



◆ AFTERWORK MULTITUDINARIO DE HEINEKEN



El pasado 10 de noviembre, Heineken® consiguió congregarse a más de 3.000 profesionales, entre las 20h y las 23h en el encuentro *afterwork* más multitudinario de España bajo el lema "Celebra que por hoy ya hemos trabajado suficiente". Trece locales sirvieron de punto de encuentro tanto para profesionales (85%) como para no profesionales (15%): Castellana 8, Le Garage, Molina 1, El Callejón de Serrano, Midnight Rose, Gastrobar7&6, Habana 13, Bar Tomato, Tula, La Tertulia, The Market y Bugarag Club. El motivo de tal evento no es otro que el de poder servir de punto de encuentro a distintos profesionales con el objetivo de fomentar el *networking* y las relaciones personales en un entorno de ocio y diversión.

EXPERIENCIA TERRORÍFICA CON FOX

Una casa en alquiler cerca del Retiro a muy buen precio. ¿Qué esconde? Ante el reclamo, mucha gente contactó con el portal para ver la casa. De entre todas las personas interesadas, FOX, realizó una selección de visitantes a los que citó en diferentes horas del día para evitar coincidencias. Una vez en la casa, los visitantes del piso descubrían enseguida que la casa ocultaba algo extraño: un propietario completamente desquiciado, unas niñas gemelas bastante raras que aparecen de repente, una agente inmobiliaria muy dicharachera que siempre desaparece en el momento oportuno... Así hasta hilar todas las pistas y morirse se miedo al pensar que estaban siendo protagonistas de una verdadera historia de fantasmas. El resultado de la acción son las piezas de vídeo que resumen cada una de estas visitas y las reacciones de sus protagonistas. La filmación ha sido posible gracias a la utilización de cámaras ocultas, escondidas por todos los rincones del piso, que han permitido recoger cada una de las reacciones de las "pobres víctimas", que han dado su consentimiento para la difusión de los vídeos y han sido recompensadas del susto con una gratificación especial. Ésta ha sido la forma que ha escogido Fox –bajo la idea de la agencia Bungalow 25 y la ejecución de la agencia Why Not Challenge– para dar a conocer su última propuesta de ficción: "American Horror Story", una serie de terror que rinde homenaje a todos los grandes títulos clásicos del género de la mano de un guión sorprendente y de un reparto que reúne a figuras consagradas del cine y la televisión.

EMPORIA ORGANIZA UN PICNIC FAMILIAR



Más de medio centenar de personas participaron en el Primer Picnic Familiar emporia, una iniciativa desarrollada por la agencia Medialuna para esta compañía de telefonía fácil y organizado a través de redes sociales y del *blog* de Luisito <http://elblogdeluisitoysuabuela.blogspot.com/>, un chico que habla mucho con su abuela gracias a un emporia y que cuenta su día a día a través de esta bitácora. Los participantes eran jubilados y activos consumidores de telefonía fácil.

Este singular evento comenzó a media mañana del pasado sábado 12 de noviembre con un recorrido histórico por Madrid en un autobús especial de emporia. Los asistentes disfrutaron de la compañía del equipo de comunicación de emporia mientras conocían algunas de las curiosidades de los edificios más emblemáticos de Madrid y de un picnic muy singular, en uno de los grandes parques de la capital. Durante el acto se sorteó un teléfono emporia RL1, de fácil uso, que causó gran expectación entre los asistentes. El Primer Picnic emporia se enmarca dentro de la campaña "emporia, por la comunicación familiar" y su desarrollo en redes sociales. Otras actividades programadas a través de esta vía son sorteos y concursos en los que Luisito regalará 'cenas familiares' entre sus seguidores. Además, a partir del mes de diciembre de 2011 los seguidores de Luisito y de las páginas de emporia podrán ganar "una cena gratis en su casa" organizada por emporia.

