



EUROVISION
SONG CONTEST
OSLO 2010

OSL2011
Holmenkollen
FIS NORDIC WORLD SKI CHAMPIONSHIPS



**INNOVASJON
NORGE**

Fredsprisen, SkiVM2011 og Eurovision – Hvordan bruker vi disse arrangementene?

Mona Raa Ravndal

Vi gir lokale ideer globale muligheter

Agenda

1. Fredsprisen
2. SkiVM2011
3. Eurovision
4. Veien videre



3 store internasjonale arrangementer – 3 unike muligheter til å synliggjøre Norge



OSL2011
Holmenkollen
FIS NORDIC WORLD SKI CHAMPIONSHIPS

Fredsprisen – hvordan utnytter vi dette?

- Veldig regulert arrangement pga sikkerhet
- All akkreditering gjennom UD
- Innovasjon Norge representert på pressesenteret
- Dele ut pressemapper med utfyllende info om Norge, bilder og DVD – newsmarket
- Bidra til gode arbeidsforhold for pressen
- Tilgjengelig med info og assistanse under hele arrangementet
- Liste over alle journalister som vi vil opprettholde kontakt med



SkiVM2011 – hvordan utnytter vi dette?

Nasjonalt:

- Tett samarbeid med Oslo2011 og VisitOslo
- Lansering av nye Holmenkollspillet i den nye bakken
- Jevnlige nyheter og oppdateringer gjennom nyhetsbrev, visitnorway, og internet.



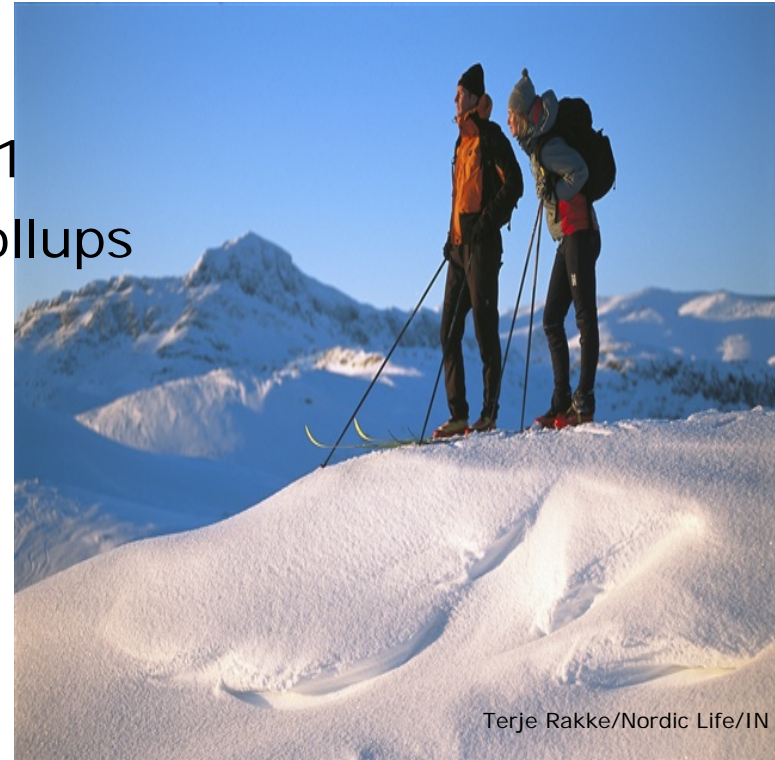
SkiVM 2011

Internasjonalt

- Co markedsføring visitoslo/oslo2011
- Utvikling av brosjyre, plakater og rollups til bruk på messer og events.

Presse/media

- Invitere internasjonal presse til pressetreff – Presentere TON
- PrøveVM2010
- Forum Nordicum – oktober 2010
- VM2011



SkiVM 2011

Presse/ media

- Være tilstede på pressesenteret under PrøveVM og VM2011
- Bidra til gode arbeidsforhold for pressen
- Ha tilgjengelig informasjon om Norge
- Utarbeide forslag til presseturer
- Tematisere og gjennomføre unike og oppsiktsvekkende presseprogram

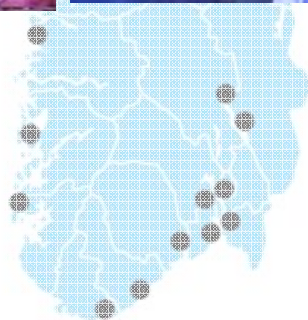
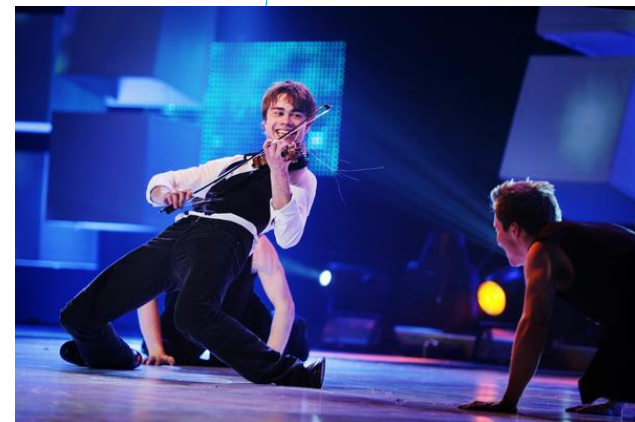


EUROVISION

SONG CONTEST

OSLO 2010

Hva gjorde vi sist?



OK2

Trenger input fra Toril
OK med bruk.

Se henvisning til nett.n

Oscar Kipperberg Kipperberg; 18.08.2009

Hva ønsker vi å gjøre denne gangen?





Gjøre Norge kjent!

Presse – representasjon

- Over 3000 journalister vil besøke Eurovision Song Contest
- Være tilstede på pressesenteret med tilgjengelig informasjon om Norge.
- Godt utviklet pressemapper med forslag til turer og generell info om Norge
- Tilgjengelig og tilrettelagt billedmateriale
- Presse-mottagelse i Oslo Rådhus
- Rådhusplassen/delegasjons hotell være tilstede med representanter her.



Presse – presseturer

- Arrangere pre presseturer gjennom våre ute-kontor
- Tilrettelegge for nasjonale presseprogram i ukene før og etter arrangementene – omsettes til faktiske planer i desember, leveres i løpet av januar
- Forslag til tema: Eventyrlandet Norge. See, Hear, Smell, Taste the Norwegian fairytail – kulturelle norge?
- VisitOslo utviklet pressetur for sosiale programmet
- Utvikle høykvalitet info om arrangement – bilder, film, tekster og poeng.
- Arrangere internasjonal pressetur i etterkant av event
- Utnytte sosiale medier

Presse

- Bidra til gode arbeidsforhold for pressen, være tilstede med informasjon
- Tematisere og gjennomføre unike og oppsiktsvekkende presseprogram.
- Assistere Samarbeide Representere Tilrettelegge



Så hva ønsker vi å oppnå?

Først og fremst et styrket pressearbeid!

Antall journalister: 1.051

Antall artikler: 7.377

Antall TV-innslag: 299

Presseverdi: NOK

386.457.891 (kun print)



Veien videre

