



IPP møte 2 desember i Oslo

Eugenia Fierros

IN Spain

Vi gir lokale ideer globale muligheter

Spanish Media. A big world...

- Newspapers: more than 200 newspapers
- TV: 6 national channels, 3 international channels, 36 regional channels, 252 local channels and 118 thematic channels.
- Radio: 1.400 radio stations
- Magazines: 3.400 magazines





Important media for Norway

Newspapers:

National: El Pais, El Mundo, ABC, Publico,

La Razon

Catalan: La Vanguardia, El Periódico

Magazines. Interesting sectors:

Sunday supplements: around 6 important

Architecture: 36

Gastronomy: 75

Lifestyle: 30

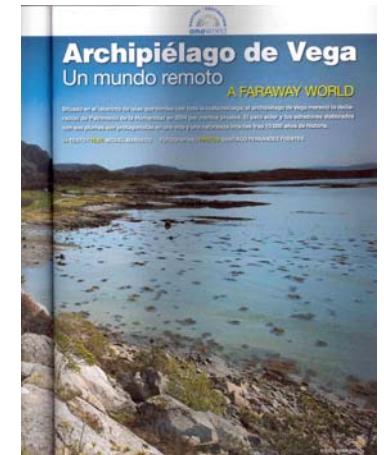
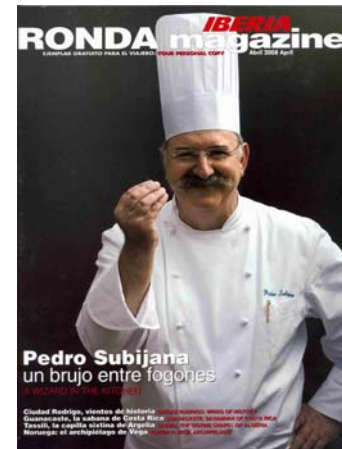
Women: 53

General: 56

Tourism: 175: Viajar, National

Geographic, Rutas del Mundo, DeViajes,

Traveler...



How we work with media

- Press trips, press support, events, press releases, newsletters.
- We reach the media directly or through free-lance journalists. Wide coverage with a single activity.
- Combination: Proactive and reactive activities.
- Quick response to requests.
- **Our main value. Our market knowledge. We know the journalists!**



Trends 2009

Selection of media by target group and message.

Target groups:

- Younger segment: blogs, on-line media, lifestyle, TV (Madrileños por el Mundo...)
- Medium age/urban/Profesionals: Newspapers, on-line newspapers, supplements, specialized magazines, women and men magazines, economic media, etc.

Message:

Nature based holidays. Tourism magazines, free lance journalists, and journalists.

Image of Norway abroad: Architecture, peace, design... Theme group press trips: Architecture, Nobel Peace Prize, Nature based holidays in FN...

What has worked best

- TV Reality shows. Madrileños por el Mundo, Murcianos por el Mundo, Aragoneses por el Mundo...
- Theme group press trips: Oslo (2), Kvitfell, FjordNorway
- Radio. Interviews, contests, etc. Free advertising...
- Blogs. Until now mainly through our regular journalists.
- Monthly press releases and newsletters. Good coverage, no cost. Increased awareness about the destination among the press.
-

Hva forventer en journalist?

- They expect that we provide them with ideas, stories, etc. not enough with “just” the destination.
- They need full assistance during press trips. Guidance, activities, accomodation, etc. In the case of some free-lance journalists support with meals is highly appreciated.
- In the case of invitation to a group press trip, they expect full sponsoring of the trip.
- Quick reactions. Sometimes even improvisation
- Sometimes they even expect that we do their work!

Resultater fra 2008 / 2009

28 groups, 106 journalists (2009 21 groups, 90 journalists)

12 Press releases (2009 12 press releases)

160 articles published in 2008 (2009 not available yet)

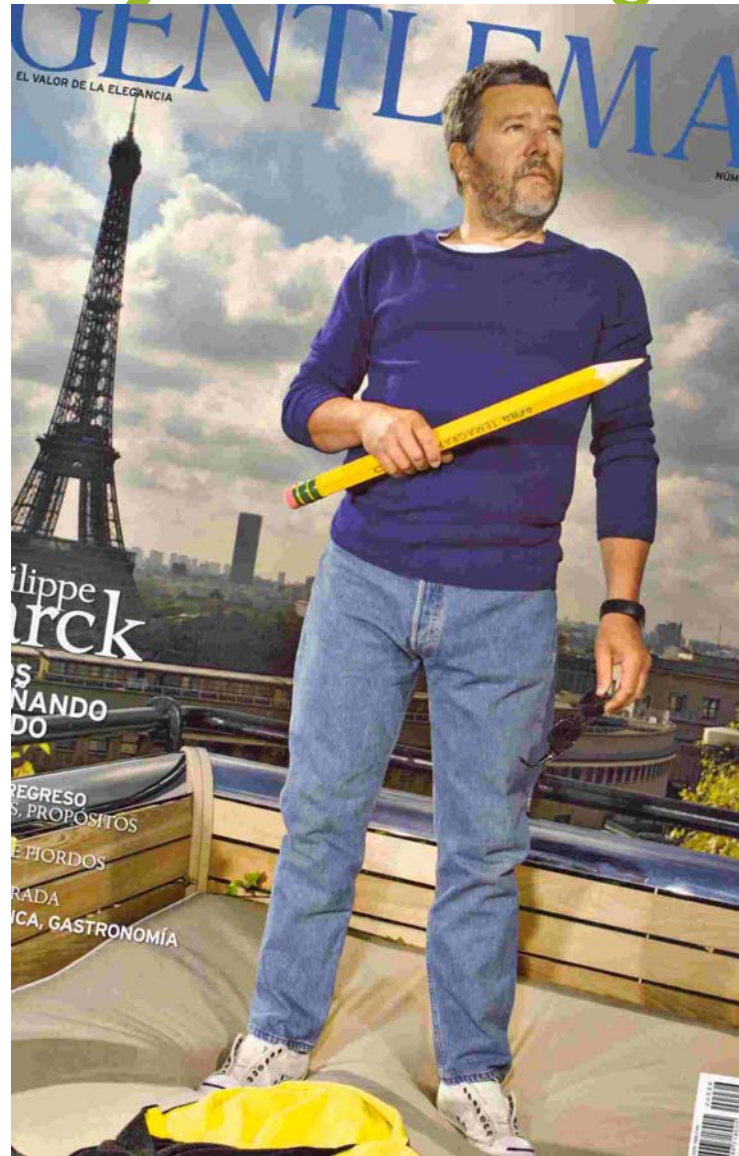
50 radio programs in 2009

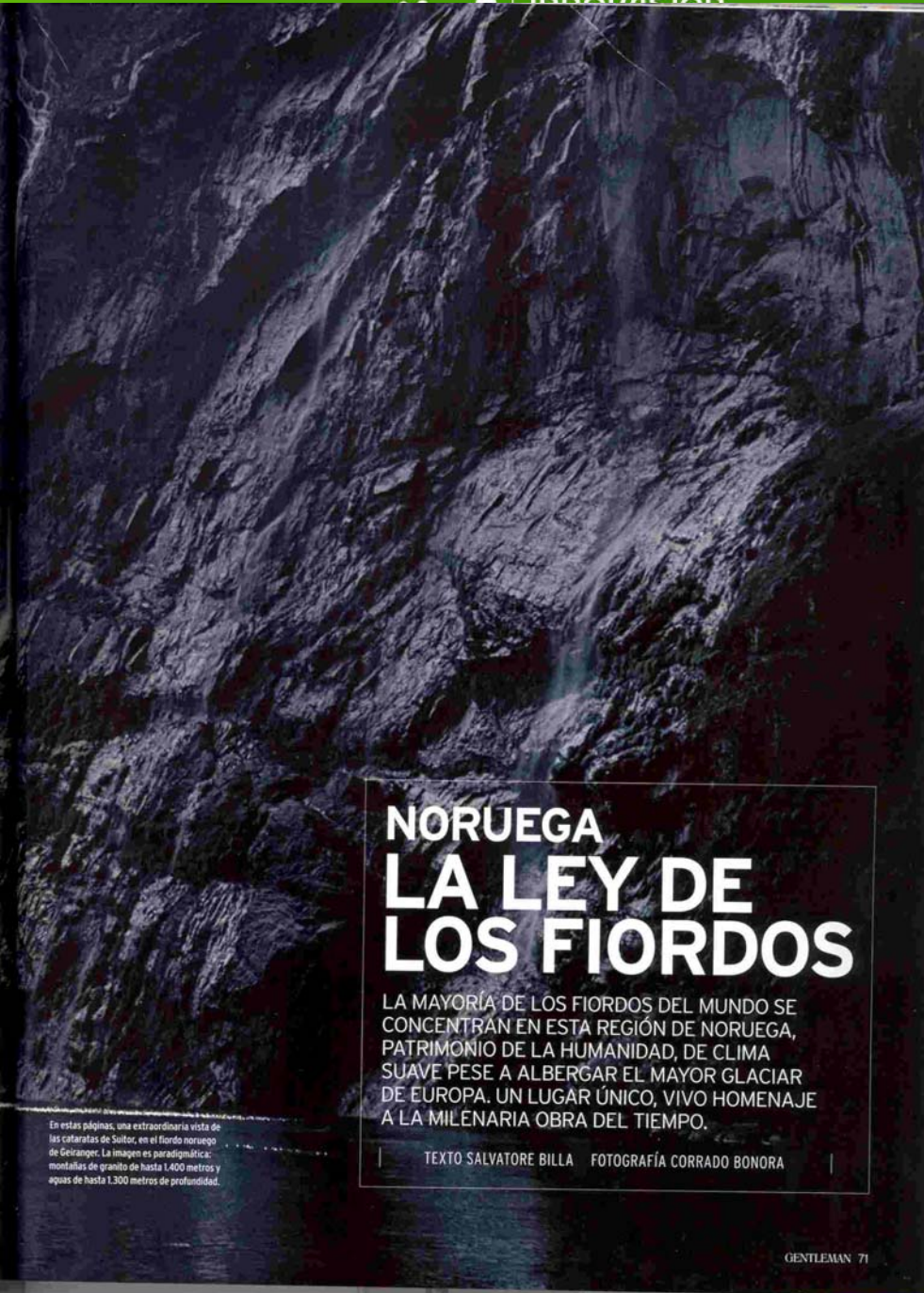
50 TV programs in 2009

Advertising value in 2008: 28.500.000 NOK

Events. Winter event in Madrid. More than 70 participants.

Gentleman. Fjords & Design





NORUEGA LA LEY DE LOS FIORDOS

LA MAYORÍA DE LOS FIORDOS DEL MUNDO SE CONCENTRAN EN ESTA REGIÓN DE NORUEGA, PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD, DE CLIMA SUAVE PESE A ALBERGAR EL MAYOR GLACIAR DE EUROPA, UN LUGAR ÚNICO, VIVO HOMENAJE A LA MILENARIA OBRA DEL TIEMPO.

En estas páginas, una extraordinaria vista de las cataratas de Sultor, en el fiordo noruego de Geiranger. La imagen es paradigmática: montañas de granito de hasta 1.400 metros y aguas de hasta 1.300 metros de profundidad.

| TEXTO SALVATORE BILLA | FOTOGRAFÍA CORRADO BONORA |





La ciudad de Alesund, emplazada en siete islas, se encuentra a 236 km al noroeste de Bergen, en el condado de Møre og Romsdal.

EKORNES FÁBRICA DE RELAX

EN LA CIUDAD DE ALESUND SURGE, DESDE 1934, UNA FÁBRICA MUY ESPECIAL, ALTAMENTE ESPECIALIZADA EN ELEMENTOS BÁSICOS PARA EL DESCANSO.

La aventura, comenzada en 1934 por J.E. Ekornes, es una historia de muelles; y no precisamente de los del puerto de Alesund, la ciudad en la que la fundó su fábrica, sino de muelles para colchones, materia en la que pronto se convertiría en un auténtico especialista, inventando incluso nuevos tipos de muelles que, además de a colchones, se adaptan a cojines y otros elementos.

Lógicamente, aquel fue sólo el comienzo, pues desde los muelles hasta los colchones, y de estos a camas y sofás enteros, la distancia es relativamente breve. Así, en 1947 Ekornes

empieza a producir también los componentes de madera necesarios para las bases de los sofás y colchones; y ocho años más tarde comienza la producción de colchones, primero sólo en su fábrica, y luego, como parte de la implementación del plan industrial para el Norte de Noruega, también en Bodo.

El constante y acelerado progreso de la empresa aumenta su velocidad a partir de 1962, con la adquisición de una nueva planta cerca de Oslo, así como puntos de distribución, que a finales de la década llegan a ser 1.200. Demasiados para Ekornes, que decide

reducirlos selectivamente hasta 200, al tiempo que patenta su marca Stressless®, cuyos primeros sillones ven la luz en 1971. Su gran éxito supone el momento de mayor expansión de la empresa, que, además de adquirir la marca de colchones de espuma Helly Hansen, añade a sus camas, sofás y sillones, la producción de otros muebles. Las cosas van tan bien que, en 1974, Jens y Petrine Ekornes crean una fundación para fomentar la tarea benéfica de la sociedad misionera noruega Norske Mijonsselskap, a la que deciden donar el 75% de sus acciones de J.E.

Ekornes Fabrikker AS. Con todo, en 1977 el grupo Ekornes es el mayor fabricante de mobiliario de toda Escandinavia; un récord destinado a ser batido por la propia empresa en 1980, cuando comienza a exportar sus sillones Stressless a Estados Unidos, con tan buenos resultados que, en 1984, se fabrica el sillón número 500.000, al tiempo que el número de empleados pasa de 795 a 1.585.

En la actualidad, Ekornes ASA es el mayor fabricante de muebles de Escandinavia y posee las marcas Ekornes®, Stressless® y Svane®. Stressless es una de las marcas de muebles más

AUNQUE SU HISTORIA COMENZÓ EN ALESUND, EKORNES ES HOY UN GIGANTE QUE POSEE SIETE FÁBRICAS A LO LARGO Y ANCHO DE NORUEGA



Arriba, la sala de corte de la piel, procedente de Argentina, España e Italia. A la izquierda, en secuencia: detalle de máquina productora de la piel; el operario responsable de los metales y acabados; control final de una butaca. Abajo: un sofá y una butaca Stressless. En la página siguiente, abajo, dos modelos más.



CUANDO EN 1971 SE LANZÓ LA GAMA DE PRODUCTOS STRESSLESS, LA IDEA ERA FABRICAR EL PRIMER SILLÓN RECLINABLE CAPAZ DE ADAPTARSE A TODOS LOS MOVIMIENTOS DEL CUERPO Y PROPORCIONARLE SIEMPRE EL APOYO ADECUADO

conocida en el exterior, mientras que Ekornes y Svane son las más conocidas en Noruega. Los géneros se producen en las siete fábricas de Noruega y se distribuyen en la mayor parte del mundo mediante una red propia de filiales establecidas en mercados seleccionados.

Menos estrés

Cuando en 1971 se lanzó la gama de productos Stressless, la idea era fabricar el primer sillón reclinable capaz de adaptarse a todos los movimientos del cuerpo y proporcionarle siempre el apoyo adecuado. Gracias a ello, Stressless se convirtió en referencia para el sector. Hoy, cuando sus ventas mundiales superan los cuatro millones de ejemplares, la marca sigue siendo líder en este producto. Según fuentes oficiales de la empresa, ello se debe a que "no hemos parado de mejorar el confort de nuestros productos Stressless. Cuando incorporamos una nueva funcionalidad a nuestros sillones y sofás Stressless, o cuando introducimos una nueva idea de diseño, siempre intentamos lograr, de paso, un mayor grado de confort". Hace diez años, el concepto Stressless se amplió con la introducción de sofás reclinables, así como accesorios útiles para sus sillones, tales como mesitas, que permiten, por ejemplo, escribir y descansar simultáneamente. Desde entonces, han sido numerosos los fabricantes que han seguido su estela, lanzando sofás de respaldo bajo en que los asientos se pueden ajustar individualmente. Sin embargo, en Ekornes nadie teme a la competencia, pues la experiencia adquirida en 75 años garantiza el futuro de sus productos, a todas luces únicos.

EL SECRETO DEL DESCANSO

EL ACTUAL DIRECTOR DE EKORNES, NILS-FREDRIK DRABLØS, HA SIDO SU CEO DURANTE 18 AÑOS DE ÉXITOS.

Nils-Fredrik Drabløs: he aquí a un hombre tranquilo. Nacido en 1944, Drabløs ha sido el principal responsable de los derroteros de Ekornes desde 1991, cuando fue nombrado CEO de la empresa, cargo que oficialmente dejó hace unas semanas para dar paso a la nueva generación, encarnada por Øyvind Tørlen (1970), aunque en realidad sigue ejerciendo el cargo desde la sombra. Bajo la dirección de este experto en dirección de empresas, con un pasado de director de Norsk Profilforming AS y de consultor privado, el grupo Ekornes volvió a tener beneficios por primera vez desde el bache que se inició en 1984. Gracias a su gestión, en 1994 la empresa alcanzó los mejores resultados financieros de su historia, generando un beneficio de 64,4 millones de coronas noruegas (aproximadamente 7 millones y medio de euros), récord que batió el año siguiente, aumentando de paso la plantilla de 700 a casi 1.000 empleados. Con su lenta retirada de la primera línea de decisión, Nils-Fredrik Drabløs deja muy alto el listón del éxito.



ÓNDE COMPRAR DESCANSO

1 España, los productos Stressless se comercializan en una amplia serie 1 puntos de venta, en todas las comunidades. www.ekornes.es

Utfordringer for 2010

- Continue work with what has functioned:
 - Theme press trips
 - More TV
 - More radio
 - Monthly press releases and regular newsletters.
- Increase work with on-line media, social networks, foros, blogs, etc. Start working with a specialized on-line PR agency.
- Try to stablish new cooperations. Increase cooperation with the Embassy and with EFF. Find new partners among related brands (ex: Nikon, Neutrogena, Voss, Bergans...)
- Be more active in terms of events and press meetings and gatherings.