

GrandValira-Soldeu 2012, una oportunitat de projecció internacional



David Hidalgo i Vila, director de Serveis Corporatius i Unitats de Negoci de GrandValira-Ensisa



LA CURSA
L'Àvet, la pista ideal per a l'espectacle

LA CURSA
Programa: 11 & 12 febrer 2012

DIVENDRES 10. ENTRENAMENTS
10h Entrenaments

DISSABTE 11. ESLÀLOM GEGANT
10h30 Primera mànega GS i animacions al Trade Village
13h30 Segona mànega GS
15h00 Cerimònia entrega floral en pista
18h30 Cerimònia sorteig públic de dorsats al Palau de Gel

DIUMENGE 12. ESLÀLOM
09h45 Primera mànega SL
12h45 Segona mànega SL
14h00 Cerimònia entrega de premis en pista i cloenda

www.worldcupsoldeu.com

LA CURSA
Països participants

LA CURSA
Corredores Top 25 mundial

LA CURSA
Arribada

17 Càmeres en pista


LA CURSA
Arribada- graderies

*
1.000 Localitats
2.500 Espectadors



www.watitopadisa.com





LA CURSA
Arribada- públic



www.watitopadisa.com





LA CURSA
Vip Village



LA CURSA
Cerimònia de sorteig públic de dorsals



.2
MARKETING PAÍS
 Objectiu de comunicació
 Pla acció a Andorra

MARKETING
Objectiu general



REFORÇAR POSICIONAMENT D'ANDORRA COM A UN DELS REFERENTS MUNDIALS EN L'ESQUÍ ALPÍ

Objectiu de comunicació

ACTUAR PLA D'ACCIÓ GLOBAL

MARKETING
Manifest de campanya

país | **corredora**
 un somni | obsessió
 preparació | precisió
 uns mitjans | entrenament
repte | **Un camí**
 tècnic | valors | concentració
la meta

MARKETING
Primera fase campanya: impacte!
THE SKI SPIRIT

MARKETING
Segona fase campanya: implicació
el món ens mira!

MARKETING
Tercera fase: cartell



MARKETING
Pla de mitjans

Novembre 2011	Desembre 2011	Gener 2012	Febrer 2012
Campanya THE SKI SPIRIT - Mitjans ON-LINE + pla de mitjans partners / mercats			
MIX MEDIA TV	Gràfic promocional 2011 "EL MÓN ENS MIRA"	Gràfic promocional 2012 "EL MÓN ENS MIRA"	Agraïments
Campanya global just to remember "THE SKI SPIRIT" a través d'espots i cançons de promoció a TV.	Sensibilització i mitjans, mitjans associacions partners. Mitjans publicitataris + bus. Campanya promocional 2011 "EL MÓN ENS MIRA"	Smart marketing mitjans publicitataris i promoció. Promoció associada.	
1	2	3	
SORPRENDRE	IMPLICAR	INFORMAR	INFORMAR
www.worldcupotdeu.com			

.3
PROJECCIÓ INTERNACIONAL

PROJECCIÓ INTERNACIONAL
Trade Marketing
Peces comunicació de Grandvalira i d'Ski Andorra

108.550 Guies /catàleg
400.000 Planigrafies

www.worldcupotdeu.com

PROJECCIÓ INTERNACIONAL
Trade Marketing
Peces comunicació específiques de la Copa del Món

600 Dossiers de cursa
700 Cartells de cursa
Flyer de l'espectador...

www.worldcupotdeu.com



PROJECCIÓ INTERNACIONAL Presència de la marca Andorra

www.worldcupinfo.com

PROJECCIÓ INTERNACIONAL Presència de la marca Andorra

www.worldcupinfo.com



PROJECCIÓ INTERNACIONAL Relacions públiques

PRESENTACIONS INTERNACIONALS

ZURICH: Presentació de FIS a la ciutat suïssa.

SOLDA: Presentació de FIS a la ciutat italiana.

SPZ (FR): Presentació de FIS a la ciutat francesa.

www.worldcupinfo.com

ORGANITZACIÓ Comitè d'Honor

PRESIDENT D'HONOR
M. Sr. Antoni Martí, cap de Govern

PRESIDENT
Hbna. Sra. Dolores Cabot, consell Major de Canillo

VICEPRESIDENT
Sr. Albert Coma, president de la FAE

MEMBRES D'HONOR
M. Sr. Josep de Tàrrades, Sr. Francesc Camp, Secretari d'Esports, Sr. Jordi Casals, President del Comitè Olímpic Andorrà (COA), Sr. Joana Martí, President de l'AI Andorra, Sr. Bonaventura Esquet, President de Navarra, Sr. Joan Viladomat, President de l'Esport Club d'Andorra (ECA), Sr. Joan Llena, President del Soleris Esport Club (SEC), Sr. Pere Jorja, President de l'Esport Club Pos de la Creu (ECP), Sr. Jaume Bousoquet, President de l'Esport Club Arriol Pal, Sr. Joan Carlos Camp, President de l'Esport Club Ordino-Arcalis Andorra, Sr. Josep Manzano

www.worldcupinfo.com

.4

PATROCINADORS
Institucionals
Patrocinadors
Col·laboradors
Proveïdors oficials

PARTNERS El compromís de les grans marques

.5

ORGANITZACIÓ
Comitè d'Honor
Comitè Organitzador



Col·lectiu	Com posició	Persones
Comitè d' honor		12
Comitè d'organitzador		393
Equips	Corredors, entrenadors, capitans	265
Premsa	Televisions, fotogràfs, premsa escrita	130
VIPs/dia	Convidats VIP i patrocinadors	350
Voluntaris i ara pista	Accesos i punts clau i equipaments	150
Fanclubs	4 fanclubs	80
TOTAL		1.430



Balanç de l'esdeveniment

El circuit de la Copa del Món d'Esquí arribava per primera vegada a Andorra, a la pista Avet de Soldeu, i per tercera vegada al Pirineu. Inicialment, eren dues proves tècniques, un eslàlom i un eslàlom gegant, a les quals s'afegia un segon gegant recuperat de l'estació francesa de Courchevel que s'havia suspès per excés de neu. El repte era important, ja que es tractava d'entrar amb bon peu en un exclusiu i competitiu circuit, fet que permetria en un futur aspirar a organitzar noves competicions del màxim nivell.

L'organització es marcava quatre objectius clars. En l'àmbit esportiu, es volia disposar d'una pista d'alta competició internacional reconeguda. En el pla organitzatiu, calia demostrar que el Principat tenia capacitat d'organitzar una prova d'esquí de la màxima categoria. En tercer lloc, se cercava un impacte mediàtic que comportés una projecció internacional d'Andorra com a destí d'esquí de primer nivell. Finalment, però no menys important amb vista a aspirar a noves edicions de la Copa del Món, era necessari tenir una gran implicació social i un èxit de públic incontestable.

Al moment d'escriure aquestes línies podem dir que, malgrat la climatologia, que va obligar a suspendre la prova de divendres i va obligar l'organització i els voluntaris a treballar sense descans per refer el que el vent havia destrossat, es van assolir tots els objectius, i molt especialment el de participació i èxit de públic. Les 14.000 persones que al llarg de tres dies van acostar-se al peu de la pista Avet de Soldeu van vibrar com mai i van contribuir que les esquiadores i els membres de la FIS s'emportessin una gran impressió del nostre país i de la pista Avet. Les paraules de l'esquiadora alemanya Maria Riesch eren clares: la millor pista d'eslàlom gegant del circuit. La guanyadora de l'eslàlom gegant, la francesa Tessa Worley, tindria també paraules d'elogi per la pista i

pel país. La guanyadora de l'eslàlom, l'austríaca Marlies Schild, destacaria l'exigència tècnica de la pista i el seu mur final.

Es culminaven així cinc anys de treballs i uns quants més d'esforços de la Federació Andorrana d'Esquí, dels comuns i dels diversos governs, que sempre han donat suport a aquest esdeveniment.

El treballs de la pista iniciats anys enrere havien comportat nous remuntadors, moviments de terres i nou traçat, instal·lació de nous innivadors i fins i tot un túnel per facilitar el pas dels clients durant les competicions.

S'havien instal·lat també graderies per a 1.000 persones, a més dels espais necessaris per a la premsa i sobretot per a la televisió, element diferencial respecte de competicions anteriors, i que ha permès arribar a més de 90 milions d'espectadors en la prova del gegant i a més de 60 en la de l'eslàlom.

S'havia comptat també amb la inestimable col·laboració de molts hotelers del país, que tant per allotjar equips i organització com per cedir espais al comitè organitzador (centre de premsa, zona VIP...) posaven el seu gra de sorra perquè l'esdeveniment fos un èxit.

El dissabte 11 de febrer al vespre es faria al Palau de Gel la cerimònia de sorteig de dorsals, amb la participació de les primeres quinze corredores del rànquing.

Un element clau per a l'èxit de les curses a Soldeu era la comunicació. Com fer arribar el missatge i per quins canals? Es buscava potenciar el posicionament d'Andorra com a referent mundial de l'esquí alpí. Per a això es creava una campanya que establia un paral·lelisme entre la trajectòria d'una corredora i la de l'organització d'una copa del món. Aquesta campanya tenia dos manifestos que el país no oblidarà fàcilment: *The Ski Spirit* i *El món ens mira*. El primer volia generar expectació, interès en el que vindrà. El segon deixava clar que entre tots ens la jugàvem davant del món de la neu, i que per tant calia implicar-s'hi. Els espots inicials tenien com a protagonistes diverses personalitats relacionades d'una manera o una altra amb la neu d'Andorra. Es comptava a més a més amb el suport dels mitjans de comunicació en línia i les xarxes socials, per aconseguir un seguiment i una participació massius.

La presència de la marca *Andorra*, amb un espot que veurien milions d'espectadors i que ofería un recorregut per tot el país abans d'arribar a Soldeu, es veia reforçada i permetia situar el nostre petit país entre els grans de la neu.

La participació de tothom contribuïa finalment que l'esdeveniment fos sentit per tots com a seu, i no és per a menys, ja que entre voluntaris, patrocinadors, cossos de seguretat, escolars, clubs d'esquí i una llarga llista de persones anònimes, s'aconseguia tancar un cap de setmana intens i ple d'emocions amb una nota alta davant de la Federació Internacional d'Esquí.