

Amsterdam, 30 september 2010

### O is 4 Creating Effective Events verbindt merken door inzet van Fashion & Dance.

Vriesia, groothandel in drogisterij artikelen, bestaat dit jaar 100 jaar. Vanzelfsprekend moest het 100-jarig jubileum op bijzondere wijze worden gevierd.

Evenementenbureau [O is 4](#) organiseerde dit jubileum op een grootse manier bij Vriesia thuis in Alkmaar. Het jubileum werd gevierd met klanten, producenten en medewerkers. Bij een drogisterij draait het om de zintuigen. De zintuigen waren de rode draad van het gehele evenement. Alle zintuigen kon men op creatieve wijze ervaren.

Hoogtepunt van het jubileumfeest was een spetterende zintuigenfashionshow. Deze catwalkshow toonde heel bijzondere handgemaakte couture, waarin modellen de zintuigen uitbeeldden, gemaakt van verschillende producten van diverse leveranciers van Vriesia. De kostuums waren een combinatie van gevoel, producten, kwaliteit, humor en zintuigen. Deze show werd geproduceerd in samenwerking met [Speed Productions](#) uit Amsterdam. Het evenement was bijzonder door de betrokkenheid van de leveranciers. De merken kregen de gelegenheid een model te adopteren. Op deze wijze gaf Vriesia de merken uit de drogisterij een podium om in contact te treden met haar klanten. Behalve de zintuigen kregen de klanten van Vriesia diverse kennis workshops aangeboden.

Één week later vond de lancering van het sigarenmerk Café Crème Filters & Flavour in Dortmund plaats. Voor deze avond heeft het Deense bedrijf Scandinavian Tobacco Group haar relaties uitgenodigd in het 'Café Crème House', een omgebouwde locatie waar de genodigden kennis konden maken met de belevingswereld van Filter & Flavour & Friends.

Ook voor dit evenement heeft O is 4 samengewerkt met Mars Moonen van Speed Productions. Samen met Mars is er een dansshow gecreëerd op kubussen, waarbij het product gelanceerd en gepresenteerd werd in speciaal ontworpen jurken. Een unieke beleving van het Café Crème product door muziek, dans en vormgeving.

Door de combinatie van Fashion & Dance werd het publiek bij beide evenementen verrast en werd de merkbeleving een feit.

