

2016 EVENT AWARDS

Where imagination comes on display

Χορηγοί



Υποστηρικτές

Spicy

Χορηγός Οργανογραμματισμού



Χορηγός Εμπροσθοφυλλίου



#eventors_ YOU _can_trust



2016
EVENT
AWARDS

Where imagination comes on display

Διοργάνωση

boussias communications

Official Publication

MarketingWeek



Φαντασία και στρατηγική στο βήθρο των διακρίσεων

Οι «αφσνέζ» 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 φορά, η Boussias Communications και το περιοδικό Marketing Week διοργανώσαν το Event Awards 2016, με σκοπό την αναγνώριση της δημιουργικότητας και φαντασίας πίσω από τις θεματικές εκδηλώσεις (events), αλλά και της νέας εστιακής στην οποία εισάγονται. Περισσότερα από 450 υψηλόβαθμα στελέχη από ένα ευρύ φάσμα εταιρειών, τόσο από εταιρείες παραγωγής και διοργάνωσης events, όσο και από διαφημιστικές, διευθυντές marketing και επικοινωνίας, προμηθευτές και brands, παρευρέθηκαν στη Τελετή Απονομής στον παραλιακό χώρο Ele 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 ζωντανά, κομμάρι και εύστοχα σκίτσα, τα βραβεία παρουσιάστηκαν σε γρήγορο ρυθμό η **Λυδία Παπαϊωάννου** και ο **Παναγιώτης Χατζηδόκης**, οι οποίοι φρόντισαν να δώσουν και ιδιόμοι «insights», μέσα από videos που με χιουμοριστικό τρόπο αναδεικνύουν σημαντικά θέματα για τον κόσμο των events. Η ομιλία της άνοιξε με τη below-the-line επικοινωνία που υπολείνεται σε μια νέα εποχή συνεργασίας, ο... «κόρος του Murphy» που πάντα θα «κυττάσει» σε μια εκδήλωση και πολλά άλλα. Η βραδιά ολοκληρώθηκε τις πρώτες πρωινές ώρες, με τον κόσμο να παραμένει στον χώρο για πατι και συζήτηση δίπλα στη δάσκαλα.

Υποψηφιοί 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 αντικατασκευών, catering και venues όσο και από τα ίδια brands.

Τα βραβεία συγκέντρωσαν πλήθος υποψηφιοτήτων υψηλού επιπέδου, θέτοντας μία ενδιαφέρουσα πρόκληση στην κριτική επιτροπή. Όπως ανέφερε η Πρόεδρος της Επιτροπής **Ζωή Λεγάκη-Μπελοδούκα**, τα events με τον όρο «επικοινωνία» του δρόμου «ειδηλώσεις» ως πιο περιεκτικές του εύρους εφαρμογών, σίγουρα δεν είναι απλώς μία ομπρέλα, ένα κόμμο κορδέλας και ένα χαμόγελο: «Τα events σήμερα αποτελούν πεδίο κατασκευής και δημιουργικότητας, η οποία αναδεικνύεται μέσα σε εξαιρετική κορού, πολυπλοκότητα και την αίσθηση της αριστείας». Όπως τόνισε, ο αριθμός των υποψηφιοτήτων δείχνει την προώθηση της διοργάνωσης, δείχνοντας ξεκάθαρα ότι τα events αποτελούν πεδίο στρατηγικής επένδυσης από την πλευρά των brands, ιδιαίτερα σε κορού κρίσης. Αναφερόμενη στο σκεπτικό που αναδεικνύουν την αριστεία στον χώρο των events, στάθηκε περισσότερο στη σημασία της «στρατηγικής ευστασίας», δηλαδή στην ενσωμάτωση του event στο συνολικό στρατηγικό πλαίσιο με τον καλύτερο τρόπο.



Η οργάνωση
της αόρατης σκηνής:
Δ. Φαντάκης
και Π. Αγγελίδης



Κριτική Επιτροπή

Η κριτική επιτροπή συγκροτήθηκε από ανάθεση με πολυπληθή εμπειρία στον τομέα των events, τόσο από την ελληνική όσο και από τη διεθνή αγορά. Συγκεκριμένα, τα υποψήφια μέλη αξιολόγησαν τα μέλη της κριτικής επιτροπής, η οποία συγκροτήθηκε από τους: Ζωή Λαφόνη-Μπελαούκα, Πρόεδρος της Κριτικής Επιτροπής, PR Consultant, Ντίνος Αδριανόπουλος, Πρόεδρος Δ.Σ. Μ. Επικοινωνίας & Ακτινοβολίας Δ/νων Σύμβουλος Ονίτας Katchum, Ντίνος Ασπράς, Πρόεδρος Δ.Σ. HAPCO & Πρόεδρος Theapa Tours and Congresses, Θρασύβουλος Γάτσας, Καλλιτεχνικός Διευθυντής «Ελληνικός Κόσμος», Κατερίνα Γκαγκάκη, PR Consultant, Μίλτος Καραύμπος, Πρόεδρος Chaix Ouzo, Αναστασία Καρίφη, Γενική Διευτήτρια Ελληνικός Ποιητικό Μουσείο, Νερίνα Καραλή, Γενική Διευθύντρια ΣΔΕ.

Ανδρέας Μουραμμάκης, Global Marketing Director Phenix Portfolio EBM Plc, Events Services, Ελένη Μποσιόνη, Μεγάλη Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδας «Νέων Βουδαΐνη», Κριτικές Πρωτοδικές Κατηγοριοποίηση, Χρήστος Παλλέκης, CEO, Laura International Management, Στεφανία Πατρόπουλος, Group Communications Director ΣΕΤΕ, Κώστας Σκυλογιάννης, Head of BTL Marketing Dept. ΟΠΑΠ ΑΕ, Ανδρέας Τσίλκωνης, Πρόεδρος, Ένωση Παραγωγών Έργων Επικοινωνίας (ΡΑΕΤ), Αντώνης Τσούλος, BTL Consultant Oneworld, Θεόδωρος Χαραγιάννης, Επικοινωνιακός Πρόεδρος Ομίλου Χαραγιάνη, Δημήτρης Χαραλάμης, Καθηγητής Πολιτικής Επικοινωνίας Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Christina Zako, Saul Asale, Action Global Communications.



Χορηγοί

Χορηγοί των βραβείων είναι η West S.A. και η White Space. Υποστηρικτές η Spicy Communication, Χορηγός Ομπιευματικών η Sound & Visual Παραθερισμού και Χορηγός Επικοινωνίας το syndeo.gr.



Η Multitrait Productions δημιουργεί το κομμορριτικό video «Murphy's Law» και «H zeta etabli» και η Nanao Fireworks το πυροτεχνήματα.

Η Οργάνωση της Κριτικής:
Επιστρώς, Δ. Αγγελίδης

TA BPABEIA

Κατηγορία	Εταιρεία	Event	Βραβείο
1. Best Brand Best Event / Product Event			
Experiential Marketing Event	YARD	COSMOTE @Rockwave Festival 2015	GOLD
	Alpha Bank	The evolution of everyday banking oro TEDxAcademy 2015	SILVER
	ONE TEAM A.E.	PEDIGREE & WHISKAS Νοτιόζου την Ναιάδαγια Ημέρα των Ζώων	SILVER
	YARD	WHAT'S UP @Rockwave Festival 2015	SILVER
	REDS	Smart Park Smart Theater	BRONZE
	Coca-Cola Tplc Bgklov	AMITA MOTION 10 Χρόνια Benefit Ενέπρωτο	BRONZE
Brand Event	COSMOTE - MAD	WHAT'S UP FUNLABS	GOLD
	ΔΕΒ - HELEXP0 A.E.	Εργαστήριο και Μουσείο Επιστήμης	GOLD
	WEST A.E.	WIND Run Grease	SILVER
	Microsoft - Enzyme	Night of The Living Dogs	SILVER
	ABRivativ ZuSondilo - PR Agency: Advocate Burson - Marsteller; Digital Agency: ISOBAR, Mosaid Production: Multitrac, Event Production: XCubeo, BTL: Pank & Fame	Athens Mosaic	BRONZE
	Djilloc FF Group	Converse Made by You Event	BRONZE
Brand Activation & Sales Promotion	Coca-Cola Tplc Bgklov (Ex ουνεπυτολο με m 4 Wisa Monkeys και Sales Promotion Center)	Cutty Sark Urban Adventures Tours	SILVER
	Shtsido / Djilloc FF Group	Shtsido Experience Center Opening Event	BRONZE
2. Best Brand Best in Marketing & Communication			
Εμπειρική Event Marketing / Guerrilla Marketing / Καυδία στο MME	Coca-Cola Tplc Bgklov (Ex ουνεπυτολο με m 4 Wisa Monkeys)	Urban Ticket Hunt by Cutty Sark	GOLD
Digital Experience	Alpha Bank	The evolution of everyday banking oro TEDxAcademy 2015	GOLD
Design / Branding	Alpha Bank	The evolution of everyday banking oro TEDxAcademy 2015	GOLD
	YARD	Glow Magazine Pop Up Store	GOLD
Καυδία Integrated Marketing	KITEOBOWOE - DIXONS SOUTH-EAST EUROPE AEBE, με ουνεπυτολο Gravity The Newtons, McCann Athens- Momentum Worldwide, Mullen Lowe Athens και YARD	65 χρόνια KITEOBOWOE, Θεσπία - Το Εξοτικό Τιποτοκοντο	GOLD
	ONE TEAM A.E.	«Μαδία για Καλό» Παρά με την ORBIT & Βαδία Βαγία το Παδία Χωρίδ SOS	SILVER
Event Series / Brand Consistency	Advocate / Burson - Marsteller, International concept: Golin Harris	JOHNNIE WALKER BLACK LABEL Fabric of Flavour	GOLD
	Celestyal Cruises	Θεσπία Εξοτικό 2015	SILVER
	Amuse Concept Events	COSMOTE MAD	BRONZE
3. Best Brand Best Corporate Event			
Εργασία	ΕΥ ΖΗΤΙ Live - Virtual - Digital - SOLID	Καροτάρματα COLLECTIVE του Ομήρου FOLLI FOLLIE στο Καλυνό και Η. Φωκικό	GOLD

Where imagination comes on display

Κατηγορία	Εταιρεία	Event	Βραβείο
Seasonal / Anniversary	Momentum Athens / McCann WorldGroup - Yard Events	Shell Event 90 Χρόνια emv EΛΛΑΔΕ	GOLD
	anthings	SKF Hefes - 90 Years Celebration Event	SILVER
		65 XPOMA VICHY	SILVER
	NicArthurGlen Designer Outlet Athens	Black Friday	BRONZE
Εταιρικό Συνέδριο	Spicy Communication AE	Εταιρικό Συνέδριο WIND 2015	GOLD
	WEST A.E	WIND Commercial Conference 2015	SILVER
	Momentum - McCann Worldgroup	Εμπνευστή Πόση: «Καλώς ήλθε στην πόση μας» Εταιρικό Συνέδριο	BRONZE
Team Building	Amuse Concept Events	POP «G of Thrones»	SILVER
Λειτουργικό Προϊόντος	YARD	Marlboro Advance Blue brand Series	SILVER
Kickoffs Ναυαγίων / 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
A. Ετήσιος Best Event			
Road Shows	Foss Productions	IKEA «ΓΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΝΟΥ ΜΑΕ 2»	GOLD
	Eurobank	Roadshows 3ου Διευρωπαϊκού «Η Εικόνα Κοινωνίας»	SILVER
	EY ZHN Live - Virtual - Digital	VAPOR BAR NOBACCO ROADSHOW	BRONZE
A. Ετήσιος Best Conference			
Εμπνευσμένο Συνέδριο	Amuse Concept Events	Γεγονότα 2015	GOLD
	Industry Disruptors - Game Changers (ID-SC)	Disrupt Startup ScaleUP	SILVER
	Celestial Cruises - ThinkBiz - StartupBus	Cruise Inn 2015	BRONZE
	Amuse Concept Events	OTE Meeting Team Management	BRONZE
Ενδιαφέρον Συνέδριο	ALBA Graduate Business School at the American College of Greece	Διεργάσιων ΕΒΕΟΕ Colloquium 2015	SILVER
	Κηρυκός Υποδομής ΑΕ	Διεθνές συνέδριο για τις επενδύσεις υποδομής «Form Follows Learning» Διεργάσιων: Κηρυκός Υποδομής ΑΕ και DOXA	BRONZE
A. Ετήσιος Best Network / Reception			
Best Catered Event	Aria Fine Catering, Διεργάσιων: Mithos 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
Κοσμοκράτης Περιπέτειας / Εξαιρετικό Κοσμοκράτη / Stage Design / Booth Design	Apstage / Stage design & presentation	Coca-Cola Pop up Store Xmas	GOLD
	Amuse Concept Events	The Temple Of Spirits «Bar show 3E»	GOLD
	Apstage / Stage design & presentation	Davidoff Horeca Furniture 2015	SILVER
Best use in AV Technology / Design	SOUND & VISUAL - ΠΑΠΑΠΑΝΑΖΙΟΥ ΑΕ	AV TECHNOLOGY - SAMSUNG, Περιπέτεια ΑΒΗΛΟΝΙΟΝ Ζυθονομίας HORECA 2015	GOLD

EVENT AWARDS

Κατηγορία	Εταιρεία	Event	Βραβείο
Event Production	XCUBED (PR Agency: Advocate, Burson - Marsteller, Digital Agency: ISOBAR, Mosaic Production: Multitrab, BTL: Frank & Fama)	Helsinki Athens Mosaic	GOLD
	Foss Productions	«Ταξιδεύοντας Ευχαρίστηση Υγρός Παυσίτης»	SILVER
	Foss Productions	LEGENDS ONLY - Νέα Συμφωνία ΟΥΤΥΜΠΛΑΟΥ	BRONZE
Best Video & Graphics	Amusa Concept Events	Mapping Beauty 3 L'Oréal	SILVER
Best Lighting Design	SOUND & VISUAL - ΠΑΠΑΒΑΝΑΖΙΟΥ ΑΕ	Design Hotels Arena 2015	SILVER
Γ. Ενότητα: Best Venue Experience			
Καλύτερος Παιλιδάριος	TIN PAN ALLEY - ΒΕΜΚΕ ΒΑΤΑΠΑΝΔΗΣ	Smart Events Venue in the Historic Center	GOLD
Δ. Ενότητα: Best Event Team			
Καλύτερη Ομάδα - Event Team	Dream Workers	Η ομάδα με μεγαλύτερη επιτυχία - Dream Workers	GOLD
	Amusa Concept Events	OTE Meeting Team Management	SILVER
	Public	Πέρα από 1.000 events κέρχονται σε 48 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα	BRONZE
Ε. Ενότητα: Best of the Year			
Βραβείο	PUBLIC	ΒΡΑΒΕΙΑ BIEADY PUBLIC	GOLD
	Δέσμη Εκδόσεων Α.Ε.	Χρυσό Έκδοφο	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 30 Χρόνια στην Ελλάδα	GOLD
	Chapter 5	Coca-Cola Pop up Store Athens	SILVER
	Holmas Place & Communication Lab	Santa Run Athens 2015	SILVER
Εκδηλώσεις Επιχειρηματικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας - CSR	EY ZHN Live - Virtual - Digital	ΟΠΑΠ διαδραμάτισε η προσφορά BTL activation & ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΣ ΜΑΡΦΑΒΙΟΝΟΣ ΑΘΗΝΑΙΣ 2015	GOLD
	ΟΠΑΠ Α.Ε.	Ευχαριστήριο	SILVER
	SETE (Συνδυασμός Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)	SETE Tourism Crowdfundathon	BRONZE
	Newton - Cosmote	Ανακάλυψε Ήρωες Cosmote 2015	BRONZE
Μουσική Εκδήλωση / Ύμνου	Coca-Cola 3 Έκδοφο	AMITA MOTION 10 Χρόνια Βελούδινο Έκδοφο	GOLD
	Didi Music	Rockwara Festival 2015	SILVER
Εκδήλωση Μόδας	H&M	H&M FLAGSHIP OPENING	GOLD
	Amusa Concept Events	Zochas Fashion Show	BRONZE
Retail / In-store	Optics FF Group	Full Folia - Emou New Concept Store - A Dream Come True	SILVER
	Amusa Concept Events	Cosmote Mall	BRONZE
Τουριστική Εκδήλωση	Possidonion Grand Hotel - Travelworks Communications	Twisted Run Spetses	SILVER
	Celestyle Cruises	Επιχειρηματική Εκδήλωση 2015	BRONZE
Εκδήλωση Γαστρονομίας	Alpha Bank	Dine Athens	SILVER
	Δέσμη Εκδόσεων Α.Ε.	ΕΜΔΟ, Παγνή, Γάλας και το σάντουιτς	BRONZE
Βιοτεχνική Εκδήλωση	Sales Promotion Center	To Luna Park με Ανοδοκμαστικό	SILVER
	WIDE ANGLE PR & EVENTS	ΕΒΕΚΟC ΤΑΛΕΝΤΟ YOUNG BUSINESS TALENTS	BRONZE
Αθλητική Εκδήλωση	ΕΥΡΩΚΩCΕC ΙΝΝΟC ΤΟΥΝC	BIO Events 2015 - Αγώνες ΙννοC	BRONZE

ΕΝΟΤΗΤΑ 1. BEST BRAND / PRODUCT EVENTS



EXPERIENTIAL MARKETING EVENT

YARD

Cosmote @Rockwave Festival 2015

Η Cosmote κερδίστηκε στο κλάδο του Terra Vibe στη συνάντησή του Robbie Williams, τη 2η μέρα του Rockwave Festival, στις 20 Ιουνίου 2015, με ένα περίπτερο που έγινε σημείο αναφοράς. Με 200+ τετραγωνικά μέτρα γράμματα + μηνύματα στις πλευρές του και πρωτοποριακό βιομηχανικό σχεδιασμό, προσέλκυσε περισσότερους από 4.000 επισκέπτες, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να επηρέαζαν ανδύρα σε δύο ενέργειες: να δοκιμάσουν τα προϊόντά τους να μεταμορφωθούν σε ένα μοναδικό ψηφιακό art portfolio ή να ανέβουν στο τραμπολίν και να φτιάξουν τα δικά τους slow motion videos. Την πρωτότυπη δομή του περιπτέρου συμπλήρωσε ο ίδιος ο τίτλος της ενέργειας: «Entertainment Fun Festival», με γράμματα ύψους τεσσάρων μέτρων. Σημειώστε με ταυνέλες 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 εικονιστικές φωτογραφίες και 870 social shares on the spot.



ALPHA BANK

The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015

Θέμα του TEDxAcademy 2016, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2015 στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, ήταν η Εξέλιξη, με έμφαση στους τομείς της Έρευνας, της Καινοτομίας και της Καινότητας. Η Alpha Bank, Strategic Partner του Συνεδρίου, συμμετείχε ως προαβουτίστη των πιο πρόσφατων εξελίξεων στο κλάδο 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 καλεσδοκρατικό λουλούδι που «εξελίσσεται» επισημασμένα σε ελληνικές εφαρμογές, όπως branding και ευδοκμία, αλλά και interactive games και επικοινωνία, προσαρμόζοντας το κενό του συνεδρίου στο concept space της Τράπεζας, προετοιμάσει να δομηθεί με σύνταξη, αφή, διακρίσεις και διαδραστική εμπειρία, βασισμένη στις νέες τεχνολογίες και υπηρεσίες της. Καθώς το 2015 αναδείχθηκε χρονιά-κόμβος για την Alpha Bank, η χορηγία στο TEDxAcademy 2015 ήταν ιδανική ευκαιρία για τη παρουσίαση των νέων υπηρεσιών της. Στο concept και την υλοποίηση συμμετείχαν οι συνεργάτες της από τις εταιρείες Tribal WorldWide Athens και Magna.



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 2016, τα brands Pedigree και Whiskas της Mars Hellenic διοργάνωσαν υπό την αιγίδα του Δήμου Αθηναίων και του Οργανισμού Πολιτισμού Αθλητισμού & Νεολογίας, διήμερο πρόγραμμα εκδηλώσεων ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού για την υπεύθυνη ιδιοκτησία κατοικίδιων, στην πλατεία Φιλικής Εταιρείας στο Κολωνάκι, με κεντρικό μήνυμα «Παράδοξα σημαίνει φροντίδα». Μουσική, διαγωνισμοί γκάδων υπεύθυνης ιδιοκτησίας μέσω app, δράσεις για παιδιά, φωτογραφίες στο photo-panels της εταιρείας και αυτίφωση με μέλη φιλοζωικών οργανώσεων ήλθα σίωσαν τη διοργάνωση, ενώ πραγματοποιήθηκε και μια ευαίσθητη ενέργεια κοινωνικής προσφοράς, καθώς για κάθε επισκέπτη στο περίπτερο Pedigree και Whiskas, ένα επιπλέον δωρεάν γέυμα αφαιρούνταν από τη Mars στις ανάγκες φροντίδας των ζώων συντροφιάς και η τιμή της περικοπής του Δήμου Αθηναίων. Συνολικά, προσεφέρθηκαν 2.200 δωρεάν γεύματα και δόθηκαν για υιοθεσία 20 κουτάβια και 3 γατάκια.

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

Where imagination comes on display

YARD

What's Up @ Rockwave Festival 2016

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 Osmote στο επίκεντρο της συναυλίας. Το branding που σχεδιάστηκε ήταν αυθεντικό και ξεχώρισε στο όμοιο περιβάλλον του φεστιβάλ. Στην σκηνή, δύο διαφορετικές δραστηριότητες στήθηκαν σε στρατηγικά σημεία: η τέντα του What's Up φιλοξένησε διαδραστικά εγκαταστήματα που έδινε τη δυνατότητα στον επισκέπτη να δημιουργήσει το δικό του παιχνίδι για τη συναυλία, ενώ στο Infinity Booth, με 260 τμ καθρέφτη, το κοινό είχε την ευκαιρία να βιώσει μια δημιουργική ψευδαίσθηση και να βγάλει μια φωτογραφία με το αποτέλεσμα να εμφανίζεται όπως το ψακδελαϊκό εξώφυλλο του τελευταίου album των Black Keys. Με την καθιέρωση πάντα στενότερη συνεργασία δημιουργήθηκαν περισσότερα από 1.200 posters, πάνω από 1.600 φωτογραφίες τυπώθηκαν και τοξόβεσπι μέσω email, ενώ έγιναν 850 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 βόσες της απήχηση που είχαν, επιδιώκοντας να λειτουργήσει το Smart Park ως σημείο συνάντησης ποικιλών παιδικών παραστάσεων με τα κοινά τους. Επιπλέον, περδύλωση ένεκα φιλικότητας χαρακτήρα, καθώς τα έσοδα από τα εισιτήρια κάπου 4 ευρώ αποδόθηκαν εξ ολοκλήρου στον οργανισμό «Το Χαμόγελο του Παιδιού», το οποίο πραγματοποιεί και βασάει με τα προϊόντα του κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης. Για το 2016, τα εισιτήρια και για τις τέσσερις παραστάσεις εξαντλήθηκαν, ενώ τα έσοδα του οργανισμού για τα δύο χρόνια λειτουργίας του θεατρικού έφτασαν τις 9.488 ευρώ.



COCA-COLA 3E

Amita Motion 10 Χρόνια Θετική Ενέργεια!

Το 2016, η Amita Motion γιόρταζε δέκα χρόνια Θετικής Ενέργειας, αναζητώντας τις δέκα πιο «θετικές παρές» 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 συναντήσεις σε Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο Κρήτης και Αθήνα, όπου ο εορτασμός κορυφώθηκε με τη διοργάνωση της Ημέρας Θετικής Ενέργειας. Στις συναντήσεις 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 τη δέκα πιο «θετική παρέα» να ανεβαίνουν στο stage και να συμμετέχουν στο dancing act του pop star.



BRAND EVENT



COSMOTE- MAD

What's Up Funlab

Το 2014, το What's Up της Cosmote δημιούργησε το What's Up Funlab, μια σειρά από workshops που αποσκοπούν στη δημιουργική φαντασία 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 Πετραουλάκη και δέκα ακόμη εμπειρών trainers. Το Fit-Trip μεταφέρθηκε και στη Θεσσαλονίκη για το 3ο What's Up Funlab, ενώ τον Απρίλιο του 2016, το 4ο What's Up Funlab προσέφερε στα νεανικά κοινά την πιο competitive gaming εμπειρία, ανάμεσα στα Pro Evolution και το Call of Duty, συγκεντρώνοντας πάνω από 1.800 συμμετοχές. Το 6ο What's Up Funlab είχε θέμα το Instagram και θέμα την φωτογραφία, με έμφαση στα social media, και πραγματοποιήθηκε τον Δεκέμβριο της ίδιας χρονιάς από καταξιωμένους φωτογράφους και bloggers.



ΔΕΘ-HELEXPO ΑΕ

Εργαστόρια και Μουσείο Σοκολάτας

Το «Εργαστόρια και Μουσείο Σοκολάτας» υλοποιήθηκε από τη δημιουργική ομάδα Στεφάνη Νιόκαρα και είναι παραγωγή της ΔΕΘ-HELEXPO, του εθνικού φορέα διοργάνωσης εκθέσεων, συνεδρίων και εκδηλώσεων. Λειτουργήσε αρχικά στη Θεσσαλονίκη για επτά μήνες, ενώ τον Φεβρουάριο του 2016 ολοκλήρωσε την τετράμηνη λειτουργία του στην Αθήνα, έχοντας ως επόμενο σταθμό πόλης του εξωτερικού. Η φιλοσοφία του σεβασμού των βασίστηκε σε ένα σύγχρονο μοντέλο ανάπτυξης δράσεων που συνδυάζουν μηχανοργάνωση και εκπαίδευση, με κύριο στόχο την προσέλευση κοινού από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Μοναδικό παράδειγμα-απόδειγμα θεματικού πάρκου στο είδος του, σε διεθνή επίπεδο, ενίσχυσε την τουριστική υποδομή των πόλεων που το φιλοξένησαν και υποστήριξε άκρως πετυχημένα την προβολή εταιρείων και προϊόντων με διακριτικά προϊόντα, όπως να εμπορευματοποιηθεί η δράση. Ιδιαίτερα επιτυχημένη ήταν η ανταπόκριση του κοινού: το Εργαστόρια Σοκολάτας στη Θεσσαλονίκη δέχθηκε περισσότερους από 360.000 επισκέπτες σε διάρκεια 65 μηνών, ενώ στην Αθήνα πάνω από 600.000 άτομα πέρασαν τις πόρτες του μέσα σε διάστημα 106 ημερών.



WEST AE

Wind Run Greece

Έχοντας ως στόχο την αναίτιση 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, στήριξε τον δρομώ Run Greece που διοργανώνει ο ΣΕΓΡΕ, ως Επάρμοιος Χρηγός και Οργανιστικός Χρηγός των αγώνων 5 και 10 χιλιομέτρων. Η εταιρεία κάλυψε όλα τα έξοδα και τις υλικές ανάγκες των δρομικών διοργανώσεων, ενώ για κάθε συμμετέχοντα προσφέρει ένα πακέτο σε ιδρυμα 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 δέχθηκαν συμμετοχή στις διοργανώσεις του 2016, στους αγώνες 10 χιλμ, 5 χιλμ και Παίδων.

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 σκημάτισαν 23 ομάδες και δούλεψαν περί 24 ώρες. Οι 67 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 DataVoids, κερδίζοντας τη 2η θέση στην Ευρώπη. Με την συνεργασία της Enzyme, η εμπειρία των συμμετεχόντων ερμηνεύτηκε με τη δημιουργία εντυπωσιακού σκηνοικού 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 συμπληρωτικές 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 αναδείξει η Hellenic σε ένα διεθνές επίπεδο με το κενό της, αναπτύχθηκε 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. Έναν ολόκληρο ταύρο που 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 το είναι καιρό που διαβάζουμε ή πηγαίναμε στην Αθήνα. Τις ψηφίδες του «Athens Mosaic» έγραψαν περισσότεροι από 4.700 άνθρωποι online, αλλά και ιδιαιτέρως. Το ψηφιδωτό αποκαλύφθηκε από την Αυτοδιοίκηση Αθηνών, Αμυλία Ζέττου σε ένα μεγάλο πάρτι, παρουσιάζονται δημιουργούνται ψηφίδες της καθημερινής κοινότητας της πόλης, επιρροήσαν τον δήμο και πλήθος κόσμου. Για τις ανάγκες του event στήθηκε μια μικρή «πρόσκληση πολιτεία» με αμύγδαλες, φωτογράφο, σπουδαίο μεσημεριανό Hellenic, μπαλκονόμας σεβριανό μεζέας και μουσική ορχήστρα.



ΟΜΙΛΟΣ FF GROUP

Converse Made by You Event

Έκοντας ως στόχο να υποστηρίξει την κοινότητα της αθλίνης A.Y.K 2016 «Made by You», μια κοινότητα αθλητών που τμή τους είναι της μάρας που έχουν εκφράσει την προσωπικότητά τους μέσω των Chuck Taylor All Star για περίπου 100 χρόνια, η Converse στην Ελλάδα αναζητάει αθλητές All Stars από διαφορετικές ηλικιακές Αθηναίους και διοργανώνει μια μοναδική αλληλεγγύη με τα φιλανθρωπικά παρτίδα που παλαιά από στο Blank Urban Space στο Γκάζι. Οι προσκεκλημένοι που παραβρέθηκαν το αθλητικό τους All Star ήταν ο Πάνος Μουζουράκης, Λυδία Παπαδοπούλου, Δημήτρης Μακαλάς, Ρεγγίνα Κουρή, Κώστας Βογιατζής, Χρύσα Οικονομοπούλου, Βασίλης Καρούλης, Τόμης Χ, Υάκου, Θεοδώρα Χαριζάκης, Μυρτώ Κόλη, Άννα Τρέλεβη, Έλενα Παπασταύρου και Λεωνίδας Καλλιφαγιάννης. Η φωτογράφιση πραγματοποιήθηκε από την Αλεξάνδη Κομνηνά στα πρότυπα της παγκόσμιας κοινότητας, ενώ την ημέρα του event ο ίδιος φωτογράφος αναζητάει τα All Star των καλεσμένων στο δια ταπεινά, δημιουργώντας επί τόπου παρτίδα Made by You. «Them», το οποίο δόθηκε ως ευχάριστη στους διοργανωτές τους.



BRAND ACTIVATION & SALES PROMOTION



COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ

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

Στο πλαίσιο της 380 κοινότητας «Urban Adventures», το Cutty Sark διοργάνωσε live interactive events στη neo-cool γειτονιά της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. Για τα Urban Adventures tours by Cutty Sark, επιλέχθηκαν μοναδικά ποταμάκια μέσα από διαφορετικές γειτονιές, ανάλογα με το ύψος του culture που ήθελαν να φέρουν πίσω στο website. Τα street tours ήρθαν μέσα από graffiti filled πόλεις, από μπαζάρ με spices, από μπαζάρ με νοστινιάρια. Τα indie μπήκαν μέσα σε διακόσμηση, recording και tattoo studios, ενώ ο retro κόσμος οδήγησε σε second hand stores, barber shops και swing dance halls. Παράλληλα, δημιουργήθηκε ένα urban museum, αφού ηχογραφήσει από 90 σημεία στην πόλη όπου υπάρχουν τα τομς της των Urban Adventures, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη on & off line εμπειρία. Μέσα από το live experience των Urban Adventures Tours, το Cutty Sark βρήκε από relevant στο κίνημα, αλλά ο «δυνατός» του σε 5 η neo-cool υπόγειο στην πόλη.



SHISEIDO / ΟΜΙΛΟΣ FF GROUP

Shiseido Experience Center Opening Event

Το Shiseido Experience Center αποτελεί μια exclusive εμπειρία στο χώρο, επισημής και διαρκούς. Την Τρίτη 30 Σεπτεμβρίου 2014, ο επικεφαλής σπουστής των εφαρμοσμένων κατασκευών βολώνος της Shiseido στην Ελλάδα, Dr. Hasei, παραβρέθηκε στο Shiseido Experience Center για την επίσημη παρουσίαση του Ultimate, ενός προϊόντος παιχνιδιάρικης καινοτομίας. Ο Dr. Hasei μπρόστιν με εκλεκτούς καλεσμένους σημαντικές πληροφορίες για την επεξεργασία και την που τον οδήγησε στη δημιουργία του πρωτοποριακού αυτού προϊόντος, από την αρχή ως σχετικές εφαρμογές και με συλλογές της εταιρείας συνόδευσαν τους παρασκευαστές στην πρώτη τους περιήγηση στον χώρο. Οι καλεσμένοι έμαθαν ενδιαφέροντες λεπτομέρειες και στοιχεία σχετικά με την ιστορία της Shiseido, τα βραβεία νύχτας και κοσμητολογίας που έχει λάβει από 142 και πάνω χρόνια παρουσίας της στον χώρο της ομορφιάς, τις αξίες που διέπουν την φιλοσοφία και τη λειτουργία της. Στην εκδήλωση παραβρέθηκαν δημοσιογράφοι, μετέδωσαν 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



COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ

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

Με αφορμή του διαδικτύου το urbanadventures.gr, το Cutty Sark ίδρυσε τη 380 κοινότητα «Urban Adventures», με βασικό επικοινωνιακό όχημα το #cuttypark και με σκοπό να αξιοποιήσει νέες διαφορετικές κοινότητες που συνυπάρχουν στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη της street culture, indie culture, retro culture & dance culture. Στο πλαίσιο της δράσης του στο indie κόσμο, το Cutty Sark χορήγησε το Eject festival. Γιατί στο πλαίσιο των Urban Adventures, το Cutty Sark έβαλε τους ενδιαφερόμενους καθημερινά για έναν ειδικό ημερήσιο, να διαρπάζουν free εισιτήρια του Eject ή άλλων γρήγορων 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 νέο ζωντανό Urban Ticket Hunt, το οποίο έκανε αργά και διαφορετικά ATL κοινότητα επικοινωνίας (radio/digital), αλλά και πραγματικό ETL κοινότητα δράσεων της Αθήνας, το Cutty Sark κατάφερε να δημιουργήσει μια Through the Line εμπειρία, προσφέροντας μια όμορφη Selfie selfie εμπειρία.

Where imagination comes on display

DIGITAL EXPERIENCE

ALPHA BANK

The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015

Θέμα του TEDxAcademy 2016, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2016 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 αντίσταση αφήγηση «εξέλιξης» στις καθημερινές συνλλαγές. Με μήνυμα «The evolution of everyday banking», η ιδέα της εξέλιξης ανακοινωρήθηκε με ένα καιτεδοσιακό λουλούδι που «εξελίσσεται» επιτυχημένα σε πολλαπλές εφαρμογές, όπως branding και audiovisual υλικό, interactive games και ετικετοκλία, προσκαλώντας το κοινό του συνεδρίου στο concept space της Τρόντοας, προκειμένου να δοκιμάσει μια σύγχρονη, απλή, διασκεδαστική και διαδραστική εμπειρία, βασισμένη στις νέες τεχνολογίες και υπηρεσίες της. Καθώς το 2016 αποτέλεσε χρονό-ορόσημο για την Alpha Bank, η χορηγία στο TEDxAcademy 2016 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.



DESIGN / BRANDING

ALPHA BANK

The evolution of everyday banking στο TEDxAcademy 2015

Θέμα του TEDxAcademy 2016, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2016 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 αντίσταση αφήγηση «εξέλιξης» στις καθημερινές συνλλαγές. Με μήνυμα «The evolution of everyday banking», η ιδέα της εξέλιξης ανακοινωρήθηκε με ένα καιτεδοσιακό λουλούδι που «εξελίσσεται» επιτυχημένα σε πολλαπλές εφαρμογές, όπως branding και audiovisual υλικό, interactive games και ετικετοκλία, προσκαλώντας το κοινό του συνεδρίου στο concept space της Τρόντοας, προκειμένου να δοκιμάσει μια σύγχρονη, απλή, διασκεδαστική και διαδραστική εμπειρία, βασισμένη στις νέες τεχνολογίες και υπηρεσίες της. Καθώς το 2016 αποτέλεσε χρονό-ορόσημο για την Alpha Bank, η χορηγία στο TEDxAcademy 2016 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.



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 καιρό στη Θεσσαλονίκη, τον Δεκέμβριο του 2014, με διάρκεια έξι μήνες. Στόχος ήταν ο σχεδιασμός ενός pop up καταστήματος με ιδιαίτερο χαρακτήρα, καθαρότητα, όπως και το στίλφο του περιοδικού, απλότητα, όπως και οι άνθρωποι που δουλεύουν σε αυτό, elegance, όπως το περιτύλιγμά του και οικονομικά, όσο και η free press λογική του. Ένα καθημερινό υλικό οικιακών, αυτό του κλασικού ηλιαστικού υδραυλικού σωλήνα, έγινε το βασικό στοιχείο στον χώρο, πλύνοντας όλες τις επιφάνειες και τις βασικές interior δομές, ενώ σχεδιάστηκαν πρωτότυπα έπιπλα πολλαπλών χρήσεων. Έμφαση δόθηκε στον τόκο με τα 100 πρώτα τεύχη και το κατάστημα με τα απεικονιμένα ελληνικών σχεδιαστών, που παυλίσθησαν για την ενίσχυσή του MKO Μέλισσα. Η εβδομαδιαία όψη με βήματα, οδήγησε να αναλλάσσει το πρόγραμμα των δράσεων και θέση για χορηγίες που άλλαζε κάθε βδομάδα, αποτελούσε την τελική εντύπωση στην εικόνα.



ΚΑΜΠΑΝΙΑ INTEGRATED MARKETING



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 2018, με αφορμή την εορτασμό των 65 χρόνων της Κωτσόβολος. Σε αυτό το πλαίσιο, παρουσιάστηκε με αποκορύφωση επίδειξη το brand μέσα στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων σε δύο αίθουσες, αναδεικνύοντας την θέση της εταιρείας να πρωτοπορεί στην εξέλιξη, φροντίζοντας να κάνει την τεχνολογία της κάθε εποχής προσή στο κοινό. Βασικός άξονας ήταν η δημιουργία μιας έκδοσης τεχνολογίας, ενός προπονητικού «μουσείου» με διεργασίες, το οποίο παρουσιάζει τα παρελθόν, το παρόν και το μέλλον των ηλεκτρονικών και πληροφορικών ειδών, με live demo προϊόντων και των πρώτων παρτίδων, tailormade δράσεις και μοναδικές εμπειρίες που ενισχύουν το brand. Το «Φεστιβάλ τεχνολογίας» συμπληρώθηκε με μια σειρά ειδικών ενεργειών, όπως «Εκπαιδευτική τεχνολογία», «Εξέλιξη και τεχνολογία», «Παιδιά και τεχνολογία», «Επιχειρηματική τεχνολογία» και «Παλιά και τεχνολογία» για ηλιοεπίδραση από συνεργασίες με διάσημες προσωπικότητες και καταξιωμένες εταιρείες.



ONE TEAM AE

«Μασάμε για Καλό» Παρόλα με την Ορθή & Βοηθόμα Ενεργά
 τα Παιδικά Χωριά SOS

Σύμφωνα με το δρόμο της Mars Hellen και του brand Orbit για την προώθηση των ορατών πρακτικών στοματικής υγιεινής και με αφορμή την ετήσια εορταστική Παγκόσμια Ημέρα Στοματικής Υγείας, υλοποιήθηκε η ελληνική προσαρμογή του παγκόσμιου προγράμματος «One 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 εδδών που επιζητούν με οδοντολογικές εξετάσεις και εργασίες για παιδιά και εφήβους που υποστηρίζει ο οργανισμός. Συγκεκριμένα, από την πώληση κάθε παιάτου τατιάς Orbit, 0,06 ευρώ ανά πακέτο συσκευάστηκαν για τα Παιδικά Χωριά SOS. Για την επικοινωνία του προγράμματος πραγματοποιήθηκαν πολλές διαφορετικές ενέργειες και δράσεις, ενώ η δράση προωθήθηκε και μέσω τριών επώνυμων «πρεσβυτών», των Κατερίνα Καραβόπου, Γιώργος Σπασίδης και Νανάνα Δραγούμη. Το πρόγραμμα κορυφώθηκε με εκδήλωση στη Βόρρη, όπου η Orbit βρέθηκε δίπλα στα παιδιά και τους εφήβους που ζουν μακριά από τα Παιδικά Χωριά SOS.

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 διεθνή οίκο μόδας Harris Tweed Hebrides, δημιουργώντας το πρώτο ύφασμα στην ιστορία εμπνευσμένο με άριστες εμπειρίες από ούλιν. Το «Fabric of Flavour» δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της καμπάνιας Pioneer With Flavour, η οποία αναπτύχθηκε στην Ελβίδα με επίκεντρο τους νέους ambassadors του προγράμματος. Με εμπνευσμένη από την καρδιά του νησιού, το δευτερεύον, ο Άγγελος Μπρόντς ανέδειξε 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 Hogerth. Η Ελένη Κωκογλή συνέβαλε στη δημιουργία ενός super premium media & stakeholder victory dinner με πιάτα σχεδιασμένα να αναδεικνύουν τις γεύσεις του Johnnie Walker Black Label, ενώ οι φοιτητές του Fashion Workshop by Vicky Kaya παρακολούθησαν workshop από τον Άγγελο Μπρόντς. Ο Άγγελος Μπρόντς δημιούργησε το Signature Cocktail της καμπάνιας, ενώ ο Κωνσταντίνος Ρήγος φωτογράφησε την Είση Κωγιά για τη σύνθεση της εστρατείας.

AMUSE CONCEPT EVENTS

Cosmote Maΐ

Με μάτο «Καίωπερ Maΐ», το πρόγραμμα *Εγκαίνων Cosmote* – «Maΐ» διοργανώθηκε τον Νοέμβριο του 2016 και στο πλαίσιο του πραγματοποιήθηκαν εορταστικά events επί 35 ημέρες, σε 22 καταστήματα σε 10 πόλεις ανά την Ελλάδα. Απόπειρα στάσις, η επικοινωνιακή επίδραση της έκδοσης των ΟΤΕ-Cosmote και η επιμέλεια του κοινού διεκδική με το πώς επικοινωνείται από αυτή. Τα καταστήματα διακοσμήθηκαν στα πλαίσια του brand, εντάσσοντας αυτά, επικοινωνιακές χορευτές ντυμένες με Cosmote Maΐ «double» μπλουζά δύο στόμων, συνθέταν ένα επιτυχημένο flash mob. Υπογραμίζοντας την έννοια του «Maΐ», Promoters, roller skate promoters, promoter-jugglers, promoters με baggy, αλληλεπράταν το εορταστικό ύφος. Επίσης, οι πραιδικτικές ομάδες παρόντων τον κόσμο να κάνει check in σε ηλεκτρονικές και κοινωνικές δικτύωση για να κερδίσει βέβρα. Οι συμμετοχές διέπερασαν τις 75.000 και δόθηκαν 18.000 βέβρα. Με περίπου 250 άτομα προπα και επόπτες, πάνω από 195.000 φυλλάδια διανεμήθηκαν για παρουσίαση αυθεντική των αγορών/ήδη και των δραστηριοτήτων που μοιράστηκαν.



CELESTYAL CRUISES

Θεματικές Εκδηλώσεις 2015

Με στόχο τη διάδοση της αμειψιμής ελληνικής εμπειρίας επί ηύς στους επιβάτες της, η Celestial Cruises παρουσίασε το 2015 τον θεσμό των θεματικών εκδηλώσεων, οι οποίες έπαιαν εθελοντίζουσες υπαπόκρυψης πρώτο κοινό. Σε αυτά τα πλαίσια, το 2015 υλοποιήθηκαν 83 διαφορετικά θεματικά events σε τέσσερις στρατηγικούς πυλώνες: ελληνική προαγωγή, ελληνική πολιτισμική, ελληνική διασκέδαση και ελληνική γαστρονομία. Στην πυλώνα του πολιτισμού, διοργανώθηκαν, μεταξύ άλλων, μουσικοχορευτικές παρουσιάσεις με το *Λίκνισ των Ελληνικών*, θεατρικές παρουσιάσεις με θέμα τον Θίασο και την Αριόνη και διαδραστικές παρουσιάσεις Αρσενολογίας, ενώ στην άδεια της διασκέδασης πραγματοποιήθηκαν συγκυβίες δημοφιλών κολλυτικόν, θεατρικές παρουσιάσεις και DJ sets. Όσον αφορά τη γαστρονομία, σχεδιάστηκαν εκδηλώσεις ονομασίας και μαγειρικής, αλλά και ειδικές εκδηλώσεις με επίκεντρο ελληνικά προϊόντα, σε συνεργασία με καταξιωμένες προσωπικότητες και εταιρείες του χώρου. Καθώς το θεματικό event συνδυάζοντο με τους ελάχιστους προαγωγούς, ο πρώτος πυλώνας αναδεικνύεται σε όλα τα φάσματους. Χάρη στην επιτυχία του, το concept αναδομίζεται 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 Foli Foliς
στο Κολωνάκι & Ν. Ψυχικό

Εκπαιδευτικό στόχο τη δημιουργία awareness για το brand Collective του Ομίλου Foli Foliς και το άνοιγμα των νέων καταστημάτων στο Κολωνάκι και το Νέο Ψυχικό, οι εκδηλώσεις των εγκαίνων που διοργανώθηκαν τον Νοέμβριο του 2014 δημιουργήσαν traffic, αποτελώντας αφορμή για online εκκίνηση. Για τις ανάγκες των event, δημιουργήθηκαν 25 outfits από τη συλλογή των καταστημάτων, σχεδιάστηκαν ειδικά προαγωγικά με ιδιαίτερους συμβολισμούς που συνδυάζονται με τα ρούχα, ενώ επικοινωνιακές χορευτές ντυμένες με τα επίσημα outfits πήραν θέση στη βερίνα και ζωντανεύουν μπροστά στους περαστικούς σε ένα performance show. Στη συνέχεια, ένα επιτυχημένο street fashion show στους δρόμους της περιοχής έγινε το επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Ειδικές προσκλήσεις μοιράστηκαν στο κοινό για να δημιουργήσουν επικοινωνία μέσω των καταστημάτων με κίνητρο ειδική έκπτωση για εκείνη τη ημέρα, ενώ instant φωτογραφίες μοιράστηκαν από πρωτότυπες που υποδύνανται τους παρόντες. Στο εγκαίνια παρεμβάλλοντο opinion formers και influencers, όπως οι Μπέκι Μαγγίρα, Μαρία Μενεζίδου και Αλέξη Δρακόπουλος.



SEASONAL / ANNIVERSARY



MOMENTUM ATHENS / McCANN WORLD-GROUP - YARD EVENTS

Shell Event 90 Χρόνια στην Ελλάδα

Με αφορμή την επέτειο των 90 χρόνων παρουσίας του σήματος της στην Ελλάδα, η Shell διοργάνωσε τον Φεβρουάριο μια ειδική εκδήλωση στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών στην αίθουσα Τρόσιτι. Αντί να αποτυπώσει την ηρώσια ιστορία της σε ένα βίντεο αναδρομή στα παρελθόν, για πρώτη φορά στην Ελλάδα παρουσιάστηκε ένα θεαματικό θέμα με επιθεωρησιακά στοιχεία, μέσα από το οποίο αναβίωσαν όλες οι ιστορίες της Shell από το 1928. Κεντρικός δόρις ήταν μια αντίληψη, η οποία υποστήριζε το σκηνικό ήδη από την προετοιμασία για το event και λειτουργούσε ως άλλος παρουσιαστής των ιστοριών που έπαιναν σταδιακά ζωή πάνω στη σκηνή. Έξι ηθοποιοί και τρεις τραγουδιστές ζωηρά ζωντανεύουν σε δεκάδες οντομας ακριβείς στιγμές από την ιστορία της εταιρείας, ξεκινώντας από το 1928 και φτάνοντας μέχρι το μέλλον. Με αυτόν τον τρόπο, μια οντομαμένη εκδήλωση μετατράπηκε σε μια θεαματική βραδιά καρδισμός της ευτυχίας τόσο των υπολλήλων και μετεργατών της Shell, όσο και των δημοσιογράφων και ορίων 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: έδωτο σχεδιασμό σκηνικού, πρωτότυπο και αποτελεσματικό branding, εμπνευσμένη και καινοτόμο διακόσμηση, συνδυασμένη ροή, είδη και show και όλα αυτά σε έναν απόλυτα επαγγελματικό με το πρίσμα της επαγγελματικής κάρτας, σε μία από τις πιο industrial περιοχές της Αθήνας, τη Λεωφόρο Αθηνών. Η All About Events σχεδίασε από την αρχή το σκηνικό του event βασισμένο στο κεντρικό μήνυμά της SKF, το ρούλεϊν στην ιστορία, στις αρχές και στο όραμα της εταιρείας: «Rotating knowledge - Rolling to success» ήταν το motto που ηνίσκωσε επικοινωνιακά το event και έδωσε τον παλμό της επιτυχίας. Το event σχεδιάστηκε αποκλειστικά και όλα από την αρχή: Έκδοση κάρτας και σχεδιασμός set-up, event branding και σχεδιασμός λαγατύπου της εκδήλωσης, σχεδιασμός και παραγωγή οπτικοακουστικών και εδωτοφωτισμού, παραγωγή intro-mood και post-event videos, custom-made διακόσμησης, δώρα καλεσμένων, σχεδιασμός ροής εκδήλωσης και παρουσίασεων οντομαών, σχεδιασμός tailormade catering show και διαχείριση χώρου καλεσμένων.



ANTHINGS

85 Χρόνια Viohy

Με αφορμή τον εορτασμό των 85 χρόνων της, η Viohy παρουσίασε στο στελέχη της τη στρατηγική της για το 2016, σε ένα επέτειο event τον Φεβρουάριο του 2016, στο Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας. Το σκηνικό «Το ταξίδι συνεχίζεται, 85 χρόνια Viohy» εφαρμόστηκε σε όλες τις πτυχές της εκδήλωσης, ενώ τα νούμε έδωσαν την αφορμή να ξεκινήσει η παρουσίαση από την Αίθουσα Ορυκτών και Πετρωμάτων, όπου οι προσκεκλημένοι ξεναγήθηκαν στον κόσμο των πετρωμάτων και του ιαματικού νερού. Ιστορίες φωτογραφίες από τις αμφοτέρω πηγές Λιβάς από το 1931 και η παρουσίαση του δημιουργού Dr. Heller αποτέλεσαν τον κορμό της έκθεσης, ενώ η βραδιά συνεχίστηκε στο Αίθριο του Γαλα. Χάρη στον φωτισμό και τα ποικίλα εφέ, δημιουργήθηκε η αίσθηση του ταξιδιού του νερού από τη φύση στα προϊόντα της Viohy, ενώ το εορταστικό κλίμα συμπληρώθηκε με την κοπή της τούρτας και τα μοριακά ποτά που προσφέρθηκαν, εμπνευσμένα από τους στυλ των ιαματικών πηγών.

Where imagination comes on display

McARTHURGLEN DESIGNER OUTLET ATHENS

Black Friday

Την Παρασκευή 27 Νοεμβρίου 2016, το εκπαιδικό 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 εδωτικού ήθελε αποκλειστικό στο εκπαιδικό χωριό, προσελκύοντας από τα ηφαί χιλιάδες επισκέπτες, οι οποίοι περιμέναν να ανοίξουν τα καταστήματα για να αποκτήσουν αγαπημένα τους designer brands σε μοναδικές τιμές. Ευτυχωσάκε ήταν οι ουρές στα τομεία, οι οποίες θύμιζαν ενόκες του εδωτικού. Πρόκειται για μια πολύ σημαντική και κανονικά πρωτοβουλία του εκπαιδικού χωριού, η οποία τόνωσε την αγορά και πρόσφερε παράλληλα μια μοναδική shopping εμπειρία στο καινό που το επισκέφθηκε. Πρόκειται για το πιο επιτυχημένο πρώτο 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 Bazarre στο Γκάζι, τον Φεβρουάριο του 2016, με προσκεκλημένους όλα τα στελέχη του Εμπορικού Τμήματος και βασική ιδέα να ενισχυθεί η έννοια της ομάδας μεταξύ των εργαζομένων και ο καινός σκοπός τους, ο πελάτης. Προκειμένου να επικαιροποιηθούν με διασκεδαστικό, αλλά σαφή τρόπο οι στόχοι του συνεδρίου, συνδυάζοντας επιπλέον στοιχεία, όπως τα brand των εργαζομένων, επιλέγη 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 μάστορα και το στέλεχος 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, τα telecasting παιχνιδι γλώσσων, αλλά και τα πρωτότυπα 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 συνδυασμένα. Το concept βασίστηκε στο γεγονός ότι όλα τα διαφορετικά τμήματα και συνεργάτες της Wind εργάζονται για ένα κοινό αποτέλεσμα και αυτό είναι η καινοτομία του πελάτη. Σε αυτή τη λογική, η καινή προσπάθεια παρουσιάστηκε με τη μορφή και την προετοιμασία ενός μενού σε εστιατόριο. Με βασικό μήνυμα το «Μείνι στον Πελάτη» και παρουσιάστηκαν Έκτορας Βαλτινί, οργανώθηκε στο κήμα Jockey ένα διαδραστικό συνέδριο-δinner για τη θεματολογία αμοιβαίου πωλματος. Ο Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας προσόμοσε την ομάδα του έτσι ώστε να παρέχει στους μαγαζατίες για να δημιουργηθεί μια «γέφυρα» και οι συμμετέχοντες κινήθηκαν καινούκρια να παρουσιάσει, χρησιμοποιώντας όλους μαγαζατίες. Μετά από μια ευχάριστη θεατρική εισαγωγή, πραγματοποιήθηκαν οι παρουσιάσεις, ενώ στη συνέχεια οι ομάδες έλαβαν μέρος σε πρωτότυπες team building activities και έφυγαν με ενθαρρυντικά λόγια.





MOMENTUM - McCANN WORLDGROUP

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

Με οραματική συμμετοχή 35 ετών επιτυχημένης λειτουργίας, η Ευρωπαϊκή Πίστη αποφάσισε να διοργανώσει ένα Συνέδριο την Τρίτη, 3 Νοεμβρίου 2016 στην αθουσα /αμπράκι στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών. Η θεματολογία του συνεδρίου αφορούσε στην παρουσίαση του οράματος και του μέλλοντος της εταιρείας, βάζει όλων των αποτελεσμάτων που έχουν καταφέρει οι άνθρωποι της όλο αυτά τα χρόνια, αλλά και μέσα από την παρουσίαση των νέων της προγραμμάτων. Βραβιά 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 εταιρείας αυθεντούν τον κορμό του δέντρου αυτού. Το Συνέδριο ξεκίνησε με ένα εντυπωσιακό 3D projection mapping, συνειστέθηκε με videos που παρεμβάλλονταν στις ομιλίες, ενώ το παρακολούθησαν 1.000 παρευρισκόμενοι.

TEAM BUILDING

AMUSE CONCEPT EVENTS

POP «G of Thrones»



Το POP (Power On People) είναι η θεματική που εφαρμόισε η Διοίκηση του δικτύου εκπαιδευτών Γερμανός με σκοπό τη αύξηση αίσθησης 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 ευχάριστων παιχνιδιών και τη μοναδική εμπειρία των συμμετεχόντων. Σε αυτή τη λογική, δημιουργήθηκε ένα θεματικό project με δικό του λεξιλόγιο, δικό του ορολόγιο 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 ελάχιστου βασιλείου μέσα από συνεχόμενες δοκιμασίες, έως την τελική μάχη με τον τερματικό δράκο και την απόκτηση του χαμένου θρόνου. Οι δράσεις ήταν δομημένες στη βάση της αμοιβαότητας και του πάθους, προσφέροντας μια ξεχωριστή εμπειρία στους συμμετέχοντες και αναδεικνύοντας τις αξίες της εταιρείας.

ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

YARD

Marlboro Advance Blue Brand Series



Το συνέδριο πωλήσεων Marlboro Advance Blue υλοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2016 στο Πειραιά Academy και φιλοξένησε πάνω από 700 εργαζόμενους και συνεργάτες του δικτύου πωλήσεων της Reparatore. Στόχος της εκδήλωσης ήταν το λανσάρισμα της νέας τεχνολογίας των τσιγάρων Marlboro Advance Blue και η γιορτή με το προϊόν. Στο πλαίσιο αυτό, επιδιώχθηκε η διοργάνωση ενός απόλυτα τεχνολογικού event που θα έβριζε τον σημερινό καταναλωτή στη λογική του μέλλοντος. Εκπαινημένες μέτρες led stripes και οδόντες led μεταμόρφωσαν τον χώρο, ενώ σχεδιάστηκε μια σειρά από δράσεις. Μπαίνοντας στο venue, οι καλεσμένοι πήραν αδειούδα με led στοιχεία και έκαναν tessie φωτογράφιση σε photo booth. Το main event ξεκίνησε με εντυπωσιακό χορευτικό θέαμα, ενώ οι παρουσιάσεις έγιναν με ολογραμμιακές προβολές. Το προϊόν ανακοινώθηκε με ένα μουσικό battle που απηχοστάτευε τη μάχη του παρόντος με το μέλλον. Η εκδήλωση ολοκληρώθηκε με παρουσία από μαντλά που φορούσαν δημιουργίες κεντημένες με led τεχνολογία από την σχεδιαστρία Digita και έδωσαν στο κοινό να δοκιμάσει το προϊόν.

Where imagination comes on display

KICK-OFFS ΠΩΛΗΣΕΩΝ / MARKETING

YARD

NN Sales Meeting 2015

Ένα συνέδριο στάθμης στην ιστορία της ασφαλιστικής εταιρείας που δίνει την ταυτότητα και το διεμάρτυς 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 πύλαγή έγινε έμπνευση για το event. Ένα απόλυτο ING περιβάλλον υποδεέσθηκε τους προσκεκλημένους, ενώ η ανατροπή ήρθε σταδιακά, σε μια πολυετή δεδομένη κατάσταση που επικρατούσε με σφήνες τα μεγάλα νέα. Η λέρα από κρατούσα δράματα, οι συνέροι επέθηκαν στη νέα αόρα του brand, παίρνοντας μάλιστα μέρος. Το σπινάκ ήταν πολυμορφικό και έλαβε σνακικά δικά πόρες, ενώ στην κορύφωση του event, μεταμορφώθηκε ολόκληρα τα νέα λογότυπα αναδύθηκε φεταμένο μέσα σε μία βροχή από γλάτες και σε παρόμοια μεγάλης συναισθηματικής φόρτισης. Η διοργάνωση ολοκληρώθηκε με party στο αόρα του Ημερόρου, όπου όλα τα υπάρχοντα branding είχε αντικατασταθεί από τις νέες εικόνες της NN.



ENZYME

HP WOW_ #WelcomeToOurWorld

Ένα πλαίσιο της ανάπτυξης των σχέσεων της HP με retailers (αυτιστές καταστημάτων τεχνολογίας), οργανώθηκε τον Ιανουάριο του 2016 εκδήλωση λανσάρματος και παρουσίασης των νέων προϊόντων και τεχνολογιών της HP στην ελληνική αγορά. Με στόχο την προσέλκυση συμμετεστών, δημιουργήθηκε μια online video πρόσκληση που λειτουργούσε σαν teaser και δημιουργούσε προσοχή για το event, ενώ ως venue επιλέχθηκε ο πολυκώρος του Tin Pan Alley, στον Ψυχρή, προκειμένου να απορροφάει η απεραστική εμπόρα τους είνος ξενοδοχείου ή ενός ανεξάρτητου κέντρου. Ο ενόλκτικός και καλλιτεχνικός χαρακτήρας του συνέβαλε στη διαμόρφωση του ιδανικού κλίματος, ενώ αξιοποιήθηκαν και τα προηγμένα συστήματα προβολής 3D mapping που διατέλε, για μια επιτυχημένη ΗΥΟΥΗ παρουσίαση, που αείδει τις 3D τεχνολογίες που παρουσιάστηκαν. Το event συμνήρασε ο ειδικός χώρος επίδειξης, όπου οι καλεσμένοι μπορούσαν να ανακτήσουν προσωπική εμπειρία να άνοχη για τις καινοτομίες της HP. Η εκδήλωση ηλοιαόθηκε από πρόγραμμα stand up comedy από τον Σίλα Σεραφείμ και ολοκληρώθηκε με cocktail party και giveaways.



ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΤΥΠΟΥ / MEDIA

YARD

Nike Women Club Launch

Για τη Nike, το 2016 ήταν αφιερωμένο στις γυναίκες, αλλά και η χρονιά που το Nike Women Club έγινε πραγματικότητα. Για το λανσάρμαό του πραγματοποιήθηκε ένα ξεχωριστό event στις 6 Απριλίου 2016, στον χώρο εκδηλώσεων Afro στην Ιερά Οδό, με προσκεκλημένες παρίντα από τις πιο αφοσιωμένες πρόβερρες του brand στην Ελλάδα (bloggers, επηρεαστές media και social media influencers) και στόχο να βιώσουν μία διαφορετική προέληση και να μάθουν τα πάντα για τη νέα επερασμή ΝΗΤΟ. Το venue διαμορφώθηκε σε έναν μοντέρνο πολυκώρο, προσαρτικά σχεδιασμένο για να υπηρετεί το υψηλόν προδιαγραπών design του brand και τις λειτουργικές ανάγκες της εμπειρίας των καλεσμένων. Τα μέλη του club είχαν την ευκαιρία να πάρουν μέρος σε προέληση 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 στα πρώτα photo booth, να έλινε άμεσα το πιο hot αμείο του event και share στα social media.





WINNER

YARD

XBOX One Press Tour

Η παρουσίαση της νέας γενιάς Xbox One από τη Microsoft στα ελληνικά media πραγματοποιήθηκε τον Νοέμβριο του 2014 με τον πιο ευρηματικό τρόπο, παρουσία 40 δημοσιογράφων και bloggers. Οι καλεσμένοι πήραν μια πρόκληση για το Black Duok Garden, όμως σύντομα διαπίστωσαν ότι τους περίμενε μια εκπαιδευτική 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 Rise of Rome να δίνουν μάχη στο Zappier, επιθεση από το άρματα ζυγί του Deadwalking 3 και για φινάλε, κόνιρες με μια Ferrari στη Συγγρού. Ψάχνοντας στιγμές δράσης βγαλμένες κατευθείαν μέσα από το Forza 6. Στη διαδρομή έμαθαν τα πάντα για τη νέα παλιν-δομημένη και γυριζάντα στο Black Duok Garden αυξήσαν την εμπειρία τους. Πρόκειται για την πρώτη παρουσίαση προϊόντος που έγινε εξ ολοκλήρου εν κινήσει σε απόλυτες συνθήκες live, καρτώντας μια μοναδική εμπειρία στους συμμετέχοντες.

ΕΝΟΤΗΤΑ 4. BEST EXHIBITION

ROAD SHOWS



WINNER

FOSS PRODUCTIONS

IKEA «Γεύσεις Του Τόπου Μας 2»

Οι «Γεύσεις του τόπου μας 2», με την υποστήριξη της εταιρείας IKEA του Ομίλου Fournis, επέστρεψαν για 2η συνεχόμενη χρονιά σε πόλεις της Ελλάδας (Λάρισα, Ιωάννινα, Θεσσαλονίκη και Αθήνα), σε μια προσπάθεια να υποστηρίξουν έμπρακτα τους ελληνικούς παραγωγούς και να ενισχύσουν τη σχέση της εταιρείας με τους πελάτες των καταστημάτων της στην αγορά. Σε αυτές τα πόλεις, 89 Ελληνικές παραγωγικές θέτες παραδοσιακά προϊόντα τους σε τοπικές αγορές που διαμορφώθηκαν στα αθρόνικα καταστήματα IKEA και οι chef Δ. Σκαρμούτσος και Χ. Πέτσας επέλεξαν για όλους μοναδικές γεύσεις με τα προϊόντα από κάθε πόλη. Η μοναδική υλοποίηση της ετήσιας αποστολής ένα 20ήμερο road trip κατά το οποίο διακίνησαν περισσότερο από 1.900 α/μ., κατά τη διάρκεια του οποίου απήλθαν πόλεις αγορές σε πόλεις, με λειτουργία 20 ωρών αδοριστικά. Οι οικοδεσπότες chef επέλεξαν 60 αυταγίες σε οκτώ ημέρες, ηλιασμένα από 12 5 αστέρους food bloggers και δημοσιογράφους.



WINNER

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 επεκράθηκαν πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και τεχνολογικά πάρκα σε όλη τη χώρα, διαδίδοντας τις αξίες που και ενδιαφέροντας τη συμμετοχή. Στόχος των roadshows ήταν να φέρουν τους προκρίτους κοντά στην επιχειρηματική και ακαδημαϊκή κοινότητα, ώστε να καλυφθεί με αξιόλογη συνεργασία μεταξύ ερευνητικής κοινότητας και επιχειρηματικού κόσμου, παράγοντας παράλληλα θετική δημοσιότητα για τη Eurobank και τον ΣΕΒ. Ειδικά του 2016, η διοργάνωση ταξίδεψε στη Θεσσαλονίκη και στο Ηράκλειο της Κρήτης, ενώ η Αθήνα επιβίβηκε για την ενοκλήρωση του διαγωνισμού και την τελετή βράβευσης τον Φεβρουάριο του 2016. Ηλεκτρονική έκδοση απήλθε στους εκάστοτε κώδους φιλοξενίας, με στόχο την ανάδειξη των έργων εφαρμοσμένης έρευνας και καινοτομίας στην τοπική κοινότητα, 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 αναγνωρισιμότητας της και βασίστηκε σε ένα concept που προσαρμόστηκε στα χαρακτηριστικά του ίδιου του προϊόντος, επιδίδοντας στα διαφορετικά αρώματα και γεύσεις σιγάρων. Ένα μυθολογούμενο branded trailer μεταμορφώθηκε σε ένα πρωτότυπο mobile bar με τίτλο «Vapor Bar» και λειτουργεί ως επίδειξη μήνας σε 11 σημεία της Ελλάδας, καλώντας το κοινό σε taste tests. Στο εσωτερικό, μια ειδική κατασκευή φιλοξενούσε τα χρωμαστά μπουκαλάκια με τις γεύσεις, ενώ ενημερωτικά υλικά προβάλλονται 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. Προβλήθηκαν ενημερωτικοί παρυσκοί για το Vapor Bar, δίνοντας τους την ευκαιρία να πάρουν μέρος σε ένα σύντομο quiz. Όλοι οι επισκέπτες έπαιρναν σε καρτέλακι τη γεύση που είχαν επιλέξει, ώστε να γνωρίζουν τι ακριβώς θα υπήρξουν στα κατάστημα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 6. BEST CONFERENCES

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

AMUSE CONCEPT EVENTS

Γερμανός 2015

Το ετήσιο συνέδριο της Γερμανός αφορά τους ιδιοκτήτες καταστημάτων Γερμανός από την Ελλάδα και της ευμερώσε τους σχετικά με τον απολογισμό του έτους και τη στρατηγική πολιτική του επόμενου. Η διοργάνωση του 2015 διεξήχθη στο Ξενοδοχείο στο κέντρο γήπεδο Ιασηνός και αναπτύχθηκε γύρω από την «Εξέλιξη είναι στη φύση μας». Το concept υλοποιήθηκε με δημιουργικές προτάσεις σε όλα τα υλικά, όπως προσλήψεις, banners εσωτερικού και εξωτερικού χώρου, έπαθλα και video, αλλά και χώρη 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 τα 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, 60 startups και 100 ομιλητές διεθνούς εμβέλειας βρέθηκαν στο Μέγαρο και πάνω από 16.000 διαβίβασαν τις θέσεις μόνο στην Ελλάδα παρακολούθησαν το Disrupt Startup ScaleUP, έχοντας την ευκαιρία να μοιραστούν τις ιδέες τους, να εμπνευστούν και να εμπνευστούν, να διευκολυνθούν και να διακριθούν στη μεγαλύτερη εδαμειακή 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 κουλτούρας παγκοσμίως. Τον δημιουργικό σχεδιασμό και την παραγωγή ανέλαβε μεσομένη, ενώ την εκτέλεση παραγωγής η EY/NTZ.





CELESTYAL CRUISES - THINKBIZ - STARTUPBUS

Cruise Inn 2015

Το 2015, η Celestial Cruises σε συνεργασία με τον φοιτητικό σύλλογο επιχειρηματίων ThinkBiz και τη Startupbus Greece, διοργάνωσε και φιλοξένησε στο κρουαζιερόπλοίο της, Celestial Odyssey, τον 1ο Ευρωπαϊκό Επιχειρηματικό Διαγωνισμό, με τον τίτλο Cruise Inn. Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να παρουσιάσουν μια καινούρια επιχειρηματική ιδέα με θέμα «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στον Τουρισμό», ενώ το κρουαζιερόπλοιο ταξίδευε στα Αιγία. Συμμετείχαν 191 νέοι επιχειρηματίες και μετά από 85 ανανεώσεις επιλέχθηκαν οι 38. Κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας, οι διαγωνιζόμενοι εκπαιδεύτηκαν σε επτά ομιλίες και παρουσίασαν τις ιδέες τους στην κριτική επιτροπή, που αποτελείτο από στελέχη του ελληνικού startup και καινοτόμων επιχειρήσεων, καθώς και της ίδιας της εταιρείας. Σε αυτό το πλαίσιο, οι νέοι επιχειρηματίες 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 σωστό υποστήριξη από μέλη εταιρείας στελέχη επιχειρήσεων του κλάδου της Ναυτιλίας και της Τουριστικής.



AMUSE CONCEPT EVENTS

GTE Meeting Team Management

Τον Μάρτιο του 2015, η εταιρεία Amuse διοργάνωσε στο Metropolitan Expo στο Αεροδρόμιο το MTM (Management Team Meeting) του GTE, την ετήσια συνάντηση των αντελλών πρώτης γραμμής του ομίλου. Επί 2,5 ώρες, 1.200 άτομα «έζησαν» με την διοικητική συμβουλή, υπό την προεδρία του Μιχάλη Τσαμπά. Η διαμόρφωση του χώρου, με οθόνες και ευρυband αίθρι, αλλά και το branding, υποστήριξαν τη φιλοσοφία του συνεδρίου, ενώ η καλλιτεχνική απόδοση έδινε μια επιβλητική και τουλάχιστον καλόγουστο ατμόσφαιρα στον λόγο των ομιλητών. Η όλη υποδομή και η ενισχυμένη ασφάλεια συνέβαλλαν στην ομαλή διεξαγωγή του event, όπως και ο σωστός σχεδιασμός της διαχείρισης του έμφαντου δυναμικού. Ως αποτέλεσμα, το κοινό έγινε κερμίδι μιας διοργάνωσης μοναδικής για τα ελληνικά δεδομένα, καθώς συνδύαζε τη γνώση με την υψηλή αισθητική και την άριστη προσομοίωση, λόγω της συνολικής αντιμετώπισης, οι συμμετέχοντες αντιλήφθηκαν την αβεβαιότητα των πληροφοριών και του αίσθητός της αντιμετώπισης συνάντησης, βιώνοντας μια εμπειρία που απέδωσε το μέγιστο του ομίλου.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ



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 μεγαλύτερα στην περιοχή του και αποτελεί το μεγαλύτερο συνέδριο Management στην Ευρώπη. Τη διοργάνωση για το επόμενο έτος ανέλαβε το ALBA Graduate Business School at The American College of Greece, τον Ιούλιο του 2015, στις εγκαταστάσεις του Αμερικανικού Κολλεγίου. Το θέμα του συνεδρίου, εμπνευσμένο από την φιλοσοφία του διαγράμματος, ήταν «Οργάνωση και ο στρατηγικός ρόλος /όχι, αναπροσαρμογή και ευθύνη». Περισσότεροι από 1.800 σύνεδροι από περίπου 40 χώρες και πάνω από 400 ακαδημαϊκά δρώμενα αποτέλεσαν απόψεις, σχηματίζοντας μια μοναδική αγορά. Σημαντική ήταν η συμβολή της εταιρείας Erasmus, αλλά και η ηθική της εταιρείας. Συνολικά κατατέθηκαν και ομιλήθηκαν 2.102 papers, καλύπτοντας για τη διοργάνωση μέχρι σήμερα, στην οποία, επιλέχθηκαν 1.543 για παρουσίαση. Καμβικά σημεία υπήρξαν ο διοργανωτής ομιλίας από τους εμπειρικούς οργάνους φιλοξενούς, Alexander Nehamas και Robert Olin, ενώ διάφοροι καινοτόμοι ενδιαφέροντες συνέβαλλαν στη φιλοξενία των ακαδημαϊκών συνέδριων.

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 συνδιοργάνωση του ΟΟΣΑ. Στη διοργάνωση συμμετείχαν 120 σύνεδροι από 14 χώρες και πραγματοποιήθηκαν 22 παρουσιάσεις, δύο εργαστήρια και επτά νέες σεμιναριακές μονάδες. Λαμβάνοντας χώρα τον Σεπτέμβριο του 2016, σηματοδότησε την έναρξη της σχολικής χρονιάς με την παρουσία στην Αθήνα σημαντικού αριθμού ειδικών για τις εκπαιδευτικές υποδομές από όλο τον κόσμο. Οι συνέδρες αποτελούσαν ένα dream team αρχιτεκτόνων, οικονομολόγων και εκπαιδευτικών, οι οποίοι παρουσίασαν επιλεγμένα παραδείγματα σχολικών μονάδων και μεθόδους αποτελεσματικής σχεδίασης χώρων μάθησης, αλλά και ερευνών. Το format του συνεδρίου είχε έντονα διαδραστικό χαρακτήρα, ο οποίος επιτεύχθηκε με τρεις διακοπές δραστηριοτήτων: παρουσιάσεις, εργαστήρια και επτά νέες σεμιναριακές. Το συνέδριο διεξήχθη στο ξενοδοχείο NJV Plaza, ενώ την πρώτη ημέρα οι διοργανωτές παρέδραν επίσημο δείπνο για τους συνέδρες και τους χορηγούς.

ΕΠΙΜΕΛΕΤΕΣ:

ΚτΥη
ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ Α.Ε.

ΕΝΟΤΗΤΑ 6. EVENT PARTNERS / SUPPLIERS

BEST CATERED EVENT

ARIA FINE CATERING

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

Στις 10 Δεκεμβρίου 2016, η Aria Fine Catering παρέθεσε ένα εστιατοριακό δείπνο σε 80 δημοσιογράφους γούσης και Lifestyle bloggers, το οποίο δημιούργησαν οι έμπειροι σερ της Σκόκης αυτού του press & bloggers' event δεν ήταν απλά η παρουσίαση ενός gourmet μενού πάντα πιάτων, αλλά η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης γαστρονομικής εμπειρίας, στην οποία σημαντικό ρόλο έπαιξαν η χριστουγεννιάτικη διακόσμηση, το photo art de la table, η μουσική, ο φατσέρ και ο πραγματικά μοναδικός χώρος στον δεύτερο όροφο του νεοκλασικού της Αμαλίας 38. Για το δημοσιογραφικό δείπνο της Aria Fine Catering 38, η Mithea Events ανέλαβε το event styling & décor, η Petridis LV Floral Creations δημιούργησε τις χριστουγεννιάτικες συνδυαστικές, η ZAZOO Event Rentals προσέφερε τα έπιπλα και η Sounds Good επιμελήθηκε τον φατσέρ και τη μουσική.

ΕΠΙΜΕΛΕΤΕΣ:



EVENT MANAGEMENT

ANTHINGS

Citizen Day 2015 for L'Oréal Hellas

Η Citizen Day, ημέρα αφιερωμένη στον εθελοντισμό από την L'Oréal παγκοσμίως, γιορτάστηκε στην Ελλάδα στις 18 Ιουλίου του 2015, καλώντας όλους τους εργαζόμενους να προσφέρουν εθελοντικά σε εθελοντικές ομάδες. Σε ένα participation board στην είσοδο της εταιρείας, κάθε εθελοντής δίδανε σε ποια ενέργεια ήθελε να συμμετάσκει, μεταδίδεται παρακάτω δράσεις διακίνησης για την Πρότυπη Στήλη Αντήκων, εργασία στο κοινωνικό φαρμακείο και παιντοπιείο Αμαρουσίου, συνδρομή στο Ιαμόγειο του Γαβριού με την παραγωγή μπαμπούλες, οργάνωση αποθήκης και προετοιμασία πακέτων τροφίμων, παρασκευή φαγητού για τον οργανισμό «Μηπορούμε» και το Οικονομικό Αιγάλεω και μαθήματα μακιγιάζ για τις ευάλωτες κοπέλες του δαύματος, στήλη στήλη για τα παιδιά του Εργαστηρίου στην Φιλοσόφ, οργάνωση του χώρου των Γαργάνων χωρίς Σύνδρομο και βόμπος του κυματοθραύστη του Π. Φαίηρου. Οι δράσεις ολοκληρώθηκαν με εορταστική εκδήλωση και μια ακόμη ενέργεια προσφοράς σε συνεργασία με την Ομάδα Σκόλα Οδηγού Ελλάδας, μοιράστηκε ένα κουράκι για την καθοδήγηση από τον με μερική όραση.

ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΕΡΙΠΤΕΡΩΝ / ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ / STAGE DESIGN / BOOTH DESIGN

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 εταιρείας, καθώς και η οργάνωση και λειτουργία ενός διήμερου ξεχωριστού project του Coca-Cola Christmas Pop Up Store, ενός καταστήματος με αυθεντικό αντικείμενο 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 2016. Σε έναν χώρο υψηλής λειτουργικότητας και αισθητικής, οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να αγοράσουν αυθεντικά αντικείμενα Coca-Cola, να διασκεδάσουν με επώνυμους DJ, να φιλοξενηθούν το δικό τους μπαρ και να απολαύσουν παγωμένο Coca-Cola. Μέρος των εορταστικών πακέτων του Coca-Cola Pop Up Store θα προσφερθεί για την κάλυψη των αναγκών της ΜΚΟ «Μηπορούμε». Η ανάθεση στην Apstage για την υλοποίηση του project, έγινε από την εταιρεία Chapter 6, η οποία ανέλαβε και τον σχεδιασμό της συνολικής εκδήλωσης.

AMUSE CONCEPT EVENTS

The Temple Of Spirit «Bar show 3E»

Το περίπτερο της 3E για το Bar Show 2016 δημιουργήθηκε από την ομάδα της Amuse στο Γκάζι, τον Νοέμβριο του 2016. Βασική επιδίωξη ήταν να δοθεί έμφαση στη παρουσίαση της 3E ως συνδυασμό με premium προϊόντα, παρουσιασμένα σε ένα exclusive first class bar. Guest speakers του χώρου, βραβευμένοι bar tenders, εθελοντές του κλάδου, marketing drink guru και φίλοι του brand παρότρυναν από το περίπτερο δίνοντας στον κόσμο την αίσθηση ενός συνεχούς party διακίνησης και επιμόρφωσης, όπου η συμμετοχή του ήταν αναπόφευκτη και γεμάτη απόδοση. Βραβευμένοι mixologists παρουσίασαν νέες κατάρτι με τα προϊόντα της εταιρείας, νέους τρόπους παρουσίασης αυτών και μοναδικά finishing touches, που ενίσχυαν την ολιστική προσέγγιση της 3E στην αγορά ποτών. Οι αναδείξεις, δημιουργήθηκαν νέες συνεργασίες και το brand reinforcement επενδύθηκε στην καινοτόμο παρουσίαση, αναδεικνύοντας μέσα σε ένα διήμερο την 3E όχι απλά ως συνεργάτη, αλλά ως έναν up-to-date στρατηγικό σύμμαχο.

Where imagination comes on display

APSTAGE / STAGE DESIGN & PRESENTATION

Davidoff Horeca Furniture 2016

Η ελαστική εταιρεία εδών/καρτών Imperial Tobacco Hellas, το 2016, ανέθεσε στην Apstage τον σχεδιασμό και την κατασκευή νέων εδών/καρτών κατασκευών προβολής και παρουσίασης, που να φέρουν την νέα εικαστική ταυτότητα των προϊόντων της. Οι κατασκευές θα έπρεπε να είναι υψηλής αισθητικής, ιδιαίτερα ανθεκτικές για να φιλοξενούνται σε χώρους μεγάλης συγκέντρωσης κόσμου, με έμφαση στις λεπτομέρειες και την φάση για την ανάδειξη των προϊόντων, αλλά και απόλυτες λειτουργικές για την εξυπηρέτηση και ενημέρωση των καταναλωτών. Η ολοκλήρωση του project έγινε ταχύτητα, ώστε να εγκατασταθούν οι κατασκευές νωρίς στην καλοκαιρινή περίοδο 2016, ενώ κλήθηκαν της επιτυχίας στους χώρους που τοποθετήθηκαν και έδωσαν προστιθέμενη αξία στο προβλλόμενα. Η τοποθέτηση των κατασκευών γίνετα στους χώρους καθ' υπόδειξη του πελάτη, ενώ εντέλως συνάδει να βρισκόταν 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 ενδεικτικό κέντρο Metropolitan Expo. Για τους σκοπούς της ενέργειας, monitor Samsung 32" έως 76" τοποθετήθηκαν στο περίπτερο με τέτοιο τρόπο ώστε να σχηματίζουν ένα art wall video wall, στο οποίο έγινε η προβολή των επικοινωνιών video που υλοποιήθηκαν για την προώθηση των νέων προϊόντων, τα οποία παρουσιάζει 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 καταμετρήσιμος του υλικού προς προβολή στις διαθέσιμες οθόνες, ώστε το video να προβάλεται ενιαίο στο video wall. Η παρουσία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη HORECA κρίθηκε επιτυχής, ο αριθμός των επισκεπτών ξεπέρασε κάθε πέμπτο και ενδεικτικές ήταν οι ενδιαφέροντες για όλες τις μέρες και το νέο λανσάρισμα.



EVENT PRODUCTION

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

Heineken Athens Mosaic

Το «Athens Mosaic» ένα μεγάλο art installation από κύβους μπύρας που δημιουργήθηκε από τους Αθηναίους για τους Αθηναίους, ανακαλύφθηκε 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 διαθέσιμες συνεννοήσεις με τους ιδιαιτέρως φορείς, ώστε να αξιοποιηθεί η μαζική της κλίμακα στο Γκάζι. Μια επιτυχημένη ομάδα οριοθετούσε τον χώρο με έντονη παρουσία του brand, ενώ οι κόντες της Heineken κερνούσαν μπύρες με ελεγχόμενο αριθμό καταπόνησης. Περισσότερα από 50 μέτρα οριζόντια συγχρωτάσαν ειδικά σχεδιασμένα σημάδια της Heineken και πράσινα φώτα έδιναν την αίσθηση μιας χωρίς πράσινης πόλης. Με την πώληση του τεράστιου πακέτου που κάλυπτε τα 70 τμ του έργου από την Αντιδήμαρχο του Δήμου Αθηναίων Αριάνη Σέληου, ο χώρος γέμισε από πολυάριθμα κουφέτ, ενώ οι Mosaic Band έπαιζαν μια διασκευή του τραγουδιού «Όμορφη Πόλη» του Μάκη Θεοδωρίδη.





FOSS PRODUCTIONS

«Ταχυδρομείον Ευχαριστιών Υγείας Παυλίδης»

Με πέντε ταχυδρομεία με μεγάλη αισιοδοξία και λαγής μηνύματα αποπείσασα μια κομμάτι σου ελίτ, όπως η οικογένεια Υγείας Παυλίδης ενάντια της γένεας, αλλά και να σου δώσει το προϊόν με έθιμο συναισθηματικά διαφοροποιήσεις, δημιουργήθηκε το «Ταχυδρομείον Ευχαριστιών Υγείας Παυλίδης», το οποίο φιλοδοξεί στην πελάτη Καραλή για δύο εβδομάδες. Εκεί οι επικοινωνίες είναι την ευκαιρία, με την βοήθεια της ομάδας του Ταχυδρομείου, να στείλουν ένα ευχαριστήριο μήνυμα στα αγαπημένα τους πρόσωπα σε ολόκληρη την χώρα. Επιπλέον, τα μηνύματα μπορούν να μεταφερθούν και τηλεφωνικά ή ηλεκτρονικά στη διεύθυνση www.ygeiaspauides.gr. Για τις ανάγκες της εκδήλωσης, κατασκευάστηκε ένα τυμπό με κληρονομικά γραμματοκώδικα για τη γρήγορη γραμμάτιν με μηχανικό καταμέτρησης και ηλεκτρονικές εμφανίσεις αριθμού γραμμάτων εσωτερικά και εξωτερικά του περιβόλου. Εσωτερικά, ο κείρος διέδιδε μικρή αποθήκη Qi Boost για ραδιοφωνικές επικοινωνίες, πόλη με αποθηκευτικό χώρο, καθώς και δύο οθόνες 46". Η λειτουργία του Ταχυδρομείου υποστηρίχθηκε από τρεις βάρδιες των δύο απόρων ημερησίως.



FOSS PRODUCTIONS

Legends Only - Νέα Εμφάνιση Ολυμπιακού

Το Ταχυδρομείο της νέας επίσημης επίδοξας εμφάνισης της ομάδας για την σεζόν 2016/2016, φόρος τιμής στο 80 χρόνια από την ίδρυση του Ολυμπιακού, είχε στόχο να εκπαιδεύσει τους φίλους της ομάδας με το αγωνιστικό δράμα που την χαρακτηρίζει, τα οποία συνάδει με το μήνυμα «Be The Difference» της Adidas. Με στόχο να αποδοθεί η φιλοσοφία «Θαύλο σε κάνει η Φανέλα», οργανώθηκε μια ξεχωριστή παρουσίαση τον Ιούνιο του 2016, στην ιστορική Ουίλιαμ Πιερρά, όπου οι προσκεκλημένοι με έμπληξη αντικρυμάντη γιγαντιαία νέα φανέλα της ομάδας να ξεπληγεται από τα κοτόρτα ιστορικού μέσα στα ντερά του Μικραλμάνου. Η φανέλα ήταν βασισμένη στο ανιάρδα μηχανοκίνητο σέλινο της Adidas, με διαστάσεις 8,00 x 10,50 μέτρων και για την εκδήλωση των ανακαλυπτικών εγκαταστήθηκε stage με τεχνητό γρασίδι και ηχοσύστημα ομιχοακουστικής εξοπλισμού, καθώς και διακόσμηση branding. Η εκδήλωση ολοκληρώθηκε από catering με Finger Food και Open Bar, καθώς και προσεχτική ομάδα για τα registration των καλεσμένων.

BEST VIDEO & GRAPHICS



AMUSE CONCEPT EVENTS

Mapping Beauty 3 L'Oréal

Σε αυτό το βίντεο, στόχος ήταν η digital δημιουργία ενός λογότυπου που να ανακάλυψε το concept τριών brands: L'Oréal, 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 διάρκειας 24 κβύρων. Το βίντεο λειτουργεί και σαν χρηστικό εργαλείο, που δίνει το πρόγραμμα εκδηλώσεων των εταιρειών και έναντι τις τρεις μέρες σε μία. Η βασική δομή για την επέλευση της παραγωγής διαμορφώθηκε στα εξής τμήματα: Διεύθυνση παραγωγής: Χάρης Νικολαΐδης, σκηνοθέτης: Μανώλης Μανιάς, τεχνική διεύθυνση: Χρήστος Ιακωβίδης, client service: Δήμητρα Χρυσανούλου. Πέρα από τον απλό εντυπωσιασμό, το video που δημιουργήθηκε προκάλεσε εμπνευσή, αλλά και realization στο κοινό.

Where imagination comes on display

BEST LIGHTING DESIGN

SOUND & VISUAL - ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΑΕ

Design Hotels Arena 2015

Η διεθνής εταιρεία ξενοδοχείων Design Hotels διοργάνωσε στην Αθήνα τον Σεπτέμβριο του 2015 το επεαίο συνέδριο των αντιπροσώπων των ξενοδοχείων της παγκοσμίως. Για το γεγονός εκκεντρίστηκε η πραγματικότητα: η οργάνωση πραγματοποιήθηκε στο Περιστέλι του Σάππειου Μεγάρου, το concept ήταν η δημιουργία «αγοράς» με ελληνικά εδέσματα και brands. Το project παρουσίαζε πολλές ιδιαιτερότητες και προκλήσεις να επηρεάσει το βέλτιστο αποτέλεσμα μελετήθηκαν οι ανάγκες του event, καθώς και οι προδιαγραφές του χώρου και οι κοινές συνθήκες. Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιήθηκε περιλάμβανε 16 Profile ETO S4, για να φωτιστούν τα 16 stand των εκθετών, 12 moving heads ελατοκινητήρια που φώτιζαν το κέντρο του Περιστερίου, άλλαξαν χρώματα και δημιουργούσαν εφέ, 8 Profile ETO S4, που φώτιζαν αποκλειστικά το bar και 12 panel ETO, που τοποθετήθηκαν στο μπλόκ και φώτιζαν τα τζάκι για να αναδείξουν τη ζωγραφιά του. Το αποτέλεσμα ήταν η δημιουργία ευχάριστη ατμόσφαιρας και η υποστήριξη του concept, χωρίς να παρατηρείται ο ρόλος του χώρου.



ΕΝΟΤΗΤΑ 7. BEST VENUE EXPERIENCE

ΚΑΛΥΤΕΡΟΣ ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ

TIN PAN ALLEY - ΘΕΜΗΣ ΒΑΣΑΡΜΙΔΗΣ

Smart Events Venue in the Historic Center

Ο παζαροειδής χώρος Tin Pan Alley, έκτασης 170 τμ στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, αποτελεί συνολική εμπειρία και μελετών που έχουν δεσφύσει σε διαφορετικά γεωγραφικά και θεματικά πλαίσια. Έχει τις ρίζες του στη διαλεκτική σχέση του Tin Pan Alley του Μανχάταν και στην προσεχτική 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 ευφυίας. Ακολουθώντας ένα concept «ευελόου», δημιουργήσε υποδομές και πολυάριθμες δυνατότητες μεταλλαγής του χώρου, ενώ χρησιμοποιώντας νέες τεχνολογίες, αναίτη τον δρόμο σε μια σειρά από διαφορετικές αγορές εκδηλώσεων. Χάρη στη project ανάπτυξης της οδού Τουρναβίτου που φιλοξενεί το Tin Pan Alley, το «Επείγ της Τουρναβίτου» έγινε ένα από τα πιο φωτογραφημένα σπεία της Αθήνας, ενώ με το παρεχόμενο Donation Smoke Box το κτήριο μετατρέπεται σε φιλόδοξη προσφορά. Τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του, το 2016, το Tin Pan Alley φιλοξένησε με επιτυχία 88 εκδηλώσεις.



ΕΜΟΤΗΤΑ 6. BEST EVENT TEAM

ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΟΜΑΔΑ - EVENT TEAM

GOLOS

DREAM WORKERS

Η ομάδα των μεγάλων επιτυχιών - Dream Workers



Οι Dream Workers, μια ιδιαίτερη ομάδα δημιουργίας, απαρτίζεται από τρεις συνεργάτες, που αλληλοσυμπληρώνονται αρμονικά και πλοαίνονται από ειδικά μένα στέλβη. Πρωτοπορούν το τελευταίο δέκα τουλάχιστον χρόνο στον χώρο των εκδηλώσεων στην Ελλάδα, αλλά και στις δοσές που συνδυάζουν την εκπαίδευση με την ψυχαγωγία. Δραστηριοποιούνται κυρίως στη δημιουργία θεματικών πάρκων και εκδηλώσεων κοινού, διοργανώνουν χριστουγεννιάτικες εκδηλώσεις, εκθέσεις, μουσεία, εποχικά events, θεματικές κατασκευές, διαδραστικά εργαστήρια και κινητές εκθέσεις. Ειδικά τα τρία μεγάλα θεματικά events-θεαμαί, το «Επιστάρας Σκοιλάρας», το «Μάιος των Ξυπικών» στα Τρίκαλα και η «Οικουμένη» Λάρισα, είναι πανελλαδική απήχηση και προσέλευση, συνολικά πολλά εκατομμύρια επισκεπτών. Δημιουργώντας αυθεντικές πραγματικές απόπειρες με εντυπωσιακά μεγάλα προβολή στα media. Έχοντας πάντα ως αφετηρία μια διακριτή και πρωτότυπη δέα, ο άρμος σχεδιασμός και οργάνωση ακολουθούν, με απορροή στο χώρο 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.

GOLOS

AMUSE CONCEPT EVENTS

GTE Meeting Team Management



Τον Μάρτιο του 2016, η εταιρεία Amuse διοργάνωσε στο Metropolitan Expo στο Αεροδρόμιο το MTM (Management Team Meeting) του GTE, την ετήσια συνάντηση των μελών πρώτης γραμμής του ομίλου. Επί 60 ώρες, 1.200 άτομα «έδωσαν» μέλη του διοικητικού συμβουλίου, υπό την προεδρία του Μιχάλη Τσακού. Η διοργάνωση του χώρου, με οδοιπόρους και εντυπωσιακό setting, αλλά και το branding υποστήριξαν τη φιλοσοφία του συνεδρίου, ενώ η καλλιτεχνική απόπειρα έδωσε μια εξαιρετική και ταυτόχρονα καλόγουστη οπτική στον χώρο των ομιλητών. Η όλη υποδομή και η ενισχυμένη ασφάλεια συνέβαλαν στην ομαλή διεξαγωγή του event, όπως και ο σωστός σχεδιασμός της διαδρομής του εμμεκτικού δυναμικού. Ως αποτέλεσμα, το κοινό έγινε κομμάτι μιας διοργάνωσης μοναδικής για τα ελληνικά δεδομένα, καθώς συνδυάστηκε γνώση με την υψηλή αισθητική και την άριστη προσεμοσία. Λόγω της συνολικής αντιμετώπισης, οι συμμετέχοντες αντιλήφθηκαν την σοβαρότητα των πληροφοριών και του απαιτούμενου επιχειρηματικού συντονισμού, βιώνοντας μια εμπειρία που απέκτησε το μεγαλείο του ομίλου.

GOLOS

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, επιχειρηματικά σεμινάρια, λογοτεχνικές συναντήσεις, καθώς και παιδικές εκδηλώσεις, παραστάσεις και εκδηλώσεις συνεργατών είναι μόνο μερικά από αυτές. Ανάμεσα στις κορυφαίες εκδηλώσεις του 2016 συγκαταλέγονται οι /αγοραστικοί Περίπατοι, που προσέφεραν μια νέα βιωματική εμπειρία, φέρνοντας σε επαφή το κοινό με τη ζωή και τα έργα μεγάλων δημιουργών, γνωριζοντας τους παρόλ'ι'ντο δημιουργούς πιασής της πόλης του, τα Βραβεία Βιβλίου Public, στα οποία συμμετείχαν 150 εκδοτικοί οίκοι και 1.200 συγγραφείς με 2.000 ελληνικούς τίτλους βιβλίων, καθώς και η Εκδήλωση Φιλοφρονιτώνων, στην οποία βρετανός εξελληνιστής βρέθηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα ως προσκεκλημένος των Public και των εκδόσεων Κέδρος και μίλησε επίσημα 1.000 άτομα. Τέλος, τα Public πραγματοποιούν σημαντικές εκδηλώσεις και για τα εσωτερικά τους κοινά, όπως αυτά της Ετήσιας Συνάντησης Γαλιλαίων.

Where imagination comes on display

ΕΝΟΤΗΤΑ 9. EVENT OF THE YEAR

ΕΡΑΒΕΙΑ

PUBLIC

Βραβεία Βιβλίου Public

Με κεντρικό μήνυμα «Γιος θα ανέβει στην κορυφή, κλέβει τα αγαπημένα του βιβλία», τα Public Book Awards 2016 προσέλυσαν τη συμμετοχή 120.000 αναγνωστών, οι οποίοι με 220.000 ψήφους ανέδειξαν τους νικητές. Ήδη από την γραμμάτση και των τεσσάρων συμμετεχόντων εισαγεί στη βραδιά της Ετήσιας Τελετής Ανοχής που πραγματοποιήθηκε στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, τον Μάιο του 2016, απονέμοντας τα βραβεία. Μεταξύ αυτών βραβεύθηκαν η Διευθύντρια της Εθνικής Πινακοθήκης-Μουσείου Αλεξάνδρου Σολτζού Μαρίνα Λαμπράκη-Πλάκα, ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου Βασίλης Καποδάρης, η Δημοσιογράφος και παρουσιάστρια Μάγια Ταβέλη και ο συγγραφέας Αύγουστος Καρανός. Ο Σάκης Ραυβός, ως Αγγελιαφόρος του Συλλόγου Ελλήνων Αποδοκίχτες της προσφορά μιας παιδικής βιβλιοθήκης από τα Public στην «Οικολογική Μονάδα Παίδων Μαριάννα Β. Βαρδολιγιάδη - Ελπίδα» και ανένευε το βραβείο στην κατηγορία Ελληνική Παιδική Λογοτεχνία. Αποσπασματα θεατρικών παραστάσεων που βασίζονται σε βιβλία αναπαράστηκαν ζωντανά από τους κληρονόμους στη σκηνή, ενώ παρουσίασε της μεγάλης βραδιάς ήταν ο κληρονόμος και αναγνώστης Γιώργος Νανούρας.



ΔΕΣΜΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ

Χρυσό Σκούφο

Η τελική ανομή της διαγώνωσης Χρυσό Σκούφο 2016 ξεκίνησε στο κοσμοπολίτικο αλάνε Royal Room της Μεγάλης Βρετανίας, ενώ λίγο μετά άνοιξε η πόρτα του το Grand Ballroom, όπου τους προσέκλημένους περίμεναν, εκτός από τη σκηνή για τις βραβεύσεις, οι επιβλητικές ρολάντες, με σπινάκια σερβίτσια και αγκυρών των αρχών του παρελθόντος αιώνος δημιουργώντας centerpieces, στολισμένα με κεριά και ανθισμένα βότανα της ελληνικής γης. Για την προετοιμασία και επίθεση του Dinner de gala του 2016, το αθηναίο επέλεξε πέντε νέους σε ηλικία, αλλά ήδη καταξιωμένους Έλληνες σεφ, που αποτελούν το νέο αμύ της ελληνικής κουζίνας. Οι Αθανάσιος Κωστόπουλος, Αλέξανδρος Ταστίνης, Νικόλιν Νουράγιου, Παναγιώτης Πακαλής και Ευγένιος Βαρδακαστάνης δημιούργησαν μοναδικές τέχνες και νοστιμίες πιάτα με concept «Η ελληνική γαστρονομία ανθεί στην περίοδο της κρίσης». Συνολικά, 988 εσπερίδες και ταβέρνες στην επικράτεια δοκιμάστηκαν, αξιολογήθηκαν και βραβεύθηκαν και 22 εσπερίδες σε όλη την Ελλάδα βραβεύθηκαν με Χρυσό Σκούφο.



YARD

Ernis Awards 2014

Στην επέτειο των 25 χρόνων Ernis Awards που πραγματοποιήθηκε στις 16 Δεκεμβρίου 2014, το ζητούμενο ήταν η δημιουργία μιας τελετής που θα ξεχώριζε και θα έφερνε στο θέατρο Παλλιάς τη λάμψη των Όσκαρ, υιοθετώντας με τον πιο εντυπωσιακό τρόπο τον καρναβάλι θεαυ της επικράτειας στην Ελλάδα. Η σκηνή του Παλλιάς μεταμορφώθηκε σε λαμπερό σκηνικό με το νέο λογότυπο των Ernis Awards να γίνεται διπλό σημείο φιλοξέλιος παρουσιαστών και απονεμητών, ενώ η αγκαλιά της σκηνής ήταν μεγάλη οθόνη προβολής και laser made φωτιστικά installations. Για το opening act, οι παρουσιαστές Μαρία Κωνσταντίνου και Γεωργία Ελευθερίου, μαζί με χορευτική ομάδα, εμφάνισαν με burlesque διάθεση το τραγούδι tribute στα 25 χρόνια του θεαυ, που δημιουργήθηκε αποκλειστικά για τη τελετή. Το podium αεζοδότηται έτσι ώστε να δώσουν έμφαση στη νέα ταυτότητα των βραβείων, ενώ το λογότυπο πρωταγωνίστησε στη σκηνή μέσα από εθική 3D κατασκευή μεγάλης κλίμακας.



ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

MULTITRAB PRODUCTIONS

Athens Digital Arts Festival 2015



Η 11η διοργάνωση του Athens Digital Arts Festival (ΑΔΑΦ) πραγματοποιήθηκε τον Μάιο του 2015 στη Λιθόκρητο Σελή και στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, με παρόδους νέες ενδείξεις της ηλεκτρονικής και Αλφας Επικοινωνίας. Το φεστιβάλ οργανώθηκε από την Multitrab Productions και διάρκεσε τέσσερις ημέρες. Προσέφερε να επικοινωνήσει το ευρύ φάσμα των δράσεων του, τον Ιανουάριο του 2016, το φεστιβάλ αναδείχθηκε την αλλαγή του ονόματός του από Athens Video Art σε Athens Digital Arts Festival και συγκέντρωσε 2.100 επίσημες συμμετοχές. Φιλοξενώντας 150 καλλιτέχνες από 40 χώρες, διοργάνωσε μια έκθεση αποτελούμενη από 300 επιλεγμένα έργα, πέντε διεθνείς συνεργασίες/συνεργασίες σε οντιστορικά φεστιβάλ του εξωτερικού, επτά εργαστήρια επιλογών και τρία παιδικά, πέντε απανταχού επιδείξεις και 65 μουσικές συναντήσεις και DJ sets. Η ομάδα του φεστιβάλ διοργάνωσε μια φουτουριστική και ταυτόχρονα πραγματική σκηνή στην ειδικά χτισμένη Λιθόκρητο Σελή, όπου φιλοξενήθηκαν από τις εγκαταστάσεις και τις δράσεις της ηλεκτρονικής Μουσικής Αθήνας και Αλφας Επικοινωνίας, προσελκύοντας συνολικά 9.000 επισκέπτες.

SEASONAL

MOMENTUM ATHENS /

McCANN WORLDGROUP - YARD EVENTS

Shell Event 90 Χρόνια στην Ελλάδα



Με αφορμή την επέτειο των 90 χρόνων παρουσίας του σήματος της στην Ελλάδα, η Shell διοργάνωσε τον Φεβρουάριο μια ειδική εκδήλωση στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, αθροίζοντας Τρόντι. Αυτό να αποτυπώσει την πλούσια ιστορία της σε ένα βίντεο αναδρομής στο παρελθόν, για πρώτη φορά στην Ελλάδα παρουσιάστηκε ένα θεατρικό θέμα με επεδιωρησιακά στοιχεία, μέσα από το οποίο αναβίβονταν όλες οι ιστορίες της Shell από το 1928. Κεντρικός άξονας ήταν μια αλληγορία, η οποία υποστήριζε το σκεπτικό ήδη από την πρόσκληση για το event και λειτουργούσε ως άξονας παρουσίασης των ιστοριών που έπαιζαν στο δρόμο ανάμεσα στην ιστορία. Έξι ηθοποιοί και τρεις τραγουδιστές ζωγράφιζαν σε θεατρικά σύντομα σκηνές στιγμές από την ιστορία της εταιρείας, ξεκινώντας από το 1928 και φτάνοντας μέχρι το μέλλον. Με αυτόν τον τρόπο, μια συντομική εκδήλωση μετατράπηκε σε μια θεατρική βραδιά, κερδίζοντας τις εντυπώσεις τόσο των υπαλλήλων και συνεργατών της Shell, όσο και των δημοσιογράφων και opinion leaders.

CHAPTER 5

Coca-Cola Pop Up Store Athens



Στο πλαίσιο της παγκόσμιας καμπάνιας «Kiss Happiness», σχεδιάστηκε και οργανώθηκε στην Ελλάδα το experiential sampling της εταιρείας και η οργάνωση ενός διαθερού διακρίτου project του Coca-Cola Pop Up Store, ενός καταστήματος με αλληγορικά στοιχεία Coca-Cola. Προσέδοντας τα 100 χρόνια του γυαλινού μπουκάλι 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 επέντα μέρες, η Μαρίνα Φιλοθέου φιλοξένησε πολλές επιδείξεις, με αποκτάματα, την επίσκεψη του Στέλιου Ραυδού στο Coca-Cola Pop-Up Store, ο οποίος συνάντησε από κοντά 50 τακτικούς θαυμαστές του και πραγματοποιήθηκε γυρίσματα για το video clip του νέου του τραγουδιού «Θέλω με». Στο pop-up κατάστημα, οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να αγοράσουν αλληγορικά αντικείμενα Coca-Cola, να διασκεδάσουν με επιθυμίες Digi, να φιλοξενήσουν το δικό τους μπουκάλι και να απολαύσουν παγωμένη Coca-Cola. Μέρος των εσόδων από τις πωλήσεις του Coca-Cola Pop-Up Store προσετέθηκε στη ΜΗΔ «Ηλιοπάρμε».

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 άδεια με την κοινωνική ευαισθησία και παρέχοντας διεθνή θεματική προβολή για την πρωτεύουσα και τη χώρα. Η διοργάνωση υλοποιήθηκε από το Holmes Place σε συνεργασία με την ομάδα του Breeze Mini Marathon και τη συνδιοργάνωση του ΟΠΑΠΔΑ (Όργανισμός Πόληταμού, Αθλητισμού και Νεολογίας του Δήμου Αθηναίων). Τα όρια των 2.000 συμμετεχόντων συμπληρώθηκαν άμεσα και το event έγινε sold out στις πρώτες μέρες διαθεσιμότητας εγγραφών. Χωρίς χρονομέτρηση και ανταγωνισμό, οι βασίλισσες όλων των ηλικιών καλωσύνη μια αδήσαστη 2.Ε.Α.Μ. με αφετηρία καταρυσματό το City Link, σε μια διαδρομή ειδικά σχεδιασμένη για την καλλιπλή προβολή της Αθήνας. Συνδυάζοντας τις αξίες της άδεια με την κοινωνική προσφορά, τα χρήματα που συλλεγανώθηκαν από τις συμμετοχές διατέθηκαν στο Σωματείο Ελπίδα-Εταιρεία κατά της Κακοποίησης του Παιδιού.



ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΣ 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 πρότζεκτ «Διαδρομή προσφοράς» που έχει σχεδιάσει για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, για τη στήριξη των παιδικών νοσοκομείων Παίδων Αθηνών «Η Αγία Σοφία» και «Παν. & Αλκίλας Κυριακού», δημιουργήθηκε η ανάγκη της ημέρα του Μαραθωνίου να έχει έντονη παρουσία μέσω περιπτέρου, καθώς και μέσω πρωταθλητών ομάδων. Σε αυτό το πλαίσιο, σχεδιάστηκε ένα δημιουργικό concept, στο οποίο μεγάλοι και μικροί μπορούν να περάσουν δημιουργικά την ώρα τους και να ενταχθούν τα για το CSR πρόγραμμα «Διαδρομή Προσφοράς». Το περιπτερο 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 στήσει για να προσέλθει για την προβολή της δράσης, φιλοξενηθήκατο γνωστό μουσικό παρτιζάνο, ενώ έλαβαν χώρα πολλές περιφερειακές δράσεις.



ΟΠΑΠ ΑΕ

Ευχαστολίδια

Κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου των Χριστουγέννων του 2015, η ΟΠΑΠ ΑΕ υλοποίησε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά το πρόγραμμα εταιρικής υπευθυνότητας «Ευχαστολίδια». Η εταιρεία προσέφερε 3.273 παιδιά που υποστηρίζονται από την Έκκληση «Μαζί για το Παιδί» να συντροφιούνται σε ένα απλό λευκό καρτί τη χριστουγεννιάτικη ευχή τους και κατόπιν παρουσίασε τις ζωγραφίες σε χριστουγεννιάτικες εκδόσεις που εγκατέστησε στα πολυκατοστήματα The Mall Athens, Athens Metro Mall και Mediterranean Όρεκας στη Θεσσαλονίκη, καθώς και στα κεντρικά γραφεία της. Τα κοινά μπορούν να δει τις ζωγραφίες και να επιλέξει την ευχή που ήθελε να πραγματοποιήσει, να επισκερθεί οποιοδήποτε κατάστημα και να αγοράσει το αντίστοιχο δώρο και να επιστρέψει στο περιπτερο για να παραδώσει μαζί με μια ευχή, παρόμοιας μορφής την αυθεντική ζωγραφία και ένα αναμνηστικό. Η έναρξη του προγράμματος επικυρώθηκε επικανονιακά από τα εγκρίνα των εκδόσεων με συμμετοχή εκπροσώπων του καλλιτεχνικού και αθλητικού κόσμου, ενώ η παράδοση των δώρων πραγματοποιήθηκε σε ειδική εορταστική εκδήλωση.





WINNER

ΣΕΤΕ (ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)

SETE Tourism Crowdhackathon

Στο πλαίσιο της προσπάθειας που 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 Κώδο Κανονισμών και Επιχειρηματικότητας INNOVATHE@ της Τεχνόπολης 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 οικειοθελώς τομέες, προσφέροντας έτσι το απαραίτητο στοιχείο για την ανάπτυξη των ψηφιακών εφαρμογών. Ο διαγωνισμός συνέβαλε στο να αποκαλύψουν οι συμμετέχοντες χρήσιμες εμπειρίες σχετικά με τον τρόπο δόμησης και προώθησης μιας επιχειρηματικής ιδέας και στο να δοθούν σε άμεση επιλογή με την τουριστική κιάδα. Η προέλευση ξεπέρασε τους 170 συμμετέχοντες με 36 μέτορες και 18 μέλη της επιτροπής αξιολόγησης.



WINNER

NEWTON - COSMOTE

Απονομή Υποτροφιών Cosmote 2015

Στις 10 Σεπτεμβρίου 2015, στο ξενοδοχείο Hyatt Regency στη Θεσσαλονίκη, πραγματοποιήθηκε η Απονομή Υποτροφιών Cosmote 2015, παρουσία των υποτρόφων αλλά και εκπροσώπων των media. Το κλίμα μιλύμα «Ο,τι καλύτερο έχουμε» αποδόθηκε ειλικρινά με κυρίαρχο στόχο το ελληνικό φως, ενώ, φτάνοντας στο ντεσ, τα οποία ήταν ντυμένα στο χρίσμα της νέας ταυτότητας του brand, οι προαξιολογημένοι περιγράφουν μέσα από μια «πόλη», αφηγμένη από πρωτόδικτες οκλίτες φιλίες. Στο foyer δέσποζε έκθεση με φωτογραφίες βγαλμένες από τους υπότροφους, με θέμα «Ψηφιακά Ονόματα», ενώ το ballroom του Hyatt είχε μεταμορφωθεί σε ένα λευκό, minimal brand environment. Ένα επιπλέον από intro video άνοιξε την εκδήλωση, ενώ παρουσιάστηκαν εμπειρίες από παλαιότερους υποτρόφους μέσα από κίβες και ομιλίες από στελέχη της Cosmote. Η εκδήλωση έκλεισε με ένα video εισαγωγικό με πρωταγωνιστές τα 50 παιδιά, που περιγράφουν με μια φράση πώς αντιμετωπίζουν τα μέλλον τους, καθώς και δεξίωση σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο του ξενοδοχείου με χριστουγεννιάτικα ντινερ και ζεστή συμπόρευση.

ΜΟΥΣΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ / ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ

COCA-COLA 3 ΕΨΙΛΟΝ

Amite Motion 10 Χρόνια Θετική Ενέργεια!



GOLD

Το 2015, η Amite 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 μόδα, η Amite Motion κάλεσε τους φίλους της να γιορτάσουν μαζί της με συναντήσεις σε Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο Κρήτης και Αθήνα, όπου ο προταγμός κορυφώθηκε με τη διοργάνωση της Ημέρας Θετικής Ενέργειας. Στις συναντήσεις 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 «καρπανά» χώρο εκδηλώσεων της χώρας. Για πρώτη φορά στην εικοσαετή ιστορία του, το μεγαλύτερο μουσικό φεστιβάλ της Ελλάδας ήταν αμιγώς κοινό, 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 Ιουλίου 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 πρωταγωνίασαν οι The Prodigy, ενώ στο Vibe Stage εμφανίστηκαν μετοδύσσωνοι Judas Priest και Rattling Chisel. Το ημερήσιο επηρεασό Rockwave έκλεισε με τους Matisyahu, με τον Manu να δίνει το έναυσμα για ένα ακόμη υπναιώδες party. Το Rockwave Festival 2015 ήταν το πιο επιτυχημένο φεστιβάλ των τελευταίων ετών, αυξανοντας κατά 300% τις πωλήσεις εισιτηρίων σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.



ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΜΟΔΑΣ

H&M

H&M Flagship Opening

Στις 23 Οκτωβρίου 2016, η H&M γιόρτασε με ένα μεγάλο Fashion VIP party με Special Guest την Kristina Bazan, δημιουργό του blog Kaiture, το εγκαίνιο του μεγαλύτερου flagship καταστήματός της στη Μεσογειακή Ευρώπη, σε ένα όμορφο, διατηρητέο νεοκλασικό κτίριο, στην οδό Ερμού 11 & Βουλής. Έμπνευση αποτέλεσε η σουεδική 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 concept, η πρόσκληση ταξινομήθηκε με ένα ειδικά σχεδιασμένο μυσίο light 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 φθινόπωρινή συλλογή. Σε διαφορετικά σημεία του καταστήματος πραγματοποιούνταν επιτυχημένα fashion happenings, όπως μια special performance της Τάμτα, παρουσίαση make-up της νέας H&M Beauty σειράς και το Gentlemen's Club Game.



AMUSE CONCEPT EVENTS

Zoules Fashion Show

Στις 24 Οκτωβρίου 2016, στο Grand Ballroom του Intercontinental, διοργανώθηκε ένα ξεχωριστό event για την παρουσίαση της νέας συλλογής Zoules, με στόχο να υπηρετηθεί το concept του σχεδιαστή, ώστε να εκπαιδεύσει όχι μόνο με τη δημιουργία του, αλλά και με την παρουσίασή τους. Το θέμα ήταν «Women in Mykonos through the decades - from '30s to '60s». Για πρώτη φορά στην Ελλάδα, κατασκευάστηκε πασαρέλα σε σχήμα 8, για την οποία εργάστηκε μια μεγάλη ομάδα εξειδικευμένων επαγγελματιών. Το διεύθυνση παραγωγής ανέλαβε ο Χάρης Νικολαΐδης σε αλληλεγγύη Μανώλη Μανιά, υπό την ποιητική διεύθυνση του Χρήστου Ιωακείδη και υπεύθυνη client service τη Δήμητρα Χρυσανούλου. Τα αποτελέσματα ενδυνάμωσαν το brand, καθώς 338 καλεσμένοι, μετοξύ των οποίων δημοσιογράφοι, πατέικ, fashion bloggers, celebrities, ηθοισαί και τραγουδιστές, είχαν την ευκαιρία να απολαύσουν το show. Υπήρξε επίσης κάλυψη από όλα τα Μέσα, με έντονη παρουσία σε ειδημητές και περιοδικά και κυκλώ buzz στα social media.





RETAIL / IN-STORE

ΟΜΙΛΟΣ FF GROUP

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

Το 2016, η Folli Follie παρουσίασε το νέο της Concept Store, υπογραμμίζοντας την εξέλιξη του brand διεθνώς. Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποίησε τον Δεκέμβριο του 2016 στο flagship κατάστημα της στην οδό Ερμού 18, μια αποκλειστική παρουσίαση ειδικά για εκπαιδευτικούς των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, με στόχο την επικαιροποίηση της νέας αρχιτεκτονικής και φιλοσοφίας των καταστημάτων Folli Follie, καθώς και την παρουσίαση των νέων συλλογών και σχεδίων της συλλογής Barterini 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 ηλιοεπίδρασε ρομαντικά από τις επιλογές της Δά Σένας Γκάιν, παρουσία διδασκων προσηγορητών, όπως οι Ντορέττα Πανοδημπρίου, Αθηνά Οικονομάκου, Νικολέττα Ράλλη, Μπέτυ Μαγγίρα, Τζένη Μπαλτασιού, Κατερίνα Μυτιληνάκη, Μαρία Μπεκατόρου, Κατερίνα Κανακούρη, Αριάνη Καλλιμαράκη, Μαρία Ηλιάκη και Ναταλία Ξαρχαούνη, που είχαν την ευκαιρία να βιώσουν την απόλυτη ευεμία shopping, μέσα από ένα διαδραστικό ταξίδι.



AMUSE CONCEPT EVENTS

Cosmo Maζi

Με μάπα «Καλύτερα Μαζι», το πρόγραμμα Εγκαινίων Cosmo Maζi διοργανώθηκε τον Νοέμβριο του 2016 και στο πλαίσιο του πραγματοποιήθηκαν εορταστικά events επί 36 ημέρες, σε 22 καταστήματα σε 10 πόλεις ανά την Ελλάδα. Απώτερος στόχος η επικαιροποίηση εικόνας της έντασης των ΟΤΕ-Cosmo και η ενημέρωση του κοινού σχετικά με το πώς ελιβερείται από αυτή. Τα καταστήματα διακοσμήθηκαν στα νέα χρώματα του brand, ενώ εδώ από αυτά, επηγεγματοίσε χορευτές ντυμένοι με Cosmo Maζi «double» μπλούζα δύο ατόμων, συνέθεταν ένα εντυπωσιακό flash mob, υπογραμμίζοντας την έννοια του «Μαζι». Promoters, roller skate promoters, promoter-jugglers, promoters με baggy, ολοκληρώναν το εορταστικό ύφος. Επίσης, οι πρωιθνητικές ομάδες παρκοινούσαν τον κόσμο να κάνει σθερική σε η/σπάρμεζ και κοινωνική δικτύωση για να κερδίσει δώρα. Οι συμμετοχές ξεπέρασαν τις 78.000 και δόθηκαν 15.000 δώρα. Με περίπου 260 άτομα promo και επόπτες, πάνω από 186.000 φυλλάδια διανεμήθηκαν και παρουσιάστηκε αύξηση των αγορών λόγω των δωροεπιταγών που μοιράστηκαν.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

POSEIDONION GRAND HOTEL - TRAVELWORKS COMMUNICATIONS

Tweed Run Spetees

Στο πλαίσιο των εκδηλώσεων για τον εορτασμό των 100 ετών/ετοςιας του Poseidonion Grand Hotel, τον Νοέμβριο του 2014 πραγματοποιήθηκε το πρώτο Tweed Run event στη Σπείδα. Με αφετηρία το Λαύδιον πριν από 60 χρόνια, αποτελεί τον πιο «κομμά» πολιτιστικό αγώνα, με το tweed ύφασμα να έχει την ημερομηνία του και τους λόγους του vintage να διαγίνονται για το βραβείο του καλύτερου vintage ποδηλάτου. Επικεντρώνοντας κάθε προσοχή σε αριθμό συμμετεχόντων εντυπωσιακών tweed ευφυλίας και διατεταμένων ποδηλάτων, περισσότεροι από 200 λάτρεις του tweed από την Ελλάδα και τα εξωτερικά έλαβαν μέρος, δημιουργώντας μια γοητευτική ατμόσφαιρα περασμένων εποχών. Το «παράν» στην εκδήλωση έδωσαν και στέλνι της βραβείας ομάδας που επιμεληθήκα και υλοποίησε το Tweed Run για πρώτη φορά στο Λαύδιον το 2008. Αποκορύφωμα του event αποτέλεσε το vintage beauty pageant στη σκηνή του θεάτρου, με κριτική επιτροπή προσηγορητές από τον χώρο της μόδας και τον εμπειριστή του Tweed Run, Ted Young - ing.



CELESTYAL CRUISES

Θεματικές Εκδηλώσεις 2016

Με στόχο τη διάδοση της αυθεντικής ελληνικής εμπειρίας εντός στους επιβάτες της, η Celestial Cruises παρουσίασε το 2016 τον θεσμό των θεματικών εκδηλώσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, το 2016 υλοποιήθηκαν 63 διαφορετικά θεματικά events σε τέσσερις στρατηγικούς πυλώνες: ελληνική προσαρμογή, ελληνικός πολιτισμός, ελληνική διασκέδαση και ελληνική γαστρονομία. Η επιτυχία των ετών των θεματικών εκδηλώσεων βασίζεται στην απόλυτα σπονημένο σχεδιασμό και υλοποίησή τους. Αντιθέτως εμπνευστη από τους προορισμούς της εταιρείας, σχεδιάστηκαν βιωματικές θεματικές εκδηλώσεις, εκτός από πυλώνα του πολιτισμού. Οργανώθηκαν μεταξύ άλλων μουσικοχορευτικές παραστάσεις με το Μέγιστο των Ελληνίδων και διαδραστικές παρουσιάσεις. Στον δρόμο της διασκέδασης πραγματοποιήθηκαν συναισθηματικές δημοφιλών καλλιτεχνών, θεατρικές παραστάσεις και DJ sets, ενώ όσον αφορά τη γαστρονομία, σχεδιάστηκαν εκδηλώσεις ενοποίησης και μαγειρικής, καθώς και ειδικά events με επίκεντρο ελληνικά προϊόντα, σε συνεργασία με καταξιωμένους παρασκευαστές και επαγγελματίες του κλάδου. Κάθε επιπλοκή του, το concept αναδομείται για το 2016 μετατρέποντας τις θεματικές εκδηλώσεις σε θεματικές κρουαζιέρες.



ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

ALPHA BANK

Dine Athens

Έχοντας της ενέργειας Dine Athens ήταν η ενίσχυση του Diners Club στην ελληνική αγορά, σε συνέχεια της επιτυχημένης εξαγοράς του καρτομηνιαίου 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, εορτάζοντας το concept των «εξαιρετική γεύση», στη οποία βασίζονται κορυφαία διεθνή γαστρονομικά προϊόντα. Σε αυτή τη λογική, η Alpha Bank και οι κάρτες Diners Club διοργανώσαντο «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 επίλεκτη προνόμια για τους κατόχους των καρτών Diners Club. Στο «rising event» συμμετείχε ο γνωστός και βραβευμένος με δύο αστέρια Michelin Chef Arnaud Brignon, ο οποίος δημοφάνησε αποκλειστικά για τη συγκεκριμένη βραδιά ένα ενοκωτικό μενού, ειδικά για κατόχους καρτών Diners Club, συνεργάτες και δημοσιογράφους.



ΔΕΣΜΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ

Ελλάδα, Γιορτή, Γεύσεις από το αθηναϊκό

Έχοντας ως γνώριμα να αναδειχθεί τα εξαιρετικά ελληνικά προϊόντα διατροφής μικρής παραγωγικής κλίμακας, το Δεσμή «Ελλάδα, Γιορτή, Γεύσεις» έθετε δύο σημαντικά στόχους: διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό: το υψηλό επίπεδο διασφαλίζεται χάρη στη γευστική δοκιμή από την ομάδα γευστικών του αθηναϊκού, ενώ ξεφεύγει από την τυπική εμπορική ένδεση, μετατρέποντάς τη σε εκδήλωση γαστρονομίας και πολιτισμού. Ο χώρος της Τεχνόπολης του Δήμου Αθηναίων προσαρμόστηκε κατάλληλα για τις ανάγκες της διοργάνωσης, η οποία ηλαιοβόηκε από διάφορα πολιτιστικά δρώμενα, καθώς και θεατικές γαστρονομικές εκδηλώσεις και σεμινάρια. Διδάσκει ασχ. όπως οι Έσθρας Μηνόγι, Ουβέ Καμπανιά, Νίκος Ρούσσος, Διονύσης Αλέξανδρος και Ηλίας Μαμαλιόκης, έδειξαν στο κοινό πώς να μαγειρεύουν και να απολαμβάνουν τα ποικιλικά ελληνικά προϊόντα, ενώ διατήρησαν απήχηση στις εστιατόρια υπό τον ασχ Jean Louis Carpeaux και τον chef pâtissier Διονύση Αλέξη, αλλά και η καμπίνα «Food Truck» του Γιάννη Γληνού. Τέλος, απονεμήθηκαν βραβεία καλλιτομίας και δικαιοσύνης με χρηματικά έπαθλα, καθώς και διαγώνισμα βραβείων καλλιτομίας.



ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

SALES PROMOTION CENTER

Το Europa Park της Ανακύκλωσης



Το Europa Park της Ελληνικής Επιχείρησης Ανανέωσης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ) επικεντρώνει όλη την Ελλάδα με βασικό στόχο την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κοινού για την αξία της ανακύκλωσης, συσχετίζοντας και μέσα από τη διασκεδαστικά, διαδραστικά του παιχνίδια, μαθαίνει και παράλληλα εκπαιδεύει τα παιδιά στην ορθή χρήση του μηλε κάρδου. Μέσα από τη δράση, οι έφηβοι προβάλλονται και προβόλουν το έργο τους, ενώ οι εισηγητές ενεργητικά και συμμετέχουν ενεργά στην υλοποίηση των μαθητών, οι οποίοι επιμελούνται διασκεδάζοντας. Στο πλαίσιο του Europa Park, οργανώνονται 11 θεματικά παιχνίδια, με τα παιδιά να χωρίζονται σε ομάδες και να συναγωνίζονται. Κρίκοι, σπάκος, ρυαζί, παιχνίδι μνήμης, κλήση θησαυρού, φιδάκι, ψάρεμα, σπρωκτής της ανακύκλωσης, bowling, κάρδος και τουρμποδραμίες ήταν τα παιχνίδια με πρωταγωνιστή το μηλε κάρδ, μετά τη λήξη των οποίων τα παιδιά έλαβαν σπαστικά αναμνηστικά δώρα και έπαιχτα. Συνολικά, 40 δήμοι και 166 δημοτικά σχολεία έλαβαν μέρος στο πρόγραμμα Europa Park το 2015.



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 Προσανατολισμό, στον οποίο συμμετείχαν 300 μαθητές Λυκείου όλης της χώρας και από κάθε γωνιά της Ελλάδας. Πραγματοποιήθηκε το Σάββατο 28 Μαρτίου 2015 στο κλειστό γήπεδο του Μετς, στην Αθήνα. Ήταν ένα αληθινό event, όπου ο 78 εκπαιδευτικός ομάδες μαθητών κλήθηκαν να συναγωνιστούν με ζωντανή παρουσία, σε μια τελική διαγωνιστική φάση, ειδικού επηλέδου, για την ανάδειξη των 20 πιο αποτελεσματικών και καινοτόμων ομάδων «επαρκών» της χρονιάς, ως επατέλεσμα του Εθνικού Διαγωνισμού Young Business Talents. Στόχος της καινοτομίας 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 ανάπτυξες τις δεξιότητές τους, μέσα από ένα βιωματικό παιχνίδι συνεργασίας και άμυνας. Παράλληλα, υποστηρίζει τους μαθητές στον ατομικό και επαγγελματικό τους προσανατολισμό.

ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΙΠΠΙΚΟΣ ΟΜΙΛΟΣ

EIO Events 2015 - Αγώνες Ιππασίας



Συμπροσέχοντας τη φιλοσοφία του γαστρεντερικού αθλητισμού EIO Events στις Μέξεις «ποδόσφαιρο» και «αθόλου» και με όλη τη σφοδρότητα, αλλά και αίσθηση νομίσματος της προσπάθειάς του, ο Ελληνικός Ιππικός Όμιλος (ΕΙΟ) θέτει ως στόχους να συμβάλει στο αγωνιστικό επίπεδο και να προβάλλει αποτελεσματικά το άθλημα. Οι πρώτοι αγώνες της σειράς πραγματοποιήθηκαν τον Μάρτιο του 2015 με τίτλο «EIO Challenge 2015» και θέμα «EIO και άθλημα» και ήταν αφιερωμένοι στους αθλητές και τα άλογά τους. Ο δεύτερος αγώνας εμφορούσε με θέμα «EIO και κοινωνία», έλαβε μέρος τον Μάιο του 2015. Διοργανώθηκε σε συνεργασία με το σωματείο ατόμων με νευρομυϊκές παθήσεις ΜΔΡ 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 καθεστώς «EIO Grand Prix», που διεξήχθη στις 31 Οκτωβρίου με 1 Νοεμβρίου 2016, με τα μεγαλύτερα χρηματικά έσοδα και σημαντική προβολή για τους χορηγούς.



