

MEJOR EVENTO DE MOTIVACIÓN



Accenture High Performance Café

Agencia: Unique Publicidad y Marketing S.L

Ciente: Accenture

Este evento fue también finalista en la categoría de Mejor Evento de Celebración.

La fiesta de Navidad de Accenture 2007 fue diseñada para que los empleados participasen de una manera activa, interactuando en acciones concretas, logrando así que cada uno de sus 3.000 invitados se sintieran por un momento los protagonistas de la noche.

Dos meses antes, se comenzaron a planificar acciones abiertas al personal, así como una comunicación interna a través de Internet con foros, galerías de fotos, vídeos resumen, obteniendo un alto nivel de participación y expectativa.

Accenture High Performance Café fue el concepto del evento; idea inspirada en el exitoso sitcom francés Camera Café, cuya adaptación invitaba a todos los empleados a participar de unos talleres artísticos, donde profesionales les



orientaban para realizar sus propios sketches. Los grupos seleccionados en el casting prepararon durante más dos meses sus clips que posteriormente se colgaron en la intranet de la empresa y desde la cual todos los empleados de la compañía pudieron votar a sus favoritos.

El evento se definió como una gala de entrega de premios donde se valoraron diferentes categorías de acuerdo con los votos de los empleados, y donde la iluminación, decoración, escenografía y catering dieron un ambiente cineasta propio de las grandes noches de Hollywood. La actuación del grupo de percusión y pirotecnia francés, Les Commandos Percu, dio fin, a ritmo de tambores y xilófonos futuristas, a una fiesta creada por y para los empleados de la compañía.

FINALISTAS

Accenture High Performance Café

Agencia: Unique Publicidad y Marketing
Cliente: Accenture

Para esta fiesta de Navidad tematizada al estilo de los Oscar, la decoración combinó la estética corporativa, la funcionalidad, la elegancia y el glamour.

Un pórtico lacado blanco, con una caja de luz en el dintel con el logo de Accenture, abría el acceso. Desde ahí, los invitados entraban atravesando un túnel retroiluminado con paredes de gasa blanca y con una rampa central a dos niveles. Cuatro estructuras rectangulares de *truss* con tela negra tensada creaban techos ficticios, bajo los cuales se dispusieron mesas y sillas para más de 1.000 personas. En los laterales del pabellón, se colocaron las barras de buffet, distribuidas siguiendo las áreas temáticas del catering. Cada área estaba decorada con enormes esculturas de hielo relacionadas con la temática.

El espacio disponía de una barra principal acabada en colores rojos y grises, formada por dos secciones circulares decoradas con cajas de luz y un cuerpo central hexagonal elevado a 3m sobre el que se exponía un Mini Cooper que iba a ser sorteado. Las otras dos barras estaban acabadas en los mismo colores y siguiendo el diseño circular, pero incorporaban el logotipo corporativo en caja de luz.

El escenario estaba diseñado con un frontal curvo en el que un rótulo corporativo tridimensional se construía mediante composiciones de columnas con metacrilatos retro iluminados. Unos paneles curvos, realizados con tela tensada, cerraban el desaforo y encerraban la pantalla central circular.



Laureus Sport Awards

Agencia: Entreacto Taller de Eventos
Cliente: Laureus Foundation

Los Premios Laureus se celebraron por segundo año consecutivo en Barcelona, esta vez convirtiendo el Palau Sant Jordi en un lugar acogedor, elegante, divertido y visualmente impactante, donde se dieron cita algunos de los personajes de mayor relevancia del mundo del deporte y el entretenimiento.

La decoración se basó en los años 80, tomando los colores rosa fucsia y verde pistacho como referencia. El Palau se dividió en tres partes: las gradas, iluminadas con más de 5.000 velas; la discoteca; y la zona del banquete, dividida también en tres niveles.

En el primer nivel de la zona de banquete, destacaban como centros de mesa unas bolas gigantes de claveles de los dos colores, acompañadas con velas. En el segundo nivel, siguiendo con la misma línea, se utilizaron bolas de discoteca apoyadas sobre cojines de claveles. Y para terminar, en el tercer nivel se jugó con la altura, utilizando peanas altas de 1,5m de altura con bolas de discoteca en la parte superior, sobre cojines de claveles y con más claveles en la base.

FINALISTAS

Iveco / All Blacks

Proveedor: Sono Tecnología Audiovisual
 Agencia: Media Planning
 Cliente: Iveco

Con el objetivo de presentar dos nuevos productos de Iveco (Stralis y Massif) y comunicar el acuerdo de patrocinio del equipo de rugby All Blacks, más de 40 profesionales transformaron el frío pabellón satélite de la Casa de Campo de Madrid en un espacio capaz de albergar una cena de gala con más de mil personas. Los conceptos de entrega, lucha, calidad y robustez se hicieron evidentes gracias al uso de las últimas tecnologías y la escenografía utilizada, hasta el punto de introducir en mitad de la cena dos camiones de gran tonelaje.

Todo el pabellón fue vestido y entelado mediante el montaje de una estructura formada por más 200m de trilito, 150m de *truss* triangular y 25 motores para acotar los diferentes espacios que servirían para el desarrollo de la cena de gala y sus sorpresas... Más de 1.500m² de tela negra ignífuga fueron utilizados.

La cena se desarrolló con una aparente tranquilidad, sin dejar ver los elementos que aparecerían más tarde: el escenario principal de 40m², los dos escenarios de 6x4 a dos alturas, y la plataforma en la cual estaban ocultos los nuevos vehículos de la compañía, escondida gracias a un uso adecuado de la iluminación.

Se utilizaron seis proyectores Barco de 12.000 lúmenes, más de 40 proyectores robotizados, un equipo de sonido Line Array de 30.000W, y proyectores DL-1 con servidor de imágenes.



Accenture High Performance Café

Agencia: Unique Publicidad y Marketing
 Cliente: Accenture

Inspirada en la gala de los Oscar, la cena de Navidad de Accenture High 2007 pretendía que los 3.000 invitados olvidaran que estaban en Madrid y se trasladaran al Kodak Theater de L.A. Para convertir los 7.000m² del pabellón 8 de IFEMA en un espacio lleno de glamour, fueron necesarios cuatro meses de planificación y pre-producción, 10 trailers de material, 225 profesionales, 80 horas de montaje, 3km de cable, 150m de *truss*.

Cuatro *trusses* en forma rectangular de 140m² conformaban unos techos que acotaban en altura varias zonas de la fiesta y bañaban con luces de par filtradas de color a las zonas de mesas. Una estructura de *truss* circular de 9m de diámetro sobre la barra principal, dos *trusses* circulares de 6m de diámetro sobre las barras secundarias en el área central y una estructura en V para el frontal de escenario soportaban los 92 varilite programados.

A nivel de audiovisuales, cuatro pantallas de retroproyección de 4x3m con proyectores de 12.000 lúmenes bañaban de imágenes los rincones. Dos pantallas panorámicas de 6x4m situadas a ambos lados del escenario y una pantalla circular de 6m de diámetro central sobre el escenario daban

cobertura a todo lo que estaba ocurriendo. Y para la retransmisión, se diseñó un circuito de realización en directo con tres cámaras de seguimiento, una cámara autónoma a pie de escenario y entre el público, y una cámara robotizada en la boca del escenario.

