

# COVERSTORY

## Los Juegos Olímpicos en Atenas

La Casa de Holanda de Heineken

## Eurocopa 2004

De Boer marca en Portugal

## Irlanda

Sorpresa para los Ministros de la UE

## El Día D

Conmemoración en Francia

## Jerez de la Frontera

Presentación del nuevo Opel Astra

## Farnborough International

Del despegue al aterrizaje



An aerial photograph of the Athens Olympic Stadium, showing the stadium's seating bowl, the running track, and the field. The stadium is surrounded by trees and buildings, with a hill in the background.

**“It’s Athens.  
They know how to  
build a stadium.**

***Just one thing.  
Do they know  
how to party?”***

## **We know what to do.**

Check out the Holland Heineken House – the party hotspot of this year’s Olympics. It’s typical of what De Boer can do. From creating a temporary sports complex in just 70 days (another Olympic project), to semi-permanent accommodation for events, parties, supermarkets, distribution centers, even airport facilities... You name it. Find out more about what we can do by calling +31 (0)72 540 0444 or go to [www.deboer.com](http://www.deboer.com)

**DE BOER COVERS ALL**

*From tents to temporary buildings. Since 1924*

# PRÓLOGO



## NUEVOS HORIZONTES

2004 es un año especial para De Boer porque hace ochenta años que se creó nuestra empresa. Esto significa ochenta años de experiencia y pericia en el campo de las estructuras temporales.

Ochenta años proporcionan una sólida base para enfrentarse al futuro con entusiasmo y un saludable espíritu empresarial y con esta nueva edición de Coverstory, queremos darles una primera impresión sobre ello.

El pasado año, enviamos a nuestros lectores un cuestionario. Sus respuestas nos han mostrado que Coverstory es muy apreciado. La encuesta también nos proporcionó excelentes sugerencias que hemos incorporado a esta edición.

Más crecimiento desde una base familiar: este es el objetivo principal que queremos alcanzar de dos formas. Primero, invirtiendo en nuevos mercados dentro del área de acción de nuestras delegaciones actuales. Una estrategia que ya está dando sus frutos con iniciativas en España, Suiza y recientemente Suecia.

Segundo, estar cada vez más involucrados en grandes proyectos a nivel global. A este respecto, 2004 ha sido un gran año de eventos y

un excelente escaparate para nuestra compañía, la Eurocopa 2004 en Portugal, Los Juegos Olímpicos en Atenas, el 60 aniversario del Desembarco de Normandía, y Farnborough Internacional 2004, son sólo algunos de los grandes eventos internacionales en los cuales De Boer ha participado, con estructuras funcionales y sorprendentes.

Nuestro nuevo slogan "We know what to do", subraya nuestros puntos fuertes y nuestros fundamentos. De Boer tienen una solución para las más diversas peticiones de estructuras temporales, sea cual sea la situación. Sin embargo, "We know what to do" también habla sobre la dinámica de nuestra empresa. A través de productos innovadores, facilitando servicios y con nuestra logística siempre podemos estar un paso por delante. Con estas ambiciones y los sólidos cimientos de una experiencia de ochenta años, todos nosotros confiamos en que llegaremos al centenario. Esperamos que nos encontraremos a menudo a lo largo del camino.

En nombre de De Boer Management

desde 1924

# ‘We know what to do’



En los próximos años, De Boer promocionará activamente sus servicios en el exterior, con el objetivo de alcanzar una cuota de mercado cada vez mayor. Se han diseñado las líneas de actuación a través de las cuales llevarlo a cabo, después de todo “We know what to do”.





**Hay un gran respeto** hacia el pasado y los fundadores de nuestra exitosa empresa. Pero las actuales ambiciones de De Boer son incluso mayores. El perfil de nuestra empresa es claro, Roland De Boer, director general: “Nunca nos quedamos quietos. Un marketing intensivo es esencial, especialmente durante periodos económicos como el actual. Con el objetivo de conseguir un mayor crecimiento estamos buscando nuevos mercados, para ello De Boer se está presentando en países dentro del área de acción de las delegaciones ya existentes. También es muy importante para nosotros que nuestra empresa esté en la cabecera de grandes eventos mundiales, tienes que estar donde los ojos del mundo se fijen en ti. El crecimiento también debe venir de una gran diversificación de nuestros productos y la expansión de sus posibles aplicaciones. Este último es un recurso que ya hemos usado con mucha frecuencia. No sólo se ven productos de De Boer en eventos, sino que nuestras estructuras se utilizan también en la actualidad como edificios temporales para supermercados, cocinas de hospitales, almacenes o manipulación de equipajes en el aeropuerto de Schiphol, por mencionar sólo algunos ejemplos.”

### Espíritu empresarial

**El espíritu empresarial** del fundador Klaas de Boer Sr. y la audacia de sus sucesores, se han convertido en características comunes dentro de nuestras inquietudes. Para ir un paso por delante, esta estrategia se ha refinado aún más y especialmente durante los últimos años, De Boer ha estado trazando una trayectoria y asegurando la continuidad de la empresa. Wouter Zick, director de De Boer lo llama un ejercicio de balance: “hemos prestado mucha atención a reforzar nuestra organización interna. Se han examinado

todos nuestros procesos logísticos y se han re-evaluado varios segmentos. Para permanecer al frente de un mercado en continuo movimiento, hay que buscar siempre nuevas oportunidades como empresa, esto nos hace más fuertes en nuestro propio mercado, así como a nivel global. Esto es también lo que ha hecho que hayamos llegado a nuevos mercados en el momento oportuno. Hemos pasado de operaciones casuales a otras semipermanentes o estructurales, lo cual ha sido bueno en muchos aspectos, especialmente en estos tiempos, en los que las compañías están evitando invertir en ladrillos; una solución temporal en la forma de una estructura de De Boer puede por lo tanto facilitar una buena alternativa. También hay una estrategia de comunicación apropiada con esta nueva trayectoria. Nuestra estrategia de marketing, formulada conjuntamente con nuestra agencia de publicidad, ha propuesto un slogan ideal alrededor del cual se puede promocionar esta estrategia. El lema de nuestra campaña “We know what to do”, lo dice todo.

**Nuestra nueva** aproximación sirve de puente entre el espíritu empresarial de Klaas De Boer allá por 1924 y nuestra moderna compañía. Explica quiénes somos ahora y lo que hemos estado haciendo bien durante años. De Boer puede hacerlo, porque con 80 años de experiencia sabemos cómo hacerlo.

**Constantemente, recibimos peticiones** para las cuales no hay una respuesta estándar. Esta demanda cambiante requiere un producto diferente y nosotros podemos suministrar ese producto con el servicio adecuado, ya que lo hemos estado haciendo durante 80 años.”





# La Casa de Holanda Heineken se convierte en el corazón deportivo de Atenas

El sorprendente éxito de la selección griega de fútbol en la Eurocopa 2004, fue un anticipo del espectáculo que Grecia iba a dar durante los Juegos Olímpicos en Atenas.





**Durante muchas** semanas los ojos del mundo se han centrado en el lugar de nacimiento del ideal olímpico. Grecia y De Boer también tienen un lugar en lo más alto del podium, como país anfitrión y como proveedores de la Casa de Holanda Heineken, en el corazón de Atenas, “el lugar en el que estar” durante los Juegos Olímpicos.

### Éxitos

**La Casa de Holanda** Heineken se ha convertido en una tradición para los atletas, aficionados, patrocinadores y familiares holandeses, que se reúnen allí para celebrar los éxitos del equipo nacional. El primer contacto de De Boer con Heineken se produjo en 1992, cuando montamos la primera Casa de Holanda Heineken para las Olimpiadas de Barcelona.

**El lugar de instalación** para 2004 ha sido la Plaza Aegli, a los pies de la Akropolis, cerca de los edificios del Parlamento y sólo a un tiro de piedra de la mundialmente famosa Plaka. Durante el día hace calor y el ambiente es seco en esta gran ciudad, mientras que por las noches el aire es cálido y opresivo. Con el objeto de hacer la Casa de Holanda tan agradable como fuese posible, tanto durante el día como durante la noche, las estructuras se han adaptado especialmente para las condiciones climáticas extremas. La base de la Casa de Holanda era una Jumbo Hall, la cual tenía un techo reflectante (resistente a la luz), lo que significa que el interior de la carpa permanece agradablemente fresco durante el día. La estructura también tenía un techo descapotable, que se podía abrir por las

noches, de forma que las fiestas pudiesen tener lugar bajo las estrellas, que es como a los griegos también les gusta normalmente pasar sus noches. Como la Plaza Aegli tiene un desnivel de tres metros, se desarrolló una construcción especial con pilares extensibles, que aseguraban que la Casa de Holanda estuviese perfectamente nivelada.

### Visita Real

**Durante tres semanas**, la Casa de Holanda fue el epicentro de los Juegos para los atletas holandeses y los aficionados deportivos. Cada día, alrededor de 9.000 visitantes pasaron por sus puertas, desde las diez de la mañana hasta las dos de la madrugada. Entre los visitantes estuvo incluido el heredero holandés al trono, el Príncipe Willem-Alexander. La televisión holandesa, con la cadena NOS Sport, también retransmitió desde allí diariamente, con la Akropolis de fondo.

**Aparte de la Casa** de Holanda Heineken, De Boer también suministró varias carpas para los Juegos. Se montaron terminales de salida temporales para cruceros en el puerto. Además hemos instalado carpas para la empresa de catering “Lenôtre”, en el village de los patrocinadores. A finales de 2002, también se instaló un complejo de entrenamientos completo para que los atletas griegos preparasen los Juegos. El proyecto de La Casa de Holanda, se creó en cooperación con Heineken, NOC\*NSF y los organizadores de eventos Trefpunt Sport & Leisure Marketing.

# De Boer marca en la Eurocopa 2004

**El inicio del verano de 2004 estaba dominado por el campeonato de fútbol del momento...la Eurocopa 2004. La Europa loca por el fútbol se sorprendía mientras la crispante final era sensacionalmente conquistada por los griegos. El otro ganador de la Eurocopa 2004 fue el país anfitrión, Portugal que consiguió terminar diez estadios nuevos y otras muchas instalaciones a gran velocidad y a tiempo.**

**A pesar de que** las temperaturas en algunos momentos sobrepasaron los cuarenta grados, se trabajó duramente con el objeto de que los estadios estuviesen finalizados para la inauguración, el 12 de junio. Como algunos de los estadios estaban recién terminados, se necesitó una empresa con mucha experiencia para proveerlos de acomodo e instalaciones suplementarias. Durante el campeonato, se designó a un servicio de catering internacional para servir las comidas y bebidas en cada evento, con De Boer como responsable de la provisión de instalaciones de hospitalidad donde los invitados eran agasajados.

## **Oporto**

**Stefan Bartosch** fue el responsable del proyecto de la Eurocopa 2004, en nombre de De Boer Alemania. Según él, “como habíamos participado en la Eurocopa 2000 en Los Países Bajos y Bélgica, sabíamos exactamente como llevar a cabo el programa de instalaciones necesarias. Una primera visita a Portugal había demostrado que harían falta instalaciones adicionales en algunos estadios. Un buen ejemplo es el recién estrenado estadio de Dragao en Oporto. Literalmente excavado entre las dos caras de una enorme roca, reposa una bella moqueta de césped. Nuestro desafío fue convertir un espacio vacío bajo el estadio en un lugar atractivo, donde los patrocinadores pudiesen reunirse con sus contactos de negocios en un escenario apropiado. Cooperando con la firma española AMG Servicios de Marketing Promocional, S.L., instalamos aseos, aire acondicionado y completamos los interiores. Cada estadio presentaba un nuevo desafío y en cada caso encontramos las soluciones apropiadas en las cuales el proceso logístico jugó un papel muy significativo.”



## Sorpresa para los Ministros de la UE

Irlanda ha ejercido la presidencia de la UE durante los primeros seis meses de 2004, lo que ha creado una gran demanda de salas de conferencia temporales.



El gobierno irlandés se puso en contacto con De Boer para suministrar estas construcciones temporales para varias de las reuniones. En cada una de las instalaciones se hicieron todos los esfuerzos posibles para recrear la atmósfera del Castillo de Dublín, el centro de reuniones más importante del gobierno irlandés.

### Ministros

Los Ministros de Economía de la UE se reunieron en Punchestown, mientras que los Primeros Ministros y Presidentes se reunían en Tullamore Court. De Boer suministró estructuras para ambas conferencias, celebradas en abril, al mismo tiempo que se hacía cargo de suministrar instalaciones para el gran número de prensa escrita y otros medios de comunicación que viajaron

desde toda Europa para informar sobre las conversaciones de los políticos. Todas las estructuras de De Boer se suministraron completamente equipadas.

### Perfil

Theo den Bieman, director general de De Boer Irlanda: "La presidencia irlandesa de la UE ha sido muy importante tanto para el gobierno como para la población de Irlanda y tanto para Irlanda como para De Boer esta era una oportunidad ideal de crear un perfil distintivo en casa y en el exterior. Irlanda no posee mucha experiencia en estructuras efímeras y realmente fue una sorpresa para los irlandeses que fuésemos capaces de montar instalaciones para conferencias profesionales y centros de prensa en tan corto espacio de tiempo."

**Lugar:** Tullmore Court

**Quiénes:** Primeros Ministros y Presidentes

**Estructuras:** Alu Hall, Chalet, Delta y Walkway

**Superficie del área:** 6.200m<sup>2</sup>

**Lugar:** Punchestown

**Quiénes:** Ministros de Economía

**Estructuras:** Alu Hall, Chalet, Delta y Walkway

**Superficie del área:** 3.700m<sup>2</sup>

# Conmemoración del Día D

**En la primavera de 2004, 12.000 veteranos, personal militar y hombres de estado se reunieron en la costa francesa para conmemorar el Día D (Desembarco de Normandía).**

**Hace sesenta años**, el 6 de junio de 1944, fue el inicio de la liberación de Europa, cuando las primeras tropas aliadas llegaron a las playas francesas. La invasión dio lugar al colapso de la Alemania Nazi y se convirtió en la mayor operación militar de la historia de Europa.

## **Ejército de Estados Unidos**

**El Sr. Jan Snel**, de Montfoort, empresa especializada en la construcción de unidades modulares, containers y transporte, le pidió a De Boer varias semanas antes de la conmemoración, que suministrase alojamiento temporal para el ejército de Estados Unidos. El director, Roland De Boer dice, “A un tiro de piedra de las Playas de Utah y Omaha, querían un alojamiento para los 9.000 soldados, que serían los responsables de los preparativos y la seguridad de los actos de la conmemoración. El lugar de montaje era un campo embarrado con caballos pastando,

donde se montaron alojamientos en más de 15.000 metros cuadrados, complementándolos con calefacción, restaurantes, un supermercado e incluso una capilla. Con sus 3.650 camas, se convirtió inmediatamente en el hotel más grande del noroeste de Francia.”

## **Honor**

**Este proyecto** fue una petición desafiante y especialmente honorable, según Roland De Boer: “Se pusieron en contacto con nosotros muy tarde y pedían un estructura muy grande. Pero esto no ha sido nunca un problema, porque con 28 hombres fuimos capaces de instalar todo el village en un corto periodo de tiempo y las estructuras estaban listas dentro de la fecha límite prevista, para gran satisfacción de nuestro cliente. Como equipo, consideramos un honor el tomar parte en esta histórica conmemoración. Había una atmósfera especial, que nos impresionó mucho.”



# La tercera generación del Opel Astra presentada en Jerez de la Frontera

¡Hay una nueva cara en las calles de Europa! En el antiguo circuito de Formula 1 de Jerez de la Frontera, en España, se presentó el nuevo Opel Astra ante 8.000 concesionarios y clientes.



## Millenium dome

**Líneas claras**, superficies definidas y un detalle extraordinario...., esto es el nuevo Opel Astra. Una de las mayores agencias de marketing para coches de Alemania no dejó nada al azar en la presentación del nuevo Astra. En armonía con el nuevo exterior del modelo, se llevó a cabo un show dinámico en la estructura Millenium dome de De Boer. El evento duró 20 días, en los que 400 invitados podían asistir cada día a un brillante show. El tema principal de la actuación se tomó de “Bienvenido a las calles de Europa”, el cuál se subrayó con una pieza musical especialmente encargada para la ocasión y un espectacular show de luces, con las calles de Europa bellamente recreadas mediante el uso de medios audiovisuales.

## Momento cumbre

**Las características** del Astra destacaban perfectamente en el espacioso ambiente de la Millenium dome. Ampliada con cuatro Acrópolis, dos Chalets y dos estructuras para talleres, era el lugar ideal para que un espectáculo en el que se presentaban siete

nuevos Astras, llegara a su momento cumbre. Las carpas estaban complementadas con climatización, iluminación y aseos. Este cuidado versátil de De Boer y la empresa española AMG Servicios de Marketing Promocional, S.L. garantizó el buen comienzo del nuevo Astra en Europa.



# Farnborough

**Del despegue al aterrizaje....**

DE BOER























