



El rebranding de Nealis es reconocido a nivel nacional



El proyecto que marcó el cambio de Grupo Gimeno a Nealis ha sido galardonado en la categoría de Rebranding en los premios de referencia del sector de la comunicación corporativa en España cuya gala se celebró anoche en el Teatro Calderón de Madrid. Nealis ha sido galardonada con el prestigioso Premio Dircom Ramón del Corral en la categoría de Rebranding, en reconocimiento a su profundo proceso de transformación de marca. El proyecto, que convirtió al centenario Grupo Gimeno en un nuevo holding corporativo, fue destacado por su capacidad para catalizar una nueva etapa de crecimiento y alinear estratégicamente a sus compañías bajo una identidad y propósito unificados.

La Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom, celebró ayer en Madrid la 9ª edición de los Premios Dircom Ramón del Corral en la que ha reconocido los 24 mejores proyectos de comunicación corporativa, institucional y de marca creados y difundidos en España. Se trata de los galardones más reputados del sector en España, y reconocen la excelencia y las mejores prácticas en la comunicación corporativa.

Con cerca de 300 candidaturas presentada, Nealis fue galardonada como rebranding del año, subrayando el éxito de un proyecto de marca concebido no como un cambio estético, sino como una palanca estratégica de negocio. Entre las compañías premiadas en esta edición figuran Sabadell, Choví, BBVA, CaixaBank, Iberdrola, Repsol, Aqualia, Ecoembes, ESIC, Ilunion, Moeve o Naturgy, entre otras. Los proyectos premiados reflejan algunos de los principales retos actuales de la profesión: la gestión de la reputación, la comunicación interna, la sostenibilidad, los asuntos públicos, la comunicación institucional o el branding.

"Recibir este premio de Dircom es un inmenso orgullo y el reconocimiento al talento interno, capaz de formar parte de un proceso de transformación valiente y estratégico", afirma Carolina Beguer, directora corporativa de Comunicación de Nealis. "Nealis nació como la respuesta a ese desafío: una marca que no solo mira al futuro, sino que ordena nuestro presente y proyecta nuestra verdadera escala y ambición. Este galardón confirma que hemos contado esa historia con éxito".

PUBLICACIÓN: Cope.es

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €33090.17

AUDIENCIA: 6243183

AMD: 612781.00

TMU: 0.62 min

AUTOR: Redacción COPE Castellón

URL: www.cope.es



[> Versión en línea](#)

> 17 de junio de 2026 a las 12:31

Este rebranding se alinea con el ambicioso Plan Estratégico de la compañía, que busca alcanzar los 1.000 millones de euros de facturación en 2030, demostrando que la nueva marca es un activo clave para el crecimiento del negocio. El proyecto ha sido desarrollado con el acompañamiento de las agencias Summa (branding), Prodigioso Volcán (narrativa y plataforma de marca) y Rosebud (campana de lanzamiento).

En Directo

COPE CASTELLÓN