



Direcția Generală Turistică
Direcția Dezvoltare Turistică și Marketing

Aprob,

Elena Gabriela UDREA
Ministru

REFERAT DE OPORTUNITATE

Avizat: Răzvan MURGEANU - Secretar de Stat

Carmen MORARU - director general DGT

De la: Octavian ARSENE - director DDTM

Tema: Realizarea unei campanii de publicitate outdoor prin intermediul vectorului de imagine Mihai Marinescu, cu ocazia finalei GP2 Series 2011, care va avea loc la Abu Dhabi, Emiratele Arabe Unite, în perioada 10-13 noiembrie 2011.

În conformitate cu prevederile HG 14/05.01.2011 privind aprobarea Programului anual de marketing și promovare turistică și a Programului anual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice, pentru îndeplinirea funcției de promovare a destinațiilor turistice naționale se acordă o atenție deosebită realizării de acțiuni de promovare și publicitate cu rol în creșterea notorietății destinațiilor și produselor turistice românești prin intermediul unor personalități cu recunoaștere națională și internațională din diferite domenii de activitate, cum ar fi: artistice, culturale, sportive, științifice și altele asemenea, ca vectori de promovare a brandului turistic al României (art. 2, lit. k).

Promovarea brandului turistic național are un impact major asupra dezvoltării pieței turistice interne și externe, și reprezintă una din prioritățile Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului.

Urmare a dezvoltării brandului și a strategiei generale de comunicare realizate în baza contractului încheiat cu consorțiul de firme THR & TNS, este necesar ca Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului să deruleze mai multe campanii de informare și promovare care vor susține brandul și vor transmite mesaje de comunicare către grupurile țintă avute în vedere: călătorii din mediul urban care au realizat cel puțin o călătorie în

străinătate în ultimii 3 ani din piețele stabilite Austria, Italia, Franța, Germania, Ungaria, Rusia, Marea Britanie și Irlanda, SUA.

Având în vedere activitățile de promovare a României ca destinație turistică pe care Direcția Dezvoltare Turistică și Marketing din cadrul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului le desfășoară, atât în țară cât și în străinătate, considerăm oportună realizarea unei acțiuni de publicitate outdoor pentru promovarea brandului turistic al României.

Publicitatea outdoor destinată sensibilizării marelui public este un element esențial al activității de comunicare cu piața, deținând o serie de avantaje considerabile: acoperire ridicată, vizibilitate foarte bună, repetitivitate a mesajului, suplețe și flexibilitate în implementare.

Analizând indicii de audiență rezultă că sportul automobilistic este al doilea sport, la nivel mondial, după fotbal. Avantajul principal al motorsportului este faptul că are un public foarte educat și informat, provenind din rândul elitelor și al formatorilor de opinie, cu venituri medii și mari și care călătorește mult.

Brandingul de țară se regăsește și el în motorsport, exemplele cele mai recente fiind: Malaesia - BMW Sauber - Formula 1, India - Narain Kartikheyan - Formula 1, Serbia - Milos Pavlovici - World Series by Renault, Rusia - Mikail Aleshin - World Series by Renault etc.

GP2 Series este competiția suport a Formulei 1 de peste 20 de ani și este considerată pepiniera Formulei 1, fiind competiția care a furnizat aproape toți tinerii piloți activi care aleargă astăzi în competiția supremă.

Cursele din GP2 Series se desfășoară o dată cu cele din Formula 1, la o diferență de o oră și beneficiază de aceeași audiență în rândul spectatorilor dar și în media internațională.

Etapă de la Abu Dhabi este în acest an numită "Finala GP2 Series", atrăgând un foarte mare interes din partea fanilor și din partea mass media internațională.

Mihai Marinescu are oportunitatea de a participa la această finală cu un buget redus, ca urmare a performanțelor obținute în FIA Formula 2, fiind invitat de către echipa britanică SuperNova care subvenționează bugetul pilotului.

Mihai Marinescu este cel mai cunoscut pilot de circuit din România. Debutul a avut loc în anul 2005, iar pe parcursul celor 3 ani petrecuți în Formula Renault acesta a câștigat 5 curse și s-a clasat de 20 de ori pe podium. În 2005, Mihai Marinescu a fost vice campion al Italiei la Formula Renault 1.6, în 2006 s-a clasat al șaselea în Campionatul Nord european Formula Renault 2.0, iar în 2007 s-a clasat pe locul 5 în clasamentul seriei World series by Renault-juniori.

Unul dintre rezultatele extraordinare ale lui Mihai Marinescu este victoria de la Macau Grand Prix, obținută în noiembrie 2008. Circuitul din Macau este considerat cel mai dificil circuit stradal din lume, o victorie aici fiind o performanță dorită de orice pilot al lumii. De-a lungul celor 55 de ani de istorie ai cursei de pe acest circuit, legende ale motorsportului au reușit să triumfe: Ayrton Senna, David Coulthard sau Michael Schumacher.

Audiența sezonului 2010, în care pilotul Mihai Marinescu a concurat ocupând locul 10 în clasamentul final, a fost impresionantă. Cele 9 etape ale campionatului 2010 au atras pe circuite peste 300.000 de spectatori. Ca și expunere TV, Eurosport a difuzat 15 ore de transmisiuni live și încă aproximativ 50 de ore de înregistrări și rezumate.

În acest an Mihai Marinescu a reușit să confirme în cadrul campionatului FIA Formula 2, obținând constant clasări bune, urcând de trei ori pe podium și mai ales reușind cel mai important rezultat din istoria sportului automobilistic românesc, victoria de la Monza, Italia din luna octombrie 2011. Mihai Marinescu a reușit să se claseze pe locul 5 în clasamentul general al competiției.

Evoluția, spectaculoasă și consistentă, a pilotului Mihai Marinescu, a făcut ca acesta să se regăsească în prim-planul camerelor de luat vederi în peste 10 % din timpul total al transmisiunilor live.

Participarea lui Mihai Marinescu în “Finala GP2 Series” reprezintă o oportunitate de promovare a României și a brandului turistic național:

- atinge un public țintă dedicat
- beneficiază de o audiență și un pachet media de excepție, susținut de Formula 1, aproximativ 200.000 de spectatori în tribune iar prin mass media evenimentul este transmis în aproximativ 179 de țări, cu o audiență de aproximativ 150 de milioane de telespectatori, la care se adaugă aparițiile din presa internațională de mare tiraj.
- oferă informații despre România liderilor și formatorilor de opinie prin intermediul presei internaționale de mare tiraj.

Mihai Marinescu a fost de acord să poarte pe echipament și pe monopost, la viitoarele acțiuni, însemnele brandului național de turism.

În contextul în care Mihai Marinescu poate reprezenta un important vector de imagine al promovării României în special pe piața europeană, una din piețele noastre țintă identificate în urma cercetării de piață efectuate pentru realizarea brandului turistic al României, propunem să se aprobe realizarea unei campanii de publicitate outdoor prin intermediul prin intermediul vectorului de imagine Mihai Marinescu, cu ocazia finalei GP2 Series 2011, care va avea loc la Abu Dhabi, Emiratele Arabe Unite, în perioada 10-13 noiembrie 2011, în scopul promovării brandului de turism al României.

Vă rugăm a aproba.

AVIZAT: Daniela Prelipcean - șef serviciu DDTM

Întocmit: Alexandru Vasile - consilier evaluare-examinare