la America's Cup como la Ciudad de las Artes y las Ciencias están consiguiendo dinamizar la ciudad en volumen e inversión, además se está logrando crear una conciencia generalista entre los ciudadanos de la importancia que tiene el Marketing en la creación de marca valenciana. También se está consiguiendo más tráfico de turistas, lo que hace que Valencia se posicione en países extranjeros.



### ¿Se ampliará la Asociación a las otras dos provincias de la Comunidad Autónoma?

En principio el CMV es de ámbito provincial, la verdad, es que no nos hemos planteado dirigirnos a toda la comunidad. Además, tanto la provincia de Castellón como la de Alicante tienen sus propios clubes de marketing así que no consideramos oportuno ampliar nuestro campo de actividad. Eso no quiere decir que personas de otras provincias no puedan asociarse al CMV. El CMV está abierto a todos aquellos que quieran pertenecer al mismo y cuantos más socios formen el Club pues mucho mejor para todos, esto nos permite a nosotros ampliar la cantidad y calidad de las actividades.

### ¿Habéis notado el compromiso de las empresas valencianas con la asociación?

Tengo que decirte que muchísimo, nunca nos habríamos imaginado la buena acogida que iba a tener el CMV por parte de las empresas. Podemos decir que sí hoy somos lo que somos es porque las primeras empresas anunciantes y las primeras empresas de comunicación nos han apoyado y han pasado a ser Socios Corporativos del Club. Agradecerles desde aquí sus aportaciones a todas ellas, ya que sin ellas no estaríamos donde hoy estamos.

### ¿Cuáles son los retos futuros de la Asociación que presides?

Los retos que nos hemos planteado para el año que viene son:

Ampliar la base de socios del Club, tanto a nivel individual como corporativo. Con mayor representatividad de socios de distintos sectores. Uno de nuestros objetivos es ampliar el número de juniors (estudiantes o recién licenciados) ya que estos son los que el día de mañana van a estar a la cabeza de las empresas valencianas.

Mantener e incluso mejorar el alto nivel de actividades.

Crear los primeros Premios de Marketing de Valencia.

### ¿Entra dentro de los planes futuros del club la puesta en marcha de cursos y masters de la especialidad?

No. El CMV es una asociación sin ánimo de lucro y nuestro objetivo no es sacar rentabilidad con las actividades que realizamos. Además, para realizar masters y cursos ya están las Universidades y las Escuelas de Negocio. Nosotros seguiremos nuestra línea de actuación mantenida hasta el momento que es realizar actividades de nivel formativo que permita mantener informados a todos los asociados de las tendencias y novedades referentes al marketing.

### ¿Qué otro tipo de actividades tiene previsto desarrollar el club en un futuro próximo?

Más o menos vamos a continuar con la misma línea de actividades, que se centra en conferencias, mesas redondas, jornadas sectoriales, comités de trabajo, visita a empresas, presentaciones de libros y actividades lúdicas. El objetivo del CMV no es aumentar en número de actividades sino ofrecer al socio actividades de primerísimo nivel con ponentes de prestigio. Tan solo añadir una actividad, de la cual estamos orgullosos de presentar, el CMV está trabajando ya en los Premios de Marketing que premiarán el buen hacer de las empresas valencianas.

Durante este año hemos podido asistir a varios eventos destacados del mundo de la publicidad en tierras valencianas (la reunión anual del Club de Creativos y el festival publicitario El Chupete, entre otros). ¿Ayudan este tipo de acontecimientos a posicionar la provincia frente a otros mercados?

Claro que sí. Toda la iniciativa que potencie el Marketing y la Comunicación en la Comunidad Valenciana es positiva para el sector y ayuda a posicionar a Valencia frente a otros mercados donde la globalización y la deslocalización está a la orden del día de la operativa de muchas empresas. La creación de marca es uno de los retos que han de perseguir la Comunidad Valenciana, sus esfuerzos se han de centrar en atraer inversores que quieran invertir su capital en nuestra comunidad y una forma de conseguirlo es creando nombre a Valencia. Es normal que éste interés esté suscitando la celebración de este tipo de eventos.

Considero que todas estas iniciativas ayudan a dar un paso más en la creación de marca y sobre todo, están ayudando en concienciar y motivar a todos los ciudadanos de esta necesidad.