



*Marcas de lujo en...*

# CASA DECOR

La exposición de interiorismo más exclusiva de Europa





# *Marcas de lujo en Casa Decor*

## ÍNDICE

### I. UN ESCAPARATE ÚNICO Y DIFERENTE

- 1. Entorno exclusivo ..... 3
- 2. Experiencia sensorial ..... 4
- 3. Lujo, moda y decoración ..... 5

### II. MÚLTIPLES FÓRMULAS DE PRESENTAR PRODUCTO

- 1. Libertad creativa ..... 6
- 2. Presencia de marca ..... 7
- 3. Talleres ..... 8

### III. PLATAFORMA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

- 1. Contacto directo ..... 9
- 2. Perfil del visitante ..... 10
- 3. Sinergias y networking ..... 11
- 4. Mucho más que decoración ..... 12
- 5. Generamos noticias ..... 13

### IV. FORMAS DE PARTICIPACIÓN

- 1. Modalidades ..... 14
- 2. Espacio Promocional ..... 15
- 3. Product Placement ..... 16
- 4. Talleres ..... 17
- 5. Algunas marcas participantes ..... 18

*1. Un escaparate único y diferente*

1.1

## UN ENTORNO EXCLUSIVO



Madrid 2017. Product Placement de velas y aromas Ladenac by Vila Hermanos.

**CASA  
DECOR**

Oportunidad única de **exponer productos de lujo, moda y belleza** en espacios reales **dentro de un entorno de vanguardia** y de la mano de los más destacados profesionales del momento.





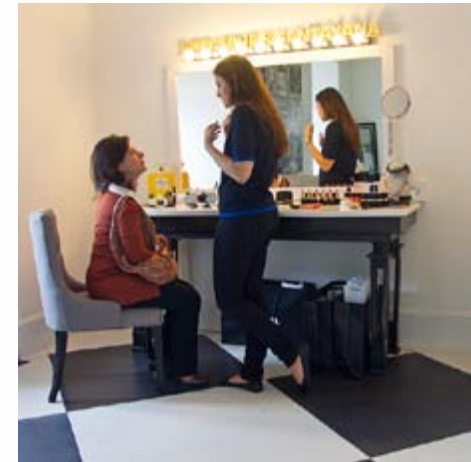
**1.2**

## EXPERIENCIA SENSORIAL



Durante el recorrido por la Exposición, el visitante se acerca al producto de manera sensorial. Los **perfumes**, las líneas de **cosmética** y los **artículos de lujo** son elementos que completan los espacios y que influyen en la experiencia emocional del visitante.

**CASA  
DECOR**



## LUJO, MODA Y DECORACIÓN



Madrid 2015. Espacio decorado por Inmaculada Recio.

La relación entre **el lujo, la moda y la decoración** se estrecha cada día más: tendencias, estética y estilo de vida son comunes a estas disciplinas, vinculadas entre sí por firmas y diseñadores que se desenvuelven en los tres sectores.

Las **prendas y los artículos de lujo** encuentran en Casa Decor un contexto natural y refinado para ser expuestas en espacios decorados de altísimo nivel estético.



Madrid 2015. Olga López de Vera y Covadonga Rodríguez Quintana.



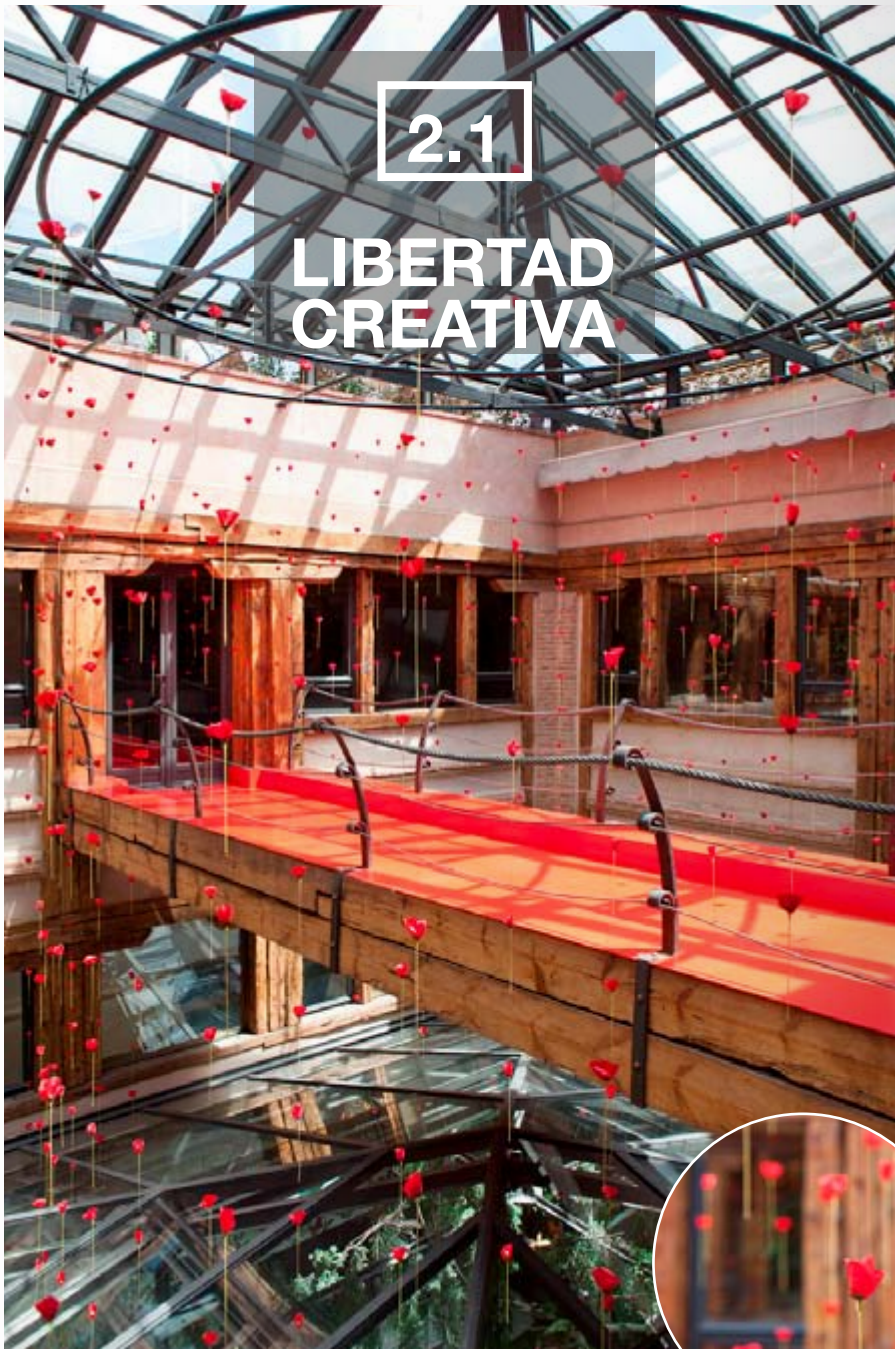
Madrid 2016. Miriam Alía.



## II. Múltiples fórmulas de presentar producto

2.1

### LIBERTAD CREATIVA



Madrid 2015. Espacio Kenzo.

CASA  
DECOR

Las firmas participantes pueden tener su propio espacio, realizando una **puesta en escena** donde el producto adquiere gran espectacularidad. Casa Decor ofrece la posibilidad de crear ambientes de lujo y tendencia con **total libertad** creativa.





## II. Múltiples fórmulas de presentar producto

2.2

### PRESENCIA DE MARCA



Diferentes formas de introducir el producto dentro de la decoración de diferentes firmas: Jo Malone, Armani Cosmetics, Hamilton y Chanel.

CASA  
DECOR



Los productos de lujo pueden estar presentes de múltiples formas, integrados de forma **elegante y sutil** en los espacios decorados.

2.3

## TALLERES



CASA  
DECOR



Una de las acciones **más efectivas** para las firmas de perfumes y cosmética dentro de Casa Decor son los **talleres**, para 8-10 personas, en sesiones de dos horas. Se pueden organizar en cualquier espacio de Casa Decor que reúna los requisitos necesarios y previo acuerdo con el decorador responsable del espacio.



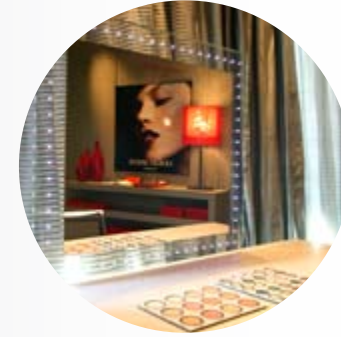
### III. Plataforma de Marketing y Comunicación

3.1

## CONTACTO DIRECTO



CASA  
DECOR



Durante 5 semanas, la empresa expositora tiene la oportunidad de **explicar, de primera mano**, los beneficios y cualidades del producto a posibles clientes, profesionales del sector, medios de comunicación y prescriptores.

Alrededor de **42.000 personas** visitan Casa Decor en cada edición.  
(ver perfil del visitante en la siguiente página)

3.2

## PERFIL DEL VISITANTE



CASA  
DECOR

### edad

De 30 a 40 años

34%

De 40 a 50 años

25%

50 - 60 años

19%

20 - 30

14%

### sexo

68%

Mujeres



32%

Hombres



### clase social

44%

Clase media-alta

36%

Clase alta

20%

Clase media

### profesión

48%

Profesionales de la decoración

52%

Otros

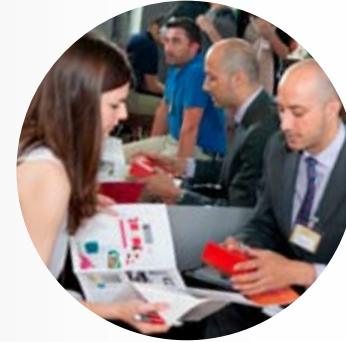


3.3

## SINERGIAS Y NETWORKING



CASA  
DECOR



Casa Decor es el mejor medio para establecer **relaciones comerciales entre firmas y profesionales** del sector.

Durante la Exposición, el networking es continuo a través de los **múltiples eventos** que se organizan: lanzamientos y presentaciones de producto, ruedas de prensa, conferencias, charlas, etc.

3.4

MUCHO  
MÁS QUE  
DECORACIÓN



CASA  
DECOR

La Exposición se convierte en el epicentro de la vida social, cultural y profesional de la capital, gracias a su **intensa actividad** que incluye eventos de diversa naturaleza.

---

*Premios de Interiorismo Casa Decor*

---

*Charlas y conferencias en el auditorio*

---

*Comidas y cenas en el restaurante*

---

*Visitas guiadas*

---

*Talleres y catas*

---

*Actuaciones*

---





**CASA  
DECOR**

Casa Decor es una **plataforma de comunicación** exclusiva, mediática, con prestigio y gran credibilidad en el sector del interiorismo.

*Newsletters semanales*

---

*500 periodistas acreditados*

---

*Dossieres y Notas de Prensa*

---

*Dinamización en redes sociales*

---

*Catálogo & Magazine a la venta*

---

*Más de 1.000 noticias on y offline*

---

*Material promocional en el Mural de Expositores*

---

*Guía de la Exposición gratuita para los visitantes*

---

**4.1**

**MODALIDADES**

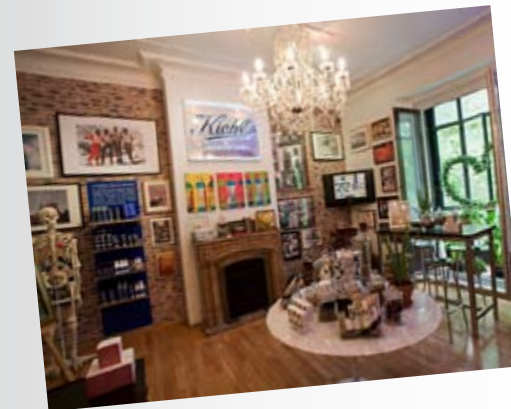


Madrid 2011. Espacio promocional Chanel N°5. Carral y Asociados



Madrid 2005. Espacio Promocional Armani Cosmetics. María Jesús López y María del Carmen Blanco.

La empresa puede elegir entre dos modalidades de participación: contratando un **Espacio Promocional propio**; o dando visibilidad a su producto en otros espacios a través de la fórmula de **Product Placement**. Además, también existe la modalidad de realizar **talleres** para grupos reducidos.





## 4.2 ESPACIO PROMOCIONAL

### Presencia en la Exposición

---

- Espacio Promocional propio de tipo **A+, A, B, C o D**, diseñado por un profesional para promocionar la imagen de marca.
- Presencia de producto en otros espacios decorados de la Casa, con las correspondientes menciones en las carteles y en el Catálogo: **A+, A y B: 3 | C y D: 2** espacios.
- Presencia del logo de la firma en el espacio (max. DIN A3 297 x 420mm).
- Facilidades de contacto directo con los interioristas para colocar productos en los espacios decorados.
- Presencia de documentación comercial en la Sala de Muestra de Obra y en el Mural de Expositores durante la Exposición.
- Posibilidad de presentar el producto en las reuniones de empresas e interioristas participantes, durante la obra.

### Comunicación

---

- 1 página impar de publicidad en el Catálogo.
- Reportaje editorial sobre el espacio decorado en el Catálogo: **A+, A y B: 3 | C y D: 2** páginas.
- Nota de prensa en el Catálogo.
- Presencia en la web con su logotipo y fotos del espacio.
- Presencia en la Guía de la Exposición con logotipo.
- Menciones en RRSS, blog y newsletters de Casa Decor: **A+, A y B: 7 | C y D: 5** (durante cinco meses tras la firma del contrato).
- Presencia en el Directorio del Catálogo.
- Facilidades para contactar con medios de comunicación a través de ruedas de prensa, reportajes, entrevistas, etc.

### Otros beneficios

---

- **A+, A y B:** Uso gratuito del espacio del restaurante en 1 ocasión, + eventos con 40% de dto. **C y D:** 40% de dto. (Fuera de horario de la Exposición. Catering y organización no incluidos. Pax según aforo).
- Uso gratuito de un turno del auditorio en 1 ocasión, a lo largo de la Exposición (pax según aforo).
- Entradas promocionales con dto. de 5 € para envío e-mailing a sus contactos (realizadas por el cliente, con la aprobación de Casa Decor). **A+, A y B: 1.000 | C y D: 800.**
- 4 pases permanentes para la Exposición, personales e intransferibles.
- Invitaciones al acto de inauguración (sujetas a confirmación de aforo).
- Entradas de cortesía, no intercambiables (**A+, A y B: 100 | C y D: 80**).
- Entrega de 20 ejemplares gratuitos del Catálogo.
- 2 visitas guiadas durante la Exposición (máximo 12 y mínimo 8 pax). (**A+, A y B: 2 | C y D: 1**).

## 4.3

# PRODUCT PLACEMENT

**Presencia de producto** Modalidad de participación que consiste en la presencia de producto o conjunto de productos en espacios decorados.

## Presencia en la Exposición

- Presencia de producto/s de una misma marca, en uno o más espacios decorados, colocados con la colaboración de Casa Decor.
- Existen 4 tipos según la cantidad de espacios y visibilidad: **Premium:** 4 espacios (1 de ellos con visibilidad destacada) | **Extra:** Max. en 3 espacios | **Dúplex:** Max. en 2 espacios | **Único:** Sólo 1 espacio (modalidad no válida para productos de molduras, revestimientos y elementos de gran volumen).
- Mención en cartel del espacio en donde haya presencia de su producto: **Premium:** 3+1 | **Extra:** max. 3 | **Dúplex:** max. 2 | **Único:** 1.
- Facilidades para contactar con los interioristas para colocar productos en los espacios decorados.
- Presencia de documentación comercial en la Sala de Muestras de Obra y en el Mural de Expositores durante la Exposición.
- Posibilidad de presentar el producto en las reuniones de empresas e interioristas participantes, durante la obra.

## Comunicación

- Página de publicidad en el Catálogo según tarifa contratada: **Premium** y **Extra:** 1 página impar | **Dúplex:** 1 página par | **Único:** media página
- Nota de prensa en el Catálogo (según contenido editorial) excepto la modalidad Único.
- Reseña del producto destacado en el reportaje fotográfico del espacio en el Catálogo para tarifa **Premium**.
- Presencia en la web de Casa Decor con su logotipo.
- Presencia en la Guía de la Exposición con logotipo.
- Menciones en RRSS, blog y newsletters de Casa Decor: **Premium** y **Extra:** 5 | **Dúplex** y **Único:** 3 (durante cinco meses tras la firma del contrato).
- Presencia en el Directorio del Catálogo.
- Facilidades para contactar con medios de comunicación a través de ruedas de prensa, reportajes, entrevistas, etc.

## Otros beneficios

- Posibilidad de alquilar el espacio del restaurante, fuera del horario de la Exposición: **Premium, Extra y Dúplex:** 40% dto. | **Único:** 25% dto. (organización y catering a cargo del cliente. Pax según aforo)
- Uso de un turno del auditorio en 1 ocasión durante la Expo. **Premium y Extra:** gratuito | **Dúplex:** 40% dto. | (pax según aforo).
- Entradas promocionales con descuento de 5 € para e-mailing a sus contactos (realizadas por el cliente, con la aprobación de Casa Decor). **Premium, Extra y Dúplex:** 500 | **Único:** 250 entradas.
- 2 pases permanentes para la Exposición, personales e intransferibles.
- Invitaciones al acto de inauguración (sujetas a confirmación de aforo).
- Entradas de cortesía, no intercambiables. **Premium y Extra:** 60 | **Dúplex:** 40 | **Único:** 10.
- Entrega de ejemplares gratuitos del Catálogo. **Premium y Extra:** 20 | **Dúplex y Único:** 10.



## **4.4 TALLERES**

### **Presencia en la Exposición**

---

- Realización de talleres o catas de un máximo de 2 horas y para máximo 10 pax en el espacio decorado, acordado en diferentes modalidades:
  - 1 único taller** durante toda la Exposición.
  - 5 talleres** durante toda la Exposición.
  - 10 talleres** durante toda la Exposición.
- Presencia en el Mural de Expositores durante la Exposición, sólo para tarifa de 10 talleres.

### **Comunicación**

---

- 1 página de publicidad en el Catálogo, sólo para tarifa de **10 talleres** (con entrega dentro de plazo de producción).
- Nota de prensa en el Catálogo, sólo para tarifa de **10 talleres** (según contenido editorial, con entrega dentro del plazo de producción).
- Presencia en la web de Casa Decor con su logotipo, excepto taller único.
- Presencia en la Guía de la Exposición con su logotipo, excepto taller único.
- Mención editorial en la Guía de la Exposición en caso de eventos públicos, dentro de plazo de producción.
- Menciones en RRSS, blog y newsletters de Casa Decor en 3 ocasiones, durante cinco meses tras la firma del contrato. (excepto taller único).
- Facilidades para contactar con medios de comunicación a través de ruedas de prensa, reportajes, entrevistas, etc.

### **Otros beneficios**

---

- Entradas gratuitas para los asistentes a los talleres/catas.
- Alquiler del espacio del restaurante con 25% de descuento, fuera de horario de la Exposición (organización y catering a cargo del cliente. Pax según aforo), solo para la modalidad de **10 talleres**.
- Alquiler de un turno del auditorio con un 25% de descuento (pax según aforo), solo para la modalidad de **10 talleres**.
- Entradas promocionales con descuento de 5 € para envío e-mailing a sus contactos (realizadas por el cliente, con la aprobación de Casa Decor) **10 talleres:** 250 entradas | **5 talleres:** 150 entradas | **1 taller:** 50 entradas.
- 2 pases permanentes para la Exposición, personales e intransferibles, excepto taller/cata único.
- Invitaciones al acto de inauguración (sujetas a confirmación de aforo), excepto taller/cata único
- 10 entradas de cortesía, no intercambiables.
- Entrega de 5 ejemplares gratuitos del Catálogo.

## ALGUNAS MARCAS PARTICIPANTES



Casa Decor es una plataforma de **tendencias decorativas**, donde tienen amplia cabida las **marcas de lujo** —moda, cosmética, perfumes, joyas, relojes, etc.—. La alta decoración y el lujo están intrínsecamente unidos en los ambientes de Casa Decor.







# CASA DECOR

Más información en:  
[www.casadecor.es](http://www.casadecor.es)  
[info@casadecor.es](mailto:info@casadecor.es)  
Tel. +34 917 556 834

Press clippings en este enlace  
de **Dropbox**. Descárgate el  
**Catálogo & Magazine 2017**  
**Videos Madrid 2017** en el Canal  
Casa Decor

Síguenos en las redes:

