

Ocho empresas de comunicación unen sus servicios y crean Ecogruppo

Ortas: «Es la compañía de publicidad integral más completa del mercado»

Madrid. J. L.

Partiendo de su empresa de imagen y relaciones públicas, Lina Ortas ha aglutinado en Ecogruppo a una serie de empresas, todas relacionadas con el ámbito de la comunicación, para ofrecer servicios integrales de publicidad, desde la creación de la ~~imagen~~ corporativa de una empresa a la organización de fiestas de presentación, pasando por la edición de publicaciones. Ecogruppo se presenta, en palabras de su presidenta, como «la empresa más completa del mercado».

«Hasta ahora —señala Lina Ortas— existían en España empresas multinacionales que venían ofreciendo todos estos servicios, pero sin la especialización que garantiza Ecogruppo, una compañía en la que cada asociado mantiene su personalidad y aporta su experiencia en su área de actividad particular».

«Visión de conjunto»

Ecogruppo nace, para Ortas, «de modo natural». «Durante más de 12 años —señala— he tenido que relacionarme con empresas que realizaban tareas que la mía no cubría. Al agruparnos damos mejor servicio al cliente, desarrollando estrategias de comunicación con una visión de conjunto que, de otra manera, se perdería de una a otra compañía». Sin intermediarios, abarcando incluso los procesos industriales que exige la comunicación empresarial, Ecogruppo asegura, según Ortas, un sustancial abaratamiento en los costes.

Encabezado por Lina Ortas y Asociados, Ecogruppo está integrado por Massa, dedicada al diseño y la construcción de «stands», maquetas y exposiciones; Filmayer, productora audiovisual; Graal, compañía especializada en la realización de películas, iluminación, sonido y equipos multimedia y de proyección; Ecopress, agencia de prensa, editorial y de páginas infográficas en internet; Abop Ser-

vice, que se encarga de buscar publicidad para que la tirada de las publicaciones que formen parte de las campañas resulte gratuita para el cliente; Easy Sow, dedicada a la organización de fiestas, viajes, macroeventos y conciertos, y Cosepro, que ofrece servicios integrales de «outsourcing».

Además, forman parte de Ecogruppo como colaboradores la agencia Bassat Ogilvy & Mather y la central de medios The Media Partnership, dos compañías que por su carácter multinacional no se han integrado de lleno en la nueva empresa.

«El movimiento se demuestra andando, por lo que habrá que esperar algún tiempo para ver cómo funciona Ecogruppo, pero puedo afirmar que esta sociedad es hoy por hoy la más completa de España», señala Ortas. «Se trata —añade— de agencias de primera fila, con servicios de calidad y precios muy competitivos». La presidenta de la nueva empresa de comunicación añade que cada una de las compañías que la forman «mantienen su vida propia, aunque podrán ofrecer a sus respectivos clientes todos los servicios del resto de agencias».

Las compañías que integran Ecogruppo facturaron en 1996 alrededor de 60.000 millones de pesetas. En su Consejo de Administración se sientan, además de los presidentes de cada una de las empresas asociadas, varios miembros dedicados en exclusiva a la actividad de Ecogruppo.

Luis Bassat: «La creatividad española es más exportable que la inglesa»

Madrid. J. Lillo

Después de hacer efectivo su nombramiento, Luis Bassat se hace cargo de la dirección creativa para Europa, África y Oriente Medio de Ogilvy & Mather, área que representa un volumen del 40 por ciento del negocio total de la multinacional. Ésta es la primera vez que un publicitario español alcanza un cargo ejecutivo de semejante responsabilidad.

«Nunca los he defraudado; me conocen desde hace 22 años y cada cosa que me han encargado la he cumplido», señala a ABC Luis Bassat, que en adelante tendrá que vivir a caballo entre Barcelona y Londres para diseñar y coordinar las estrategias creativas de clientes como Ford, IBM, Kodak, American Express, Unilever, Mattel, SmithKline Beecham o Duracell.

«La creatividad española —dice Bassat— es la tercera más relevante después de la norteamericana y la inglesa, pero creo que, sin embargo, los españoles hacemos campañas más internacionales que los británicos, más exportables. La multinacional tenía dos opciones: apostar por un inglés o por un español, y han decidido dejar a un lado las formas británicas, muy suyas, con un humor que a menudo no tiene salida en el exterior».

Luis Bassat, que ya renunció en dos ocasiones a puestos de responsabilidad dentro de la

multinacional —«vicechairman» mundial y, más tarde, director creativo para todo el mundo— ha aceptado finalmente una oferta que lo convierte en el profesional de la publicidad española con más alto cargo de responsabilidad en una multinacional.

Bassat, Ogilvy & Mather, filial española de la compañía, facturó el año pasado un total de 40.000 millones de pesetas y aparece en el primer lugar de las agencias mejor valoradas por los primeros 500 anunciantes españoles. Por su parte, Ogilvy & Mather Europa, Oriente Medio y África —cuyo sector creativo lidera ya Luis Bassat— cuenta con 2.500 empleados en 54 oficinas de 44 países. El grupo, situado en el tercer puesto del «ranking» de agencias europeas, alcanzó el año pasado una facturación de 4.000 millones de dólares, más de 600.000 millones de pesetas. Con este nombramiento, Luis Bassat pasa a ser copresidente, junto a Mike Walsh, de Ogilvy & Mather Eurone.