

**Stockholm Business Region**

Stockholm juni 2014

Att: Mattias Rindberg

Box 16282

103 25 Stockholm

## Ansökan om marknadsföringsinsats för UCI Velothon Majors cykel i Stockholm 2015

Hej Mattias,

Vi vill härmed ansöka om marknadsföringsinsats för UCI Velothon Majors cykel i Stockholm 2015 på 400.000 SEK. Förberedelserna inför evenemanget går tillbaka till 2012 och jag vill passa på att tacka för den positiva inställningen och goda samarbetet med Stockholm Visitors Board, Trafikverket och Polisen i upptakten till detta evenemang.

Inkluderat finner du bilagt en kortfattad sammanfattning av evenemangets bakgrund, karaktär, marknadsföring, miljöambition och budget.

Vi finns tillgängliga för eventuella kommentarer och/eller frågor kopplade till denna ansökan och ser fram emot vidare kontakt,

Med Bästa Hälsningar,

Magnus Malmros

Head of Endurance Events & Development

Lagardère Unlimited Scandinavia



## Ansökan om marknadsföringsinsats för UCI Velothon Majors Stockholm 2015

### 1. Bakgrund

Lagardère Unlimited Events har en lång och bred erfarenhet av den internationella cykelsporten på högsta nivå och arrangerandet av internationella stortävlingar över hela världen. I dagsläget arrangerar företaget bla. *UCI Cycloclassics* i Hamburg och *UCI Velothon Berlin* med världselit på plats, över 15.000 deltagare i loppet och betydande internationell mediaspridning. Under 2014 lanseras även UCI Velothon majors evenemang i *Wien* och *Philadelphia*.

Som initiativtagare och arrangör av *UCI Velothon Stockholm* startade vi 2012 ett utbyte med Trafikverket och Polisen angående möjliga alternativ på bansträckningar för ett större internationellt cykellopp kombinerat med motionärsklasser i ett endagsformat. Efterföljande studier med nya sammankomster under 2013 resulterade i en gemensam idé och förslag på en övergripande bansträckning mellan Stockholm – Nynäshamn. Förslaget är underlaget till de detaljerade lösningar som vi nu utarbetar i samarbete med Trafikverket, Polisen och väghållarna i berörda kommuner kring Stockholm.

### 2. Om evenemanget

UCI Velothon Majors är en exklusiv samling cykel evenemang av premium karaktär som utspelas i större världsstäder. Målet med evenemanget och de kringliggande aktiviteterna är att ge en växande cykelintresserad publik möjligheten att få uppleva ett internationellt cykelevenemang av världsklass och samtidigt erbjudas möjligheten att bli en del av detta.

Elitloppet, som sanktioneras och ingår i det internationella cykelförbundets världstour (UCI), består av ca 200 professionella världscyklister från ett stort antal nationer. Elittävlingens status är av hög internationell klass, UCI elit kategori 1.1. Denna kategori är den högsta bland tävlingarna på den årliga internationella cykelkalendern. Hälften av åkarna kommer från världens främsta professionella lag, vilka kompletteras med med stjärnor och profiler från kontinentala och nationella proffslag. Det är till evenemangets fördel med tävlingen i september 2015, då sportens stora stjärnor och lag befinner sig i Europa med ett fåtal mindre alternativa tävlingar att köra. Statusen på evenemanget och tidpunkten på året säkerställer alltså ett stort internationellt media intresse inför, under och efter tävlingen.

För den cykelintresserade på elit eller motionärnivå i alla åldrar utlovas en internationell cykelfestival för boende och besökare i Stockholmsregionen. Motionärerna får möjlighet att köra en sträcka som passar nivå och ambition. Antingen den kortare sträckningen på ca 60 km eller den längre elitbanan över 120 km. Motionären får uppleva samma start och målområde, med samma kvalité, service och tidtagning längs banan som upplevs i vardagen för de professionella cyklisterna. Inramningen sker i det gemensamma evenemangsområdet vid start/mål där deltagare, besökare, familjer och barn möter en rad arrangemang kopplade till evenemanget, sporten och färdmedlet. Evenemangets ambition är att höja det allmänna intresset för sporten, stadens växande cykelprofil och alla de fördelar som cykeln som ett kollektivt transportmedel ger. Ett attraktivt, praktiskt och hälsosamt alternativ i stadsmiljön.

Vår ambition är att efter introduktionen 2015, göra evenemanget till en årlig återkommande tradition och växande attraktion i den internationella cykelkalendern samt för motionären.



### 3. Marknadsföringen av evenemanget och Staden

Velothon Stockholm marknadsförs och distribueras brett över världen via ett antal olika kanaler inför, under och efter evenemanget. Utifrån våra tidigare och aktuella erfarenheter med Velothon Majors evenemang i andra större världsstäder, så kommer Stockholm Velothon öka kännedomen om Stockholm, dess unika miljö och förutsättningar i världen.

Velothon Stockholm kommer också tydligt bidra till Stockholms ambition mot att långsiktigt bli en modern cykelstad, med koppling till Stadens Cykel Plan samt kandidaturen till Velocity 2017.

#### **Marknadsföring**

Under hösten 2014 offentliggörs evenemanget där vår hemsida med tillhörande sociala medier (facebook, twitter, instagram och youtube) som blir basen för vår närvaro och kommunikation på svenska och engelska. En rad nationella och internationella marknadsaktiviteter planeras i anslutning till denna lansering med genomförande under senare delen av året och under säsongen 2015. Dessa omfattar bland annat deltagande vid internationella cykeltävlingar, internationella cykelmässor och andra internationella idrottssammankomster av generell karaktär samt andra specifika sportevenemang där cykelintresserad publik eller deltagare medverkar.

Varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia – inkluderas prominent i vår kommunikationsplattform för all kommunikation samt medverka som avsändare vid samtliga aktiviteter på nationell och internationell nivå.

#### **Publik & deltagare**

Vi uppskattar med erfarenheten från Velothon i andra världsstäder, att Stockholm Velothon kommer att introduceras tillsammans med ca 100.000 besökare, varav ca 40% är deltagare eller besökare från andra län eller från utlandet. Motions- och elitloppen omfattar ca 5.000 cyklister i premiären. Våra beräkningar visar att besökarna kommer att spendera ca 950 SEK per dag i Stockholm, stanna i genomsnitt 2.6 dagar och spendera totalt ca 2.500 SEK per person.

Varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia – inkluderas i våra möten och kommunikation mot samtliga besökare. Tillsammans med Stockholms upplevelsearrangörer inom turism kommer vi erbjuda en samling attraktiva paketlösningar för t ex. övernattnig, restaurangbesök, kulturevenemang och turer ut i den närliggande skärgården under evenemangsperioden.

#### **PR & Press**

Baserat på erfarenheten från våra övriga Velothon Majors evenemang i världen, uppskattar vi att över 40 internationella journalister och nyhetsbyråer (Reuters, CNN, AP, SNTV mm.) rapporterar från evenemanget i Stockholm med text, ljud, bild och/eller rörligt material.

Varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia – inkluderas prominent i vårt område och ytor för PR aktiviteter, intervjuer och press center inför, under och efter evenemanget.



## Internationell TV produktion & distribution

Velothon Stockholm producerar en direktsänd högkvalitativ TV-produktion från världstävlingen med distribution över ett 30-tal länder i världen. Traditionella "cykelnationer" (Frankrike, Italien, Spanien, Tyskland, Nederländerna, Schweiz och Belgien) sänder tillsammans med det växande intresset från publik och kanaler i USA och Asien.

Kompletterande nyhetsmaterial, höjdpunkter och ett längre sammandrag i magasinformat produceras och distribueras i samband eller kort inpå tävlingens direktsändning. Mottagarna är direktsändande kanaler, ytterligare länder med plats för de övriga formaten samt marknadens internationella byråer. Sammanlagt beräknar vi med att Velothon Stockholm ger en distribution på över 140 timmar rörligt material till ca 200 kanaler i världen.

Varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia – inkluderas prominent med ytor längs den TV sända banan, start och målgång. Stockholm med tillhörande prominenta platser samt kommunerna längs banan profileras till den internationella publiken i direktsändning, via helikoptrar och motorcyklar likt större internationella cykelsändningar (typ Tour de France).

### 5. Miljö och Hållbarhet

Velothon Stockholm har en hög ambition gällande miljö- och hållbarhetsperspektivet i samband med vårt evenemang.

Hänsyn till miljön är en central del i vårt eget arbete och i våra samarbeten med privatpersoner, företag och partners. Vi strävar efter en kontinuerlig förbättring inom dessa områden genom efterlevnad, kontinuerlig utbildning och utvärdering av miljöarbetet och den påverkan vi själva har samt kan medverka till.

Vi ska uppfylla gällande miljölagstifning väl.

### 6. Budget

Budgeten för Velothon Stockholm 2015 i TSEK (inklusive sökt marknadsstöd på 400.000 SEK):

	2015
<i>Antal deltagare</i>	5.000
INTAKTER:	
Deltagaravgifter	4.050.000
Sponsorer	1.485.000
Övriga intäkter	585.000
Marknadsstöd Staden	400.000
<b>TOTALA INTAKTER:</b>	<b>6.520.000</b>
KOSTNADER:	
Förberedelser	3.006.000
Genomförande	4.041.000



Hantering deltagare	387.000
TV produktion	810.000
Personal & Adm	1.800.000
Övriga kostnader	720.000
<b>TOTALA KOSTNADER:</b>	<b>10.764.000</b>
<b>RESULTAT:</b>	<b>- 4.244.000</b>

