

## *Marco estratégico*

Chile, a diferencia de Argentina o Brasil, no tiene cultura masiva de automovilismo.

Pensamos que es necesario reforzar la comunicación con una serie de acciones que ayuden a "educar" al público sobre lo que significa una carrera en las calles de Santiago y sobre la Fórmula E en general.

Presentamos diferentes alternativas con alcance masivo, en medios no tradicionales para generar expectativa y ganar seguidores en la previa del evento.

*Acciones de BTL, Social Media y Outdoor.*



## *Lanzamiento para prensa e Kart*

Invitaremos a los periodistas a un brunch que incluye una experiencia de karting eléctrico en donde ellos podrán aprender a manejar. Eliseo Salazar será el anfitrión y monitor de la actividad.



## *Gira demo a nivel nacional previo al ePrix*

Exhibición de un dummy meses antes del evento para generar awareness sobre la Fórmula E en Santiago y regiones.

Se propone alianza con alguna cadena de malls a nivel nacional o gestión de espacios públicos emblemáticos a nivel gobierno.

Generar un stand con iluminación, pantallas y promotoras que entreguen info e incentiven la descarga de la App para ir sumando fans.

El auto puede pasear por el país en un camión brandeado y se puede hacer un registro interesante de esta gira por el país y el auto llegando a regiones.

De esta forma pretendemos mover público desde regiones a Santiago y tener cobertura a nivel nacional en BTL.



## *Inserto en cuentas de luz Enel*

**Acceder a la posibilidad de enviar un mailing masivo a 33 comunas de Santiago a través de las cuentas de luz Enel Chile, sponsor de la Fórmula E.**

*Datos: Enel Distribución Chile S.A. es la empresa de distribución de energía eléctrica más grande de Chile, representando más del 40% del total de ventas de las distribuidoras del país y en donde su área de concesión abarca 2.065,7 km<sup>2</sup>, considerando 33 comunas de la Región Metropolitana: Cerrillos, Cerro Navia, Conchalí, Estación Central, Independencia, La Cisterna, La Florida, La Granja, La Reina, Las Condes, Lo Espejo, Lo Prado, Macul, Maipú, Ñuñoa, Pedro Aguirre Cerda, Peñalolén, Pudahuel, Quinta Normal, Recoleta, Renca, San Joaquín, San Miguel, San Ramón, Vitacura, Santiago, Providencia, Huechuraba, Quilicura, Lo Barnechea, Colina, Lampa y Til Til.*



## *Alianza con Bike Santiago*

Buscar convenio con el servicio Bike-Santiago de bicicletas públicas. Poner banderines largos con el logo en las bicicletas y gráficas en las estaciones de entrega de bicicletas.

Así mismo motivar el uso de la bici para ir al evento mismo con un gran estacionamiento para estas y algún premio o descuento por no usar el auto.

La Fórmula E comparte valores con Bike-Santiago.

*Datos:*

*Bike-Santiago cuenta con estaciones en 14 comunas de Santiago y tiene más de 37.000 usuarios.*



## *Branding en red de ciclovías.*

Proponemos hacer una campaña de branding con stencils pintados en las ciclovías a lo largo del país. Las ciclovías de Chile no se han usado para campañas publicitarias y pueden ser un medio interesante por los valores comunes de usuarios y la Fórmula E. Fomentar el uso de la bicicleta el día del evento.

### *Datos:*

- Santiago cuenta con 280 km de ciclovías.
- Al 2015 se contaban 1.100.000 de viajes al día, según Ciclistas Furiosos.
- Chile es líder en la región en uso de bicicletas.



## *Alianza con Metro de Santiago*

Proponemos gestionar a nivel gobierno una potente campaña de branding en carros y andenes de la empresa estatal Metro.

Además proponemos gestionar beneficios para el pasajero durante el día del evento para motivar a la gente a usar el transporte público.

**Metro comparte valores de sustentabilidad con la Fórmula E.**

*Datos:*

*Misión Metro*

*Garantizar, como empresa protagonista del transporte público integrado, una experiencia de viaje segura y confiable, con eficiencia y sostenibilidad, contribuyendo a una mejor ciudad.*

*Metro transporta 2.200.000 de pasajero al día.*





## *Circuito gastronómico*

Gestión de circuito gastronómico para locales de calidad que estén dentro del trazado del evento. Restaurantes adheridos podrían dar un menú especial durante el evento. Ejemplo: "E Brunch" (esto es inevitable e inherente al evento, la idea es normarlo)

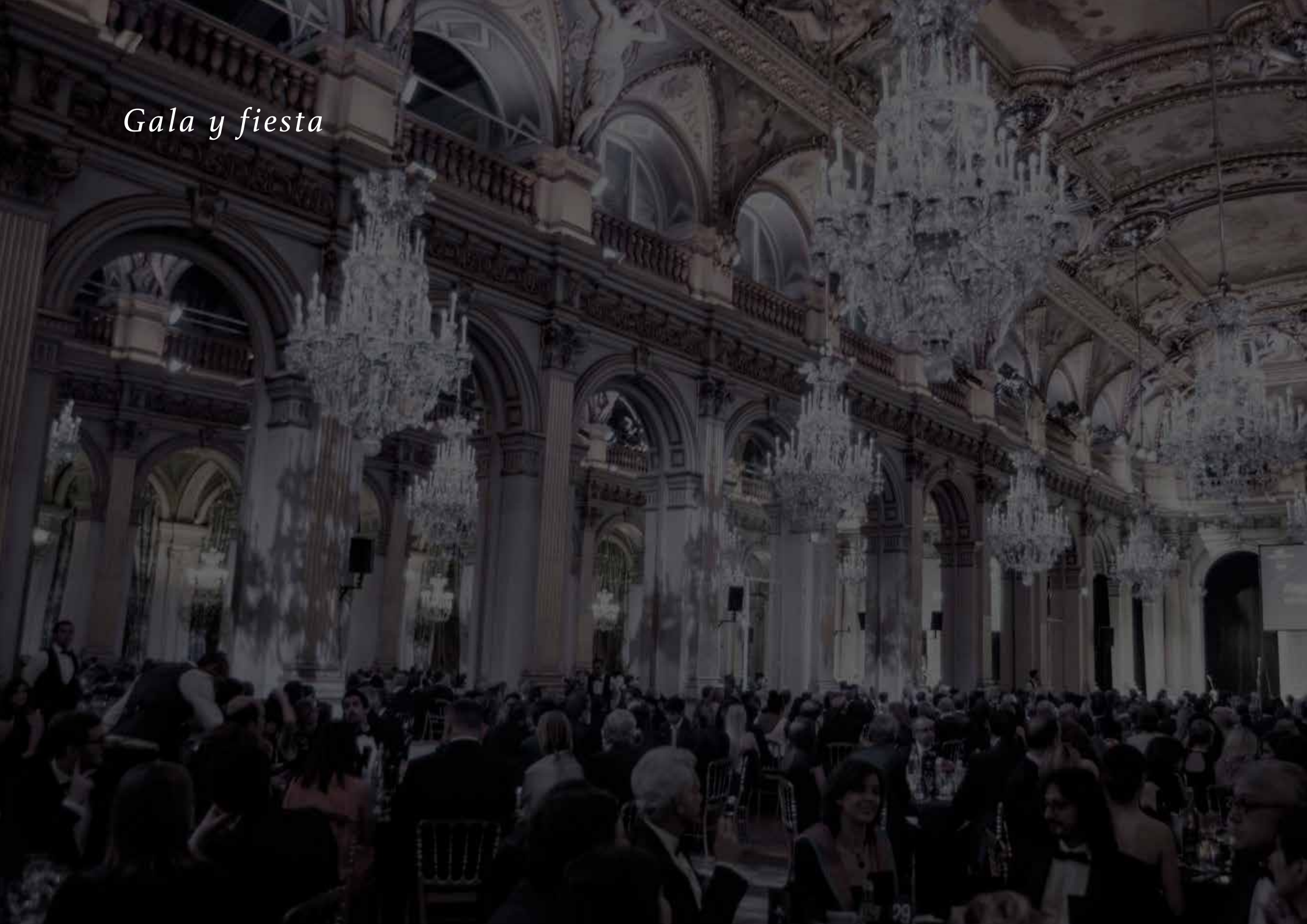
Cada local puede usar sus RRSS para comunicar que son un local adherido a la Fórmula E.

De esta forma podemos generar tráfico en RRSS.

Cada local puede tener un sticker en la fachada.



*Gala y fiesta*



*Locación:  
MAC Museo de  
Arte Contemporáneo.*

Proponemos esta locación para la fiesta de cierre por estar en las cercanías del evento y por ser un edificio patrimonial de gran valor arquitectónico.



## *Evento en el MAC*

Empezaremos con una gala de cierre con la premiación de los pilotos para después terminar con una fiesta de cierre.

Proponemos un formato cocktail de pie para darle más dinamismo al evento y evitar el servicio en mesas que alarga mucho los tiempos.

La gala es con dress code formal y se invitarán celebrities, personas de gobierno, pilotos, prensa, etc.



*Fiesta final*



## *Fiesta electrónica a cargo de EJ*

Finalizando la gala continuaremos con una fiesta de cierre del evento

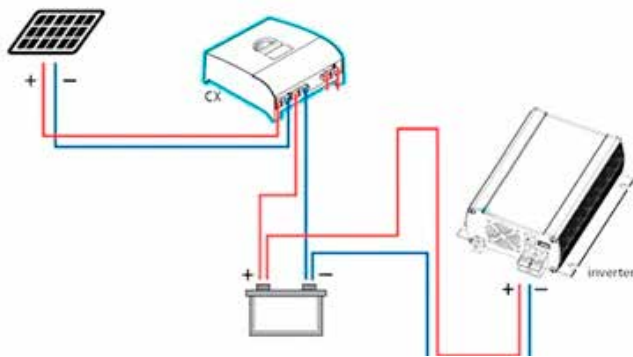
Para esta fiesta haremos una segunda convocatoria con horario diferido a la gala para aumentar el número de participantes.

Abriremos esta invitación a una segunda lista de celebrities y personas llamativas en la vida social santiaguina.



*Energía solar total o parcial  
para dar electricidad a la fiesta.*

-Primera fiesta producida total o parcialmente con energía solar cosechada con paneles y acumulada en baterías.



## *Terraza observatorio.*

**Montar una entretenida terraza de observación guiada para tener unos minutos de astronomía durante la fiesta.**

Chile es conocido por su liderazgo en observatorios astronómicos y es porque en el norte del país existen condiciones únicas por la limpieza del cielo.

La Fórmula E como plataforma de desarrollo tecnológico plantea un camino para que a través de la tecnología de autos eléctricos superemos los graves problemas de contaminación del aire en Santiago.





## *E Bar*

E Bar en donde los mejores mixólogos y bar tenders chilenos puedan mostrar la vanguardia en coctelería local a base de productos bien manejados.



*e Village*

The sign features the following text and logos:

- Top right: A small logo consisting of three horizontal lines.
- Center: "Welcome to" in a small font, followed by "eVillage" in a large, bold, white font.
- Bottom left: "Presented by" in a small font, followed by the "GL events" logo in a red box.
- Bottom right: "Presented by" in a small font, followed by the "GL events" logo in a red box.



# e Village

Proponemos algunas ideas para complementar y agregar valor al eVillage.



## *Energía solar*

**Instalar un sistema de energía solar para dar electricidad total o parcial al e Village.  
Chile es líder en la región en el uso de ésta tecnología.**

**- ENEL OPERATES WORLD'S FIRST "PLUG AND PLAY" MICRO-GRID POWERED BY SOLAR PV AND HYDROGEN-BASED STORAGE IN CHILE -**



## *Food trucks solares*

En el sector de los food trucks poner puntos de energía solar donde los carros puedan conectarse. Si es que no cuentan con energía solar por si mismos.



## *Puntos de fruta gratis*

Estaciones de frutas chilenas de libre consumo que estén certificadas como sustentables.



## *Expendedoras de snacks y bebidas solares*

Circuito de máquinas vending solares que expendan sólo productos naturales, bebidas sustentables, etc.



## *Expo startups de energía limpia*

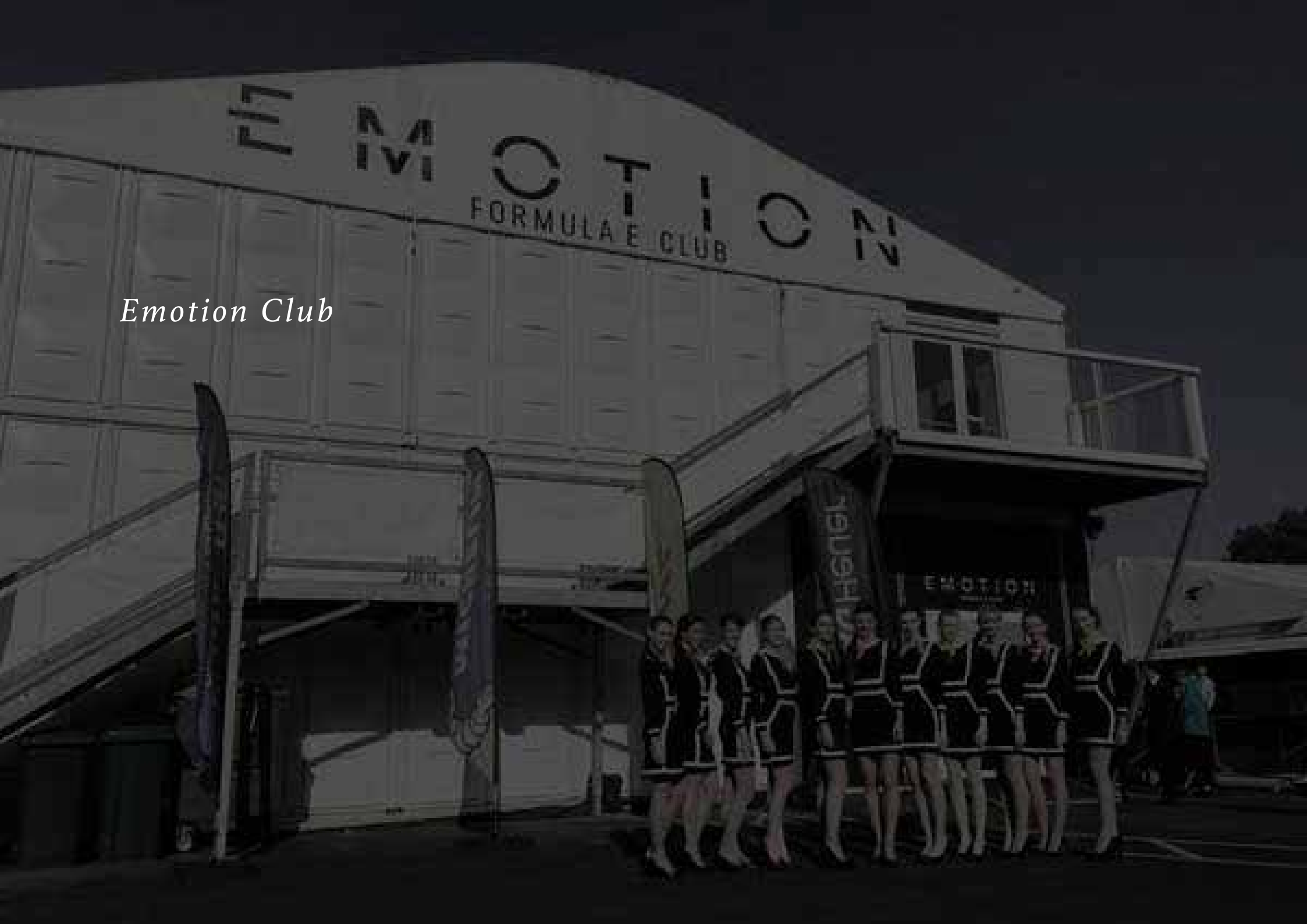
Sector con una pequeña feria donde emprendedores del área de energías limpiass podrán exponer sus proyectos.





EMOTION  
FORMULA E CLUB

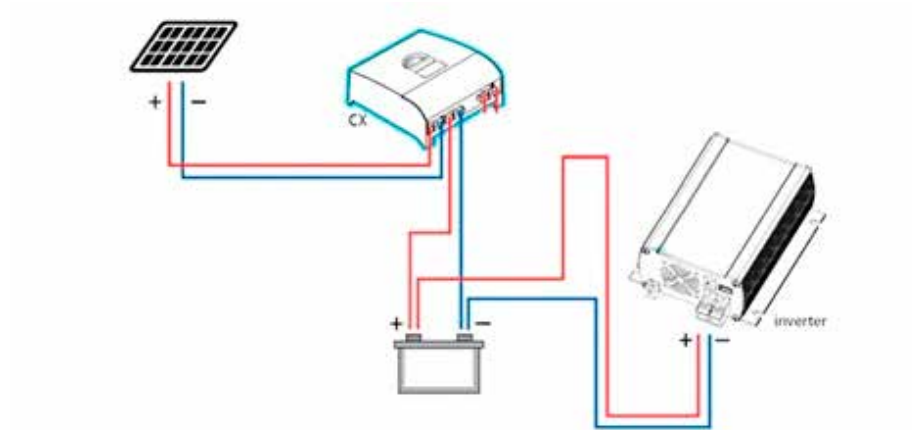
*Emotion Club*



## *Emotion Club*

Queremos darle un toque de Chile al formato internacional del Emotion Club para que el evento de SCL sea único.

VIP manejado con energía solar por empresas partner que hagan el proyecto eléctrico. Presentando a Chile como el líder en energía solar a nivel latinoamericano que es y así compartir estos valores con la Fórmula E.



## *Catas de vino chileno certificado como sustentable.*

Cata de vinos premium chilenos de viñas que tengan manejo sustentable. La idea es aprovechar esa imagen país de vinos que tiene Chile y mostrar esta industria a los invitados del EMotion Club.



## *La nueva cocina chilena.*

Exposiciones de chefs locales que cumplan con los valores de buen manejo de alimentos. Presentar la nueva cocina chilena de vanguardia con los mejores productos a los invitados del Emotion Club.



*Logística del montaje.*



## *Plan de logística eficiente durante toda la producción.*

Dentro de lo posible, usar medios limpios para mover los equipos de producción pensando en la eficiencia logística desde el principio.

Ejemplos:

- Hoteles cercanos al evento para disminuir huella de carbono en transporte.
- Autos eléctricos o híbridos para transporte aeropuerto,
- Bicicletas y carritos eléctricos para moverse dentro del sector de montaje, etc. (gestión con BMW, sponsor del evento)
- Acreditaciones en materiales reciclados certificados o acreditaciones electrónicas.

