



Como resultado de la integración de J Walter Thompson, *S,C,P,F... y Wunderman y liderada por Juan Manuel de la Nuez, Oscar Orellana, Jose M^a Piera, David Caballero y Julia Gallego.

Nace Wunderman Thompson España

Wunderman Thompson ha anunciado hoy la esperada integración en nuestro país de J. Walter Thompson, *S,C,P,F... y Wunderman. Una operación que reúne agencias de contrastado perfil estratégico y creativo con uno de los mejores equipos de data y tecnología. La primera comunicación ha llegado a través de un correo electrónico que Ewen Sturgeon, CEO para EMEA de Wunderman Thompson, ha dirigido a las plantillas de las tres empresas anunciando la próxima fusión y el nombramiento de Juan Manuel de la Nuez, hasta ahora CEO de *S,C,P,F..., como CEO para España de la nueva compañía.

Inmediatamente después, ha sido el propio Juan Manuel de la Nuez quien ha comunicado el resto de los miembros que junto a él forman el Equipo Ejecutivo que liderará la agencia. Jose M^a Piera y David Caballero, ambos provenientes de *S,C,P,F..., serán, respectivamente, el Chief Client Officer y Chief Creative Officer; mientras Oscar Orellana será el Director General de la nueva compañía, y Julia Gallego será su Chief Financial Officer. Los dos provenientes de Wunderman. Y, según de la Nuez, la intención es dar a conocer, en un plazo máximo de diez días, la totalidad del equipo directivo de la empresa.

Liderada a nivel mundial por Mel Edwards, y con su sede central fijada en Nueva York, Wunderman Thompson opera ya en 90 países ofreciendo servicios de Creatividad, Datos y Tecnología. Una nueva red, que, en palabras de Juan Manuel de la Nuez, se ha fijado como objetivo ser la mejor agencia del mundo: *“Efectivamente, somos ambiciosos. O muy ambiciosos. Desde la primera reunión que tuvimos con Ewen, quedó claro que ese debe ser el reto global y que desde aquí podíamos contribuir decisivamente a conseguirlo, con la potencia que ofrece la suma de una agencia con la capacidad estratégica de J. Walter Thompson, otra con la capacidad creativa de *S,C,P,F..., y otra con el profundo conocimiento del data y la tecnología como es Wunderman . Wunderman Thompson es una agencia que mira a largo plazo cuyo objetivo principal es el crecimiento de sus clientes y el desarrollo de los profesionales que forman parte de ella. Algo por lo que merece la pena dar los mejores años de mi vida profesional y por lo que vamos a competir. Enfrente encontraremos todo tipo de estructuras en un mercado continuamente cambiante y cada vez más exigente, pero estoy convencido que nadie estará tan preparado como nosotros. Para dar las mejores respuestas”*.

Por su lado, David Caballero analiza el impacto de esta operación sobre el producto: *“Observamos a diario la evidencia de que la industria de la comunicación es cada vez más compleja, y que necesitamos sustentarnos en la estrategia y análisis de datos para realmente explotar todo el potencial de las ideas. Y, al mismo tiempo, la tecnología se presenta cada vez más asequible y relevante, ofreciéndonos la oportunidad de hacerlas aún más anchas.*

La clave del éxito va a ser la demostración de que esas tres áreas pueden potenciarse trabajando juntas. Hemos demostrado, y así se nos ha reconocido durante muchos años, nuestra excelencia creativa, una excelencia basada siempre en la máxima autoexigencia y el pensamiento estratégico. Ahora, con la aportación e integración en los equipos de expertos en Data y en Tecnología, veo cumplido mi deseo de complementar un excelente equipo creativo con profesionales que no me cabe la menor duda van a permitirnos llegar aún más lejos en términos de calidad. Porque de eso se trata: de ser ambiciosos y trabajar con nuestros clientes para llegar tan lejos como podamos. En resumen, sólo podemos ver este tránsito como una evolución lógica y en clave de oportunidad”.

Wunderman Thompson España contará desde el primer día con una plantilla de más de 200 profesionales repartidos entre las oficinas de Madrid y Barcelona. Y nacerá con una cartera de clientes entre la que destacan algunos de los mayores anunciantes tanto a nivel nacional como internacional. Marcas como Telefónica, El Corte Inglés, BMW, Banco Sabadell, Danone, Iberia, Naturgy, Nestlé, Evax o Asisa, por citar tan sólo algunos, dan idea de la dimensión de esta nueva agencia.