

eventos magazine

PREMIOS
**evento
PLUS**
2017
LOS MEJORES
EVENTOS
DEL AÑO

Foto: Alfonso Herranz & Alicia / BeekeeperXC, Gran Premio del Jurado 2017 / La Despensa, StreetXC, El Escondite /



72 José Romero, Vodafone • Privacidad en eventos • Al Wadi Desert a la luz de las velas • Depresión posevento • ¿Desaparecerán los eventos farma?



AEVEA &CO

**UNA INDUSTRIA
DE VALOR
Y VALORES**

La segunda edición de AEVEA&CO reúne en Madrid a las principales asociaciones europeas de agencias de eventos.

- La comunicación presencial gana cuota y valor en el presupuesto de comunicación de las empresas e instituciones.
- Una adecuada combinación de contacto humano y nuevas tecnologías es la combinación estratégica para optimizar las inversiones y sobre todo los objetivos.
- Uno de los puntos críticos de los concursos es la valoración intangible de las creatividades por parte de los departamentos de compras.
- La disyuntiva entre la especialización y/o la transversalidad de las agencias de eventos, publicidad y comunicación en el sector.

La segunda edición de AEVEA&CO, celebrada en los Teatros del Canal de Madrid el pasado 28 de junio, ha sido un rotundo éxito. Profesionales de todas las áreas de la industria de los eventos -agencias, empresas, proveedores, administraciones públicas, expertos...- se han dado cita para debatir y compartir conocimiento sobre el momento actual de la industria de los eventos, un sector clave en la dinamización económica y comunicacional de las ciudades, marcas y espacios.



Dario Regattieri (centro), con Sara Escudero y Alex O'Dogherty, en AEVEA&CO 2017

“Vivimos un momento de claro ascenso” -afirma Darío Regattieri, presidente de Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA), organizadora de AEVEA&CO. “Hemos dejado atrás, afortunadamente, el momento de la crisis, y tanto las empresas como las administraciones están haciendo que la comunicación presencial, a través de todo tipo de eventos, gane terreno día a día”.

La jornada, conducida por los maestros de ceremonias Sara Escudero y Alex O'Dogherty, comenzó con una ponencia titulada “El Recordman del eCommerce” a cargo de J. J. Delgado, Global Chief Digital Officer de Estrella Galicia, quien expuso su concepto de “click and brick”, es decir, fusión entre la acción digital y la presencial, en casos como el Black Friday de Amazon en Reino Unido. Tras 15 años en el sector del marketing J.J explicó a los asistentes, a través de su experiencia profesional, la evolución que había sufrido el mundo de los eventos y del marketing con el paso del tiempo, mostrando especial interés en las experiencias híbridas. Los tres grandes hitos de la ponencia en palabras de J.J fueron: “Pensar en grande, muchas de las veces somos nosotros mismos los que nos ponemos los límites a nuestros eventos”; “Ser obsesivos con el consumidor” y por último y no por ello menos importante “Todavía es el día 1, llegar cada día a trabajar como si fuese el primer día, queda mucho por hacer, no perder la inquietud”.

PUNTO DE ENCUENTRO DE LA INDUSTRIA EUROPEA

La mañana continuó con la intervención de Gema Igual, alcaldesa de Santander, quién tras exponer las ventajas de la ciudad para celebrar eventos y aportar datos como sus 4.000 plazas hoteleras y las posibilidades que ofrece para celebrar congresos y convenciones de hasta 2.500 personas, presentó Santander como “ciudad inteligente” dotando a los profesionales de herramientas tecnológicas que facilitan el trabajo y destacando que “uno de sus valores más importantes es que es una de las ciudades más seguras de España”. Para finalizar invitó a los asistentes a descubrir el Centro Botín como nuevo buque insignia de modernidad y señalar que Santander es una de las ciudades que con más fuerza e innovación participan en la captación de eventos y turismo MICE.

Tras concluir, Gema Igual se incorporó a la mesa redonda que llevaba por nombre “Europa, datos y objetivos comunes de la industria de los eventos. Tendencias de los distintos países y ciudades”, junto a varios representantes de asociaciones europeas. El día anterior tuvo lugar en Madrid, con AEVEA como anfitriona, la cumbre de LiveCom Alliance, la entidad que agrupa a las asociaciones de agencias de eventos de nueve países europeos, siendo la capital europea del debate y del encuentro en la industria de los eventos.

livecom
alliance.eu

www.livecomalliance.eu

Eva Annokkee-Presidenta de IDEA (asociación de Holanda); Maarten Schram, Presidente de LiveCom Alliance; Jan Kalbfleisch- Director General de FAMAB (asociación de Alemania); Andrea De Micheli, Representante de Club Degli Eventi (asociación de Italia); Andrew Iain Reid- Representante de EVCOM (asociación de agencias de Reino Unido); Ivo J. Franschitz- Representante de EMBA (asociación de agencias de Austria); Pascal Cauwelier- Representante de ACC (asociación de agencias de Bélgica); Vasco Noronha- Representante de APECATE (asociación de agencias de Portugal) y Jaime Sánchez-Representante de AEVEA participaron en debates y conversaciones, además de atender a los medios de comunicación especializados y generalistas que cubrieron el evento.

Todas las asociaciones europeas coincidieron en señalar la necesidad de seguir trabajando juntas por el reconocimiento y la mejora continua de la industria de los eventos, incluyendo su normativa, protección, y formación de nuevos profesionales.



Mesa redonda LiveCom Alliance

La primera mesa redonda de AEVEA&CO 2017, moderada por Jaime de Haro, Director de IPMARK, trató sobre las problemáticas y soluciones comunes en diferentes países de Europa. Una vez más, se reclamaron normativas claras, unificadas y sobre todo un reconocimiento paneuropeo al rol que los eventos juegan en la proyección de valor de las ciudades, espacios e identidad cultural europeas. Maarten Schram (LiveCom Alliance) manifestó que “el gran logro de LiveCom Alliance es conectar a las diferentes asociaciones europeas, actualmente son 9 los países miembros de la asociación”. En cuanto a la situación actual del sector de los eventos en Europa, todos los ponentes hicieron referencia al crecimiento de esta industria. Andrea De Micheli (asociación de Italia) “en 2015 en Italia, se han realizado 400.000 eventos, con un crecimiento

del 15% en el último año. Las empresas destinan un 20% de sus presupuestos para la realización de eventos. Estamos saliendo de la crisis de forma más lenta que en España”. Eva Annokkee (asociación de Holanda) en referencia a la situación en su país comentó “el sector se está recuperando, la atmósfera es muy buena, estamos jugando un papel muy estratégico. Las agencias tienen mucho trabajo, están muy ocupadas, hay un boom en el mercado”. Jan Kalbfleisch (asociación de Alemania) “el mercado alemán viene de años muy exitosos, no se ha vivido la crisis”

Otro de los temas que se trató en la mesa redonda fue la tendencia en el tipo de eventos y la preferencia de agencias 360º o de las agencias especializadas. Según los datos obtenidos en la encuesta anual que realiza LiveCom Alliance, su presidente Maarten Schram comentó que “el pasado año, los clientes estuvieron divididos por partes iguales entre agencias especializadas y agencias 360º”. Jaime Sánchez (AEVEA) expuso que “somos una industria viva, que fusiona eventos y publicidad. Lo más relevante es que tanto las agencias especializadas o las agencias 360º vivimos en un mundo digital”. Por su parte, Jan Kalbfleisch (asociación de Alemania), manifestó que “el sector público se centra en el negocio del anuncio tradicional, que no está muy por encima de la industria de los eventos, y estamos trabajando en eso, para darle un mejor reconocimiento de lo que nuestros miembros y toda la industria de los eventos puede hacer por los clientes”.

Esta mesa redonda concluyó con un tema importante en el sector de los eventos en todos los países: los diferentes permisos necesarios para realizar un evento en un espacio público. Gema Igual, alcaldesa de Santander, expuso el caso de su ciudad, donde se ha habilitado una “ventanilla única” a través de los responsables de turismo, para posibilitar que todos los trámites y autorizaciones necesarios para la organización de un evento en espacios públicos puedan gestionarse en una misma oficina. “Todo lo que se hace en la ciudad es beneficioso para la propia ciudad y hay que facilitararlo. No podemos privatizar la vía pública para un evento, si se hace algo en la calle tiene que ser para todo el mundo”. Andrea De Micheli (asociación de Italia) habló de Milán, ciudad donde se vive una situación especial “el alcalde es experto en eventos, se ha creado la ventanilla única y se fomentan los eventos en la ciudad, impulsando la relación entre el ayuntamiento, las asociaciones y las agencias”.

INNOVACIÓN Y SEGURIDAD

A continuación, Kevin Jackson, Director de Ideas e Innovación en The Experience is The Marketing, y una de las personas más influyentes en el panorama de comunicación global en este momento, disertó sobre el futuro de los eventos

en clave de emociones humanas. Aportó su visión acerca de la necesidad de estar interconectados con el mundo de nuestros públicos, “no se trata solo de las personas que están en nuestros eventos de manera presencial, sino de todos los seguidores que tienen”, tenemos que entender mejor a nuestro público, a las marcas y a las empresas. Una de las cosas más importantes a la hora de planificar un evento es conseguir que la gente se sienta inspirada, emocionada. De esta forma, nos situaremos a miles de kilómetros de distancia de nuestros competidores. “A pesar de todos los avances tecnológicos, tenemos las mismas emociones fundamentales que hace veinte, cincuenta, cien o mil años. Y hay que conseguir sintonizar con ellas de una manera innovadora”, concluyó Jackson.



Kevin Jackson en AEVEA&CO 2017

La seguridad –especialmente en estos tiempos de presión terrorista– cobra un papel crucial en la celebración de grandes eventos. La segunda mesa redonda de AEVEA&CO 2017 trató sobre esta cuestión, así como de los aspectos puramente operativos y normativos de la seguridad general, laboral y de públicos en todo tipo de eventos. Juan Carlos Ruiz Rabadán- Director de Seguridad de Wizink Center, Fernando Tolosa-Gerente y Director de Seguridad de Grupo Team y Pedro Amezúa, Director de Eventos de la ACB, incidieron en la necesidad de una estrecha cooperación entre administraciones públicas y empresas privadas de seguridad para conseguir las máximas garantías en todo tipo de eventos; y coincidieron igualmente en apreciar el excelente trabajo realizado por fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado en las tareas de prevención y supervisión de la participación del público en eventos en espacios públicos. Juan Carlos Ruiz Rabadán, en relación a la coordinación previa a la celebración de un evento comentó que: “en eventos de grandes dimensiones, más de 5.000 personas, se realiza una reunión previa con un representante de la Delegación de Gobierno, el director de seguridad privada propio del evento, el promotor del evento y los miembros de las fuerzas armadas”. En eventos multitudinarios es de vital importancia el acceso a las instalaciones con los respectivos cordones de seguridad y la apertura de puertas se realiza dos horas antes de los grandes eventos para evitar aglomeraciones. Pedro Amezua, al inicio de su intervención hizo alusión a los elementos diferenciadores de un evento deportivo “la euforia y las aficiones, con su histórico de enfrentamientos”, en referencia a la Ley del Deporte, mencionó que se trata de “una herramienta fundamental, es una ley que motiva para que la gente tenga un comportamiento cívico”, recomendó a los asistentes realizar una reunión de crisis planteando todas las posibles hipótesis que se pueden dar en el evento

“es muy importante saber cómo comunicar una crisis y, por supuesto, anticiparse a ella.” Fernando Tolosa, concluyó diciendo que “la coordinación es fundamental entre los promotores y la administración pública para que el evento se desarrolle sin ningún incidente y con total normalidad”. Haciendo referencia a la normativa y a las leyes que regulan los eventos, Juan Carlos Ruiz Rabadán incidió en un tema que a priori resulta sencillo, pero que en ocasiones se presenta como un elemento de confusión “las leyes estatales prevalecen sobre las leyes autonómicas y locales. No puede existir contradicción entre una ley estatal y una autonómica”. Los expertos que se dieron cita en esta mesa, estuvieron de acuerdo en afirmar que la ley para la regulación de eventos está obsoleta y que la seguridad es un hecho de gran importancia en la organización de cualquier tipo de evento.

ANUARIO AEVEA 2017 Y RECONOCIMIENTOS

La sesión de mañana terminó con la presentación del Anuario AEVEA 2017, una publicación esencial para ubicar a las principales empresas, proveedores y soluciones para la organización exitosa de eventos. Después, Darío Regattieri, presidente de AEVEA, entregó los reconocimientos de la Asociación en sus tres categorías: Persona impulsora de eventos, a Maarten Schram, Presidente de LiveCom Alliance; entidad impulsora de eventos, a Fira de Barcelona; y marca impulsora de eventos, a BMW, galardón que recogió Álvaro Massó, Marketing Department, Events Area de BMW Ibérica.

UNA INDUSTRIA DE VALOR, Y DE VALORES

Tras el almuerzo, Julien Marionnet- Director Creativo de ParaddaxLab- realizó una presentación en torno a “El valor de la tecnología como generadora de emociones”. Hologramas, realidad virtual, proyecciones, tecnologías RFID...herramientas capaces de despertar un interés y fascinación útil para que el contacto humano sea más receptivo. Julien hizo referencia a que “la omnipresencia de imágenes nos lleva a diferenciarnos y encontrar nuestro propio tiempo de atención, buscamos captar la atención a través de imágenes innovadoras que impacten emocionalmente”.



Mesa redonda “Una industria de valor y de valores”

La tercera mesa redonda trató sobre el propio lema de AEVEA&CO 2017: una industria de valor y valores. Valor económico, valor de marca y valor añadido, valor de comunicación y valor de exposición; pero también valores éticos, de seguridad, de fair-play en la competición, de claridad en los presupuestos, de buen desempeño y gestión de las expectativas de los clientes. En esta mesa redonda se dieron cita profesionales de compras, responsables de comunicación y agencias de eventos: Juan Manuel Blanco Angulo- Comprador Senior Dirección de Compras Servicios Centrales de FCC; Juan José Martínez Saavedra- Communication & PR General Manager en Hyundai España; Fernando Sánchez-Mayoral- Director Global Tradeshows de SAP; Celia Martínez Pujol-Directora de Eventos y Congresos en MAHALA Comunicación y RRPP; y Carlos Lorenzo-Presidente de Cow Events Group. Moderada por José García Aguarod, Fundador de Grupo Eventoplus. Los diferentes profesionales que participaron en esta mesa redonda buscaron acercar posturas en relación a sus intereses variados. Al inicio de la mesa redonda Juan José Martínez Saavedra (Hyundai) manifestó que “en el sector de la automoción hay mucha competencia. Para nosotros, los eventos son una pieza clave. No podemos vivir sin eventos. Eventos de cara a los medios o eventos internos”. En contraste con éstas palabras, Juan Manuel Blanco Angulo (FCC) comentó que “nosotros no hacemos grandes eventos, nuestros clientes son clientes institucionales. Realizamos eventos estratégicos, convenciones. Nuestro evento principal es la Junta de Accionistas”.

Por su parte desde el punto de vista de las agencias, Carlos Lorenzo (Cow Events Group) reclamó “la profesionalización de los eventos.

Queremos que los eventos formen parte de la propia estrategia de la marca, que utilicen a las agencias como consultores, incorporándonos en el inicio del proceso”.

En relación al valor que se le aporta a la creatividad, Fernando Sánchez-Mayoral (SAP), comentó que “en muchas ocasiones las agencias vienen con ideas abrumadoras para la realización de los eventos”, mencionó también que “la creatividad es una de las partidas que más se discute en los presupuestos; es posible que no le demos todo su valor”.

Celia Martínez Pujol (MAHALA Comunicación y RRPP) en todo momento defendió el valor y los valores de las agencias de eventos, abordó el tema de la especialización “trabajamos con diferentes sectores, pero la propia experiencia hace que nos especialicemos en alguno en concreto. Sin embargo, no queremos que se nos encasille en un área específica”.

Se estuvo de acuerdo en exponer la necesidad del sector de crear modelos de trabajo de consenso, formación específica en compra de eventos y seguir avanzando en la profesionalización de todo el proceso. Intentar que agencia y cliente trabajen en sintonía, sabiendo que todos valemos y tenemos muchos valores que compartir.

Cerró la jornada Fernando Trías de Bes, con su presentación “El Management de las nuevas organizaciones. Creatividad e innovación como capacidades directivas”, exponiendo diez habilidades necesarias para que los directivos y emprendedores, en proyectos de todo tipo y magnitud, tengan éxito en la adaptación a los modelos de negocio y comportamiento del siglo XXI. Una ponencia basada en ejemplos y la experiencia profesional del ponente, que ayudó a los asistentes a ver de forma clara y directa las diez habilidades directivas imprescindibles. Incidió de manera especial en el punto denominado “analogía: es la herramienta más poderosa de innovación” animó a los asistentes a practicar analogías a la hora de desarrollar un nuevo proyecto, en definitiva, visualizar nuevas oportunidades para nuestros productos o eventos. Conjugando analogía e intersecciones, lograremos redefinir un mercado “la innovación no proviene de la especialización”.

En suma, AEVEA&CO 2017 ha sido una jornada excepcional por contenidos, por participación y por sus conclusiones, que servirán para seguir trabajando en beneficio de una industria al alza, en positivo, generadora de empleo, útil para la proyección mundial de espacios y ciudades, útil para que marcas, empresas y públicos se encuentren en situaciones reales, presenciales, humanas, fuera de la órbita online que tantas horas nos absorbe. La digitalización es positiva, pero los eventos –y de ahí su auge- son cada vez más necesarios como contrapeso y manifestación de la parte emocional de todos nosotros, una parte que, como indicó Jackson, no perderemos jamás, afortunadamente.

“Habrá tercera edición, y cuarta, y quinta...” –señaló Darío Regattieri al finalizar AEVEA&CO 2017. “Las agencias de eventos hemos emprendido un camino conjunto entre nosotras y con nuestros clientes, proveedores, administraciones, escuelas y públicos. Este camino tiene aún mucho recorrido y buenas etapas por delante. Veníamos de ser un sector desorganizado, sin interlocución como colectivo y por lo tanto, con pocas posibilidades de compartir, exponer nuestras cualidades, nuestras preocupaciones como sector y hemos pasado a poner en valor unos conocimientos y rigor al servicio de empresas y marcas que necesitan rodearse de creativos y ejecutores que sepan cómo emocionar y crear recuerdos que se queden “grabados” en la retina de los asistentes.

“Todas buenas noticias para “nuestro” mundo de los eventos, pero sí es verdad que no se puede pretender crear de la nada, en tan poco tiempo, toda una industria. Hay mucho trabajo por delante para que podamos no solo crear las “reglas de juego” sino que todos los “jugadores” se sientan cómodos e identificados”.



UNA INDUSTRIA DE VALOR Y VALORES

A TODOS NUESTROS PATROCINADORES, MUCHAS GRACIAS

PATROCINADOR GOLD



PARTNERS OFICIALES



MEDIAPARTNERS



ASOCIACIONES COLABORADORAS



COLABORADORES

