

## Puerto Venecia consigue un premio Silver en los Solal Marketing Awards 2011

**La campaña "Soy el auténtico Papá Noel" de Puerto Venecia ha sido galardonada por la Asociación Internacional de Centros Comerciales en los premios Solal Marketing Awards 2011. Sólo cinco centros españoles fueron nominados para estos premios que reconocen las mejores campañas de marketing.**

Zaragoza.- La campaña "Soy el auténtico Papá Noel", desarrollada durante la pasada Navidad por el Centro Comercial de Ocio y Cultura Puerto Venecia, ha sido reconocida por la Asociación Internacional de Centros Comerciales (ICSC) con un Premio Silver en los Solal Marketing Awards 2011 en la categoría de Mejor Acción de Relaciones Públicas. Estos galardones, referentes de la excelencia en el sector, premian las campañas de marketing más efectivas y mejor planificadas.



Foto de familia de los galardonados

El jurado, que ha tenido que decidir entre un total de 177 candidaturas procedentes de centros comerciales de 22 países distintos, ha estado conformado por grandes nombres del marketing de toda Europa. Puerto Venecia fue el único centro comercial zaragozano y uno de los cinco españoles nominados a estos prestigiosos galardones referentes dentro del sector.

Tal y como ha reconocido el presidente del jurado de los premios, Jacques Sinke, "el incremento de candidaturas de este año nos ha mostrado la gran variedad de campañas de marketing que se están desarrollando en toda Europa". "La calidad de los premiados es considerablemente alta", ha indicado Sinke.

Como ganador del premio, Puerto Venecia se ha clasificado para participar en los premios VIVA "Best of the Best", que reconoce la excelencia en el marketing de centros comerciales a nivel mundial.

Los ganadores se anunciaron en la pasada European Marketing Conference que tuvo lugar en Estambul.

La campaña "Soy el auténtico Papá Noel", ideada por el equipo de marketing de Puerto Venecia, se desarrolló entre los meses de noviembre y diciembre y consistió en la realización de un casting para encontrar a la persona con el mayor parecido posible a Papá Noel para que lo encarnara durante las fiestas.

Cientos de aspirantes concurren al proceso de selección y 40 finalistas fueron seleccionados para el casting, que tuvo gran notoriedad en Internet, redes sociales y medios de comunicación. Luis Fernando Meliveo fue el ganador del proceso, quien obtuvo un contrato de trabajo con el centro comercial que le convirtió en el auténtico protagonista navideño en Puerto Venecia, participando en todos los actos propios de la Navidad, realizando visitas a colegios de la provincia y tomando parte en diversos actos solidarios. Luis Fernando recibió 2.500 euros netos como contraprestación por diez días de trabajo.

[Cerrar] [Imprimir]