

eventos magazine

66 Consejos para eventos lowcost • Rocío Almodovar, Coca-Cola • Intelligence:
Aprender a persuadir • ibtm america rocks en Nashville • Destino Valencia



PREMIOS
evento
PLUS

LOS MEJORES
EVENTOS DEL AÑO

VEVA AGENCIAS DE EVENTOS ESPAÑOLAS ASOCIADAS



VEVA &CO

**UN EVENTO
PARA LA INDUSTRIA
DE LAS EMOCIONES**

VEVA



AEVEA&CO sienta las bases para la organización de la industria de los eventos

Más de 400 profesionales se dieron cita en la primera edición de AEVEA&CO, la jornada organizada por AEVEA para debatir sobre el presente y el futuro de la industria española de la organización de eventos.

“**NUNCA ANTES NOS HABÍAMOS ORGANIZADO PARA DEFENDER LOS INTERESES COMUNES DE NUESTRA ACTIVIDAD. ESTE ES EL PRIMER PASO DE UN GRAN TRABAJO COLECTIVO**” –SEÑALA DARIÓ REGATTIERI, PRESIDENTE DE AEVEA

La carpa del Gran Teatro Príncipe Pío en Madrid ha sido el escenario perfecto para la primera edición de AEVEA&CO, un encuentro organizado por Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA). En un escenario circense y evocador se dieron cita las principales agencias españolas, administraciones públicas, expertos nacionales e internacionales, asociaciones, medios, proveedores de servicios, estudiantes de comunicación y eventos y público interesado –se trató de una jornada abierta sin trabas- alrededor de un programa que combinó acertadamente intervenciones de puro estímulo intelectual y emocional –como las de Alex Rovira, “El Mundo que viene” o Javier Luxor, “Generar emociones a través del asombro”- con otras presentaciones y mesas redondas que han servido para repasar la problemática, los retos y las vías de progreso para la industria española de los eventos, la industria de las emociones.

Sobre todo, y más allá del programa, AEVEA&CO ha representado la primera materialización real de la voluntad de las agencias de eventos españolas de unir esfuerzos para luchar por objetivos comunes, como la protección de sus creatividades, la reivindicación de normativas comunes en todo el territorio y la toma de conciencia general del gran valor que los eventos de todo tipo aportan a la dinamización económica, social y cultural de territorios y países.

“Hace un año, cuando creamos AEVEA”, dijo en sus palabras de bienvenida Darío Regattieri, presidente de AEVEA, “muchos de nosotros ni siquiera nos conocíamos personalmente. Competíamos, como lo seguiremos haciendo, por ganar concursos y clientes, pero vivíamos de espaldas unos a otros. Ahora estamos todos aquí juntos porque más allá de la competencia tenemos intereses comunes y queremos establecer las reglas de juego de nuestra industria”.



Aspecto de la carpa del Teatro Príncipe Pío durante la celebración de AEVEA&CO



Darío Regattieri, Presidente de Agencias de Eventos Españolas Asociadas

Álex Rovira nos adentró en “El mundo que viene” -los ingentes cambios de comportamiento social, de relación con el medio ambiente, de interacción entre las personas y las máquinas que nos aguardan en los próximos años, y mucho antes de lo que creemos. Basta mirar pocas décadas atrás -sin web, sin movilidad, sin transgénicos...- para imaginar la magnitud de los cambios que nos esperan en el porvenir inmediato. Rovira dio la clave para afrontarlos con éxito: el optimismo y la confianza. “¿Os imagináis un astronauta pesimista?” -dijo. “Sube al cohete porque cree que todo va a salir bien. No se puede emprender ninguna aventura pensando que va a salir mal.”. Nos transmitió reflexiones como que el futuro no es inevitable, es “inventable”; surgen los nuevos artesanos, especialistas en su campo aplicando la tecnología y teniendo muy clara la cadena de valor; lo que nos transforma es el creer, ya que lo que creemos tiende a ser lo que creamos: integridad, sinergia y eficacia; si somos capaces de utilizar la tecnología y el talento, seremos invencibles..



Álex Rovira durante su exposición “El Mundo que viene”

La industria de los eventos reclama la ventanilla única profesional

★ Las relaciones entre las agencias organizadoras de eventos y las administraciones municipales encargadas de tramitar licencias y supervisarlas deberían ser mucho más profesionales y fluidas, en forma de “ventanilla única”.

★ Muchas ciudades españolas ya han comprendido que la actividad de la industria de los eventos puede aportarles múltiples beneficios económicos, de empleo, turísticos, y de renombre nacional e internacional, pero desgraciadamente aún son también bastantes las que dificultan los eventos con una interlocución dispersa, caprichosa y poco focalizada.



Queremos destacar por su importancia lo tratado en la primera mesa de debate “Promocionar una ciudad: el evento como herramienta”, tema que además recorrió transversalmente todo el evento y volvió a centrarlo en la última parte con la intervención de las máximas autoridades municipales de la ciudad de Sevilla -una de las más activas en la capitalización de su patrimonio y espacios a través de los eventos. Tuvo también un lugar destacado en estas secciones Turismo de Murcia, con una completa exposición de las estrategias y actuaciones orientadas a la excelencia en la captación y organización de eventos.

BENEFICIOS BILATERALES DE EVENTOS Y CONGRESOS PROFESIONALES EN LAS CIUDADES

La contribución de los eventos a la dinamización económica, social y cultural de las ciudades es un hecho incontestable. “Los visitantes que llegan a Sevilla por primera vez para un congreso profesional suelen darle una nota antes de su experiencia de 6 o 7 puntos sobre 10, pero después del contacto e inmersión en la ciudad la puntúan con un 9 o más” -señaló Juan Espadas, Alcalde de Sevilla. Los visitantes que viajan a una ciudad por motivos profesionales con mucha frecuencia volverán a ella como turistas, acompañados de sus familias, y se transformarán en embajadores virales de sus atractivos.

De izquierda a derecha: intérprete, Maarten Schram, Ramiroquai, Matilde Almandoz, Ernesto Gasco, Ricardo Zamora, Fernando de Portugal y Eric Mottard



Juan Espadas, Alcalde de Sevilla (centro) y Antonio Muñoz, Segundo Teniente de Alcalde y Delegado de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo (derecha), entrevistados en AEVEA&CO

Pero el círculo virtuoso puede girar también en el otro sentido. El turista satisfecho también propondrá a una ciudad como sede de un congreso o reunión profesional si tiene ocasión de hacerlo “ –indicó Matilde Almandoz, Presidenta de OPC España (Federación Española de Asociaciones de Empresas de Organización Profesional de Congresos). “Madrid y Barcelona llevan tiempo entre las primeras siete posiciones del ranking de ciudades europeas por organización de congresos profesionales” –añade.

“Las ciudades deben aprovechar el potencial de sus eventos, haciendo a la vez lo necesario para gestionar el número creciente de eventos en sus espacios de una manera eficaz, y buscando la participación activa de los ciudadanos en ellos” –opinó Maarten Schram, Director General de IDEA (Asociación holandesa de agencias de eventos) y Presidente de LiveCom Alliance (Asociación Europea de Asociaciones de Eventos). Los grandes eventos pueden suponer a veces pequeños trastornos para una ciudad, en términos de tráfico o logística, pero suponen mucho más en aportación positiva, empleo y dinamización.

Ernesto Gasco, primer teniente de Alcalde del Ayuntamiento de San Sebastián y Vicepresidente segundo del Spain Convention Bureau, señaló que “San Sebastián es la ciudad española que acoge mayor número de eventos al año por tasa de población y la gente está encantada con ello. Los buques insignia son el Festival de Cine y el de Jazz, pero hay decenas de otros eventos deportivos y culturales que cuentan con apoyo y participación activa de los vecinos.”

“Los eventos suponen vida para las ciudades” –afirma Eric Mottard, CEO de Grupo Eventoplus. “Suponen ingresos, empleo directo e indirecto, y aprovechamiento máximo de sus infraestructuras turísticas fuera de los periodos tradicionales de fiestas o vacaciones tradicionales”.

Ricardo Zamora, Presidente de Turismo de Murcia Convention Bureau, apuntó que “hemos comprendido hace tiempo el valor que nos aportan los eventos. Hay un proyecto de ordenanzas municipales para suprimir las tasas de hasta 60.000 euros por ocupación de la vía pública para eventos de relevancia, porque es mucho más lo que se puede ganar facilitando los eventos que recaudando, encareciendo y obstaculizándolos mediante tasas”.

NECESIDAD DE INTERLOCUCIÓN PROFESIONAL Y COORDINADA

Para aprovechar al máximo el potencial de la industria de los eventos las agencias necesitan interlocutores especializados y facilitadores en las administraciones públicas. Todos los participantes coincidieron en reclamar una “ventanilla única” municipal que centralice de forma especializada y coordinada todos los aspectos de licencias, seguridad, logística, movilidad y atención que precisa un evento.

“ LAS CIUDADES TIENEN QUE SER FLEXIBLES A ESTRUCTURAS EFÍMERAS Y A CONTENIDOS QUE DEN ATRACTIVO A UN DESTINO. EL EQUIPO DE GOBIERNO EN MURCIA HA APOSTADO DECIDIDAMENTE POR ELLO” – AFIRMA RICARDO ZAMORA

“Sevilla ha tomado una decisión clara, y tiene la voluntad de convertirse en una ciudad de referencia para la organización de eventos” –explica Antonio Muñoz, segundo Teniente de Alcalde y Delegado de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo de Sevilla. “Al integrar la atención a la organización de eventos en la misma Concejalía [de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo], queremos fa-



De izquierda a derecha: intérprete, Maarten Schram, Ramiroquai, Matilde Almandoz, Ernesto Gasco, Ricardo Zamora, Fernando de Portugal y Eric Mottard.

ilitar al máximo la tramitación de permisos y la atención a la logística de los eventos”.

“Pero todavía hay administraciones que se comportan más como “dificultadoras” que “facilitadoras” de eventos, poniendo todo tipo de trabas a su organización –señaló el promotor de conciertos y shows en vivo Ramiro McTerse (Ramiroquai). “El quid de un evento es reunir a gente diferente en un mismo espacio alrededor de una misma pasión, y esto debería ser mejor comprendido por algunos.”

Fernando de Portugal, Consejero Delegado de la agencia Last Lap, miembro de AEVEA, estimó que “las agencias profesionales necesitan interlocutores coordinados y especializados, y una consideración diferente a otras entidades que puedan organizar esporádicamente algún evento, como puedan ser ONGs o plataformas ciudadanas.” Las agencias conocen la normativa y cuentan con un saber hacer experto que las sitúa en un nivel de organización obviamente más preparado.

La interlocución idónea de las agencias profesionales serían las “Event Commissions”, entidades públicas capaces de funcionar con agilidad y cercanía a los planteamientos que exigen los eventos en espacios públicos, de manera similar a como actúan las “Film Commissions” en el ámbito de la industria cinematográfica. Podrían jugar un rol muy importante en la captación de eventos internacionales. “Para preparar y presentar candidaturas, las ciudades españolas siempre tendrán a su lado a las agencias profesionales”, subraya Darío Regattieri, Presidente de AEVEA.

La industria de los eventos reclama sus reglas de juego

En la segunda mesa de AEVEA&CO se debatió sobre "La Industria de los Eventos hoy: radiografía", enfocando en el reconocimiento, la problemática y las claves para la mejora de la industria española de los eventos. A diferencia de la publicidad o el cine, los eventos carecen de una articulación legal y reglamentaria homologada. Aspectos tan importantes como la seguridad y la protección de las creatividades adolecen de un tratamiento jurídico a la altura de la importancia de una actividad que mueve 7.000 millones de euros al año en nuestro país.

Jorge de Toro, Director General de la agencia Planta 18, miembro de AEVEA, subrayó que "necesitamos sentirnos protegidos, desarrollar nuestro trabajo sin miedo a que nos roben las ideas, y saber que hay honestidad en los concursos, no ejecutar proyectos de otros... queda un largo camino por recorrer, una parte del cual compete a los clientes y otra a las agencias. AEVEA está haciendo una gran labor en ese sentido."

La demanda de eventos aumenta, como elemento clave en la estrategia Marcom (marketing y comunicación) de las empresas. Por ello, la profesión de organizador de eventos es uno de los perfiles profesionales con mayor proyección para los próximos diez años, según la consultora estadounidense Career-Cast. En España, escuelas como ESOE (Escuela Superior de Organizadores de Eventos), ISEMCO (International School of Event and Management Communication) o el Event Management Institute se ocupan de formar a los profesionales de esta industria. Conocimientos de producción técnica, audiovisual, y logística; capacidad de diseño; gestión de proyectos; patrimonio cultural, cuestiones legales... es una formación integral que tiene cada vez más demanda tanto de estudiantes como de la propia industria.

Sin embargo, "la profesión de eventos no está reconocida como tal en el mercado de trabajo. Es necesario dignificarla, hacerla valer, mostrar la importancia que tiene en la actividad económica del país" -indicó durante el debate Juan L. Sierra, Jefe de Protocolo y RR. PP. de la Armada. Remarcó que el protocolo es uno de los instrumentos fundamentales de la orquesta para diseñar, conducir y coordinar los eventos y sin él la mayoría serían caóticos.

Jaime de Haro, director de IP Mark y moderador de la mesa apuntó que aún sin titulaciones oficiales, "en España tenemos profesionales punteros en Europa y el mundo. AEVEA está haciendo la labor de unir a las agencias buscando lo que las acerca más que lo que las separa. Esto ayuda mucho a la industria."

Esta fue quizás la conclusión más consensuada, formulada por Ander Bilbao, CEO de Sørensen: "tiene que haber entendimiento sobre buenas prácticas en muchos aspectos de los eventos: responsabilidad social, honorarios, compras, creatividad... para ir construyendo industria. AEVEA ha empezado como un tiro, pero no puede levantar el pedal, ya que queda mucho por hacer".



De izquierda a derecha: Juan L. Sierra, Ander Bilbao, Rubén Valverde, Mar García, Jorge de Toro y Jaime de Haro, participantes en la segunda mesa de debate de AEVEA&CO

Mar García, miembro de la Junta Directiva de la Asociación Desarrollo de Experiencia de Cliente (DEC) y Directora de Grass Roots España, señaló que "el evento es una ocasión inmejorable para generar en nuestro público vivencias memorables con impacto duradero y una asociación positiva hacia la marca que la ha generado". Las empresas líderes saben bien esto, e integran diferentes tipologías de eventos en sus estrategias de comunicación externa e interna.

"Queremos eventos alineados totalmente con el mensaje de nuestra marca. Al cabo del año interactuamos con diferentes agencias para diferentes tipos de eventos, pero a todas les exigimos que incorporen nuestro mensaje en el ADN de sus propuestas" -explicó Rubén Valverde, Head of Marketing Communications de Siemens.



Participantes en el evento muestran el Anuario AEVEA 2016

AEVEA&CO fue además la ocasión elegida para el lanzamiento del Anuario 2016 de AEVEA, donde se recogen opiniones de diversos agentes de relevancia, junto con un directorio de socios de Agencias de Eventos Españolas Asociadas, con sus datos de contacto y especificidades. Los beneficios que aporta la asociación serán mayores cuantas más agencias se sumen al proyecto, por lo que se invitó a aquellas que todavía no forman parte de AEVEA a incorporarse y así participar en la construcción de la industria española de los eventos.

El empresario y escritor Luis Álvarez, uno de los socios del Gran Teatro Príncipe Pío, espacio donde se desarrolló la jornada, explicó que -tras las obras de reforma en el edificio de la antigua estación que se prevé concluyan a finales de 2017- a partir del 2018 este espacio quiere constituirse en la gran referencia del entretenimiento, el espectáculo y los eventos en la ciudad de Madrid.

Con "Impromadrid Teatro", que lleva la improvisación y el humor a su máxima expresión, involucrando al público, que toma decisiones sobre las tramas, palabras y tonos de cada puesta en escena, se generó un momento único que dio fin a la sesión de mañana de AEVEA&CO. A continuación se pasó a compartir un almuerzo-networking que contribuyó sin duda a seguir reforzando los lazos profesionales en una industria, la de los eventos y las emociones, que reclama con fuerza su lugar propio y unas reglas de juego claras que le aporten seguridad y campo de desarrollo.



Almuerzo-networking en el exterior del Gran Teatro Príncipe Pío

Tendencias en la industria de los eventos

★ La atención a las personas y el cuidado del detalle son las claves que jamás pasarán de moda.
★ Tecnología, sostenibilidad, innovación, formatos, emociones y efecto Wow!, ingredientes del futuro de los eventos.

La sesión de tarde supuso un completo recorrido por las claves del presente y futuro en la industria de los eventos, y a las tendencias que marcan su evolución.

Comenzó con una actuación del mentalista Javier Luxor, bajo el título "Generar emociones a través del asombro". Una demostración de habilidades adivinatorias que dejó efectivamente boquiabiertos a los presentes: la primera materialización del efecto Wow! -ese momento de suspensión, incredulidad y fascinación que muchas veces es la cumbre de intensidad de un evento-, que tanto daría que hablar en las intervenciones posteriores.



Momento de la actuación del mentalista Javier Luxor

Tras la magia mental y emocional de Luxor, tres ponencias en formato TED. En la primera, Gedeón Domínguez, CEO de Cloud District, volvió a asombrarnos con una demostración en vivo de los últimos desarrollos tecnológicos online y en apps móviles aplicables a eventos de todo tipo. "La tecnología puede resultar deslumbrante, pero no hay que perder de vista que es sólo una herramienta para construir experiencias. La tercera vez que te has puesto las gafas de realidad virtual, no hay sorpresa si no hay una creatividad añadida" -comentó



Gedeón Domínguez, Alberto Gómez y Silvia Leal, ponentes de formato TED en AEVEA&CO

"Para que la innovación tenga éxito, tiene que tocar lo emocional", coincidió Silvia Leal, Directora Académica de Programas de Innovación y Tecnología en IE Business School. En su charla, Leal nos enfrentó cara a cara con una dinámica de innovación global y constante que a buen seguro dejará en la cuneta a quien se aferre a fórmulas poco flexibles y a una zona de confort que cada vez supone menor seguridad profesional.

Por su parte, Alberto Gómez, Director de Ephymera-Sostenibilidad y Coordinador de EventSost, recordó que las buenas prácticas de sostenibilidad marcan la diferencia entre un evento atento a sus propias consecuencias y a su impacto en el entorno y otros que se arriesgan a dejar tierra quemada por donde pasen. Aunque "no hay blanco o negro puros; por eso preferimos hablar de eventos más sostenibles, para subrayar que se trata de una búsqueda y una mejora continua", incidió Alberto Gómez.



De izquierda a derecha: Gedeón Domínguez, Alberto Gómez, Silvia Leal, Ángeles Moreno, Andrés Virto y Javier Piedrahita

Tras las charlas individuales, los tres ponentes se incorporaron a una mesa de debate moderada por Javier Piedrahita, Director de Marketing Directo. Como es habitual, Javier ejerció una moderación extremadamente dinamizadora, provocadora a veces, pero efectiva a la hora de despertar la participación del público y obtener los pronunciamientos más claros de los ponentes. "He intentado aportar el punto de vista de quien por su profesión asiste a muchísimos eventos al año, y no siempre está conforme o satisfecho con la experiencia que le generan. Mi papel es de crítica y autocrítica, y es lo mejor que puedo aportar" explicó Piedrahita.

Completaron la mesa Ángeles Moreno, Directora General de Events by TLC y Presidenta Electa de MPI (Meeting Professionals International) Spain, y el Director de Madison, Andrés Virto; todos ellos agrupados bajo el tema "Los eventos y la innovación: ¿y ahora qué?"

Se habló de desarrollos tecnológicos sorprendentes, de ideas creativas e innovadoras, de organización de eventos en nuevos y a veces imprevisibles espacios, y de la búsqueda continua del efecto Wow!, esa cumbre de emoción que hace de un evento algo verdaderamente único e inolvidable.

"Se puede innovar de múltiples formas" –aseguró Andrés Virto-. "Puede hacerse en el propio formato o estructura del evento; con herramientas tecnológicas; con canales de comunicación; con eventos simultáneos; con contenidos... pero lo importante es tener la creatividad necesaria para aportar la innovación necesaria y alineada con el mensaje que cada evento quiere trasladar."

En su papel de dinamizador, Piedrahita reprochó al sector un cierto agotamiento de fórmulas y poca capacidad de sorprender. La respuesta le llegó desde el público. Mila Valcárcel, Vicepresidenta de AEVEA, afirmó que "Si lo que buscas son fuegos artificiales, está claro que llegará un momento en el que habrás visto todas las combinaciones posibles y dejarán de sorprenderte. La clave está en las personas. Sólo si concebimos los eventos con ellas en el centro, escuchándolas y ofreciendo a los asistentes espacios para la participación podremos generar emociones siempre nuevas y diferentes". El público aplaudió esta intervención.

Ángeles Moreno subrayó a continuación que "el primer mandamiento de la atención a las personas es el cuidado de los detalles: puntualidad, logística, facilidad de uso, seguridad, ser amenos... Un mix de cuya correcta administración depende en gran parte el éxito de un evento."

El final de la jornada se vivió con emoción al reconocerse la labor impulsora de eventos en la persona de Eric Mottard, Director General de Evento-plus, como entidad impulsora resultó premiado el Spain Convention Bureau, como ciudad impulsora de eventos se alzó Sevilla y Red Bull fue la marca impulsora galardonada.

AEVEA&CO terminó como había empezado: sin palabras, con la actuación de despedida del mimo Nicolás Cubelli, que volvió a suscitar, como en la apertura del evento, las emociones fundamentales –alegría, sorpresa, tristeza...- a través de sus gestos. Una nueva demostración de que lo esencial está en el corazón de las personas. La industria de las emociones trabaja para ellas.



El mimo Nicolás Cubelli durante su actuación

AEVEA &CO

UN EVENTO PARA LA INDUSTRIA DE LAS EMOCIONES

A TODOS NUESTROS PATROCINADORES,
MUCHAS GRACIAS

PATROCINADOR GOLD



PATROCINADOR SILVER



PARTNERS OFICIALES



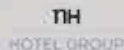
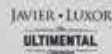
MEDIAPARTNERS



ASOCIACIONES COLABORADORAS



COLABORADORES



AEVEA AGENCIAS DE EVENTOS ESPAÑOLAS ASOCIADAS

PIENSA QUÉ PUEDES HACER TÚ POR TU INDUSTRIA Y DESCUBRE QUÉ PUEDE HACER **AEVEA** POR TI.

SERVICIOS PRÁCTICOS PARA TI

- Código ético y de buenas prácticas.
- Información de concursos públicos.
- Tablón de ofertas de empleo.
- Custodia notarial de proyectos.
- Acuerdo de póliza marco de seguros.
- Definición de contratos específicos del sector.
- Cualificación de la Organización de Eventos (grupo INCUAL).
- Informes sectoriales.
- Contacto permanente con novedades del sector.
- Orientación jurídica.
- Documentos de trabajo de interés para la industria.
- Seminarios de temas de interés para la industria (#AEVEAlab).

PLANES INTERNACIONALES

- Colaboración con EuBea.
- LiveCom Alliance (asociación europea de asociaciones de agencias de eventos).

RELACIONES INSTITUCIONALES

- Colaboraciones en foros del sector.
- Plan de aproximación a ayuntamientos y comunidades autónomas.
- Relación con otras asociaciones.
- Relación con escuelas de formación y universidades.

DIFUSIÓN EXTERIOR

- Web AEVEA como escaparate.
- Difusión de tus eventos en redes sociales.
- Entrevista a tu agencia en "Estoy en AEVEA".
- Newsletter mensual.
- Presencia en anuario AEVEA (tirada de 5.000 ejemplares).
- Relación con medios de comunicación.

CONSULTA TODAS LAS VENTAJAS
DE PERTENECER A LA ASOCIACIÓN EN
WWW.AEVEA.ES

AEVEA

AGENCIAS DE EVENTOS ESPAÑOLAS ASOCIADAS

