

## **Consum, Issaline, Paredes, Siberia, Singularu y Ana Giménez se alzan con los premios MIA 2025**

- Los premios MIA 2025 by Huerto de Santa María, organizados por el Club de Marketing del Mediterráneo, destacan las mejores estrategias y profesionales del Marketing de la Comunitat
- Esta XIV Noche Mediterránea del Marketing, bajo el lema '*En futuro continuo,*' es la primera de la nueva junta directiva del CMM y ha pivotado sobre dos de sus ejes estratégicos que son acercar el Club a los jóvenes y atraer la conexión con el sistema emprendedor

València, 20 de junio de 2025.-Consum, Issaline, Paredes, Siberia y Ana Giménez, responsable de Marketing y Comunicación de Marina de Empresas han sido los ganadores de los premios MIA 2025 by Huerto de Santa María, organizados por el Club de Marketing del Mediterráneo, y cuyo objetivo es distinguir las mejores estrategias y profesionales del marketing.

Esta XIV Noche Mediterránea del Marketing, primera de la nueva Junta Directiva del CMM, ha contado con más de 300 personas que han acompañado a los ganadores y con la presencia destacada de la consellera de Hacienda y Economía, Ruth Merino.

Bajo el lema "En Futuro continuo", el evento ha ensalzado la figura de los profesionales del marketing como anticipadores del cambio, con una energía imparable y fuerza que no se detiene, que evoluciona y empuja a las marcas como motor de desarrollo de los negocios.

El primer galardón de la noche, el "Premio MIA Innovación impulsado por Caixa Popular" ha recaído en la marca Paredes por ser la primera empresa española en poner en el mercado un zapato de seguridad desarrollado específicamente para mujeres. La empresa de las legendarias zapatillas españolas de deporte nacida en Elche ha logrado un calzado más cómodo, seguro y que respeta la fisionomía del pie de las mujeres.

### **La DANA, presente entre las estrategias de Marketing Social**

La agencia de publicidad valenciana, Siberia ha recogido el "Premio MIA Marketing Social impulsado por Consum", por su iniciativa "AdoptaUnComercio.com", una plataforma surgida tras la DANA que puso en contacto a influencers de todo el país con negocios de la zona afectada que necesitaban ayuda para volver a abrir sus negocios. El resultado de esta campaña 100% orgánica fue un total de 800 comercios adoptados

y más de un millón y medio de euros recaudados en menos de diez días. Ha sido considerado el primer “Crowd-campaigning” descentralizado de España.

El “Premio MIA Marketing B2B impulsado por pinchaaqui.es” ha sido para Issaline, marca de vestuario laboral, por la estrategia de reposicionamiento de su marca que sitúa al empleado en el centro del proyecto y que reconoce el impacto de los oficios, fomentando el orgullo de los trabajadores sobre lo que aportan al mundo. Su mayor hito ha sido la creación de “The Crew by Issaline”, una comunidad de trabajadores reales que actúan como embajadores y que lo representan en sectores clave como la mecánica o la agricultura.

El “Premio MIA Marketing B2C impulsado por Zenithbr”, se ha otorgado a Consum por su campaña “Mira cómo compro online”, una estrategia diferencial para impulsar su tienda virtual, en un mercado dominado por grandes competidores. La campaña creativa plantea que su compra online es algo tan fácil y cotidiano, que hasta apetece presumir de ello en redes, un concepto paraguas que exagera la cotidianidad con un tono fresco y que ha conseguido impulsar tanto las ventas online como físicas, demostrando la fuerza de su estrategia omnicanal.

Por su parte, el “Premio MIA al Profesional del año impulsado por we are marketing” ha sido para Ana Giménez, quien desde 2019 ha asumido el reto de la Dirección de Marketing de las tres empresas que forman Marina de Empresas -EDEM, Lanzadera y Angels- para crear un departamento de marketing transversal que impulsa el talento desde estas tres vertientes.

### **Siberia, la marca más galardonada**

Además, los más de 300 profesionales allí reunidos, han sido los encargados de votar en directo al “Mejor Premio MIA del Año 2025 impulsado por À Punt” de entre los triunfadores de las cuatro categorías -Innovación, Marketing Social, Marketing B2B y Marketing B2C- que ha recaído en Siberia, convertida en la marca más galardonada.

Esta gala, con aires renovados y la primera de la nueva junta directiva del CMM, ha pivotado sobre dos de sus ejes estratégicos: acercar el Club a los jóvenes profesionales del marketing y atraer la conexión con el sistema emprendedor. Por ello, la presentadora de la gala ha sido la joven influencer, Itziar Oltra, creadora de contenido especializado en marketing en redes sociales con más de 40.000 seguidores y Premio Brandea 2025 a la mejor marca personal.

Y además, en esta XIV edición de la Noche Mediterránea del Marketing, **la Junta directiva del CMM ha decidido reconocera Singularu, por su trayectoria como ejemplo de startup** que surge del ecosistema emprendedor valenciano y que se ha convertido en una marca consolidada en el mercado nacional, sabiendo combinar innovación, sostenibilidad, fuerte conexión con su comunidad, y utilizando el marketing para lograrlo.

Durante su intervención en esta gala de entrega de los premios MIA 2025, primeros de la presidenta del Club de Marketing del Mediterráneo, Eva Prieto, ha destacado: *“el futuro del marketing no está solo en que las marcas vendan, sino en que conecten, que no solo comuniquen sino que construyan vínculos, tomen partido y transformen realidades. El futuro está en la visión estratégica del marketing como motor de competitividad, crecimiento y reputación”*.

Haciendo gala del marketing experiencial y acorde con el lema “En Futuro continuo” la noche ha presentado diversas actividades basadas en el futuro en dos líneas que han sorprendido al público: la innovación y el esoterismo. Durante el evento, se han podido ver las cartas de rasca de los MIA, con una predicción en el mundo del marketing, y una zona de robots que, a través de fotos, han realizado retratos de los asistentes en directo. Además, el evento ha contado, en el plano esotérico, con una pitonisa que ha leído el futuro a los más atrevidos.

El evento ha contado con el Huerto de Santa María como patrocinador principal, À Punt como patrocinador, Caixa Popular, Consum, pinchaaqui.es, we are marketing y Zenithbr como impulsores, y Blau comunicación, DONDJ, DPgràfics y Maslow, como colaboradores.

### **Club de Marketing del Mediterráneo**

El Club de Marketing del Mediterráneo (CMM) es una asociación empresarial sin ánimo de lucro que sirve como punto de encuentro entre profesionales, marcas y proveedores de marketing de la Comunitat Valenciana y que tiene como objetivo fomentar el crecimiento de los profesionales y empresas del sector a través de tendencias, buenas prácticas y casos de éxito. En la actualidad cuenta con más de 300 socios individuales y empresas en las tres provincias de la Comunitat Valenciana.

#### **Para más información:**

Nebo Comunicación:

Raquel Bascuñana: 622 15 25 80

[Raquel.bascunana@nebocomunicacion.com](mailto:Raquel.bascunana@nebocomunicacion.com)