



Ricoh Nederland BV

Winnaar in beeld

Dit jaar vond wederom de uitreiking van de Gouden Giraffe plaats, georganiseerd door branchevereniging CLC-VECTA in samenwerking met High Profile Events. De organisatie gooide het dit jaar over een andere boeg door de prijs aan de opdrachtgevers uit te reiken. Meeting Magazine vraagt in elke editie een winnend bedrijf naar hun zege en wat het hen heeft gebracht.

De aftrap is aan Gineke Wilms, Corporate PR & Sponsoring Manager van Ricoh Nederland BV. Hun winnende event 'IMAGINE 2012, Connecting the Dots' werd georganiseerd door NextNovelty Business Events en won binnen de categorie Gouden Giraffe Congres.

"Het evenement IMAGINE2012 - Connecting the Dots, vond plaats in april 2012 en bestond uit een reeks events, workshops, business sessies en content", vertelt Gineke Wilms. "In zijn geheel vormde het de Nederlandse aftrap van de wereldwijde implementatie van Ricoh's nieuwe merkboodschap imagine. change. "De organisatie van het evenement werd in handen gelegd van NextNovelty, vanwege hun ervaring met live communicatie en de eigenheid waarop ze eerder soortgelijke evenementen organiseerden. Deze samenwerking beviel volgens Wilms uitstekend. "Het juryrapport gaf eigenlijk de essentie van de samenwerking weer. Ze zei hierover namelijk: 'Dankzij de samenwerking tussen opdrachtgever en bureau, waarbij de eerste ideeën de verwachtingen van de opdrachtgever overtroffen en ook het resultaat groter was dan aanvankelijk gedacht, heeft het begrip congres een nieuwe lading gekregen en is het begrip eigenlijk opnieuw uitgevonden.'"

Inspiratie voor anderen

Deze goede samenwerking en de totstandkoming van IMAGINE2012 leidde uiteindelijk tot een inzending voor de Gouden Giraffe. "Toen Roel Dekker van NextNovelty ons vroeg om medewerking om dit evenement als showcase te gebruiken bij de Gouden Giraffe, werkten we hier met alle plezier aan mee. Ook wij zelf zijn trots op het evenement. Bovendien verdienen evenementen die goed doordacht zijn en waarbij het geheel meer is dan de som der delen, het om gedeeld te worden. Ze kunnen als inspiratie dienen voor anderen, en ze zorgen ervoor dat de evenementenbranche zich constant blijft vernieuwen." De nieuwe opzet van de Live Communication Award draagt daar volgens Wilms zeker aan bij. "Ik denk dat het goed is om de evenementen vanuit de zienswijze van de opdrachtgever te benaderen. Een evenement is immers geen doel op zich, maar een schakel in een mix aan communicatieinstrumenten en -kanalen om organisatie- en/of marketingdoelstellingen te verwezenlijken. Wij gaan onze eigen overwinning in ieder geval inzetten bij de promotie van de tweede editie van dit evenement in mei jongstleden." ■

