

2016

EVENT AWARDS

Where imagination comes on display

Διοργάνωση

boussias | communications

Official Publication

MarketingWeek

2016

EVENT AWARDS



Where imagination comes on display

Χορηγοί



White  SPACE
Marketing for the people

Υποστηρικτής

Spicy
COMMUNICATION

Χορηγός Οπτικοακουστικών

ound & visual
.παπαθανασίου α.ε.

Χορηγός Επικοινωνίας

 SYNEDRIO
CONGRESS + EVENT

#eventors_ YOU _can_trust



ALL ABOUT EVENTS

www.allaboutevents.gr





Φαντασία και στρατηγική στο βάθρο των διακρίσεων

Οι «αφανείς» ήρωες των θεματικών εκδηλώσεων ανέβηκαν στη σκηνή και αναγνωρίστηκαν για τη δημιουργικότητα, τη φαντασία και τη στρατηγική τους σκέψη, στην 1η Τελετή Απονομής του νέου θεσμού των Events Awards 2016.

2016
EVENT AWARDS

Where imagination comes on display

Για πρώτη χρονιά, η **Boussias Communications** και το περιοδικό **Marketing Week** διοργάνωσαν τα Event Awards 2016, με σκοπό την αναγνώριση της δημιουργικότητας και φαντασίας πίσω από τις θεματικές εκδηλώσεις (events), αλλά και της νέας εποχής στην οποία εισέρχονται. Περισσότερα από 450 υψηλόβαθμα στελέχη από ένα ευρύ φάσμα εταιρειών -τόσο από εταιρείες παραγωγής και διοργάνωσης events, όσο και από διαφημιστικές, διευθύνσεις marketing και επικοινωνίας, προμηθευτές και brands- παρευρέθηκαν στη Τελετή Απονομής στον παραλιακό χώρο Ble Azure, την Πέμπτη 2 Ιουνίου δίνοντας το αισιόδοξο μήνυμα ότι, ακόμα και εν μέσω κρίσης, οι εταιρείες συνεχίζουν δυναμικά να επενδύουν στη δημιουργικότητα και στη φαντασία.

Με ζωντάνια, χιούμορ και εύστοχα σχόλια, τα βραβεία παρουσίασαν σε γρήγορο ρυθμό η **Λυδία Παπαϊωάννου** και ο **Παναγιώτης Χατζηδάκης**, οι οποίοι φρόντισαν να δώσουν και κάποια «insights», μέσα από videos που με χιουμοριστικό τρόπο αναδεικνύαν σημαντικά θέματα για τον χώρο των events: Η σχέση της above με τη below-the-line επικοινωνία που μπαίνει σε μια νέα εποχή συνεργασίας, ο... «νόμος του Murphy» που πάντα θα «χτυπήσει» σε μια εκδήλωση και πολλά άλλα. Η βραδιά ολοκληρώθηκε τις πρώτες πρωινές ώρες, με τον κόσμο να παραμένει στον χώρο για ποτό και συζήτηση δίπλα στη θάλασσα.

Υποψηφιότητες υψηλού επιπέδου

Σε αυτήν την πρώτη χρονιά διοργάνωσης των βραβείων, η συμμετοχή εταιρειών με διαφορετικά events ήταν σημαντική, καθώς συμμετείχαν συνολικά 64 εταιρείες τόσο από την πλευρά των agencies, εταιρειών διοργάνωσης εκδηλώσεων, εταιρειών οπτικοακουστικών, catering και venues όσο και από τα ίδια τα brands.

Τα βραβεία συγκέντρωσαν πλήθος υποψηφιοτήτων υψηλού επιπέδου, θέτοντας μία ενδιαφέρουσα πρόκληση στην κριτική επιτροπή. Όπως ανέφερε η Πρόεδρος της Επιτροπής **Ζωή Λεφάκη-Μπελούκα**, τα events «με τον όρο να επικρατεί έναντι του όρου «εκδηλώσεις» ως πιο περιεκτικός του εύρους εφαρμογών- σίγουρα δεν είναι απλώς μία σαμπάνια, ένα κόψιμο κορδέλας και ένα χαμόγελο: «*Ta events σήμερα αποτελούν πεδίο καινοτομίας και δημιουργικότητας, η οποία αναδεικνύεται μέσα σε δύσκολους καιρούς, πολλαπλασιάζοντας την αξία του αποτελέσματος*». Όπως επεσήμανε, ο αριθμός των υποψηφιοτήτων ξεπέρασε τις προσδοκίες της διοργάνωσης, δείχνοντας ξεκάθαρα ότι τα events αποτελούν πεδίο στρατηγικής επένδυσης από την πλευρά των brands, ιδιαίτερα σε καιρούς κρίσης. Αναφερόμενη στα στοιχεία που αναδεικνύουν την αριστεία στον χώρο των events, στάθηκε περισσότερο στη σημασία της «στρατηγικής ευστοχίας», δηλαδή στην ενσωμάτωση του event στο συνολικό στρατηγικό πλαίσιο, με τον καλύτερο τρόπο.



Οι παρουσιαστές της τελετής απονομής, Λ. Παπαϊωάννου και Π. Χατζηδάκης



Κριτική Επιτροπή

Η κριτική επιτροπή απαρτίσθηκε από στελέχη με πολύπλευρη εμπειρία στον τομέα των events, τόσο από την ελληνική όσο και από τη διεθνή αγορά. Συγκεκριμένα, τις υποψηφιότητες αξιολόγησαν τα μέλη της κριτικής επιτροπής, η οποία απαρτίσθηκε από τους: **Ζωή Λεφάκη-Μπελούκα**, Πρόεδρος της Κριτικής Επιτροπής, PR Consultant, **Ντίνος Αδριανόπουλος**, Πρόεδρος Δ.Σ. Iv. Επικοινωνίας & Αναπληρωτής Δ/νων Σύμβουλος Civitas Ketchup, **Ντίνος Αστράς**, Πρόεδρος Δ.Σ. HAPCO & Πρόεδρος Triaena Tours and Congresses, **Θρασύβουλος Πάτσιος**, Καλλιτεχνικός Διευθυντής «Ελληνικός Κόσμος», **Κατερίνα Γκαγκάκη**, PR Consultant, **Μίλτος Καρούμπας**, Πρόεδρος Chef's Club, **Αναστασία Καφίρη**, Γενική Δ/ντρια Ελληνικό Παιδικό Μουσείο, **Νερίνα Κοιμώτη**, Γενική Διευθύντρια ΣΔΕ,

Ανδρέας Μαυρομμάτης, Global Marketing Director Pharma Portfolio UBM Plc. Events Services, **Ελένη Μπυσιόκη**, Μεγάλη Μουσική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος «Λίλιαν Βουδούρη», Κριτικός Μουσικής Κινηματογράφου, **Χρήστος Παλλάκης**, CEO, Laurel International Management, **Ξενοφών Πετρόπουλος**, Group Communications Director ΣΕΤΕ, **Κώστας Σκυλογιάννης**, Head of BTL Marketing Dept. ΟΠΑΠ ΑΕ, **Ανδρέας Τσιλιφώνης**, Πρόεδρος, Ένωση Παραγωγών Έργων Επικοινωνίας (PACT), **Αντώνης Τσούλος**, BTL Concept Creator, **Θεόδωρος Χαραγκιώνης**, Εκτελεστικός Πρόεδρος Ομίλου Χαραγκιώνη, **Δημήτρης Χαραλάμης**, Καθηγητής Πολιτικής Επιστήμης Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, **Christina Zako**, Saudi Arabia, Action Global Communications.



Χορηγοί

Χορηγοί των βραβείων είναι η **West S.A.** και η **White Space**, Υποστηρικτής η **Spicy Communication**, Χορηγός Οπτικοακουστικών η **Sound & Visual Παπαθανασίου** και Χορηγός Επικοινωνίας το **synedrio.gr**.



Η **Multitrab Productions** δημιούργησε τα χιουμοριστικά videos «Murphy laws» και «Η μάχη atI-btl» και η **Nanos Fireworks** τα πυροτεχνήματα.

Η Πρόεδρος της Κριτικής Επιτροπής, Ζ. Λεφάκη-Μπελούκα

2016 EVENT AWARDS

TA ΒΡΑΒΕΙΑ

Κατηγορία	Εταιρεία	Event	Βραβείο
1. Ενότητα: Best Brand / Product Events			
Experiential Marketing Event	YARD	COSMOTE @Rockwave Festival 2015	GOLD
	Alpha Bank	The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015	SILVER
	ONE TEAM A.E.	PEDIGREE & WHISKAS Γιορτάζουν την Παγκόσμια Ημέρα των Ζώων	SILVER
	YARD	WHAT'S UP @Rockwave Festival 2015	SILVER
	REDS	Smart Park Smart Theater	BRONZE
	Coca-Cola Τρία Έπιλον	AMITA MOTION 10 Χρόνια Θετική Ενέργεια!	BRONZE
Brand Event	COSMOTE - MAD	WHAT'S UP FUNLABS	GOLD
	ΔΕΘ - HELEXPO AE	Εργαστάσιο και Μουσείο Σοκολάτας	GOLD
	WEST A.E.	WIND Run Greece	SILVER
	Microsoft - Enzyme	Night of The Living Devs	SILVER
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία - PR Agency: Advocate Burson - Marsteller, Digital Agency: ISOBAR, Mosaic Production: Multitrab, Event Production: XCubed, BTL: Frank & Fame	Athens Mosaic	BRONZE
	Όμιλος FF Group	Converse Made by You Event	BRONZE
Brand Activation & Sales Promotion	Coca-Cola Τρία Έπιλον (Σε συνεργασία με τη 4 Wise Monkeys και Sales Promotion Center)	Cutty Sark Urban Adventures Tours	SILVER
	Shiseido / Όμιλος FF Group	Shiseido Experience Center Opening Event	BRONZE
2. Ενότητα: Best in Marketing & Communication			
Στρατηγική Event Marketing / Guerilla Marketing / Καμπάνια στα MME	Coca-Cola Τρία Έπιλον (Σε συνεργασία με τη 4 Wise Monkeys)	Urban Ticket Hunt by Cutty Sark	GOLD
Digital Experience	Alpha Bank	The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015	GOLD
Design / Branding	Alpha Bank	The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015	GOLD
	YARD	Glow Magazine Pop Up Store	GOLD
Καμπάνια Integrated Marketing	ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ - DIXONS SOUTH-EAST EUROPE AEBE, με συντελεστές Gravity The Newtons, McCann Athens-Momentum Worldwide, Mullen Lowe Athens και YARD	65 χρόνια ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ, Φεστιβάλ «Ταξίδι στην Τεχνολογία»	GOLD
	ONE TEAM A.E.	«Μασάμε για Καλό» Παρέα με την ORBIT & Βοηθάμε Ενεργά τα Παιδικά Χωριά SOS	SILVER
Event Series / Brand Consistency	Advocate / Burson - Marsteller, International concept: Golin Harris	JOHNNIE WALKER BLACK LABEL Fabric of Flavour	GOLD
	Celestyal Cruises	Θεματικές Εκδηλώσεις 2015	SILVER
	Amuse Concept Events	COSMOTE MAZI	BRONZE
3. Ενότητα: Best Corporate Events			
Εγκαίνια	EY ZHN Live - Virtual - Digital - SOLID	Καταστήματα COLLECTIVE του Ομίλου FOLLI FOLLIE στο Κολωνάκι & Ν. Ψυχικό	GOLD

Where imagination comes on display

Κατηγορία	Εταιρεία	Event	Βραβείο
Seasonal / Anniversary	Momentum Athens / McCann WorldGroup - Yard Events	Shell Event 90 Χρόνια στην Ελλάδα	GOLD
	All About Events	SKF Hellas - 90 Years Celebration Event	SILVER
	anthings	85 ΧΡΟΝΙΑ VICHY	SILVER
	McArthurGlen Designer Outlet Athens	Black Friday	BRONZE
Εταιρικά Συνέδρια	Spicy Communication AE	Εμπορικό Συνέδριο WIND 2015	GOLD
	WEST A.E	WIND Commercial Conference 2016	SILVER
	Momentum - McCann Worldgroup	Ευρωπαϊκή Πίστη: «Η ανάπτυξη είναι στη φύση μας» Ετήσιο Συνέδριο	BRONZE
Team Building	Amuse Concept Events	POP «G of Thrones»	SILVER
Λανσάρισμα Προϊόντος	YARD	Marlboro Advance Blue brand Series	SILVER
Kick-offs Πωλήσεων / Marketing	YARD	NN Sales Meeting 2015	SILVER
	Enzyme	HP WOW_ #WelcometoOurWorld	BRONZE
Εκδήλωση Τύπου / Media	YARD	NIKE Women Club Launch	SILVER
	YARD	XBOX one press tour	BRONZE
4. Ενότητα: Best Exhibitions			
Road Shows	Foss Productions	IKEA «ΓΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΜΑΣ 2»	GOLD
	Eurobank	Roadshows 3ου Διαγωνισμού «Η Ελλάδα Καινοτομεί!»	SILVER
	EY ZHN Live - Virtual - Digital	VAPOR BAR NOBACCO ROADSHOW	BRONZE
5. Ενότητα: Best Conferences			
Επιχειρηματικά Συνέδρια	Amuse Concept Events	Γερμανός 2015	GOLD
	Industry Disruptors - Game Changers (ID-GC)	Disrupt Startup ScaleUP	SILVER
	Celestyal Cruises - ThinkBiz - StartupBus	Cruise Inn 2015	BRONZE
	Amuse Concept Events	OTE Meeting Team Management	BRONZE
Επιστημονικά Συνέδρια	ALBA Graduate Business School at the American College of Greece	Διοργάνωση EGOS Colloquium 2015	SILVER
	Κηριακές Υποδομές ΑΕ	Διεθνές συνέδριο για τις εκπαιδευτικές υποδομές «Form Follows Learning» Διοργάνωση: Κηριακές Υποδομές ΑΕ και ΟΟΣΑ	BRONZE
6. Ενότητα: Event Partners / Suppliers			
Best Catered Event	Aria Fine Catering, Συνεργάτες: Mitheo Events, Petridis LV Floral Creations, ZAZOO Event Rentals και Sounds Good	Intimate Editor's & Bloggers' Dinner	GOLD
Event Management	anthings	CITIZEN DAY 2015 FOR L'OREAL HELLAS	GOLD
Κατασκευή Περιπτέρων / Ειδικές Κατασκευές / Stage Design / Booth Design	Apstage / Stage design & presentation	Coca-Cola Pop up Store Xmas	GOLD
	Amuse Concept Events	The Temple Of Spirit «Bar show 3E»	GOLD
	Apstage / Stage design & presentation	Davidoff Horeca Furniture 2016	SILVER
Best use in AV Technology / Design	SOUND & VISUAL - ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΑΕ	AV TECHNOLOGY - SAMSUNG, Περίπτερο Αθηναϊκής Ζυθοποιίας HORECA 2015	GOLD

2016
EVENT
AWARDS

Κατηγορία	Εταιρεία	Event	Βραβείο
Event Production	XCUBED (PR Agency: Advocate Burson - Marsteller, Digital Agency: ISOBAR, Mosaic Production: Multitrab, BTL: Frank & Fame)	Heineken Athens Mosaic	GOLD
	Foss Productions	«Ταχυδρομείον Ευχαριστιών Υγείας Παυλίδης»	SILVER
	Foss Productions	LEGENDS ONLY - Νέα Εμφάνιση ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥ	BRONZE
Best Video & Graphics	Amuse Concept Events	Mapping Beauty 3 L'Oreal	SILVER
Best Lighting Design	SOUND & VISUAL - ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΑΕ	Design Hotels Arena 2015	SILVER
7. Ενότητα: Best Venue Experience			
Καλύτερος Πολυχώρος	TIN PAN ALLEY - ΘΕΜΗΣ ΒΑΣΑΡΜΙΔΗΣ	Smart Events Venue in the Historic Center	GOLD
8. Ενότητα: Best Event Team			
Καλύτερη Ομάδα - Event Team	Dream Workers	Η ομάδα των μεγάλων επιχειριών - Dream Workers	GOLD
	Amuse Concept Events	OTE Meeting Team Management	SILVER
	Public	Πάνω από 1.000 events κάθε χρόνο σε 45 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα!	BRONZE
9. Ενότητα: Event of the Year			
Βραβεία	PUBLIC	ΒΡΑΒΕΙΑ ΒΙΒΛΙΟΥ PUBLIC	GOLD
	Δέσμη Εκδοτική Α.Ε.	Χρυσόι Σκούφοι	GOLD
	YARD	Ermis Awards 2014	GOLD
Πολιτιστική Εκδήλωση	Multitrab Productions	Athens Digital Arts Festival 2015	GOLD
Seasonal	Momentum Athens / McCann WorldGroup - Yard Events	Shell Event 90 Χρόνια στην Ελλάδα	GOLD
	Chapter 5	Coca-Cola Pop up Store Athens	SILVER
	Holmes Place & Communication Lab	Santa Run Athens 2015	SILVER
Εκδηλώσεις Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας - CSR	EY ZHN Live - Virtual - Digital	ΟΠΑΠ Διαδρομή προσφοράς BTL activation & ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΑΘΗΝΑΣ 2015	GOLD
	ΟΠΑΠ Α.Ε.	Ευχοστολίδια	SILVER
	ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)	SETE Tourism Crowdhackathon	BRONZE
	Newton - Cosmote	Απονομή Υποτροφιών Cosmote 2015	BRONZE
Μουσικές Εκδηλώσεις / Συναυλίες	Coca-Cola 3 Έψιλον	AMITA MOTION 10 Χρόνια Θετική Ενέργεια!	GOLD
	Didi Music	Rockwave Festival 2015	SILVER
Εκδήλωση Μόδας	H&M	H&M FLAGSHIP OPENING	GOLD
	Amuse Concept Events	Zoulias Fashion Show	BRONZE
Retail / In-store	Ομιλος FF Group	Folli Follie - Ermou New Concept Store - A Dream Come True	SILVER
	Amuse Concept Events	Cosmote Μαζί	BRONZE
Τουριστική Εκδήλωση	Poseidonion Grand Hotel - Travelworks Communications	Tweed Run Spetses	SILVER
	Celestyal Cruises	Θεματικές Εκδηλώσεις 2015	BRONZE
Εκδήλωση Γαστρονομίας	Alpha Bank	Dine Athens	SILVER
	Δέσμη Εκδοτική Α.Ε.	Ελλάδα, Γιορτή, Γεύσεις από το αθινόραμα	BRONZE
Εκπαιδευτική Εκδήλωση	Sales Promotion Center	Το Luna Park της Ανακύκλωσης	SILVER
	WIDE ANGLE PR & EVENTS	Εθνικός Τελικός YOUNG BUSINESS TALENTS	BRONZE
Αθλητική Εκδήλωση	Ελληνικός Ιππικός Όμιλος	EIO Events 2015 - Αγώνες Ιππασίας	BRONZE

Με εμάς
η ιδέα σας **υλοποιείται...**
και **βραβεύεται!**



Best use in
AV TECHNOLOGY / DESIGN
SAMSUNG Artistic Video Wall
ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ
HORECA 2015



Best
LIGHTING DESIGN
WELCOME COCKTAIL
DESIGN HOTELS
ARENA 2015

sound & visual 
κ.παπαθανασίου α.ε.

www.praktika.gr

ΕΝΟΤΗΤΑ 1. BEST BRAND / PRODUCT EVENTS

GOLD



EXPERIENTIAL MARKETING EVENT

YARD

Cosmote @Rockwave Festival 2015

H Cosmote κυριάρχησε στον χώρο του Terra Vibe στη συναυλία του Robbie Williams, τη 2η μέρα του Rockwave Festival, στις 20 Ιουνίου 2015, με ένα περίπτερο που έγινε σημείο αναφοράς. Με 200 τμ εμβαδόν, τεράστια γράμματα – μηνύματα στις πλευρές του και πρωτοποριακό βιομηχανικό σχεδιασμό, προσέλκυσε περισσότερους από 4.000 επισκέπτες, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα σε δύο ενέργειες: να δουν το πρόσωπό τους να μεταμορφώνεται σε ένα μοναδικό ψηφιακό art πορτρέτο ή να ανέβουν στα τραμπολίνο και να φτιάξουν το δικό τους slow motion video. Την πρωτότυπη δομή του περιπτέρου σχημάτιζε ο ίδιος ο τίπλος της ενέργειας, «Entertainment Fun Festival», με γράμματα ύψους τεσσάρων μέτρων. Σημάνσεις με ταμπέλες καθοδηγούσαν τους επισκέπτες στο εσωτερικό, ενώ τα 20 άτομα της ομάδας λειτουργίας φρόντιζαν για την ομαλή διεξαγωγή των δράσεων. Συνολικά, δημιουργήθηκαν 384 slow motion videos και έγιναν 2.333 εκτυπώσεις φωτογραφιών και 670 social shares on the spot.

SILVER



ALPHA BANK

The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015

Θέμα του TEDxAcademy 2015, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2015 στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, ήταν η Εξέλιξη, με έμφαση στους τομείς της Έρευνας, της Καινοτομίας και της Κοινωνίας. Η Alpha Bank, Strategic Partner του Συνεδρίου, συμμετείχε ως πρεσβευτής των πιο πρόσφατων εξελίξεων στον χώρο της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, υποστηρίζοντας μια αντίστοιχη αφήγηση «εξέλιξης» στις καθημερινές συναλλαγές. Με μήνυμα «The evolution of everyday banking», η ιδέα της εξέλιξης εικονογραφήθηκε με ένα καλειδοσκοπικό λουλουδί που «εξελισσεται» εντυπωσιακά σε πολλαπλές εφαρμογές, όπως branding και audiovisual υλικά, interactive games και επικοινωνία, προσκαλώντας το κοινό του συνεδρίου στο concert space της Τράπεζας, προκειμένου να δοκιμάσει μια σύντομη, απλή, διασκεδαστική και διαδραστική εμπειρία, βασισμένη στις νέες τεχνολογίες και υπηρεσίες της. Καθώς το 2015 αποτέλεσε χρονικό ορόσημο για την Alpha Bank, η χορηγία στο TEDxAcademy2015 ήταν ιδανική ευκαιρία για την παρουσίαση των νέων υπηρεσιών της. Στο concert και την υλοποίηση συμμετείχαν οι συνεργάτες της από τις εταιρείες Tribal WorldWide Athens και Magna.

SILVER



ONE TEAM AE

Pedigree & Whiskas γιορτάζουν την παγκόσμια ημέρα των ζώων

Με βάση τη φιλοσοφία της Mars που εστιάζει στη δημιουργία ενός καλύτερου κόσμου για τα κατοικίδια και με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα των Ζώων, τον Οκτώβριο του 2015, τα brands Pedigree και Whiskas της Mars Hellas διοργάνωσαν υπό την αιγίδα του Δήμου Αθηναίων και του Οργανισμού Πολιτισμού Αθλητισμού & Νεολαίας, διήμερο πρόγραμμα εκδηλώσεων ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού για την υπεύθυνη ιδιοκτησία κατοικίδιων, στην πλατεία Φιλικής Εταιρείας στο Κολωνάκι, με κεντρικό μήνυμα «Νοιάζομαι σημαίνει φροντίζω». Μουσική, διαγωνισμοί γνώσεων υπεύθυνης ιδιοκτησίας μέσω app, δράσεις για παιδιά, φωτογραφίες στα photo-panels της εκστρατείας και συζητήσεις με μέλη φιλοζωικών οργανώσεων πλαισίωσαν τη διοργάνωση, ενώ πραγματοποιήθηκε και μια ουσιαστική ενέργεια κοινωνικής προσφοράς, καθώς για κάθε επίσκεψη στο περίπτερο Pedigree και Whiskas, ένα επιπλέον δωρεάν γεύμα αφιερωνόταν από τη Mars στις ανάγκες φροντίδας των ζώων συντροφιάς χωρίς σπίτι της περιοχής του Δήμου Αθηναίων. Συνολικά, προσφέρθηκαν 2.200 δωρεάν γεύματα και δόθηκαν για υιοθεσία 20 κουτάβια και 3 γατάκια.

Where imagination comes on display

YARD

What's Up @Rockwave Festival 2015

Η 1η ημέρα του Rockwave Festival που πραγματοποιήθηκε στις 30 Μαΐου 2016, με περισσότερους από 30.000 fans των Black Keys να κατακλύζουν τον συναυλιακό χώρο Terra Vibe, βρήκε τη χορηγία του What's Up της Cosmote στο επίκεντρο της συναυλίας. Το branding που σχεδιάστηκε ήταν αυθεντικό και ξεχώρισε στο busy περιβάλλον του φεστιβάλ. Στην арένα, δύο διαφορετικές δραστηριότητες στήθηκαν σε στρατηγικά σημεία: η τέντα του What's Up φιλοξένησε διαδραστικό εργαστήριο που έδινε τη δυνατότητα στον επισκέπτη να δημιουργήσει το δικό του πανό για τη συναυλία, ενώ στο Infinity Booth, με 250 τμ καθρέφτη, το κοινό είχε την ευκαιρία να βιώσει μια δημιουργική ψευδαίσθηση και να βγάλει μια φωτογραφία με το αποτέλεσμα να εμφανίζεται όπως το ψυχεδελικό εξώφυλλο του τελευταίου album των Black Keys. Με την καθοδήγηση πέντε stencil artists δημιουργήθηκαν περισσότερα από 1.200 posters, πάνω από 1.500 φωτογραφίες τυπώθηκαν και ταξίδεψαν μέσω email, ενώ έγιναν 350 social shares on the spot.



REDS

Smart Park Smart Theater

Το Smart Theater είναι ένα φεστιβάλ παραστάσεων παιδικού θεάτρου, το οποίο διοργανώνει κάθε Απρίλιο το Εμπορικό Πάρκο Smart Park, σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο χωρητικότητας 200 ατόμων. Η εκδήλωση απευθύνεται στους νέους γονείς, που αποτελούν τον κορμό των επισκεπτών του Πάρκου και στοχεύει στο να εμπλουτίσει την εμπειρία της επίσκεψής τους. Κάθε χρόνο επιλέγονται τέσσερις ή πέντε παραστάσεις σε συνεργασία με επαγγελματίες του χώρου, αλλά και βάσει της απήχησης που είχαν, επιδιώκοντας να λειτουργήσει το Smart Park ως σημείο συνάντησης ποιοτικών παιδικών παραστάσεων με το κοινό τους. Επιπλέον, η εκδήλωση έχει και φιλανθρωπικό χαρακτήρα, καθώς τα έσοδα από τα εισιτήρια κόστους 4 ευρώ αποδόθηκαν εξ ολοκλήρου στον οργανισμό «Το Χαμόγελο του Παιδιού», το οποίο πραγματοποίησε και bazaar με τα προϊόντα του κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης. Για το 2015, τα εισιτήρια και για τις τέσσερις παραστάσεις εξαντλήθηκαν, ενώ τα έσοδα του οργανισμού για τα δύο χρόνια λειτουργίας του θεσμού έφτασαν τις 9.468 ευρώ.



COCA-COLA 3E

Amita Motion 10 Χρόνια Θετική Ενέργεια!

Το 2015, η Amita Motion γιόρτασε δέκα χρόνια Θετικής Ενέργειας, αναζητώντας τις δέκα πιο «Θετικές παρέες» από όλη την Ελλάδα, μέσα από ένα 360ο πλάνο ενεργειών που περιλάμβανε on line και off line «Positive Challenges» και μουσικές δράσεις. Με στόχο την περαιτέρω σύνδεση των νέων με τη μάρκα, η Amita Motion κάλεσε τους φίλους της να γιορτάσουν μαζί της με συναυλίες σε Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο Κρήτης και Αθήνα, όπου ο εορτασμός κορυφώθηκε με τη διοργάνωση της Ημέρας Θετικής Ενέργειας. Στις συναυλίες της Θεσσαλονίκης και του Ηρακλείου πραγματοποιήθηκαν off line challenges με τους συμμετέχοντες να διεκδικούν ταξίδια για την Αθήνα και εισιτήρια για την Ημέρα Θετικής Ενέργειας, η οποία έλαβε χώρα στις 11 Σεπτεμβρίου με τη συμμετοχή αγαπημένων καλλιτεχνών. Για πρώτη φορά στη σκηνή της Θετικής Ενέργειας εμφανίστηκε ο Σάκης Ρουβάς, ενώ η βραδιά κορυφώθηκε με τις δέκα πιο «Θετικές Παρέες» να ανεβαίνουν στο stage και να συμμετέχουν στο closing act του pop star.



BRAND EVENT

GOLD

COSMOTE- MAD What's Up Funlabs



Το 2014, το What's Up της Cosmote δημιούργησε τα What's Up Funlabs, μια σειρά από workshops που αποσκοπούν στη δημιουργική ψυχαγωγία των νέων, δίνοντάς τους την ευκαιρία να ανακαλύψουν καινούρια πράγματα για το αγαπημένο τους hobby. Το πρώτο workshop διοργανώθηκε τον Μάιο του 2014 με θέμα την EDM, ενώ τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους ακολούθησε το 2ο What's Up Funlab, ένα ανατρεπτικό Fit - Trip με τη σφραγίδα της Ελένης Πετρούλακη και δέκα ακόμη εμπειρων trainers. Το Fit - Trip μεταφέρθηκε και στη Θεσσαλονίκη για το 3ο What's Up Funlab, ενώ τον Απρίλιο του 2015, το 4ο What's Up Funlab προσέφερε στο νεανικό κοινό την πιο competitive gaming εμπειρία, ανάμεσα στο Pro Evolution και το Call of Duty, συγκεντρώνοντας πάνω από 1.800 συμμετοχές. Το 5ο What's Up Funlab είχε τίτλο Instafunlab και θέμα την φωτογραφία, με έμφαση στα social media, και πραγματοποιήθηκε τον Δεκέμβριο της ίδιας χρονιάς από καταξιωμένους φωτογράφους και bloggers.

GOLD

ΔΕΘ-HELEXPO ΑΕ Εργοστάσιο και Μουσείο Σοκολάτας



Το «Εργοστάσιο και Μουσείο Σοκολάτας» υλοποιήθηκε από τη δημιουργική ομάδα Dream Workers και είναι παραγωγή της ΔΕΘ-HELEXPO, του εθνικού φορέα διοργάνωσης εκθέσεων, συνεδρίων και εκδηλώσεων. Λειτουργήσει αρχικά στη Θεσσαλονίκη για επτά μήνες, ενώ τον Φεβρουάριο του 2016 ολοκλήρωσε την τετράμηνη λειτουργία του στην Αθήνα, έχοντας ως επόμενο σταθμό πόλεις του εξωτερικού. Η φιλοσοφία του σχεδιασμού του βασίστηκε σε ένα σύγχρονο μοντέλο ανάπτυξης δράσεων που συνδυάζουν ψυχαγωγία και εκπαίδευση, με κύριο στόχο την προσέλκυση κοινού από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Μοναδικό παράδειγμα-υπόδειγμα θεματικού πάρκου στο είδος του, σε διεθνές επίπεδο, ενίσχυσε την τουριστική υποδομή των πόλεων που το φιλοξένησαν και υποστήριξε άκρως πετυχημένα την προβολή εταιρειών και προϊόντων με διακριτικό τρόπο, δίκως να εμπορευματοποιείται η δράση. Ιδιαίτερα εντυπωσιακή ήταν η ανταπόκριση του κοινού: το Εργοστάσιο Σοκολάτας στη Θεσσαλονίκη δέχθηκε περισσότερους από 350.000 επισκέπτες σε διάρκεια έξι μηνών, ενώ στην Αθήνα πάνω από 500.000 άτομα πέρασαν τις πόρτες του μέσα σε διάστημα 105 ημερών.

SILVER

WEST AE Wind Run Greece



Έχοντας ως στόχο την ανανέωση της εικόνας της και τη δημιουργία περισσότερων σημείων επαφής με το κοινό, η Wind αποφάσισε να συνδέσει το όνομά της με το δρομικό κίνημα και την προώθηση ενός ενεργού τρόπου ζωής. Σε αυτό το πλαίσιο, στηρίζει τον θεσμό Run Greece που διοργανώνει ο ΣΕΓΑΣ, ως Επίσημος Χορηγός και Ονομαστικός Χορηγός των αγώνων δρόμου 5 και 10 χιλιομέτρων. Η εταιρεία καλύπτει όλα τα έξοδα και τις υλικές ανάγκες των δρομικών διοργανώσεων, ενώ για κάθε συμμετέχοντα προσφέρει ένα ποσό σε ίδρυμα για τα παιδιά, στην πόλη διεξαγωγής του αγώνα. Από την πλευρά της, η West AE σχεδιάζει, οργανώνει, συντονίζει και υλοποιεί για λογαριασμό της Wind τη δράση Run Greece και έχει υπό την ευθύνη της, μεταξύ άλλων, οργανωτικά ζητήματα, το branding, καθώς και τις τοπικές δράσεις του δικτύου retail της Wind. Συνολικά, περίπου 20.000 δρομείς δήλωσαν συμμετοχή στις διοργανώσεις του 2015, στους αγώνες 10 χλμ, 5 χλμ και Παιδιών.

Where imagination comes on display

MICROSOFT - ENZYME

Night of The Living Devs

To Night of the Living Devs είναι ένα διεθνές hackathon για φοιτητές, που διοργανώνεται από τη Microsoft σε 16 χώρες της Ευρώπης, στο πλαίσιο της οποίας, μέσα σε 24 ώρες, πενταμελείς ομάδες έπρεπε να δημιουργήσουν μια Windows εφαρμογή από το μηδέν. Περίπου 100 φοιτητές από διαφορετικά Πανεπιστήμια, ΤΕΙ και κολλέγια σχημάτισαν 23 ομάδες και δούλεψαν σερί 24 ώρες. Οι 87 από αυτούς άντεξαν μέχρι το τέλος και ανέπτυξαν 21 δημιουργικές και πρωτότυπες εφαρμογές. Η ομάδα που αναδείχθηκε νικήτρια εκπροσώπησε την Ελλάδα σε ευρωπαϊκό επίπεδο με την εφαρμογή DataVoice, κερδίζοντας τη 2η θέση στην Ευρώπη. Με την συνεργασία της Enzyme, η εμπειρία των συμμετεχόντων εμπλουτίστηκε με τη δημιουργία εντυπωσιακού σκηνικού με branding και σηματοδότηση στους χώρους της Microsoft, ενώ με την επιμέλεια ειδικευμένου make up artist, οι παρουσιαστές μεταμορφώθηκαν σε zombies και ενθάρρυναν τους συμμετέχοντες, που είχαν τη δυνατότητα να βγάλουν αναμνηστικές φωτογραφίες σε photobooth και να τις μοιραστούν ηλεκτρονικά με τους φίλους τους.



ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ -

PR Agency: Advocate Burson - Marsteller, Digital Agency: ISOBAR, Mosaic Production: Multitrab Productions, Event Production: XCubed, BTL: Frank & Fame

Athens Mosaic

Σε μια προσπάθεια να συνδεθεί η Heineken σε ένα βαθύτερο επίπεδο με το κοινό της, αναζητήθηκε μια μοντέρνα και δημιουργική ιδέα που θα αποτελούσε στο εξής αναπόσπαστο κομμάτι της πόλης. Αυτή ήταν το «Athens Mosaic», ένα μωσαϊκό φτιαγμένο από τους Αθηναίους για τους Αθηναίους. Στον πλαϊνό τοίχο του bar restaurant Gazi College στο Γκάζι, δημιουργήθηκε ένα μεγάλο art installation από χιλιάδες ψηφίδες, που η κάθε μια αντιστοιχεί και σε έναν Αθηναίο που γράφει πάνω της τι είναι αυτό που δεν θα άλλαζε με τίποτα στην Αθήνα. Τις ψηφίδες του «Athens Mosaic» έγραψαν περισσότεροι από 4.700 άνθρωποι online, αλλά και ιδιοχειρώς. Το ψηφιδωτό αποκαλύφθηκε από την Αντιδήμαρχο Αθηναίων, Αμαλία Ζέππου σε ένα μεγάλο πάρτι, παρουσία των δημιουργών των ψηφιδών, της καλλιτεχνικής κοινότητας της πόλης, εκπροσώπων του Δήμου και πλήθους κόσμου. Για τις ανάγκες του event στήθηκε μια μικρή «πράσινη πολιτεία» με αμίδες, φωτισμό, στολισμό με σημαϊάκια Heineken, μηχανισμούς σερβιρίσματος μπίρας και μουσική σκηνή.



ΟΜΙΛΟΣ FF GROUP

Converse Made by You Event

Έχοντας ως στόχο να υποστηρίξει την καμπάνια της σεζόν ΑΥΓ 2015 «Made by You», μια καμπάνια ορόσημο που τιμά τους fans της μάρκας που έχουν εκφράσει την προσωπικότητά τους μέσω των Chuck Taylor All Star για περίπου 100 χρόνια, η Converse στην Ελλάδα αναζήτησε αγαπημένα All Stars από δεκατέσσερις γνωστούς Αθηναίους και διοργάνωσε μια μοναδική συλλογή με τα φωτογραφικά πορτραίτα των παπουτσιών στο Blank Urban Space στο Γκάζι. Οι προσωπικότητες που παραχώρησαν τα αγαπημένα τους All Star ήταν οι Πάνος Μουζουράκης, Λυδία Παπαϊωάννου, Δημήτρης Μακαλιάς, Ρεγγίνα Κουρή, Κώστας Βογιατζής, Χρύσα Οικονομοπούλου, Βασίλης Καρύδης, Τομυ Κ, Υακού, Θοδωρής Χαριζάκης, Μυρτώ Κάζη, Άννα Πρέλεβιτς, Έλενα Παπασταύρου και Λεωνίδα Καλφαγιάννης. Η φωτογράφιση πραγματοποιήθηκε από τον Αποστόλη Κουκουσά στα πρότυπα της παγκόσμιας καμπάνιας, ενώ την ημέρα του event ο ίδιος φωτογράφος αποτύπωσε τα All Star των καλεσμένων στο ίδιο template, δημιουργώντας επιπόπου πορτρέτα Made by... «Them», τα οποία δόθηκαν ως ενθύμιο στους ιδιοκτήτες τους.



BRAND ACTIVATION & SALES PROMOTION

SILVER

COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ

(Σε συνεργασία με τις 4WiseMonkeys και Sales Promotion Center)
Cutty Sark Urban Adventures Tours

Στο πλαίσιο της 360 καμπάνιας «Urban Adventures», το Cutty Sark διοργάνωσε live interactive events στις πιο cool γειτονιές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. Για τα Urban Adventures tours by Cutty Sark, επιλέχθηκαν μοναδικές πορείες μέσα από διαφορετικές γειτονιές, ανάλογα με το ύφος του culture που ήταν σε πρώτο πλάνο στο website. Τα street tours πέρασαν μέσα από graffiti filled τοίχους, από μαγαζιά με spray, από μαγαζιά με ποδήλατα. Το indie μπήκε μέσα σε δισκάδικα, recording και tattoo studios, ενώ ο retro κόσμος οδήγησε σε second hand stores, barber shops και swing dancehalls. Παράλληλα, δημιουργήθηκε ένα urban μουσείο, αφού περισσότερα από 90 σημεία στην πόλη φέρουν πλέον το ταμπελάκι των Urban Adventures, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη on- & off-line εμπειρία. Μέσα από το live experience των Urban Adventures Tours, το Cutty Sark δεν έγινε απλά relevant στο κοινό-στόχο, αλλά ο «ξεναγός» του σε ό,τι πιο cool υπάρχει στην πόλη.



BRONZE

SHISEIDO / ΟΜΙΛΟΣ FF GROUP

Shiseido Experience Center Opening Event

Το Shiseido Experience Center αποτελεί μια exclusive εμπειρία ιστορίας, επιστήμης και ομορφιάς. Την Τρίτη 30 Σεπτεμβρίου 2014, ο επικεφαλής ερευνητής των εργαστηρίων κυτταρικής βιολογίας της Shiseido στην Ιαπωνία, Dr. Hosoi, παρευρέθηκε στο Shiseido Experience Center για την επίσημη παρουσίαση του Ultimune, ενός προϊόντος παγκόσμιας καινοτομίας. Ο Dr. Hosoi μοιράστηκε με εκλεκτούς καλεσμένους σημαντικές πληροφορίες για την επιστημονική ανακάλυψη που τον οδήγησε στη δημιουργία του πρωτοποριακού αυτού προϊόντος, απάντησε σε σχετικές ερωτήσεις και με συνεργάτες της εταιρείας συνόδευσε τους παρευρισκόμενους στην πρώτη τους περιήγηση στον χώρο. Οι καλεσμένοι έμαθαν ενδιαφέρουσες λεπτομέρειες και στοιχεία σχετικά με την ιστορία της Shiseido, τα βραβεία «νόμπελ» κοσμετολογίας που έχει λάβει στα 142 και πλέον χρόνια παρουσίας της στον χώρο της ομορφιάς, τις αξίες που διέπουν τη φιλοσοφία και τη λειτουργία της. Στην εκδήλωση παρευρέθησαν δημοσιογράφοι μεγάλων γυναικείων περιοδικών, beauty bloggers, φίλοι του brand, celebrities και τηλεοπτικές προσωπικότητες.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2. BEST IN MARKETING & COMMUNICATION

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ EVENT MARKETING / GUERILLA MARKETING / ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΣΤΑ MME

GOLD

COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ

(Σε συνεργασία με την 4WiseMonkeys)
Urban Ticket Hunt by Cutty Sark

Με αιχμή του δόρατος το urbanadventures.gr, το Cutty Sark λάνσαρε τη 360 καμπάνια «Urban Adventures», με βασικό επικοινωνιακό όχημα το #cuttypaizei και με σκοπό να αναδείξει τέσσερις διαφορετικές κουλτούρες που συνυπάρχουν στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη: τις street culture, indie culture, retro culture & dance culture. Στο πλαίσιο της διεξόδου της στον indie κόσμο, το Cutty Sark, χορήγησε το Ejekt festival. Πιστό στο πνεύμα των Urban Adventures, το Cutty Sark έβαλε τους ενδιαφερόμενους καθημερινά, για έναν ολόκληρο μήνα, να ξετριπώνουν free εισιτήρια του Ejekt λύνοντας γρίφους που μπορούσαν να βρουν στη FB σελίδα του Cutty Sark, αλλά και μέσω ραδιοφώνου. Έτσι, μετέτρεψε έναν «give away» διαγωνισμό σε interactive experience. Με αυτό το τόσο ζωντανό Urban Ticket Hunt, το οποίο ένωσε αρμονικά διαφορετικά ATL κανάλια επικοινωνίας (radio/digital), αλλά και πραγματικό BTL κινήγι στους δρόμους της Αθήνας, το Cutty Sark κατάφερε να δημιουργήσει μια Through the Line ενέργεια, προσφέροντας μια άκρως διαδραστική εμπειρία.



Where imagination comes on display

DIGITAL EXPERIENCE

ALPHA BANK

The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015

Θέμα του TEDxAcademy 2015, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2015 στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, ήταν η Εξέλιξη, με έμφαση στους τομείς της Έρευνας, της Καινοτομίας και της Κοινωνίας. Η Alpha Bank, Strategic Partner του Συνεδρίου, συμμετείχε ως πρεσβευτής των πιο πρόσφατων εξελίξεων στον χώρο της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, υποστηρίζοντας μια αντίστοιχη αφήγηση «εξέλιξης» στις καθημερινές συναλλαγές. Με μήνυμα «The evolution of everyday banking», η ιδέα της εξέλιξης εικονογραφήθηκε με ένα καλειδοσκοπικό λουλούδι που «εξελίσσεται» εντυπωσιακά σε πολλαπλές εφαρμογές, όπως branding και audiovisual υλικά, interactive games και επικοινωνία, προσκαλώντας το κοινό του συνεδρίου στο concept space της Τράπεζας, προκειμένου να δοκιμάσει μια σύντομη, απλή, διασκεδαστική και διαδραστική εμπειρία, βασισμένη στις νέες τεχνολογίες και υπηρεσίες της. Καθώς το 2015 αποτέλεσε χρονιά-ορόσημο για την Alpha Bank, η χορηγία στο TEDxAcademy2015 ήταν ιδανική ευκαιρία για την παρουσίαση των νέων υπηρεσιών της. Στο concept και την υλοποίηση συμμετείχαν οι συνεργάτες της από τις εταιρείες Tribal WorldWide Athens και Magna.

GOLD



DESIGN / BRANDING

ALPHA BANK

The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015

Θέμα του TEDxAcademy 2015, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2015 στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, ήταν η Εξέλιξη, με έμφαση στους τομείς της Έρευνας, της Καινοτομίας και της Κοινωνίας. Η Alpha Bank, Strategic Partner του Συνεδρίου, συμμετείχε ως πρεσβευτής των πιο πρόσφατων εξελίξεων στον χώρο της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, υποστηρίζοντας μια αντίστοιχη αφήγηση «εξέλιξης» στις καθημερινές συναλλαγές. Με μήνυμα «The evolution of everyday banking», η ιδέα της εξέλιξης εικονογραφήθηκε με ένα καλειδοσκοπικό λουλούδι που «εξελίσσεται» εντυπωσιακά σε πολλαπλές εφαρμογές, όπως branding και audiovisual υλικά, interactive games και επικοινωνία, προσκαλώντας το κοινό του συνεδρίου στο concept space της Τράπεζας, προκειμένου να δοκιμάσει μια σύντομη, απλή, διασκεδαστική και διαδραστική εμπειρία, βασισμένη στις νέες τεχνολογίες και υπηρεσίες της. Καθώς το 2015 αποτέλεσε χρονιά-ορόσημο για την Alpha Bank, η χορηγία στο TEDxAcademy2015 ήταν ιδανική ευκαιρία για την παρουσίαση των νέων υπηρεσιών της. Στο concept και την υλοποίηση συμμετείχαν οι συνεργάτες της από τις εταιρείες Tribal WorldWide Athens και Magna.

GOLD



YARD

Glow Magazine Pop Up Store

Με αφορμή τον εορτασμό των 100 πρώτων τευχών του, το περιοδικό Glow δημιούργησε ένα pop up store για καλό σκοπό στη Θεσσαλονίκη, τον Δεκέμβριο του 2014, με διάρκεια ένα μήνα. Στόχος ήταν ο σχεδιασμός ενός pop up καταστήματος με ιδιαίτερο χαρακτήρα, καθαρότητα, όπως και το στήσιμο του περιοδικού, απλότητα, όπως και οι άνθρωποι που δουλεύουν σε αυτό, elegance, όπως το περιεχόμενό του και οικονομικό, όσο και η free press λογική του. Ένα καθημερινό υλικό οικοδομών, αυτό του κλασικού πλαστικού υδραυλικού σωλήνα, έγινε το βασικό στοιχείο στον χώρο, ντύνοντας όλες τις όψεις και τις βασικές interior δομές, ενώ σχεδιάστηκαν πρωτότυπα έπιπλα πολλαπλών χρήσεων. Έμφαση δόθηκε στον τόχο με τα 100 πρώτα τεύχη και το κατάστημα με τα αντικείμενα ελλήνων σχεδιαστών, που πουλήθηκαν για την ενίσχυση του ΜΚΟ Μέλισσα. Η εξωτερική όψη με βιτρίνα, οθόνη για να εναλλάσσει το πρόγραμμα των δράσεων και θέση για χορηγίες που άλλαζε κάθε βδομάδα, αποτέλεσε την τελική πινελιά στην εικόνα.

GOLD



ΚΑΜΠΑΝΙΑ INTEGRATED MARKETING

GOLD



**ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ - DIXONS SOUTH-EAST EUROPE
ΑΕΒΕ**, με συντελεστές Gravity The Newtons, McCann Athens
- Momentum Worldwide, MullenLowe Athens και Yard
65 χρόνια Κωτσόβολος, Φεστιβάλ «Ταξίδι στην Τεχνολογία»

Το φεστιβάλ «Ταξίδι στην τεχνολογία» πραγματοποιήθηκε τον Νοέμβριο του 2015, με αφορμή τον εορτασμό των 65 χρόνων της Κωτσόβολος. Σε αυτό το πλαίσιο, παρουσιάστηκε με στοχευμένες ενέργειες το brand μέσα στο πέρασμα των δεκαετιών σε δύο αιώνες, αναδεικνύοντας την τάση της εταιρείας να πρωτοστατεί στην εξέλιξη, φροντίζοντας να κάνει την τεχνολογία της κάθε εποχής προσιτή στο κοινό. Βασικός άξονας ήταν η δημιουργία μιας έκθεσης τεχνολογίας, ενός πρωτοποριακού «μουσείου» με δωρεάν είσοδο, το οποίο παρουσίαζε το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών, με live demo προϊόντων και των τριών περιόδων, tailor-made δράσεις και μοναδικές εμπειρίες που ενισχύουν το brand. Το «Φεστιβάλ τεχνολογίας» συμπληρώθηκε με μία σειρά ενεργειών ευρείας γκάμας, όπως «Μουσική και τεχνολογία», «Μόδα και τεχνολογία», «Παιχνίδια και τεχνολογία», «Μαγειρική και τεχνολογία» και «Παιδιά και τεχνολογία» και πλαισιώθηκε από συνεργασίες με διάσημες προσωπικότητες και καταξιωμένες εταιρείες.

SILVER



ONE TEAM AE

**«Μασάμε για Καλό» Παρέα με την Orbit & Βοηθάμε Ενεργά
τα Παιδικά Χωριά SOS**

Σύμφωνα με το όραμα της Mars Hellas και του brand Orbit για την προώθηση των σωστών πρακτικών στοματικής υγιεινής και με αφορμή τον επίσης εορτασμό της Παγκόσμιας Ημέρας Στοματικής Υγείας, υλοποιήθηκε η ελληνική προσαρμογή του παγκόσμιου προγράμματος «Chew for change» της Orbit. Στο πλαίσιο αυτό, εφαρμόστηκε ένα πρωτοποριακό integrated marketing πρόγραμμα με τίτλο «Μασάμε για καλό», σε συνεργασία με τα Παιδικά Χωριά SOS, με στόχο την κάλυψη των εξόδων που σχετίζονται με οδοντιατρικούς ελέγχους και εργασίες για παιδιά και εφήβους που υποστηρίζει ο οργανισμός. Συγκεκριμένα, από την πώληση κάθε πακέτου τσίχλας Orbit, 0,05 ευρώ ανά πακέτο συγκεντρώνονταν για τα Παιδικά Χωριά SOS. Για την επικοινωνία του προγράμματος πραγματοποιήθηκαν πολλές διαφορετικές ενέργειες ταυτόχρονα, ενώ η δράση προωθήθηκε και μέσω τριών επώνυμων «πρεσβευτών», των Κατερίνα Καραβάτου, Γιώργο Σατσιόη και Ναταλία Δραγουμή. Το πρόγραμμα κορυφώθηκε με εκδήλωση στη Βάρη, όπου η Orbit βρέθηκε δίπλα στα παιδιά και τους εφήβους που ζουν μόνιμα στα Παιδικά Χωριά SOS.

GOLD



EVENT SERIES / BRAND CONSISTENCY

**ADVOCATE / BURSON - MARSTELLER,
INTERNATIONAL CONCEPT: GOLIN HARRIS**
Johnnie Walker Black Label - Fabric of Flavour

Το Johnnie Walker Black Label συνεργάστηκε με τον θρυλικό οίκο μόδας Harris Tweed Hebrides, δημιουργώντας το πρώτο ύφασμα στον κόσμο εμποσιμένο με άρωμα εμπνευσμένο από ούισκι. Το «Fabric of Flavour» δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της καμπάνιας Pioneer With Flavour, η οποία αναπτύχθηκε στην Ελλάδα με επίκεντρο τους πέντε ambassadors του προγράμματος. Με έμπνευση από την καρδιά του whisky, τα δημητριακά, ο Άγγελος Μπράτης σχεδίασε ένα σύνολο χρησιμοποιώντας το Fabric of Flavour, το οποίο παρουσιάστηκε σε επίδειξη που διοργανώθηκε από το Johnnie Walker, παρουσία του καλλιτεχνικού διευθυντή του οίκου Harris Tweed, Mark Hogarth. Η Ελένη Ψυχούλη συνέβαλε στη δημιουργία ενός super premium media & stakeholder whisky dinner με πιάτα σχεδιασμένα να αναδείξουν τις γεύσεις του Johnnie Walker Black Label, ενώ οι φοιτητές του Fashion Workshop by Vicky Kaya παρακολούθησαν workshop από τον Άγγελο Μπράτη. Ο Άγγελος Διρχαλίδης δημιούργησε το Signature Cocktail της καμπάνιας, ενώ ο Κωνσταντίνος Ρήγος φωτογράφησε την Βίκυ Καγιά για τις ανάγκες της εκστρατείας.

Where imagination comes on display

AMUSE CONCEPT EVENTS

Cosmote Μαζί

Με μόντο «Καλύτερα Μαζί», το πρόγραμμα Εγκαίνιων Cosmote –«Μαζί» διοργανώθηκε τον Νοέμβριο του 2015 και στο πλαίσιό του πραγματοποιήθηκαν εορταστικά events επί 35 ημέρες, σε 22 καταστήματα σε 10 πόλεις ανά την Ελλάδα. Απώτερος στόχος, η επικοινωνιακή ενίσχυση της ένωσης των OTE-Cosmote και η ενημέρωση του κοινού σχετικά με το πώς επωφελείται από αυτή. Τα καταστήματα διακοσμήθηκαν στα νέα χρώματα του brand, ενώ έξω από αυτά, επαγγελματίες χορευτές ντυμένοι με Cosmote Μαζί «double» μπλούζα δύο ατόμων, συνέθεταν ένα εντυπωσιακό flash mob, υπογραμμίζοντας την έννοια του «Μαζί». Promoters, roller skate promoters, promoter-jugglers, promoters με Segway, ολοκλήρωναν το εορταστικό ύφος. Επίσης, οι προωθητικές ομάδες παρακινούσαν τον κόσμο να κάνει check in σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για να κερδίσει δώρα. Οι συμμετοχές ξεπέρασαν τις 75.000 και δόθηκαν 15.000 δώρα. Με περίπου 250 άτομα promo και επόπτες, πάνω από 195.000 φυλλάδια διανεμήθηκαν και παρουσιάστηκε αύξηση των αγορών λόγω των δωροεπιταγών που μοιράστηκαν.

CELESTYAL CRUISES

Θεματικές Εκδηλώσεις 2015

Με στόχο τη διάδοση της αυθεντικής ελληνικής εμπειρίας εν πλω στους επιβάτες της, η Celestyal Cruises παρουσίασε το 2010 τον θεσμό των θεματικών εκδηλώσεων, οι οποίες έτυχαν ενθουσιώδους ανταπόκρισης από το κοινό. Σε αυτό το πλαίσιο, το 2015 υλοποιήθηκαν 83 διαφορετικά θεματικά events σε τέσσερις στρατηγικούς πυλώνες: ελληνικό προορισμό, ελληνικός πολιτισμός, ελληνική διασκέδαση και ελληνική γαστρονομία. Στον πυλώνα του πολιτισμού, διοργανώθηκαν, μεταξύ άλλων μουσικοχορευτικές παραστάσεις με το Λύκειο των Ελληνίδων, θεατρικές παραστάσεις με θέμα τον Θησέα και την Αριάδνη και διαδραστικές παρουσιάσεις Αρχαιολογίας, ενώ στον άξονα της διασκέδασης πραγματοποιήθηκαν συναυλίες δημοφιλών καλλιτεχνών, θεατρικές παραστάσεις και DJ sets. Όσον αφορά τη γαστρονομία, σχεδιάστηκαν εκδηλώσεις οινογνωσίας και μαγειρικής, αλλά και ειδικές εκδηλώσεις με επίκεντρο ελληνικά προϊόντα, σε συνεργασία με καταξιωμένες προσωπικότητες και εταιρείες του χώρου. Καθώς τα θεματικά events συνδέονται με τους εκάστοτε προορισμούς, ο πρώτος πυλώνας αναδεικνύεται σε όλο το φάσμα τους. Χάρη στην επιτυχία του, το concept αναβαθμίζεται για το 2016 μετατρέποντας τις θεματικές εκδηλώσεις σε θεματικές κρουαζιέρες.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3. BEST CORPORATE EVENTS

ΕΓΚΑΙΝΙΑ

EY ZHN LIVE - VIRTUAL - DIGITAL, SOLID

Καταστήματα Collective του Ομίλου Folli Follie στο Κολωνάκι & Ν. Ψυχικό

Έχοντας ως στόχο τη δημιουργία awareness για το brand Collective του Ομίλου Folli Follie και το άνοιγμα των νέων καταστημάτων στο Κολωνάκι και το Νέο Ψυχικό, οι εκδηλώσεις των εγκαίνιων που διοργανώθηκαν τον Νοέμβριο του 2014 δημιούργησαν traffic, αποτελώντας αφορμή για online exposure. Για τις ανάγκες των event, δημιουργήθηκαν έξι outfit από τη συλλογή των καταστημάτων, σχεδιάστηκαν ειδικά προσωπεία με ιδιαίτερους συμβολισμούς που συνδέονταν με τα ρούχα, ενώ επαγγελματίες χορευτές ντυμένοι με τα επιλεγμένα outfit πήραν θέση στη βιτρίνα και ζωντάνευαν μπροστά στους περαστικούς σε ένα performance show. Στη συνέχεια, ένα εντυπωσιακό street catwalk στους δρόμους της περιοχής έγινε το επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Ειδικές προσκλήσεις μοιράστηκαν στο κοινό για να δημιουργήσουν επισκεψιμότητα εντός των καταστημάτων, με κίνητρο ειδική έκπτωση για εκείνη την ημέρα, ενώ instant φωτογραφίες μοιράστηκαν από προωθητές που υποδύονταν τους παπαράτσι. Στα εγκαίνια παρευρέθηκαν opinion formers και influences, όπως οι Μπέτυ Μαγγίρα, Μαρία Μπεκατώρου και Αλεξάνδρα Κατσαίτη.



SEASONAL / ANNIVERSARY



MOMENTUM ATHENS / McCANN WORLD-GROUP - YARD EVENTS

Shell Event 90 Χρόνια στην Ελλάδα

Με αφορμή την επέτειο των 90 χρόνων παρουσίας του σήματός της στην Ελλάδα, η Shell διοργάνωσε τον Φεβρουάριο μια ειδική εκδήλωση στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, στην αίθουσα Τριάντη. Αντί να αποτυπώσει την πλούσια ιστορία της σε ένα βίντεο αναδρομή στο παρελθόν, για πρώτη φορά στην Ελλάδα παρουσιάστηκε ένα θεατρικό θέμα με επιθεωρησιακά στοιχεία, μέσα από το οποίο αναβίωσαν όλες οι ιστορίες της Shell από το 1926. Κεντρικός άξονας ήταν μια αντλία, η οποία υποστήριξε το concept ήδη από την πρόσκληση για το event και λειτούργησε ως άλλος παρουσιαστής των ιστοριών που έπαιρναν σταδιακά ζωή πάνω στη σκηνή. Έξι ηθοποιοί και τρεις τραγουδιστές ζωντάνεψαν σε δεκαέξι σύντομες σκηνές στιγμές από την ιστορία της εταιρείας, ξεκινώντας από το 1926 και φτάνοντας μέχρι το μέλλον. Με αυτόν τον τρόπο, μια συνηθισμένη εκδήλωση μετατράπηκε σε μια ξεχωριστή βραδιά, κερδίζοντας τις εντυπώσεις τόσο των υπαλλήλων και συνεργατών της Shell, όσο και των δημοσιογράφων και opinion leaders.



ALL ABOUT EVENTS

SKF Hellas - 90 Years Celebration Event

Ένα anniversary event για τον εορτασμό των 90 χρόνων της SKF στην Ελλάδα, που τα είχε όλα: έξυπνο σχεδιασμό concept, πρωτότυπο και αποτελεσματικό branding, εμπνευσμένη και καινοτόμα διακόσμηση, συνεχόμενη ροή, εκπλήξεις και show και όλα αυτά σ' έναν απολύτως εναρμονισμένο με το προϊόν της εταιρείας χώρο, σε μία από τις πιο industrial περιοχές της Αθήνας, τη Λεωφόρο Αθηνών. Η All About Events σχεδίασε από την αρχή το concept του event βασισμένο στο κατεξοχήν αντικείμενο της SKF, το ρουλεμάν, στην ιστορία, στις αρχές και στο όραμα της εταιρείας: «Rotating knowledge – Rolling to success» ήταν το motto που πλαισίωσε επικοινωνιακά το event και έδωσε τον παλμό της επιτυχίας. Το event σχεδιάστηκε αποκλειστικά και όλο από την αρχή: Εύρεση χώρου και σχεδιασμός set-up, event branding και σχεδιασμός λογοτύπου της εκδήλωσης, σχεδιασμός και παραγωγή οπτικοακουστικών και ειδικού φωτισμού, παραγωγή intro-mood και post-event videos, custom made διακόσμηση και δώρα καλεσμένων, σχεδιασμός ροής εκδήλωσης και παρουσιάσεων ομιλητών, σχεδιασμός tailor-made dancing show και διαχείριση λίστας καλεσμένων.



ANTHINGS

85 Χρόνια Vichy

Με αφορμή τον εορτασμό των 85 χρόνων της, η Vichy παρουσίασε στα στελέχη της τη στρατηγική της για το 2016, σε ένα επετειακό event τον Φεβρουάριο του 2016, στο Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας. Το concept «Το ταξίδι συνεχίζεται, 85 χρόνια Vichy» εφαρμόστηκε σε όλες τις πτυχές της εκδήλωσης, ενώ το venue έδωσε την αφορμή να ξεκινήσει η παρουσίαση από την Αίθουσα Ορυκτών και Πετρωμάτων, όπου οι προσκεκλημένοι ξεναγήθηκαν στον κόσμο των πετρωμάτων και του ιαματικού νερού. Ιστορικές φωτογραφίες από τις ιαματικές πηγές Lucas από το 1931 και η παρουσίαση του δημιουργού Dr Haller αποτέλεσαν τον κορμό της έκθεσης, ενώ η βραδιά συνεχίστηκε στο Αίθριο του Γαΐα. Χάρη στον φωτισμό και τα ηχητικά εφέ, δημιουργήθηκε η αίσθηση του ταξιδιού του νερού από τη φύση στα προϊόντα της Vichy, ενώ το εορταστικό κλίμα συμπληρώθηκε με την κοπή της τούρτας και τα μοριακά ποτά που προσφέρθηκαν, εμπνευσμένα από τους ατμούς των ιαματικών πηγών.

Where imagination comes on display

McARTHURGLEN DESIGNER OUTLET ATHENS

Black Friday

Την Παρασκευή 27 Νοεμβρίου 2015, το εκπαιδευτικό χωριό McArthurGlen γιόρτασε για πρώτη φορά στην Ελλάδα το Black Friday, την ημέρα με τις μεγαλύτερες προσφορές όλου του χρόνου. Η πολύ γνωστή «γιορτή των μεγάλων προσφορών» του εξωτερικού ήρθε αποκλειστικά στο εκπαιδευτικό χωριό, προσελκύοντας από το πρωί χιλιάδες επισκέπτες, οι οποίοι περίμεναν να ανοίξουν τα καταστήματα για να αποκτήσουν αγαπημένα τους designer brands σε μοναδικές τιμές. Εντυπωσιακές ήταν οι ουρές στα ταμεία, οι οποίες θύμισαν εικόνες του εξωτερικού. Πρόκειται για μια πολύ σημαντική και καινοτόμα πρωτοβουλία του εκπαιδευτικού χωριού, η οποία τόνωσε την αγορά και προσέφερε παράλληλα μια μοναδική shopping εμπειρία στο κοινό που το επισκέφθηκε. Πρόκειται για το πιο επιτυχημένο promo event των τελευταίων πέντε χρόνων από την ίδρυση του McArthurGlen Designer Outlet Athens.

ΕΤΑΙΡΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

SPICY COMMUNICATION AE

Εμπορικό Συνέδριο Wind 2015

Το εμπορικό συνέδριο της Wind με τίτλο «Commercial Day 2015» φιλοξενήθηκε στον χώρο Gazarte στο Γκάζι, τον Φεβρουάριο του 2015, με προσκεκλημένους όλα τα στελέχη του Εμπορικού Τμήματος και βασική ιδέα να ενισχυθεί η έννοια της ομάδας μεταξύ των εργαζόμενων και ο κοινός σκοπός τους, ο πελάτης. Προκειμένου να επικοινωνηθούν με διασκεδαστικό, αλλά σαφή τρόπο οι στόχοι του συνεδρίου, συνδυάζοντας επιπλέον στοιχεία, όπως το blend των εργαζόμενων, επελέγη η μέθοδος του role playing. Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση του συνεδρίου βασίστηκε στο concept της μουσικής και της λειτουργίας μιας ορχήστρας. Με τον πελάτη σε ρόλο μάστρου και τα στελέχη της Wind σε ρόλο μουσικών, αναδείχθηκε η σημασία του πελάτη. Στοιχεία, όπως, μεταξύ άλλων, το ίδιο το venue και η οργάνωση των τραπεζιών, ο σχεδιασμός των παρουσιάσεων, το televoting παιχνίδι γνώσεων, αλλά και το πρωτότυπο live music experience που είχε οργανωθεί ενίσχυσαν το concept, υπηρετώντας αποτελεσματικά τους στόχους του συνεδρίου.

WEST AE

Wind Commercial Conference 2016

Για τον σχεδιασμό του εμπορικού της συνεδρίου για το 2016, η Wind ζήτησε από την West AE μια διαφορετική ιδέα, πέρα από τα συνηθισμένα. Το concept βασίστηκε στο γεγονός ότι όλα τα διαφορετικά τμήματα και συνεργάτες της Wind εργάζονται για ένα κοινό αποτέλεσμα και αυτό είναι η ικανοποίηση του πελάτη. Σε αυτή τη λογική, η κοινή προσπάθεια παρομοιάστηκε με τη μαγειρική και την προετοιμασία ενός μενού σε εστιατόριο. Με βασικό μήνυμα το «ΜεΝου στον Πελάτη» και παρουσιαστή τον Έκτορα Botrini, διοργανώθηκε στο Κτήμα Jockey ένα διαδραστικό συνέδριο ιδανικό για τη δημιουργία ομαδικού πνεύματος. Ο Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας προσαρμόσε την ομιλία του έτσι ώστε να περιέχει όρους μαγειρικής για να δημιουργηθεί μια «γέφυρα» και οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να κάνουν εκείνοι τις παρουσιάσεις, χρησιμοποιώντας όρους μαγειρικής. Μετά από μια ευφάνταστη θεατρική εισαγωγή, πραγματοποιήθηκαν οι παρουσιάσεις, ενώ στη συνέχεια οι ομάδες έλαβαν μέρος σε πρωτότυπες team building activities και έφυγαν με αναμνηστικά δώρα.

BRONZE



GOLD



SILVER



BRONZE



MOMENTUM - McCANN WORLDGROUP

**Ευρωπαϊκή Πίστη: «Η ανάπτυξη είναι στη φύση μας»
Ετήσιο Συνέδριο**

Με αφορμή τη συμπλήρωση 38 ετών επιτυχημένης λειτουργίας, η Ευρωπαϊκή Πίστη αποφάσισε να διοργανώσει ένα Συνέδριο την Τρίτη, 3 Νοεμβρίου 2015 στην αίθουσα Λαμπράκη στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών. Η θεματολογία του συνεδρίου αφορούσε στην παρουσίαση του οράματος και του μέλλοντος της εταιρίας, βάσει όλων των αποτελεσμάτων που έχουν καταφέρει οι άνθρωποί της όλα αυτά τα χρόνια, αλλά και μέσα από την παρουσίαση των νέων της προγραμμάτων. Όραμα της εταιρείας είναι κάθε ένας από το Δίκτυο Πωλήσεων της, αλλά και κάθε υπάλληλος να συμβάλει προσωπικά στην εδραίωση και ανάπτυξη της, βελτιώνοντας παράλληλα την ποιότητα της ζωής του και την προσωπική του ευημερία. Με την ιδέα «Η ανάπτυξη είναι στη φύση μας», κεντρικό εικαστικό ήταν ένα ψηφιακό δέντρο, όπου όλο το Δίκτυο Πωλήσεων και το προσωπικό της εταιρείας αποτελεί και από ένα κλαδάκι, ενώ οι αξίες της εταιρίας συνθέτουν τον κορμό του δέντρου αυτού. Το Συνέδριο ξεκίνησε με ένα εντυπωσιακό 3D projection mapping, συνεχίστηκε με videos που παρεμβάλλονταν στις ομιλίες, ενώ το παρακολούθησαν 1.900 παρευρισκόμενοι.

TEAM BUILDING

SILVER



AMUSE CONCEPT EVENTS

POP «G of Thrones»

Το POP (Power On People) είναι ο θεσμός που εφάρμοσε η διοίκηση του δικτύου καταστημάτων Γερμανός με σκοπό τη σύσφιξη σχέσεων των συνεργατών από όλη την Ελλάδα. Το POP 2014 – G of Thrones, (το G της Γερμανός) διοργανώθηκε τον Νοέμβριο του 2014 από την Amuse με βασικό ζητούμενο τη διαφοροποίηση του event, με τη δημιουργία νέων και ευφάνταστων παιχνιδιών και τη μοναδική εμπειρία των συμμετεχόντων. Σε αυτή τη λογική, δημιουργήθηκε ένα θεματικό project με δικό του λεξιλόγιο, δικές του ορολογίες και καινούρια παιχνίδια, με σκηνικά και εικαστικά εμπνευσμένα από τον Μεσαίωνα, δημιουργώντας την αίσθηση ενός θεματικού πάρκου. Η ιδέα είχε να κάνει με τη διαδικασία της απόδρασης του εκάστοτε βασιλείου μέσα από συνεχόμενες δοκιμασίες, έως την τελική μάχη με τον τεράστιο δράκο και την απόκτηση του χαμένου θρόνου. Οι δράσεις ήταν δομημένες στη βάση της ομαδικότητας και του πάθους, προσφέροντας μια ξεχωριστή εμπειρία στους συμμετέχοντες και αναδεικνύοντας τις αξίες της εταιρείας.

ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

SILVER



YARD

Marlboro Advance Blue Brand Series

Το συνέδριο πωλήσεων Marlboro Advance Blue υλοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2016 στο Πειραιώς Academy και φιλοξένησε πάνω από 700 εργαζομένους και συνεργάτες του δικτύου πωλήσεων της Papastratos. Στόχος της εκδήλωσης ήταν το λανσάρισμα της νέας τεχνολογίας των τσιγάρων Marlboro Advance Blue και η γνωριμία με το προϊόν. Στο πλαίσιο αυτό, επιδίωχθηκε η διοργάνωση ενός απόλυτα τεχνολογικού event που θα έβαζε τον επισκέπτη κατευθείαν στη λογική του μέλλοντος. Εκατοντάδες μέτρα led stripe και θόνες led μεταμόρφωσαν τον χώρο, ενώ σχεδιάστηκε μια σειρά από δράσεις. Μπαίνοντας στο venue, οι καλεσμένοι πήραν αξεσουάρ με led στοιχεία και έκαναν teaser φωτογράφιση σε photobooth. Το main event ξεκίνησε με εντυπωσιακό χορευτικό θέαμα, ενώ οι παρουσιάσεις έγιναν με ολογραμματικές προβολές. Το προϊόν αποκαλύφθηκε με ένα μουσικό battle που αντιπροσώπευε τη μάχη του παρόντος με το μέλλον. Η εκδήλωση ολοκληρώθηκε με πασαρέλα από μοντέλα που φορούσαν δημιουργίες κεντημένες με led τεχνολογία από την σχεδιάστρια Digitaria και έδωσαν στο κοινό να δοκιμάσει το προϊόν.

Where imagination comes on display

KICK-OFFS ΠΩΛΗΣΕΩΝ / MARKETING

YARD

NN Sales Meeting 2015

Ένα συνέδριο-σταθμός στην ιστορία της ασφαλιστικής εταιρείας που άλλαξε την ταυτότητα και το όνομά της από ING σε NN πραγματοποιήθηκε τον Απρίλιο του 2015 στο Μέγαρο Μουσικής, παρουσιάζοντας για πρώτη φορά στους 700 αντιπροσώπους της σε όλη την Ελλάδα τα σχέδιά της για το μέλλον. Η ίδια η αλλαγή έγινε έμπνευση για το event. Ένα απόλυτα ING περιβάλλον υποδέχθηκε τους προσκεκλημένους, ενώ η ανατροπή ήρθε σταδιακά, σε μια πολυεπίπεδη εκδήλωση που επικοινωνήσε με σαφήνεια τα μεγάλα νέα. Μέσα από πρωτότυπα δράματα, οι σύνεδροι εκτέθηκαν στις νέες αξίες του brand, παίρνοντας μάλιστα μέρος. Το σκηνικό ήταν πολυμορφικό και άλλαξε συνολικά δέκα φορές, ενώ στην κορύφωση του event, μεταμορφώθηκε ολοκληρωτικά: το νέο λογότυπο αναδύθηκε φωτισμένο μέσα σε μία βροχή από γκλίτερ και σε περιβάλλον μεγάλης συναισθηματικής φόρτισης. Η διοργάνωση ολοκληρώθηκε με party στο αίθριο του Μεγάρου, όπου όλο το υπάρχον branding είχε αντικατασταθεί από τις νέες εικόνες της NN.

ENZYME

HP WOW_ #WelcometoOurWorld

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης των σχέσεων της HP με retailers (αλυσίδες καταστημάτων τεχνολογίας), οργανώθηκε τον Ιανουάριο του 2015 εκδήλωση λανσαρίσματος και παρουσίασης των νέων προϊόντων και τεχνολογιών της HP στην ελληνική αγορά. Με στόχο την προσέλκυση συμμετεχόντων, δημιουργήθηκε μια online video πρόσκληση που λειτουργήσε σαν teaser και δημιούργησε προσμονή για το event, ενώ ως venue επιλέχθηκε ο πολυχώρος του Tin Pan Alley, στους Ψυρρή, προκειμένου να αποφευχθεί η στερεοτυπική ατμόσφαιρα ενός ξενοδοχείου ή ενός συνεδριακού κέντρου. Ο εναλλακτικός και καλλιτεχνικός χαρακτήρας του συνέβαλε στη διαμόρφωση του ιδανικού κλίματος, ενώ αξιοποιήθηκαν και τα προηγμένα συστήματα προβολής 3D mapping που διαθέτει, για μια εντυπωσιακή -WOW- παρουσίαση, που ανέδειξε τις 3D τεχνολογίες που παρουσιάστηκαν. Το event συμπλήρωσε ο ειδικός χώρος επίδειξης, όπου οι καλεσμένοι μπόρεσαν να αποκτήσουν προσωπική εμπειρία και άποψη για τις καινοτομίες της HP. Η εκδήλωση πλαισιώθηκε από πρόγραμμα stand up comedy από τον Σίλα Σεραφείμ και ολοκληρώθηκε με cocktail party και giveaway.

ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΤΥΠΟΥ / MEDIA

YARD

Nike Women Club Launch

Για τη Nike, το 2015 ήταν αφιερωμένο στις γυναίκες, αλλά και η χρονιά που το Nike Women Club έγινε πραγματικότητα. Για το λανσαρίσμά του πραγματοποιήθηκε ένα ξεχωριστό event στις 6 Απριλίου 2015, στον χώρο εκδηλώσεων Acro στην Ιερά Οδό, με προσκεκλημένες πενήντα από τις πιο αφοσιωμένες πρέσβειρες του brand στην Ελλάδα (bloggers, εκπρόσωποι των media και social media influencers) και στόχο να βιώσουν μία διαφορετική προπόνηση και να μάθουν τα πάντα για τη νέα εφαρμογή N+TC. Το venue διαμορφώθηκε σε έναν μοντέρνο πολυχώρο, προσεχτικά σχεδιασμένο για να υπηρετεί το υψηλών προδιαγραφών design του brand και τις λειτουργικές ανάγκες της εμπειρίας των καλεσμένων. Τα μέλη του club είχαν την ευκαιρία να πάρουν μέρος σε προπόνηση cross-training, να δουν όλα τα νέα προϊόντα της Nike μέσα από δημιουργικά installations, να ζήσουν την εμπειρία του bra fitting και φυσικά να φωτογραφηθούν στο πρωτότυπο photobooth, που έγινε άμεσα το πιο hot σημείο του event και share στα social media.



2016 EVENT AWARDS

BRONZE

YARD

XBOX One Press Tour

Η παρουσίαση της νέας κονσόλας XBOX One από τη Microsoft στα ελληνικά media πραγματοποιήθηκε τον Νοεμβρίου του 2014 με τον πιο ευρηματικό τρόπο, παρουσία 40 δημοσιογράφων και bloggers. Οι καλεσμένοι πήραν μια πρόσκληση για το Black Duck Garden, όμως σύντομα διαπίστωσαν ότι τους περίμενε μια ξεχωριστή εμπειρία, καθώς επιβιβάστηκαν σε ένα branded mini van. Η παρουσίαση ξεκίνησε με τη μορφή μιας συντονισμένης ειδικής αποστολής μέσα στους δρόμους της Αθήνας, με αληθινούς μονομάχους από το Ryse: Son of Rome να δίνουν μάχη στο Ζάππειο, επίθεση από τα ύπουλα ζόμπι του Deadwalking 3 και, για φινάλε, κόντρες με μια Ferrari στη Συγγρού, ζώντας στιγμές δράσης βγαλμένες κατευθείαν μέσα από το Forza 5. Στη διαδρομή έμαθαν τα πάντα για τη νέα παιχνιδιομηχανή και γυρίζοντας στο Black Duck Garden συζήτησαν την εμπειρία τους. Πρόκειται για την πρώτη παρουσίαση προϊόντος που έγινε εξ ολοκλήρου εν κινήσει σε απόλυτες συνθήκες live, χαρίζοντας μια μοναδική εμπειρία στους συμμετέχοντες.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4. BEST EXHIBITIONS

ROAD SHOWS

GOLD

FOSS PRODUCTIONS

IKEA «Γεύσεις Του Τόπου Μας 2»

Οι «Γεύσεις του τόπου μας 2», με την υποστήριξη της εταιρείας IKEA του Ομίλου Fourtis, επέστρεψαν για 2η συνεχόμενη χρονιά σε τέσσερις πόλεις της Ελλάδας (Λάρισα, Ιωάννινα, Θεσσαλονίκη και Αθήνα), σε μια προσπάθεια να υποστηρίξουν έμπρακτα τους έλληνες παραγωγούς και να ενισχύσουν τη σχέση της εταιρείας με τους πελάτες των καταστημάτων της στην επαρχία. Σε αυτό το πλαίσιο, 89 έλληνες παραγωγοί εξέθεσαν τα παραδοσιακά προϊόντα τους σε τοπικές αγορές που διαμορφώθηκαν στα πάρκινγκ των καταστημάτων IKEA και οι chef Δ. Σκαρμούτσος και Χ. Πέσκιος ετοίμασαν για όλους μοναδικές γεύσεις με τα προϊόντα από κάθε τόπο. Η συνολική υλοποίηση της ενέργειας αποτέλεσε ένα 20ήμερο road trip κατά το οποίο διανύθηκαν περισσότερα από 1.900 χλμ., κατά τη διάρκεια του οποίου στήθηκαν τέσσερις αγορές σε τέσσερις πόλεις, με λειτουργία 80 ωρών αθροιστικά. Οι οικοδεσπότες chef ετοίμασαν 80 συνταγές σε οκτώ ημέρες, πλαισιωμένοι από 12 διάσημους food bloggers και δημοσιογράφους.



SILVER

EUROBANK

Roadshows 3ου Διαγωνισμού «Η Ελλάδα Καινοτομεί!»

Το 2014 σηματοδότησε την έναρξη της τρίτης διοργάνωσης του Διαγωνισμού Εφαρμοσμένης Έρευνας και Καινοτομίας «Η Ελλάδα Καινοτομεί!», που διοργανώνει η Eurobank σε συνεργασία με τον ΣΕΒ από το 2010. Για τις ανάγκες επικοινωνίας του διαγωνισμού, οι διοργανωτές επισκέφθηκαν πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και τεχνολογικά πάρκα σε όλη τη χώρα, διαδίδοντας τις αξίες του και ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή. Στόχος των roadshows ήταν να φέρουν τους προκριθέντες κοντά στην επιχειρηματική και ακαδημαϊκή κοινότητα, ώστε να καλλιεργηθεί μια σχέση συνεργασίας μεταξύ ερευνητικής κοινότητας και επιχειρηματικού κόσμου, παράγοντας παράλληλα θετική δημοσιότητα για τη Eurobank και τον ΣΕΒ. Εντός του 2015, η διοργάνωση ταξίδεψε στη Θεσσαλονίκη και στο Ηράκλειο της Κρήτης, ενώ η Αθήνα επιλέχθηκε για την ολοκλήρωση του διαγωνισμού και την τελετή βράβευσης τον Φεβρουάριο του 2016. Μια ολόκληρη έκθεση στήθηκε στους εκάστοτε χώρους φιλοξενίας, με στόχο την ανάδειξη των έργων εφαρμοσμένης έρευνας και καινοτομίας στην τοπική κοινωνία, σε φορείς και επιχειρηματίες, προσφέροντας μια μοναδική ευκαιρία για networking.



Where imagination comes on display

EY ZHN LIVE - VIRTUAL - DIGITAL Vapor Bar Nobacco Roadshow

Το roadshow tour που σχεδιάστηκε για τη Nobacco είχε ως στόχο την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητάς της και βασίστηκε σε ένα concept που προσαρμόστηκε στα χαρακτηριστικά του ίδιου του προϊόντος, εστιάζοντας στα διαφορετικά αρώματα και γεύσεις ατμίματος. Ένα ρυμουλκούμενο branded trailer μεταμορφωμένο σε ένα πρωτότυπο mobile bar με τίτλο «Vapor Bar» κυκλοφόρησε επί ενάμιση μήνα σε 11 σημεία της Ελλάδας, καλώντας το κοινό σε taste tests. Στο εσωτερικό, μια ειδική κατασκευή φιλοξενούσε τα χρωματιστά μπουκαλάκια με τις γεύσεις, ενώ ενημερωτικό υλικό προβαλλόταν σε μια LED οθόνη. Σε όλο το roadshow υπήρχε εξειδικευμένος Vapor Barista ο οποίος παρείχε εξατομικευμένες συμβουλές, ενώ οι μουσικές επιλογές του DJ δημιουργούσαν ιδανική ατμόσφαιρα για την παραμονή στον χώρο. Προωθήτριες ενημέρωναν του περαστικούς για το Vapor Bar, δίνοντάς τους την ευκαιρία να πάρουν μέρος σε ένα σύντομο quiz. Όλοι οι επισκέπτες έπαιρναν σε καρτελάκι τη γεύση που είχαν επιλέξει, ώστε να γνωρίζουν τι ακριβώς θα ζητήσουν στο κατάστημα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5. BEST CONFERENCES

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

AMUSE CONCEPT EVENTS

Γερμανός 2015

Το ετήσιο συνέδριο της Γερμανός αφορά τους ιδιοκτήτες καταστημάτων Γερμανός ανά την Ελλάδα και την ενημέρωσή τους σχετικά με τον απολογισμό του έτους και τη στρατηγική πολιτική του επόμενου. Η διοργάνωση του 2015 διεξήχθη τον Φεβρουάριο στο κλειστό γήπεδο taekwondo και αναπτύχθηκε γύρω από την ιδέα «Εξέλιξη, είναι στη φύση μας». Το concept υλοποιήθηκε με δημιουργικές προτάσεις σε όλα τα υλικά, όπως προσκλήσεις, banners εσωτερικού και εξωτερικού χώρου, έπαθλα και video, αλλά και χάρη στη σκηνογραφία του χώρου, η οποία έδινε στους συνέδρους τη δυνατότητα να βιώσουν την «εξέλιξη» μέσα από το εικαστικό περιβάλλον. Τα πρωτότυπα videos σε συνδυασμό με τα κείμενα, αλλά και η χωροταξία σε συνδυασμό με τις τεχνικές υποδομές ήταν οι βασικοί άξονες για τον σχεδιασμό του event, με αποτέλεσμα την ολοκληρωμένη εμπειρία των περίπου 800 συνέδρων, καθώς και την επιτυχή απόδοση των πληροφοριών που ήθελε να γνωστοποιήσει η εταιρεία.



INDUSTRY DISRUPTORS - GAME CHANGERS (ID-GC)

Disrupt Startup ScaleUP

Η εκδήλωση Disrupt Startup ScaleUP, κορυφαία διοργάνωση για την επιχειρηματικότητα, πραγματοποιήθηκε στις 15 και 16 Νοεμβρίου 2014 στο Μέγαρο Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών από τον οργανισμό Industry Disruptors - Game Changers (ID-GC) με κεντρικό σύνθημα «Οι ιδέες δεν έχουν όρια». Περισσότεροι από 3.000 επισκέπτες, 50 startups και 100 ομιλητές διεθνούς εμβέλειας βρέθηκαν στο Μέγαρο και πάνω από 16.000 διαδικτυακοί θεατές μόνο στην Ελλάδα παρακολούθησαν το Disrupt Startup ScaleUP, έχοντας την ευκαιρία να μοιραστούν τις ιδέες τους, να εμπνεύσουν και να εμπνευστούν, να δικτυωθούν και να διακριθούν στη μεγαλύτερη διατομεακή εκδήλωση του είδους της. Παράλληλα, το Disrupt ήταν η εκδήλωση που «άνοιξε» την Παγκόσμια Εβδομάδα Επιχειρηματικότητας σε 160 χώρες, σηματοδοτώντας μια εβδομάδα δράσεων σε όλο τον κόσμο για την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα, καθιστώντας την Ελλάδα στο επίκεντρο της νεοφυούς επιχειρηματικής κοινότητας παγκοσμίως. Τον δημιουργικό σχεδιασμό και την παραγωγή ανέλαβε η mscomm, ενώ την εκτέλεση παραγωγής η EVNTZ.





BRONZE

CELESTYAL CRUISES - THINKBIZ - STARTUPBUS

Cruise Inn 2015

Το 2015, η Celestyal Cruises, σε συνεργασία με τον φοιτητικό σύλλογο επιχειρηματικότητας ThinkBiz και τη StartupBus Greece, διοργάνωσε και φιλοξένησε στο κρουαζιερόπλοίο της, Celestyal Odyssey, τον 1ο Εν Πλω Επιχειρηματικό Διαγωνισμό, με τον τίτλο CruiseINN. Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να παρουσιάσουν μια καινοτόμο επιχειρηματική δράση με θέμα «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στον Τουρισμό», ενώ το κρουαζιερόπλοιο ταξίδευε στο Αιγαίο. Συμμετοχή δήλωσαν 191 νέοι επαγγελματίες και μετά από 93 συνεντεύξεις επιλέχθηκαν οι 38. Κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας, οι διαγωνιζόμενοι χωρίστηκαν σε επτά ομάδες και παρουσίασαν τις ιδέες τους στην κριτική επιτροπή, που αποτελείτο από στελέχη τεχνολογικών startups και κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς και της ίδιας της εταιρείας. Σε αυτό το πλαίσιο, οι νέοι επαγγελματίες είχαν τη δυνατότητα εκπαίδευσης και ανάπτυξης νέων προϊόντων/υπηρεσιών και επιχειρηματικών μοντέλων που να καλύπτουν ανάγκες και προβλήματα στον κλάδο της Ναυτιλίας και του Τουρισμού, με συνεχή υποστήριξη από μέντορες και στελέχη επιχειρήσεων των κλάδων της Ναυτιλίας και της Πληροφορικής.



BRONZE

AMUSE CONCEPT EVENTS

OTE Meeting Team Management

Τον Μάρτιο του 2015, η εταιρεία Amuse διοργάνωσε στο Metropolitan Expo στο αεροδρόμιο το MTM (Management Team Meeting) του ΟΤΕ, την ετήσια συνάντηση των στελεχών πρώτης γραμμής του ομίλου. Επί έξι ώρες, 1.200 άτομα «έγιναν» μέλη του διοικητικού συμβουλίου, υπό την προεδρία του Μιχάλη Τσαμάζ. Η διαμόρφωση του χώρου, με οθόνες και εντυπωσιακό sitting, αλλά και το branding, υποστήριζαν τη φιλοσοφία του συνεδρίου, ενώ η καλλιτεχνική αποτύπωση έδινε μια επιβλητική και ταυτόχρονα καλόγουστη οπτική στον λόγο των ομιλητών. Η άρτια υποδομή και η ενισχυμένη ασφάλεια συνέβαλαν στην ομαλή διεξαγωγή του event, όπως και ο σωστός σχεδιασμός της διαχείρισης του έμψυχου δυναμικού. Ως αποτέλεσμα, το κοινό έγινε κομμάτι μιας διοργάνωσης μοναδικής για τα ελληνικά δεδομένα, καθώς συνδύαζε τη γνώση με την υψηλή αισθητική και την άρτια προετοιμασία. Λόγω της συνολικής αντιμετώπισης, οι συμμετέχοντες ανηλήφθηκαν την σοβαρότητα των πληροφοριών και του σκοπού της συγκεκριμένης συνάντησης, βιώνοντας μια εμπειρία που απέπνεε το μεγαλείο του ομίλου.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ



SILVER

ALBA GRADUATE BUSINESS SCHOOL AT THE AMERICAN COLLEGE OF GREECE

Διοργάνωση EGOS Colloquium 2015

Το συνέδριο του European Group for Organizational Studies (EGOS) θεωρείται ένα από τα εγκυρότερα στον τομέα του και αποτελεί το μεγαλύτερο συνέδριο Management στην Ευρώπη. Τη διοργάνωση για το περασμένο έτος ανέλαβε το ALBA Graduate Business School at The American College of Greece, τον Ιούλιο του 2015, στις εγκαταστάσεις του Αμερικάνικου Κολεγίου. Το θέμα του συνεδρίου, εμπνευσμένο από την απολογία του Σωκράτη, ήταν «Οργανισμοί και ο στοχαστικός βίος: Λόγος, αναστοχαστικότητα και ευθύνη». Περισσότεροι από 1.800 σύνεδροι από περίπου 40 χώρες και πάνω από 400 ακαδημαϊκά ιδρύματα αντάλλαξαν απόψεις, σχηματίζοντας μια «μοντέρνα αγορά». Σημαντική ήταν η συμβολή της εταιρείας Erasmus, αλλά και πλήθους εθελοντών. Συνολικά κατατέθηκαν και αξιολογήθηκαν 2.102 papers, νούμερο-ρεκόρ για τη διοργάνωση μέχρι σήμερα, εκ των οποίων επιλέχθηκαν 1.543 για παρουσίαση. Κομβικά σημεία υπήρξαν οι δύο κεντρικές ομιλίες από τους επιφανείς σύγχρονους φιλοσόφους, Alexander Nehamas και Robert Chia, ενώ διάφορες κοινωνικές εκδηλώσεις συνέβαλαν στη σύσφιξη των σχέσεων των συνέδρων.

Where imagination comes on display

ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΑΕ

Διεθνές συνέδριο για τις εκπαιδευτικές υποδομές «Form Follows Learning» | Διοργάνωση: Κτιριακές Υποδομές ΑΕ και ΟΟΣΑ

Το συνέδριο «Form Follows Learning» αφορά τις μεθόδους σχεδιασμού εκπαιδευτικών υποδομών, παραδείγματα και best practices από τον διεθνή χώρο για τη βέλτιστη διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας και διοργανώθηκε από την εταιρεία Κτιριακές Υποδομές, με συνδιοργανωτή τον ΟΟΣΑ. Στη διοργάνωση συμμετείχαν 120 σύνεδροι από 14 χώρες και πραγματοποιήθηκαν 22 παρουσιάσεις, δύο εργαστήρια και επισκέψεις σε σχολικές μονάδες. Λαμβάνοντας χώρα τον Σεπτέμβριο του 2015, σηματοδότησε την έναρξη της σχολικής χρονιάς με την παρουσία στην Αθήνα σημαντικού αριθμού ειδικών για τις εκπαιδευτικές υποδομές από όλο τον κόσμο. Οι ομιλητές αποτελούσαν ένα dream team αρχιτεκτόνων, οικονομολόγων και εκπαιδευτικών, οι οποίοι παρουσίασαν επιλεγμένα παραδείγματα σχολικών μονάδων και μεθόδους αποτελεσματικής σχεδίασης χώρων μάθησης, αλλά και εξοπλισμού. Το format του συνεδρίου είχε έντονα διαδραστικό χαρακτήρα, ο οποίος επετεύχθη με τρεις διακριτές δραστηριότητες: παρουσιάσεις, εργαστήρια και επισκέψεις σε σχολεία. Το συνέδριο διεξήχθη στο ξενοδοχείο NJV Plaza, ενώ την πρώτη ημέρα οι διοργανωτές παρέθεσαν επίσημο δείπνο για τους ομιλητές και τους χορηγούς.

BRONZE



ΕΝΟΤΗΤΑ 6. EVENT PARTNERS / SUPPLIERS

BEST CATERED EVENT

ARIA FINE CATERING

Συνεργάτες: Mitheo Events, Petridis LV Floral Creations, Zazoo Event Rentals και Sounds Good
Intimate Editor's & Bloggers' Dinner

Στις 10 Δεκεμβρίου 2015, η Aria Fine Catering παρέθεσε ένα εορταστικό δείπνο σε 60 δημοσιογράφους γεύσης και Lifestyle bloggers, το οποίο δημιούργησαν οι εμπειροί σεφ της. Στόχος αυτού του press & bloggers' event δεν ήταν απλά η παρουσίαση ενός gourmet μενού πέντε πιάτων, αλλά η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης γευστικής εμπειρίας, στην οποία σημαντικό ρόλο έπαιξαν η χριστουγεννιάτικη διακόσμηση, το φινό art de la table, η μουσική, ο φωτισμός και ο πραγματικά μοναδικός χώρος στον δεύτερο όροφο του νεοκλασικού της Amalias 36. Για το δημοσιογραφικό δείπνο της Aria Fine Catering 36, η Mitheo Events ανέλαβε το event styling & décor, η Petridis LV Floral Creations δημιούργησε τις χριστουγεννιάτικες ανθοσυνθέσεις, η ZAZOO Event Rentals προσέφερε τα έπιπλα και η Sounds Good επιμελήθηκε τον φωτισμό και τη μουσική.

GOLD



EVENT MANAGEMENT

GOLD

ANTHINGS

Citizen Day 2015 for L'Oreal Hellas

Η Citizen Day, ημέρα αφιερωμένη στον εθελοντισμό από την L'Oréal παγκοσμίως, γιορτάστηκε στην Ελλάδα στις 19 Ιουνίου του 2015, καλώντας όλους τους εργαζομένους να προσφέρουν εθελοντικά σε ευπαθείς ομάδες. Σε ένα participation board στην είσοδο της εταιρείας, κάθε εθελοντής δήλωνε σε ποια ενέργεια ήθελε να συμμετάσχει, μεταξύ των παρακάτω: δράσεις διασκέδασης για την Πρότυπη Στέγη Ανηλίκων, εργασία στο κοινωνικό φαρμακείο και παντοπωλείο Αμαρουσίου, συνδρομή στο Χαμόγελο του Παιδιού με την παραγωγή μμπομπονιέρας, οργάνωση αποθήκης και προετοιμασία πακέτων τροφίμων, παρασκευή φαγητού για τον οργανισμό «Μπορούμε» και το Οικοτροφείο Αμαλίων και μαθήματα μακιγιάζ για τις ενήλικες κοπέλες του ιδρύματος, αθλοπαιδιές για τα παιδιά του Εργαστηρίου στον Φλοίσβο, ανανέωση του χώρου των Πατρών χωρίς Σύνορα και βόψιμο του κυματοθραύστη του Π. Φαλήρου. Οι δράσεις ολοκληρώθηκαν με εορταστική εκδήλωση και μία ακόμη ενέργεια προσφοράς: σε συνεργασία με την Ομάδα Σκύλοι Οδηγοί Ελλάδος, υιοθετήθηκε ένα κουτάβι για την καθοδήγηση ατόμων με μειωμένη όραση.



ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΕΡΙΠΤΕΡΩΝ / ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ / STAGE DESIGN / BOOTH DESIGN

GOLD

APSTAGE / STAGE DESIGN & PRESENTATION

Coca-Cola Pop up Store Xmas

Στο πλαίσιο της παγκόσμιας καμπάνιας «Kiss Happiness», σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε στην Ελλάδα το experiential sampling της εκστρατείας, καθώς και η οργάνωση και λειτουργία ενός ιδιαίτερα ξεχωριστού project, του Coca-Cola Christmas Pop Up Store, ενός καταστήματος με συλλεκτικά αντικείμενα Coca-Cola. Συγκεκριμένα, η Apstage σχεδίασε και κατασκεύασε ένα κατάστημα βάσει των διεθνών προδιαγραφών της Coca-Cola, το οποίο εγκαταστάθηκε στο Athens Metro Mall, από τις 18 έως τις 31 Δεκεμβρίου 2015. Σε έναν χώρο υψηλής λειτουργικότητας και αισθητικής, οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να αγοράσουν συλλεκτικά αντικείμενα Coca-Cola, να διασκεδάσουν με επώνυμους DJs, να φιλοτεχνήσουν το δικό τους μπουκάλι και να απολαύσουν παγωμένη Coca-Cola. Μέρος των εσόδων από τις πωλήσεις του Coca-Cola Pop-Up Store θα προσφερθεί για την κάλυψη των αναγκών της ΜΚΟ «Μπορούμε». Η ανάθεση στην Apstage για την υλοποίηση του project, έγινε από την εταιρεία Chapter 5, η οποία ανέλαβε και τον σχεδιασμό της συνολικής ενέργειας.



GOLD

AMUSE CONCEPT EVENTS

The Temple Of Spirit «Bar show 3E»

Το περίπερο της 3E για το Bar Show 2015 δημιουργήθηκε από την ομάδα της Amuse στο Γκάζι, τον Νοέμβριο του 2015. Βασική επιδίωξη ήταν να δοθεί έμφαση στη σπουδαιότητα της 3E ως συνεργάτη με premium προϊόντα, παρουσιασμένα σε ένα exclusive first class bar. Guest speakers του χώρου, βραβευμένοι bar tenders, ειδήμονες του κλάδου, marketing drink gurus και φίλοι του brand παρέλασαν από το περίπερο δίνοντας στον κόσμο την αίσθηση ενός συνεχούς party διασκέδασης και επιμόρφωσης, όπου η συμμετοχή του ήταν αναπόφευκτη και γεμάτη ανάδραση. Βραβευμένοι mixologists παρουσίασαν νέα κοκτέιλ με τα προϊόντα της εταιρείας, νέους τρόπους παρουσίασης αυτών και μοναδικά finishing touches, που ενίσχυσαν την ολιστική προσέγγιση της 3E στην αγορά ποτών. Ως αποτέλεσμα, δημιουργήθηκαν νέες συνεργασίες και το brand reinforcement επιτεύχθηκε στην καινοτόμο παρουσίαση, αναδεικνύοντας μέσα σε ένα διήμερο την 3E, όχι απλώς ως συνεργάτη, αλλά ως έναν up-to-date στρατηγικό σύμμαχο.



Where imagination comes on display

APSTAGE / STAGE DESIGN & PRESENTATION

Davidoff Horeca Furniture 2016

Η εισαγωγική εταιρεία ειδών καπνού Imperial Tobacco Hellas, το 2015, ανέθεσε στην Apstage τον σχεδιασμό και την κατασκευή νέων ειδικών κατασκευών προβολής και παρουσίασης, που να φέρουν την νέα εικαστική ταυτότητα των προϊόντων της. Οι κατασκευές θα έπρεπε να είναι υψηλής αισθητικής, ιδιαίτερως ανθεκτικές για να φιλοξενούνται σε χώρους μεγάλης συγκέντρωσης κόσμου, με έμφαση στις λεπτομέρειες και τον φωτισμό για την ανάδειξη των προϊόντων, αλλά και απολύτως λειτουργικές για την εξυπηρέτηση και ενημέρωση των καταναλωτών. Η ολοκλήρωση του project έγινε ταχύτατα, ώστε να εγκατασταθούν οι κατασκευές νωρίς στην καλοκαιρινή περίοδο 2015, ενώ «έκλεψαν» τις εντυπώσεις στους χώρους που τοποθετήθηκαν και έδωσαν προστιθέμενη αξία στα προβαλλόμενα. Η τοποθέτηση των κατασκευών γίνεται στους χώρους καθ' υπόδειξη του πελάτη, ενώ η ενέργεια συνεχίζει να βρίσκεται σε εξέλιξη και για το 2016.

BEST USE IN AV TECHNOLOGY / DESIGN

SOUND & VISUAL - ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΑΕ

AV Technology - Samsung, Περίπτερο Αθηναϊκής Ζυθοποιίας HORECA 2015

Στο πλαίσιο της συνεργασίας της Samsung με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, υλοποιήθηκε ένα ιδιαίτερο project στο περίπτερο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην έκθεση HORECA, τον Φεβρουάριο του 2015, στο εκθεσιακό κέντρο Metropolitan Exro. Για τους σκοπούς της ενέργειας, monitor Samsung 32" έως 75" τοποθετήθηκαν στο περίπτερο με τέτοιο τρόπο ώστε να σχηματίζουν ένα artistic video wall, στο οποίο έγινε η προβολή των εταιρικών video που υλοποιήθηκαν για την προώθηση των νέων προϊόντων, τα οποία παρουσίαζε για πρώτη φορά η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην έκθεση. Για να γίνει εφικτή η προβολή στο video wall, δεδομένου ότι αυτό δημιουργούσε ένα ακαθόριστο σχήμα, χρησιμοποιήθηκε το ειδικό λογισμικό της Samsung «Magic Info», μέσω του οποίου γίνεται καταμερισμός του υλικού προς προβολή στις διαθέσιμες οθόνες, ώστε το video να προβάλλεται ενιαία στο video wall. Η παρουσία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη HORECA κρίθηκε επιτυχής, ο αριθμός των επισκεπτών ξεπέρασε κάθε ρεκόρ και εκδηλώθηκε έντονο ενδιαφέρον για όλες τις μάρκες και τα νέα λανσαρίσματα.

EVENT PRODUCTION

XCUBED (PR Agency: Advocate Burson - Marsteller, Digital Agency: Isobar, Mosaic Production: Multitrab Productions, BTL: Frank & Fame)

Heineken Athens Mosaic

Το «Athens Mosaic», ένα μεγάλο art installation από χιλιάδες ψηφίδες που δημιουργήθηκε από τους Αθηναίους για τους Αθηναίους, αποκαλύφθηκε σε ένα μεγάλο party στο κέντρο της πόλης, προσελκύοντας περισσότερους από 1.200 επισκέπτες. Το concept του event ήταν η δημιουργία της Heineken city και για αυτό τον σκοπό έγιναν ιδιαίτερες συνεννοήσεις με τους ιδιόχροντες φορείς, ώστε να αξιοποιηθεί η μια πλευρά της πλατείας στο Γκάζι. Μια εντυπωσιακή αψίδα οριοθετούσε τον χώρο με έντονη παρουσία του brand, ενώ οι κοπέλες της Heineken κερνούσαν μπίρες με ελεγχόμενο αριθμό κατανάλωσης. Περισσότερα από 50 μέτρα σχοινιά συγκρατούσαν ειδικά σχεδιασμένα σημαία της Heineken και πράσινα φώτα έδιναν την αίσθηση μιας μικρής πράσινης πολιτείας. Με την πτώση του τεράστιου πανιού που κάλυπτε τα 70 τμ του έργου από την Αντιδήμαρχο του Δήμου Αθηναίων Αμαλία Ζέππου, ο χώρος γέμισε από πολύχρωμα κομφορέτι, ενώ οι Moka Band έπαιζαν μια διασκευή του τραγουδιού «Όμορφη Πόλη» του Μίκη Θεοδωράκη.

SILVER



GOLD



GOLD



SILVER



FOSS PRODUCTIONS

«Ταχυδρομείον Ευχαριστιών Υγείας Παυλίδης»

Με στόχο να πυροδοτήσει μια μεγάλη αλυσίδα ανταλλαγής μηνυμάτων στο πλαίσιο μιας καμπάνιας που ενώνει, όπως η σοκολάτα Υγείας Παυλίδη ενώνει τις γενιές, αλλά και να συνδέσει το προϊόν με έντονα συναισθήματα διαχρονικότητας, δημιουργήθηκε το «Ταχυδρομείον Ευχαριστιών Υγείας Παυλίδη», το οποίο φιλοξενήθηκε στον πεζόδρομο της πλατείας Κοραή για δύο εβδομάδες. Εκεί, οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία, με την βοήθεια της ομάδας του Ταχυδρομείου, να στείλουν ένα ευχαριστήριο μήνυμα στα αγαπημένα τους πρόσωπα σε ολόκληρη την χώρα. Εναλλακτικά, τα μηνύματα μπορούσαν να μεταφερθούν και τηλεφωνικά ή ηλεκτρονικά στη διεύθυνση www.ygeiaspavlides.gr. Για τις ανάγκες της ενέργειας, κατασκευάστηκε ένα λυόμενο με κυλινδρικό γραμματοκιβώτιο για τη ρίψη των γραμμάτων, με μηχανισμό καταμέτρησης και ηλεκτρονικής εμφάνισης αριθμού γραμμάτων εσωτερικά και εξωτερικά του περιπέρου. Εσωτερικά, ο χώρος διέθετε μικρή αποθήκη, DJ Booth για ραδιοφωνικές εκπομπές, πάγκο με αποθηκευτικό χώρο, καθώς και δύο οθόνες 46". Η λειτουργία του Ταχυδρομείου υποστηρίχθηκε από τρεις βάρδιες των δύο ατόμων ημερησίως.

BRONZE



FOSS PRODUCTIONS

Legends Only - Νέα Εμφάνιση Ολυμπιακού

Το λανσάρισμα της νέας επίσημης εντός έδρας εμφάνισης της ομάδας για την σεζόν 2015/2016, φόρος τιμής στα 90 χρόνια από την ίδρυση του Ολυμπιακού, είχε στόχο να εμπνεύσει τους φίλους της ομάδας με το αγωνιστικό όραμα που την χαρακτηρίζει, το οποίο συνάδει με το μήνυμα «Be The Difference» της Adidas. Με στόχο να αποδοθεί η φιλοσοφία «Θρύλο σε κάνει η Φανέλα», οργανώθηκε μια ξεχωριστή παρουσίαση τον Ιούνιο του 2015, στον Ιστοπλοϊκό Όμιλο Πειραιά, όπου οι προσκεκλημένοι με έκπληξη αντίκρυσαν τη γιγαντιαία νέα φανέλα της ομάδας να ξετυλίγεται από τα κατάρτια ιστοπλοϊκού μέσα στα νερά του Μικρολίμανου. Η φανέλα ήταν βασισμένη στο ακριβές μηχανολογικό σχέδιο της Adidas, με διαστάσεις 8,00 x 10,50 μέτρων και για την εκδήλωση των αποκαλυπτηρίων εγκαταστήθηκε stage με τεχνητό γρασίδι και πλούσιος οπτικοακουστικός εξοπλισμός, καθώς και ιδιαίτερο branding. Η εκδήλωση πλαισιώθηκε από catering με Finger Food και Open Bar, καθώς και προωθητική ομάδα για το registration των καλεσμένων.

BEST VIDEO & GRAPHICS

SILVER



AMUSE CONCEPT EVENTS

Mapping Beauty 3 L'Oreal

Σε αυτό το βίντεο, στόχος ήταν η digital δημιουργία ενός λογότυπου που να αγκαλιάζει το concept τριών brands: L'Oreal, Maybelline και Garnier. Βασική επιδίωξη ήταν η επικοινωνία ενός concept umbrella branding, που να συμβολίζει το business plan του 2016. Προς αυτή την κατεύθυνση, δημιουργήθηκε ένα 3D mapping video επάνω σε 24 κύβους. Το βίντεο λειτουργήσει και σαν χρηστικό εργαλείο, που άνοιγε το πρόγραμμα εκδηλώσεων των εταιρειών και ένωσε τις τρεις μάρκες σε μία. Η βασική δομή για την εκτέλεση της παραγωγής διαμορφώθηκε στα εξής τμήματα: διεύθυνση παραγωγής: Χάρης Νικολαΐδης, σκηνοθέτης: Μανώλης Μανιός, τεχνική διεύθυνση: Χρήστος Ιακωβίδης, client service: Δήμητρα Χρονοπούλου. Πέρα από τον οπτικό εντυπωσιασμό, το video που δημιουργήθηκε προκάλεσε έμπνευση, αλλά και motivation στο κοινό.

Where imagination comes on display

BEST LIGHTING DESIGN

SOUND & VISUAL - ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΑΕ

Design Hotels Arena 2015

Η διεθνής αλυσίδα ξενοδοχείων Design Hotels διοργάνωσε στην Αθήνα τον Σεπτέμβριο του 2015 το επίσης συνέδριο των αντιπροσώπων των ξενοδοχείων της παγκοσμίως. Για το welcome cocktail που πραγματοποιήθηκε στο Περιστύλιο του Ζάππειου Μεγάρου, το concept ήταν η δημιουργία «αγοράς» με ελληνικά εδέσματα και brands. Το project παρουσίαζε πολλές ιδιαιτερότητες και προκειμένου να επιτευχθεί το βέλτιστο αποτέλεσμα μελετήθηκαν οι ανάγκες του event, καθώς και οι προδιαγραφές του χώρου και οι καιρικές συνθήκες. Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιήθηκε περιλάμβανε 16 Profile ETC S4, για να φωτιστούν τα 16 stand των εκθετών, 12 moving heads elation wash pro led, που φώτιζαν το κέντρο του Περιστυλίου, άλλαζαν χρώματα και δημιουργούσαν εφέ, 6 Profile ETC S4, που φώτιζαν αποκλειστικά το bar και 12 parnell ETC, που τοποθετήθηκαν στο μπαλκόνι και φώτιζαν το ταβάνι για να αναδείξουν τις ζωγραφιές του. Το αποτέλεσμα ήταν η δημιουργία ευχάριστης ατμόσφαιρας και η υποστήριξη του concept, χωρίς να παραποιηθεί η ομορφιά του χώρου.



ΕΝΟΤΗΤΑ 7. BEST VENUE EXPERIENCE

ΚΑΛΥΤΕΡΟΣ ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ

TIN PAN ALLEY - ΘΕΜΗΣ ΒΑΣΑΡΜΙΔΗΣ

Smart Events Venue in the Historic Center

Ο πολυμορφικός χώρος Tin Pan Alley, έκτασης 170 τμ στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, αποτελεί συλλογή εμπειριών και μελετών που έχουν διεξαχθεί σε διαφορετικά γεωγραφικά και θεσμικά πλαίσια. Έχει τις ρίζες του στη διαλεκτική σχέση του Tin Pan Alley του Μανχάταν και στην προσωπική εμπειρία του ιδιοκτήτη, που, ζώντας στη Βαρκελώνη του 2004-2010, βίωσε την αλλαγή του ιστορικού και πρώην βιομηχανικού κέντρου της σε «smart city», περιοχή παραγωγής γνώσης, καινοτομίας και ευφυΐας. Ακολουθώντας ένα concept «ευελίξας», δημιούργησε υποδομές και πολλαπλές δυνατότητες μεταλλαγής του χώρου, ενώ χρησιμοποιώντας νέες τεχνολογίες, ανοίγει τον δρόμο σε μια σειρά από διαφορετικές αγορές εκδηλώσεων. Χάρη στο project ανάπλασης της οδού Τουρναβίτου που φιλοξενεί το Tin Pan Alley, το «Στενό της Τουρναβίτου» έγινε ένα από το πιο φωτογραφημένα στενά της Αθήνας, ενώ με το πατενταρισμένο Donation Smoke Box το κάπνισμα μετατρέπεται σε φιλανθρωπική προσφορά. Τον πρώτο χρόνο επίσημης λειτουργίας του, το 2015, το Tin Pan Alley φιλοξένησε με επιτυχία 85 εκδηλώσεις.



ΕΝΟΤΗΤΑ 8. BEST EVENT TEAM

ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΟΜΑΔΑ - EVENT TEAM

GOLD

DREAM WORKERS

Η ομάδα των μεγάλων επιτυχιών - Dream Workers

Οι Dream Workers, μια ιδιαίτερη ομάδα δημιουργίας, απαρτίζεται από τρεις συνεργάτες, που αλληλοσυμπληρώνονται αρμονικά και πλαισιώνονται από ειδικευμένα στελέχη. Πρωταγωνιστούν τα τελευταία δέκα τουλάχιστον χρόνια στον χώρο των εκδηλώσεων στην Ελλάδα, αλλά και στις δράσεις που συνδυάζουν την εκπαίδευση με την ψυχαγωγία. Δραστηριοποιούνται κυρίως στη δημιουργία θεματικών πάρκων και εκδηλώσεων κοινού, διοργανώνουν χριστουγεννιάτικες εκδηλώσεις, εκθέσεις, μουσεία, εποχιακά events, θεματικές κατασκευές, διαδραστικά εργαστήρια και κινητές εκθέσεις. Ειδικά τα τρία μεγάλα θεματικά events-θεσμοί, το «Εργοστάσιο Σοκολάτας», ο «Μύλος των Ξωπικών» στα Τρίκαλα και η «Ονειρούπολη» Δράμας, είχαν πανελλαδική απήχηση και προσέλκυσαν συνολικά πολλά εκατομμύρια επισκεπτών, δημιουργώντας συνθήκες πραγματικής ανάπτυξης με εκπληκτικά μεγάλη προβολή στα media. Έχοντας πάντα ως αφετηρία μια ξεχωριστή και πρωτότυπη ιδέα, ο άρτιος σχεδιασμός και οργάνωση ακολουθούν, με απαραίτητο στοιχείο την υψηλή αισθητική που μεταμορφώνει τον χώρο. Ως αποτέλεσμα, το κοινό, συμμετέχοντας, απολαμβάνει ένα ταξίδι στη φαντασία και το όνειρο που συνδυάζεται με την ψυχαγωγία και τη γνώση.



SILVER

AMUSE CONCEPT EVENTS

OTE Meeting Team Management

Τον Μάρτιο του 2015, η εταιρεία Amuse διοργάνωσε στο Metropolitan Expo στο αεροδρόμιο το MTM (Management Team Meeting) του ΟΤΕ, την ετήσια συνάντηση των στελεχών πρώτης γραμμής του ομίλου. Επί έξι ώρες, 1.200 άτομα «έγιναν» μέλη του διοικητικού συμβουλίου, υπό την προεδρία του Μιχάλη Τσαμάζ. Η διαμόρφωση του χώρου, με θρόνους και εντυπωσιακό sitting, αλλά και το branding υποστήριξαν τη φιλοσοφία του συνεδρίου, ενώ η καλλιτεχνική αποτύπωση έδινε μια επιβλητική και ταυτόχρονα καλόγουστη οπτική στον λόγο των ομιλητών. Η άρτια υποδομή και η ενισχυμένη ασφάλεια συνέβαλαν στην ομαλή διεξαγωγή του event, όπως και ο σωστός σχεδιασμός της διαχείρισης του έμψυχου δυναμικού. Ως αποτέλεσμα, το κοινό έγινε κομμάτι μιας διοργάνωσης μοναδικής για τα ελληνικά δεδομένα, καθώς συνδύαζε τη γνώση με την υψηλή αισθητική και την άρτια προετοιμασία. Λόγω της συνολικής αντιμετώπισης, οι συμμετέχοντες αντήγησαν την σοβαρότητα των πληροφοριών και του σκοπού της συγκεκριμένης συνάντησης, βιώνοντας μια εμπειρία που απέπνεε το μεγαλείο του ομίλου.



BRONZE

PUBLIC

Πάνω από 1.000 events κάθε χρόνο σε 45 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα!

Οι εκδηλώσεις είναι αναπόσπαστο κομμάτι του DNA των Public και ένα πολύ σημαντικό στοιχείο της εμπειρίας που προσφέρουν στους επισκέπτες τους. Παρουσιάσεις βιβλίων, εργαστήρια, gaming events, εκδηλώσεις τεχνολογίας και νέων προϊόντων, επιμορφωτικά σεμινάρια, λογοτεχνικές συναντήσεις, καθώς και παιδικές εκδηλώσεις, παραστάσεις και εκδηλώσεις συνεργατών είναι μόνο μερικές από αυτές. Ανάμεσα στις κορυφαίες εκδηλώσεις του 2015 συγκαταλέγονται οι Λογοτεχνικοί Περίπατοι, που προσέφεραν μια νέα βιωματική εμπειρία, φέρνοντας σε επαφή το κοινό με τη ζωή και το έργο μεγάλων δημιουργών, γνωρίζοντάς του παράλληλα άγνωστες πτυχές της πόλης του, τα Βραβεία Βιβλίου Public, στα οποία συμμετείχαν 150 εκδοτικοί οίκοι και 1.200 συγγραφείς με 2.000 ελληνικούς τίλους βιβλίων, καθώς και η Εκδήλωση Ρίτσαρντ Ντόκινς, στην οποία ο βρετανός εξελικτικός βιολόγος βρέθηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα ως προσκεκλημένος των Public και των εκδόσεων Κάτοπτρο και μίλησε ενώπιον 1.000 ατόμων. Τέλος, τα Public πραγματοποιούν σημαντικές εκδηλώσεις και για τα εσωτερικά τους κοινά, όπως αυτό της Ετήσιας Συνάντησης Πωλήσεων.



Where imagination comes on display

ΕΝΟΤΗΤΑ 9. EVENT OF THE YEAR

ΒΡΑΒΕΙΑ

PUBLIC

Βραβεία Βιβλίου Public

Με κεντρικό μήνυμα «Ποιος θα ανέβει στην κορυφή; Ψήφισε τα αγαπημένα σου βιβλία», τα Public Book Awards 2015 προσέλκυσαν τη συμμετοχή 120.000 αναγνωστών, οι οποίοι με 220.000 ψήφους ανέδειξαν τους νικητές. Άνθρωποι των γραμμάτων και των τεχνών συμμετείχαν ενεργά στη βραδιά της Επίσημης Τελετής Απονομής που πραγματοποιήθηκε στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, τον Μάιο του 2015, απονέμοντας τα βραβεία. Μεταξύ αυτών βρέθηκαν η Διευθύντρια της Εθνικής Πινακοθήκης-Μουσείου Αλεξάνδρου Σούτζου Μαρίνα Λαμπράκη- Πλάκα, ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου Βασίλης Κατσούφης, η δημοσιογράφος και παρουσιάστρια Μάγια Τσόκλη και ο συγγραφέας Αύγουστος Κορτώ. Ο Σάκης Ρουβάς, ως Αγγελιαφόρος του Συλλόγου Ελπίδα αποδέχθηκε την προσφορά μιας παιδικής βιβλιοθήκης από τα Public στην «Ογκολογική Μονάδα Παίδων Μαριάννα Β. Βαρδινογιάννη – Ελπίδα» και απένευσε το βραβείο στην κατηγορία Ελληνική Παιδική Λογοτεχνία. Αποσπάσματα θεατρικών παραστάσεων που βασίζονται σε βιβλία αναπαραστάθηκαν ζωντανά από τους ηθοποιούς στη σκηνή, ενώ παρουσιαστής της μεγάλης βραδιάς ήταν ο ηθοποιός και σκηνοθέτης Γιώργος Νανούρης.

ΔΕΣΜΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ

Χρυσό Σκούφοι

Η τελετή απονομής της διοργάνωσης Χρυσό Σκούφοι 2015 ξεκίνησε στο κοσμοπολίτικης αίθλης Royal Room της Μεγάλης Βρετανίας, ενώ λίγο μετά άνοιξε τις πόρτες του το Grand Ballroom, όπου τους προσκεκλημένους περίμεναν, εκτός από τη σκηνή για τις βραβεύσεις, οι επιβλητικές ροτόντες, με σπάνια σερβίτσια και σκεύη των αρχών του περασμένου αιώνα δημιουργώντας centerpieces, στολισμένα με κεριά και ανθισμένα βότανα της ελληνικής γης. Για την προετοιμασία και εκτέλεση του Dinner de gala του 2015, το αθηνόραμα επέλεξε πέντε νέους σε ηλικία, αλλά ήδη καταξιωμένους έλληνες σεφ, που αποτελούν το νέο αίμα της ελληνικής κουζίνας. Οι Αθηνάγορας Κωστάκος, Αλέξανδρος Τσιοτίνης, Μιχάλης Νουρλόγλου, Παναγιώτης Γιακαλής και Ευγένιος Βαρδακαστάνης δημιούργησαν μοναδικής τέχνης και νοστιμιάς πιάτα με concept «Η ελληνική γαστρονομία ανθεί στην περίοδο της κρίσης». Συνολικά, 368 εστιατόρια και ταβέρνες στην επικράτεια δοκιμάστηκαν, αξιολογήθηκαν και βαθμολογήθηκαν και 22 εστιατόρια σε όλη την Ελλάδα βραβεύθηκαν με Χρυσό Σκούφο.

YARD

Ermis Awards 2014

Στην επέτειο των 25 χρόνων Ermis Awards που πραγματοποιήθηκε στις 16 Δεκεμβρίου 2014, το ζητούμενο ήταν η δημιουργία μιας τελετής που θα ξεχώριζε και θα έφερνε στο θέατρο Παλλάς τη λάμψη των Όσκαρ, γιορτάζοντας με τον πιο εντυπωσιακό τρόπο τον κορυφαίο θεσμό της επικοινωνίας στην Ελλάδα. Η σκηνή του Παλλάς μεταμορφώθηκε σε λαμπερό σκηνικό με το νέο λογότυπο των Ermis Awards να γίνεται διπλό σημείο φιλοξενίας παρουσιαστών και απονεμητών, ενώ η σκηνογραφία ολοκλήρωνε μεγάλη οθόνη προβολής και tailor made φωτιστικά installations. Για το opening act, οι παρουσιαστές Μαρία Κωνσταντάκη και Λευτέρης Ελευθερίου, μαζί με χορευτική ομάδα, ερμήνευσαν με burlesque διάθεση το τραγούδι tribute στα 25 χρόνια του θεσμού, που δημιουργήθηκε αποκλειστικά για την τελετή. Τα podium σχεδιάστηκαν έτσι ώστε να δώσουν έμφαση στη νέα ταυτότητα των βραβείων, ενώ το λογότυπο πρωταγωνίστησε στη σκηνή μέσα από ειδικά 3D κατασκευή μεγάλης κλίμακας.



ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

GOLD

MULTITRAB PRODUCTIONS Athens Digital Arts Festival 2015

Η 11η διοργάνωση του Athens Digital Arts Festival (ADAF) πραγματοποιήθηκε τον Μάιο του 2015 στη Διπλήρειο Σχολή και στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, με παράλληλες ενέργειες στις πλατείες Μοναστηρακίου και Αγίας Ειρήνης. Το φεστιβάλ υλοποιήθηκε από την Multitrab Productions και διήρκεσε τέσσερις ημέρες. Προκειμένου να επικοινωνηθεί το ευρύ φάσμα των δράσεών του, τον Ιανουάριο του 2015, το φεστιβάλ ανακοίνωσε την αλλαγή του ονόματός του από Athens Video Art σε Athens Digital Arts Festival και συγκέντρωσε 2.100 αιτήσεις συμμετοχής. Φιλοξενώντας 150 καλλιτέχνες από 40 χώρες, δημιούργησε μια έκθεση αποτελούμενη από 300 επιλεγμένα έργα, πέντε διεθνείς συνεργασίες/αφιερώματα σε αντίστοιχα φεστιβάλ του εξωτερικού, επτά εργαστήρια ενηλίκων και τρία παιδικά, οκτώ οπτικοακουστικές performances και έξι μουσικές συναυλίες και DJ sets. Η ομάδα του φεστιβάλ διαμόρφωσε μια φρουτουριστική και ταυτόχρονα ρεαλιστική ατμόσφαιρα στον εκθεσιακό χώρο της Διπληρείου Σχολής, άρτια πλαισιωμένη από τις εγκαταστάσεις και τις δράσεις στις πλατείες Μοναστηρακίου και Αγίας Ειρήνης, προσελκύοντας συνολικά 9.000 επισκέπτες.



SEASONAL

GOLD

MOMENTUM ATHENS / McCANN WORLDGROUP - YARD EVENTS Shell Event 90 Χρόνια στην Ελλάδα

Με αφορμή την επέτειο των 90 χρόνων παρουσίας του σήματός της στην Ελλάδα, η Shell διοργάνωσε τον Φεβρουάριο μια ειδική εκδήλωση στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, αίθουσα Τριάντη. Αντί να αποτυπώσει την πλούσια ιστορία της σε ένα βίντεο αναδρομή στο παρελθόν, για πρώτη φορά στην Ελλάδα παρουσιάστηκε ένα θεατρικό θέμα με επιθεωρησιακά στοιχεία, μέσα από το οποίο αναβίωσαν όλες οι ιστορίες της Shell από το 1926. Κεντρικός άξονας ήταν μια αντίληψη, η οποία υποστήριξε το concept ήδη από την πρόσκληση για το event και λειτούργησε ως άλλος παρουσιαστής των ιστοριών που έπαιρναν σταδιακά ζωή πάνω στη σκηνή. Έξι ηθοποιοί και τρεις τραγουδιστές ζωντάνεψαν σε δεκαέξι σύντομες σκηνές στιγμές από την ιστορία της εταιρείας, ξεκινώντας από το 1926 και φτάνοντας μέχρι το μέλλον. Με αυτόν τον τρόπο, μια συνηθισμένη εκδήλωση μετατράπηκε σε μια ξεχωριστή βραδιά, κερδίζοντας τις εντυπώσεις τόσο των υπαλλήλων και συνεργατών της Shell, όσο και των δημοσιογράφων και opinion leaders.



SILVER

CHAPTER 5 Coca-Cola Pop Up Store Athens

Στο πλαίσιο της παγκόσμιας καμπάνιας «Kiss Happiness», σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε στην Ελλάδα το experiential sampling της εκστρατείας και η οργάνωση ενός ιδιαίτερα ξεχωριστού project, του Coca-Cola Pop Up Store, ενός καταστήματος με συλλεκτικά αντικείμενα Coca-Cola. Γιορτάζοντας τα 100 χρόνια του γυάλινου μπουκαλιού της, η Coca-Cola πρόσφερε μια εμπειρία απόλαυσης σε όσους βρέθηκαν στο Coca-Cola Pop-Up Store, από τις 29 Αυγούστου έως και τις 6 Σεπτεμβρίου. Για εννέα μέρες, η Μαρίνα Φλοίσβου φιλοξένησε πολλές εκπλήξεις, με αποκορύφωμα, την επίσκεψη του Σάκη Ρουβά στο Coca-Cola Pop-Up Store, ο οποίος συνάντησε από κοντά 50 τυχερούς θαυμαστές του και πραγματοποίησε γυρίσματα για το video clip του νέου του τραγουδιού «Φίλα με». Στο pop-up κατάστημα, οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να αγοράσουν συλλεκτικά αντικείμενα Coca-Cola, να διασκεδάσουν με επώνυμους DJs, να φιλοτεχνήσουν το δικό τους μπουκάλι και να απολαύσουν παγωμένη Coca-Cola. Μέρος των εσόδων από τις πωλήσεις του Coca-Cola Pop-Up Store προσφέρθηκε στη ΜΚΟ «Μπορούμε».



Where imagination comes on display

HOLMES PLACE & COMMUNICATION LAB Santa Run Athens 2015

Το 2ο Athens Santa Run πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 29 Νοεμβρίου στο κέντρο της Αθήνας, προσέλκυσε πλήθος συμμετεχόντων και θεατών και σηματοδότησε την έναρξη της εορταστικής περιόδου στην πόλη, συνδυάζοντας την άθληση με την κοινωνική ευαισθησία και παρέχοντας διεθνή θετική προβολή για την πρωτεύουσα και τη χώρα. Η διοργάνωση υλοποιήθηκε από τα Holmes Place, σε συνεργασία με την ομάδα του Spetses Mini Marathon και τη συνδιοργάνωση του ΟΠΑΝΔΑ (Οργανισμός Πολιτισμού, Αθλητισμού και Νεολαίας του Δήμου Αθηναίων). Το όριο των 2.000 συμμετοχών συμπληρώθηκε άμεσα και το event έγινε sold out στις πρώτες μέρες διαθεσιμότητας των εγγραφών. Χωρίς χρονομέτρηση και ανταγωνισμό, Άι Βασίληδες όλων των ηλικιών κάλυψαν μια απόσταση 2,5 χλμ, με αφετηρία και τερματισμό το City Link, σε μια διαδρομή ειδικά σχεδιασμένη για την κατάλληλη προβολή της Αθήνας. Συνδυάζοντας τις αξίες της άθλησης με την κοινωνική προσφορά, τα χρήματα που συγκεντρώθηκαν από τις συμμετοχές διατέθηκαν στο Σωματείο Ελίζα-Εταιρεία κατά της Κακοποίησης του Παιδιού.



ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑΣ - CSR

ΕΥ ΖΗΝ LIVE - VIRTUAL - DIGITAL ΟΠΑΠ Διαδρομή προσφοράς BTL activation & Αυθεντικός Μαραθώνιος Αθήνας 2015

Η ΟΠΑΠ είναι ο Μέγας Χορηγός του Αυθεντικού Μαραθωνίου Αθήνας μέχρι και το 2016 και σε συνάρτηση με το CSR project «Διαδρομή προσφοράς» που έχει σχεδιάσει για δεύτερη συνεχή χρονιά, για τη στήριξη των παιδικών νοσοκομείων Παιδων Αθηνών «Η Αγία Σοφία» και «Παν. & Αγλαίας Κυριακού», δημιουργήθηκε η ανάγκη την ημέρα του Μαραθωνίου να έχει έντονη παρουσία μέσω περιπτέρου, καθώς και μέσω προωθητικών ομάδων. Σε αυτό το πλαίσιο, σχεδιάστηκε ένα δημιουργικό corner, στο οποίο μεγάλοι και μικροί μπορούσαν να περάσουν δημιουργικά την ώρα τους και να ενημερώνονται για το CSR πρόγραμμα «Διαδρομή Προσφοράς». Το περίπτερο είχε ως βασικό σημείο τη δημιουργία GIF ή φωτογραφίας με ήρωες τους ίδιους τους επισκέπτες και, για κάθε GIF, η ΟΠΑΠ κατέβαλε χρηματικό ποσό για την ανέγερση των παιδικών νοσοκομείων. Σε άλλο σημείο του περιπτέρου είχε στηθεί γιγαντοσθόνη για την προβολή της δράσης, φιλοξενήθηκαν γνωστοί μουσικοί παραγωγοί, ενώ έλαβαν χώρα πολλές περιφερειακές δράσεις.



ΟΠΑΠ ΑΕ Ευχοστολίδια

Κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου των Χριστουγέννων του 2015, η ΟΠΑΠ ΑΕ υλοποίησε για δεύτερη συνεχή χρονιά το πρόγραμμα εταιρικής υπευθυνότητας «Ευχοστολίδια». Η εταιρεία προσκάλεσε 3.273 παιδιά που υποστηρίζονται από την ένωση «Μαζί για το Παιδί» να ζωγραφίσουν σε ένα απλό λευκό χαρτί τη χριστουγεννιάτικη ευχή τους και κατόπιν παρουσίασε τις ζωγραφιές σε χριστουγεννιάτικες εκθέσεις που εγκατέστησε στα πολυκαταστήματα The Mall Athens, Athens Metro Mall και Mediterranean Cosmos στη Θεσσαλονίκη, καθώς και στα κεντρικά γραφεία της. Το κοινό μπορούσε να δει τις ζωγραφιές και να επιλέξει την ευχή που ήθελε να πραγματοποιήσει, να επισκεφτεί οποιοδήποτε κατάστημα και να αγοράσει το αντίστοιχο δώρο και να επιστρέψει στο περίπτερο για να το παραδώσει μαζί με μια ευχή, παίρνοντας μαζί του την αυθεντική ζωγραφιά και ένα αναμνηστικό. Η έναρξη του προγράμματος ενισχύθηκε επικοινωνιακά από τα εγκαίνια των εκθέσεων με συμμετοχή εκπροσώπων του καλλιτεχνικού και αθλητικού χώρου, ενώ η παράδοση των δώρων πραγματοποιήθηκε σε ειδική εορταστική εκδήλωση.





BRONZE

ΣΕΤΕ (ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ) SETE Tourism Crowdhackathon

Στο πλαίσιο της αποστολής του για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και ανάδειξη του ρόλου του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) διοργάνωσε τον πρώτο 48ωρο Μαραθώνιο Ανάπτυξης Ψηφιακών Εφαρμογών για τον Τουρισμό. Η εκδήλωση με θέμα «SETE Tourism Crowdhackathon» πραγματοποιήθηκε στις 17 και 18 Οκτωβρίου 2015, στον Κόμβο Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας INNOVATHENS της Τεχνόπολις του Δήμου Αθηναίων και προσέλκυσε, μεταξύ άλλων, προγραμματιστές, αναλυτές, designers, ειδικούς στην επικοινωνία και το marketing. Στον διαγωνισμό κλήθηκαν να συμμετάσχουν ενεργά φορείς του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, διαθέτοντας ανοιχτά δεδομένα σε σχετικούς τομείς, προσφέροντας έτσι τα απαραίτητα στοιχεία για την ανάπτυξη των ψηφιακών εφαρμογών. Ο διαγωνισμός συνέβαλε στο να αποκομίσουν οι συμμετέχοντες χρήσιμες εμπειρίες σχετικά με τον τρόπο δόμησης και προώθησης μιας επιχειρηματικής ιδέας και στο να έρθουν σε άμεση επαφή με τον τουριστικό κλάδο. Η προσέλευση ξεπέρασε τους 170 συμμετέχοντες, με 35 μέντορες και 16 μέλη της επιτροπής αξιολόγησης.



BRONZE

NEWTON - COSMOTE Απονομή Υποτροφιών Cosmote 2015

Στις 10 Δεκεμβρίου 2015, στο ξενοδοχείο Hyatt Regency στη Θεσσαλονίκη, πραγματοποιήθηκε η Απονομή Υποτροφιών Cosmote 2015, παρουσία των υποτρόφων αλλά και εκπροσώπων των media. Το κύριο μήνυμα «Ό,τι καλύτερο έχουμε» αποδόθηκε εικαστικά με κυρίαρχο στοιχείο το ελληνικό φως, ενώ, φτάνοντας στο venue, το οποίο ήταν ντυμένο στα χρώματα της νέας ταυτότητας του brand, οι προσκεκλημένοι περνούσαν μέσα από μια «πύλη», φτιαγμένη από τρισδιάστατες ακτίνες φωτός. Στο foyer δέσποζε έκθεση με φωτογραφίες βγαλμένες από τους υπότροφους, με θέμα «Φωτεινά Ονόματα», ενώ το ballroom του Hyatt είχε μεταμορφωθεί σε ένα λευκό, minimal brand environment. Ένα εντυπωσιακό intro video άνοιξε την εκδήλωση, ενώ παρουσιάστηκαν εμπειρίες από παλαιότερους υποτρόφους μέσω skype και ομιλίες από στελέχη της Cosmote. Η εκδήλωση έκλεισε με ένα video αισιοδοξίας με πρωταγωνιστές τα 50 παιδιά, που περιγράφουν με μια φράση πώς αντιμετωπίζουν το μέλλον τους, καθώς και δεξίωση σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο του ξενοδοχείου με χριστουγενιάρικο ντεκόρ και ζεστή ατμόσφαιρα.

ΜΟΥΣΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ / ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ



GOLD

COCA-COLA 3 ΕΨΙΛΟΝ Amita Motion 10 Χρόνια Θετική Ενέργεια!

Το 2015, η Amita Motion γιόρτασε δέκα χρόνια Θετικής Ενέργειας, αναζητώντας τις δέκα πιο «Θετικές παρέες» από όλη την Ελλάδα, μέσα από ένα 360ο πλάνο ενεργειών που περιλάμβανε on line και off line «Positive Challenges» και μουσικές δράσεις. Με στόχο την περαιτέρω σύνδεση των νέων με τη μάρκα, η Amita Motion κάλεσε τους φίλους της να γιορτάσουν μαζί της με συναυλίες σε Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο Κρήτης και Αθήνα, όπου ο εορτασμός κορυφώθηκε με τη διοργάνωση της Ημέρας Θετικής Ενέργειας. Στις συναυλίες της Θεσσαλονίκης και του Ηρακλείου πραγματοποιήθηκαν off line challenges με τους συμμετέχοντες να διεκδικούν ταξίδια για την Αθήνα και εισιτήρια για την Ημέρας Θετικής Ενέργειας, η οποία έλαβε χώρα στις 11 Σεπτεμβρίου με τη συμμετοχή αγαπημένων καλλιτεχνών. Για πρώτη φορά στη σκηνή της Θετικής Ενέργειας εμφανίστηκε ο Σάκης Ρουβάς, ενώ η βραδιά κορυφώθηκε με τις δέκα πιο «Θετικές Παρέες» να ανεβαίνουν στο stage και να συμμετέχουν στο closing act του pop star.

Where imagination comes on display

DIDI MUSIC

Rockwave Festival 2015

Το Rockwave Festival 2015 έλαβε χώρα στο Terra Vibe Park, τον μεγαλύτερο και πιο σύγχρονο «ανοιχτό» χώρο εκδηλώσεων της χώρας. Για πρώτη φορά στην εικοσαετή ιστορία του, το μεγαλύτερο μουσικό φεστιβάλ της Ελλάδας ήταν σπονδυλωτό, με τέσσερις ξεχωριστές ημερομηνίες. Η αρχή έγινε το Σάββατο 30 Μαΐου 2015 με την παρθενική εμφάνιση των The Black Keys στην Ελλάδα, ενώ στις 20 Ιουνίου ο Robbie Williams έδωσε ένα από τα καλύτερα shows που έχουν δοθεί ποτέ από καλλιτέχνη επί ελληνικού εδάφους. Το Σάββατο 4 Ιουλίου στο Terra Stage πρωταγωνίστησαν οι The Prodigy, ενώ στο Vibe Stage εμφανίστηκαν, μεταξύ άλλων οι Judas Priest και Rotting Christ. Το περσινό επετειακό Rockwave έκλεισε με τους Manu Chao La Ventura, με τον Manu να δίνει το έναυσμα για ένα ακόμη μνημειώδες party. Το Rockwave Festival 2015 ήταν το πιο επιτυχημένο φεστιβάλ των τελευταίων ετών, αυξάνοντας κατά 300% τις πωλήσεις εισιτηρίων σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.



ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΜΟΔΑΣ

H&M

H&M Flagship Opening

Στις 23 Οκτωβρίου 2015, η H&M γιόρτασε με ένα μεγάλο Fashion VIP party, με Special Guest την Kristina Bazan, δημιουργό του blog Kayture, τα εγκαίνια του μεγαλύτερου flagship καταστήματός της στη Νότιοανατολική Ευρώπη, σε ένα δόροφο, διατηρητέο νεοκλασικό κτίριο, στην οδό Ερμού 11 & Βουλής. Έμπνευση αποτέλεσε η σπουδαία ιστορία του κτιρίου, η οποία οδήγησε στην ιδέα του campaign «Welcome at Grand H&M», καθώς το κτίριο ξεκίνησε τη λειτουργία του ως ξενοδοχείο πολυτελείας. Για την υποστήριξη του concert, η πρόσοψη τονίστηκε με ένα ειδικά σχεδιασμένο music lights show, ενώ η υποδοχή στο εσωτερικό γινόταν στον χώρο της «Ρεσεψιόν», που ήταν διακοσμημένη με το έμβλημα του κτιρίου. Οι επισκέπτες προμηθεύονταν το «κλειδί» τους από κορίτσια ντυμένα ως γκρουμ, ενώ όλοι οι επώνυμοι καλεσμένοι φορούσαν τη φθινοπωρινή συλλογή. Σε διαφορετικά σημεία του καταστήματος πραγματοποιούνταν εντυπωσιακά fashion happenings, όπως μια special performance της Τάμτα, παρουσίαση make-up tips της νέας H&M Beauty σειράς και το Gentlemen's Club Corner.



AMUSE CONCEPT EVENTS

Zoulias Fashion Show

Στις 24 Οκτώβριου 2015, στο Grand Ballroom του Intercontinental, διοργανώθηκε ένα ξεχωριστό ντεφιλέ για την παρουσίαση της νέας κολεξιόν Zoulias, με στόχο να υπηρετηθεί το concept του σχεδιαστή, ώστε να εντυπωσιάσει όχι μόνο με τις δημιουργίες του, αλλά και με την παρουσίασή τους. Το θέμα ήταν «Women in Mykonos through the decades... from '30s to '80s». Για πρώτη φορά στην Ελλάδα, κατασκευάστηκε πασαρέλα σε σχήμα 8, για την οποία εργάστηκε μια μεγάλη ομάδα εξειδικευμένων επαγγελματιών. Τη διεύθυνση παραγωγής ανέλαβε ο Χάρης Νικολαΐδης σε σκηνοθεσία Μανώλη Μανιού, υπό την τεχνική διεύθυνση του Χρήστου Ιακωβίδη και υπεύθυνη client service τη Δήμητρα Χρονοπούλου. Τα αποτελέσματα ενδυνάμωσαν το brand, καθώς 585 καλεσμένοι, μεταξύ των οποίων δημοσιογράφοι, πολιτικοί, fashion bloggers, celebrities, ηθοποιοί και τραγουδιστές, είχαν την ευκαιρία να απολαύσουν το show. Υπήρξε εκτενής κάλυψη από όλα τα Μέσα, με έντονη παρουσία σε εκπομπές και περιοδικά και ισχυρό buzz στα social media.



SILVER

RETAIL / IN-STORE

ΟΜΙΛΟΣ FF GROUP

Folli Follie - Ermou New Concept Store - A Dream Come True

Το 2015, η Folli Follie παρουσίασε το νέο της Concept Store, υπογραμμίζοντας την εξέλιξη του brand διεθνώς. Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποίησε τον Δεκέμβριο του 2015 στο flagship κατάστημά της στην οδό Ερμού 19, μια αποκλειστική παρουσίαση ειδικά για εκπροσώπους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, με στόχο την επικοινωνία της νέας αρχιτεκτονικής και φιλοσοφίας των καταστημάτων Folli Follie, καθώς και την παρουσίαση των νέων συλλογών και σχεδίων της συλλογής Santorini Flower. Για τις ανάγκες της εκδήλωσης, δημιουργήθηκε το διαδραστικό application A Dream Come True, που έδωσε τη δυνατότητα στους καλεσμένους να μοιραστούν τα όνειρά τους. Το glam fashion party των εγκαινίων πλαισιώθηκε μουσικά από τις επιλογές της DJ Ξένιας Γκάλη, παρουσία διάσημων προσωπικοτήτων, όπως οι Ντορέττα Παπαδημητρίου, Αθηνά Οικονομάκου, Νικολέττα Ράλλη, Μπέτυ Μαγγίρα, Τζένη Μπαλατινού, Κατερίνα Μυσιχρόνη, Μαρία Μπεκατώρου, Κατερίνα Καινούριου, Αντωνία Καλλιμούκου, Μαρία Ηλιάκη και Ναταλία Δραγούμη, που είχαν την ευκαιρία να βιώσουν την απόλυτη εμπειρία shopping, μέσα από ένα διαδραστικό ταξίδι.



BRONZE

AMUSE CONCEPT EVENTS

Cosmote Μαζί

Με μόττο «Καλύτερα Μαζί», το πρόγραμμα Εγκαινίων Cosmote –«Μαζί» διοργανώθηκε τον Νοέμβριο του 2015 και στο πλαίσιο του πραγματοποιήθηκαν εορταστικά events επί 35 ημέρες, σε 22 καταστήματα σε 10 πόλεις ανά την Ελλάδα. Απώτερος στόχος, η επικοινωνιακή ενίσχυση της ένωσης των ΟΤΕ-Cosmote και η ενημέρωση του κοινού σχετικά με το πώς επωφελείται από αυτή. Τα καταστήματα διακοσμήθηκαν στα νέα χρώματα του brand, ενώ έξω από αυτά, επαγγελματίες χορευτές ντυμένοι με Cosmote Μαζί «double» μπλούζα δύο ατόμων, συνέθεταν ένα εντυπωσιακό flash mob, υπογραμμίζοντας την έννοια του «Μαζί». Promoters, roller skate promoters, promoter –jugglers, promoters με Segway, ολοκλήρωναν το εορταστικό ύφος. Επίσης, οι προωθητικές ομάδες παρακινούσαν τον κόσμο να κάνει check in σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για να κερδίσει δώρα. Οι συμμετοχές ξεπέρασαν τις 75.000 και δόθηκαν 15.000 δώρα. Με περίπου 250 άτομα promo και επόπτες, πάνω από 195.000 φυλλάδια διανεμήθηκαν και παρουσιάστηκε αύξηση των αγορών λόγω των δωροεπιταγών που μοιράστηκαν.



SILVER

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

POSEIDONION GRAND HOTEL - TRAVELWORKS COMMUNICATIONS

Tweed Run Spetses

Στο πλαίσιο των εκδηλώσεων για τον εορτασμό των 100 ετών λειτουργίας του Poseidonion Grand Hotel, τον Νοέμβριο του 2014 πραγματοποιήθηκε το πρώτο Tweed Run event στις Σπέτσες. Με αφετηρία το Λονδίνο πριν από έξι χρόνια, αποτελεί τον πιο «κομψό» ποδηλατικό αγώνα, με το tweed ύφασμα να έχει την τιμητική του και τους λάτρεις του vintage να διαγωνίζονται για το βραβείο του καλύτερου vintage ποδηλάτου. Ξεπερνώντας κάθε προσδοκία σε αριθμό συμμετοχών, εντυπωσιακών tweed εμφανίσεων και ιδιαίτερων ποδηλάτων, περισσότεροι από 200 λάτρεις του tweed από την Ελλάδα και το εξωτερικό έλαβαν μέρος, δημιουργώντας μια γοητευτική ατμόσφαιρα περασμένων εποχών. Το «παρών» στην εκδήλωση έδωσαν και στελέχη της βασικής ομάδας που εμπνεύστηκε και υλοποίησε το Tweed Run για πρώτη φορά στο Λονδίνο το 2009. Αποκορύφωμα του event αποτέλεσε το vintage beauty pageant στο σαλόνι του ξενοδοχείου, με κριτική επιτροπή προσωπικότητες από τον χώρο της μόδας και τον εμπνευστή του Tweed Run, Ted Young – Ing.



Where imagination comes on display

CELESTYAL CRUISES Θεματικές Εκδηλώσεις 2015

Με στόχο τη διάδοση της αυθεντικής ελληνικής εμπειρίας εν πλω στους επιβάτες της, η Celestyal Cruises παρουσίασε το 2010 τον θεσμό των θεματικών εκδηλώσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, το 2015 υλοποιήθηκαν 83 διαφορετικά θεματικά events σε τέσσερις στρατηγικούς πυλώνες: ελληνικοί προορισμοί, ελληνικός πολιτισμός, ελληνική διασκέδαση και ελληνική γαστρονομία. Η επιτυχία των ειδικών θεματικών εκδηλώσεων βασίζεται στον απόλυτα στοχευμένο σχεδιασμό και υλοποίησή τους. Αντλώντας έμπνευση από τους προορισμούς της εταιρείας, σχεδιάστηκαν βιωματικές θεματικές εκδηλώσεις, ενώ στον πυλώνα του πολιτισμού, διοργανώθηκαν, μεταξύ άλλων, μουσικοχορευτικές παραστάσεις με το Λύκειο των Ελληνίδων και διαδραστικές παρουσιάσεις. Στον άξονα της διασκέδασης πραγματοποιήθηκαν συναυλίες δημοφιλών καλλιτεχνών, θεατρικές παραστάσεις και DJ sets, ενώ όσον αφορά τη γαστρονομία, σχεδιάστηκαν εκδηλώσεις οινογνωσίας και μαγειρικής, καθώς και ειδικά events με επίκεντρο ελληνικά προϊόντα, σε συνεργασία με καταξιωμένες προσωπικότητες και εταιρείες του χώρου. Χάρη στην επιτυχία του, το concept αναβαθμίζεται για το 2016 μετατρέποντας τις θεματικές εκδηλώσεις σε θεματικές κρουαζιέρες.

ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

ALPHA BANK Dine Athens

Στόχοι της ενέργειας Dine Athens ήταν η ενίσχυση του Diners Club στην ελληνική αγορά, σε συνέχεια της επιτυχημένης εξαγοράς του χαρτοφυλακίου του από την Alpha Bank, η ενίσχυση συνεργασιών με εστιατόρια, καθώς και η ανανέωση της υπηρεσίας του Dine Diners. Η ιδέα ήταν να δημιουργηθεί το 1ο γαστρονομικό event στην Ελλάδα, εισάγοντας το concept των «restaurant weeks», στην οποία βασίζονται κορυφαία διεθνή γαστρονομικά πρότυπα. Σε αυτή τη λογική, η Alpha Bank και οι κάρτες Diners Club διοργάνωσαν το «Dine Athens» τον Φεβρουάριο του 2016, δίνοντας την ευκαιρία στο αθηναϊκό κοινό να απολαύσει δημιουργίες υψηλής γαστρονομίας σε 100 επιλεγμένα εστιατόρια, σε ειδικές τιμές και με επιπλέον προνόμια για τους κατόχους των καρτών Diners Club. Στο «closing event» συμμετείχε ο γνωστός και βραβευμένος με δύο αστέρια Michelin Chef Arnaud Bignon, ο οποίος δημιούργησε αποκλειστικά για τη συγκεκριμένη βραδιά ένα ξεχωριστό μενού, ειδικά για κατόχους καρτών Diners Club, συνεργάτες και δημοσιογράφους.

ΔΕΣΜΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ Ελλάδα, Γιορτή, Γεύσεις από το αθηνόραμα

Έχοντας ως γνώμονα να αναδείξει τα εξαιρετικά ελληνικά προϊόντα διατροφής μικρής παραγωγικής κλίμακας, το Φεστιβάλ «Ελλάδα, Γιορτή, Γεύσεις» έχει δύο σημαντικά στοιχεία διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό: το υψηλό επίπεδο διασφαλίζεται χάρη στη γευστική δοκιμή από την ομάδα γευστιγνοστών του αθηνοράματος, ενώ ξεφεύγει από την τυπική εμπορική έκθεση, μετατρέποντάς τη σε εκδήλωση γαστρονομίας και πολιτισμού. Ο χώρος της Τεχνόπολης του Δήμου Αθηναίων προσαρμόστηκε κατάλληλα για τις ανάγκες της διοργάνωσης, η οποία πλαισιώθηκε από διάφορα πολιτιστικά δρώμενα, καθώς και δεκάδες γαστρονομικές εκδηλώσεις και σεμινάρια. Διάσημοι σεφ, όπως οι Έκτορας Μποτρίνι, Ολιβιέ Καμπανιά, Νίκος Ρούσος, Διονύσης Αλέρτας και Ηλίας Μαμαλάκης, έδειξαν στο κοινό πώς να μαγειρεύουν και να απολαμβάνουν τα ποιοτικά ελληνικά προϊόντα, ενώ ιδιαίτερη απήχηση είχε το εστιατόριο υπό τον σεφ Jean Louis Capsalas και τον chef patissier Διονύση Αλέρτα, αλλά και η καντίνα «Food Truck» του Γιώργου Γλυνού. Τέλος, απονεμήθηκαν βραβεία καινοτομίας και συσκευασίας με χρηματικά έπαθλα, καθώς και διαγωνισμός βραβείων κοινού.



ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

SILVER

SALES PROMOTION CENTER Το Luna Park της Ανακύκλωσης



Το Λούνα Παρκ της Ελληνικής Εταιρείας Αξιοποίησης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ) επισκέπτεται όλη την Ελλάδα με βασικό στόχο την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κοινού για την αξία της ανακύκλωσης συσκευασιών και μέσα από τα διασκεδαστικά, διαδραστικά του παιχνίδια, ψυχαγωγεί και παράλληλα εκπαιδεύει τα παιδιά στην ορθή χρήση του μπλε κάδου. Μέσα από τη δράση, οι δήμοι προβάλλονται και προβάλλουν το έργο τους, ενώ οι εκπαιδευτικοί ενεργοποιούνται και συμμετέχουν ενεργά στην κινητοποίηση των μαθητών, οι οποίοι ενημερώνονται διασκεδάζοντας. Στο πλαίσιο του Λούνα Παρκ, οργανώνονται 11 δημοφιλή παιχνίδια, με τα παιδιά να χωρίζονται σε ομάδες και να συναγωνίζονται. Κρίκοι, στόχος, puzzle, παιχνίδια μνήμης, κυνήγι θησαυρού, φιδάκι, ψάρεμα, ο τροχός της ανακύκλωσης, bowling, κάδος και τσουβαλοδρομίες ήταν τα παιχνίδια με πρωταγωνιστή τον μπλε κάδο, μετά τη λήξη των οποίων τα παιδιά έλαβαν σχετικά αναμνηστικά δώρα και έπαθλα. Συνολικά, 40 δήμοι και 165 δημοτικά σχολεία έλαβαν μέρος στο πρωτότυπο Λούνα Παρκ το 2015.

BRONZE

WIDE ANGLE PR & EVENTS

Εθνικός Τελικός Young Business Talents



Ο Εθνικός Τελικός Young Business Talents 2014-15, ήταν η πανηγυρική κορύφωση του Καινοτόμου Διαγωνισμού με Επιχειρηματικό Προσομοιωτή, στον οποίο συμμετείχαν 300 μαθητές Λυκείου όλων των τύπων και από κάθε γωνιά της Ελλάδας. Πραγματοποιήθηκε το Σάββατο 28 Μαρτίου 2015 στο κλειστό γήπεδο του Μετς, στην Αθήνα. Ήταν ένα ολοήμερο event, όπου οι 75 επικρατέστερες ομάδες μαθητών κλήθηκαν να συναγωνιστούν με ζωντανή παρουσία, σε μια τελική διαγωνιστική φάση, εθνικού επιπέδου, για την ανάδειξη των 20 πιο αποτελεσματικών και κερδοφόρων «ομάδων-εταιριών» της χρονιάς, ως επιστέγασμα του Εθνικού Διαγωνισμού Young Business Talents. Στόχος της καινοτόμου αυτής πρωτοβουλίας ήταν να βοηθήσει τα παιδιά να κατανοήσουν τις έννοιες της Επιχειρηματικότητας και της Διοίκησης, φέρνοντας κοντά τη θεωρία με την πράξη. Αποτελεί μια μοναδική διδακτική πρακτική εμπειρία που καλλιεργεί στους νέους την επιχειρηματικότητα, τους προσφέρει γνώσεις και αναπτύσσει τις δεξιότητές τους, μέσα από ένα βιωματικό παιχνίδι συνεργασίας και άμιλλας. Παράλληλα, υποστηρίζει τους μαθητές στον ακαδημαϊκό και επαγγελματικό τους προσανατολισμό.

ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

BRONZE

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΙΠΠΙΚΟΣ ΟΜΙΛΟΣ

EIO Events 2015 - Αγώνες Ιππασίας



Συμπυκνώνοντας τη φιλοσοφία του για τη σειρά αγώνων EIO Events στις λέξεις «ποιότητα» και «απόλαυση» και με όπλο τις ιστορικές, αλλά εκσυγχρονισμένες εγκαταστάσεις του, ο Ελληνικός Ιππικός Όμιλος (EIO) θέτει ως στόχους να ανεβάσει το αγωνιστικό επίπεδο και να προβάλει αποτελεσματικά το άθλημα. Ο πρώτος αγώνας της σειράς πραγματοποιήθηκε τον Μάρτιο του 2015 με τίτλο «EIO Challenge 2015» και θέμα «EIO και άθλημα» και ήταν αφιερωμένος στους αθλητές και τα αλόγα τους. Ο δεύτερος αγώνας εμποδίων με θέμα «EIO και κοινωνία», έλαβε χώρα τον Μάιο του 2015. Διοργανώθηκε σε συνεργασία με το σωματείο ατόμων με νευρομυϊκές παθήσεις MDA Ελλάς και είχε την ονομασία «Ride with your heart, Ride for MDA Hellas», ενώ πλαισιώθηκε από παράλληλα event με κοινωνικό προσανατολισμό. Ο τρίτος αγώνας «EIO Events» είναι το καθιερωμένο «EIO Grand Prix», που διεξήχθη στις 31 Οκτωβρίου με 1 Νοεμβρίου 2015, με τα μεγαλύτερα χρηματικά έπαθλα και σημαντική προβολή για τους χορηγούς.



