

SÉPTIMA EDICIÓN DE LOS PREMIOS *EL CHUPETE*

Nestlé, «*Mejor anunciante del año*» en el Festival Internacional de Comunicación Infantil *El Chupete*

Este galardón, que reconoce la trayectoria de un anunciante, valora la creatividad, así como su responsabilidad y la relevancia de ésta en la comunicación dirigida a los más jóvenes.

Esplugues de Llobregat, 13 de julio de 2011.— En su edición de 2011, el Festival Internacional de Comunicación Infantil *El Chupete* ha otorgado a Nestlé el premio «Mejor Anunciante del Año», con el que el jurado reconoce «*a uno los principales anunciantes en el sector de la nutrición y una de las compañías que más apuesta por la comunicación y la publicidad de sus productos, especialmente los dirigidos al público infantil*».

Este galardón, que reconoce la trayectoria de un anunciante, valora la creatividad, así como su responsabilidad y la relevancia de ésta en la comunicación dirigida a los más jóvenes. *El Chupete* premia el cuidado en el mensaje de la comunicación infantil y juvenil, y es el único certamen que reconoce explícitamente estos valores.

José Luis Martínez Garay, responsable de Comunicación Marketing de Nestlé España, recogió el premio en el transcurso de una ceremonia celebrada el pasado día 1 de julio en el Parque Oceanográfico de la Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia

Qué es *El Chupete*

El Chupete es el Primer Festival Internacional de Comunicación Infantil que premia anualmente la comunicación responsable dirigida al público infantil. Se trata de un festival respaldado por las asociaciones más importantes del sector, que pretende concienciar a anunciantes, agencias y medios que se dirigen al público infantil de la gran importancia de este tipo de comunicación y de la responsabilidad que conlleva.

Sus objetivos son concienciar a los anunciantes de productos infantiles de la importancia de este tipo de comunicación y apostar por campañas creativas que además transmitan valores, motivar a las agencias para mejorar su creatividad e ingenio en la publicidad infantil, premiar el esfuerzo de los profesionales y dignificar la publicidad y la comunicación infantil, velando por los derechos del niño y demostrando que existen criterios de calidad y campañas que los cumplen.