
Case studies de Producció d'esdeveniments

PID_00243386

Berta Coll López
Sílvia Companyó Cots
Gisela Gómez Casanovas
Irina González López
Cristina Niell Barrachina
Míriam Riera Creus
Núria Ros Carrera
Jordi Trilla Faneca

Material docent de la UOC




Berta Coll López

Llicenciada en Arquitectura per la Universitat Politècnica de Catalunya, s'introdueix en el món dels esdeveniments esportius de la mà del despatx Millet, Biosca i Associats, on participa durant quatre anys en projectes com els Mundials de Natació Barcelona 2013 o la redacció de la Candidatura per als Jocs Olímpics d'Hivern Barcelona-Pirineus 2022. El 2011, funda l'estudi creatiu Laboratori 8-85, que integra comunicació, creativitat i innovació per desenvolupar projectes transversals. El 2014 és cap d'infraestructures durant dos anys consecutius de l'ISU Grand Prix Final.


Sílvia Companyó Cots

Llicenciada en Ciències de la Comunicació i postgrau en Participació Ciutadana per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Postgrau en Agent de desenvolupament internacional per la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC). Després de 10 anys com a periodista al diari Regió 7, el 2004 és nomenada tècnica de Participació de l'Ajuntament de Martorell i el 2015 coordinadora de Comunicació, Cooperació i Participació.


Gisela Gómez Casanovas

Llicenciada en Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), ha treballat en comunicació corporativa, estratègia digital i gestió de projectes. Amb experiència en l'organització d'esdeveniments, ha participat en el premi «Desafío Emprende» de l'Obra Social «la Caixa», al programa d'emprenadors «YUZZ» de Santander Universitats i el congrés mèdic MuscleTech Network (F. C. Barcelona).


Irina González López

Llicenciada en Comunicació Audiovisual per la Universitat Blanquerna Ramon Llull, inicia la seva experiència professional a TV3 i a Basat Ogilvy. El 2011 funda Laboratori 8-85, un estudi creatiu que integra comunicació, creativitat i innovació per desenvolupar projectes transversals. Paral·lelament, des de l'any 2012 s'especialitza en comunicació digital assumint la gestió de la comunitat d'Instagram de Barcelona.


Cristina Niell Barrachina

Llicenciada en Ciències de la Informació, ha desenvolupat la seva vida professional en diferents mitjans de comunicació. Des de fa més de vint anys es dedica a la comunicació corporativa dins de l'ONG Oxfam Intermón. Actualment forma part de l'equip de coordinació del Departament de Comunicació i és l'especialista de Comunicació Interna.


Míriam Riera Creus

Llicenciada en Periodisme i Màster en Direcció de Comunicació Empresarial i Institucional (UAB). Imparteix docència sobre Relacions Institucionals, protocol i esdeveniments a la UOC, la UAB i la URL. Dirigeix la consultoria de comunicació i relacions institucionals Efectiva Comunicació. Treballa en l'organització i producció d'esdeveniments corporatius, institucionals, culturals i esportius, entre d'altres. Ha estat l'encarregada de coordinar aquests casos.


Núria Ros Carrera

Llicenciada en Periodisme per la UAB i màster en Direcció de Comunicació per l'IDEC. Més de deu anys d'experiència en comunicació corporativa. Ha treballat a la cadena CNN, a COM Ràdio i com a docent a la Universitat de Califòrnia - Los Angeles. Actualment és Responsable de Continguts Digitals a ACCIÓ, l'agència per a la competitivitat de l'empresa catalana.


Jordi Trilla Faneca

Més de 25 anys d'experiència en l'àmbit de la comunicació estratègica institucional i la direcció de continguts en mitjans. Actualment és director de l'Àrea de RRPP i esdeveniments en aportada Comunicació. Dissena estratègies de comunicació externa, gestió i comunicació cultural, a més del disseny, la planificació i l'execució d'esdeveniments tant corporatius com en l'àmbit de la cultura.

L'encàrrec i la creació d'aquest material docent han estat coordinats per la professora: Elisenda Estanyol (2017)

Primera edició: febrer 2017

© Berta Coll López, Sílvia Companyó Cots, Gisela Gómez Casanovas, Irina González López, Cristina Niell Barrachina, Míriam Riera Creus, Núria Ros Carrera, Jordi Trilla Faneca

Tots els drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2017

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Disseny: Manel Andreu

Realització editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.

Introducció

L'organització d'esdeveniments és un camp de treball molt extens que exigeix, cada vegada més, una visió àmplia, transversal i multidisciplinària. Des de la gestió empresarial i la creativitat fins a la producció i la logística de l'esdeveniment, els professionals que s'hi dediquen han de disposar de coneixements específics i eines que els ajudin en la seva tasca.

Els casos d'estudi que es presenten a continuació se centren en la producció d'esdeveniments. S'hi detallen quines són les fases de producció d'un esdeveniment i els diferents passos que cal seguir. És per això que, en tots els casos, s'aprofundirà en cadascuna d'aquestes fases i s'especificaran els elements que cal tenir presents a l'hora de produir un esdeveniment, des de la definició d'objectius i el pressupost fins a les accions que s'han de dur a terme un cop finalitzat.

En aquest recull de casos d'estudi es poden trobar esdeveniments de diferent magnitud i tipologia: esdeveniments corporatius i institucionals, interns i externs; amb objectius distints i d'àmbits diversos, com ara les tecnologies, l'emprenedoria, l'esport, la societat civil o organitzacions no governamentals. Actes dirigits a públics ben diferenciats, amb necessitats específiques, i programes, pressupostos i reptes per assolir. Des d'un congrés a una trobada interna. Des d'un gran esdeveniment esportiu a la presentació d'un producte.

Així doncs, aquest recull de casos d'estudi esdevé un bon material didàctic i d'aprenentatge, indispensable per a aquells professionals de l'àmbit que es vulguin acostar a la producció d'esdeveniments des d'una perspectiva pràctica i aplicable.

El cas **Takeaways from Mobile World Congress a CinkHaus**, de Gisela Gómez, ens acostarà a la producció d'un esdeveniment corporatiu que presenta a un públic concret els aprenentatges més destacats del Mobile World Congress. L'empresa Cink organitza esdeveniments com aquest al seu espai CinkHaus per posicionar-se com a referent en la nova economia digital i l'emprenedoria de Barcelona, i també per a captar nous clients i establir sinergies amb altres entitats del sector.

El **XXI Fòrum d'inversió d'ACCIÓ**, cas redactat per Núria Ros, és una trobada organitzada per l'Agència per a la Competitivitat de l'Empresa de la Generalitat de Catalunya, que any rere any reuneix emprenedors i inversors –700 en l'edició del 2016. El cas se centra en la producció d'aquest esdeveniment institucional l'objectiu del qual és posicionar ACCIÓ com a entitat que incentiva

l'emprenedoria i facilita l'activitat dels inversors privats a Catalunya, i que, a més, posa en contacte emprenedors o empreses amb un projecte que necessita ser finançat per diverses menes d'inversors alternatius.

La Sílvia Companyó ens presenta el cas de la producció de **La XXI Trobada d'entitats de Martorell**, un esdeveniment també institucional –local en aquest cas–, que reconeix la tasca de les entitats del municipi i de les persones que les representen. L'activitat, organitzada per la Regidoria de Comunicació, Cooperació i Participació de l'Ajuntament de Martorell, és un punt de trobada de totes les entitats registrades en el Registre Municipal d'Entitats de Participació Ciutadana de Martorell. Es tracta d'un acte que té lloc un cop l'any, en el context de la Festa del Roser de Martorell, que se celebra el primer cap de setmana del mes d'octubre. L'esdeveniment és, doncs, una combinació de trobada anual, de reconeixement i de celebració en què interactuen molts elements, i on la societat civil n'és la protagonista.

D'altra banda, trobareu el cas de **l'ISU Grand Prix Final Barcelona**, d'Irina González i Berta Coll, un esdeveniment corporatiu i institucional de patinatge artístic sobre gel. Es tracta de la culminació del circuit del Gran Prix Series, l'equivalent a la final de la Champions League en l'àmbit del futbol. Durant dos anys consecutius (el desembre del 2014 i el desembre del 2015) la final va tenir lloc a Barcelona. El cas suposa tot un repte que uneix diversos elements per tal d'assolir la perfecció en la marxa de l'esdeveniment: l'òptim funcionament de l'espai, la bona gestió econòmica i el segell propi que marca la diferència respecte de les altres ciutats que van acollir la final anteriorment.

Cristina Niell ens explica el cas d'**ENVIVO 2014. La trobada de l'equip d'Oxfam Intermón a Espanya**. Es tracta d'un esdeveniment corporatiu intern, d'una reunió periòdica de l'equip –tant del personal contractat per l'ONG com dels representants d'organitzacions amb qui col·laboren en altres països–, en què es comparteixen vivències i experiències que acosten els assistents a la realitat amb què treballen. Una trobada que serveix per a presentar el Pla estratègic de l'entitat i que, a més, busca reforçar el sentit de pertinença i la identificació amb el canvi de nom, d'imatge i de lema.

Finalment, Jordi Trilla planteja el cas de la presentació d'un producte, Genoxage, que va molt més enllà de la clàssica roda de premsa. **Genoxage Cosmetics: un esdeveniment amb ADN cultural** demostra com es pot superar la clàssica transmissió informativa a l'hora de presentar a la premsa, els bloguers i els influenciadors un producte. L'agència encarregada de produir aquest esdeveniment intenta que els assistents –pocs i selectius–, visquin una experiència única. I, a més, tal com els demanen els responsables de la marca, la vinculen a les tendències culturals i artístiques del moment.

Són, doncs, casos diversos i distints que ens apropen a diferents fórmules per a la producció d'esdeveniments, que segueixen sempre, però, una estratègia i una planificació, i que són plens de creativitat. Gaudiu de la lectura!

Continguts

Mòdul didàctic 1

Case study. Takeaways from Mobile World Congress a CinkHaus

Gisela Gómez Casanovas

1. Preproducció
2. Producció
3. Postproducció
4. Balanç
5. Annex: Fotografies

Mòdul didàctic 2

Case study. El XXI fòrum d'inversió d'ACCIÓ

Núria Ros Carrera

1. Preproducció
2. Producció
3. Postproducció

Mòdul didàctic 3

Case study. La XXI Trobada d'entitats de Martorell

Sílvia Companyó Cots

1. Introducció
2. Preproducció
3. Producció
4. Postproducció
5. Annexos

Mòdul didàctic 4

Case study. ISU Grand Prix Final Barcelona

Berta Coll López i Irina González López

1. L'origen
2. La proposta de Barcelona (o com convertir un problema en la teva proposta de valor)
3. Conclusions

Mòdul didàctic 5

Case study. ENVIVO 2014. La trobada de l'equip d'Oxfam Intermón a Espanya

Cristina Niell

1. Fase 0. La presa de decisió
2. Fase 1. Planificació
3. Fase 2. Execució
4. Fase 3. Avaluació
5. Annexos

Mòdul didàctic 6

Case study. Genoxage Cosmetics: Un esdeveniment amb ADN cultural

Jordi Trilla Faneca

1. Genoxage: campanya de llançament
2. El llançament: estratègia, objectius i pressupost
3. Definició de l'esdeveniment
4. Disseny de producció dels esdeveniments a Barcelona i a Madrid
5. Preproducció
6. El dia D
7. Postproducció
8. Crèdits
9. Annexos

