

PREMIO EIKON 2023

NÚMERO Y NOMBRE DE LA CATEGORÍA A INSCRIBIRSE: 9 Patrocinio o sponsoring cultural/deportivo

CAPÍTULO: 9.1 Patrocinio o sponsoring cultural o artístico

PROGRAMA: Main Sponsoring Imagine Van Gogh

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCION: Mirgor

DEPARTAMENTO, ÁREA: Marketing y Prensa

PERSONAS RESPONSABLES:

- Paula Rende, Gerente Ejecutiva de Marketing y Comunicación de Mirgor
- Felicitas Cabrera, Jefa de Marketing de Mirgor
- María del Pilar Garat, Analista de Marca de Mirgor
- Sofía Conti, Jefa de Prensa de Mirgor

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Mirgor es una compañía nacional con 40 años de vida que trabaja incansablemente para que las cosas sucedan con convicción, creando valor en cada producto y servicio, construyendo vínculos de confianza y relaciones a largo plazo con clientes, proveedores y socios. En Mirgor queremos ser los impulsores argentinos de la innovación tecnológica, que, con inversión y desarrollo, la convierten día a día en experiencias que generen bienestar y progreso para las personas y el país, brindando experiencias y soluciones innovadoras.

En esta línea, con una inversión de **\$ARS 25 millones**, nos sumamos como main sponsor de la experiencia inmersiva que pasó por la Ciudad de Buenos Aires durante el año 2022: **Imagine Van Gogh**.

Imagine Van Gogh es la exposición inmersiva original del pintor Vincent Van Gogh, creada por Annabelle Mauger y Julien Baron. La muestra presenta más de 200 obras del celebrado pintor, presentadas en Imagen Total®, una avanzada tecnología creada en 1977 por el fotógrafo y cineasta francés, Albert Plécy, y desarrollada por Annabelle Mauger.

2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

En Mirgor somos el deseo constante por la innovación tecnológica y la búsqueda de experiencias que conecten personas. Por eso, decidimos ser el sponsor principal de esta experiencia inmersiva, buscando que los argentinos puedan disfrutar de esta combinación de arte, tecnología e innovación pocas veces vista.

Imagine Van Gogh, llevada a cabo en La Rural de Buenos Aires, estuvo dirigida a todos los públicos.

La muestra comenzó el día 16 de febrero de 2022 y continuó hasta finales de junio del mismo año, alcanzando a más de 350.000 personas.

Además de ser sponsors de esta obra vehiculizando que el público en general pueda acceder a este tipo de muestras, Mirgor a través de diferentes canales de comunicación

capitalizó este sponsoreo a través de actividades con stakeholders estratégicos para la compañía como clientes, proveedores, periodistas y colaboradores, entre otros.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Imagine Van Gogh es una muestra que invitaba a los visitantes a entrar literalmente en el mundo y las obras que el pintor holandés creó durante los dos últimos años de su vida, entre 1888 cuando se traslada a Arles en el sur de Francia, hasta su muerte en Auvers-sur-Oise en 1890.

Antes de entrar a la muestra, los espectadores atravesaban un espacio conocido como “la galería educativa” en la cual accedían a información sobre la historia de Van Gogh. Esta asociación científica convierte a Imagine Van Gogh en una exposición de arte completa y minuciosa, así como en una plataforma pedagógica para hacer que el viaje de Van Gogh sea accesible al público en general. En una exposición innovadora, esta sección busca familiarizar a los visitantes con la obra y la vida de Van Gogh, a la vez que proporciona información de fondo sobre la técnica “imagen total”. La galería educativa prepara a los visitantes para la celebración multisensorial de los principales años de creación de Van Gogh que les espera en la siguiente sala. El viaje secuenciado evoca la vida del artista y su dedicación a la pintura a partir de 1888, cuando se trasladó a la Provenza, donde Van Gogh captó la belleza de la naturaleza con la paleta más vibrante.

Luego al acceder a la sala principal, el público tenía la posibilidad de admirar La Noche estrellada, Los girasoles, Los Lirios, o dejarse llevar por la intimidad de su Dormitorio en Arles. Los visitantes recorrieron la exposición en oscuridad total, sólo iluminada por las proyecciones gigantescas de las pinturas más reconocidas del artista, acompañadas por la música de grandes compositores como Saint-Saëns, Mozart, Bach, Delibes y Satie.

La tecnología Imagen Total© aporta una dimensión innovadora al concepto de exposición artística y revoluciona el encuentro entre creador, obras de arte y público. Imagen Total© es la tecnología original empleada en las exposiciones inmersivas de arte, que absorbe a los espectadores hasta el punto de que pueden caminar literalmente dentro de las imágenes, lo que les permite experimentar la profundidad

emocional de la obra de arte de una manera mucho más personal y etérea, para sentirse más profundamente conectados con el artista.

Los 200 cuadros proyectados en la muestra forman parte de prestigiosas colecciones de museos como el Museo d'Orsay de París, la Galería Nacional de Arte de Londres, el Museo Van Gogh de Ámsterdam, el Museo de Arte Moderno y el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York. Una impresionante selección que, no podría coincidir físicamente en el mismo lugar y al mismo tiempo.

El original y consumado viaje artístico inmersivo Imagine Van Gogh es un diálogo creado por Annabelle Mauger en el que los visitantes experimentan el toque corpóreo y el estilo único de Van Gogh, sus elecciones de color, y cómo la calidez de la luz del sur y los tonos extravagantes de la tierra influyeron en el artista y en su obra.

La escenografía de Julien Baron, hecha a medida, incluía la proyección simultánea de unas 3.000 imágenes en las paredes, el suelo y en lienzos de más de ocho metros de altura, a través de 48 proyectores de video láser de alta definición que transmitían señales de video y audio sincronizadas en bucle por un software de avanzada tecnología.

Luego de pasar por la sala principal, las personas tenían la oportunidad de visitar la instalación de Mirgor y ser parte de una de las obras más icónicas del pintor. Dentro de la instalación había una cámara que los espectadores podían activar con un botón para sacarse una foto. Esa foto luego aparecía automáticamente en algunas de las pantallas de la instalación por unos segundos, generando un efecto sorpresa en las personas. En el resto de las pantallas, al mismo tiempo, se iba componiendo el cuadro de Van Gogh con las diferentes fotos que se iban sacando en la instalación de Mirgor, formando una gran obra donde todos fueron protagonistas.

Asimismo, como main sponsor de esta experiencia, Mirgor desarrolló diferentes actividades con sus públicos clave de manera de capitalizar esta iniciativa y de acercar el arte y la tecnología a cada vez más personas.

Por un lado, se realizaron varias funciones exclusivas para que los colaboradores de la compañía tuvieran la oportunidad de acceder a esta experiencia. A través de la plataforma interna de beneficios de la compañía, los empleados podían inscribirse y

participar por entradas para ir a ver la muestra en diferentes funciones exclusivas para colaboradores de Mirgor.

También, **la compañía invitó a 750 estudiantes del último año de colegios secundarios** de diferentes plazas donde Mirgor está presente, como lo es Garín donde se encuentra el centro logístico de Mirgor y Baradero donde está en construcción ONTEC un proyecto de Mirgor para realizar piezas de apariencia para la industria automotriz.

En esta línea, Mirgor gestionó el transporte para que los estudiantes y sus docentes accedieran a la muestra y luego de disfrutar de la experiencia se llevaron una vianda para el camino de regreso a la escuela y un kit de merchandising de la compañía.

Por otro lado, Mirgor llevo adelante 12 funciones desarrolladas los viernes, dos veces por mes, enmarcadas dentro de su programa de loyalty para que stakeholders estratégicos para la compañía (periodistas, accionistas, socios estratégicos, clientes, proveedores, etc) pudieran disfrutar de esta experiencia de manera exclusiva y compartir luego un almuerzo con referentes de la compañía en las instalaciones de La Rural.

4) Resultados y evaluación.

La experiencia Imagine Van Gogh, tal como sucedió en todos los países donde estuvo presente anteriormente, fue un éxito rotundo. A una semana de la salida a la venta de las entradas ya se habían agotado más de 200 funciones, alcanzando a las 50.000 entradas vendidas.

En un período de 6 meses se realizaron más de 2200 funciones alcanzando a más de 350.000 personas.

Mirgor realizó más de 15 funciones especiales, alcanzando a 750 niños y docentes y a más de 500 stakeholders clave.