

CASOS

LOS EVENTOS QUE SE SALVARON POR LOS PELOS DEL CONFINAMIENTO

Como sabes, nuestra sección de Casos es una de las más vistosas y abundantes de eventos Magazine: hablamos de vuestros trabajos y en cada número hacemos una selección de los mejores. Los que te traemos aquí son aquellos eventos presenciales que se celebraron a finales de febrero y antes de la primera semana de marzo, cuando comenzó el goteo de cancelaciones y, después, la gran bomba del estado de alarma. Sin embargo, a pesar del desconcierto inicial, la actividad no ha parado durante estos meses de confinamiento y te hablamos también de los eventos digitales que han arrasado, con nuevos formatos algunos, puramente virtualmente otros, que analizamos en el tema central.

Solán de Cabras Gas se presenta con un minigolf

Agencia: AURIGA COOL MARKETING

‘Agua con gas: un clásico reinventado’ transformó la forma de presentar un nuevo producto con un distópico minigolf creado por Auriga, inspirado en los elementos y características del producto. Todo ello, acompañado de una decoración, photocalls y otros elementos, para que la experiencia fuera absolutamente inmersiva. El concepto ‘agua con gas’ se hizo tangible desde el propio espacio, el Palacio de Neptuno, con el objetivo de envolver a los invitados en un universo propio en torno al agua con gas, y una decoración tan cool que pedía a gritos un post en Instagram por parte de los 200 asistentes, entre periodistas e invitados.

El centro de la experiencia era el minigolf, diseñado e inspirado en la propia marca y en el producto. Cada hoyo representaba un atributo de Solán de Cabras Gas y contaba con un tótem explicativo a su entrada. Cuando los invitados llegaban, rodeados de pompas de jabón, atravesaban una cascada de globos que se derramaban por la escalera principal del espacio. En cada hoyo encontraban un concepto del nuevo producto: en el hoyo uno se representaba el manantial a través de una caída minimalista; en el dos, la burbuja, con curvas y formas suaves; en el tres, el crujiente, esa sensación de crujir de las burbujas de gas con el sonido de las pelotas al caer; en el cuarto, atrevida, un hoyo complicado que desafiaba la gravedad; y en el quinto, ligera, a partir de formas simples y transparentes.

Tras la presentación del producto, los invitados disfrutaron de un espectáculo de danza aérea, atrezado con los colores de la marca. Para redondear la experiencia y el concepto, un catering experiencial by Ramón Freixa con formas y texturas asociadas al concepto de Solán de Cabras Gas.





Perfox celebra sus 45 años con un evento demoledor

Agencia: PLANTA 18

“Demoler sin destruir, demoler para construir” fue el claim de la fiesta celebrada el 6 de marzo en la Real Fábrica de Tapices de Madrid, cuyo interiorismo industrial fue el criterio de elección del espacio porque respondía a la naturaleza de la empresa Perfox que pertenece al sector de la construcción. Casi 250 asistentes (entre empleados, proveedores y clientes) ansiosos por soplar velas, descubrieron que este espacio histórico había sido recreado y adaptado a la naturaleza de la empresa y a su historia.

El “decoproject” partió de los seis hitos considerados por la empresa como los más importantes a lo largo de sus 45 años. En la distribución del espacio y entre las mesas de catering se dispusieron las máquinas con las que la empresa lleva a cabo sus trabajos, una muestra in situ de lo que emplean día a día y de lo que son. Un trust (de nuevo un guiño industrial) sujetaba varias gráficas y pantallas, en las que se proyectaba un videomapping que de nuevo repasaba la historia “demoledora” de la empresa. El monólogo a cargo de Dani de la Cámara también incluyó guiños al mundo de la construcción. Como cierre, tuvo lugar un espectáculo de danza área que culminó con un homenaje por parte de la Asociación Española de Demolición, que el propio cliente no se esperaba. Como tampoco esperaban los asistentes que el regalo de la fiesta (entre otros) fuese una jenga... Material de construcción por todas partes para volver al trabajo tras la celebración con las ideas claras.



**Salas
Alojamiento
Restauración**

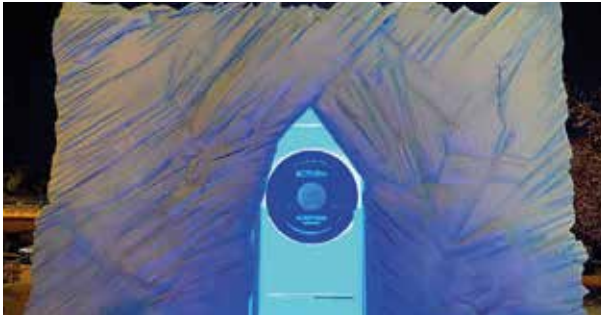
**Salas de Fiestas
Team Building
Dehesa**



ESCORIAL-NATURA
Una sede diferente en plena naturaleza

Información al 91 279 67 31
www.escorial-naturaresort.com





Biotherm monta una experiencia inmersiva en una cueva de hielo efímera

Agencia: MONDOLIRONDO (con FLUGE)

Un iceberg sorprendió a trabajadores y turistas en plena explanada de Nuevos Ministerios de Madrid. No se trataba de la presentación de la última película de Ice Age, sino de una experiencia inmersiva para Biotherm. La marca de belleza creó una cueva de hielo efímera para mostrar su origen y comunicar la necesidad de preservar el medio acuático y la vida marina utilizando la magia del videomapping. El objetivo de este pop-up fue descubrir la importancia de proteger la piel frente a las agresiones urbanas y devolver al agua, con este homenaje, todo lo que el agua nos da. Para ello, la marca invitó a disfrutar de un diagnóstico personalizado y experto, un servicio que fue ofrecido por personal experto de Biotherm gracias al dispositivo Miracle Key, que analiza dermatológicamente la piel a través de ocho parámetros de la apariencia cutánea. Apuntar que Biotherm colabora desde 2012 a través de su proyecto Water Lovers con diversos programas de educación, conservación y preservación del medio acuático.



Casa Decor 2020 se posiciona como gran evento más allá del diseño

Todos conocemos Casa Decor como esa gran exposición que muestra las tendencias más audaces de la industria de diseño de interiores, materiales, domótica, y tecnología. Pero más allá de su espíritu expositor, con los años se ha convertido en una verdadera plataforma de eventos y activaciones de marca de todo tipo.

La elección cada año del espacio es una de las sorpresas y ejerce un importante efecto llamada. Este año se escogió una casa-palacio de principios del siglo XX: el edificio 'Velázquez 21' ubicado en pleno barrio Salamanca, cuenta con 5.600m2 que se distribuyen en cinco plantas. Gracias a sus generosas dimensiones, el recorrido expositivo transitó por las estancias más emblemáticas del edificio: toda una experiencia inmersiva de belleza y diseño a lo largo de 67 espacios diseñados por interioristas, con colaboraciones de diferentes empresas y patrocinios de marca. Pudimos ver el AC Lounge 'Lounge by AC Hotels By Marriot'. Una representación de una sala para eventos en la que Marriot explicaba su apuesta por la sostenibilidad con un mobiliario que se reutilizó en hoteles de la cadena, y un techo de lamas realizado con botellas de plástico. También el Paso de carruajes 'Acercando el Mañana' - Espacio Ford España, en el que la marca daba su visión de futuro, innovador y sostenible, a través de un túnel.

Electric Green by MINI Electric, una activación lumínica en posición vertical

Agencia: MAYICE

Madrid aspira a convertirse en una ciudad ecofriendly, algo que no puede pasar por alto el nuevo MINI Electric. Durante la pasada edición del Madrid Design festival la compañía quiso aportar su granito de arena, ¿cómo? Siendo uno de los principales protagonistas del festival con Electric Green by MINI Electric, una instalación lumínica situada en el jardín vertical de CaixaForum Madrid, con un objetivo muy claro: hacernos reflexionar sobre la importancia de reducir las emisiones de CO2.

Un espacio onírico en el que, durante el día, el nuevo MINI Electric, envuelto en vegetación, desprendía sonidos de la naturaleza: el roce de las hojas, el vuelo de los pájaros, el movimiento de los insectos, y el agua fluyendo por el río; y por la noche, con un mágico espectáculo de partículas lumínicas animadas en el que el jardín vertical se iluminaba con cambios de intensidad, creando un efecto hipnótico al simular movimientos de insectos que iban viajando por el muro vegetal, como si floreciesen. Esta experiencia fue diseñada por MINI junto al estudio Mayice para la creación y construcción del proyecto. Loreto Aycuens diseñó la disposición del arte vegetal y el artista visual Pablo Montero se encargó de la proyección del videoarte.





CREA UN MUNDO DE
posibilidades

Tus eventos con



PARAFINA
COMUNICACIÓN

MADRID | BARCELONA
parafina.es

The Wild Monkey Inn, la Secret Foodie de Pernod Ricard



Agencia: LA MAGA

Una interpretación gastronómica de la mejor ginebra del mundo, la Monkey 47, por Marc Martín y Alain Guiard (La Mundana) en una pequeña pensión rural alemana, fue la cena experiencial y clandestina con la que Secret Foodie Society Monkey 47 Edition sorprendió a 50 invitados el pasado día 20. Se trataba de la recreación al detalle de la pensión en la Selva Negra que compró el coronel Montgomery Collins, creador de la marca, en los años 50. El mismísimo Collins recibió a los asistentes junto a su mujer, y juntos desvelaron las pistas durante la cena para resolver el enigma y descubrir dónde se encontraba Max, amigo del coronel. Una forma clandestina y divertida de experimentar con la marca de ginebra.

Marc Martín y Alain Guiard, pioneros en llevar una cocina gamberra y mundana al barrio de Sants, firmaron los platos que crearon especialmente para homenajear a los botánicos, todos ellos acompañados por cócteles ejecutados por el bartender Fernando Fastuca, brand ambassador de Monkey 47. Nada más traspasar la puerta fueron recibidos por la encantadora Eva, mujer de Collins, quién con su habitual hospitalidad realizó el check-in de todos los huéspedes de esta experiencia. Como obsequio de bienvenida recibieron un shot de Bloody Mary (jugo de tomate, Pedro Ximenez, lima, aceite de trufa, sal y pimienta, tabasco y salsa Perrins y cómo no, Monkey 47) servido junto a una pickled onion. Después disfrutaron de un Monkey Tonic, esperando a sentarse en las mesas, mientras degustaban dos aperitivos, la ostra de Normandía ahumada en pino y aceite de piñones, los espárragos blancos con Maltesa de naranja sanguina y por último, una Royal de foie-gras, toffee salado de pimienta de Jamaica y capuchino.

Cook by Sagardi creó un food market efímero en la Fábrica Damm en el que los invitados podían realizar un viaje gastronómico por su cocina de raíz, desde la vasca tradicional, la mediterránea y atlántica, hasta la cultura gastronómica mexicana, para presentar su temporada 2020 con una puesta en escena muy street style. Para completar la experiencia, música en directo y las propuestas de decoración para eventos de Options.



Alquiler de Mobiliario

ATREZZA

Innovaciones

