

GANADORES DE LOS PREMIOS EVENTOS PLUS 2008

Los eventos siguen siendo un área en alza dentro del panorama de la comunicación comercial. Al menos así hay que juzgarlo por la buena participación (175 casos) y la calidad de los eventos premiados en la última edición de los Premios Evento Plus, en los que ANUNCIOS colaboró como medio especializado.

Los eventos retan a la crisis

En esta ocasión, el premio más importante, premio especial del jurado, se lo llevó una agencia española, Draftfcb, por su *Shangai-London Since 1870*, un macro espectáculo alrededor del cual giró la comunicación de Cutty Sark durante 2008. Pero no todo fueron macro eventos en un palmarés variado y de alto nivel.

Otro premio importante es el premio especial del público, que se fue para Portugal en las manos de Desafío Global Activism, ganadora el año pasado del premio especial del jurado. En esta ocasión lo mereció su convención *Encuentro EDP*. Y otro premio especial se lo llevó D6 por su proyecto *Halloween* para Calle 13.

Esta agencia, con dos galardones, fue la única que ganó más de un premio, por lo que difícilmente éstos pudieron estar más repartidos. Con un premio resultaron Draftfcb, Events & Co, SCP, Di.Com, Grupo Eñe, Madrid Snowzone, Grupo Pacífico/Daristóteles, Portaventura, Appel Tree/Di.Com, Alfasom, Teclay, Shackleton, Sono y Desafío Global.

Si contamos por finalistas (50 acciones diferentes), entonces hubo más de una agencia destacada. En primer lugar la portuguesa Desafío Global Activism, con cuatro; seguida de Eventísimo y Shackleton, con tres cada una, y con dos D6, Sono, Appel Tree, Terra Consultoría de Incentivos y Di.Com.

Con un finalista quedaron SCP, MSB, Marbet, Grupo Pacífico/Daristóteles, WwP, Inforpress, Publips, Kicom, Delfin Time, Amateo, Sörensen, Avega, Ligh Project, Alfasom, Teclay, Best Relations, Tarsa, Foo&Mambo, Evento Divertido, Magic Silvestre, Hotel Rey Juan Carlos I y Hotel Casa Fuster.

Pero más importante que el conteo fue la buena calidad de los trabajos, que a duras penas hemos podido reflejar en las fichas que se publican en estas páginas. Más información en www.premioseventoplus.com.

Jurado

Eva Rodríguez (L'Oreal), Juan Manuel García (Cepsa), Rosa Seegelken (Lego), Joan Sardá (Mahou San Miguel), Mercedes Meroño (Unión Fenosa), Mónica Villar (Loewe) Renato del Bino (Fiat), Belén Vila (Nokia), Juancho Carnicer (AEMI), Joao Sacchetti (Apecate), Elisabeth Martínez (Site), María da Graça Luís (ICCA), Óscar Cerezales (MPI), Estrella Díaz (Grupo Staff), David Torrejón (Publicaciones Profesionales), Fernando Godoy (Mr. Goldwin) y Óscar Sntiago (Macguffin).

Premio Especial del Jurado

Campaña: *Shangai-London Since 1870*

Anunciante: Varma

Agencia: Draftfcb

Descripción: Un macro espectáculo que presenciaron en directo más de 11.000 personas (Madrid y Barcelona), creado por Dragone y con más de cuarenta artistas, entre ellos el grupo Mayumaná. Todo para que el espectador viva en directo una experiencia inolvidable asociada a la ruta que cubría el famoso velero. 45.000 registros y más de 800.000 impactos directos completan el resultado.



Mención especial a la creatividad



Campaña: *Halloween, la noche de las brujas.*

Anunciante: Calle 13

Agencia: D6.

Descripción: Los sufridos yernos podían inscribir a su suegra y una de sus frases más crueles en la web de Calle 13. Las mejores fueron invitadas a la Noche de las Brujas, en el Florida Park, animada por una actuación de Luis Aguilé y un sorteo para el yerno y la suegra.

Mejor Animación / Espectáculo



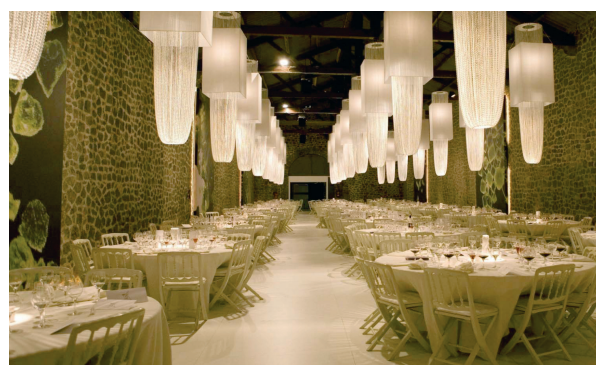
Campaña: *Alicia en Jewerland*

Anunciante: Ifema/Iberjoya

Agencia: SCP

Descripción: Un espectacular show inspirado en el mítico cuento de Lewis Carroll, para presentar las tendencias del sector de la Joyería. Alicia en Jewerland, mostró el maravilloso mundo de las nuevas creaciones en joyería, relojería y platería con actuaciones musicales y una proyección sobre una cinta de 1.600 metros cuadrados de pantallas que rodeaban a los asistentes.

Mejor decoración



Campaña: *Go! Awards*

Anunciante: Seat

Agencia: Di.Com

Descripción: Convertir las antiguas instalaciones de una salinera en un espacio sugerente con múltiples ambientes. Un reto nada fácil superado con enorme brillantez.

Mejor Reunión / Congreso



Campaña: *Convención Anual Unicredit.*

Anunciante: Unicredit.

Agencia: Events & Co.

Descripción: 4.500 personas de diferentes países disfrutaron de una Feria de Abril propia en junio, de una cena en el Parque de María Luisa y de otras muchas actividades durante tres días destinados a crear equipo. Un auténtico reto organizativo.

Mejor Evento de Motivación

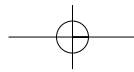


Campaña: *III Convención Gran Público No limits.*

Anunciante: Endesa.

Agencia: Grupo Sörensen

Descripción: Qué mejor motivación para el equipo de Gran Público de Endesa que trabajar juntos para conseguir un record Guinness. En este caso, el graffiti más largo del mundo (652 metros), pintado en la Expo de Zaragoza.



Mejor Evento Promocional



Campaña: Transporte de joyas
Anunciante: Seat
Agencia: Weirather-Wenzel & Partner
Descripción: Durante tres meses, este *road show* paseó el nuevo Seat Ibiza por toda Europa (coincidiendo muchas veces con grandes eventos) como si fuese una joya, consiguiendo 4,5 millones de impactos y 45.000 registros válidos. 80.000 kilómetros repartidos en tres camiones tienen la culpa.

Premio Especial del Público



Campaña: Encuentro EDP
Anunciante: EDP
Agencia: Desafío Global Activism.
Descripción: Una convención centrada en la sostenibilidad tiene que dar ejemplo. En 48 horas se aprovechó buena parte de los materiales utilizados en la primera convención (Europarque de Oporto) y se instalaron en Lisboa (Pabellón Atlántico) para las dos siguientes.

Premios técnicos

MEJOR MONTAJE TÉCNICO

Campaña: Gala 55 Premios Ondas.
Cliente: Grupo Prisa.
Empresa: Alfason/Alfason Música Viva.
Descripción: Toda la dificultad de un montaje técnico espectacular especialmente por su despliegue de vídeo sumado con la presión del directo en televisión: la gala de los Premios Ondas.
 Además se entregaron los siguientes premios de carácter técnico. **Mejor hotel/lugar:** Madrid Snowzone. **Mejor medición de impacto:** Telectyl. **Mejor nuevo producto para eventos:** Sono y los paneles Martin LC.



Mejor Evento de Presupuesto Reducido

Campaña: El mensaje de Calle 13
Anunciante: Calle 13.
Agencia: D6.
Descripción: Durante el Festival de Cine de Terror de San Sebastián se le pedía a los asistentes que activasen su bluetooth para descargarse un mensaje de Calle 13. Cuando lo hacían leían: "El coste de este mensaje es de 17,85 euros". Y poco después: "Momento de terror patrocinado por Calle 13".



Mejor Aplicación de Catering



Campaña: Cena de Navidad a ciegas
Anunciante: Medem Catering
Agencia: Shackleton
Descripción: Una cena de Navidad para la prensa especializada muy especial. Tras el cóctel llegó una cena a ciegas. Una experiencia inusual de sabores y aromas con los ojos tapados.

Mejor Presentación de Producto



Campaña: Seat Ibiza Launch 2008
Anunciante: Seat.
Agencia: Appel Tree/Di.Com.
Descripción: Se trataba de presentar a la red el nuevo Ibiza. En lugar de un evento, se organizó un ciclo de cinco que duraba dos días (con pases durante una semana). Toda una experiencia completa.

Mejor Evento Responsable



Campaña: Ponte la gorra.
Anunciante: Afanoc, asociación de niños con cáncer.
Agencia: Colaboración de Portaventura.
Descripción: Protagonistas principales por un día en Portaventura, los niños enfermos disfrutaron de una jornada muy especial. El lema *Ponte la gorra*, alude al uso común de esta prenda por los chicos sometidos a tratamientos agresivos.

Mejor evento de celebración



Campaña: La noche de las estrellas
Anunciante: Mercedes Benz
Agencia: Grupo Eñe
Descripción: Lo que se celebró fue el record de ventas de furgonetas Mercedes y los agasajados, lógicamente, la red de ventas. El lugar elegido fue el Palau de les Arts de Valencia y el estilo, muy hollywoodiense. La idea, que se sintieran auténticas estrellas. Aderezos: proyecciones láser en el exterior, fuegos artificiales y pequeños detalles para transmitir una idea: sois los mejores.

Evento Days: 130 expositores

Por segunda vez, los Evento Days, el congreso que organiza Evento Plus y en el seno del cual se entregan los premios, se realizaron en Madrid. Respecto a esa edición de 2007, la de 2009 ha incrementado enormemente sus números. Principalmente el de expositores, que han pasado de ser 34 a más de 130. Y naturalmente la de visitantes: de 1.600 a 5.000, de todos los sectores: comunicación, lujo, incentivos, hostelería, etcétera. Fue el retrato de un sector pujante pese a todo.

Mejor viaje de incentivo



Campaña: Un evento de cine
Anunciante: Chiesi España.
Agencia: Grupo Pacífico/Daristóteles
Descripción: Un estupendo viaje de incentivo mejora aún más si durante el mismo el asistente forma parte del rodaje de una película de aventuras. El guión, el casting, los ensayos, el rodaje y ...el estreno. Todo fue real en un viaje que nunca olvidarán quienes lo disfrutaron.

