

LA GUÍA INTERNACIONAL DE EVENTOS DE DE BOER

| ALEMANIA | AUSTRIA | BÉLGICA | CHINA | **ESPAÑA** | FRANCIA | GRAN BRETAÑA | HOLANDA | SUECIA | SUIZA | EE.UU. |

2006: EL AÑO DEL EMPEROR

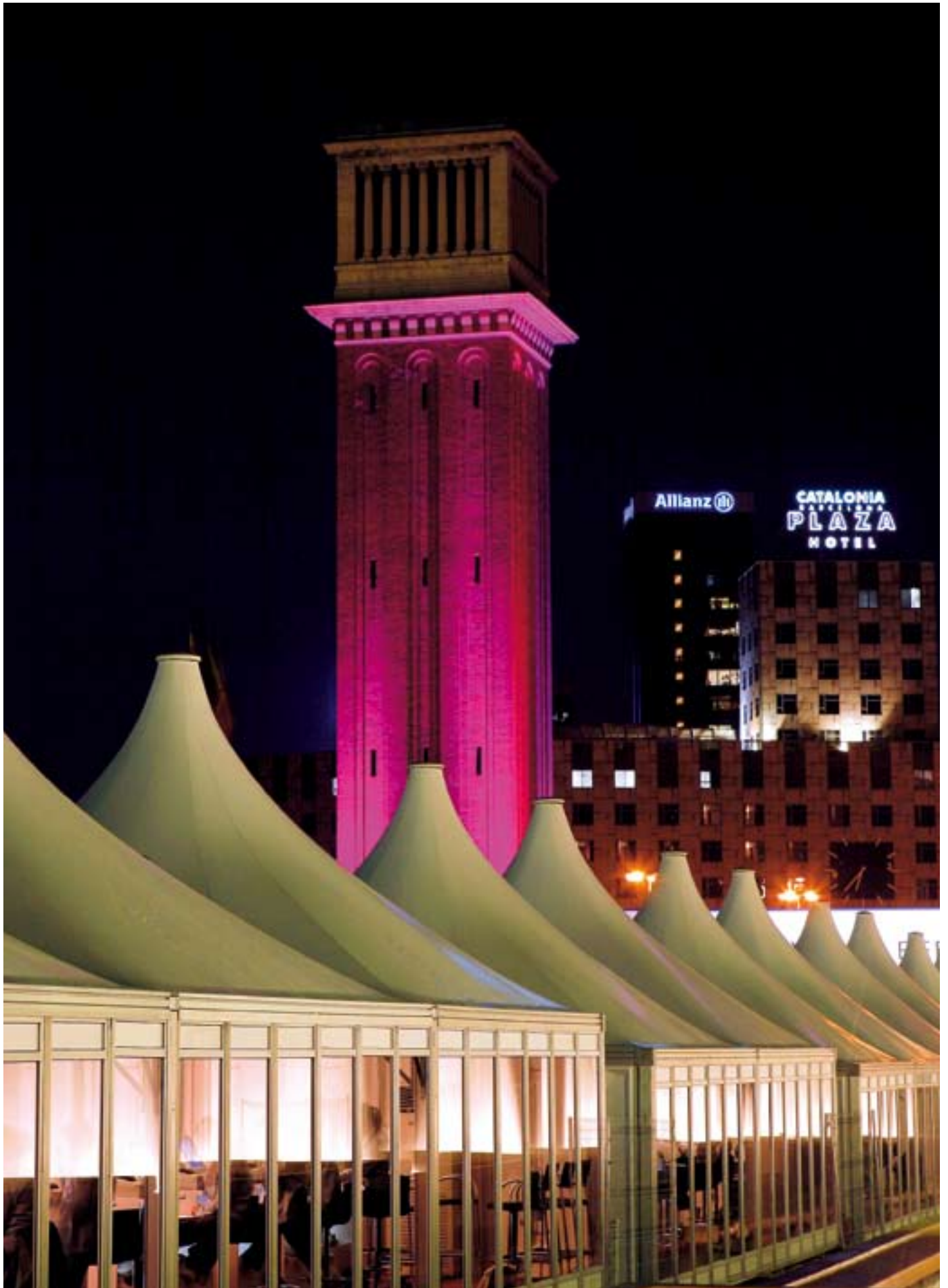
La presentación de un bicampeón mundial

El mayor congreso de telefonía móvil del mundo

Primicia: De Boer se viste de rosa

y mucho más







Queridos lectores de COVERSTORY,

El pasado año fue testigo de importantes logros para De Boer a nivel mundial y España no ha sido una excepción.

Desde sus oficinas en Barcelona y una nueva delegación en Madrid, el equipo español se ha visto envuelto en una serie de proyectos que han atraído la atención de todos los medios. Este fue el caso del reciente 3GSM World Congress, al que De Boer suministró alrededor de 10.000 m² de estructuras temporales. Nuestra contribución a esta última edición fue la mayor jamás hecha por De Boer España y sin duda ayudó a situar el evento como la mayor exhibición de telefonía móvil a nivel mundial. Para este congreso del 2007 nos complació enormemente poder presentar la nueva estructura Emperor de De Boer tanto al público español como al extranjero. La estructura, previamente presentada en el mundial de fútbol de Alemania y en el Ryder Cup de Irlanda, constituye toda una novedad con respecto a la imagen tradicional de una estructura temporal. El innovador techo arqueado del Emperor pone de manifiesto tanto la creatividad como la experiencia técnica de De Boer por medio de una tecnología de última generación y de los más avanzados materiales.

Otro gran hito en nuestro recién estrenado calendario de eventos de 2007 fue el lanzamiento del equipo de F1 de Vodafone McLaren Mercedes, para el que De Boer superó el desafío de diseñar un recinto temporal que armonizara con la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia. El resultado fue espectacular; con nuestras estructuras Delta prácticamente flotando sobre los estanques del recinto y con la participación de los pilotos Pedro de la Rosa y del bicampeón mundial Fernando Alonso, el acontecimiento contó con una fantástica acogida.

Nos gustaría agradecer a todos nuestros clientes su contribución a nuestro éxito ya que su apoyo ha sido clave para que De Boer España pueda continuar con su imparable crecimiento.

Un cordial saludo,

Pascal Jorritsma
Director General – De Boer Estructuras España

ÍNDICE

| | |
|--------------------------------------|----|
| ■ Abriendo camino | 4 |
| ■ ¡Ponle un toque de color! | 6 |
| ■ Medalla de oro para Valencia | 8 |
| ■ Ciudad de las Artes y las Ciencias | 10 |
| ■ Comunicación sin límites | 12 |
| ■ En cualquier lugar y momento | 14 |
| ■ Últimas tendencias en Barcelona | 16 |
| ■ 72 horas de lujo y éxito | 17 |
| ■ Una carrera contra el tiempo | 18 |
| ■ El olor a gasolina en el aire | 19 |
| ■ Nobleza obligatoria | 20 |
| ■ El Emperor en cifras | 22 |
| ■ Una alianza de campeones | 24 |
| ■ Elegancia en el campo de golf | 25 |
| ■ Los juegos olímpicos de oriente | 26 |
| ■ Abierto las 24 horas | 27 |
| ■ La historia de Tesco | 28 |
| ■ Una simbiosis perfecta | 29 |
| ■ Consérvase en lugar frío y seco | 30 |
| ■ ¡Listos para despegar! | 32 |
| ■ Crear una ciudad en unas semanas | 33 |
| ■ Grandes proyectos nos esperan | 34 |

PIE DE FOTO

| |
|---------------------|
| ■ Evento – benéfico |
| ■ Evento – deporte |
| ■ Evento |
| ■ Negocios |
| ■ General |

ABRIENDO CAMINO

Más de diez años de logros en la lucha contra el cáncer de mama

A veces es preciso meditar largamente y darle muchas vueltas a un asunto para que surja una idea genial. Otras, en cambio, aparece la inspiración cuando uno menos se lo espera.

Nina Barough se despertó un buen día con una brillante idea rondándole en la cabeza. Para recaudar fondos destinados a crear una fundación contra el cáncer de mama, se le ocurrió que podía correr la Maratón de Nueva York llevando un original sujetador. Pero lo más asombroso de esta historia es que, por aquel entonces, Nina no tenía ninguna experiencia ni como atleta de larga distancia ni en iniciativas de carácter benéfico. Tampoco conocía personalmente a nadie que padeciera cáncer de mama. Pero, a punto de cumplir los



40, estaba tan convencida de su idea que en 1996 logró que un grupo formado por trece mujeres participara en la maratón luciendo unos llamativos sujetadores. Cuando, poco después de la creación de su organización y por un cruel giro del destino a Nina le diagnosticaron cáncer de mama, su idea cobró aún mayor fuerza. Hoy en



día, Nina Barough ha ganado la batalla contra el cáncer y su momento de inspiración se ha convertido en un éxito rotundo y en una inagotable fuente de fondos para la prevención de esta enfermedad.

Ya en la primera maratón se recaudaron 25.000 libras esterlinas, una cifra que ha ido en constante aumento hasta alcanzar actualmente una suma superior a los 20 millones de libras. Más de 15.000 mujeres participaron en la popular "MoonWalk", carrera nocturna organizada periódicamente. Incluso el Príncipe Carlos de Inglaterra ha mostrado su compromiso con esta causa asumiendo el papel de padrino de honor del proyecto.

Con el dinero recaudado se organizan campañas de divulgación sobre métodos de detección precoz, se brinda asistencia a las afectadas en todo tipo de tratamientos y se imparten cursos que aleccionan a las mujeres sobre cómo sobrellevar la enfermedad. Muchas mujeres de todo el planeta deben a Nina Barough su fuerza y su coraje en la lucha contra el cáncer. A ella y a la magnífica idea con que un buen día amaneció.

NINA BAROUGH



“Una estructura excepcional para un acontecimiento único”

LA VIDA EN ROSA, POR ARTE DE DE BOER

Nina Barough se muestra entusiasmada con la innovadora muestra de apoyo recibida por De Boer para el popular MoonWalk patrocinado por Playtex: “Le comenté en broma al Presidente del Consejo de Administración de De Boer que sería fantástico disponer de una carpa gigante del color de nuestra organización, pero ni por un instante soñé que pudiera hacerse realidad. Pero así fue. Y puedo asegurar que, cuando esta espectacular carpa circense de color rosa apareció en pleno Hyde Park, el MoonWalk se convirtió en el tema de conversación número 1 en todo Londres.”

“Esta descomunal estructura de llamativa tonalidad rosa – el color de nuestra organización – es el complemento perfecto para una ocasión realmente especial. No cabe duda de que el MoonWalk es un acontecimiento único, y por eso agradezco profundamente a De Boer su respaldo al ofrecernos esta excepcional carpa, núcleo de nuestro espectáculo.”

“A través de la campaña benéfica Walk the Walk hemos recaudado más de 27 millones de libras esterlinas destinadas a la investigación del cáncer, de los cuales más de 6 millones correspondieron a las marchas nocturnas del 2006, celebradas en Londres y Edimburgo. 2007 va a ser un año muy importante para nosotros, ya que celebramos el décimo aniversario del MoonWalk de Londres que esperamos se convierta en una cita multitudinaria. Y, con la ayuda de todos, esperamos batir un nuevo récord de recaudación.”

www.walkthewalk.org



¡PONLE UN TOQUE DE COLOR!

Pink Galaxy: la historia de un gran éxito



No hace demasiado tiempo que irrumpió en el mercado de las estructuras temporales una sorprendente y festiva carpa de dimensiones colosales. Desde 2003, The new galaxy de De Boer – precursora de la Pink Galaxy – creada en amarillo y azul, se ha convertido en favorita indiscutible de importantes acontecimientos de alcance internacional como la entrega de premios de la MTV.

Cuando para el popular “Walk the Walk”, organizado por Nina Barough, fueron alquiladas además de la “New Galaxy”, toda una serie de carpas blancas, el primer Presidente del Consejo de Administración de De Boer quedó tan fascinado por la energía y entusiasmo de esta inglesa que le prometió una versión individualizada de su gigantesca carpa. ¡Así nació la “Pink Galaxy”, la primera carpa rosa en la historia de De Boer!

Lo que vino a continuación constituyó todo un experimento. Tomando como base el modelo “The New Galaxy”, De Boer diseñó una carpa nueva de dimensiones aún mayores. Con una cubierta especial de lona de color rosa, la Pink Galaxy fue fabricada en la filial parisina de la empresa francesa VSO, desde donde emprendió su viaje a Inglaterra.

Con sus 60 x 52m – unas dimensiones que superan ampliamente las de un campo de fútbol – fueron necesarios nada menos que diez camiones articulados de 40t para transportar la Pink Galaxy hasta el Hyde Park londinense. Una vez allí,

De Boer tuvo que garantizar que la carpa quedaría erigida completamente en un plazo máximo de tres días para obtener la autorización necesaria para el montaje. Todo un logro que solo fue posible gracias a la experiencia y duro trabajo de dos equipos de profesionales formados por 50 personas el primer día y 20 los dos días siguientes. Los equipos trabajaron bajo la dirección de un especialista de De Boer procedente de los Países Bajos. Todo salió a pedir de boca y en la fecha prevista, el 20 de mayo de 2006, la Pink Galaxy se alzaba majestuosa en el corazón de Hyde Park. Los equipos de montaje contaron con el apoyo de otros 14 empleados que levantaron varias carpas adicionales de De Boer alrededor de la Pink Galaxy para alojar tanto equipaje como centros de información.

Quien lo desee ya puede alquilar la Pink Galaxy, excepto durante las fechas en que tiene lugar la cita Walk the Walk, prevista este año para los meses de mayo y junio en Londres y Edimburgo, respectivamente.

¿SABÍA QUE ...?

EL SIGNIFICADO DEL COLOR ROSA

Los estudios científicos en el campo de la psicología del color a veces sorprenden con datos reveladores. No es ninguna novedad que el color rosa se asocia habitualmente al mundo femenino o a conceptos como amor y ternura. ¿Pero sabía que también otros conceptos, como “dulce”, “pequeño” o “educado” se asocian a este color? ¿Y que, hasta hace 90 años, el rosa era el color clásico de la ropa infantil masculina?





MEDALLA DE ORO PARA VALENCIA

Un emplazamiento de la categoría reina

El hecho de elegir la ciudad de Valencia como marco para un evento destacado es ya toda una declaración de principios. Aquí todo se hace “a lo grande”. En esta ciudad bañada por el Mediterráneo cualquier fiesta acaba convirtiéndose en una experiencia inolvidable, gracias, entre otras cosas, a los espectaculares castillos de fuegos artificiales que en esta tierra forman parte de cualquier celebración que se precie.

Valencia ha demostrado que tiene tablas cuando se trata de organizar grandes eventos y batir récords: en el año 2001, por ejemplo, dio comienzo la ampliación del recinto ferial, que en la actualidad alberga más de 60 certámenes al año. Con sus 230.000 m², la feria de Valencia ofrece la mayor superficie de exposición cubierta de toda España. También en el mundo del deporte Valencia se muestra en plena forma: dos equipos de fútbol compiten en Primera División (Valencia C.F. y U.D. Levante), mientras que en baloncesto la ciudad está representada en la Liga de honor por el Pamesa Valencia. En Junio de 2007 se disputará aquí una de las principales competiciones de vela del mundo – la legendaria Copa América – que tendrá lugar por primera vez en Europa



156 años después de su creación. En definitiva, puede decirse que esta ciudad está predestinada a albergar acontecimientos de primera magnitud.

No es de extrañar, por tanto, que Valencia fuera el escenario elegido por el trío formado por McLaren (chasis), Mercedes Benz (motor) y Vodafone (patrocinador) para presentar su nuevo bólido de F1, en el que la escudería depositó todas sus es-

Valencia – ciudad de superlativos

peranzas tras siete años de abstinencia en lo que a títulos se refiere. Los pronósticos no podían ser más favorables: en 2003, McLaren-Mercedes presentó al público su nuevo vehículo, también en Valencia, y la siguiente temporada Kimi Räikkönen se alzó como subcampeón del mundo. La ceremonia de este año se situó al más alto nivel y fue descrita por la prensa económica internacional como un evento “sin igual en el glamoroso universo



de la F1”. Para empezar, Fernando Alonso y Lewis Hamilton – los nuevos pilotos de McLaren – recorrieron las calles de Valencia a bordo de los monoplazas del año pasado. Este recorrido fue ya un magnífico espectáculo, y estuvo respaldado económicamente por el ayuntamiento de Valencia, que tiene la intención de incluir a la ciudad en el calendario anual de la F1 en el 2009 con un circuito urbano al estilo de Mónaco.

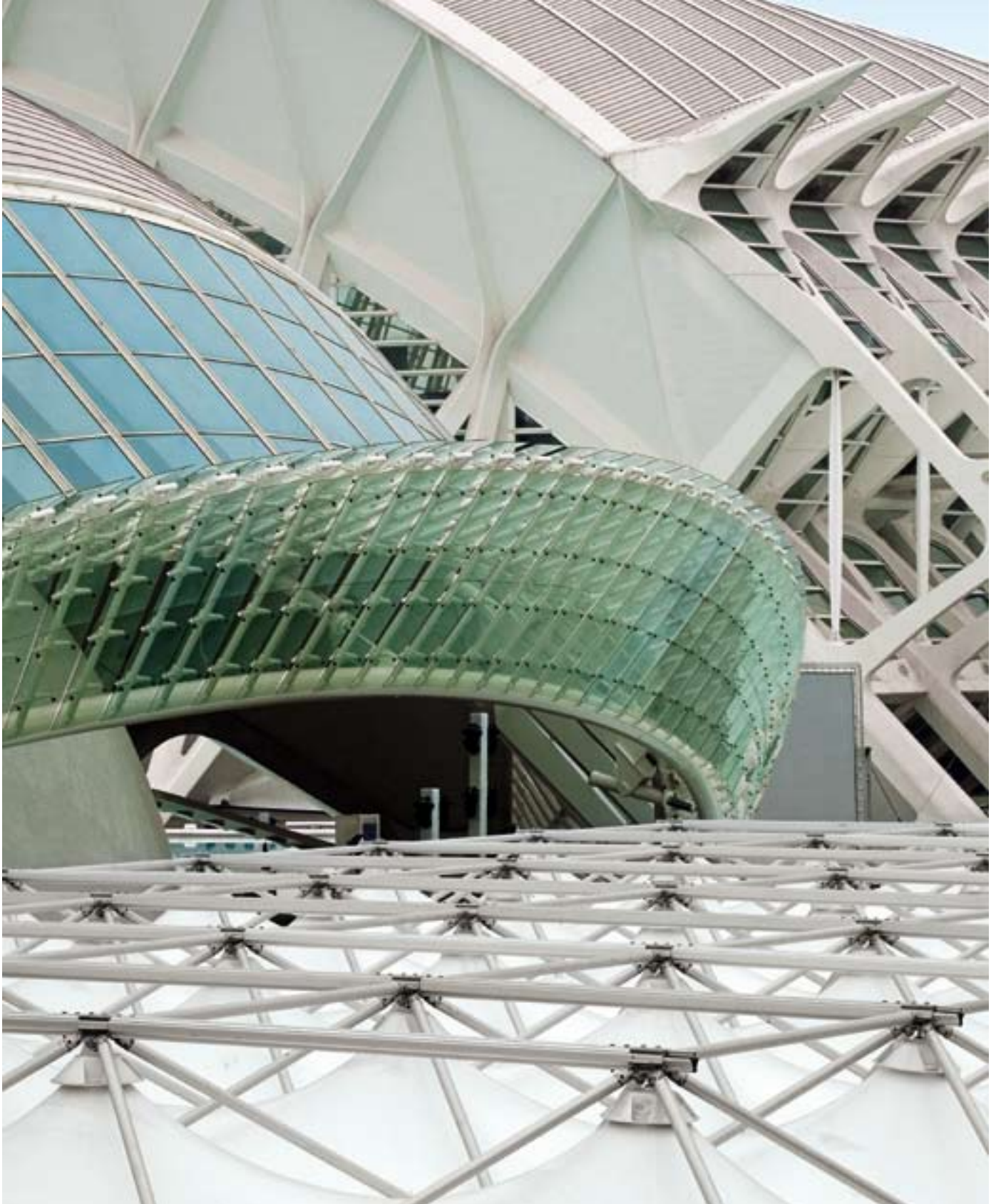
Quienes no tuvieron la misma suerte que los 250.000 aficionados a la F1 que consiguieron las codiciadas entradas para presenciar este espectáculo pudieron seguirlo a través de la pequeña pantalla, ya que Tele 5 retransmitió en directo la presentación del nuevo McLaren.

www.mclaren.com
www.valencia.es



CIUDAD DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS

Impecable combinación de estilos





Quien accede a organizar un evento en Valencia tiene que estar preparado para ofrecer las mejores prestaciones. Esta es la ciudad del no va más, de lo descomunal, donde lo insólito es ya casi habitual. No fue, por tanto, tarea fácil crear el marco adecuado para la presentación del nuevo McLaren-Mercedes teniendo como telón de fondo la extravagante arquitectura de Santiago Calatrava.

La Ciudad de las Artes y las Ciencias es a menudo escenario de impresionantes fiestas. El complejo consta de cinco grandes edificios, entre ellos un Museo de las Ciencias, un cine IMAX y el mayor acuario de Europa. Tras una fase de construcción que se prolongó durante 15 años, el año pasado se dio por terminado este conjunto arquitectónico situado en pleno corazón de Valencia, junto al viejo cauce del río Turia.

Santiago Calatrava, hijo insigne de la ciudad

Entre el cine IMAX y L'Umbracle, sobre el agua, De Boer creó una superficie sobre una plataforma desde la que el público podía seguir el espectáculo que tenía lugar en los escenarios flotantes situados frente al cine. Con la discreta estructura

Delta, podía incluso haber llovido sin que los asistentes se mojaran. Pero el sol de Levante no falló ese 15 de enero a los anfitriones del evento: McLaren, Mercedes-Benz y Vodafone.

Más de 4.500m² ocupaba la superficie flotante sobre la que De Boer erigió sus carpas para albergar a los numerosos invitados VIP: desde altos directivos de los patrocinadores oficiales (Vodafone y Banco de Santander) y de las empresas McLaren y Mercedes-Benz, hasta destacadas personalidades políticas de la Comunidad Valenciana, pasando por jeques árabes de Bahrein y por el patrón de la F1, Bernie Ecclestone. De Boer proporcionó también a las empresas de catering la plataforma perfecta para el correcto transcurso de este excepcional evento y fue, además, la encargada de erigir y decorar hasta el último detalle las terrazas, los escenarios y las zonas lounge (incluyendo mobiliario, iluminación, instalaciones sanitarias, calefacción, mantelerías, etc.).

Los grandes protagonistas de este magnífico espectáculo – amenizado por el Cirque du Soleil – fueron sin duda el nuevo McLaren Mercedes, el cuarteto de pilotos capitaneado por el actual Campeón del Mundo Fernando Alonso y los patrocinadores oficiales. Todo salió a pedir de boca y el programa de actos se desarrolló con absoluta perfección. Es un gran honor para De Boer haber contribuido al éxito de este importante evento.

EN PLENA FORMA

EL ARQUITECTO DR. SANTIAGO PEVSNER CALATRAVA VALLS

Arquitecto, urbanista e ingeniero civil, Santiago Calatrava destacó en su ramo desde muy joven. Nació en 1951 en Valencia, ciudad en la que residió hasta finalizar su segunda carrera. En 1975 se trasladó a Zurich, donde cinco años más tarde abrió su primer despacho.

Por su polifacética formación, fue un solicitado arquitecto de puentes en los años ochenta. En 1991 inició la construcción de un emblemático proyecto para su ciudad natal, Valencia, en la que estableció su tercer despacho, después de los de Zurich y París. La Ciudad de las Artes y de las Ciencias fue inaugurada oficialmente en 1996 y quedó completada diez años más tarde con amplio reconocimiento internacional.

Entre las obras de Calatrava destacan el Complejo Olímpico de Atenas, el Puente del Alamillo en Sevilla, el aeropuerto de Bilbao y el Turning Torso de Malmoe en Suecia.

www.cac.es
www.calatrava.com



COMUNICACIÓN SIN LÍMITES

3GSM: la feria que moviliza

El 3GSM World Congress es, desde 1987, una cita fija en el calendario de la telefonía móvil a nivel internacional. Este congreso, donde se congregan una vez al año los grandes nombres del sector, ha crecido de forma imparable durante los últimos años hasta convertirse en la mayor feria de comunicación móvil del mundo.

Después de que el recinto ferial de Cannes (Costa Azul) se quedara pequeño, en el año 2006 se eligió la ciudad de Barcelona para albergar este importante certamen. Este año volverá a celebrarse – por cuarta vez – una edición asiática del mismo en la ciudad china de Macau (del 12 al 14 de noviembre). Todo esto indica que, para una tecnología que evoluciona a un ritmo tan vertiginoso, un único evento anual ya no es suficiente.

Las cifras del congreso son elocuentes y no dejan lugar a dudas del increíble interés que despierta entre el público: los 55.000 visitantes registrados en cuatro días y los 1.300 expositores allí reunidos pusieron al recinto ferial al límite de sus capacidades.

A medida que crece la cantidad de visitantes con cada certamen, aumenta también la calidad de los mismos: presidentes y gerentes de las compañías operadoras, de las empresas proveedoras de equipos, de los consorcios de TI y de la industria del entretenimiento acudieron desde todos los rincones del planeta. Los organizadores

se declararon satisfechos con las elevadas cotas de crecimiento del evento así como con su afianzada reputación como indiscutible N° 1 entre las ferias especializadas en comunicación móvil. El público se mostró encantado por el perfecto transcurso de la feria, al que contribuyeron tres pilares básicos:

La principal feria de telefonía móvil del mundo

Primero, la ciudad de Barcelona como escenario del certamen. Con la seguridad que confiere lo conocido y una hospitalidad fuera de serie se proporcionó alojamiento, transporte y entretenimiento a los más de 55.000 visitantes. En segundo lugar, la entidad organizadora (GSM Association), que, haciendo gala de una gran profesionalidad y de un olfato infalible para detectar nuevas tendencias, es un anfitrión competente y siempre comprometido. Esta

CIFRAS Y DATOS

Ediciones de 3GSM hasta ahora: 24

Visitantes en 2006: 50.000

Visitantes en 2007: 55.000

Aumento del número de visitantes el último año: 10 %

Expositores en 2006: 962

Expositores en 2007: 1.300

Aumento del número de expositores el último año: 35 %

Clientes finales atendidos en todo el mundo por empresas asociadas a GSM Association: más del 80 %

organización asume además su responsabilidad a nivel social y organiza actualmente varios proyectos para ayudar a reducir las distancias en el Tercer Mundo. Uno de dichos proyectos permitirá a los médicos enviar los datos de los pacientes directamente desde los pueblos al laboratorio para su análisis inmediato, de modo que se podrán conocer los resultados en el menor tiempo posible.

Y por último, aunque no por ello menos importante, la presencia de De Boer, que con su saber hacer y su habitual empeño puso el marco adecuado a este importante acontecimiento celebrado en la Fira de Barcelona. Una carpa Emperor (ver página 12) albergaba el gigantesco restaurante

que atendía a los visitantes durante el día. Completaban el conjunto arquitectónico una serie de estructuras Emperor con techo Delta – que reciben el nombre de “Dempra” – y un gran número de construcciones Chalet y Alu Hall. Una minuciosa planificación a largo plazo así como una gran capacidad para improvisar, unidas a su amplia experiencia en ferias, convirtieron a De Boer en un destacado socio del 3GSM. Un socio que volverá a estar presente en Barcelona en la próxima edición del congreso que tendrá lugar en febrero del 2008.

www.3gsmworldcongress.com



EN CUALQUIER LUGAR Y MOMENTO

El sueño de estar localizable en todas partes



CIFRAS Y DATOS

EL MOTOROLA DYNATAC 8000X

Año de nacimiento: 1983

Inventor: Rudy Krolopp

Tamaño: 33 × 4,5 × 8,9 cm

Peso: 0,8 Kg

Precio (1983): 3.995 US \$

Duración max. de la llamada:

1 hora

Standby: < 24 horas

Apodo: brick phone

Siempre localizable y disponible a todas horas. Ningún aparato nos ha cambiado tanto la vida en los últimos 20 años como lo ha hecho el teléfono móvil. La utopía de poder comunicarse en todo momento y en cualquier lugar se ha convertido en una realidad.



Esta total disponibilidad está tan presente en nuestra vida cotidiana que en muchos lugares se han implantado ya estrictas prohibiciones para con su uso: hace 20 años, el sonido de un teléfono móvil en un restaurante confería a su propietario un halo de importancia que provocaba admiración entre los presentes. Hoy día, esa misma situación no sólo genera miradas reprobatorias, sino que, en algunos casos puede llevar incluso a una discreta advertencia por parte del camarero de desconectar el teléfono.

¿Qué novedades traerá la comunicación del futuro?

El ya legendario DynaTAC 8000X de Motorola fue el primer móvil que salió al mercado en 1983. Aunque, con sus más de 30 cm de longitud y sus 800 g de peso no resultaba excesivamente manejable, lo cierto es que fue el primer teléfono móvil

del mundo que no requería ningún aparato adicional. Ni siquiera su exorbitante precio (unos 4.000 dólares) fue obstáculo para su éxito inmediato. Y eso que el DynaTAC 8000X no contaba con los extras tan espectaculares incluidos hoy en día en cualquier móvil.

Los equipos presentados en la feria 3GSM del 2007 mostraron al mundo cual será la evolución en este sector: el móvil del futuro sustituirá a la tarjeta de crédito, al MP3 e incluso al plano de la ciudad, reconocerá las huellas dactilares y hará las veces de mini televisor y de videoconsola. Si se desea, se dispondrá también de un modelo de alta costura firmado por Prada. Con tantos accesorios a veces es fácil olvidarse de que estos prodigiosos aparatitos sirven también para hablar por teléfono.



ÚLTIMAS TENDENCIAS EN BARCELONA

De Boer en el Bread & Butter

El salón de moda urbana Bread & Butter se ha consolidado como una importante cita internacional en la que se congregan los grandes nombres del mundo de la moda. Todo aquel que quiera estar al día de lo que se va a llevar en la calle la próxima temporada tiene que asegurarse la presentación de su nueva colección en este evento.



Evidentemente, este tipo de actos reúne a un público exigente que, atraído por el reclamo de las tendencias más vanguardistas, busca además un ambiente y unas actuaciones acordes con el evento. Una vez más, De Boer fue la encargada de crear el entorno adecuado para esta presentación. Misión que – dicho sea de paso – volvió a cumplir magistralmente.

Así de fashion puede ser una carpa

El eje principal del Bread & Butter 2006 lo constituían dos estructuras Alu Hall que dieron lugar a una zona de ocio de 3.200m². Con una imaginativa decoración, las Alu Hall hicieron alarde de sus extraordinarias cualidades: en primer lugar, se montaron y desmontaron con asombrosa rapidez, factor esencial en una ciudad tan palpitante como Barcelona. En segundo lugar, la mayor parte del suelo era extremadamente resistente (más de 500kg/m²) lo que ofrecía un amplio margen al tipo de diseño interior, el número

de visitantes o al tipo de evento que podrían albergar. Por último, gracias a la altura de su techo, la estructura ofrecía una perfecta ventilación incluso después de una larga jornada y miles de asistentes.

La parte frontal se transformó en una deslumbrante fachada que daba la bienvenida a los invitados al apasionante mundo de la moda y el glamour.

Con una combinación de carpas tipo Chalet y Walkway, De Boer transformó la explanada de la Fira de Barcelona, a los pies de las torres venecianas, en una deslumbrante pasarela de moda en la que, del 5 al 7 de julio, las modelos no fueron las únicas que llamaron la atención.

El hecho de que el 8 de julio por la noche hubieran desaparecido sin dejar ni rastro todas las instalaciones del Bread & Butter, es claro testimonio de la fiabilidad y seriedad de una empresa con más de 80 años de experiencia a sus espaldas. De Boer es mundialmente conocida por la extraordinaria rapidez con que se montan y desmontan sus estructuras temporales.





72 HORAS DE LUJO Y ÉXITO

El mayor “salón comercial dedicado a las marcas selectas”

Los orígenes del Bread & Butter se remontan a la primavera del 2001. Desde entonces, este “salón de marcas selectas” se ha convertido en un festival imprescindible en el mundo de la moda. Durante tres días (y sus respectivas noches), las figuras punteras de la moda internacional se dan cita para hablar de negocios, compartir ideas y proyectos y, sobre todo, para pasarlo bien.

Dos veces al año, el Bread & Butter muestra lo último en moda de las primeras marcas del mundo tales como Addict, Day Birger et Mikkelsen, Freesoul, Moschino, Nike, Quick, Von Dutch y muchas otras.

De Boer fue ya la encargada de poner marco a la edición del 2006 en Barcelona, y volvió a la capital catalana para el primer Bread & Butter del 2007 (del 17 al 19 de enero), donde de nuevo desempeñó un

papel decisivo. Al certamen asistieron un total de 82.837 profesionales, pero no es sólo el amplio número de visitantes sino también su carácter cosmopolita lo que subraya el gran poder de convocatoria de esta feria, la más importante de moda contemporánea a nivel europeo.

La segunda edición de Bread & Butter 2007 tendrá lugar del 4 al 6 de julio e inicialmente estaba previsto que abriera sus puertas simultáneamente en Berlín y Barcelona, pero finalmente será esta última – todo un icono de moda y creatividad – la ciudad que albergue por segunda vez este año el Bread & Butter. Después de todo, Barcelona es la tercera ciudad europea mas visitada después de Londres y París!

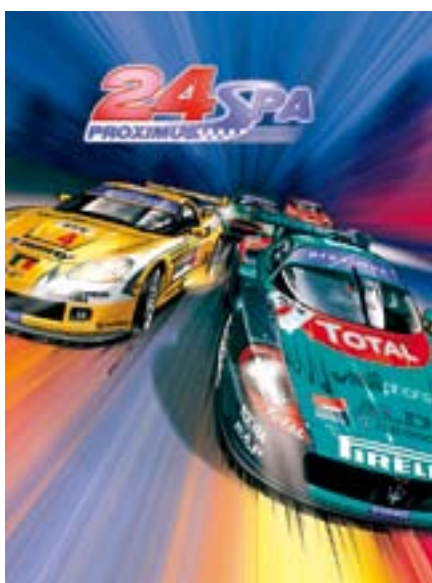


www.breadandbutter.com



UNA CARRERA CONTRA EL TIEMPO

24 horas en un circuito histórico



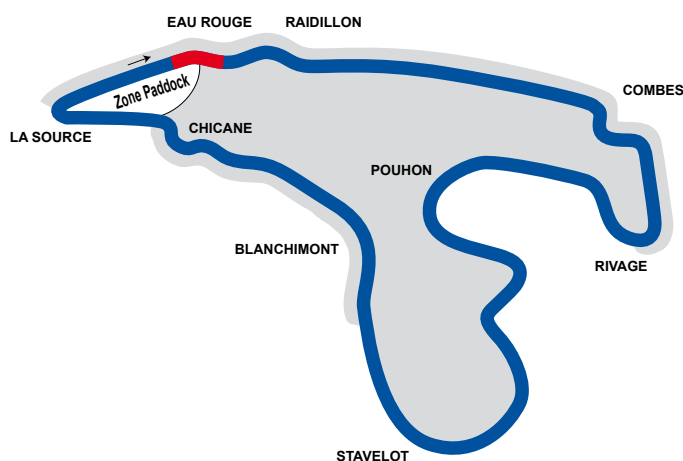
En este histórico emplazamiento, De Boer tuvo ocasión de montar sus tiendas, creando un alojamiento temporal de 1.500m² – desde pequeñas Walkways hasta una exclusiva sala VIP con una oferta gastronómica de lo más selecta – para los dos patrocinadores del evento, la empresa de leasing de vehículos ALD y el banco ING.

La estructura de dos pisos creada para ING, por ejemplo, contaba con una enorme terraza de madera Bankirai de 160m²² en la planta superior. ALD Automotive, por su parte, recibió a sus invitados en grandes carpas Alu Hall con 280m² de terraza. Tanto en el restaurante como en la sala VIP se respiraba una atmósfera

distinguida y relajada, gracias al enmoquetado de alta calidad – especialmente diseñado para la ocasión – y a su elegante mobiliario. En su interior, los invitados más importantes de ambos patrocinadores podían conversar tranquilamente sin perderse ningún detalle de la emocionante carrera de 24 horas.

Patrick Creyf, Director General de De Boer en Bélgica, se mostraba satisfecho con los resultados: “Durante este fin de semana, hemos demostrado la extraordinaria versatilidad de la gama de productos De Boer, y creo que hemos dejado una buena impresión, no sólo entre los fans del automovilismo.”

La sola mención del nombre Francorchamps provoca palpitaciones entre los fanáticos del automovilismo. Tomar la legendaria curva Eau Rouge pisando el acelerador a fondo es el máximo desafío para todo piloto. El Spa-Francorchamps es uno de los circuitos más antiguos del mundo y el automovilismo es, desde 1924, una de las citas más esperadas del calendario deportivo del este de Bélgica.



EL OLOR A GASOLINA EN EL AIRE

¿Qué es lo que hace que una carrera de 24 Horas sea tan fascinante?



A lo largo y ancho del planeta, las carreras de automóviles muestran muy distintas facetas: los circuitos ovals de EE.UU. – con su estruendo ensordecedor, las espectaculares competiciones de vehículos de serie, la categoría reina – la Fórmula 1, el rally, las carreras de camiones, los karts, los campeonatos de coches de turismo, el Formula Racing ... sin olvidar el motociclismo ni, por supuesto, las carreras de 24 Horas. El hombre, la máquina, el material. ¿Por qué nos parecen tan atrayentes unos coches dando vueltas y más vueltas alrededor de un circuito?

Debemos reconocer que en las carreras de 24 Horas lo que prima no es la emoción incontenible hasta el último segundo por ver quién se alza con la victoria. El gran atractivo de este tipo de carreras radica en el esfuerzo continuado y la entrega de los equipos, que exige que los pilotos se

dejen la piel en la pista, dando vueltas al circuito y pisando a fondo el acelerador sin apenas pausas. Tres o cuatro pilotos se turnan al volante, haciendo los relevos a la velocidad del rayo, mientras un equipo de mecánicos sigue el desarrollo de la carrera sin quitarle ojo de encima al coche. A ello se une el ambiente casi mágico que se crea cuando la noche cae sobre el circuito y los coches continúan la carrera como fantasmas en la oscuridad.

Las 24 Horas de Spa son, junto con las 24 Horas de Le Mans, las pruebas de resistencia más importantes del mundo. El reglamento no puede ser más sencillo: gana el equipo que recorra el mayor número de kilómetros en 24 horas. Podría pensarse, erróneamente, que en una competición así es fácil determinar el ganador. Si bien es cierto que la victoria no depende de unas simples milésimas de segundo, la verdad es que en la edición de 2006 fueron me-

La distancia recorrida por el equipo ganador equivale al trayecto Moscú – Madrid.

nos de dos minutos los que separaron al equipo vencedor del segundo clasificado. Eric van de Poele, Michael Bartels y Andrea Bertolini ganaron la prueba después de 589 vueltas al volante de un Maserati MC12 GT1. Stéphane Lémeret, Jean-Denis Deletraz, Andrea Piccini y Marcel Fässler quedaron en segundo lugar con su Aston Martin DBR9. ¡Enhorabuena!

www.proximus24hours.com



NOBLEZA OBLIGATORIA

Una nota de distinción en el mundo de las carpas



Gritos de alegría en el bar con cada gol, acaloradas discusiones sobre las decisiones del árbitro, celebraciones sin fin cuando el equipo pasa a la siguiente ronda ... No hay ningún acontecimiento deportivo que suscite tanto interés y tantas emociones como el Mundial de Fútbol. Qué mejor momento para que De Boer decidiera presentar al público un revolucionario modelo de carpa especialmente diseñado para el Mundial de Fútbol FIFA 2006.

Esta soberbia carpa, nuevo referente del segmento VIP, se gestó en Alkmaar, a dos pasos de la sede central de De Boer, en el 2005. El ingeniero de diseño Daniel Quost lanzó numerosas ideas y esbozos que fueron estudiados y debatidos sobre la mesa, hasta que, un buen día, nació el Emperor.

Pero eso fue solo el comienzo; Ivo Bakker, proyectista civil, diseñó un primer modelo basado en los cálculos y esbozos disponibles y la Universidad Técnica de Delft se encargó de llevar a cabo todos los cálculos de estática necesarios.

Sólo tres meses después de la reunión en Alkmaar se creó el primer prototipo, lo cual constituía todo un logro en un tiempo tan récord. Nunca antes se había diseñado e implementado tan rápidamente una nueva línea de productos y para celebrarlo se invitó a los proveedores de los Países Bajos, Francia y Bélgica.

Los dos pilares de aluminio constituyen una importante innovación en este tipo de estructuras. Su refinado diseño permite erigirlos en cualquier punto del interior de la carpa, soportando sin problemas el peso del techo, de los balcones y de las

paredes interiores. Su desarrollo ha supuesto un nuevo desafío y su producción se siguió con intenso interés y emoción. La combinación de aluminio y madera constituía una fórmula completamente nueva que se estrenaba con el Emperador. Cuando se trabaja con dos materiales tan distintos, deben tenerse en cuenta muchos aspectos además de las consideraciones meramente estéticas.

Los componentes de madera y de acero tienen que ensamblarse inmediatamente después del mecanizado. De lo contrario, la madera puede combarse, comprometiendo la absoluta precisión de ajuste, un factor de importancia vital en cualquier sistema modular. Por este motivo, la logística derivada de esta combinación de materiales constituye ya, por sí misma, todo un reto.

Y, por supuesto, la estructura ha de poder montarse y desmontarse en el menor tiempo posible y los módulos tienen que poder

ensamblarse con total seguridad. El tiempo es oro, y cuantas menos horas se necesiten para erigir y dismantelar la carpa, mayor será el ahorro para el cliente, tanto en gastos de emplazamiento como en mano de obra.

El Emperador es punto y aparte

Tras una fase de planificación y diseño de dieciocho meses y tras la presentación de otro prototipo, el Emperador celebró su glorioso debut mundial frente a los estadios de Munich y Berlín puntualmente para el inicio del Mundial de Fútbol FIFA 2006. Por su innovadora concepción y su carácter único, el Emperador eclipsó a todas las demás carpas, dejando claro que es punto y aparte. La combinación de aluminio y cristal daba lugar a una imagen vanguardista, nítida y de alta categoría, mientras

que el empleo de madera proporcionaba calidez y luminosidad al tejado, los balcones y los toldos.

El piso superior puede configurarse de forma variable, tanto en su interior como en el exterior. Las fachadas pueden equiparse con elementos de cristal, y la superficie del suelo puede ampliarse con una terraza de madera de profundidad variable alrededor de toda la estructura. Del mismo modo, el interior puede construirse en forma de atrio en lugar de cómodos pisos cerrados. En ese caso, la planta superior constaría de una galería, creándose un espacio muy luminoso y abierto si se escogen cubiertas transparentes para el techo.

Apenas habían transcurrido unas semanas desde su estreno cuando el Emperador se anotó una segunda victoria con el KLM Dutch Open de Zandvoort (ver página 14-15).



www.fifawm2006.com



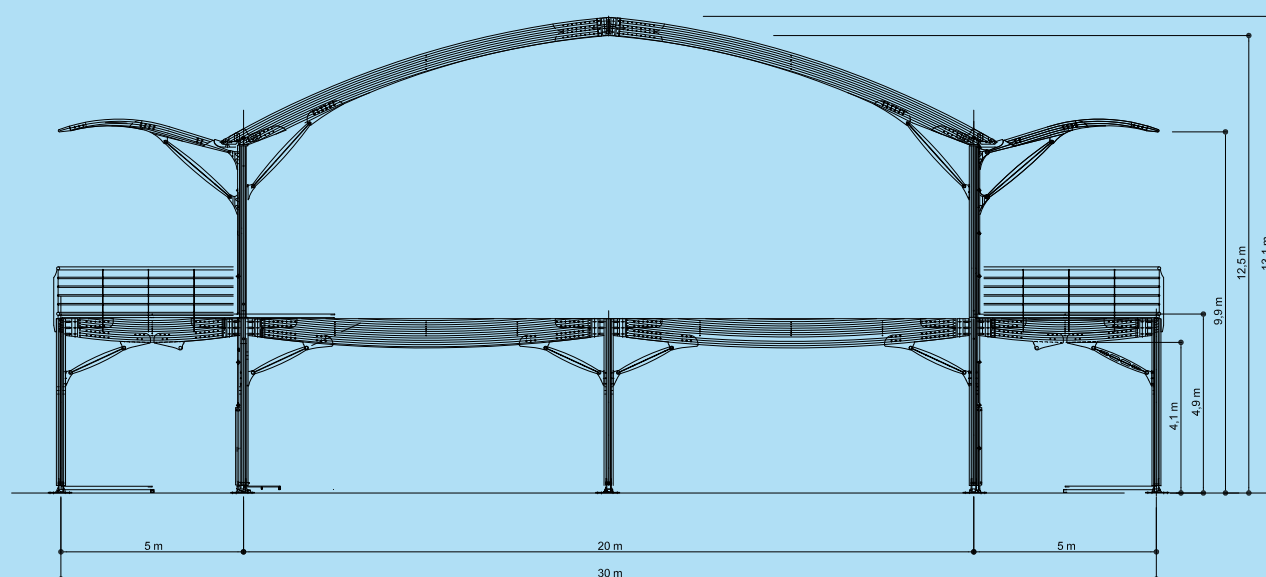
EL EMPEROR EN CIFRAS

ASÍ ES LA CARPA EMPEROR SOBRE PAPEL

| | |
|---------------------------------------|--|
| Anchura del gablete: | 20 (15*) m |
| Distancia entre crujiás: | 5 m |
| Altura lateral exterior | |
| De la estructura de dos pisos: | 9,5 m |
| Del piso inferior: | 4,93 m |
| Altura lateral interior | |
| Del piso superior: | 3,1 m |
| Del piso inferior: | 2,7 m |
| Altura del caballete: | |
| | 13,6 (12,7*) m |
| Inclinación del techo: | curvo |
| Fuerza del viento: | 50 kg/m ² |
| Carga de nieve: | 0 kg/m ² |
| Sistema de tensado del techo: | tubo para enrollar |
| Alero: | 0,81 m |
| Perfil de las columnas: | 0,25 × 0,25 m |
| Suelo: | |
| | sistema de madera antideslizante |
| Capacidad de carga del suelo: | 500 kg/m ² piso inferior 350 kg/m ² piso superior |

| | |
|--------------------------------------|---|
| Diseño | |
| Cubiertas de techo: | blanco opaco blanco opaco y transparente |
| Lona del gablete: | blanca opaca con sistema de ventilación |
| Paneles laterales: | PVC aislante, 1,1 × 2,5 m Ral 1013, resistente al fuego B1 |
| Balcón/Terraza (opcional) | |
| Tamaño terraza: | módulos de 5 × 5 m |
| Tamaño balcón: | módulos de 5 × 5 m |
| Balcón cercado: | sí |
| Toldo | |
| Tamaño: | módulos de 5 × 5 m |
| Alero (columna central): | 5,1 m |
| Altura del lateral interior: | 4,9 m (with balcony) |
| Modo de sujeción: | clavija de sujeción de 30 × 1.100 mm |
| Paneles | |
| Paneles sandwich Emperor: | sí |
| Paneles de cristal (ahumado): | 1,1 × 2,5 m |

* Los valores indicados entre paréntesis corresponden a una versión de gablete de 15 m de anchura



UNA ALIANZA DE CAMPEONES

Uno de los torneos de golf con mayor tradición

El pasado mes de agosto, la región holandesa de Zandvoort volvió a vestirse de gala, y, en el Kennemer Golf & Country Club, el continuo ir y venir de los golfistas más famosos del mundo era señal inequívoca de que se acercaba la fecha del KLM Dutch Open.

En esta ocasión se celebraba la 87ª edición del campeonato, inaugurado en 1912. Sólo cuatro torneos internacionales de golf acreditan una mayor antigüedad que el "Dutch Open": el British Open (1860), el French Open (1906), el Belgian Open (1910) y el German Open (1911).

En sus inicios, el torneo se disputaba a 36 hoyos, y no fue hasta 1933 cuando se dobló el número a 72. Para los no entendidos en golf, el número estándar de hoyos es de 18. Por tanto, cuando se habla de un campeonato de 72 hoyos, se entiende que el torneo se disputa durante cuatro días. Este es el formato habitual de los principales campeonatos actuales.

Entre los vencedores de las 87 ediciones anteriores hay que recordar a George Pannell, que ganó el primer Dutch Open. Otro de los grandes nombres en la historia del golf es Flory van Donck, ganador del torneo en cinco ocasiones: en 1936, 1937, 1946, 1951 y 1953. En 1976, fue el

español Severiano Ballesteros quien ganó su primer torneo precisamente en Zandvoort, a los 19 años, convirtiéndose en el campeón más joven del Dutch Open. Ballesteros volvió a alzarse con la victoria en 1980 y 1986, respectivamente. Otros tricampeones fueron Aubrey Boomer, con tres títulos consecutivos entre 1924 y 1926 y Bernhard Langer, vencedor del Dutch Open en 1984, 1992 y 2001.

Por su parte, el alemán Tobias Dier logró una hazaña insólita en el 2002, superando el récord del campo tres veces sucesivas durante las tres primeras vueltas, lo que le valió la obtención del título con una puntuación récord. En 2003, Maarten Lafeber se convertía en el primer holandés que ganaba el Dutch Open desde 1947. En 2006, el ganador del torneo fue el inglés Simon Dyson.

Para De Boer ha sido un gran honor contribuir al éxito de este importante torneo de golf y esta relación tan especial entre De Boer y THIS IS GOLF – organizador del torneo – hace que ambos se sientan inmensamente orgullosos.



“El golf es como una relación amorosa: si no te la tomas en serio, no tiene gracia; pero tómatela en serio y te romperá el corazón.” Arnold Daly



www.klmopen.nl



“Por un golpe malo no me enfado, pero lo que no soporto es dar un golpe tonto. A veces es difícil explicar la diferencia.” Jack Nicklaus

ELEGANCIA EN EL CAMPO DE GOLF

El Emperador deslumbra con su majestuosa presencia

Holanda dio la bienvenida al “Emperor”, que fue recibido con todos los honores con motivo del KLM Dutch Open 2006. Esta nueva carpa VIP de cualidades superlativas celebró su estreno oficial en el Mundial de Fútbol 2006 FIFA en Alemania (ver páginas 10 ff.).

Con una superficie de nada menos que de 1.400m², los tres patrocinadores principales del torneo – la empresa de servicios financieros Fortis, la consultoría KPMG y, cómo no KLM, patrocinador principal – disponían de un amplio espacio que ofrecer a sus invitados. La ubicación del Emperor en medio del campo de golf no podía ser más espectacular. Desde la terraza, que ocupaba toda la zona frontal de la planta superior de la carpa, los invitados podían disfrutar de una magnífica panorámica de los hoyos 15 y 18.

Pero también su interior ofrecía unas impresionantes vistas: los paneles transparentes que lo rodeaban y una planta superior semejante a una galería transformaron al Emperor en un soleado atrio. Con una acertada combinación de aluminio, madera y cristal se logró transformar una carpa en

un auténtico lounge, y el Emperor en un exclusivo club móvil que hizo las delicias de los aficionados al golf allí presentes. Niels Markensteijn, del comité organizador THIS IS GOLF, comentaba: “La estructura Emperor, erigida sobre el terreno de juego, transmitía a los visitantes, invitados, periodistas y jugadores la sensación de estar presenciando uno de los acontecimientos deportivos más importantes de los Países Bajos.”

¿Qué más ofrecía De Boer? Dos salas Jumbo y un pequeño poblado de carpas con un total de 4.000m² accesibles al público en general. A todo esto se añadía una estructura de dos pisos con una variada oferta gastronómica en la planta baja y un restaurante elegantemente decorado en la planta superior.

Todo ello constituía, en definitiva, el escenario perfecto para un torneo deportivo de la máxima categoría y resaltaba, además, la importancia del evento sin eclipsar a sus verdaderos protagonistas. ¡Desde aquí enviamos nuestra más sincera enhorabuena a Simon Dyson, ganador del Dutch Open de este año!





LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE ORIENTE

¡Más altura, más velocidad, más Asia!

“Los juegos de tu vida”; el eslogan de la 15ª edición de los Juegos Asiáticos no dejaba lugar a dudas. Una serie ininterrumpida de récords, que comenzó con la fase de planificación, siguiendo con las de implementación y presentación, y culminando con la sensacional hospitalidad de la que hicieron gala los 777.000 habitantes de Qatar. Sin olvidar, por supuesto, a los atletas que convirtieron los Juegos Olímpicos asiáticos en un vibrante festival gracias a su extraordinaria actuación. Des-

de el 1 hasta el 15 de diciembre, Doha, capital de Qatar, ofreció un magnífico espectáculo deportivo del más alto nivel.

10.000 atletas compitieron en 46 disciplinas diferentes, la mayoría de ellas desconocidas por el amplio público europeo. ¿O alguna vez han oído hablar del Wushu, Kabaddi o Sepak Takraw? Este último se juega con una pequeña pelota de plástico en un campo parecido al de voleibol y resulta espectacular, ya que los movi-

mientos que se ejecutan son sumamente rápidos y a veces incluso artísticos. Un detalle importante es que en esta modalidad está permitido usar todas las partes del cuerpo, excepto las manos. El Sepak Takraw es, por cierto, deporte nacional en Filipinas.

www.doha-2006.com

ABIERTO LAS 24 HORAS

Uno de los mayores desafíos en la historia de De Boer



25.000 m² de alojamiento, equipos de la más alta tecnología, servicio las 24 horas del día ... Lo que De Boer puso en pie en la capital de Qatar excedía con mucho las actividades normales de un proveedor de estructuras temporales. Ya desde el principio, tanto las condiciones del evento como la necesidad de una calidad superior, dejaron claro que el proyecto de los juegos asiáticos iba a suponer un inmenso desafío.

Una de las tareas más complejas del proyecto fue la de la construcción de la Villa Olímpica que, debido a las circunstancias, debía tener un carácter temporal. Ello requería una gran experiencia en cuestiones logísticas y un profundo conocimiento de los aspectos teóricos que preceden a la construcción de este tipo de estructuras tales como análisis del terreno y del subsuelo, la infraestructura, la superficie edificable y la superficie adicional necesaria para la construcción. Además de la planificación de material y personal, el calendario previsto, las temperaturas, los deseos especiales de los clientes, las particularidades culturales y toda una serie de factores añadidos que pueden derivar en riesgos imprevisibles si no se toman en consideración a su debido tiempo. Pero eso no es todo:



Soluciones a la medida en 2,5 hectáreas

Durante dos semanas, todo Oriente – un mercado sumamente atractivo desde el punto de vista económico – tuvo la vista puesta en Doha. Era imprescindible, por tanto, disponer de un gran centro de prensa con capacidad para miles de periodistas y apto para funcionar las 24 horas del día. Dicho centro debía contar además con todo el equipamiento necesario como conexión a Internet, teléfono y fax. Por si fuera poco, el mayor restaurante jamás visto en Qatar, con especialidades de cuatro cocinas internacionales diferentes, atendió simultáneamente y sin interrupción a alrededor de 4.000 atletas, periodistas y asistentes.

Tras un periodo de construcción de varios meses, De Boer presentó – puntualmente para la inauguración de los Juegos – un Millennium Dome de 3.000 m², tres estructuras Delta de gran tamaño y otra más pequeña, dos salas Jumbo, una Alu Hall, un Atrium y tres Chalet; todos ellos con un acabado impecable: suelo enmoquetado, mobiliario, sanitarios, agua y electricidad, cocina, aire acondicionado, pantallas de plasma y decoración, además de una sección internacional. De Boer coordinó todo el equipamiento interior de las estructuras con empresas de renombre universal como PKL, líder mundial de cocinas temporales.

Pero el trabajo no concluyó, ni mucho menos, con el inicio de la competición. Durante los Juegos, un equipo completo de responsables de proyecto locales se encargó de trabajar sin descanso con el fin de coordinar las actividades que tenían lugar en el recinto de 2,5 ha. De Boer asumió además la función de asesorar al comité organizador en todas las cuestiones relacionadas con las estructuras temporales durante los Juegos. De este modo, prestando todos estos servicios adicionales, De Boer volvió a dejar el pabellón muy alto, acreditando una competencia y un saber hacer que le han reportado una excelente reputación a lo largo y ancho del globo.

LA HISTORIA DE TESCO

De sus orígenes humildes, al N° 1 en Gran Bretaña

Tesco PLC, líder indiscutible del sector de la alimentación en el Reino Unido, ha ido diversificando sus áreas de negocio con el tiempo y hoy en día está presente en mercados como el de las telecomunicaciones o la banca. Tanto en sus 1.800 establecimientos como en su tienda virtual, los compradores británicos pueden encontrar todos los artículos necesarios para la vida diaria. Aunque con el tiempo ha adquirido un indudable renombre internacional – ocupa el cuarto lugar entre las mayores empresas minoristas del mun-

do – Tesco todavía genera el 80% de su facturación en el Reino Unido. Todo comenzó en 1919, cuando Jack Cohen fundó en Londres la primera tienda Tesco, dedicada a la venta de excedentes de producción. Diez años más tarde abrió sus puertas la primera filial. En 1961, el establecimiento Tesco en Leicester hacía su entrada oficial en el Libro Guinness de los Récords como la mayor tienda de Europa dedicada al consumidor final. Sus actividades en las más diversas ramas – desde los mercados petrolero y financie-

ro, pasando por los libros hasta la telefonía móvil y el comercio online – así como su política de expansión en toda Europa han propiciado el imparable ascenso de Tesco, una empresa que actualmente da empleo a más de 450.000 personas en todo el mundo.





UNA SIMBIOSIS PERFECTA

Un proyecto a gran escala para un minorista a gran escala

Con una estrategia que apuesta por el crecimiento continuo – lo que implica la remodelación de una gran parte de sus establecimientos comerciales – el grupo industrial Tesco afrontó el reto de desarrollar sus actividades empresariales sin interrumpir el funcionamiento normal de las ventas.

En el marco de este extenso programa de renovación llevado a cabo por Tesco, De Boer asumió el desafío de construir a lo largo y ancho de Gran Bretaña un gran número de supermercados temporales, que en algunos casos alcanzaban una superficie de más de 2.800 m².

Para este proyecto, resultó decisiva la amplísima gama de posibilidades para instalaciones provisionales que ofrece De Boer, una empresa conocida sobre todo por sus estructuras temporales, pero que también disfruta de un amplio reconocimiento por sus soluciones de alojamiento semi-permanente, como almacenes u oficinas.

Inicialmente, Tesco solicitó a De Boer la construcción de supermercados tempo-

rales en varios de sus emplazamientos clave como Gatwick (West Sussex), Beckton (East London) y Banbury (Oxfordshire).

Se trataba en todos estos casos de grandes supermercados 'Tesco Extra' que se vieron obligados a cerrar temporalmente algunas de sus dependencias mientras se realizaban las obras de re-acondicionamiento.

Una de las frases favoritas de De Boer es “sin complicaciones”

Como señala Robert Álvarez, representante de De Boer, proveer supermercados temporales ha sido todo un reto para De Boer. “Las modificaciones que habíamos introducido previamente en nuestro sistema Delta nos han permitido adaptar óptimamente este concepto a los requerimientos específicos de estos proyectos.” Hasta ahora, Tesco recurría a los tradicio-

nales entoldados de techo en forma de pico como solución provisional, pero finalmente desistió por problemas de aislamiento térmico; resultaban muy fríos en invierno y muy calurosos en verano. No menos determinante resultó la asombrosa rapidez con que De Boer edificó las instalaciones temporales, tardando una media de seis días en erigir supermercados de entre 1.300 y 3.000 m².

Los trabajos de construcción se llevaron a cabo en paralelo a la actividad normal del supermercado, actividad que no cesó hasta que las instalaciones provisionales estuvieron listas para el funcionamiento. Fue precisa, por tanto, una minuciosa planificación por parte de De Boer a fin de reducir al mínimo las posibles molestias ocasionadas a los clientes.

www.tesco.com

CONSÉRVESE EN LUGAR FRÍO Y SECO

Toneladas de acero en busca de alojamiento

Almacenar acero inoxidable al aire libre no debería ser ningún problema. O al menos eso es lo que uno se imagina ... Precisamente en Escandinavia, el clima no es el más propicio para que el acero se oxide, si bien nunca puede descartarse del todo que se produzcan otros daños o se hagan notar los efectos de la corrosión. “Nuestra ejemplar garantía de calidad tiene que ser aplicable a cada una de las fases que nuestro acero debe superar antes de llegar al cliente”, afirma Sven Appel, responsable de producto de Outokumpu, resumiendo la nueva política de calidad de la empresa. “El producto entregado debe estar, sencillamente, en perfectas condiciones.”

Outokumpu es uno de los mayores proveedores de acero del mundo. La empresa se ha fijado como meta para los próximos años situarse al frente del mercado mundial. Esta es la razón por la que la filial sueca, con sede en Avesta, necesitaba un almacén que permitiera cargar directamente el acero para su expedición. Cuando se tomó la decisión de poner techo a un área

de 4.100 m² los responsables del proyecto se enfrentaban a algo más que a un simple desafío. En primer lugar, Outokumpu siempre se ha distinguido por sus plazos de entrega extremadamente cortos, algo que no siempre se puede dar por sentado en esta industria. Por tanto, era de vital importancia disponer de un almacén capaz de funcionar sin interrupción. En segundo lugar, tenía que construirse en el menor tiempo posible, ya que unas obras a largo plazo no sólo hubieran resultado muy costosas, sino que además le hubieran robado mucho espacio útil al almacenamiento. Y, por último, Outokumpu suministra – a través de sus diferentes filiales – a la industria automovilística de todo el mundo, con tiempos de producción record de hasta 28 lotes al día isólo en Avesta! Ante estas circunstancias, no cabe duda de que la clave del éxito global de esta compañía finlandesa radica en una organización altamente eficiente.

La inversión realizada para mejorar la calidad de Avesta asciende a 100 millones de coronas suecas (unos 11 millones de euros). Dinero bien empleado, como ase-



guran muchos suecos: por su tamaño, la empresa no sólo tiene una enorme importancia para toda la región, sino que, en calidad de proveedor de acero inoxidable a gran escala, Outokumpu juega también un papel muy destacado en el mercado laboral de Suecia en general. Con esta inversión, la empresa ratifica su apuesta a largo plazo por su emplazamiento en esta





región. “A largo plazo” fue también uno de los conceptos dominantes en las estructuras construidas por De Boer: dos carpas All-Weather con una vida útil prevista de 20 años.

Casi media hectárea de superficie de almacenamiento

La solución diseñada por De Boer Escandinavia consistía en dos estructuras – de 40 x 80 m y 30 x 30 m, respectivamente – unidas por un pequeño pasillo que hacía a su vez de barrera de seguridad. A un lado se instaló una gran nave de almacenaje y al otro, una zona de carga abierta a ambos lados para facilitar la entrada de camiones y carretillas elevadoras. De este modo se garantizaba que las operaciones de carga se pudieran llevar a cabo siempre en un ambiente seco. Por otro lado, las ventajas de las que disfruta el acero se han extendido también a los empleados, que trabajan ahora resguardados del viento y de las inclemencias del duro invierno sueco.

Tras la inauguración, celebrada por todo lo alto en septiembre de 2006, las naves han cumplido su promesa a la perfección durante éste su primer invierno.



www.avesta.se
www.outokumpu.com

CIFRAS Y DATOS

Habitantes de la región de Avesta: aprox. 22.000
Empleados de Outokumpu en Avesta: cerca de 1.000
Empleados de Outokumpu en todo el mundo: aprox. 9.000
Continentes en los que Outokumpu está presente: 5

Anchura posible de la carpa All-Weather: 20 m, 25 m, 30 m, 40 m
Altura posible de los laterales: de 3 a 8 m
Material de la cubierta: tarpaulina de poliéster con revestimiento de PVC
Peso de la superficie de cubierta: 390–560 g/m²



¡LISTOS PARA DESPEGAR!

La mayor feria aeronáutica del mundo

Cada dos años, Farnborough, situado en Hampshire, conocida como la cuna de la aviación británica, se transforma durante una semana en el epicentro del universo aeronáutico. Mientras en las alturas tienen lugar espectaculares exhibiciones aéreas, en tierra firme se presentan los últimos avances en tecnología aeroespacial en el marco del Farnborough Airshow, la mayor feria aeronáutica del planeta.

En su edición de 2006, el espectáculo aéreo de Farnborough contabilizó más de 130.000 visitantes, más del doble de la población habitual de esta ciudad. Con un total de casi 1.500 expositores y más de 100 aviones expuestos al público – aparte de los que participaban diariamente en las exhibiciones aéreas – el certamen ofrecía información y entretenimiento a partes

iguales. Tampoco faltó a la cita el primer ministro británico, Tony Blair, que se unió a los miles de espectadores allí presentes para disfrutar del evento.

La feria de Farnborough es uno de los certámenes más importantes del mundo desde el punto de vista comercial, ya que es en este escenario donde se firman muchos de los grandes acuerdos y transacciones del sector aeroespacial a nivel internacional. En el año 2006, la 45ª edición de la feria congregó a expositores de 35 países y generó un volumen de negocios de más de 40.000 millones de dólares.

En un acontecimiento de tal magnitud no podían faltar las estructuras temporales de De Boer, que se encargaron de poner el marco adecuado a la exhibición.



www.farnborough.com

CREAR UNA CIUDAD EN UNAS SEMANAS

De Boer en el espectáculo aéreo internacional de Farnborough

Farnborough International Ltd y De Boer acaban de firmar un acuerdo para proseguir su fructífera cooperación hasta, al menos, el año 2012. Así pues, no cabe duda de que el festival aéreo internacional de Farnborough se consolida como una de las citas más destacadas en la agenda de De Boer.

Nos encontramos ante una de esas afortunadas historias que otorgan prestigio y esplendor al currículo de cualquier empresa: De Boer proporciona, desde hace diez años, alojamiento temporal a la feria aeronáutica de Farnborough, lo que constituye una muestra de la profunda confianza que une a ambas partes. Y que alcanza, además, unas cotas de implicación cada vez mayores, como demuestran de forma elocuente las cifras: en más de 200 camiones articulados, con un peso total de más de 3.600t, De Boer transportó los equipos necesarios para construir cinco grandes pabellones de exposición, un kilómetro de pequeñas carpas del modelo Chalet y más de 90.000m² de espacio



techado. En suma, una superficie equivalente a treinta veces el Royal Albert Hall de Londres. Estas gigantescas instalaciones incluían en el 2006, además, dos hangares para uso temporal creados a partir de la estructura Delta, todo un prodigio de versatilidad. Con sus nueve metros de altura, cada uno de estos impresionantes hangares ofrecía un espacio de 750m² y 900m² respectivamente, y fueron utilizados para albergar aviones de gran tamaño.

El trabajo realizado por De Boer resulta tanto más asombroso por la extraordinaria rapidez con que se llevó a cabo: la "ciudad" completa quedó concluida en tan sólo

17 semanas. En esta ocasión, De Boer volvió a batir un récord, creando el mayor recinto temporal de exposición de todos los tiempos. "El espectáculo internacional aeronáutico de Farnborough es el mayor proyecto individual que hemos acometido en la historia de nuestra empresa", resalta Peter Spruce, máximo responsable de De Boer en el Reino Unido. "Es para nosotros un gran honor seguir formando parte de este importante acontecimiento y nos llena de orgullo y alegría que se haya asegurado nuestra presencia en él al menos hasta el año 2012."

El peso total de los equipos de De Boer ascendía a más de 3.600 toneladas



GRANDES PROYECTOS NOS ESPERAN

Nuevos desafíos a la vuelta de la esquina

Aunque el nuevo año avanza implacable ya estamos plenamente dedicados a la planificación de los meses venideros. ¿Qué interesantes eventos nos esperan? No les vamos a desvelar todos los detalles, ya que queremos reservar alguna sorpresa para la próxima Coverstory. Pero sí que nos gustaría ofrecerles, al final del presente número, un pequeño anticipo de los principales acontecimientos que se avecinan.

Esperamos que esta última edición de Cover Story haya sido de su agrado y nos gustaría poder seguir contado con ustedes a lo largo del 2007. Esperamos que disfrute con este pequeño avance de nuestros futuros proyectos.

MOTO GP | España, Países Bajos y Reino Unido | Marzo/Noviembre 2007



España será de nuevo el país mejor representado en el campeonato del mundo de motociclismo, en el que contará con las habituales tres carreras en los circuitos de Jerez, Montmeló y Cheste donde los pilotos Valentino Rossi y Daniel Pedrosa serán de nuevo las figuras estrella. En cada uno de estos emplazamientos, además de en Assen (Países Bajos) y Donington Park (UK) De Boer España será la encargada de construir una estructura Delta de 10 x 20 m y altura máxima de 6 m destinada a albergar la tienda de merchandising.

www.motogp.com
www.precisport.es

CAMPEONATO INTERNACIONAL DE PADEL | Barcelona | Del 14 al 20 de mayo 2007

De Boer España patrocinará el 9º Campeonato Internacional de Padel de Cataluña que tendrá lugar en el Real Club de Polo de Barcelona. No es la primera vez que De Boer patrocina un evento deportivo en el prestigioso Real Club de Polo, donde instalará en esta ocasión una serie de estructuras VIP ideadas para los asistentes al torneo, en el que participarán varios campeones del mundo como Juan Martín Díaz o Fernando Belasteguín.

www.rcpolo.com



INTERNATIONAL FILM FESTIVAL | Ibiza y Formentera | Del 29 de mayo al 07 de junio 2007

Esta primera edición del Festival Internacional de Cine de Ibiza, que coincide con el final del festival de Cannes y con el inicio de la temporada turística, reunirá a famosos de todo el mundo como David Suchet o Ronnie Taylor. De Boer, patrocinador oficial del evento, erigirá varias de sus estructuras para celebrar after parties y albergar diversos puntos de información, así como una sala de prensa en estas paradisíacas islas.

www.ibizaiff.org





 "JOHNNIE WALKER CHAMPIONSHIP" | Auchterarder | Del 30 de agosto al 2 de septiembre 2007



En 2006, De Boer tuvo el placer de trabajar con el organizador de eventos Paragon Sports Management. En 2007 prestaremos nuestra contribución al torneo de golf con diversas carpas para albergar a los invitados así como un centro de prensa. Por sus particularidades topográficas, alzar una estructura temporal en este prestigioso campo de golf es todo un reto sólo apto para auténticos profesionales.

www.johnniewalkerchampionship.com

 KLM OPEN | Zandvoort | Del 23 al 26 de agosto 2007



El 88° KLM Open, el principal torneo de golf de Holanda, volverá a estar organizado por el equipo de profesionales de "This is Golf". Aún guardamos el grato recuerdo de la magnífica cooperación mantenida durante la pasada edición (pág. 14), y nos complace volver a unir fuerzas en un siempre agradable trabajo en equipo.

www.klmopen.nl

 VOLVO MASTERS | Valderrama | Del 1 al 4 de noviembre 2007

De Boer será la encargada de construir 5.000m² de estructuras temporales entre restaurantes, áreas de hospitalidad y centros de prensa para este acreditado torneo de golf, considerado como uno de los más duros por los jugadores profesionales. El Club de golf de Valderrama es el mejor campo que existe en Europa continental y acoge desde hace 18 años a algunos de los mayores nombres del golf como Nick Faldo, Colin Montgomerie, Severiano Ballesteros o el antiguo número 1 del mundo, Vijay Singh.

www.volvomasters.com





COVERSTORY

es la guía internacional de eventos de De Boer

EDITA:

De Boer España
Paseo de Gracia 81, 3º 2ª
08008 Barcelona
España

Tel.: +34 93 4815252
Fax: +34 93 4815250
E-Mail: alquiler@deboer.com
Web: www.deboer.com

TIRADA:

13.700 ejemplares
Prohibida la reimpresión total o parcial

**CONCEPCIÓN | DISEÑO GRÁFICO |
REALIZACIÓN TÉCNICA**

JACQUES D.™ – Gesellschaft für
visuelle Kommunikation m.b.H.
Schmiedeweg 8
45731 Waltrop
Alemania

Tel.: +49 2309 9605-0
Fax: +49 2309 77229
E-Mail: coverstory@jacques-d.de

ALEMANIA

De Boer GmbH
Internationaler Zeltverleih
Liebigstraße 2
45663 Recklinghausen
Alemania

Tel.: +49 2361 3008 0
Fax: +49 2361 3008 25
E-Mail: vermietung@deboer.com

AUSTRIA

Oficina Salzburg
Zeltverleih De Boer GmbH
Reichenhaller Straße 10b
5020 Salzburg
Austria

Tel.: +43 662 848899
Fax: +43 662 842581

Oficina Vienna
Zeltverleih De Boer GmbH
Am Fischhof 3
1010 Wien
Austria

Tel.: +43 1 740405 778
Fax: +43 1 740405 779

E-Mail: vermietung.at@deboer.com

BÉLGICA

De Boer Tenten NV
Industrieterrein Kanaal Noord 1303
P.O. Box 25
3960 Bree
Bélgica

Tel.: +32 89 4726 26
Fax: +32 89 4726 31
E-Mail: sales.be@deboer.com

CHINA

De Boer BUCIE – China Partnership
No. 5 Building, The Third Section, Anyuandongli
Chaoyang District
100029 Beijing
China

E-Mail: dbzh@sohu.com

ESPAÑA

Oficina principal Barcelona
De Boer España
Paseo de Gracia 81, 3º 2ª
08008 Barcelona
España

Tel.: +34 93 4815252
Fax: +34 93 4815250

Oficina Madrid
De Boer España
Velázquez 94, 1º
28006 Madrid
España

Tel.: +34 91 7818796
Fax: +34 91 7817020

E-Mail: alquiler@deboer.com

ESCANDINAVIA

De Boer Scandinavia AB
Kaserngården 4
791 40 Falun
Escandinavia

Tel.: +46 23 66153 60
Fax: +46 23 66153 11
E-Mail: sales.se@deboer.com

ESTADOS UNIDOS

De Boer Vinings / Proteus
Proteus On-Demand Facilities, LLC:
6727 Oak Ridge Commerce Way SW
Austell, GA 30168
Estados Unidos

Tel.: +1 877-5DE-BOER
+1 877-533-2637
Fax: +1 770.333.1886
E-Mail: info@deboervinings.com
Web: www.deboervinings.com

FRANCIA

De Boer France SAS
Centre d'Affaire Chanzy
rue Chanzy 50
28000 Chartres
Francia

Tel.: +33 237 282829
Fax: +33 237 308850
E-Mail: france@deboer.com

INTERNACIONAL

De Boer International B.V.
Laanenderweg 11, 1812 PW Alkmaar
P.O. Box 446, 1800 AK Alkmaar
Países Bajos

Tel.: +31 72 750 1100
Fax: +31 72 750 1199
E-Mail: info@deboer.com

PAÍSES BAJOS

De Boer Tenten B.V.
Laanenderweg 11, 1812 PW Alkmaar
P.O. Box 446, 1800 AK Alkmaar
Países Bajos

Tel.: +31 72 540 0444
Fax: +31 72 540 0214
E-Mail: info@deboer.com

REINO UNIDO

De Boer Structures (UK) Limited
Castle Park
Boundary Road
Brackley
Northamptonshire NN13 7ES
Reino Unido

Tel.: +44 1280 846500
Fax: +44 1280 846501
E-Mail: sales.uk@deboer.com

SUIZA

De Boer Internationaler Zeltverleih AG
Thurgauerstrasse 40
Postfach 6463
8050 Zürich
Suiza

Tel.: +41 44 30735 10
Fax: +41 44 30735 11
E-Mail: vermietung.ch@deboer.com