



# “Queremos mostrar el valor añadido que ofrecen las agencias de eventos para potenciar la imagen de las marcas”

**L**a sede de El Periódico de la Publicidad recibe, en una más que calurosa mañana de verano, al Presidente de las Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA), Darío Regattieri. Para aquellos que aún desconozcan de la existencia de esta Asociación, AEVEA es un grupo representativo de agencias con una organización integral de eventos, con vocación de trabajar exclusivamente por y para crear industria.

Desde hace mucho tiempo el sector de los eventos en España no ha contado con una asociación que le representara jurídica e institucionalmente. Desde AEVEA han sentido la necesidad real de constituir un nuevo camino y comenzar a actuar para poder resolver los problemas que a diario se presentan en este amplio sector. De este modo, Agencias de Eventos Españolas Asociadas quiere encontrar el beneficio global de las empresas organizadoras de eventos y lucha por proteger sus derechos a nivel jurídico, financiero y creativo, y de esta forma impulsar la creatividad y hacer respetar el trabajo desarrollado con un marco regulatorio específico. AEVEA lucha día a día por ser reconocidos como una industria que mueve más de 6.900 millones de euros anuales en este país, y a su vez, liderar este proyecto común en nuestro sector trasladando la imagen del mismo a la sociedad. Darío Regattieri nos explica cómo ponen en valor toda la actividad de forma conjunta, y de esta forma, lograr que exis-

ta un mayor respeto por el sector y se profesionalice el mundo de los eventos un poco más.

### ¿Cómo ve la relación que existe hoy en día entre la publicidad y el sector de los eventos?

**DARÍO REGATTIERI:** En la actualidad se necesitan especialistas para realizar cualquier tipo de evento, necesitas gente que te cuente una historia. La publicidad dura veinte o treinta segundos pero lo que realmente la gente absorbe es el mensaje que transmite. Teniendo todo esto claro, hablamos de que muchísimos sectores, ya sea automovilístico o empresas tecnológicas por ejemplo, se mueven para transmitir ese mensaje en un evento de un día concreto, y hacen grandes desembolsos para realizar una gran puesta en escena. Nos olvidamos de que la publicidad es una cosa y el mundo de los eventos es otra industria distinta, y por eso AEVEA nace desde el punto de vista en el que no hay un terreno concreto. Nosotros cuando realizamos un evento tratamos de que sea algo irrepetible, queremos que nuestros clientes sepan valorar la gran profesionalidad que ofrecemos.

### ¿Cree que se realizan eventos de calidad en España?

**D.R.:** En otros países está mucho más reconocido el sector de los eventos como tal porque hay Asociaciones que llevan muchos años cimentando las bases de esta industria. Es más, en países como Inglaterra o Alemania, existen carreras especializa-



**“El objetivo del Código Ético no es otro que crear industria e implantar mejores prácticas”**

das con una duración de cuatro años para formar a los futuros profesionales del sector de los eventos, y aquí en España por el contrario hemos empezado ahora, es decir, hay escuelas que están incorporando grados con este tipo de estudios pero hay que reconocer que en otros países nos llevan cierta ventaja. Y quizás olvidamos uno de los aspectos más importantes y es que España recibe mucho turismo al año y las empresas son conscientes de ello, por lo que muchas de ellas aprovechan el tirón de la marca España para organizar macro eventos aquí. Uno de nuestros grandes objetivos es que queremos enseñar, a nivel político, el valor real de los eventos que pueden tener en las ciudades y los impactos que generan en ellas. Ciudades como Berlín o Roma se están dando cuenta del impacto real que consigues con grandes eventos; dan una visibilidad y una publicidad hacia el exterior brutal. Es cierto que el tema de permisos está muy complicado y cada ciudad tiene sus características diferentes, pero estamos ante un panorama en el que debemos potenciar mucho más las ciudades de España. Este país tiene de todo; historia, clima, cultura gastronómica...etc, y por desgracia estamos a años luz de Europa, y es debido a que no hay consciencia de lo que es un evento como tal. ¿La solución? Vamos a utilizar todos los medios posibles para hacer ver a todo el mundo que se pueden organizar eventos de calidad y que potencien a las ciudades.

#### **¿Cómo nace la idea de AEVEA?**

D.R.: Pues la idea nace un poco del desorden que existe en el sector, es decir, que un poco todo el mundo va por libre y cada uno organiza como quiere. El objetivo es juntar a las agencias, pequeñas, grandes y medianas, para crear una determinada forma de actuar y esto no sea el oeste. Todo el mundo del sector ha visto la necesidad de juntarnos y crear unas reglas de juego, iguales para todos. Uno de los puntos que se están reivindicando es darle valor a la creatividad y afianzar tanto la experiencia como el conocimiento. Queremos que se valore el trabajo de las agencias y al mismo tiempo que se considere al sector independiente, que se nos reconozca como industria.

#### **¿Qué puede contarnos sobre el Código Ético que han creado?**

D.R.: Como comentaba anteriormente es imprescindible juntarnos entre todos y crear unas mismas reglas de juego para la planificación de eventos. Por este motivo hemos creado un código de conducta en el cual queremos establecer un marco superior de actuación y de buenas prácticas. Con este código de conducta deseamos darle valor a las cosas que ya lo tienen, como por ejemplo con a la creatividad. No queremos regalar la creatividad, nuestra intención es que haya concursos reducidos, con muy pocas agencias, que sean muy transparentes,



## “Vamos a utilizar todos los medios posibles para poder potenciar las ciudades de España”



con un briefing detallado y concreto. En definitiva, el Código Ético desea crear industria y que se implanten las mejores prácticas. Otro apartado muy importante para nosotros es la propiedad intelectual. Hemos sacado, de forma online en nuestra página web, donde se pueden encontrar todas las bases, un registro de proyectos que permite custodiar notarialmente las creatividades y obtener una prueba jurídica de la propiedad de las mismas y que a través de una notaría se custodia de manera legal el proyecto. En este sentido, estamos tranquilos y nos sentimos muy bien protegidos.

### ¿Cuál es el secreto a la hora de organizar eventos?

D.R.: En primer lugar nosotros entendemos el evento como algo corporativo y muy masivo. Una característica fundamental para la realización de cualquier evento es la comunicación interna, es decir, al cliente que quiere organizar un evento hay que conocerlo a fondo, tengo que motivarlo, tengo que darle mensajes positivos, y en mi opinión esto es uno de los fallos que tiene la publicidad ya que no lo cubre. La publicidad crea marca, una imagen, un espíritu...pero nosotros hablamos de indagar dentro de la empresa, entender su funcionamiento y decirles cómo poder crear estos mensajes a nivel interno para que su fuerza de ventas se sienta identificada al 100% con la marca y cuando salga a la calle se coma el mundo.

### ¿Cómo es vuestra relación con las agencias de publicidad?

D.R.: Durante la crisis económica que hemos sufrido todos han intentado hacer de todo, igual que las agencias de eventos se han intentado meter en la comunicación o comprar medios. A día de hoy, se han acercado mucho los gremios y se ha unificado todo mucho más, lo cual creo que es bastante malo ya que son mundos totalmente diferentes, y mezclar la publicidad con la realización de un evento es un error. También quiero destacar el papel fundamental que juegan los departamentos de compras, ya que son al final los que deciden si se lleva a cabo o no el evento y la necesidad que existe de que sepan detectar dónde está el valor añadido de los proyectos.

## “Para organizar cualquier evento es vital conocer al cliente, motivarlo y darle mensajes positivos”