

FC Barcelona

Tipo de acto: Presentación

Lugar de celebración: Instalaciones FC Barcelona – Camp Nou

Fecha: 18 de febrero del 2009

Número de asistentes: 250

Agencia organizadora: FC Barcelona

Empresa: Eissalat

Objetivos

Presentación del acuerdo de patrocinio entre la multinacional Eissalat y el FC Barcelona

Descripción del acto

Procedentes del Mobile World Congress en Tira de Barcelona, el chief operating officer y el chief marketing officer de la multinacional Eissalat, de los Emiratos Árabes Unidos, presentaron en la sala de prensa del Camp Nou ante los medios de comunicación un nuevo acuerdo de patrocinio con el FC Barcelona.

Los 250 invitados fueron recibidos en el hall de tribuna con una copa de bienvenida. A continuación se les ofreció un cóctel con cena, animado por un cuarteto de jazz y un presentador profesional junto al palco presidencial.

Durante todo el acto, un láser sobre el césped, los videomarcadores y los soportes de publicidad led, reprodujeron la marca Eissalat. En paralelo, en pequeños grupos, todos los asistentes pudieron disfrutar de un tour exclusivo por los distintos espacios del estadio: sala de prensa, zona mixta, vestuarios, cabinas de prensa, set de TV, capilla, tunnel de salida, césped y palco presidencial.

El FC Barcelona mantuvo abierta La Botiga Store fuera de horario y en exclusiva para que los integrantes del grupo pudieran adquirir objetos del club.



Aprendizajes clave

Se debe aprovechar el poder de convocatoria de una feria, o como en este caso de un estadio mítico de fútbol para celebrar actos corporativos en un entorno distinto, donde obtengan notoriedad y se desmarquen de la uniformidad ferial.

Fomentar la participación

Tipo de acto: Entrega de Premios

Lugar de celebración: L'Auditori de Barcelona

Fecha: 4 de marzo de 2009

Número de asistentes: más de 800

Agencia organizadora: Atlanta

Empresa: Colegio Oficial y Asociación Catalana de Ingenieros de Telecomunicación

Objetivos: Hacer entrega de los Premios Salva i Campillo en un evento que fomente las relaciones entre los asistentes y en el que haya cada año un factor sorpresa.

Descripción del acto: El evento se desarrolló en tres escenarios que marcaron otros tantos momentos clave. El primero, coincidiendo con la entrada de los invitados. Para ello la explanada exterior estuvo amenizada con la participación de actores y especialistas y una banda de Dixie. De esta manera se pretendía propiciar las relaciones entre los asistentes en torno al espectáculo montado.

El segundo, coincidiendo con el cóctel, que se llevó a cabo en el foyer, para potenciar y desarrollar el networking entre los participantes. El tercero fue la entrega de premios, que tuvo como broche de oro un brillante music ball, ambientado en los años 20.



Aprendizajes clave

Eventos con la combinación perfecta de creatividad, innovación, logística y coherencia conceptual se convierten en experiencia de comunicación