

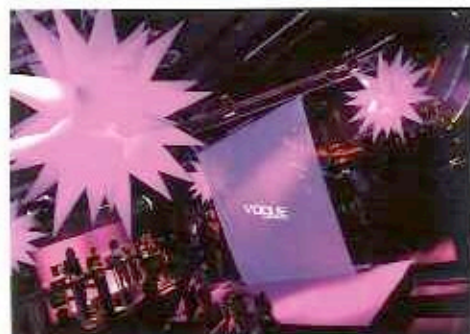
JAGA IN VERSUZ

In juni 2006 organiseerde Jaga een personeelsfeest in de Hasseltse discotheek Versuz. Jaga communicatiemanager Anneleen Jacobs: "We kozen voor Versuz omdat deze locatie al in heel wat faciliteiten voorziet: parkeergelegenheid, sanitair, belichting, geluid ... Verder was er de mogelijkheid tot een buffet, waarvoor we samenwerkten met cateraar Bart Claes. Hiervoor verzorgde het personeel ter plaatse de bediening, in samenspraak met de cateraar." Voor de uitwerking van het event ging Jaga scheid met het bureau UC-Belgium. "Samen kwamen we tot een heuse Oscaruitreiking, waarbij werknemers door hun collega's in diverse categorieën werden geëerd. De presentatie lag in handen van Frederik Imbo, terwijl het achterliggende projectiescherm per genomineerde een toepasselijk filmpje afbeeldde. Verder kwamen ook enkele



danseressen aan bod."

Vanwege de vele faciliteiten van de locatie, hoefden organisator en eventbureau zich minder te bekommeren om de aankleding. De focus kwam dan ook volop op ludieke elementen te liggen. "We spoorden onze medewerkers volop aan om zich creatief te verkleeden als hun favoriete filmster. Zo kwamen een 20-tal 'Runaway brides' op de proppen, evenals een hoogst originele 'Flintstone'-mobiel, die zich onder politie-escorte een weg naar de discotheek baande. Aan de ingang werden alle genodigden overigens druk geïnterviewd en gefotografeerd door een horde 'paparazzi'. Prijsmatig merkte Anneleen Jacobs weinig verschilpunten met traditionele locaties. "De drankbrengraten zijn voor de discotheekeigenaar, wat voor ons een grotere uitgavepost betekende. Maar dit werd gecompenseerd door de licht- en geluidskosten, die alle al in het forfait zijn vervat."



LUXOTTICA IN FUSE

Om zijn nieuwe zonnebrillenmerk Vogue Eyewear voor te stellen aan de verdelers, organiseerde Luxottica in oktober 2006 een kick-offevent in de Brusselse discotheek Fuse. Commercieel directeur Fabien Gribaudo: "We kozen voor een event in de belevingswereld van onze eindconsumenten: trendy vrouwen tussen de twintig en dertig jaar jong. Eventbureau Cum Laude kreeg de kans om de discotheek helemaal om te bouwen tot een echte loungesetting. Dit ging gepaard met plexiwanden, witte tapijten en uiteraard het huiskleur van ons merk, violet. Het event ging van start met een receptie, gevolgd door een presentatie van het nieuwe merk, gecombineerd met tal van dansacts. Om de 'feel good'-sfeer optimaal te maken, waren ook de trendwatchers van het toenmalige tv-



programma 'De heren maken de man' aanwezig. Terwijl de dj voor hippe beats zorgde, gaven deze heren advies bij de keuze van de juiste zonnebril." Fabien Gribaudo kijkt met tevredenheid terug op het event. "We kozen voor Fuse vanwege zijn vaste waarde in het nachtleven en zijn centrale ligging. Verder zijn we erg tevreden over de vrijheid die we kregen voor de inrichting. Wel moet gezegd dat deze interieuraanpassingen op erg korte termijn dienen te gebeuren, aangezien de discotheek de dagen ervoor en erna haar traditionele activiteiten kent. Wat de drank betreft, berekenden we een forfait per persoon. Catering tot slot, lieten we achterwege, omdat dit naar onze mening iets minder gepast of nodig is op een danslocatie."

INSITES IN CULTURE CLUB

Om zijn tienjarig bestaan te vieren organiseerde InSites op donderdag 14 juni een personeelsfeest in Culture Club in Gent. Marketing Manager Annemieke Demuyck: "Voor dit privéfeest huurden we de volledige Culture Club af. We rekenden op een totaalcapaciteit van 300 genodigden, waarvan uiteindelijk 250 kwamen opdagen. Ter plaatse was er enerzijds een eigenlijke fuifzaal en anderzijds een zaal voor catering. Hoewel Culture Club zelf contacten heeft met cateraars, stond ze ons toe om een eigen contact te kiezen. Die zorgde voor een walking dinner met hoge buffettafels." Aan het interieur hoefde InSites weinig te veranderen. "We kozen voor deze locatie vanwege zijn hippe karakter. Via de belichting plaatsten we onze huiskleuren



oranje en blauw nog wat extra in de kijker. We namen zelf een dj en vij onder de arm. Die laatste zorgde voor projecties op het witte vlak dat er voorzien is. De projecties bestonden uit op maat gemaakte bumperfilmpjes over ons 10-jarig bestaan, collages met beelden van medewerkers en ondersteuning van de muziek door videoclippen." De taakverdeling was eenvoudig en duidelijk. "Zelf zorgden we voor de receptie en de overhandiging van de naamkettingen. Zelf brachten we ook de cateraar, dj en vij aan. De bediening bij het buffet gebeurde door de kelners van de cateraars. Het Culture Club personeel zorgde dan weer voor de drankbediening, de parking, vestiaire en de overhandiging van een relatiegeschenk (fles wijn) op het einde van de avond. Op vlak van drank tot slot, werd gewerkt met een prijs op afname."

