

Comunicati stampa

Mar 01, 2011 | ID: 36481

La Volvo Ocean Race - dà lavoro a Volvo Cars

La Volvo Ocean Race dà lavoro a Volvo Cars

La Volvo Ocean Race è uno degli eventi sportivi a squadre più impegnativi al mondo. Gode di un'enorme visibilità da parte dei media e offre a partner di gara e sponsor l'opportunità esclusiva di incontrare i clienti lontano dalla concorrenza.

Dal punto di vista commerciale, è una miniera d'oro di opportunità.

I legami tra Volvo Ocean Race e Volvo Car Corporation sono profondi. Al via della quarta edizione ad Alicante nell'Ottobre 2011, sotto il vessillo Volvo, le squadre in gara intraprendono un'avventura di otto mesi, viaggiando intorno al mondo attraverso alcune delle zone più insidiose del pianeta. La gara è un mix audace di competizione sportiva di prim'ordine, sul filo dell'avventura. Una fusione esclusiva: fascino a riva, emozioni e fatica in mare aperto. Insieme a uno straordinario spirito di squadra, l'esigenza di una leadership responsabile e la ferma attenzione sulla sicurezza e l'ambiente che circonda la gara costituiscono l'abbinamento perfetto ai principi prefissati da Volvo Cars per la sua partecipazione a una disciplina sportiva.

"Con la Volvo Ocean Race abbiamo una fantastica opportunità di rinforzare il marchio e sottolineare caratteristiche specifiche quali il design, le prestazioni dinamiche e la tecnologia innovativa. Fa sì che i nostri sforzi riescano a spingere il marchio verso valori emotivi più forti," afferma Karin Bäcklund, direttore sponsorizzazioni globali presso Volvo Cars.

Una forte attenzione al business

L'attenzione al business sarà forte alla Volvo Ocean Race 2011-2012, con un padiglione condiviso da tutte le società Volvo, in cui tanto gli ospiti aziendali quanto il pubblico in generale potranno conoscere il marchio e i prodotti. Volvo, in particolare, aveva invitato 10.000 ospiti aziendali per un esclusivo programma di due giorni nel corso della Volvo Ocean Race 2008-2009.

In corrispondenza di tutte le tappe si terranno seminari sull'attività e il marchio, nonché dimostrazioni e test drive. Ci si è anche concentrati molto sullo sviluppo stesso delle tappe, rendendole un luogo più dinamico e divertente per i visitatori.

"Il nostro gruppo target non è costituito solo da persone particolarmente interessate alla vela. La Volvo Ocean Race è una grande avventura condita da un notevole coinvolgimento umano, pertanto attira un pubblico ben più vasto," afferma Karin Bäcklund.

Il rinforzo dei valori chiave

La sicurezza è stata un valore imprescindibile per Volvo Cars sin dalla produzione della primissima auto nel 1927 ed è anche una delle prime voci nella scaletta della Volvo Ocean Race. Ad esempio, le imbarcazioni sono dotate di sistemi GPS, che consentono di trovarle se si dovesse verificare un imprevisto. Tutti i concorrenti devono completare un corso di formazione sulla sicurezza prima di iscriversi alla gara. E vengono stipulati accordi di collaborazione con le guardie costiere e le autorità marittime nazionali lungo l'intero tragitto.

Dal punto di vista dell'attenzione per l'ambiente, la vela è la scelta più ovvia, dato che non usa altre fonti di energia se non il vento.

Copertura dei media e rapporti a lungo termine

La copertura da parte dei media della Volvo Ocean Race è enorme. Calcolando solo il valore delle trasmissioni televisive, della carta stampata e dei media online, si stima che il ritorno sugli

investimenti sarà tra il 300 e il 400 per cento.

"La Volvo Ocean Race ci dà anche una fantastica possibilità di costruire rapporti a lungo termine con clienti in tutto il mondo, in particolar modo nei paesi che ospitano le tappe. Durante l'ultima gara, i luoghi della competizione sono stati visitati da quasi 4 milioni di persone in tutto il mondo. Questa volta ne aspettiamo ancora di più," conclude Karin Bäcklund.

Al Motor Show di Ginevra, all'inizio del Marzo 2011, verrà introdotta un'edizione limitata di auto Volvo Ocean Race. I volumi di vendita previsti corrispondono a 7.500 unità.

Fatti e cifre sulla Volvo Ocean Race 2011-2012

- Parte da Alicante, in Spagna, nell'Ottobre 2011
- Termina otto mesi più tardi, all'inizio del Luglio 2012, a Galway in Irlanda
- La gara percorre 39.000 miglia nautiche
- Ciascun partecipante ha un team composto da un equipaggio di 10 professionisti e 1 membro dei media
- Alcune tappe richiedono più di 20 giorni di permanenza in alto mare
- Ciascun membro del team assume diversi compiti sulla barca. Al vertice della gerarchia vi saranno due velisti con formazione medica, nonché un velaio, un ingegnere e un membro addetto ai media.

Altri fatti e dati suwww.volvoceanrace.com

Keywords:

Comunicati,Saloni dell'Auto,S60,V60,C30

I fatti e le descrizioni contenuti in questo materiale per la stampa si riferiscono alla gamma internazionale di autovetture prodotte da Volvo Cars. Le caratteristiche descritte possono essere optional. I prodotti Volvo in vendita sul mercato italiano possono variare in termini di specifiche e allestimenti rispetto a quanto illustrato sul sito.

Immagini correlate



Altre Immagini >

Video collegati



[Altre Filmati >](#)

[media.volvocars.com >](#)

[volvocars.com >](#)

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).