



1



**SPAIN**

*The World Championship for Everyone*

2014 FIBA World Championship Bidding Country

**El Mejor Evento de la Historia del Baloncesto**

---

**The Best Basketball Event Ever**

*The World Championship for Everyone*





# CONTENIDOS

## VOLUMEN 1

- INTRODUCCION. VISIÓN Y CONCEPTO
- 1.- APOYOS Y COMPROMISOS DE GOBIERNOS, AYUNTAMIENTOS Y SOCIEDAD
- 2.- GARANTÍAS FINANCIERAS GUBERNAMENTALES
- 3.- INTRODUCCIÓN DEL PAÍS Y LAS SEDES SELECCIONADAS
- 4.- NUESTRA EXPERIENCIA ORGANIZATIVA
- 5.- PROPUESTA CAMPEONATO SISTEMA DE COMPETICIÓN FECHAS PROPUESTAS
- 6.- INFRAESTRUCTURA DE LAS SEDES
- 7.- ALOJAMIENTO
- 8.- PLAN DE TRANSPORTE
- 9.- PLAN DE SEGURIDAD
- 10.- ASPECTOS MÉDICOS
- 11.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- 12.- TECNOLOGÍAS
- 13.- PLAN DE MARKETING Y PATROCINIO
- 14.- PLAN DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN
- 15.- PLAN DE PROTOCOLO, HOSPITALITY. VIPS. CEREMONIAS
- 16.- PLAN ECONÓMICO
- 17.- PLAN DE SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE
- 18.- COMITÉ DE HONOR/COMITÉ DIRECTIVO LOCAL/ORGANIGRAMA
- 19.- PLAN DE OPERACIONES: CRONOGRAMA Y PLAN DE ACCIÓN
- 20.- CONGRESO MUNDIAL FIBA
- 21.- FIBA GLOBAL PARTNER

## VOLUMEN 2

### CAPÍTULO PRIMERO

#### GENERACIÓN 2014. EL VALOR DE VALORES

- PROGRAMAS DEPORTIVOS
- PROGRAMA DE LA MUJER
- PROGRAMAS DE FORMACIÓN
- PROGRAMAS SOCIALES
- PROGRAMA DE SALUD
- PROGRAMAS CULTURALES

### CAPÍTULO SEGUNDO.

#### UNA EXPERIENCIA ÚNICA

- PROGRAMAS DE OCIO Y BIENVENIDA
- PROGRAMAS INSTITUCIONALES, PROGRAMAS VIP PARA FIBA Y SUS COLABORADORES

## VOLUMEN 3

### 1 DESARROLLO INTERNACIONAL

- 1.1 CENTROS DEPORTIVOS FIBA / FEB
- 1.2. CENTROS DE TECNIFICACIÓN
- 1.3. GENERACIÓN E2014: LA RED MUNDIAL DEL APRENDIZAJE
- 1.4. TORNEOS GENERACIÓN 2014
- 1.5. PROGRAMAS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL
- 1.6. MUNDIALES DE CATEGORÍAS INFERIORES
- 1.7. APOYO AL MUNDIAL FEMENINO

### 2 EVENTOS

- 2.1. BASKET SQUARE
- 2.2. FOROS Y SEMINARIOS MUNDIALES DE BALONCESTO Y LIDERAZGO EMPRESARIAL
- 2.3. CAMPEONATOS TRIBASKET
- 2.4. GALAS MUNDIALES
- 2.5. CAMPUS DE VERANO PARA LAS FUTURAS ESTRELLAS

### 3 PROMOCIÓN

- 3.1. GIRA INSTITUCIONAL
- 3.2. PROMOCIÓN EN CAMPEONATOS FIBA
- 3.3. LIVE SHOW DURANTE EL MUNDIAL
- 3.4. CONCURSOS
- 3.5. MUSEO VIRTUAL
- 3.6. RED SOCIAL DEL BALONCESTO; "THE STREET LICENCE"

### 4 EL LEGADO DEL MUNDIAL

# CONTENTS

## VOLUME 1

- INTRODUCTION
- 1.- GOVERNMENT, VENUES & SOCIAL SUPPORT AND GUARANTEES
- 2.- FINANCIAL GUARANTEES
- 3.- INTRODUCTION OF THE COUNTRY AND VENUES SELECTED
- 4.- OUR ORGANISATIONAL PRACTISE
- 5.- CHAMPIONSHIP PROPOSAL SYSTEM OF COMPETITION DATES
- 6.- VENUES INFRASTRUCTURE
- 7.- ACCOMODATION
- 8.- TRANSPORTATION PLAN
- 9.- SECURITY PLAN
- 10.- HEALTH CARE SERVICES
- 11.- COMMUNICATION PLAN
- 12.- TECHNOLOGY
- 13.- MARKETING AND SPONSORSHIP PLAN
- 14.- COMMUNICATION AND PROMOTION PLAN
- 15.- PROTOCOL, HOSPITALITY. VIPS. CEREMONIES PLAN
- 16.- FINANCIAL PLAN
- 17.- SUSTAINABILITY AND ENVIRONMENT
- 18.- HONOR COMMITTEE/LOCAL ORGANISING COMMITTEE/ORGANISATIONAL CHART
- 19.- OPERATIONS PLAN
- 20.- FIBA WORLD CONGRESS
- 21.- FIBA GLOBAL PARTNER

## VOLUME 2

### CHAPTER ONE

#### THE GENERATION OF 2014. THE VALUE OF VALUES

- SPORTS PROGRAMMES
- WOMEN'S PROGRAMME
- TRAINING PROGRAMMES
- SOCIAL PROGRAMS
- HEALTH PROGRAMMES
- CULTURAL PROGRAMMES

### CHAPTER TWO

#### "A UNIQUE EXPERIENCE"

- LEISURE AND WELCOME PROGRAMMES
- INSTITUTIONAL PROJECTS, VIP PROGRAMMES
- FOR FIBA AND ITS PARTNERS

## VOLUME 3

### 1 INTERNATIONAL DEVELOPMENT

- 1.1. FIBA / FEB SPORTS CENTRES
- 1.2. TRAINING AND EXCELLENCE CENTRES
- 1.3. GENERATION E2014: THE WORLDWIDE WEB FOR ONLINE LEARNING
- 1.4. GENERATION 2014 TOURNAMENTS
- 1.5. INTERNATIONAL COOPERATION PROGRAMMES
- 1.6. JUNIOR CATEGORY WORLD CHAMPIONSHIPS
- 1.7. SUPPORT FOR THE WOMEN'S WORLD CHAMPIONSHIP

### 2 EVENTOS

- 2.1. BASKET SQUARE
- 2.2. WORLD BASKETBALL FORUMS AND CONGRESSES AND BUSINESS LEADERSHIP
- 2.3. TRIBASKET CHAMPIONSHIPS
- 2.4. WORLD CHAMPIONSHIP GALAS
- 2.5. SUMMER CAMPUSES FOR OUR FUTURE STARS

### 3 PROMOTION

- 1. INSTITUTIONAL TOUR
- 2. PROMOTION DURING FIBA CHAMPIONSHIPS
- 3. LIVE SHOW DURING THE WORLD CHAMPIONSHIP
- 4. COMPETITIONS
- 5. VIRTUAL MUSEUM
- 6. SOCIAL NETWORK OF BASKETBALL; "THE STREET LICENCE"

### 4 THE LEGACY OF THE WORLD CHAMPIONSHIP





D José Luis Rodríguez Zapatero  
Presidente del Gobierno Español  
President of Spanish Government

Madrid, 24 de abril de 2009

Querido Presidente, Secretario General  
y Miembros del Board de FIBA:

Con mi convicción de que el deporte juega un importante papel ejemplarizante, de cohesión y de buena convivencia en nuestras sociedades, y, particularmente, como admirador y practicante del baloncesto, paradigma del deporte en equipo y del leal espíritu competitivo, manifiesto, en representación del Gobierno de España, mi apoyo más decidido a la Candidatura Española a la sede del Campeonato del Mundo de la FIBA 2014.

Tengo la seguridad de que todas las administraciones españolas aportarán, en perfecta coordinación, sus mejores medios y capacidad organizativa para conseguir que la celebración del Campeonato del Mundo de la FIBA 2014 sea un éxito, como lo han sido anteriormente las reuniones, acontecimientos y competiciones deportivas internacionales que han tenido lugar en España.

El Gobierno de España se compromete a prestar toda su colaboración al Comité Organizador, en el caso de que España obtenga su designación como país anfitrión del Campeonato del Mundo de la FIBA 2014.

Madrid, April 24 2009

Dear President, Secretary General  
and Board members

With my conviction that sports play an important exemplifying role of cohesion and of good coexistence in our societies and, particularly, as admirer and practitioner of basketball, paradigm of team sport and of the competitive loyal spirit, I state, on behalf of the Government of Spain, my more resolved support to the Spanish Candidacy as the host for the FIBA World Championship 2014.

I am sure that all the Spanish administrations will contribute, in perfect coordination, with their best means and organizational capacity to get the FIBA World Championship 2014 a true success, as the meetings, events and sport international competitions that have taken place in Spain have been.

The Government from Spain commits to offer all its collaboration to the Organizing Committee, in case Spain obtains its appointment as a host country for the FIBA World Championship 2014.



Dña Bibiana Aído  
Ministra de Igualdad  
Ministry for Equality

Madrid, 24 de abril de 2009  
Querido Presidente, Secretario General  
y Miembros del Board de FIBA:

Como Ministra de Igualdad del Gobierno de España, quiero mostrar mi apoyo a la candidatura de la Federación Española de Baloncesto al Campeonato del Mundo de Baloncesto España 2014.

Me gustaría subrayar, especialmente, el buen trabajo que están realizando en el desarrollo de programas sociales en su candidatura al Mundial 2014 y expresar mi satisfacción por la prioridad que conceden a la igualdad y a la integración de las mujeres en el deporte. Además, reciban mi más sincera felicitación por su Plan Estratégico en Políticas de Igualdad.

Con la confianza y el deseo de que España pueda acoger dicha competición y el convencimiento de que el excepcional trabajo que están llevando a cabo dará resultados muy positivos, aprovecho la ocasión para enviarles un cordial y afectuoso saludo.

Madrid, April 24 2009  
Dear President, Secretary General  
and Board members

As Minister of Equality of the Government from Spain, I would like to show my support to the candidacy from the Spanish Basketball Federation to the FIBA World Championship 2014.

I would especially like to underline the good work that you are carrying out within the development of social programs in your candidacy to the World Championship 2014 and to express my satisfaction for the priority that you grant to the equality and the integration of the women in sport. Also, I would like you to receive my most sincere congratulation for your Strategic Plan in Political of Equality.

With the trust and the desire that Spain could be granted this competition and the being fully aware of the exceptional work that you are carrying out will give very positive results, I would like to use this occasion to send them a cordial and affectionate greeting.





D. Jaime Lissavetzky  
 Presidente del Consejo Superior de Deportes  
 President of Consejo Superior de Deportes

Madrid, 24 de abril de 2009

Querido Presidente, Secretario General  
 y Miembros del Board de FIBA:

Cuando el pasado mes de diciembre en Ginebra tuve la oportunidad de presentarle la candidatura de la FEB al Mundial 2014 expliqué entre otras muchas cosas que el nuestro es un país que en los últimos 15 años ha demostrado un extraordinario compromiso con el deporte en general y con el baloncesto en particular. Un compromiso que ahora, transcurridos varios meses en los que nuestra Federación ha derrochado trabajo e ilusión a partes iguales, quiero reiterarle. Del mismo modo que le reitero la total implicación de todas las instancias institucionales en un proyecto que todos en España hemos hecho nuestro. El CSD, como responsable del deporte nacional, en el supuesto de que la organización de dicho evento sea asignada a nuestro país, participará activamente en el Comité Organizador. Actuará como representante del gobierno de España y coordinará aquellas necesidades que pudieran derivarse de otros departamentos ministeriales, tales como la seguridad y acceso de los participantes mediante los visados correspondientes.

Por tanto, el CSD asumirá todas las medidas de seguridad necesarias para garantizar la seguridad del Campeonato del Mundo de Baloncesto en 2014, la protección personal de todas las delegaciones participantes, de la delegación de FIBA, de los representantes de Medios de Comunicación y todas aquellas personas acreditadas, antes, durante y después de los partidos, y mientras se desplacen viajando por el país, especialmente en Aeropuertos, Hoteles (interior y exterior), Sedes, campos de entrenamiento, FIBA Broadcast Center, Zona Medios de Comunicación y en todas aquellas áreas oficiales.

Igualmente se aprobará el presupuesto que haga viable la competición, así como los correspondientes compromisos financieros de sus miembros.

Madrid, April 24 2009

Dear President, Secretary General  
 and Board members

When last December I had the opportunity to present you the candidacy from the FEB to the World cup 2014 in Geneva, among other things, I explained that ours is a country that has demonstrated an extraordinary commitment with sport in general and with basketball in particular during the last 15 years. A commitment I would like to insist now after several months in which our Federation has poured out work and illusion equally. Likewise I would like to reiterate the unconditional implication of all the institutional instances in a project that all Spain have made ours. The C.S.D., as the head of national athletics, will actively participate in the Organizational Committee it corresponds to, should the mentioned event be assigned to our country.

The C.S.D. will act as a representative of the Spanish government and coordinate necessities that could derive from other Ministerial Departments, such as security and participant (Team Delegations, FIBA Delegation, Commercial Partners, Host Broadcaster and Media representatives) entrance in the country through the necessary visas. No work permits are required by Spanish law for shorts Championships. Therefore, the C.S.D. undertake all necessary security measures to guarantee the safety of the 2014 FIBA World Championship and personal protection from Team Delegations, FIBA Delegations, Media representatives and all accredited persons before, during and after the games and while travelling around the country, especially in Airports, Hotels (inside and outside), Venues, Training Halls, FIBA Broadcast Centre, Media Centres and any official areas.

In addition, in the mentioned Organizational Committee, the budget to make the competition possible will be approved, as will the corresponding financial commitments of its members.



D. Joan Mesquida  
 Secretario de Estado de Turismo  
 Secretary of State for Tourism

Madrid, 24 de abril de 2009  
 Querido Presidente, Secretario General  
 y Miembros del Board de FIBA:

En nombre de la Secretaría de Estado de Turismo me gustaría expresarle my apoyo personal a la candidatura presentada por la Federación Española de Baloncesto para la organización del Campeonato del Mundo de Baloncesto en 2014. Estoy convencido que tanto los españoles con sus instituciones y, especialmente, sus sedes, apoyarán la organización de la competición así como que trabajarán conjuntamente de tal manera que den otra razón más para el orgullo de nuestro país y el mundo entero.

Nuestro país es bien conocido internacionalmente por sus fantásticos parajes, sus exclusivos encantos y algunos de las ciudades más increíbles, espectaculares y atractivas del planeta. Pero últimamente España también ha ganado reconocimiento por el éxito de sus deportistas a nivel internacional.

España es un país que lleva el deporte en su corazón. Es una de nuestra características distintivas, y estamos seguros de que ahora, con la comunión que buscamos entre la imagen internacional, el turismo y el baloncesto, contribuiremos de manera importante al éxito de la propuesta en cada país del planeta.

A través de nuestra historia, nuestro país, su capital, la ciudad de Madrid y el resto de las sedes propuestas en la candidatura han demostrado su capacidad para unir fuerzas histórica y culturalmente y atraer de la mano a todas las naciones del mundo.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto, sería un gran honor para todos nosotros si España fuese elegida por la FIBA para la organización del Campeonato del Mundo de Baloncesto en 2014.

Madrid, April 24 2009  
 Dear President, Secretary General  
 and Board members

I would like to express my personal support and that of the Governmental Tourism Office to the bid, the Spanish Basketball Federation, have presented to stage the FIBA World Championship 2014. I am certain that all Spaniards and their institutions, and especially the venues cities strongly support the staging of the competition and that we will all work together to provide yet another reason for both our country and the world to be proud.

Our country is well known around the world because our wonderful places, our unique delights and some of the most incredible, amazing and attractive cities of the globe. But specially in these days Spain is also recognized because the international success of our athletes.

Spain is a country that has taken sport to its heart. It is one of our identifying features, and we are sure that now, with the engagement that we want to have between our international image, the tourism and the sport of basketball, we will strongly contribute to the success of the proposal in every single country of the globe.

Throughout our history, our country, its capital, the city of Madrid, and the rest of the venues proposed in the bid, have demonstrated their capability to unite historically and culturally and bring together all of the nations of the world.

In the light of all the above, it would be a great honour for all of us if Spain were chosen by FIBA to stage the 2014 World Championship.



Dña Esperanza Aguirre  
 Presidenta de la Comunidad de Madrid  
 President of the Madrid Community

Madrid, 24 de abril de 2009  
 Querido Presidente, Secretario General  
 y Miembros del Board de FIBA:

El Gobierno de la Comunidad de Madrid trabaja en todo momento para que vengan a nuestra Región los mejores espectáculos deportivos nacionales e internacionales. Y los madrileños apoyan y agradecen siempre ese esfuerzo. Por ello estoy segura de que recibirán con entusiasmo la celebración en Madrid de la fase final del Mundial de Baloncesto 2014.

Madrid tiene una larga tradición en el deporte de la canasta. Hasta el punto de que sería imposible hablar de la historia del Baloncesto europeo sin referirnos a los equipos, los jugadores y las canchas madrileñas, que han sido protagonistas de muchos de los mejores y más importantes partidos celebrados en Europa.

Por eso, todos los responsables del deporte madrileño sabemos que la organización de acontecimientos deportivos internacionales de la relevancia de un Mundial de Baloncesto es algo muy positivo no sólo para fomentar el deporte y la actividad física entre los madrileños, sino también para dar a conocer nuestra cultura y fomentar el turismo.

Por todos estos motivos, los madrileños esperamos que el Palacio de Deportes de la Comunidad de Madrid sea, en 2014, el escenario de un torneo deportivo que, igual que los Juegos Olímpicos o la Copa del Mundo de Fútbol, se celebra cada cuatro años. El Gobierno de la Comunidad de Madrid tiene la seguridad de que estamos más que preparados para acoger una competición tan importante como es la fase final del Mundial de Baloncesto del año 2014, y por eso apoyamos firmemente esta candidatura.

Madrid se siente honrada, y entusiasmada, por los numerosos y emocionantes acontecimientos baloncestísticos que ha acogido en tiempos recientes. En apenas unos meses, los madrileños y los que nos visitan hemos tenido oportunidad de presenciar en vivo la Final Four de la Euroliga, el Eurobasket, la Copa del Rey de Baloncesto y varios partidos de exhibición de la NBA.

Estas grandes citas han sido siempre un éxito. Por eso tengo la confianza y el deseo de que la fase final del Mundial 2014 se celebre en Madrid y sea un nuevo triunfo del Baloncesto y del deporte, además de una enorme satisfacción para la Comunidad de Madrid.

Madrid, April 24 2009  
 Dear President, Secretary General  
 and Board members

The Government of the Community of Madrid works steadily so that the best national and international sport shows arrive at our Region. And people from Madrid support and always appreciate that effort. Hence I am positive they will receive with enthusiasm the celebration in Madrid of the World Championship 2014 Final Phase.

Madrid has a long tradition in basketball. It would be impossible to speak about European basketball history without referring to the teams, the players and the courts from Madrid that have been main characters of many of the best and more important matches taken place in Europe.

Therefore, the personnel in charge of Madrid sports know that the organization of relevant international sport events like a FIBA World Championship is highly positive not only to promote sports and physical activity among people from Madrid, but also to show our culture and to foment tourism.

For all these reasons, people from Madrid hope Palace of Sports of the Community of Madrid will be the scenario of a sport tournament in 2014 that, like the Olympic Games or the Soccer World Cup, takes place every four years. The Government of the Community of Madrid is sure we are more than ready to welcome such an important competition as the World Championship 2014 Final Phase is, and for that reason we support this candidacy firmly.

Madrid is honoured and delighted by the numerous and touching basketball events that has welcomed in recent times. In a short period of time we and those that visit us have had opportunity to witness live the Euroleague Final Four, Eurobasket, the Basketball King's Cup and several NBA exhibition matches.

These big appointments have always been a success. For that reason I am confident the World Championship 2014 Final Phase will take place in Madrid and be a new victory of both basketball and sport, besides an enormous satisfaction for the Community of Madrid.



D. Alfredo Sánchez Monteseirín  
Alcalde de Sevilla  
Mayor of Sevilla

Sevilla, 24 de abril de 2009  
Querido Presidente, Secretario General  
y Miembros del Board de FIBA:

Como Alcalde de Sevilla, es para mí un honor y una gran responsabilidad, transmitirles la ilusión y el convencimiento de todos los sevillanos de que Sevilla será el mejor ejemplo del baloncesto, su éxito y sus valores. Sevilla y el deporte son buenos amigos. Su decidida apuesta por el deporte comenzó en la década de los noventa del siglo pasado y, como un corredor de fondo, se prepara, participa y cosecha éxitos por su persistencia y por su cuidada preparación, manteniendo siempre su compromiso con el deporte captando eventos de manera sostenida. Sevilla ha organizado gran cantidad de pruebas de la máxima categoría, mundiales, europeos, preolímpicos, etc. y el beneficio siempre ha sido mutuo: aquellos que participaron se sintieron como en casa, con un apoyo cercano de nuestros ciudadanos que hacen que el visitante – competidor, dirigente o seguidor- sea tratado como un sevillano más.

Sevilla, además, se identifica con el baloncesto, como prueba que tenga un equipo en la máxima categoría de la Liga ACB. También ha acogida diferentes ediciones de la Copa del Rey, así como la edición 2008 de la Copa de la Reina. Pero su mayor compromiso hasta la fecha con el baloncesto se vivió con el Eurobasket 2007. Su éxito deportivo y organizativo fueron muy notorios y Sevilla y sus ciudadanos quedaron muy impregnados por este bello deporte y por los valores que transmite, siendo su máximo exponente nuestra Selección Española y esta magnífica generación de deportistas y, lo más importante, de grandes personas que, a través del baloncesto y por el baloncesto, contribuyen a transmitir valores como esfuerzo, compañerismo, compromiso, apoyo y superación, entre otros.

En definitiva, nuestra ilusión es volver a vivir esa magnífica experiencia del baloncesto y acoger la fiesta y el encuentro que supondría Mundobasket 2014 para Sevilla, con el convencimiento de que, nuevamente Sevilla y sus sevillanos harían suyo el evento, así como que Sevilla y el baloncesto quedarán más unidos, si cabe, para siempre.

Por todo ello, como alcalde de Sevilla, les reitero el apoyo, el compromiso y, por supuesto, la ilusión de los sevillanos por albergar tan magnífico evento.

Seville, April 24 2009  
Dear President, Secretary General  
and Board members

As the Mayor of Seville, it is both an honour and a great responsibility to convey to you that the city's inhabitants feel a true excitement and firm conviction that Seville will be an excellent basketball venue, representing the sport's success and values. Seville and sport are good friends and its enthusiasm for sport dates from the 1990s. Our city, like a long-distance runner, gets ready, participates and is a great success in sports events thanks to its perseverance and careful preparation, maintaining its commitment to support and constantly hosting important competitions. Seville has organised a number of top-level world, European, national and pre-Olympic events. The experience has always been mutually beneficial: athletes are always made to feel at home, thanks to the local hospitality which ensures that visitors (competing athletes, managers or followers) are treated like one of the family.

Seville is also closely identified with basketball, as it has a team in top division of the ACB league. It has also hosted the Cup Final on several occasions, together with the Queen's Cup in 2008. However, to date, its greatest commitment to basketball was on occasion of Eurobasket 2007. The event was a great success, from both a sporting and organisational perspective. Eurobasket 2007 left a footprint in the hearts of the people of Seville, who enjoy and admire basketball and its values, all of which are found in the Spanish national team and in a great generation of athletes and, more important still, great people who, through basketball, help to disseminate values such as hard work, friendship, commitment, support and fulfilment.

In sum, we are looking forward to repeating such a magnificent experience, hosting the 2014 FIBA World Championship in Seville, as we are sure that the city and its inhabitants will be as welcoming as before, with Seville and basketball being bound together for ever.

As the Mayor of Seville, I hereby confirm the city's support and commitment and, of course, the wishes of its people, who would be proud to host such a magnificent event.



D. José Torres Hurtado  
Alcalde de Granada  
Mayor of Granada

Granada, 24 de abril de 2009

Querido Presidente, Secretario General  
y Miembros del Board de FIBA:

Como alcalde de Granada quisiera expresar la enorme satisfacción que supone para todos los granadinos el hecho de que nuestra ciudad se incluya dentro de la candidatura española al Campeonato del Mundo de Baloncesto de 2014.

Nuestra participación en la candidatura española no es más que la expresión del profundo compromiso que Granada tiene con el deporte ya no sólo como oferta de ocio saludable, sino también como un motor económico dispuesto a contribuir a la difusión de la imagen de nuestra ciudad como reclamo turístico.

Granada está dispuesta a dar a la candidatura de España al Campeonato del Mundo de Baloncesto toda su ilusión, pero también sus infraestructuras y su experiencia en la organización de grandes acontecimientos deportivos.

Granada espera el Campeonato del Mundo de Baloncesto ya no sólo por el atractivo que ello supondrá, sino por el legado que este gran acontecimiento dejará en la ciudad, que sumará a sus infraestructuras deportivas otros equipamientos que permitirán a los granadinos disfrutar de nuevos espacio para la práctica deportiva.

Granada, April 24 2009

Dear President, Secretary General  
and Board members

As mayor of Granada I would like to express the enormous satisfaction to all Granadinians the fact our city is to be included inside the Spanish candidacy to the FIBA World Championship 2014.

Our participation in the Spanish candidacy is not more than the expression of the deep commitment that Granada has not only with the sport as an offer of healthy leisure, but also as an economic boost willing to contribute to the diffusion of the image of our city like tourist birdcall.

Granada is willing to give all its interest to the candidacy from Spain to the World Championship, but also its infrastructures and its experience in the organization of outstanding sport events.

Granada awaits the World Championship not only for the attractiveness that will mean, but also for the legacy that this great event will leave in the city adding to its sport infrastructures other equipments that will allow people from Granada enjoying new space for the sport practice.



D. José Miguel Pérez García  
 Presidente del "Cabildo de Gran Canaria"  
 President of "Cabildo de Gran Canaria"

Las Palmas Gran Canaria, 24 de abril de 2009  
 Querido Presidente, Secretario General  
 y Miembros del Board de FIBA:

Es un honor para mí, como Presidente del Cabildo de Gran Canaria presentar este detallado dossier donde hemos querido mostrar, con exquisito detalle, nuestras capacidades como sede candidata para la celebración del Mundial de Baloncesto a celebrar en el 2014, dentro de la magnífica candidatura presentada por España.

La candidatura está avalada por el esfuerzo y empeño mostrado por todo el equipo que ha trabajado en su preparación, por el apoyo de los ciudadanos, donde el baloncesto ocupa un lugar destacado.

Esta condición de subsede nos permitirá fortalecer más nuestro compromiso con la sociedad por la promoción de valores que son la esencia del espíritu del deporte, la solidaridad, el respeto y el desarrollo personal como eje de una sociedad moderna.

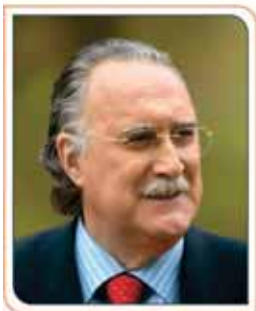
Como Presidente del Cabildo de Gran Canaria reitero el compromiso de esta isla, de sus Instituciones y de sus ciudadanos para cumplir con excelencia todos los aspectos presentados y desarrollados en este proyecto y convertirlos en una realidad que haga aún más grande el baloncesto como deporte.

Las Palmas Gran Canaria, April 24 2009  
 Dear President, Secretary General  
 and Board members

As the President of the Council of Gran Canaria, I have the honour of presenting you the excellently detailed attached dossier by means of which we want to show you our aptitudes as a candidate venue for the celebration of the FIBA World Championship in 2014, as part of the wonderful candidature presented by Spain.

The candidature of Gran Canaria is guaranteed, firstly, by the effort and determination shown by all the members of the team that has been working on its preparation, secondly, by the support the citizens of Gran Canaria give to sports, specially to basketball. This condition of venue will allow us to consolidate our commitment with society by promoting the values which the spirit of sport conveys: solidarity, respect and personal development as the central point of a modern society.

As the President of the Council of Gran Canaria, I reiterate the commitment that this Island, its institutions and its citizens have to carry out all the aspects presented and developed in this project with excellence and turn them into a reality which will make basketball even a greater sport.  
 Yours faithfully,



D. Iñaki Azkuna  
Alcalde de Bilbao  
Mayor of Bilbao

Bilbao, 24 de abril de 2009  
Querido Presidente, Secretario General  
y Miembros del Board de FIBA:

Para una ciudad acostumbrada a retos permanentes en su afán por establecerse en la primera línea de la cultura, el conocimiento o el deporte, supone todo un honor formar parte de esta candidatura para acoger el Campeonato Mundial FIBA.

Si algo ha caracterizado a Bilbao en las últimas décadas ha sido el compromiso decidido de todas las instituciones y de la iniciativa privada para sumar fuerzas de cara a la consecución de objetivos importantes. Consecuencia de ello ha sido la regeneración referencial de su entramado urbano, que es en realidad mucho más profunda de lo que revelan sus modélicos edificios y equipamientos, ya que está enraizada en importantes actuaciones de carácter social y empresarial, en las que el deporte ha jugado un papel esencial.

Nos agrada anunciar que ese espíritu de colaboración preside una vez más nuestra ilusión y nuestro proyecto por acoger el Campeonato Mundial FIBA, porque lo hacemos además desde el convencimiento de que un acontecimiento de esta magnitud será capaz de impregnar nuestra ciudad de todas las virtudes emparejadas al deporte que, a buen seguro, quedarán en la memoria de nuestros ciudadanos por mucho tiempo.

Bilbao, April 24 2009  
Dear President, Secretary General  
and Board members

For a city accustomed to permanent challenges in its eagerness to become established in the front line of culture, knowledge and sports, it is a real honour to be part of the candidature to host the FIBA World Championship.

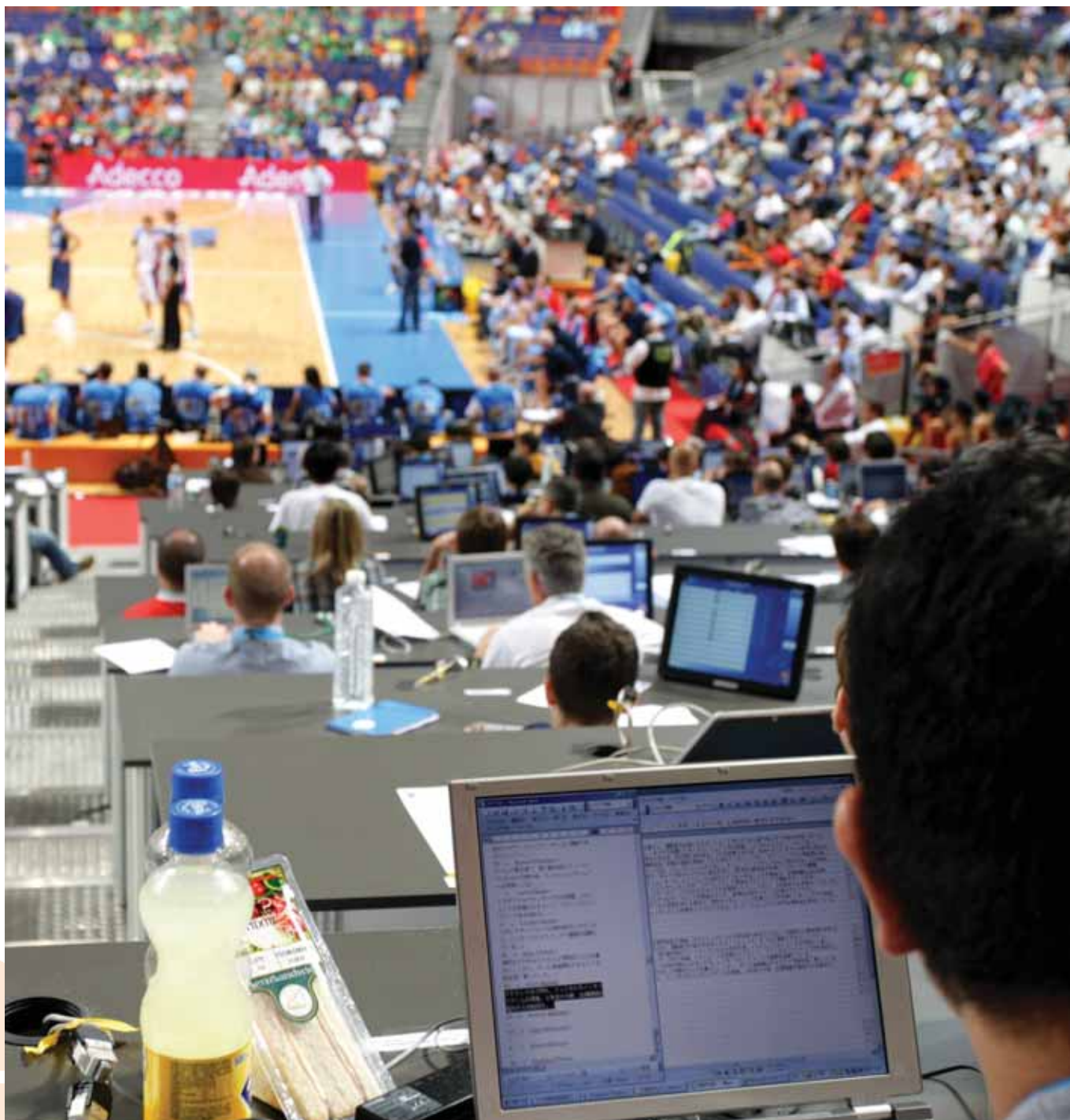
Something that has characterised Bilbao in recent decades is the determined commitment of all the institutions and of private enterprise to join forces with a view to achieving important goals. A result of this is the extensively mentioned regeneration of its urban fabric, which really runs much deeper than what is revealed by its model building and amenities, since it is rooted in important actions of a social and business nature, in which sport has played a pivotal role.

We are pleased to announce that the same spirit of cooperation presides once again over our desire and our project to host the FIBA World Championship, because it is also based on our conviction that an event of this importance will be capable of impregnating our city with all the virtues linked to the sport and which, without a doubt, will remain in the memories of our citizens for a long time.

I take this opportunity to send you my very best wishes,







**INTRODUCCIÓN  
VISIÓN Y CONCEPTO**

**INTRODUCTION  
VISION AND CONCEPT**



## VISIÓN CONCEPTO DE CANDIDATURA

La Federación Española de Baloncesto prepara un mundial que trascienda más allá de un gran evento deportivo, desea que signifique una experiencia única para participantes y aficionados donde se integren diferentes culturas y sectores de la sociedad mundial, persiguiendo la excelencia de un evento que eleve a lo más alto la imagen del baloncesto mundial y la FIBA, y que transfiera a la sociedad española y a la sociedad global los atributos y valores tan apreciados de nuestro deporte.

A nivel local, queremos ser inspiradores de estos valores, mejorando la calidad de vida de las ciudades y sus ciudadanos que conforman nuestra candidatura, acceder a los jóvenes y que se involucren con nosotros, despertando el talento y la participación ciudadana en el evento.

Nuestro objetivo para este campeonato no es solamente el conseguir un importante legado en las ciudades o a nivel nacional, sino el mostrar una nueva forma de presentarnos al mundo que sirva de legado a la FIBA, un Mundial para todos y que sirva como transferencia de conocimiento del campeonato para posteriores mundiales y eventos FIBA.

La FEB desea optar a la organización de este mundial porque tiene la experiencia, la capacidad y la convicción de que puede elevar el baloncesto al nivel antes descrito nunca conseguido con anterioridad, y ponerlo como indiscutible líder mundial en cuanto a la calidad y excelencia de un campeonato mundial que nuestro deporte se merece. Asimismo, la trayectoria que lleva la FEB en los últimos años, tanto de crecimiento de federación como de éxitos deportivos, avala que somos capaces merecedores de realizar un evento de esta envergadura.



## JOSÉ LUIS SÁEZ

**PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BALONCESTO  
PRESIDENT OF THE SPANISH BASKETBALL FEDERATION**

### VISION BIDDING CONCEPT

The Spanish Basketball Federation is preparing a World Championship that goes beyond a major sports event; we want it to signify a unique experience for all the participants and supporters where different cultures and sectors of our world society can be integrated, pursuing excellence in an event that elevates the image of basketball as well as of FIBA worldwide and that transfers to the Spanish and global society the attributes and values so highly appreciated in our sport.

At the local level, we want to inspire these values, creating a better quality of life for the cities and their residents that comprise our candidature, reaching out to young people and getting them involved with us, developing talent and people's participation in the event.

Our goal for this championship is not only to achieve an important legacy for the city or country. We want to show a new way to present ourselves to the world that serves as a legacy for FIBA, a world championship for everyone and as transfer of knowledge on this major event to subsequent FIBA championships and events.

The FEB wishes to bid on the organisation of 2014 World Championship because we have the experience, the capacity, and the conviction that will allow us to raise basketball to a level never before achieved, and to make it the indisputable world leader in quality and excellence in a world championship that our sport deserves. Moreover, the experience of the FEB in recent years, in its growth as a federation as well as in its sports successes, backs our well-deserved capacity for carrying out such a major event.



## ¿POR QUÉ ESPAÑA? VALORES Y RAZONES DE NUESTRA PROPUESTA

Cuando en la Federación Española se planteó la organización del Mundial de Baloncesto 2014 en España, esta candidatura tenía una ambiciosa visión: realizar algo diferente nunca planteado, el realizar un evento mundial para todos antes, durante y después del evento. Y esta idea os la puedo explicar sobre 4 conceptos:

### EL MEJOR EVENTO DE BALONCESTO HECHO NUNCA

Conseguir que fuera el mejor evento y la mejor organización de un campeonato que hubiera existido nunca. Un evento de este tipo no debemos correr riesgos y la exigencia es alta. La imagen de todo el baloncesto mundial está en juego. Hay que ser capaces de lograrlo y contar con una gran estructura y un gran equipo con experiencia en eventos de baloncesto para conseguirlo. Con toda humildad permitirme deciros que en España lo tenemos.

Nuestras sedes me gustan mucho, cuentan ya con grandes pabellones pese a que 3 sedes harán nuevos si se obtiene el mundial 2014. Inmejorables infraestructuras, hermosas ciudades con clima idóneo y excelente gastronomía... y además, todas ellas cuentan con experiencia en grandes eventos.

España y las sedes del mundial son grandes aficionadas al baloncesto (1ª en el ranking de asistencia de público en Europa y segunda después de la NBA), con lo que la asistencia y la venta entradas tan importantes en la imagen del evento están aseguradas. Además cuenta, según las encuestas realizadas en las sedes, con un respaldo del 92% de los ciudadanos.

El manual del evento ha sido estudiado con detalle y asumido por la federación y todas sus sedes conociendo perfectamente

lo que significa para cada área del mismo. Pero además queremos incluso mejorarlos y aportar nuevas fórmulas creativas e innovadoras en el campeonato en departamentos de tecnologías, promoción, comunicación etc. con más proyectos concretos y propuestas reales para un campeonato de este tipo.

### UN EVENTO LLENO DE VALORES SOCIALES

El segundo de los objetivos de la FEB, es conseguir una implicación social y ciudadana nunca conseguida antes con programas que empiezan desde el 2010 hasta el mundial 2014 y que continuarán incluso posteriormente al mismo.

La GENERACIÓN 2014;  
La Generación creada con  
los valores de los programas  
del Mundial

Programas deportivos y de promoción de baloncesto, detección de talentos, baloncesto en la calle, formación en colegios, etc. que conseguirán que salgan más jugadores jóvenes que, como yo, tenemos ilusión por jugar a este deporte. Programas sociales contra la marginación, el alcoholismo juvenil, la obesidad infantil, e incluso un novedoso programa para la mujer que se realizarán desde 4 años antes del evento y que perdurarán después del mismo y donde el baloncesto es el alma de los mimos transfiriendo a la sociedad y próximas generaciones un sinfín de valores en lo que llamamos LA GENERACIÓN 2014.

### EL MEJOR EVENTO TAMBIÉN FUERA DE LAS CANCHAS

Todos los ciudadanos se vuelcan con el mundial, con ciudades enteras participando en un gran programa de diversión (ocio/cultural) sin precedentes en un evento deportivo. Todas las ciudades han preparado un programa de bienvenida extraordinario, creando paquetes turísticos para todo

**RICKY RUBIO, JUGADOR INTERNACIONAL/INTERNATIONAL PLAYER**  
**RICKY TENDRÁ 23 AÑOS EN EL MUNDIAL DE ESPAÑA 2014**  
**RICKY WILL BE 23 IN THE 2014 WORLD CHAMPIONSHIP IN SPAIN**

**WHY SPAIN?  
 VALUES AND REASONS  
 FOR OUR PROPOSAL**

When the Spanish Federation first considered organising the 2014 WorldBasketball Championship in Spain, the bid proposal was to be ambitious: do something different, never before considered and organise a world event for everyone before, during and after the event. This idea may be explained by the following concepts:

**THE BEST BASKETBALL  
 EVENT EVER CREATED**

Achieve the best event and best organisation ever of a championship. An event of this type should not run risks and be very demanding, as the image of World Basketball is at stake. It is necessary to be capable of achieving this goal and count with sufficient structure and an excellent team of experts with experience in basketball events. Modesty apart, we consider that all the latter may be attained in Spain.

I like our venue cities a lot; they already have excellent pavilions but three of them will be new if the 2014 WorldBasketball Championship is awarded to Spain. They also count with unsurpassable infrastructures, are beautiful cities with an ideal climate and excellent gastronomy and moreover, all of them count with experience in important events.

Spain and the World Championship venue cities are great basketball fans (first in European public attendance ranking and second after the NBA). This means that the attendance and ticket sales, so important for the event image, are assured. Moreover, according to opinion polls carried out in the venue cities, 92% citizens support the event.

The event manual has been studied to great detail and assumed by the Federation and all its venue cities, perfectly knowing that pertaining to each one of them. However, we want to improve it and contribute new creative and innovative concepts in the championship in sections of technology, promotion, communication, etc. with more specific projects and real proposals for a championship of this kind.

**AN EVENT FULL OF SOCIAL VALUES**

The second FEB objective is to achieve social and citizen involvement never obtained before with programmes starting from 2010 until the World Championship in 2014 and continuing thereafter.

**The GENERACIÓN 2014;  
 The generation created with  
 the values of the World  
 Championship**

Sports Programmes and basketball promotion, talent detection, street basketball, training at schools, etc. bringing out more young players, that like me, have the ambition of playing this sport, social programmes against rejection, juvenile alcoholism, child obesity and even a novel programme for women, all to be performed as from four years before the event and will continue after it and where basketball is the soul of the affection, transferring numerous values to society and future generations, to be called THE 2014 GENERATION.

**THE BEST EVENT EVEN  
 BEYOND THE COURTS**

All citizens commit themselves to a world championship with whole cities participating in a great programme of entertainment (pleasure/culture) without precedent in a sport event.

tipo de aficionados y hasta podemos ver el compromiso de los ciudadanos de ofrecer su casa (formato bed and breakfast) a los aficionados que no puedan permitirse un hotel y quieran venir al mundial.

## Nuestro mayor éxito, su mejor recuerdo

Me gustan mucho los programas de ocio que se hacen por toda la ciudad durante el mundial que incluyen propuestas como: una mini feria de abril en Sevilla (donde los ciudadanos además, enseñarán a todos los aficionados que lo deseen a bailar sus famosas sevillanas), alta cocina de los mejores chefs vascos en forma de tapa gratuita en Bilbao por el centro de la ciudad, las rutas de la tapa de Sevilla y Granada, hasta el gran carnaval de la ciudad de Las Palmas con motivo del Mundial (250.000 ciudadanos salen a la calle durante estas fechas disfrazados y donde las típicas carrozas que serán decoradas de baloncesto con motivo del mundial) son ejemplos de algunas de las numerosas propuestas de nuestras sedes para una diversión garantizada para todos los aficionados, sólo con poseer una entrada del mundial.

### EL OBJETIVO MÁS AMBICIOSO Y SOLIDARIO; UN MUNDIAL PARA TODOS

Pero lo más bonito, es que no sólo deseamos el mejor evento de baloncesto a España si no que queremos que sea para toda la familia del baloncesto en los 5 continentes.

Este es un mundial que no sólo afecta a la mejora de un país, si no que mejora a todo el mundo bajo la idea de internacionalizar el evento. Que el legado sea para todos y no sólo para España.

La FEB, tiene clara vocación de cooperación internacional ayudando a otros países, lo demuestran las diversas cola-

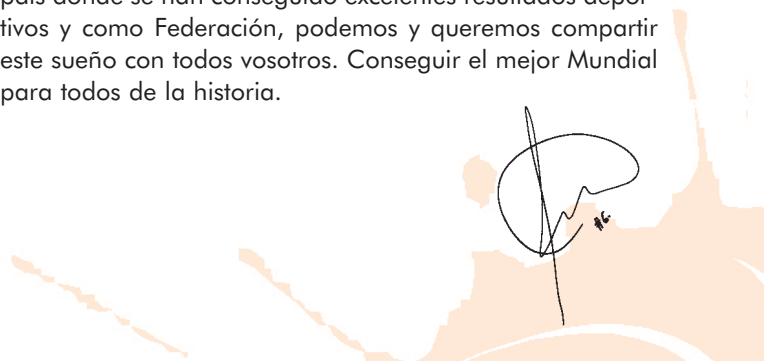
boraciones con más de 30 países para el desarrollo y la formación de nuestro deporte.

En estos tomos, veréis que nuestra candidatura española realizará más de 60 actividades por todo el mundo; Forum y Congresos, campus para los mejores jugadores jóvenes, club mundial del entrenador y del árbitro on line, eventos de Basket Square por todo el mundo, centros deportivos y de tecnificación para todos, así como campeonatos del mundo FIBA y de 3x3 en los 5 continentes.

Concluiré diciendo me gustaría mucho jugar en España este mundial. A los jóvenes de nuestro país nos hace mucha ilusión poder verlo en España, y algunos... si podemos, hasta jugarlo, Deseo que sea una experiencia única para todos, aficionados, ciudadanos, patrocinadores, y miembros de la familia del baloncesto FIBA y especialmente sé que lo será mí si finalmente se realizará en mi país.

## Un Mundial en los cinco continentes con beneficios para toda la familia FIBA

Por la calidad del evento que proponemos, porque somos un país de baloncesto, por los programas sociales y de ocio, por querer que sea un mundial para todos, y sobre todo, por ser una candidatura formada por personas que, como vosotros, amamos con pasión el baloncesto, en un país donde se han conseguido excelentes resultados deportivos y como Federación, podemos y queremos compartir este sueño con todos vosotros. Conseguir el mejor Mundial para todos de la historia.



All the cities have prepared an extraordinary welcome programme creating tourist packages for all types of fans including citizen commitment to offer their homes (bed and breakfast) to those fans who cannot afford a hotel and who want to come to the World Championship.

## Our biggest success, their best memory

I like the entertainment programmes to be performed in the entire city during the World Championship including proposals like: a mini April Fair in Seville (where citizens can teach those fans wishing to do so, how to dance their famous "Sevillanas"), top cooking by the best Basque chefs, with a free snack in Bilbao throughout the city centre, the snack routes of Seville and Granada until the great city carnival of Las Palmas to celebrate the World Championship event (it should be mentioned that 250,000 citizens leave their houses disguised during this event and where the typical floats will be adorned with World Basketball Championship designs), are examples of some of the numerous proposals of our venue cities for guaranteed entertainment for all fans holding a ticket for the World Championship.

### THE MOST AMBITIOUS AND MAGNANIMOUS OBJECTIVE; A WORLD CHAMPIONSHIP FOR EVERYONE

Not only do we want the best basketball event ever created for Spain but also for the whole basketball family in the five continents.

This is a world championship that not only improves a country but improves the whole world by globalising the event providing a legacy for one and all.

The FEB has a clear commitment with international cooperation, as shown by the different collaborations with more

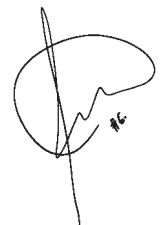
than thirty countries for the development and training of our sport.

In these volumes you will see that the Spanish bid proposal will perform more than sixty activities throughout the world: forums and congresses, campus for the best young players, on-line club for trainers and referees, Basket Square event all over the world, sports and technical centres for everyone as well as FIBA World Championships and 3x3 in the five continents.

Finally, I would like to play in the World Championship in Spain. Young people in this country feel enthusiastic about seeing the championship here and some... if we can... even to play in it. I want it to be a unique experience for everyone, fans, citizens and members of the FIBA family and especially for me, if in the end it is held in Spain.

## A World Championship for five continents with benefits for the whole FIBA family

Thanks to the quality of the event we propose and because Spain is a basketball country, to the social programmes for everyone and especially on being a bid proposal consisting of people that, like yourselves, enthusiastically love basketball and a country which has achieved excellent results in sports and as federation, we can and want to share the dream with all: to achieve the best World Championship in history for all.









**1 APOYOS Y COMPROMISOS DE  
GOBIERNOS, AYUNTAMIENTOS  
Y SOCIEDAD  
(VER CARTAS ORIGINALES EN ANEXOS)**

**1 GOVERNMENT, TOWN HALL  
AND SOCIETY SUPPORT AND  
COMMITMENTS  
(SEE ORIGINAL LETTERS IN THE ANNEX)**

## APOYO DE LAS AUTORIDADES

La Candidatura para organizar el Campeonato del Mundo 2014 es un proyecto de cohesión, tal como lo demuestra la representación, participación y apoyo de los gobiernos nacional, regional y locales.

Cuenta igualmente con el apoyo de múltiples agentes sociales, económicos y empresariales. Esta unidad garantiza que se adopte cualquier medida encaminada a asegurar el éxito en la organización de este Campeonato Mundial.

El espíritu deportivo siempre ha ido promovido y apoyado por la Familia Real Española

## APOYOS INSTITUCIONALES A LA CANDIDATURA DE ESPAÑA 2014

- La Casa Real española expresó su interés y apoyo a la candidatura desde el primer momento.
- El Gobierno de España, garantiza el cumplimiento de las obligaciones de las Ciudades Organizadoras y el libre acceso y movimiento en el país anfitrión de todas las personas debidamente acreditadas para el evento. El Gobierno se compromete también a realizar inversiones y adoptar las medidas necesarias en materia de instalaciones deportivas, transporte, alojamiento, seguridad y telecomunicaciones dentro de las posibilidades presupuestarias de cada ejercicio,
- Gobierno de las Comunidades Autónomas sedes, a través de una aprobación escrita han manifestando el apoyo a la Candidatura,
- Ayuntamientos de las distintas sedes, asimismo expresaron su apoyo a la Candidatura y su intención de que la misma sea un proyecto fruto del consenso y la participación de todas las fuerzas políticas,

## CIUDADES Y MUNICIPIOS SEDE

Todos los gobiernos de las ciudades sede así como los respectivos gobiernos regionales involucrados en la organización del Mundial, han manifestado su apoyo unánime a la Candidatura aportando las garantías correspondientes

## OTRAS ENTIDADES

España 2014 es un proyecto de todos y se manifiesta en la multitud de cooperaciones y colaboraciones recibidas:

- REAL MADRID C.F. (Entidad deportiva)
- FC. BARCELONA (Entidad deportiva)
- LA SEXTA (Televisión)
- CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)
- CAJAMADRID (Entidad financiera)
- MAPFRE (Aseguradora)
- ACS (Constructora)
- Consejo Superior de la Cámara de Comercio
- VIAJES HALCON (Agencia de Viajes)
- RENFE (Ferrocarriles Españoles)
- AENA (Aeropuertos Españoles)
- OTROS

Todas las autoridades mencionadas han firmado las garantías asegurando su apoyo y compromiso con la organización del Mundobasket 2014 (ver las cartas de apoyo en el anexo del volumen)

## APOYO POPULAR

La mayoría de los españoles están a favor de la celebración del Campeonato del Mundo de baloncesto de 2014 en nuestro país. Este apoyo incondicional se hace evidente en todos los acontecimientos deportivos que se organizan en España, así como en la masiva participación ciudadana en distintas iniciativas, como el Programa de Voluntariado o eventos de gran escala como el «Día del Deporte».

Una encuesta de opinión se llevó a cabo entre enero y abril de 2009 en todas las ciudades sedes del Mundial de España, a la pregunta, ¿le gustaría que España organizara el Mundial de Baloncesto 2014? El apoyo a la Candidatura fue del 92,5%

Todo el país involucrado: 92,5% de los ciudadanos en las sedes apoyan el Mundial

La gran selección nacional que tiene España, actual Campeona del Mundo, con estrellas como Pau Gasol, José Calderón, Rudy Fernández o Ricky Rubio, ha sido clave para motivar a toda la sociedad española a votar para apoyar la candidatura y traer un evento de estas magnitudes a España.

## AUTHORITY SUPPORT:

The bid to host the 2014 World Championship is a joint project, as shown by the representation, participation and support of national, regional and local government authorities.

It also counts with the support of many social, economic and business organisations. This coherence assures the adoption of any measure necessary to ensure the successful organisation of the 2014 World Championship in Spain.

Sport spirit has always been promoted and encouraged by the Spanish Royal Family

## INSTITUTIONAL SUPPORT FOR THE 2014 SPANISH BID

- From the beginning, the Spanish Royal Family has expressed its interest in supporting this bid.
- The **Spanish Government**, guarantees to meet the obligations of the organisation cities and provide free access and movement in the host country to all people duly authorised during the event. The Government is also committed to providing investment and adopting the measures necessary regarding sports facilities, transport, accommodation, security and telecommunications for each financial year.
- **Host Autonomous Community Governments** have expressed their unanimous support for the bid.
- **Town Halls of the different Venues** have also expressed their support of the bid.

## VENUES AND TOWN HALLS

Each Government of the minor venues and the respective Regional Governments involved in the organisation of the 2014 World Championship have expressed their full support of the bid by providing the corresponding guarantees.

## OTHER ENTITIES

Spain 2014 is a joint effort, as demonstrated by the large number of cooperating and collaborating organisations:

- REAL MADRID C.F. (Sport club)
- FC. BARCELONA (Sport club)
- LA SEXTA (Television)
- CEOE (The Confederation of Employed and Industries of Spain)
- CAJAMADRID (Savings Bank)
- MAPFRE (Insurers)
- ACS (Construction)
- High Council of Chambers of Commerce of Spain
- VIAJES HALCON (Travel Agency)
- RENFE (Spanish railways)
- AENA (Spanish airports)
- OTHERS

All the above mentioned entities have signed guarantees assuring their support and commitment towards the 2014 WorldBasketball Championship organisation.

## PUBLIC SUPPORT

Most Spaniards agree with holding the 2014 WorldBasketball Championship. This unconditional support is shown at all sporting events organised in the country, as well as in the enormous participation in initiatives, such as Volunteer Programme or large scale events like the "Sports Day Festival".

An opinion poll was carried out between January and April 2009 throughout Spain. The question was: "Would you like Spain to host the 2014 WorldBasketball Championship in?" The support for the Spanish bid was 92.5%

Whole country involved:  
92,5% of the venue's citizens support the World Championship

The splendid Spanish National Team, the current World Champion, with stars like Pau Gasol, Jose Calderón, Rudy Fernández or Ricky Rubio has been essential to encourage Spanish society as a whole to vote and support Spain's bid.





**2 GARANTIAS FINANCIERAS  
GUBERNAMENTALES  
(VER CARTAS ORIGINALES EN ANEXOS)**

**2 GOVERNMENT FINANCIAL  
GUARANTEES  
(SEE ORIGINAL LETTERS IN THE ANNEX)**



## GARANTÍAS FINANCIERAS

Para garantizar la viabilidad de los presupuestos del Mundial 2014 y los costes del mismo, esta candidatura los ha dividido entre cada una de las Sedes, por lo que la Federación Española no incurre en gastos del evento, salvaguardando cualquier riesgo en el presupuesto y derivando a cada una de ellas los gastos que en cada sede se pudieran ocasionar.

Adjuntamos cartas de las 5 sedes que correrán con todos los gastos inherentes a las mismas en el plan que se propone de la candidatura según el manual, así como los que se decidan presentar en el proyecto definitivo de candidatura que se presentará en mayo.

El Gobierno de España a través del Consejo Superior de Deportes, las respectivas Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos han emitido garantías financieras que aseguran la cobertura de cualquier posible déficit financiero que la organización del Mundial de Baloncesto pudiera tener.

## GARANTÍAS FINANCIERAS ADICIONALES

Los gobiernos de todas las administraciones implicadas, en virtud de sus respectivas competencias, han aportado las garantías comprometiéndose a prestar los servicios públicos necesarios para el correcto desarrollo del Campeonato del Mundo de forma gratuita para la Organización. Estos servicios incluyen, fundamentalmente, seguridad, servicios médicos y hospitales, aduanas, control del tráfico y transporte e infraestructura pública. La responsabilidad de la emisión de estas garantías recae en el Gobierno de España, las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos de Madrid, Las Palmas de Gran Canaria, Bilbao, Sevilla y Granada, así como Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) y la Red Nacional de Ferrocarriles Españoles (RENFE).





## FINANCIAL GUARANTEES

To guarantee the viability of the 2014 World Championship budget and costs, the financial proposal is to share them between the different Venues preventing the Spanish Federation from incurring in any debt from the event, redeeming itself from any budget risk and transferring any expenses arising to the former.

We enclose the letters from the five bidding cities, that will assume all the pertinent expenses in the plan proposed for the bid according to the manual, as well as those to be presented in the final bidding project in May.

The Spanish Government by means of the Supreme Sports Council, the respective Autonomous Communities and Town Halls have issued the financial guarantees insuring the coverage of any possible financial deficit incurred by the Organising Committee of the WorldBasketball Championship.

## ADDITIONAL FINANCIAL GUARANTEES

The Governments of all the public administrations involved, in accordance to their respective competencies, have provided the guarantees promising to freely render the public services necessary for the correct development of the World Championship. These services basically include: security, medical and hospital services, customs and traffic control, public transport and infrastructure. The responsibility for issuing these guarantees rests with the Spanish Government, the Autonomous Communities, and the Madrid, Las Palmas de Gran Canaria, Bilbao, Seville and Granada Town Halls, as well as Spanish Airports and Air Navigation (AENA), and Spanish National Railways (RENFE).







### 3 INTRODUCCIÓN DE PAIS Y SEDES

### 3 INTRODUCTION OF THE COUNTRY AND VENUES SELECTED



<b>Capital</b>	<b>Madrid</b>
Población	3.132.463[1] (2007)
Coordenadas	40°25'N 3°45'O / 40.417, -3.75
<b>Ciudad más poblada</b>	<b>Madrid</b>
<b>Idioma oficial</b>	<b>Español / Castellano 2</b>
<b>Forma de gobierno</b>	<b>Monarquía parlamentaria</b>
Rey	Juan Carlos I
Presidente del Gobierno	José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE)
<b>Superficie</b>	<b>Puesto 51°</b>
Total	504.645 km <sup>2</sup>
% agua	1,04%
Fronteras	2.032 km
<b>Población</b>	<b>Puesto 27°</b>
Total	46.157.822 (2008)
Densidad	91,4 hab/km <sup>2</sup>
<b>Grupos Étnicos</b>	88.7% Españoles 11.3% Otros
<b>PIB (nominal)</b>	<b>Puesto 8°</b>
Total (2007)	US\$ 1.438.959 mill.
PIB per cápita	US\$ 32.066
<b>PIB (PPA)</b>	<b>Puesto 11°</b>
Total (2007)	US\$ 1.351.608 mill.
PIB per cápita	US\$ 30.120
<b>IDH (2005)</b>	<b>0,949 (13°) – Alto</b>

<b>Moneda</b>	<b>Euro (€, EUR)</b>
<b>Gentilicio</b>	<b>Español, -a</b>
<b>Huso horario</b>	<b>CET (UTC+1)</b> en verano CEST (UTC+2)
<b>Dominio Internet</b>	<b>.es</b>
<b>Prefijo telefónico</b>	<b>+34</b>
<b>Prefijo radiofónico</b>	<b>AMA-AOZ, EAA-EHZ</b>
<b>Siglas país para aviones</b>	<b>EC</b>
<b>Siglas país para automóviles</b>	<b>E</b>
<b>Código ISO</b>	724 / ESP / ES (Península) EA (Ceuta y Melilla) IC (Islas Canarias)
<b>Miembro de:</b>	Unión Europea, OTAN, ONU, OCDE, OSCE, UL, CIN, OEI, ABINIA, UEO, AED, BERD, COE
<b>Religión</b>	Cristiana (76%) Ateos (19%) Islam (2,3%) Judaísmo (0,1%) Otros (1,7%)



<b>Capital (and largest city)</b>	<b>Madrid</b> 40°26'N 3°42'W / 40.433°N 3.7°W	<b>GDP (nominal)</b>	
		Total	\$1,611 trillion
		Per capita	\$35,331
<b>Official languages</b>	<b>Spanish</b>	Gini (2005)	32
<b>Recognised regional languages</b>	Aranese, Basque, Catalan/Valencian and Galician	<b>HDI (2006)</b>	<b>0.949 (high)</b>
<b>Ethnic groups</b>	88.7% Spanish 11.3% Other	<b>Currency</b>	<b>Euro € (EUR)</b>
<b>Demonym</b>	<b>Spanish, Spaniard</b>	<b>Time zone</b>	CET (UTC+1) Summer (DST) CEST (UTC+2)
<b>Government</b>	Parliamentary democracy and Constitutional monarchy	<b>Date formats</b>	<b>dd.mm.yyyy (Spanish; CE)</b>
King	Juan Carlos I	<b>Drives on the</b>	<b>right</b>
Prime Minister	José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE)	<b>Internet TLD</b>	<b>.es</b>
<b>EU accession</b>	<b>1 January 1986</b>	<b>Calling code</b>	<b>34</b>
<b>Area</b>		<b>Radio Code</b>	<b>AMA-AOZ, EAA-EHZ</b>
Total	504,030 km <sup>2</sup>	<b>ISO Code</b>	724 / ESP / ES EA (Ceuta and Melilla) IC (Canarias Islands)
Water (%)	1.04	<b>Spain religiosity</b>	Christianity 76% Irreligion / others 19% Islam 2.3% Judaism 0.1% Others 1.7%
<b>Population</b>	<b>46,157,822[3] (28th)</b>		
Density	90 people/km <sup>2</sup> (106th)		
<b>GDP (PPP)</b>			
Total	\$1,397 trillion		
Per capita	\$30,620		

## ESPAÑA: ESTRUCTURA Y CLIMA POLÍTICO: INSTITUCIONES POLÍTICAS:

España, Estado miembro de la Unión Europea (UE) desde 1986, goza de una envidiable posición geográfica que lo convierte en puente y lugar de encuentro de diferentes culturas y nacionalidades, lo que contribuye a forjar la naturaleza abierta y apasionada de sus ciudadanos. Madrid, la capital del país, es una ciudad que combina lo tradicional y lo moderno con total armonía.

España goza de una sólida democracia cuyo pilar principal es la Constitución de 1978, que garantiza los derechos y libertades de todos los ciudadanos. La Constitución también establece los principios, funciones y poderes de las instituciones del Estado y del Gobierno.

España se constituye como una Monarquía parlamentaria, cuyo Jefe de Estado es el Rey Don Juan Carlos I. Es el más alto representante del Estado español en el ámbito internacional, simboliza la unidad y permanencia del Estado, ejerce una función arbitral y moderadora del funcionamiento regular de las instituciones, siendo además Capitán General de los Ejércitos y ejerciendo el Alto Patronazgo de las Reales Academias.

El Rey y la Reina mantienen una estrecha relación con el Deporte. El propio Rey participó en los Juegos de Munich de 1972 en la competición de vela. Sus hijos, S.A.R el Príncipe Felipe, heredero de la Corona, y la Infanta Cristina han seguido sus pasos, participando en Seúl 1988 y en Barcelona 1992 en las pruebas de vela. La soberanía popular reside en las Cortes Generales, formadas por el Congreso y el Senado, que ejercen el poder legislativo.

### Sólida democracia con la Constitución Española desde 1978

Las competencias ejercidas por cada administración pueden ser exclusivas o compartidas, lo que facilita la cooperación y coordinación.

## EL GOBIERNO DE ESPAÑA

Elegido cada cuatro años, «dirige la política interior y exterior, la Administración civil y militar y la defensa del Estado», de acuerdo con el artículo 97 de la Constitución. Ejerce la función ejecutiva y la potestad reglamentaria de acuerdo con la Constitución y las leyes.

El actual Presidente del Gobierno de España es D. José Luis Rodríguez Zapatero, quien dirige y coordina todas las acciones del Gobierno y sus distintos miembros.

Las competencias del Gobierno en relación a la preparación y celebración del Mundial son:

- promoción del deporte / infraestructura deportiva,
- relaciones internacionales,
- seguridad pública y defensa del Estado,
- régimen aduanero y arancelario y de comercio exterior,
- planificación general de la actividad económica,
- comercio y protección de la propiedad intelectual e industrial
- medio ambiente,
- ferrocarriles y transporte terrestre,
- telecomunicaciones y radiocomunicación,
- puertos y aeropuertos.

El Gobierno garantizará la prestación de estos servicios durante el Mundial, asegurando la libre circulación de los miembros del FIBA y la protección de los derechos de sus socios colaboradores.

## GOBIERNO REGIONAL

España está dividida en 17 Comunidades Autónomas.

En años recientes se ha llevado a cabo un considerable grado de descentralización a través de la transferencia de competencias legislativas y ejecutivas a las Comunidades Autónomas.

Las competencias de las Comunidades Autónomas en relación a la preparación y celebración de los Mundiales son:

- promoción del deporte / infraestructura deportiva,
- ordenación del territorio, urbanismo y vivienda,
- sanidad,
- transporte público,
- medio ambiente,
- educación,
- cultura y turismo.

## FORMALIDADES DE ADUANA E INMIGRACIÓN EN ESPAÑA

### Situación de estancia y de residencia

Los extranjeros pueden encontrarse en España en situación de estancia que posibilita la permanencia en territorio español durante 90 días con posibilidad de ser prorrogada o en situación de residencia que, a su vez, puede ser residencia temporal o permanente.

### Reglas sanitarias y de vacunación

No se exige ninguna vacuna a los viajeros internacionales para su entrada en España (Internacional Health and Travel, OMS 2004) si bien las autoridades nacionales recomiendan que tengan actualizado el calendario oficial de vacunaciones.

### Acreditación

El Gobierno de España se compromete a la realización de las gestiones necesarias para garantizar que la entrada, per-

## SPAIN: STRUCTURE AND POLITICAL SYSTEM: POLITICAL INSTITUTIONS

Spain, a member country of the European Union (EU) since 1986, enjoys an enviable geographical location making it a bridge and meeting place for different cultures and nationalities, helping to forge the open and passionate nature of its citizens. Madrid, the country's capital, is a city that balances traditional and modern cultures in total harmony.

Spain enjoys a well established democracy whose main pillar is the 1978 Constitution that guarantees the rights and freedom of all its citizens. The Constitution also establishes the principles, functions and powers of the different institutions of the State and Government.

The political structure of Spain is a parliamentary monarchy where the Head of State is King Juan Carlos I. He is the highest representative of the Spanish State in the international sphere, the symbol of unity and permanence and arbitrates and moderates the functioning of institutions. He is also the Supreme Commander-in-Chief of the Armed Forces and exercises Patronage of the Royal Academies.

The King and the Queen also maintain a close relation with Sport. The King himself participated in the 1972 Munich Games in the sailing competition. His children, HRH Prince Felipe, heir to the Throne, and the Infanta Cristina have both followed in his footsteps by participating in the sailing events of Seoul 1988 and Barcelona 1992.

Popular sovereignty is entrusted to the Parliament (las Cortes Generales). The two Chambers, the Congress and the Senate, which exercises legislative power.

The powers exercised by each level of government may be exclusive or shared with other administrations and bodies to facilitate cooperation and coordination.

Since 1978 solid democracy under the Spanish Constitution

## SPANISH GOVERNMENT

The Government, elected every four years, is responsible for directing "domestic and foreign policy, civil and military administration and State defence", in accordance with Article 97 of the Constitution. It also exercises executive power and regulatory authority in accordance with the Constitution and its laws.

The current President of the Spanish Government is José Luis Rodríguez Zapatero, who directs government action and coordinates the functions of its members.

The competencies of the Government regarding the preparation and holding of the World Championship are:

- promotion of sport / sports infrastructure
- international relations
- public security and State defence
- customs and excise and foreign trade
- general planning of economic activity
- trade and intellectual and industrial property rights
- environment
- railways and road transport
- telecommunications and radio communications
- ports and airports.

The Government will guarantee the provision of these services during the World Championship, ensuring the free circulation of FIBA members and the protection of the rights of its collaborating partners.

## REGIONAL GOVERNMENT

Spain is divided into 17 Autonomous Communities. In recent years, a considerable degree of decentralisation has been achieved through the transfer of legislative and executive powers to Regional Government. The competencies of the Regional Governments essential for the preparation and staging of the World Championship are:

- promotion of sport / sports infrastructure
- regional and town planning and housing
- health
- public transport
- environment
- education
- tourism and culture.

## SPANISH CUSTOMS AND IMMIGRATION FORMALITIES

### Short-term stay and residence

Foreign nationals may enter Spain on a 'short-term stay basis' allowing them to stay in Spanish territory for 90 days and is renewable, or, with a temporary or permanent residence permit.

### Health and vaccine regulations

There are no vaccination requirements for international travellers entering Spain (International Health and Travel, World Health Organisation (WHO 2004), although the Spanish authorities recommend that visitors maintain their official vaccination card up to date.

### Accreditation

The Spanish Government will carry out all the necessary procedures to guarantee that persons in possession of (i) a valid passport and (ii) an identity and accreditation card will be able to enter, stay and carry out their functions in Spain for a period, not exceeding one month before the Event starts nor one month after the World Championship ends,

manencia y ejercicio de la participación en España durante la celebración del Mundial, y en el mes anterior y posterior respectivamente a sus fechas de Apertura y Clausura, pueda realizarse con el pasaporte válido y la tarjeta de identidad y Acreditación del Mundial, y a facilitar una carta de invitación para aquellos países que la requieran.

## PRODUCTOS Y EQUIPAMIENTOS ESPECIALES:

El régimen de importación que resulta de aplicación en el territorio español está determinado por la política comercial establecida en el ámbito de la UE. Existen regulaciones específicas para productos y equipamientos especiales, tal y como se detalla a continuación:

### ARMAS Y MUNICIONES

De acuerdo con el vigente Reglamento de Armas (RA), no se podrá llevar ni portar armas de fuego en territorio español sin disponer de la correspondiente autorización expedida por los órganos administrativos competentes.

### EQUIPOS FOTOGRÁFICOS Y AUDIOVISUALES Y EQUIPOS INFORMÁTICOS

No hay reglamentación específica que limite la importación, tenencia y uso de estos equipos.

### EQUIPOS Y PRODUCTOS MÉDICOS PERMITIDOS EN ESPAÑA

Los deportistas, equipos o grupos deportivos y los directivos extranjeros que los representen están obligados, cuando entren en España para participar en una actividad deportiva, a remitir cumplimentados a la Agencia Española Antidopaje los formularios que la misma establezca, en los que se identifiquen los productos que transportan para su uso, las unidades de los mismos y el médico responsable de su prescripción. En este sentido, España sigue el Código Mundial Antidopaje y actualiza periódicamente la lista de sustancias prohibidas.

Respecto a las medicinas que transporten los visitantes para uso propio, en principio no existe restricción alguna salvo que puedan representar una desviación por su cuantía o pudiesen resultar de utilización ilícita.

### PRODUCTOS ALIMENTICIOS

La importación de productos en España está prolijamente regulada a nivel comunitario. Con carácter general, no existen restricciones a la entrada de productos alimenticios, sin perjuicio del cumplimiento de determinados aspectos de carácter técnico sanitario.

### MATERIAL PRODUCIDO POR LOS MEDIOS:

No existe en el ordenamiento jurídico español ninguna restricción o regulación a la retransmisión fuera de España del material audiovisual relativo a eventos deportivos amateur producido en el país, excepto las normas de carácter general que podrían ser aplicables al material en cuestión o a su utilización en los supuestos en los que fuera constitutivo de delito, contrario a los derechos sobre protección del honor, la intimidad y la propia imagen de los afectados o bien

infringiera otras normas de aplicación general tales como, la Ley de Propiedad Intelectual, la Ley de Marcas, la Ley de Publicidad o la Ley de Defensa de la Competencia.

## La Constitución Española recoge el derecho fundamental de la libertad de expresión

### PUBLICACIONES EXTRANJERAS:

No existe en el ordenamiento jurídico español ninguna norma que limite de forma explícita la importación de publicaciones extranjeras de cualquier tipo.

La Constitución Española recoge como derecho fundamental la libertad de expresión y, en concreto, establece el derecho a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción. Sin embargo, esta libertad tiene su límite en el respeto al resto de los derechos fundamentales recogidos en la propia Constitución, entre los que se encuentran el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

## INFORMACIÓN DE LAS SEDES

### GRANADA:

Granada es la ciudad capital de la provincia del mismo nombre, ubicada en el sudeste de España, entre las orillas del Mediterráneo y el interior andaluz. La ciudad está ubicada a los pies de Sierra Nevada, la cordillera más alta de la Península Ibérica. Con más de mil años de historia documentada, Granada disfruta uno de los patrimonios culturales y arquitectónicos más importantes de España. Además de la Alhambra, los palacios y las fortalezas de la dinastía Nazarí conocidos mundialmente, y el histórico barrio morisco del Albaicín, designado como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, Granada tiene una catedral renacentista que data del siglo XVI y muchos otros monumentos arquitectónicos de primera magnitud.

Granada tiene una población permanente de aproximadamente 243,000 habitantes.

## Los mejores criterios para la selección de las sedes

Gracias a la gran cantidad de accidentes geográficos numerosos en su perfil, la provincia de Granada brinda los enormes contrastes climáticos en un área relativamente pequeña.

### SEVILLA:

Sevilla está ubicada en el suroeste de la Península Ibérica, en el corazón de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Como capital de Andalucía, es la cuarta ciudad más grande en España con una población de 704.114 habitantes dentro del área metropolitana. Sevilla es considerada sin lugar a dudas el centro artístico, cultural, financiero, económico y social del sur de España. Situada a tan sólo 6 metros sobre el nivel del mar en las riberas del río Guadalquivir.

and to send the corresponding invitation letter to the countries so requesting it.

## SPECIAL PRODUCTS AND EQUIPMENT

The rules on the importation of products and equipment in Spain are determined by EU trade policy. The specific regulations established for particular products and equipment are detailed below:

### FIREARMS AND AMMUNITION

In accordance with the current Spanish Firearms Regulations, firearms cannot be carried in Spain without the corresponding authorisation issued by the relevant administrative bodies.

### PHOTOGRAPHIC, AUDIO-VISUAL AND COMPUTER EQUIPMENT

There are no specific regulations limiting import, possession or use of this type of equipment.

### MEDICAL EQUIPMENT AND PRODUCTS PERMITTED IN SPAIN

When entering Spain to participate in a sporting activity, sports teams or groups, and the foreign national executives representing them are obliged to complete and send to the Spanish Anti-Doping Agency such forms identifying the products they are carrying for their use, the quantities thereof and the prescribing doctor.

In this regard, Spain follows the World Anti-Doping Code and periodically updates its list of prohibited substances.

Basically, there are no restrictions on medical products brought in by visitors for their own use, unless they represent a deviation from the norm in terms of quantity, or could be used for illicit purposes.

### FOODSTUFFS

The importation of products into Spain is carefully regulated by the EU. In general, there are no restrictions on the entry of foodstuffs, notwithstanding their compliance with certain technical health requirements.

### MEDIA MATERIAL

There are no restrictions or regulations under Spanish Law concerning the use of media material for amateur sports produced in Spain for broadcast outside Spain, with the exception of the general provisions that might apply to such material or to its use in cases where it constitutes a criminal offence, contrary to the rights to protect the honour, privacy and image of those affected, or where it infringes other general provisions, among others the Intellectual Property Law, the Trade Mark Law, the Advertising Law or the Antitrust Law.

### FOREIGN PUBLICATIONS

No provision exists in Spanish law that expressly restricts the importation of foreign publications of any kind.

The Spanish Constitution allows the freedom of expression as a fundamental right and, in particular, establishes the

## The Spanish Constitution allows the freedom of expression as a fundamental right

right to freely express and disseminate thoughts, ideas and opinions in speech, in writing or by any other means of reproduction. However, this freedom has its limit regards to the other fundamental rights recognised under the Constitution, including the right to honour privacy and one's own image.

## VENUE INFORMATION:

### GRANADA:

Granada is the capital city of the province of the same name, located in south-eastern Spain between the shores of the Mediterranean and the Andalusian hinterland. The city is located at the foot of Sierra Nevada, the highest mountain range of the Iberian peninsula. With more than a thousand years of recorded history, Granada enjoys one of Spain's most important cultural and architectural patrimonies. Besides the Alhambra, the world renowned palaces and fortresses of the Nazarí dynasty, and the historical Moorish Albaicín quarter, both designated as Patrimony of Humanity by the UNESCO, Granada boasts a Renaissance cathedral dating from the 16th century and many other architectural monuments of the first magnitude.

Granada has a permanent population of some 243,000 inhabitants.

Thanks to the numerous geographical accidents in its makeup, the province of Granada offers enormous climatic contrasts in a relatively small area.

## Best criteria for venue selection

### SEVILLE:

Seville is located in the southwest of the Iberian Peninsula, in the heart of the Autonomous Region of Andalusia. As capital of Andalusia, it is the fourth largest city in Spain with a population of 704.114 inhabitants within the metropolitan area. Seville is considered without doubt, the artistic, cultural, financial, economic and social center of southern Spain.

Situated just 6 meters above sea level on the banks of the Guadalquivir River.

Seville city's cathedral was built from 1401–1519 after the Reconquista on the former site of the city's mosque. It is among the largest of all medieval and Gothic cathedrals, in terms of both area and volume. The Cathedral reused some columns and elements from the mosque, and, most famously, the Giralda, originally a minaret, was converted into a bell tower.



La catedral de Sevilla fue construida entre 1401-1519 después de la Reconquista, sobre el mismo lugar en el que se ubicó la mezquita de la ciudad. Se encuentra entre las más grandes de estilo medieval y gótico en relación tanto al área como al volumen. La catedral usó algunas columnas y elementos de la mezquita y la famosa Giralda, originalmente un minarete, fue transformada en un campanario.

La Torre del Oro fue construida por la dinastía de los Almohades como una torre de vigilancia y defensa del río.

El baile sevillano, comúnmente conocido como flamenco, no pasa por un origen sevillano. Pero las canciones folklóricas llamadas Sevillanas son auténticamente sevillanas, así como el baile en cuatro partes que va con ellas.

**LPGC:**

Las Palmas de Gran Canaria es una ciudad (y municipio) española en la isla de Gran Canaria. Gran Canaria, que es una de las Islas Canarias, está situada a unos 210 kilómetros (~ 130 millas) de la costa del noroeste del continente africano en el Océano Atlántico. Es también la ciudad capital de la provincia de Las Palmas y comparte la capitalidad de la comunidad autónoma con Santa Cruz de Tenerife.

La población de la ciudad de Las Palmas era 377,056, haciéndola la ciudad más grande en las Islas Canarias y la novena ciudad más poblada en España.

El carnaval de Las Palmas de Gran Canaria es también extensamente conocido no sólo en España sino también mundialmente, siendo una de las atracciones principales para turistas.

De acuerdo con un estudio llevado a cabo por Thomas Whitmore, director de investigación de climatología en la Universidad de Siracusa (USA), la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria disfruta de "El mejor clima en el mundo entero."

**BILBAO**

Bilbao, es la ciudad más grande del País Vasco en el norte de España y la capital de la provincia de Vizcaya. La ciudad tiene 354,145 habitantes y es la más activa económicamente e industrialmente del área metropolitana de Bilbao, la zona en la que casi la mitad de la pobla-

ción del País Vasco vive. El área metropolitana de Bilbao tiene 950,155 habitantes que se diseminan a lo largo de la longitud del río Nervión, en cuyas riberas tienen su sede numerosas empresas y fábricas que, durante la revolución trajeron prosperidad a la región. Bilbao tiene un clima templado en general templado sin las temperaturas excesivamente extremas.

La ciudad ha llevado a cabo una intensa actividad regenerativa urbanística para abandonar la historia industrial de la región y concentrarse en el turismo y los servicios. Las nuevas infraestructuras se han centrado en el nuevo metro diseñado por Sir Norman Foster y, por encima de todo, el Museo Guggenheim de Bilbao, obra de Frank Gehry.

**MADRID:**

Madrid es la capital y la ciudad más grande de España. Es la tercera ciudad más poblada de la Unión Europea, después de Londres y Berlín, y su área metropolitana es la cuarta después de París, Londres y la zona del Ruhr.

Como capital de España, sede del gobierno y residencia de la monarquía española, Madrid es también el centro político de España. <http://en.wikipedia.org/wiki/Madrid>

Por volumen económico, nivel de vida y el tamaño de su mercado, Madrid está considerada el centro financiero más importante de la Península Ibérica; financiero muy importante del; posee las oficinas centrales de la gran mayoría de las compañías españolas más importantes, así como las oficinas centrales de tres de las 100 compañías más grandes del mundo.

Aunque Madrid posee una infraestructura moderna, ha mantenido la mirada y tacto de muchos de sus barrios históricos y calles. Sus puntos de referencia incluyen al inmenso Palacio Real de Madrid; el Teatro Real con su Auditorio de 1850 restaurado; el Parque del Buen Retiro fundado en 1631; la Biblioteca Nacional, imponente edificio del siglo diecinueve (fundado alrededor del 1712) contiene algunos de los archivos históricos de España; un museo arqueológico de reputación internacional; y tres majestuosos museos de arte: el Museo del Prado que contiene una de las colecciones de arte más valiosas del mundo, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía es un museo de arte moderno, y el Museo Thyssen-Bornemisza.





The Torre del Oro was built by the Almohad dynasty as a watchtower and defensive barrier on the river.

The Sevillana dance, commonly presented as flamenco, is not thought to be of Sevillian origin. But the folksongs called Sevillanas are authentically Sevillian, as is the four-part dance that goes with them.

#### **LPGC:**

Las Palmas de Gran Canaria is a Spanish city (and municipality) on the Gran Canaria Island, Gran Canaria, which is one of the Canary Islands located 210 kilometres (~130 miles) off the north-western coast of the African continent in the Atlantic Ocean. It is also the capital city of the province of Las Palmas and the co-capital of the autonomous community of the Canary Islands, sharing this status with Santa Cruz de Tenerife.

The population of the city of Las Palmas was 377,056, making it the largest city in the Canary Islands and the 9th most populated city in Spain.

The Carnival of Las Palmas de Gran Canaria is also widely known not only in Spain but worldwide, one of the main attractions for tourists.

According to a study carried out by Thomas Whitmore, director of research of climatology at Syracuse University (USA), the city of Las Palmas de Gran Canaria enjoys "the best climate in the world."

#### **BILBAO**

Bilbao, is the largest city in the Basque Country in northern Spain and the capital of the province of Biscay. The city has 354,145 inhabitants and is the most financially and industrially active part of Greater Bilbao, the zone in which almost half of the Basque Country's population lives. Greater Bilbao's 950,155 inhabitants are spread along the length of the Nervión River, whose banks are also home to numerous businesses and factories, which during the industrial revolution brought heightened prosperity to the region.

Bilbao has a generally mild, oceanic climate, without excessively extreme temperatures.

The city has recently undergone major urban renewal, in order to move away from the region's industrial history and instead focus on tourism and services. The developments are centered around the new Underground Railway System by Sir Norman Foster and, most of all, the Guggenheim Bilbao Museum by Frank Gehry.

#### **MADRID:**

Madrid is the capital and largest city of Spain. It is the third-most populous municipality in the European Union after Greater London and Berlin, and its metropolitan area is the fourth-most populous urban area in the European Union after Paris, London, and the Ruhr Area.

As the capital city of Spain, seat of government, and residence of the Spanish monarch, Madrid is also the political centre of Spain.

Due to its economic output, standard of living, and market size, Madrid is considered the major financial centre of the Iberian Peninsula; it hosts the head offices of the vast majority of the major Spanish companies, as well as the headquarters of three of the world's 100 largest companies

While Madrid possesses a modern infrastructure, it has preserved the look and feel of many of its historic neighbourhoods and streets. Its landmarks include the huge Royal Palace of Madrid; the Teatro Real (Royal theatre) with its restored 1850 Opera House; the Buen Retiro park, founded in 1631; the imposing 19th-century National Library building (founded in 1712) containing some of Spain's historical archives; an archaeological museum of international reputation; and three superb art museums: The Prado Museum, which hosts one of the finest art collections in the world, the Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, a museum of modern art, and the Thyssen-Bornemisza Museum.





**4 NUESTRA EXPERIENCIA ORGANIZATIVA**

**4 OUR ORGANISATIONAL EXPERTISE**



## LA CAPACIDAD DE ORGANIZAR

España cuenta con una experiencia contrastada en materia de organización y ejecución exitosa de los más importantes eventos deportivos internacionales, con más de 250 competiciones de esta naturaleza organizados entre 1999 y 2008.

Los siguientes son algunos de los más relevantes eventos organizados en nuestro país:

- Mundial de natación en Barcelona (2003)
- Final de la Copa de la UEFA de Fútbol (2003)
- F1: GP de España y Catalunya cada año
- Motociclismo: GP de Barcelona, Valencia y Jerez cada año
- Tenis: Final de Copa Davis en Sevilla (2004)
- Mundial Indoor de Atletismo en Madrid (2005) y Valencia (2008)
- Juegos del Mediterraneo en Almería (2005)
- Mundial de Taekwondo en Madrid (2005)
- Mundial de Badminton y Padel en Madrid (2006)
- Eurobasket 2007
- Copa del Mundo de Tenis de mesa (2007)
- Copa América de Vela en Valencia (2007)
- Volvo Golf Masters en Cádiz (2007)
- Europeo de Waterpolo en Málaga (2008)

España ha acogido con éxito más de 250 acontecimientos deportivos internacionales en los últimos diez años

## COMPROMISO ORGANIZATIVO DE LA FEB: SIEMPRE INNOVANDO

- Pre-Olímpico Femenino, clasificatorio JJOO Pekin 2008
- Eurobasket masculino 2007 en Palma, Granada, Sevilla, Alicante y Madrid
- Europeo U18 masculino en Madrid (2007)
- Europeo U18 Femenino en Tenerife (2006)
- Europeo U16 Masculino en Linares y Jaén (2006)
- Europeo U18 Masculino en León (2005)
- Europeo U18 Masculino en Zaragoza (2004)

Nuestra experiencia de gestión garantiza una candidatura coherente y coordinada



## THE CAPACITY TO ORGANIZE

Thanks to its professionalism, Spain is a leader among the most important countries in the world that organize international athletics events.

Spain is used to hosting big events, and maintains a permanent commitment to athletics, which is seen in the spectacular experience of event the country has accumulated over many years.

The most important athletics events held over the last few years include:

- World Swimming Championship in Barcelona (2003)
- UEFA Football Uefa Final (2003)
- F1: Spain and Catalonia GP every year
- Motorcycling: Barcelona, Valencia, Jerez GPs every year
- Tennis: Davis Cup Final in Seville (2004) and Master Series
- Indoor World Athletics Championship (2005-Madrid), (2008-Valencia)
- Mediterranean Games in Almería (2005)
- Taekwondo World Championship in Madrid (2005)
- World Badminton and Paddle Championship in Madrid (2006)
- Eurobasket 2007
- World Table Tennis Cup (2007)
- America Sailing Cup in Valencia (2007)
- Volvo Golf Masters (2007) in Cadiz
- European Waterpolo Championship (2008) in Malaga

## FEB ORGANIZATIONAL COMMITMENT: A FURTHER STEP IN INNOVATIVE STANDARDS

- FIBA PreOlympic Tournament for Women (Madrid) 2008
- EuroBasket for Men (2007) (Seville, Granada, Palma de Mallorca, Alicante & Madrid)
- Mens' U18 European Championship - 2007 (Madrid)
- Womens' U18 European Championship - 2006 (Santa Cruz de Tenerife)
- Mens' U16 European Championship - 2006 (Linares, Jaén)
- Mens' U18 European Championship – 2005 (León)
- Mens' U18 European Championship – 2004 (Saragossa)

Our management experience guarantees a coherent and coordinated bid

Over 250 successful international sports events hosted in Spain in the past 10 years





**5 FECHAS Y  
SISTEMA DE COMPETICIÓN**

**5 DATES AND COMPETITION  
SYSTEM**

## SISTEMA DE COMPETICIÓN PARA EL CAMPEONATO DEL MUNDO DE 2014



Las fechas propuestas para la competición:

**30 de agosto al 14 de septiembre 2014**

De acuerdo con los siguientes seis criterios, se han seleccionado estas fechas como las más convenientes:

- las condiciones climatológicas durante este periodo favorecen el mejor rendimiento deportivo
- se ajustan perfectamente al calendario deportivo internacional sin suponer ningún conflicto con otro acontecimiento internacional,
- agosto y primera quincena de septiembre son los periodos vacacionales preferidos por los ciudadanos españoles y europeos, así como por los colegios y universidades. Esta circunstancia además, dará la oportunidad a los estudiantes de tener una mayor participación en el eventos como voluntarios,
- durante el periodo vacacional, la intensidad del tráfico y de uso del transporte público, así como los niveles de contaminación acústica y medioambiental, son los más bajos de todo el año, lo que facilitará un cómodo y eficiente sistema de transporte para los participantes y para los espectadores,
- la ocupación hotelera en la mayoría de sedes (Madrid, especialmente) durante esta época es muy baja, lo que garantiza una excelente oferta de alojamiento de gran calidad
- las cinco principales religiones que se practican en el mundo, Budismo, Judaísmo, Cristianismo, Islamismo e Hinduismo, no celebran ninguna festividad religiosa durante este periodo.





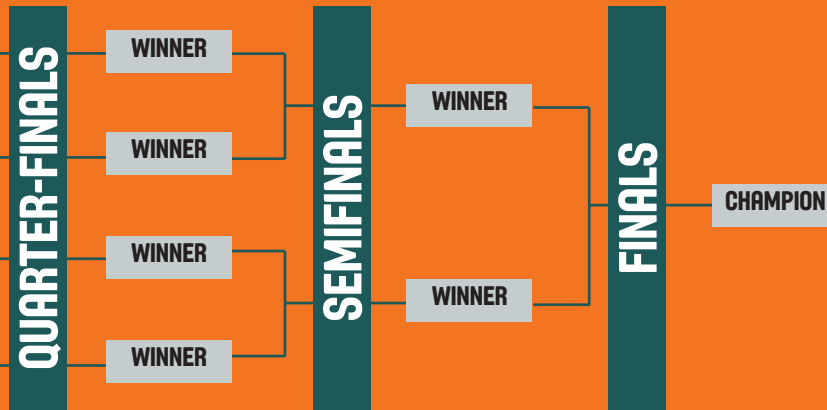
## COMPETITION SYSTEM FOR THE 2014 WORLD CHAMPIONSHIP

## TEMPERATURES

El promedio de temperaturas en las diferentes sedes en septiembre es:

The average temperature in the different venues in September is:

TEMPERATURES	°C
Bilbao	24
Las Palmas de GC	26
Sevilla	32
Madrid	25
Granada	26



■ Recommended Dates of Competition:

**30th August - 14th September, 2014**

These dates have been chosen for the following reasons:

- The weather is optimum for the best performance.
- Not incompatible with events of the international sporting calendar.
- August and first days of September are the preferred holiday period for Spaniards and Europeans, as well as for schools and universities. This will give everyone the opportunity to attend the events and will facilitate the involvement of students as volunteers.
- During the holiday period, traffic and public transport use and the related levels of environmental and noise pollution

are at their lowest, ensuring easy and effective transport of participants and spectators

- Less hotel occupancy during this period (especially in Madrid) ensuring adequate supply of high quality accommodation
- None of the world's five main religions; Buddhism, Judaism, Christianity, Islam and Hinduism have any religious festivals during this period.







## 6 INFRAESTRUCTURAS DE LAS SEDES

(VER GARANTÍAS DE  
CONSTRUCCIÓN EN ANEXO)

## 6 VENUE INFRASTRUCTURES

(SEE CONSTRUCTION  
GUARANTEES IN THE ANNEX)

# BILBAO

## VENUE

### > Name of the Venue

Name: **BIZKAIA ARENA** - Bilbao Exhibition Centre (BEC)

Year of Completion: 2004

City: BARAKALDO

### > Owner (club/city/government)

Basque Government, Regional Government, Bilbao City Hall,  
Barakaldo Townhall, Chamber of Commerce

### > Capacity (Number of seats):

Up to 17.000 SPECTATORS/SEATS

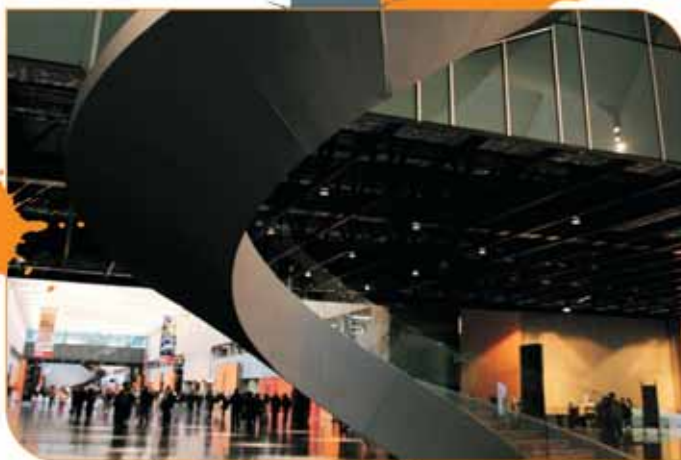
### > Distances to the Venue

From town centre: 8 KM; 10 MIN

From team hotel: 8 KM; 10 MIN

From official hotel: 8 KM; 8 MIN

From airport: 15,3 KM; 16 MIN



# BILBAO



# GRANADA

## VENUE

### > Name of the Venue

Name: **PALACIO MUNICIPAL DE DEPORTES**

Year of Completion: 1991

AMPLIATION OF THE ARENA: END OF 2012

City: GRANADA

### > Owner (club/city/government)

City of GRANADA

### > Capacity (Number of seats):

7.358 SPECTATORS/SEATS, NEW CAPACITY UP TO 12.000

### > Distances to the Venue

From town centre: 2 KM; 15 MIN

From team hotel: 4 KM; 20 MIN

From official hotel: 3 KM; 15 MIN

From airport: 12 KM; 30 MIN



# GRANADA



# LAS PALMAS DE G. CANARIAS

## VENUE

### > Name of the Venue

Name: **GRAN CANARIA SPORT CENTER**  
 (PALACIO DE DEPORTES DE GRAN CANARIA)  
 Year of Completion: END OF 2012  
 City: LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

### > Owner (club/city/government)

City of LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

### > Capacity (Number of seats):

10.000 SPECTATORS/SEATS

### > Distances to the Venue

From town centre: 2.5 KM; 10 MIN  
 From team hotel: 2.5 KM; 10 MIN  
 From official hotel: 2 KM; 8 MIN  
 From airport: 18 KM; 20 MIN





# AS PALMAS



# MADRID

## VENUE

### > Name of the Venue

Name:

**PABELLÓN Real Madrid (VALDEBEBAS)**

Year of Completion: 2013

City: MADRID

### > Owner (club/city/government)

Real Madrid

### > Capacity (Number of seats):

18.000 SPECTATORS/SEATS

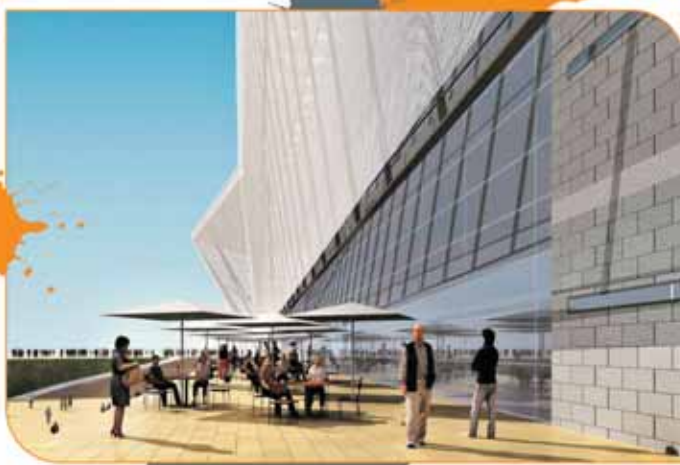
### > Distances to the Venue

From town centre: 15 KM; 14 MIN

From team hotel: 9 KM; 11 MIN

From official hotel: 10 KM; 12 MIN

From airport: 2 KM; 3 MIN



# MADRID



# MADRID

## VENUE

> **Name of the Venue**

Name:

**PALACIO DE DEPORTES DE LA COMUNIDAD DE MADRID  
(Training Hall)**

Year of Completion: 2005

City: MADRID

> **Owner (club/city/government)**

COMUNIDAD DE MADRID  
(Autonomous Regional Government)

> **Capacity (Number of seats):**

15.000 SPECTATORS/SEATS

> **Distances to the Venue**

From town centre: 3 KM; 6 MIN

From team hotel: 9 KM; 12 MIN

From official hotel: 2 KM; 5 MIN

From airport: 13 KM; 20 MIN



# MADRID



# SEVILLA

## VENUE

> **Name of the Venue**

Name: **NUEVO PALACIO DE LOS DEPORTES**

Year of Completion: 2013

City: SEVILLA

> **Owner (club/city/government)**

AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

> **Capacity (Number of seats):**

15.100 SPECTATORS/SEATS

> **Distances to the Venue**

From town centre: 5 KM; 10 MIN

From team hotel: 1 KM; 4 MIN

From official hotel: 4 KM; 10 MIN

From airport: 12 KM; 15 MIN



# SEVILLA



# SEVILLA

## VENUE

### > Name of the Venue

Name: **PALACIO MUNICIPAL DE SAN PABLO**

Year of Completion: 1987 (REMODELING 2007)

City: SEVILLA

### > Owner (club/city/government)

AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

### > Capacity (Number of seats):

10.500 SPECTATORS/SEATS

### > Distances to the Venue

From town centre: 1.5 KM; 10 MIN

From team hotel: 0.5 KM; 4 MIN

From official hotel: 7 KM; 15 MIN

From airport: 7 KM; 9 MIN





# SEVILLA



## PABELLONES

SEDE	PABELLÓN	AÑO CONSTRUCCIÓN	CAPACIDAD	PROPIEDAD	DISTANCIAS
Bilbao	Bizkaia Arena-BEC (Partidos y Entrenamientos en el Anexo)	2004	17.000 espectadores	Gobierno Vasco, Gobierno Regional, Ayuntamiento de Bilbao, Ayuntamiento de Barakaldo, Cámara de Comercio	8Km desde el centro, desde el Hotel de Participantes, de FIBA y de Árbitros. 15,5Km desde el Aeropuerto
Granada	Palacio de los Deportes de Granada (Partidos y Entrenamientos en el Anexo)	1991 (Ampliación 2012)	7.358 espectadores ampliación: 12.000 espec.	Ciudad de Granada	2Km desde el centro, 4Km desde el Hotel de Participantes, 3Km desde Hotel de FIBA y de Árbitros. 12Km desde el Aeropuerto
Las Palmas de Gran Canaria	Palacio de los Deportes de Gran Canaria (Partidos y Entrenamientos en el Anexo)	Final de 2012	10.000 espectadores	Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria	2,5Km desde el centro, desde el Hotel de Participantes y de Árbitros. 2Km desde el de FIBA, 18Km desde el Aeropuerto
Sevilla	Pabellón de San Pablo (Pabellón de Entrenamiento)	1987 (renovado en 2007)	7.500 espectadores	Ciudad de Sevilla	1,5Km desde el centro, 1Km desde el Hotel de Participantes, 7Km desde Hotel de FIBA y de Árbitros. 7Km desde el Aeropuerto
Sevilla	Nuevo Palacio de Deportes de Sevilla (Partidos)	Final de 2013	15.100 espectadores	Ciudad de Sevilla	5Km desde el centro, 1Km desde el Hotel de Participantes, 4Km desde Hotel de FIBA y de Árbitros. 12Km desde el Aeropuerto
Madrid	Palacio de los Deportes de la Comunidad de Madrid (Pabellón de Entrenamiento)	2005	15.000 espectadores	Gobierno Autonómico	3Km desde el centro, 9Km desde el Hotel de Participantes, 10Km desde Hotel de FIBA y de Árbitros. 13Km desde el Aeropuerto
Madrid	Pabellón Valdebebas Real Madrid (Partidos)	Final de 2013	18.000 espectadores	Real Madrid	15Km desde el centro, 10Km desde el Hotel de Participantes, 8Km desde Hotel de FIBA y de Árbitros. 2Km desde el Aeropuerto

Un proyecto que propone utilizar el máximo número de instalaciones existentes, de fácil acceso mediante transporte público y próximas a los Hoteles. Las infraestructuras de las sedes se construirán con criterios de sostenibilidad medioambiental y viabilidad económica.

El Plan de ubicación de las principales sedes del mundial ha sido realizado siguiendo un exhaustivo proceso de selección.

### Los mejores criterios para la selección de las sedes

Para la elección de sedes se ha tenido en cuenta su privilegiada localización, cumpliendo siempre con los requerimientos y especificaciones técnicas de FIBA:

- Proximidad entre instalación deportiva y alojamiento de los participantes.
- Proximidad con el centro de la ciudad: oferta de hoteles y de ambiente nocturno,

- Accesibilidad total: facilitar el acceso de las personas con discapacidad, cumpliendo las actuales normativas europeas e internacionales,
- construcción con carácter permanente sólo de aquellas instalaciones que dejen un legado deportivo a largo plazo,
- utilización de innovadores diseños y modernas tecnologías.

# ARENAS

VENUE	NAME OF ARENA	YEAR OF COMPLETION	CAPACITY	OWNER	DISTANCES
Bilbao	Bizkaia Arena-BEC (Games & Training in the Annex)	2004	17.000 seats	Basque Government, Regional Government, Bilbao City Hall, Barakaldo Townhall, Chamber of Commerce	8Km from town centre, Participants, FIBA & Referees' Hotel, 15,5Km from Airport
Granada	Palacio de los Deportes de Granada (Games & Training in the Annex)	1991 (Ampliation 2012)	7.358 seats ampliation: 12.000 seats	City of Granada	2Km from town centre, 4Km from Participants Hotel, 3Km from FIBA & Referees' Hotel, 12Km from Airport
Las Palmas de Gran Canaria	Palacio de los Deportes de Gran Canaria (Games & Training in the Annex)	End of 2012	10.000 seats	City of Las Palmas de Gran Canaria	2,5Km from town centre, Participants & Referees' Hotel, 2Km from FIBA Hotel, 18Km from Airport
Sevilla	Pabellón de San Pablo (Training Hall)	1987 (remodeling 2007)	7.500 seats	City of Sevilla	1,5Km from town centre, 1Km from Participants Hotel, 7 Km from FIBA & Referees' Hotel, 7Km from Airport
Sevilla	Nuevo Palacio de Deportes de Sevilla (Games)	End of 2013	15.100 seats	City of Sevilla	5Km from town centre, 1Km from Participants Hotel, 4Km from FIBA & Referees' Hotel, 12Km from Airport
Madrid	Palacio de los Deportes de la Comunidad de Madrid (Training Hall)	2005	15.000 seats	Autonomous Regional Government	3Km from town centre, 9Km from Participants Hotel, 10 Km from FIBA & Referees' Hotel, 13Km from Airport
Madrid	Pabellón Valdebebas Real Madrid (Games)	End of 2013	18.000 seats	Real Madrid	15Km from town centre, 10Km from Participants Hotel, 8Km from FIBA & Referees' Hotel, 2Km from Airport

A project proposing optimum use of easily accessed facilities by public transport and near to hotels. The venue infrastructures will be constructed in accordance to environmental and economic sustainability.

- Only permanent construction of those facilities leaving a long term sports legacy will be permitted.
- Use of the latest designs and technologies.

## Best criteria for venue selection

The location plan for the main venues of the World Championship has been made after a thorough selection process.

Selected venues require optimum location in accordance with FIBA requirements and technical specifications.

- little distance between the sports facilities and the Hotels.
- Near the city centre for offer of hotels and nigh life.
- Be fully accessible and comply with the latest European and international requirements for handicapped people





## 7 ALOJAMIENTO

## 7 ACCOMMODATION

# BILBAO

## FIBA HOTEL > HOTEL CARLTON 5\*

> **Número de habitaciones:**

**142 Habitaciones**

(5 Junior Suites y 1 Imperial Suite)

> **Number of rooms:**

**142 Rooms**

(5 Junior Suites and 1 Imperial Suite)

> **Año de Construcción:**

1926 (Renovado en 2008)

> **Year of Construction:**

1926 (Remodeling 2008)

> **Precio PC:** 130€/ > **Rate/day/BB+7%:** 130€

Uno de los edificios más emblemáticos de Bilbao. En sus habitaciones se han alojado personajes tan ilustres como Federico García Lorca y Albert Einstein. El mejor Hotel de Bilbao por variedad y calidad de servicios. Centro donde se desarrollan los principales eventos empresariales y sociales de nuestra ciudad.

One of the most emblematic buildings of Bilbao. Illustrious people such as Federico García Lorca and Albert Einstein have lodged in its rooms. It is the best hotel in Bilbao for variety and quality of services, where the managerial and social main events of our city are developed.



# BILBAO

## PARTICIPANTS HOTEL > HOTEL GRAN DOMINÉ 5\*

> **Número de habitaciones:**

**145 Habitaciones**

(10 Junior Suites y 5 Senior Suites)

> **Number of rooms:**

**145 Rooms**

(10 Junior Suites and 5 Senior Suites)

> **Año de Construcción:**

2002

> **Year of Construction:**

2002

> **Precio PC:** 110€/95€

> **Rate/day/BB+7%:** 110€/95€

El Gran Hotel Domine Bilbao, situado frente al Museo Guggenheim. Su singularidad radica en la aplicación de un concepto de diseño integral, llevado a cabo por los arquitectos Javier Mariscal y Fernando Salas.

Se ha puesto especial cuidado en que cada interior de la habitación tenga algún detalle que la personalice y distinga del resto. En su moderno equipamiento, que incluye televisión interactiva y equipo de audio, funcionalidad y estética se combinan y guardan un perfecto equilibrio.

The Gran Hotel Dominé Bilbao is located in front of the Museum Guggenheim. Its singularity resides in the application of a concept of integral design, carried out by the architects Javier Mariscal and Fernando Salas.

It has been taken special care that each room has some detail that personalizes it and distinguish of the rest. In its modern equipment that includes interactive television and hi-fi system, functionality and aesthetics combine and they keep a perfect balance.



# BILBAO

## PRESS HOTEL > HOTEL NOVOTEL 4\*

> **Número de habitaciones:**

**203 Habitaciones**

(7 Junior Suites y 5 para discapacitados)

> **Number of rooms:**

**203 Rooms**

(7 Junior Suites and 5 specials)

> **Año de Construcción:**

2005

> **Year of Construction:**

2005

> **Precio PC:** 102€ / > **Rate/day/BB+7%:** 102€

La habitación de Novotel, espaciosa y con un diseño contemporáneo perfectamente modulable, constituye un auténtico espacio de vida y se adapta a todas las exigencias. A pocos metros del BEC, es ideal para gente de negocios, congresistas y deportistas que realicen su actividad en dicho recinto.

Novotel rooms, roomy and with a contemporary modular design, are a perfect space of life and they adapt to all possible demands.

Just a few meters away from BEC, it is ideal for businesses people, congress members and sportsmen that carry out their activity in this enclosure.





# BILBAO

## REFEREES HOTEL > HOTEL SHERATON 5\*

> **Número de habitaciones:**

**211 Habitaciones**

(9 Junior Suites y 1 Imperial Suite)

> **Number of rooms:**

**211 Rooms**

(9 Junior Suites and 1 Imperial Suite)

> **Año de Construcción:**

2003

> **Year of Construction:**

2003

> **Precio PC:** 95€ / > **Rate/day/BB+7%:** 95€

El Sheraton Bilbao Hotel conecta con el corazón del centro de los negocios, la recreación y la cultura de Bilbao. Restaurantes, clubes nocturnos y lugares culturales fabulosos se encuentran cercanos al hotel, pudiendo conocer algunas de las obras de arte más bellas del mundo como el emblemático Museo Guggenheim.

The Sheraton Bilbao Hotel connects with the heart of the center of the businesses, the leisure and the culture of Bilbao. Restaurants, night clubs and fabulous cultural places are near to the hotel, being able to know some of the most beautiful works of art in the world like the outstanding Guggenheim Museum.



# GRANADA

## FIBA HOTEL > HOTEL LOS PATOS 5\*

> **Número de habitaciones:**

42 Habitaciones

> **Number of rooms:**

42 Rooms

> **Año de Construcción:**

(Renovado en 2004)

> **Year of Construction:**

(Remodeling 2004)

> **Precio PC:** 153€ / > **Rate/day/BB+7%:** 153€

Este pequeño e histórico edificio, patrimonio cultural de la ciudad de Granada, representa la belleza del pasado trasportada al presente.

Todas las habitaciones están equipadas con una gama de instalaciones de alta calidad, incluyendo: TV plasma, ADSL gratuito, móviles. Restaurantes, terrazas, lounge-bar, patios árabes, estacionamiento privado y una sala de conferencias para 40 personas.

This small and historical building, cultural heritage of the city of Granada, represents the beauty from the past taken to the present. All the rooms are equipped with a range of facilities of high quality, including: LCD TV, free high speed internet, mobile phones. It has restaurants, terraces, lounge-bar, Arab patios, private parking lot and a room of conferences for 40 people.



# GRANADA

## PARTICIPANTS HOTEL > HOTEL NAZARIES 5\*

> **Número de habitaciones:**

253 Habitaciones

> **Number of rooms:**

253 Rooms

> **Año de Construcción:**

2005

> **Year of Construction:**

2005

> **Precio PC:** 105€/100€

> **Rate/day/BB+7%:** 105€/100€

Lujoso hotel en el centro de Granada. Sus lujosas instalaciones, diseñadas con una mezcla de vanguardia y estilo neo-nazarí, ofrecen a sus clientes unas confortables y espaciosas habitaciones, dotadas de las últimas tecnologías. Después de una intensa jornada visitando la monumental Granada, podrá relajarse en su espacio wellness, dotado de un relajante jacuzzi y unos agradables baños turcos.

It is a luxurious hotel in the center of Granada. Its lavish facilities, designed with a mixture of avant-garde and new Nazaritan style, offer to its clients some comfortable and roomy rooms, endowed with the last technologies. After an intense day visiting monumental Granada, you will be able to relax yourself in its space wellness, endowed with a relaxing jacuzzi and some pleasant Turkish baths.



## PRESS HOTEL > HOTEL ABADES NEVADA PALACE 4\*

> **Número de habitaciones:**

**235 Habitaciones**

> **Number of rooms:**

**235 Rooms**

> **Año de Construcción:**

2006

> **Year of Construction:**

2006

> **Precio PC:** 82€ / > **Rate/day/BB+7%:** 82€

Abades Nevada Palace es un hotel de arquitectura vanguardista, innovadoras instalaciones y detalles que hacen de él un lugar único en Granada. Habitaciones perfectamente equipadas, donde gracias a la forma elíptica de la construcción, se pueden observar unas espectaculares vistas de la ciudad, la Alhambra y Sierra Nevada.

Abades Nevada Palace is an avant-garde architecture hotel with innovative facilities and details that make of it a unique place in Granada. Perfectly equipped rooms, Thanks to the elliptic form of the construction its perfectly equipped rooms offer some spectacular views of the city, Alhambra and Sierra Nevada.



## REFEREES HOTEL > HOTEL SENATOR 4\*

> **Número de habitaciones:**

**83 Habitaciones**

> **Number of rooms:**

**83 Rooms**

> **Año de Construcción:**

2008

> **Year of Construction:**

2008

> **Precio PC: 77€ / > Rate/day/BB+7%: 77€**

Recientemente inaugurado, ofrece un ambiente de confort, calidez, cuidando hasta el más mínimo detalle. Senator Granada le ofrece el mejor emplazamiento junto al Palacio de Congresos de Granada y con el mejor concepto e instalaciones: Spa y Gimnasio.

Recently opened, it offers an atmosphere of comfort, warmth, taking care until the utmost minimum of its details. Senator Granada offers the best location next to the Palace of Congresses of Granada and with the best concept and facilities: Spa and Gym.



## LAS PALMAS DE G.C.

### FIBA HOTEL > HOTEL STA. CATALINA 5\*

> **Número de habitaciones:**

**202 Habitaciones**

(14 Junior Suites y 2 Senior Suites)

> **Number of rooms:**

**202 Rooms**

(14 Junior Suites and 2 Senior Suites)

> **Año de Construcción:**

1890 (Renovado en 2005)

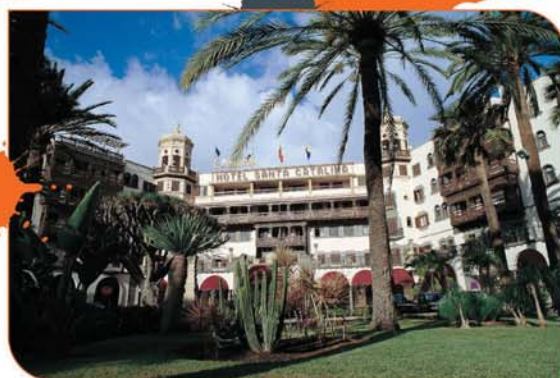
> **Year of Construction:**

1890 (Remodeling 2005)

> **Precio PC:** 160€ / > **Rate/day/BB+7%:** 160€

Hotel de estilo colonial inglés. Monumento Histórico artístico. Su ubicación, en Ciudad Jardín, en el centro de un parque subtropical frente del puerto deportivo y a mitad de camino tanto del centro histórico como del centro comercial, hace de él un espacio sin igual en que sus huéspedes sienten realmente el Glamour de un pasado reciente y las más altas tecnologías de su tiempo actual.

A hotel suite in English Colonial style. Historical Artistic Monument. Its location, in Ciudad Jardín, inside a subtropical park opposite a sports harbour and half way, either the historical centre or the comercial areas, makes it a unique space where its guests can feel the elegance of a recent past, combined with the highest technologies of our times.



# LAS PALMAS DE G.C.

## PARTICIPANTS HOTEL > HOTEL MELIÀ LAS PALMAS 5\*

> **Número de habitaciones:**

**312 Habitaciones**

(34 Junior Suites, 8 Senior Suites y 2 Royal Suites)

> **Number of rooms:**

**312 Rooms**

(34 Junior Suites, 8 Senior Suites and 2 Royal Suites)

> **Año de Construcción:**

2008

> **Year of Construction:**

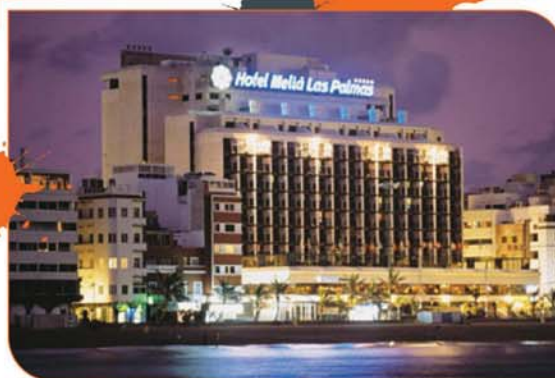
2008

> **Precio PC:** 93€/85€

> **Rate/day/BB+7%:** 93€/85€

Este elegante hotel está situado enfrente de la playa de Canteras, a unos minutos andando del puerto. En pleno centro comercial de la ciudad de Las Palmas. A pocos metros del puerto. A 4 km del centro histórico: Vegueta, Catedral y teatros. A 10 - 12 km de los clubes de Golf de Bandama y El Cortijo. A 55 km de las playas del Inglés y Maspalomas. A 25 km del aeropuerto.

This elegant hotel is located in front of the Canteras beach within walking distance from the port and right in the commercial center of the city of Las Palmas. 4 km away from the historical center: Vegueta, Cathedral and theaters. At 10 - 12 km of the clubs of Golf of Bandama and El Cortijo and 55 km from Inglés and Maspalomas beaches. There are 25 kms to reach the airport.



# LAS PALMAS DE G.C.

## PRESS HOTEL > HOTEL AC 4\*

> **Número de habitaciones:**

**227 Habitaciones**

> **Number of rooms:**

**227 Rooms**

> **Año de Construcción:**

1970 (Renovado en 2001)

> **Year of Construction:**

1970 (Remodeling in 2001)

> **Precio PC:** 75€ / > **Rate/day/BB+7%:** 75€

Los numerosos y amplios salones de este emblemático edificio de 25 plantas de altura con las mejores vistas de la ciudad, lo convierten en punto de encuentro esencial para la celebración de cualquier tipo de evento, convención o reunión de trabajo.

The numerous and wide living rooms of this 25 floor emblematic building with the best views in the city convert it on the essential meeting point for the celebration of any event, convention or work meeting.





## LAS PALMAS DE G.C.

### REFEREES HOTEL > HOTEL FATAGA 4\*

> **Número de habitaciones:**

95 Habitaciones

> **Number of rooms:**

95 Rooms

> **Año de Construcción:**

1962 (Renovado en 2007)

> **Year of Construction:**

1962 (Remodeling in 2007)

> **Precio PC:** 95€ / > **Rate/day/BB+7%:** 95€

Hotel renovado, situado en el centro de la ciudad de las Palmas en la zona comercial y de negocios más importante de Las Palmas de Gran Canaria. Representativo entre los hoteles urbanos, por su oferta de calidad, carácter innovador y continua búsqueda del equilibrio entre una herencia prestigiosa y una apuesta por la diferenciación.

This renovated hotel is located in downtown of Las Palmas, near the commercial centre and the business district and of Las Palmas de Gran Canaria. It is highly representative among the urban hotels, for its quality, innovator character and continuous search of the balance between a noted inheritance and a bet for the differentiation.



# MADRID

## FIBA HOTEL > HOTEL EUROSTARS 5\*

> **Número de habitaciones:**

**474 Habitaciones**

(25 Suites)

> **Number of rooms:**

**474 Rooms**

(25 Suites)

> **Año de Construcción:**

2008

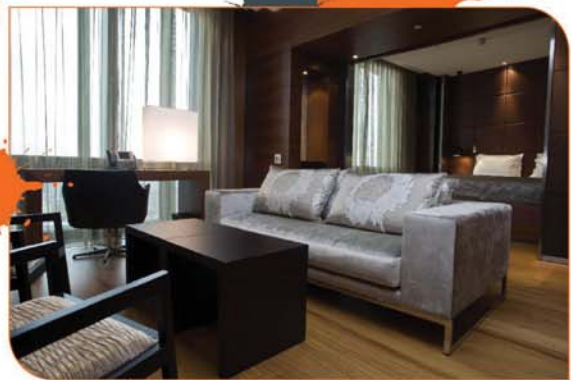
> **Year of Construction:**

2008

> **Precio PC:** 125€ / > **Rate/day/BB+7%:** 125€

El hotel ocupa 30 plantas de la imponente Torre SyV de 235 metros de altura. Los clientes del hotel percibirán que se encuentran en un edificio de altura, por las privilegiadas vistas que se podrán disfrutar desde todas y cada una de sus habitaciones. Todas ellas estarán equipadas con elementos de domotización propios de los edificios inteligentes y equipos audiovisuales de última tecnología.

The hotel occupies 30 plants of the imposing 235 meter high SyV Tower. The clients of the hotel will perceive that they are in a building of height, for the privileged views that they will be able to enjoy from all and each one of their rooms. All of them will be equipped with robotic elements characteristic of the intelligent buildings and state of the art audiovisual hardware.



# MADRID

## PARTICIPANTS HOTEL > HOTEL MELIÀ CASTILLA 5\*

> **Número de habitaciones:**

**915 Habitaciones**

> **Number of rooms:**

**915 Rooms**

> **Año de Construcción:**

1971 (Renovado en 2008)

> **Year of Construction:**

1971 (Remodeling in 2008)

> **Precio PC:** 103€/97€

> **Rate/day/BB+7%:** 103€/97€

Cercano al Estadio del Real Madrid, Santiago Bernabéu, a pocos metros del Paseo de la Castellana y en el centro estratégico de la ciudad, la ubicación proporciona al Meliá Castilla un entorno con calles comerciales, espacios para disfrutar del ocio y las mejores comunicaciones para poder conseguir la combinación perfecta de su tiempo en Madrid.

Near to Real Madrid Stadium, Santiago Bernabéu, a few meters from Paseo de la Castellana and in the strategic center of the city, the location provides an environment with commercial streets, open spaces for leisure and the best communications to be able to get the perfect combination of your time in Madrid.



# MADRID

## PRESS HOTEL > HOTEL AC CUZCO 4\*

> **Número de habitaciones:**

**319 Habitaciones**

> **Number of rooms:**

**319 Rooms**

> **Año de Construcción:**

1967 (Renovado en 2006)

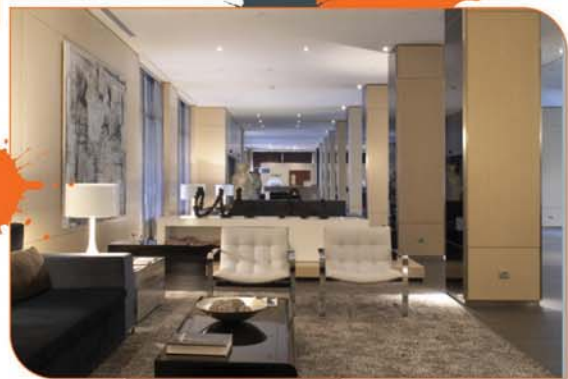
> **Year of Construction:**

1967 (Remodeling in 2006)

> **Precio PC:** 110€ / > **Rate/day/BB+7%:** 110€

El hotel dispone de 319 habitaciones totalmente equipadas y se encuentra ubicado en el eje principal de Madrid, el Paseo de la Castellana, enfrente del Palacio de Congresos de Madrid. Ofrece también parking, restaurante, mini bar gratuito, lavandería, Internet WiFi, acceso minusválidos, baño turco entre otros servicios.

The hotel has 319 completely equipped rooms and it is located in the main essential part of Madrid, Paseo de la Castellana, in front of the Palace of Congresses of Madrid. Also offers parking spaces, restaurant, free mini bar, laundry, Internet WiFi, access for handicapped people, Turkish baths among other services.



# MADRID

## REFEREES HOTEL > HOTEL EUROBUILDING 4\*

> **Número de habitaciones:**

**434 Habitaciones**

(3 Junior Suites y 1 Senior Suite)

> **Number of rooms:**

**434 Rooms**

(3 Junior Suites and 1 Senior Suite)

> **Año de Construcción:**

1969 (Renovado en 2006)

> **Year of Construction:**

1969 (Remodeling in 2006)

> **Precio PC:** 130€ / > **Rate/day/BB+7%:** 130€

Localizado en el centro neurálgico de Madrid, junto al Palacio de Congresos y Exposiciones del Paseo de la Castellana, el NH Eurobuilding está rodeado de los edificios de negocios más emblemáticos de la ciudad, Torre Europa, Torre Picasso, Torres Kio y Centro Azca, además del Estadio Bernabeu, junto a las zonas comerciales y una variada oferta de restauración y vida nocturna. Tiene un gimnasio equipado con máquinas de última tecnología y Spa.

Located in the vital center of Madrid and next to the Palace of Congresses and Exhibitions of Paseo de la Castellana, NH Eurobuilding is surrounded by the most famous buildings for business of the city, Tower Europe, Tower Picasso, Torres Kio and Center Azca, besides the Stadium Bernabeu, next to the business districts and a varied eating out offer and night life. It has a gym equipped with machines of last technology and Spa.



# MADRID

## FIBA WORL CONGRESS > HOTEL EUROSTARS 5\*

> **Número de habitaciones:**

**474 Habitaciones**

(25 Suites)

> **Number of rooms:**

**474 Rooms**

(25 Suites)

> **Año de Construcción:**

2008

> **Year of Construction:**

2008

> **Precio PC:** 125€ / > **Rate/day/BB+7%:** 125€

El hotel ocupa 30 plantas de la imponente Torre SyV de 235 metros de altura. Los clientes del hotel percibirán que se encuentran en un edificio de altura, por las privilegiadas vistas que se podrán disfrutar desde todas y cada una de sus habitaciones. Todas ellas estarán equipadas con elementos de domotización propios de los edificios inteligentes y equipos audiovisuales de última tecnología.

The hotel occupies 30 plants of the imposing 235 meter high SyV Tower. The clients of the hotel will perceive that they are in a building of height, for the privileged views that they will be able to enjoy from all and each one of their rooms. All of them will be equipped with robotic elements characteristic of the intelligent buildings and state of the art audiovisual hardware.



# SEVILLA

## FIBA HOTEL > HOTEL GRAN MELIA COLÓN 5\*

> **Número de habitaciones:**

**218 Habitaciones**

(6 Corner Suites, 3 Penthouse Suites y 1 Master Suite)

> **Number of rooms:**

**218 Rooms**

(6 Corner Suites, 3 Penthouse Suites and 1 Master Suite)

> **Año de Construcción:**

(Renovado en 2008)

> **Year of Construction:**

(Remodeling 2008)

> **Precio PC:** 145€ / > **Rate/day/BB+7%:** 145€

Renovado en su totalidad con una impactante combinación de arte, color y estilo, se erige como parte del patrimonio más prestigioso de la ciudad. Se encuentra dentro del casco antiguo, entre la Catedral, la Giralda, la Torre del Oro y la Real Maestranza. Cercano a La Cartuja.

Fully renovated with an impacting art combination, color and style, it is erected like part of the most noted heritage in the city. It is within the old town, among the Cathedral, Giralda, the Tower of the Gold and Real Maestranza. Near to La Cartuja.



# SEVILLA

## PARTICIPANTS HOTEL > HOTEL BARCELÓ RENACIMIENTO 5\*

> **Número de habitaciones:**

**295 Habitaciones**

(12 Junior Suites, 6 Suites y 1 Suite Presidencial)

> **Number of rooms:**

**295 Rooms**

(12 Junior Suites, 6 Suites and 1 Presidential Suite)

> **Año de Construcción:**

1992 (Renovado 2002)

> **Year of Construction:**

1992 (Remodeling 2002)

> **Precio PC:** 79€/69€

> **Rate/day/BB+7%:** 79€/69€

EL Hotel es considerado por muchos como el Guggenheim de los hoteles debido a su original arquitectura: 3 edificios circulares rodeados de jardines y con vistas al río Guadalquivir. Cuenta con un Centro de Convenciones y 25 salones adicionales con capacidades entre 50 y 1500 personas. Asimismo es recomendable para viajes de deporte, por su cercanía con el anillo deportivo, además de encontrarse cercano a los principales lugares de interés de la ciudad.

The Hotel is considered by many as Guggenheim of the hotels due to its original architecture: 3 circular buildings surrounded by gardens and with a view to the river Guadalquivir. It has a Center of Conventions and 25 additional meeting rooms with capacities between 50 and 1500 people. Also it is advisable for sport trips, due to its proximity with the sport ring, apart from being near to the main places of interest of the city.





# SEVILLA

## PRESS HOTEL > HOTEL TRYP MACARENA 4\*

> **Número de habitaciones:**

**331 Habitaciones**

(5 Suites)

> **Number of rooms:**

**227 Rooms**

(5 Suites)

> **Precio PC:** 90€ / > **Rate/day/BB+7%:** 90€

El hotel Tryp Macarena se encuentra situado junto al río Guadalquivir. Su cercanía al centro histórico de la ciudad de Sevilla, a la isla de la Cartuja y al aeropuerto lo convierte en un establecimiento ideal para sus visitas turísticas.

The hotel Tryp Macarena is located next to the river Guadalquivir. Its proximity to the historical center of the city of Sevilla, to the Cartuja's island and the airport transforms it into an ideal establishment for its tourist visits.



# SEVILLA

## REFEREES HOTEL > HOTEL ISLA DE LA CARTUJA 4\*

> **Número de habitaciones:**

**72 Habitaciones**

(2 Suites)

> **Number of rooms:**

**95 Rooms**

(2 Suites)

> **Año de Construcción:**

2000

> **Year of Construction:**

2000

> **Precio PC:** 85€ / > **Rate/day/BB+7%:** 85€

Es un hotel singular, ubicado en el interior del Estadio Olímpico de la Cartuja y cuenta con excelentes vistas de la ciudad y del interior del estadio. Posee un Restaurante a la carta.

It is a unique hotel, located inside the Cartuja's Olympic Stadium and stands with excellent views of the city and of the interior of the stadium. It has a Restaurant à la carte.



## HOTELES

SEDE	FIBA	PARTICIPANTES	PRENSA	ARBITROS Y COM.	FIBA WORLD C.
<b>BILBAO</b> Precio/día Distancia Pabellón/Aeropuerto Nº Habitaciones	<b>CARLTON 5*</b> 130€ 8Km / 15Km 142	<b>GRAN DOMINÉ 5*</b> 110€ / 95€ 8Km / 15Km 145	<b>NOVOTEL 4*</b> 102€ 1Km / 10Km 203	<b>SHERATON 5*</b> 95€ 8Km / 12Km 211	
<b>LAS PALMAS G.C.</b> Precio/día Distancia Pabellón/Aeropuerto Nº Habitaciones	<b>STA. CATALINA 5*</b> 160€ 5,5Km / 25Km 202	<b>MELIÁ LAS PALMAS 5*</b> 93€ / 85€ 6Km / 26Km 312	<b>HOTEL AC 4*</b> 75€ 6,6Km / 26Km 227	<b>FATAGA 4*</b> 95€ 5Km / 26Km 92	
<b>SEVILLA</b> Precio/día Distancia Pabellón/Aeropuerto Nº Habitaciones	<b>GRAN MELIÁ COLÓN 5*</b> 145€ 4,5Km / 16Km 204+14 Suites	<b>BARCELÓ RENAC. 5*</b> 79€ / 69€ 1Km / 13Km 295	<b>TRYP MACARENA 4*</b> 90€ 3,5Km / 17Km 331	<b>ISLA DE LA CARTUJA 4*</b> 85€ 0,5Km / 12Km 72	
<b>MADRID</b> Precio/día Distancia Pabellón/Aeropuerto Nº Habitaciones	<b>EUROSTARS TOWER 5*</b> 125€ 18Km / 8Km 474	<b>MELIÁ CASTILLA 5*</b> 103€ / 97€ 15Km / 10Km 915	<b>AC CUZCO 4*</b> 110€ 14Km / 10Km 319	<b>EUROBUILDING 4*</b> 130€ 15Km / 12Km 458	<b>EUROSTARS TOWER 5*</b> 125€ 18Km / 8Km 474
<b>GRANADA</b> Precio/día Distancia Pabellón/Aeropuerto Nº Habitaciones	<b>LOS PATOS 5*</b> 153€ 10Km / 20Km 43	<b>NAZARIES 5*</b> 105€ / 100€ 9Km / 19Km 253	<b>ABADES 4*</b> 82€ 2Km / 22Km 235	<b>SENATOR 5*</b> 77€ 3Km / 23Km 83	

## HOTELS

VENUE	FIBA	PARTICIPANTS	PRESS	REFEREES & COM.	FIBA WORLD C.
<b>BILBAO</b> Rate/day Distance to Arena /airport Nº Rooms	<b>CARLTON 5*</b> 130€ 8Km / 15Km 142	<b>GRAN DOMINÉ 5*</b> 110€ / 95€ 8Km / 15Km 145	<b>NOVOTEL 4*</b> 102€ 1Km / 10Km 203	<b>SHERATON 5*</b> 95€ 8Km / 12Km 211	
<b>LAS PALMAS G.C.</b> Rate/day Distance to Arena /airport Nº Rooms	<b>STA. CATALINA 5*</b> 160€ 5,5Km / 25Km 202	<b>MELIÁ LAS PALMAS 5*</b> 93€ / 85€ 6Km / 26Km 312	<b>HOTEL AC 4*</b> 75€ 6,6Km / 26Km 227	<b>FATAGA 4*</b> 95€ 5Km / 26Km 92	
<b>SEVILLA</b> Rate/day Distance to Arena /airport Nº Rooms	<b>GRAN MELIÁ COLÓN 5*</b> 145€ 4,5Km / 16Km 204+14 Suites	<b>BARCELÓ RENAC. 5*</b> 79€ / 69€ 1Km / 13Km 295	<b>TRYP MACARENA 4*</b> 90€ 3,5Km / 17Km 331	<b>ISLA DE LA CARTUJA 4*</b> 85€ 0,5Km / 12Km 72	
<b>MADRID</b> Rate/day Distance to Arena /airport Nº Rooms	<b>EUROSTARS TOWER 5*</b> 125€ 18Km / 8Km 474	<b>MELIÁ CASTILLA 5*</b> 103€ / 97€ 15Km / 10Km 915	<b>AC CUZCO 4*</b> 110€ 14Km / 10Km 319	<b>EUROBUILDING 4*</b> 130€ 15Km / 12Km 458	<b>EUROSTARS TOWER 5*</b> 125€ 18Km / 8Km 474
<b>GRANADA</b> Rate/day Distance to Arena /airport Nº Rooms	<b>LOS PATOS 5*</b> 153€ 10Km / 20Km 43	<b>NAZARIES 5*</b> 105€ / 100€ 9Km / 19Km 253	<b>ABADES 4*</b> 82€ 2Km / 22Km 235	<b>SENATOR 5*</b> 77€ 3Km / 23Km 83	





## 8 PLAN DE TRANSPORTE

## 8 TRANSPORTATION PLAN



El plan de transporte se basa en acciones que no se limitan a una mera observación, control y actuación ante un imprevisto, sino que lo hace de forma pro-activa por medio de la tecnología disponible. A partir de la infraestructura de transporte existente, se configura una estrategia que permite mejorar y adecuar la ciudad a unos medios de transporte sostenibles, con preferencia y prioridad del transporte público colectivo.

El transporte público de España cuenta con un efectivo sistema de control de tráfico y los Carriles del Mundial garantizarán que el Campeonato tenga un transporte eficiente, seguro y fiable.

**El plan de transporte se basa en los siguientes principios:**

1. dar respuesta a las necesidades de todos los tipos de usuarios analizando las distintas situaciones,
2. diseñar estrategias para todas las situaciones, estableciendo planes de contingencia y procedimientos a seguir ante cualquier evento singular, lo que posibilitará dar una rápida respuesta ante cualquier incremento o demanda inesperada de transporte,
3. potenciar el sistema de **transporte público** para los espectadores y ciudadanos, que incluyen:
  - a. se reforzarán los sistemas de información y las campañas de concienciación sobre el uso responsable de los medios de transporte,
  - b. durante el Mundobasket disminuirá el tráfico ya que las escuelas y universidades permanecerán cerradas debido al período de vacaciones de verano en España,
  - c. habrá restricciones en áreas puntuales alrededor de la ciudad,
4. servicios eficientes para los usuarios con Acreditación que podrán circular por los **Carriles del Mundial**. Durante el Mundial, las restricciones de acceso en determinadas áreas y la creación de los carriles reservados no influirán sobre el resto del tráfico de la ciudad,

5. un sistema de control de transporte y regulación del tráfico,

6. prestando particular atención al cambio climático, a las energías renovables, la calidad del aire y la ordenación del territorio, todos los vehículos que se utilicen serán medioambientalmente sostenibles y se establecerá la premisa de total accesibilidad.

**En el año 2010 España será el líder mundial en trenes de alta velocidad**

Estos objetivos de transporte se basan en un concepto de transporte integrado, que combina servicios por la red de Carriles del Mundial para grupos de usuarios específicos, con la promoción del transporte público para los trabajadores y espectadores en coherencia con el objetivo global de organizar un Mundial sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

**OBJETIVOS PARA LOS GRUPOS DE USUARIOS DEL MUNDIAL 2014**

- ofrecer a los equipos servicios de transporte prioritarios, adaptados a sus necesidades y equipamientos, y que incluyan servicios programados,
- ofrecer servicios de transporte reservados a todos los grupos de usuarios (participantes, árbitros, FIBA Staff, medios y patrocinadores), garantizando puntualidad, fiabilidad, confort y acceso rápido y fácil a las sedes por la red de Carriles del Mundobasket,
- ofrecer a los medios acreditados un servicio de transporte reservado entre sus hoteles, hasta las sedes de competición y viceversa,
- ofrecer a los patrocinadores un parque de vehículos reservado,



The transport plan is based on actions that are not limited to mere observation, control and action when issues arise, but by working in a pro-active manner using appropriate technology. Based on the existing transport infrastructure, a strategy will be developed to help improve and adapt the city to sustainable transport means, with preference and priority given to public transport.

The Spanish public transport counts with an effective traffic and stroll system and the lanes for the World Championship with assure the event has efficient, safe and reliable transport.

**This transport plan is based on the following principles:**

1. Understand the demands of all customer groups and analysing various traffic situations.
2. Design strategies for all situations by establishing contingency plans and procedures to follow in the case of particular events or circumstances and providing the ability to respond flexibly to transport challenges for any increased or unexpected demand or changes.
3. Enhance public transport for spectators and residents, including:
  - a. The reinforcement of information systems and public awareness campaigns to promote the responsible use of public transport
  - b. A reduction in daily traffic during the World Championship due to closure of schools and universities for holidays and this being the main holiday period in Spain
  - c. Traffic restrictions in key areas around the cities
4. Efficient and client focused services for accredited clients, including use of the Special lanes, entry restrictions to certain areas and the creation of specific traffic lanes at Championship-time that will not affect traffic in the rest of the city

5. An integrated city-wide command and control system

6. Paying particular attention to climate change, renewable energy, air quality and spatial planning - all the vehicles used will be environmentally sustainable and the principle of full accessibility will be established.

**2010 Spain world leaders in high speed train**

These transport objectives are based on an integrated transport concept that combines transport services for specific client groups using accredited vehicles accessing the World Championship lane network, in line with promoting public transport for the workforce and spectators, delivering an environmentally friendly and sustainable Event.

**OBJECTIVES FOR 2014 WORLD CHAMPIONSHIP CLIENT GROUPS**

- provide teams with high priority transport services tailored to their specific needs, including scheduled ones
- provide designated transport services for all client groups (participants, referees, commissioners, FIBA Staff, media and Marketing Partners), ensuring punctuality, reliability, comfort, safety and quick and easy access to venues, using the World Championship lane network
- provide a dedicated fleet of vehicles for the accredited media, providing transport from their hotels, to the competition venues
- provide a designated fleet of vehicles for use of Marketing Partners

## AEROPUERTO, LLEGADAS Y SALIDAS

### Datos del aeropuerto

El aeropuerto Madrid Barajas será el principal aeropuerto de llegada de los equipos participantes en el Mundial de Baloncesto 2014. Los otros aeropuertos detallados en la Tabla serán utilizados para acceder a las ciudades sede.

El tiempo de recorrido entre la capital de España y el resto de sedes es el detallado en la siguiente tabla:

Hosts	Inhabitants	Airport	Train	Metro
Bilbao	353.400	✓	✓	✓
Las Palmas GC	381.000	✓		
Sevilla	700.000	✓	✓ High Speed	✓
Madrid	3.213.000	✓	✓ High Speed	✓
Granada	237.000	✓	✓ High Speed in 2011	

- proporcionar acceso gratuito a la red de transporte público mediante la Acreditación del Mundial,
- proporcionar a los trabajadores un sistema de transporte público fiable y eficaz, con acceso fácil a las Sedes y servicios adicionales adaptados a sus necesidades, como por ejemplo servicios a primera y última hora del día,
- ofrecer a los espectadores un sistema de transporte público fiable, confortable, seguro y eficaz, con acceso fácil a los campos de juego,
- facilitar un precio combinado de las entradas con utilización del transporte público incluido para los espectadores

## Transporte sostenible para el Mundial

### OBJETIVOS GENERALES

- ofrecer vehículos y servicios que utilicen carburantes limpios y de baja emisión, y promover los modos de transporte sostenibles,
- proporcionar vehículos totalmente accesibles y una amplia gama de servicios para responder a las necesidades de todos los grupos de usuarios y de las personas con movilidad reducida,
- promover la utilización de sistemas informatizados de gestión del transporte,
- promocionar los servicios de transporte disponibles,
- proporcionar servicios de tren de Alta Velocidad entre las ciudades sede,
- garantizar que todos los chóferes de los vehículos acreditados estén cualificados y se comuniquen en diferentes idiomas,
- ofrecer un servicio de transporte público eficaz que funcione con plena capacidad,
- desarrollar planes de contingencia detallados que respondan a eventuales accidentes, incidentes y aumentos inesperados de la demanda.

## TRANSPORTE DE ESPECTADORES

Durante el Mundial funcionará el mismo transporte público que circula diariamente por las distintas ciudades en un día laborable. No obstante, la época planeada para albergar el Mundobasket corresponde

al período de vacaciones de colegios y universidades por lo que el nivel de tráfico y la demanda del público serán considerablemente menores a las usuales.

La creación de un Mando Único de Transporte (MUT) como único gestor de tráfico y transporte público, permitirá anticipar y responder ante cualquier exceso inesperado en la demanda, mediante la redistribución de los autobuses y trenes desde otras líneas menos transitadas.

Las mejoras planeadas en la infraestructura de transporte público aseguran la adecuada provisión de servicios para atender la demanda adicional generada por este Evento, minimizando cualquier necesidad de uso del vehículo privado.

## Todas las sedes serán accesibles por transporte público

Para conseguir un Evento sostenible, se promocionará y realizará el uso de combustibles limpios de baja emisión para los autobuses, taxis y vehículos de la organización, y se suministrarán instalaciones de transporte y un programa de servicios que satisfagan las necesidades especiales de las personas con problemas de movilidad.

El número de vehículos y conductores que estarán al servicio de los distintos grupos de clientes se calculará en base a los datos del Eurobasket celebrado en España en 2007, y se dotará una cantidad superior al mismo.



<b>Bilbao</b>	1h by plane 395 km	834 km	993 km	2.446 km	
<b>Las Palmas de GC</b>	2h 35' by plane 2.051 km	1.330 km	2h 14' by plane 1.135 km		2.446 km
<b>Seville</b>	2h30' by train 50' plane 538 km	2h 30' by car 230 km		2h 14' by plane 1.135 km	993 km
<b>Granada</b>	45' by plane 434 km		2h 30' by car 230 km	1.330 km	834 km
<b>Madrid</b>		45' by plane 434 km	2h30' by train 50' plane 538 km	2h 35' by plane 2.051 km	1h by plane 395 km
<b>TRANSPORTE</b>	<b>Madrid</b>	<b>Granada</b>	<b>Sevilla</b>	<b>Las Palmas de GC</b>	<b>Bilbao</b>

## AIRPORT, ARRIVALS AND DEPARTURES

### Airport data

Madrid Barajas Airport will be the main airport for the arrival of the participants in the 2014 WorldBasketball Championship. The other airports in the Table below will be used to access the venues.

The travelling time between the capital of Spain and the rest of the venues is indicated in the table below.

- provide free access to the public transport network, for those with accreditation.
- provide a reliable and efficient public transport system for the workforce, promoting easy access to the venues, with additional services tailored to their work demands e.g. early morning/late night services
- offer spectators a reliable, comfortable, safe and efficient public transport system, with easy access to the playing fields.
- provide a combined admission and public transport ticket for spectators.

## Sustainable transport for the World Championship

### GENERAL OBJECTIVES

- provide vehicles and services that use clean, low emission fuels and promote sustainable modes of transport
- provide fully accessible vehicles and a range of services to serve the needs of all client groups and people with disabilities or impaired mobility
- promote the use of technology and computerised transport management systems
- promote available transport services
- provide efficient high speed train services between the different venues,
- have language proficient drivers, fully trained and very conversant with the travel network
- provide an efficient public transport service operating with minimal disruption
- develop detailed contingency plans that cater for accidents, incidents and unexpected increases in demand

### TRANSPORT FOR SPECTATORS

During a normal working day, Spanish public transport services for citizens will also be provided at times of the World Championship. However, the Championship has been scheduled at a peak holiday time with all schools and universities closed. The base level of traffic and the demand for public transport will therefore be much lower than usual

The creation of a single Transport Command Centre (TCC) as the sole management body for coordinating traffic and public transport will help to anticipate and respond to any unexpected peaks in demand via the redistribution of buses and trains from other less busy routes.

### All venues accesible by public transport

The planned improvements to the public transport infrastructure will ensure public transport services that can cope with the additional demand generated during the event, minimising the use of private vehicles.

To achieve a sustainable event, low emission clean fuels will be promoted and used by buses, taxis and organisation vehicles. Transport facilities and a service programme will be supplied satisfying the special requirements of people with mobility problems.

The number of vehicles and drivers at the disposal of the different customer groups will be calculated according to data of the Eurobasket held in Spain in 2007 and a greater number will be supplied.

**Servicio de Transportes:**

El LOC aplicará los siguientes principios de transporte para cada uno de los grupos constitutivos:

**DEPORTISTAS PARTICIPANTES Y DELEGACIONES OFICIALES**

- máxima prioridad en transporte,
- servicio exclusivo de transporte colectivo regular entre los hoteles y las sedes de competición y entrenamiento, acondicionado a las necesidades y horarios de los atletas y competiciones,
- derecho a utilizar la red de Carriles del Mundial y las vías de acceso a los recintos deportivos, sedes de entrenamiento y aparcamientos reservados,
- medios materiales y humanos asignados a equipos y personal acreditado,
- flota de vehículos gestionados a la demanda en función de las necesidades específicas,
- servicio de transporte del equipaje y los equipamientos de las delegaciones en los vehículos reservados,
- servicio de chófer disponible 20 horas al día, utilizando tres turnos,
- servicio gratuito, mediante el uso de la acreditación, del transporte público,
- área de espera de transporte en los hoteles cómoda y con disponibilidad de sombra,
- transporte especial en Tren de Alta Velocidad (AVE) o avión para aquellos equipos que deban desplazarse a competir o otras sedes

**FEDERACIONES INTERNACIONALES (FFII )**

- transporte exclusivo colectivo según demanda para su uso en la red de Carriles del Mundial. Este servicio contará con vehículos y conductores designados para cada federación y se proveerá desde sus lugares de hospedaje a todas las sedes deportivas en función de los horarios de entrenamiento y competición. Estos vehículos serán asignados según la acreditación de cada miembro de la federación,
- flota de vehículos según demanda en función de la acreditación de las FFII,
- dos minibuses adicionales con conductores estarán disponibles para cada FI para asistir en transporte al personal,
- servicio de conductores disponibles 20 horas al día, utilizando tres flotas,
- transporte público gratuito en toda el área metropolitana mediante el uso de la acreditación.

Servicios de transporte para cada grupo específico de visitantes

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN ACREDITADOS**

Disfrutarán día y noche de un transporte colectivo reservado de autobús rápido y eficiente entre sus hoteles las sedes de competición y viceversa.

Para su desplazamiento se tomarán las siguientes medidas:

- servicio regular tipo lanzadera las 24 horas a través de la red de Carriles del Mundial desde el hotel de Medios a los recintos deportivos, sedes de entrenamiento y principales áreas de alojamiento y viceversa. La frecuencia de estos servicios se intensificará dependiendo del número de partidos y su importancia.
- flota de coches y conductores asignados para agencias específicas, cumpliendo con las prescripciones del Manual Técnico de Transporte,
- facilitar la entrada a las Sedes del Mundial para minimizar los inconvenientes generados por múltiples controles de seguridad,
- estacionamiento en las sedes de competición, con espacio reservado para los camiones de las televisiones que poseen los derechos de difusión,
- transporte público gratuito por todas las ciudades sedes mediante el uso de la acreditación,
- transporte en Tren de Alta Velocidad (AVE) y servicios programado de transporte hacia las distintas sedes

**FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE BALONCESTO (FIBA STAFF), ARBITROS Y COMISARIOS**

Las medidas a implementar serán similares a las previstas para las FFII y consistirán en:

- reserva de flota vehicular de uso exclusivo para FIBA Staff en los hoteles y en las Sedes. Según sus grados de acreditación y funciones, estos vehículos y sus conductores estarán:
  - asignados a determinadas personalidades;
  - reservados para uso de grupos y/o funciones específicas,
  - asignados mediante un servicio de llamada de acuerdo a las necesidades de diferentes grupos y organizaciones,
- servicio de conductores dedicados según requerimientos de FIBA,
- uso de la red de Carriles del Mundobasket,
- derecho a utilizar aparcamientos en zonas reservadas de los recintos deportivos y en los principales centros de alojamiento,
- transporte público gratuito en la ciudad mediante el uso de la Acreditación,
- transporte en el Tren de Alta Velocidad (AVE) y servicios de transporte programados hacia las otras sedes, con vehículos asignados para su uso en las ciudades sub-sede.

**Transport services:**

The LOC will apply the following transport principles for each group involved:

## PARTICIPANTS AND OFFICIAL DELEGATIONS

- high priority transport client group
- dedicated transport service between the Hotels and training and competition facilities of the venues, adapted to the specific needs of the athletes and the competition schedule.
- use of the network of World Championship lanes and access roads to the sports and training facilities and designated car parks
- dedicated human and material means for teams and authorised personnel.
- vehicles and drivers dedicated to each team according to FIBA requirements
- transport service for the baggage and equipment of team delegations in designated vehicles
- 24 h a day dedicated driver pool in three shifts.
- free public transport for those with accreditation.
- convenient and shady transport waiting area outside hotel buildings.
- special transport in AVE high-speed train or by air for those teams who have to travel to other venues to play next rounds.

## INTERNATIONAL FEDERATIONS

- dedicated transport service using the network of World-Championship lanes. This service will have assigned accredited vehicles and drivers for each federation and will be available from the place of accommodation to each training and competition host facility according to the competition and training schedule. These vehicles will be allocated according to the accreditation of each federation member.
- vehicle fleet tailored to demand and based on IF requirements
- two additional minibuses with drivers will be made available to each IF to assist in transporting IF staff
- a dedicated driver pool available 20 hours a day will provide customer transport services using three fleets.
- free public transport in the metropolitan area for those with accreditation.

Transportation services for each specific group of visitors

## ACCREDITED MEDIA

The accredited media will have transport available 24 hours a day in quick and efficient bus services to and from their hotels and then, to competition in venues.

The following measures will be taken for transport of the accredited Media:

- regular 24-hour shuttle bus service via the network of World-Championship lanes to and from the Media Hotels and the sports and training facilities and the main accommodation areas.
- The frequency of this service will increase depending on matches and their importance.
- assigned vehicle and driver fleet for specific agencies, complying with that prescribed in the Technical Manual of Transport
  - provide entry to World Championship to minimise delays caused by multiple security controls.
  - car parks at the competition venues with spaces designated for television trucks with broadcasting rights.
  - free public transport in the metropolitan area for those with accreditation
  - (AVE) high-speed train transport and programmed transport services to venues.

## INTERNATIONAL BASKETBALL FEDERATION (FIBA), REFEREES AND COMMISSIONERS

The measures to be implemented will be similar to those foreseen by the IF and will consist of:

- vehicle fleet designated for the exclusive use of FIBA Staff in hotels and venues. In line with FIBA requirements, these vehicles and drivers will be:
  - allocated to specific individuals
  - designated for the use of specific groups and/or functions
  - assigned by a call service according to requirements of different groups and organisations.
- dedicated driver service following FIBA requirements.
- use of the network of World-Championship lanes
- the right to use car parks in the designated zones of the host sports facilities and in the main accommodation centres.
- free public transport across the city for those with accreditation
- (AVE) high-speed train transport and programmed transport services to other venues, with dedicated vehicles for their use.

## SPONSORS

The following measures will be taken for the transport of Sponsors:



## PATROCINADORES

Para sus desplazamientos se tomarán las siguientes medidas:

- cada patrocinador principal dispondrá del número de vehículos con conductor necesarios para sus ejecutivos según los requerimientos del FIBA,
- opción de alquiler de vehículos con conductor organizado por el LOC para el desarrollo de servicios de hospitalidad,
- derecho a utilizar aparcamientos en zonas reservadas de los recintos deportivos y en los principales centros de alojamiento,
- transporte público gratuito en el área metropolitana mediante la Acreditación.

## ESPECTADORES

La estrategia de transporte dedicada a los espectadores está basada en el uso del transporte público y de otros modos de desplazamiento sostenibles. Esta decisión está destinada a ofrecer un legado a largo plazo, basado en el cambio en las pautas de movilidad de la población.

### Transporte público gratuito con una entrada para un partido

Para sus desplazamientos se tomarán las siguientes medidas:

- servicio de transporte público en su máxima capacidad en todos los modos, que estará incluido en el precio de la entrada a los eventos deportivos,
- transporte público gratuito en toda la región con la entrada para un evento del día,
- planes de contingencia para proveer de manera rápida y eficiente servicios de transporte público adicionales mediante la coordinación y control del MUT,
- mejoras en la red de carriles para bicicletas

- mejoras en la red peatonal en los recintos deportivos,
- mejoras en la accesibilidad para las personas con movilidad reducida en las estaciones de transporte público y en los alrededores de las sedes deportivas,
- estudio de señalización adecuado a las necesidades tanto de los peatones y ciclistas como de los conductores,
- provisión de aparcamientos disuasorios conectados con el transporte público en las afueras de las ciudades
- se estudiará el emplazamiento de paradas de taxis en las cercanías, para minimizar el impacto de la congestión y mejorar la accesibilidad de los espectadores y residentes en estas áreas,

## TRABAJADORES Y VOLUNTARIOS

Para sus desplazamientos se tomarán las siguientes medidas:

- uso de la red de transporte público regular en todo los municipios,
- mejoras en la red de carriles para bicicletas incluyendo provisión de aparcamiento para bicicletas en las sedes deportivas y otros recintos no deportivos,
- servicios especiales de autobuses discretos en horarios nocturnos y cuando la red de transporte público no provea el acceso apropiado,

## OTRAS MEDIDAS COMPLEMENTARIAS

El LOC también facilitará para el acceso de las delegaciones las siguientes medidas:

- las operaciones en el aeropuerto,
- acreditación para los vehículos y el personal,
- personal de recepción y de escolta multilingüe,
- tratamiento prioritario de los equipajes y del equipamiento,



- each sponsor will have the required number of vehicles and drivers for their executives according to FIBA requirements
- option to rent vehicles with drivers from a vehicle service organised by the LOC to develop hospitality programmes
- right to use car parks in the designated zones of the host sports facilities and in the main accommodation centres
- free public transport in the metropolitan area for those with accreditation.

- signalling study suitable for pedestrians, cyclists and drivers.
- provision of deterrent car parks connected to public transport in city suburbs.
- a strategy will be prepared to determine the best location for dedicated taxi stands in venue suburbs to minimise the negative impact of traffic jams and improve accessibility for spectators and residents in these areas.

## SPECTATORS

The transport strategy for spectators is based on the use of public transport and other modes of sustainable travel. This fits with the overall objective to create a long-term legacy based on changing the mobility patterns of the population.

### Free public transport with an event ticket

The following measures will be taken for the transport of Spectators:

- public transport service at maximum capacity in all modes included in the ticket price to sports events.
- daily free public transport in the entire region for ticket holders
- contingency plans to provide additional public transport services quickly and efficiently via the coordination and control of the TCC
- improvements in the cycling network
- improvements in the pedestrian network in sports facilities
- improvements in accessibility for people with reduced mobility in public transport stations and around the host competition facilities.

## WORKFORCE AND VOLUNTEERS

The following measures will be taken for the transport of the Workforce:

- use of regular public transport network in all municipalities,
- improvements to the cycling network, including parking in host sports facilities and others.
- special discretionary bus services at night, when and where the public transport network does not provide appropriate access

## OTHER COMPLEMENTARY MEASURES

The LOC will also promote the following measures to further enhance the quality of transport services to client groups:

- efficient airport operations
- accreditation for vehicles and personnel
- multi-lingual reception and escort staff
- priority handling of baggage and equipment

## VUELOS DIRECTOS

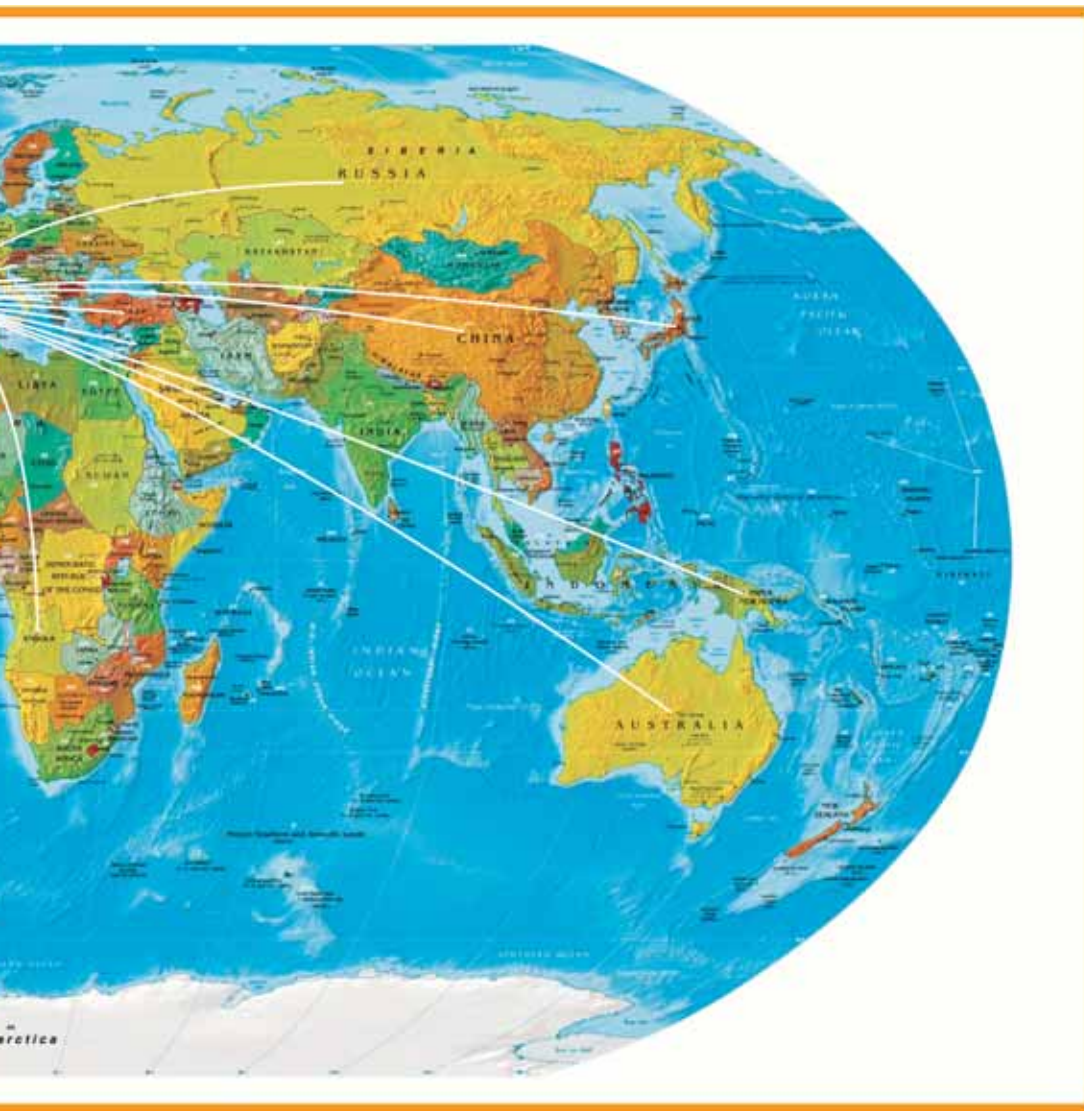
España posee vuelos directos con la mayoría de los países del mundo. En este gráfico hemos seleccionado los países participantes en los dos últimos Mundiales de Baloncesto, Indianapolis 2002 y Japón 2006.



COUNTRY	STRAIGHT FLIGHTS
ARGENTINA	Aerolineas Argentinas/ Air Europa/ Iberia/Air Comet
VENEZUELA	Air Europa/ Iberia
PANAMÁ	Iberia
BRASIL	TAM/ Iberia/ TAP
PUERTO RICO	Iberia/
CANADA	Air Canada/
EEUU	Delta Airlines/ Iberia/ American Airlines/ Continental Airlines
FRANCE	Air Nostrum/ Iberia/Air France/ EasyJet/ Vueling/ Air Europa
SERBIA	1 connection fly
GERMANY	EasyJet/ Iberia/ Lufthansa/ Spanair/ Ryanair/Germanwings/ Air Berlin
GREECE	Syrian Arab Airlines/ Iberia/ Olympic Airlines
LITHUANIA	1 connection fly
TURKEY	Turkish Airlines/ Iberia
ITALY	Air Nostrum/ Iberia/ Alitalia/ EasyJet/ Ryanair/ Vueling/ Air Europa
SLOVENIA	1 connection fly
RUSIA	Iberia/ Aeroflot
CROATIA	1 connection fly
LEBANON	1 connection fly
JAPAN	1 connection fly
QATAR	Qatar Airways
CHINA	Air China
ARGELIA	Air Algeria/ Iberia
NIGERIA	2 connection fly
ANGOLA	2 connection fly
SENEGAL	Iberia/ Air Europa
NEW ZEALAND	2 connection fly
AUSTRALIA	1 connection fly

## STRAIGHT FLIGHTS

Spain has straight flights to most countries all over the world. In this chart we've selected the participant countries in the last two World Championships: Indianapolis 2002 and Japan 2006.



PAÍS	VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA
ARGENTINA	Aerolineas Argentinas/ Air Europa/ Iberia/Air Comet
VENEZUELA	Air Europa/ Iberia
PANAMÁ	Iberia
BRASIL	TAM/ Iberia/ TAP
PUERTO RICO	Iberia
CANADA	Air Canada
EEUU	Delta Airlines/ Iberia/ American Airlines/ Continental Airlines
FRANCIA	Air Nostrum/ Iberia/Air France/ EasyJet/ Vueling/ Air Europa
SERBIA	1 connection fly
ALEMANIA	EasyJet/ Iberia/ Lufthansa/ Spanair/ Ryanair/Germanwings/ Air Berlin
GRECIA	Syrian Arab Airlines/ Iberia/ Olympic Airlines
LITHUANIA	1 connection fly
TURQUIA	Turkish Airlines/ Iberia
ITALIA	Air Nostrum/ Iberia/ Alitalia/ EasyJet/ Ryanair/ Vueling/ Air Europa
SLOVENIA	1 connection fly
RUSIA	Iberia/ Aeroflot
CROACIA	1 connection fly
LIBANO	1 connection fly
JAPON	1 connection fly
QATAR	Qatar Airways
CHINA	Air China
ARGELIA	Air Algeria/ Iberia
NIGERIA	2 connection fly
ANGOLA	2 connection fly
SENEGAL	Iberia/ Air Europa
NUEVA ZELANDA	2 connection fly
AUSTRALIA	1 connection fly







## 9 SEGURIDAD

(VER GARANTÍAS EN ANEXO)

## 9 SECURITY

(SEE GUARANTEES IN THE ANNEX)



## RIESGOS GENERALES

Madrid y las otras sedes son ciudades con unos riesgos muy limitados tal y como confirman los representantes de las autoridades competentes. Todas disponen de un sistema de coordinación entre los gobiernos local, regional y nacional, y de un sistema telefónico de gestión de emergencias que les permite coordinar las acciones de forma ágil y eficiente.

## TERRORISMO

El Ministerio del Interior ha elaborado el siguiente análisis: El trabajo continuado de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado ha permitido neutralizar la acción de numerosos integrantes de la banda terrorista ETA, así como de otras organizaciones terroristas de carácter internacional.

La acción coordinada de los Servicios de Información de Policía y Guardia Civil con otros Servicios de Inteligencia ha permitido anticiparse a los atentados terroristas propiciando la desarticulación de dichas bandas.

En los grandes eventos deportivos de carácter internacional celebrados en España nunca se ha perpetrado ninguna acción terrorista, fruto de la eficaz labor de prevención y disuasión de los dispositivos desarrollados por las Fuerzas de Seguridad.

## ORGANIZACIONES DE LA SEGURIDAD

Las entidades que intervendrán en la organización del Mundobasket 2014 se recogen a continuación.

### PÚBLICAS

- **Ministerio del Interior.** Secretaria de Estado de Seguridad:
  - Dirección General de la Policía y de la Guardia Civil,

- Centro Nacional de Coordinación Antiterrorista,
- Centro Nacional de Protección de Infraestructuras Críticas,
- Dirección General de Protección Civil y Emergencias,
- Dirección General de Tráfico,
- Delegación del Gobierno en las Comunidades Autónomas,

### ■ Ministerio de Defensa:

- Ejército de Tierra,
- Ejército del Aire,
- Armada ,
- Centro Nacional de Inteligencia (CNI),

### ■ Ayuntamientos de las sedes:

- Área de Gobierno Delegada de Seguridad y Movilidad (Coordinación General de Seguridad y Emergencias),

**España posee una de las fuerzas de seguridad más experimentadas y eficaces del mundo**

### PRIVADAS

- **Comité Organizador,**
- **Empresas de seguridad privada,**
- **Empresas suministradoras de materiales, de seguridad y consultoras,**
- **Empresas suministradoras y operadores de servicios esenciales.**

## RESPONSABILIDADES DE SEGURIDAD

La responsabilidad de la seguridad recae en el Estado español, a través del Ministerio del Interior, que coordinará



### PEÑA DE MUERTE:

Desde 1995 la pena de muerte está abolida en España para todo tipo de crímenes. (Ver mapa mundial)

■ Países donde la pena de muerte está abolida

### DEATH PENALTY

In 1995, the death penalty was abolished in Spain for all types of crime (see world map).

■ Countries where the death penalty is abolished

## GENERAL RISKS:

Madrid and the other cities to be used to host the 2014 World Championship are all cities with very limited risks. There is a system of coordination between local, regional and national governments and a telephone system for dealing with emergencies allowing coordination of actions in a flexible and efficient manner.

## TERRORISM

The Ministry of Interior has made the following analysis: Continuous action by Spain's security forces and corps has allowed the neutralisation of numerous members of the ETA terrorist group, as well as other international terrorist organisations.

Coordination between the information services of the police and civil guard with the intelligence services has meant that terrorist acts have been anticipated and the members of these groups detained and neutralised.

A terrorist attack has never been carried out at any of the major international sporting events held in Spain. This has been the result of the preventative and dissuasive work of the country's security forces

## SECURITY ORGANISATIONS:

The bodies that will be involved with security during the 2014 World Championship are:

### PUBLIC AUTHORITIES

- **Home Office**, Secretary of State for Security
  - Directorate General of the Police and Civil Guard
  - National Anti-Terrorist Coordination Centre
  - National Centre for the Protection of Critical

- Infrastructure
  - Directorate General for Civil Protection and Emergencies
  - Directorate General of Traffic
  - Government Delegation in the Autonomous Communities.

### ■ Ministry of Defence

- Army
- Air Force
- Navy
- National Intelligence Centre (CNI)

### ■ Venue Town Halls

- Government Delegation Division for Security and Transport (General Coordination of Security and Emergencies)

Spain has one of the most experienced and efficient security forces in the world

## PRIVATE ORGANISATIONS

- LOC
- private security companies
- companies supplying security material and consultants
- companies supplying and operating essential services.

## RESPONSIBILITIES

The overall responsibility for security lies with the Spanish State, through its Home Office, and it will coordinate other services of regional and local administrations

el resto de servicios procedentes de las administraciones de seguridad regionales y locales.

Los Organismos de seguridad que intervendrán en la organización del Mundial tendrán las siguientes responsabilidades:

- **Ministerio del Interior.** Secretaría de Estado de Seguridad. Será el responsable del sistema de seguridad, de la financiación del sistema de mando, control, comunicaciones e inteligencia (C4I) y de la activación de los diferentes Planes de Seguridad,
- **Dirección General de la Policía y de la Guardia Civil.** Le corresponde planificar y dirigir los planes de seguridad y garantizar el desarrollo de los Juegos. Establecerá un centro de cooperación internacional para coordinar el intercambio de información con servicios policiales extranjeros. Los Servicios de Información desarrollarán planes específicos para la obtención, evaluación y difusión de la información necesaria para evitar y neutralizar las amenazas terroristas que puedan afectar al normal desarrollo del evento.
- **Centro Nacional de Coordinación Antiterrorista.** Elaborará inteligencia tras el análisis de la información de los servicios antiterroristas nacionales y de otros homólogos extranjeros, confeccionando informes y canalizándolos a las Fuerzas de Seguridad para el establecimiento del dispositivo para su neutralización,
- **Centro Nacional de Protección e Infraestructuras Críticas.** Dirige y coordina las actividades tendientes a garantizar la mejor protección de las infraestructuras estratégicas,
- **Dirección General de Protección Civil y Emergencias.** Coordinación de las relaciones con las unidades de Protección Civil del gobierno, Comunidades Autónomas y de los Ayuntamientos de las diferentes sedes y subse-des. Asimismo será la responsable de solicitar el apoyo de la Unidad Militar de Emergencias en caso necesario,
- **Dirección General de Tráfico.** Responsable de la elaboración de planes y programas sobre seguridad vial, gestión y control del tráfico interurbano y planificación, dirección y coordinación de las instalaciones necesarias para regular y vigilar el tráfico,
- **Delegación del Gobierno en las Comunidades Autónomas.** Mando, control y coordinación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad y Servicios de Emergencia en las Comunidades Autónomas,
- **Ayuntamientos.** Le corresponderá poner a la Policía Municipal a disposición de la Secretaría de Estado de Seguridad, la dirección de la seguridad vial, la gestión y control de la movilidad en la ciudad, los servicios de extinción de incendios, sanitarios, de emergencias y protección civil,

- **Comunidades Autónomas.** Responsables del mando y coordinación de los servicios sanitarios, extinción de incendios, emergencias, infraestructuras, etc,
- **Delegaciones de Gobierno en las Comunidades Autónomas de las Subsedes.** Mando, control y coordinación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad y de los Servicios de Emergencia en la Comunidad Autónoma correspondiente,
- **Ayuntamientos de las Subsedes.** Le corresponderá la dirección de la seguridad vial, servicios sanitarios y de emergencia en las subse-des,
- **Ministerio de Defensa.** Su labor será:
  - Ejército de Tierra: protección de objetivos estratégicos,
  - Ejército del Aire: vigilancia, protección y control del espacio aéreo,
  - Armada: responsable de la vigilancia, protección y control del espacio marítimo,
- **Centro Nacional de Inteligencia.** Obtención, evaluación y difusión de la información necesaria para evitar y neutralizar la amenaza de grupos terroristas que puedan afectar el desarrollo de los Juegos,
- **Comité Organizador del Mundobasket.** Será responsable de la autoprotección de las instalaciones y de la prevención de accidentes, siniestros, emergencias, detección de intrusión y control de accesos; asimismo garantizará la integración de los voluntarios y otros recursos que participen en el sistema interno de seguridad.

## SEGURIDAD DURANTE EL MUNDOBASKET 2014:

En España, la seguridad es responsabilidad del Estado y el Ministerio del Interior el encargado de velar por el mantenimiento de la paz y el orden. Para conseguir la máxima eficacia y a la vez una mayor agilidad en la actuación, la seguridad durante **Mundobasket 2014** se basará en un sistema integrado de planes y recursos públicos y privados dirigidos y coordinados por un órgano específico creado ad hoc, de la cual formará parte el **Comité Organizador (LOC)** junto con representación de las Administraciones central, autonómica y local.

Una comisión se encargará de la redacción y coordinación del Plan Estratégico y del Plan Director de Seguridad **MUNDOBASKET 2014**, en el que quedarán definidos las responsabilidades y ámbitos de actuación de los medios de defensa, seguridad, protección civil y emergencia aportados por las distintas administraciones, y los de seguridad privada y voluntarios, aportados por el LOC.

Un mando de seguridad único

The security bodies involved in the organisation of the World Championship will have the following responsibilities:

- **Home Office** - Secretary of State for Security: responsible for the security system, command financing, control, communications and intelligence (C4I), and the activation of the different security plans
- **Directorate General of the Police and Civil Guard:** responsible for planning and directing the security plans and guaranteeing the development of the Games. It will establish an international cooperation centre to coordinate the exchange of information with foreign police services. The information services will develop specific plans to obtain, assess and disseminate the information required to avoid and neutralise any terrorist threats that may affect the staging of the Event.
- **National Anti-Terrorist Coordination Centre:** after analysing information from the national anti-terrorist services and their foreign counterparts, it will draw up reports and channel them to the security forces to establish a mechanism to neutralise any threats
- **National Centre for the Protection of Critical Infrastructure:** to direct and coordinate the activities aimed at guaranteeing the best protection of the strategic infrastructures.
- **Directorate General for Civil Protection and Emergencies:** to coordinate relationships with the civil protection units of the Spanish Government, Autonomous Communities and Town Halls. It will also be responsible for requesting support from the Emergency Military Unit if required
- **Directorate General of Traffic:** responsible for developing plans and programmes on road security, management and control of inter-city traffic, planning, directing and coordinating the infrastructure and resources to regulate and monitor traffic
- **Government Delegation in the Autonomous Communities:** command, control and coordination of the security forces and corps and emergency services
- **Town Halls:** responsible for placing the city police force at the disposal of the Secretary of State for Security, directing road security, managing and controlling traffic in the city, fire fighting, health, emergency and civil protection services
- **Autonomous Communities:** responsible for command and coordination of the health services, fire brigade, emergencies, infrastructures, etc.
- **Government Delegations in the Autonomous Communities in the venues.** Command, control and coordination of the Police and Civil Guard and the Emergency Services of the corresponding Autonomous Community.

- **Venue Town Halls.** Responsible for the direction of road, safety, health services and emergencies in the venue cities.
- **Ministry of Defense.** It will be responsible for:
  - Army: protection of strategic objectives.
  - Air Force: vigilance, protection and control of the air space.
  - Navy: Responsible for the vigilance, protection and control of maritime areas.
- **National Intelligence Centre.** Responsible for obtaining, assessing, and circulating information necessary to prevent and neutralise the threat of terrorist groups that may affect the development of the Games.
- **Organising Committee of the WorldBasketball Championship.** It will be responsible for the self-protection of the facilities and prevention of accidents, casualties, emergencies, intrusion detection and access control; likewise, it will guarantee volunteer integration and other resources participating in the internal security system.

## SECURITY DURING THE 2014 WORLD CHAMPIONSHIP

In Spain, security is the responsibility of the State and the Ministry of the Interior is in charge of maintaining peace and order. To attain the maximum effectiveness and in turn the greatest quickness in action, the security during the **2014 World Championship** will be based on an integrated system of plans and public and private resources directed and coordinated by a specific ad hoc body which will form part of the **Organising Committee (LOC)** along with the representation of the central, regional and local governments.

A commission will be in charge of the drawing up and coordinating the Strategy Plan and the Security Master Plan for the 2014 World Championship, which will define the responsibilities and activity areas of the defence, security, civil protection and emergency means provided by the different government levels, and those of private and voluntary security, provided by the LOC.

One central security command centre

## SECURITY MEANS DURING THE 2014 WORLD CHAMPIONSHIP

The sports venues, as well as all facilities related to the 2014 World Championship, will have physical and electronic

## MEDIDAS DE SEGURIDAD DURANTE MUNDOBASKET 2014

Las instalaciones deportivas, así como todas aquellas relacionadas con MUNDOBASKET 2014 dispondrán de los medios de seguridad física y electrónica que se definen en el Plan Director de Seguridad. Estos medios serán operados normalmente por los voluntarios o personal de seguridad privada dependientes del LOC, siendo supervisados y apoyados por miembros de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado.

La seguridad interior y exterior de las instalaciones deportivas, así como las demás (alojamientos, centros de prensa,...) estará garantizada por la participación de efectivos dependientes de la Administración del Estado pertenecientes a los Ministerios de Defensa e interior, y a los cuerpos policiales y de protección civil dependientes de las Administraciones autonómica y local. Todo ello, además, en cualquier lugar donde pudiera hallarse algún miembro de la familia FIBA.

Todos estos planes y recursos estarán igualmente coordinados, entre otros, con los dispositivos sanitarios (SAMUR, Cruz Roja, primeros auxilios), de contra incendios y de emergencias.

## RESPONSABILIDADES, COMPETENCIAS Y LÍNEAS DE COMUNICACIÓN

El LOC asignará a un responsable de Seguridad, designado por Órgano Específico de Seguridad de Mundobasket 2014 y ratificado por el LOC, un **responsable de Seguridad** cuyas funciones, entre otras, serán las siguientes:

- La gestión y seguimiento de la Seguridad del evento;
- El contacto, puesta al día, coordinación etc,... con las autoridades locales;
- La coordinación con la seguridad privada;
- La coordinación con la seguridad de los voluntarios, delegaciones y FIBA;
- Estar siempre localizable durante los preparativos y celebración del evento;
- Elaborar y dar a conocer a todos los involucrados en la seguridad el Plan de Seguridad de Mundobasket 2014, así como los Protocolos de Emergencias;
- Supervisar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de correcto etiquetado de entradas con normativa de seguridad, así como su difusión durante el evento

to en videomarcadores y otros medios, con sus diferentes pruebas y ensayos;

- Facilitar al LOC y a FIBA la documentación técnica que le pudiera ser requerida en materia de garantías de protección y seguridad durante los preparativos, realización y finalización de actuaciones del evento;
- Garantizar y supervisar que todas las actuaciones en construcciones específicas (permanentes y temporales) con motivo del evento cumplen todos los requerimientos de seguridad;
- Poner a disposición de FIBA 6 meses antes del comienzo del evento el Plan de Seguridad del LOC;
- Difundir ante las autoridades locales el Plan de Seguridad del LOC;
- Elaborar un Plan de Accesos al recinto, con áreas, niveles de autorización, categorías, protocolos y procedimientos;
- Elaborar un Plan de Emergencias, junto con el LOC, FIBA y las autoridades locales;
- Supervisar la Venta de Productos
- Elaborar y supervisar un Plan de Primeros Auxilios;
- Seguir y hacer cumplir la remisión de toda la documentación en materia de Seguridad en los plazos y medios o formatos que se pudieran establecer, en especial la relativa a:
  - Plan de Seguridad; Normativa de Accesos;

## ACREDITACIONES

El LOC colaborará con FIBA para la definición de un sistema ágil de organización de acreditados durante el evento. Todas las infraestructuras necesarias para la intercomunicación de las sedes serán puesta a su disposición y la FEB ofrecerá también el legado de una experiencia anterior de éxito en la gestión local de la seguridad, control de accesos y definición del sistema, así como la más eficiente colaboración con las fuerzas de seguridad para garantizar la protección total del evento y la circulación ágil en los recintos y en las zonas de trabajo.

Un responsable global de Acreditaciones dependiente del área de operaciones y más de 80 personas participarán en la definición y planificación del sistema de acreditación, así como en su administración en cada una de las sedes.

security that will be defined in the Security Master Plan. These means normally will be carried out by volunteers or private security personnel employed by the LOC, being supervised and supported by members of the State's Security Corp and Force.

The interior and exterior security of the sports facilities, as well as other places (lodgings, press centres, ...) will be guaranteed by the participation of the State government personnel pertaining to the Ministries of Defence and Interior and to the police and civil protection corps employed by the regional and local governments. All of this will also be available in any place where any member of the FIBA family might be found.

All these plans and resources will also be coordinated, among others, with the healthcare (SAMUR, Red Cross, first aid), fire prevention and emergency arrangements.

## RESPONSIBILITIES, COMPETENCE AND LINES OF COMMUNICATION

The LOC will assign a Security Manager, designated by the Specific Security Organisation of the 2014 World Championship and ratified by the LOC; a **Security Manager** whose duties, among others, will be the following:

- The management and monitoring of the event's security;
- Contact, updating, coordination, etc. ... with local authorities;
- Coordination with private security;
- Coordination with volunteer security, delegations and FIBA;
- Always being able to be located during the preparations and holding of the event;
- Draw up and make known the Security Master Plan of the 2014 World Championship as well as the Emergency Protocols to all those involved in security;
- Supervise compliance with security regulations regarding the correct labelling of tickets with security regulations, as well as their display during the event in large video screens and other means, with their different tests and trials;
- Provide the technical documentation to the LOC and FIBA that may be required on the subject of protection guarantees and security during the preparations, realisation and finalisation of event activities;
- Guarantee and supervise that all the activities for the event in specific constructions (permanent and temporary) meet all the safety requirements;

- Place the LOC Security Plan at the disposal of FIBA six months before the start of the event;
- Circulate the LOC Security Plan among the local authorities;
- Draw up an Access Plan to the site, with areas, authorisation levels, categories, protocols and procedures;
- Draw up an Emergency Plan, together with the LOC, FIBA and local authorities;
- Supervise the sale of products;
- Draw up and supervise a First Aid Plan;
- Monitor and ensure compliance of the sending of all documentation on Security by the deadlines and by the means or in formats that may be established, especially regarding:
  - Security Plan; Access Regulations;
  - Approval of the Security Certificates of the site;

## CREDENTIALS

The LOC will collaborate with FIBA in defining an efficient credentials organisation system during the event. All the infrastructures necessary for the intercommunication of the venues will be placed at its disposal and the FEB will also offer the legacy of a previous successful experience in the local management of security, access control and definition of the system, as well as the most efficient collaboration with the security forces to guarantee the total protection of the event and the versatile circulation in the sites and in the work areas.

A global Credentials Manager employed by the operations area and more than 80 persons will participate in the defining and planning of the credentials system, as well as in its administration in each of the venues.







**10 ASPECTOS MÉDICOS**

**10 HEALTH CARE SERVICES**



## ORGANIZACIÓN SANITARIA EN ESPAÑA

España dispone de un Sistema Nacional de Salud (SNS) integrado por los Servicios de Salud de la Administración General del Estado y de las Comunidades Autónomas.

Los servicios prestados por el SNS incluyen los preventivos, diagnósticos, terapéuticos, de rehabilitación y de promoción de la salud, que comprende las prestaciones de Salud Pública, Atención Primaria, Atención Especializada, Urgencias, Farmacia, ortoprótesis, productos dietéticos y transporte sanitario.

El SNS, de carácter público, tiene una cobertura universal y es gratuito, si bien existe un sistema de cofinanciación para la prestación farmacéutica extrahospitalaria, la ortoprotésica y los productos dietéticos.

Además del sistema público existe una importante red de establecimientos sanitarios privados. Tanto los centros públicos como los privados están sujetos a normativa en materia de garantías de seguridad y de calidad, así como a las actividades de información, salud pública, formación e investigación.

**Nuestro secretario de estado para el deporte, Jaime Lissavetzky, es el representante de Europa en el Comité Ejecutivo de la WADA**

El sistema sanitario español dispone de las instalaciones, equipos y profesionales necesarios para proporcionar una asistencia sanitaria de la mayor calidad durante la celebración del Campeonato del Mundo de Baloncesto.

El personal sanitario acreditado por el Comité Organizador del Mundial 2014 podrá ejercer su profesión en el ámbito de sus delegaciones en dicho evento.

## CONTROL DE DOPAJE: ACUERDO FIRMADO CON LA AMA

España se adhirió al Convenio contra el Dopaje del Consejo de Europa el 16 de noviembre de 1989, su ratificación fue publicada en el Boletín Oficial del Estado el 11 de junio de 1992.

Asimismo, el Gobierno español ha suscrito la Declaración de Copenhague el 5 de marzo de 2003.

La Convención Internacional contra el Dopaje en el Deporte de la UNESCO ha sido ratificada por España el 25 de octubre de 2006 y publicada en el Boletín Oficial del Estado el 16 de febrero de 2007. De acuerdo con esa ratificación, la legislación española adopta la lista de sustancias y métodos prohibidos publicada anualmente por la Agencia Mundial Antidopaje (AMA) y la norma internacional de Autorizaciones para Uso Terapéutico que elabora.

## LEGISLACIÓN ANTIDOPAJE

España cuenta con un amplio marco normativo de promoción del deporte y lucha contra el dopaje, armonizado con los principios del Código Mundial Antidopaje y de la Convención Internacional contra el Dopaje en el Deporte de la UNESCO.

Entre este marco legislativo (con normas con casi 20 años de vigencia) destaca la Ley Orgánica 7/2006, de Protección de la Salud y Lucha contra el Dopaje en el Deporte, que actualiza los mecanismos de prevención, control y represión del dopaje en el deporte.

Adicionalmente, la Ley Orgánica 7/2006 ha sido ampliamente complementada por normativa de desarrollo, como el Real Decreto 63/2008, que regula el procedimiento para



## ORGANISATION OF HEALTH SERVICE IN SPAIN

Spain has a National Health System (NHS) integrating the health services provided by the Spanish Government and the Autonomous Communities.

The services provided by the NHS include prevent, diagnostic, therapeutic, rehabilitation and health promotion. They include the services of the public health system, primary care, specialised care, casualty, pharmacy, orthoprosthesis, dietary products and health care transport.

The NHS is a public body. The system is provided across Spain and is free of charge, although there is a co-payment system for out-of-hospital pharmaceutical assistance, orthoprosthesis and dietary products.

Alongside the public health system, there is an important network of private health care providers. Both the public and private health care centres are bound by legislation regarding security and quality guarantees, as well as activities on information, public health, training and research.

**Our Secretary of State for Sport, Jaime Lissavetzky is the European representative in the Executive Committee of the WADA**

The Spanish health care system has the facilities, equipment and professionals required to provide the highest quality health care during the World Basketball Championship.

For the 2014 World Championship in Spain accredited health staff and physicians will be allowed to practice their professions within their delegations.

## DOPING CONTROL. WADA AGREEMENT

Spain signed the Council of Europe’s Anti-Doping Convention on 16 November 1989 and its ratification was published in the Spanish Official Gazette on 11 June 1992.

The Spanish Government also signed the Copenhagen Declaration on 5 March 2003.

The UNESCO International Convention Against Doping in Sport was ratified by Spain on 25 October 2006 and published in the Spanish Official Gazette on 16 February 2007. In accordance with this ratification, Spanish legislation adopted the list of prohibited substances and methods published annually by the World Anti-Doping Agency (WADA) and the international code of Therapeutic Use Exemptions that it supports.

## DOPING LEGISLATION

Spain has a broad legislative framework promoting sport and eliminating doping, in line with the principles of the World Anti-Doping Code and the UNESCO International Convention Against Doping in Sport.

Within this legislative framework (including regulations that are almost 20 years old) is the Organic Law 7/2006 on Health Protection and the Fight Against Doping in Sport, updated to prevent, control and eliminate doping in sport.

Furthermore, the Organic Law 7/2006 has been widely complemented by development regulations, such as the Royal Decree 63/2008, which regulates the procedure for imposing and revising disciplinary sanctions in doping matters.

Spain also has official bodies in place to fight against doping in sport:

la imposición y revisión de sanciones disciplinarias en materia de dopaje.

## España fue uno de los primeros países en firmar el acuerdo con la AMA

Además, España cuenta con una eficiente estructura de organismos oficiales para la lucha contra el dopaje:

- La Agencia Estatal Antidopaje, creada en virtud del Real Decreto 185/2008, tiene por objeto la realización de actividades materiales de prevención, protección de la salud y lucha contra el dopaje en el deporte, así como la ejecución e impulso de una política de investigación en materia de control del dopaje y protección de la salud del deportista.
- La Comisión de Control y Seguimiento de la Salud y el Dopaje, creada en virtud del Real Decreto 811/2007, que promueve la protección de la salud de los deportistas así como el desarrollo de una política integral de prevención, control y sanción por la utilización de productos, sustancias y métodos no reglamentarios o prohibidos en el deporte.

## OBJETIVO GENERAL DEL ÁREA MÉDICA DURANTE EL MUNDIAL 2014:

Cubrir la asistencia durante la celebración del MundoBasket 14, que tendrá lugar en España, con capacidad de respuesta inmediata ante cualquier evento que implique una amenaza para la salud.

## INFRAESTRUCTURA EN LOS EMPLAZAMIENTOS:

### SALA DE PRIMEROS AUXILIOS

Esta zona proporcionará primeros auxilios así como medicina preventiva. La sala de primeros auxilios para jugadores estará situada con un acceso fácil para los servicios de emergencia provenientes del exterior y también a la cancha.

El acceso será posible desde la planta baja libre de obstáculos para la rapidez en el traslado de posibles lesionados. Habrá camillas con ruedas en cada uno de los botiquines. Los botiquines estarán equipados adecuadamente y tener una dimensión mínima de 30 metros cuadrados.

El mobiliario estará compuesto de:

- Una camilla para exámenes médicos de aproximadamente 2.40 mts de largo y 0.60 mts. de ancho.
- Un escritorio
- Un armario y un perchero
- Una bombona de oxígeno y el equipo adecuado para reanimación.

Zona de espera para ambulancias. La zona estará cerca del área de juego, de entrenamiento y del botiquín. Se contará así mismo una ambulancia preparada durante las sesiones de entrenamiento y los partidos.

### CENTRO CONTROL ANTI-DOPING

Se efectuarán pruebas control anti-doping durante el Mundobasket' 14.

El proceso para estos controles (la selección de los jugadores, recogida y análisis de muestras de orina, resultados, multas, etc.) debe estar claramente definido por FIBA incluyendo la lista de sustancias prohibidas.

El centro de control Anti-Doping no podrá ser utilizado de ninguna manera para otros propósitos

#### Requerimientos:

- Habrá un cartel en la puerta que indique "doping control"
- Se situarán carteles con "doping-control" a lo largo de los pasillos que llevan al centro de control anti-doping
- Una sala con capacidad para al menos 10 personas (jugadores, doctor del equipo, doctor FIBA, personal para toma de muestras y un intérprete).
- Sala de espera con asientos cómodos, un frigorífico que contenga refrescos, zumos de frutas, etc
- Una zona para toma de muestras con un escritorio, asientos para el médico, el/la secretario/a, los jugadores elegidos y su escolta.
- Un armario o cajón cerrado con llave.
- Una mesa para poner los frascos de las muestras y las botellas marcadas A y B.
- Un cubo de basura grande
- Una zona de aseo con ducha con agua caliente y fría
- Sanitarios con un espejo frontal o un espejo inclinado  $\frac{3}{4}$  a la altura del asiento
- Papel higiénico
- Jabón
- Personal, equipamiento, transporte
- Identificaciones especiales "doping control" para distribuir a los jugadores, médicos, personal y acompañantes.
- Asientos cerca de los banquillos para realizar los controles
- Un guardia de seguridad para vigilar la entrada del centro de control anti-doping
- Una persona encargada de la toma de muestras (si es posible, un doctor varón de la organización o agencia que lleva a cabo los controles) con la presencia del doctor supervisor de FIBA para controlar el correcto proceso.

## ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS

### RECURSOS PROPIOS

#### Personal

- Responsable del Área Sanitaria
- Voluntarios (2 por turno) con formación en primeros auxilios e idiomas de los países participantes

- The National Anti-Doping Agency: created by virtue of the Royal Decree 185/2008, its objective is to carry out material activities preventing and fighting against doping in sport and for health protection, as well as implementing and promoting a research policy in terms of doping control and health protection for athletes

Spain was one of the first countries to sign the WADA Code

- The Monitoring and Control Commission of Health and Doping Control, created in virtue of decree 811/2007, that promotes the protection of the athlete's health, as well as the development of a comprehensive policy of prevention, control and sanctioning for the use of products, substances and methods against the rules and forbidden in sports.

## GENERAL OBJECTIVE OF THE MEDICAL AREA DURING 2014 WORLD CHAMPIONSHIP:

Provide medical coverage during the 2014 World Championship, which will take place in Spain, with immediate response capacity when faced with any incident that may involve a health threat.

## INFRASTRUCTURE OF THE SITES:

### FIRST AID ROOM

This area will provide first aid as well as preventive medicine. The first aid room for players will be located with easy access for the emergency services coming from outside and also from the court.

Access will be possible from the ground floor, free of obstacles for speed in transferring possibly injured persons. There will be stretchers with wheels in each of the first aid posts.

The first aid posts will be appropriately equipped and will have a size of at least 30 square metres.

They will be fitted out with:

- A medical examination table of approximately 2.40 m long and 0.60 m wide.
- A desk
- A cabinet and a coat rack
- An oxygen tank and the appropriate resuscitation equipment.
- Ambulance waiting area. The area will be near the playing area, training area and the first aid room. There will also be an ambulance available during the training sessions and the games.

## ANTI-DOPING CONTROL CENTRE

Anti-doping tests will be conducted during the 2014 World Championship.

The process for these controls (selection of players, collection and analysis of urine samples, results, fines, etc.) must be clearly defined by FIBA including the list of prohibited substances.

The Anti-Doping Control Centre cannot be used for any other purposes.

### Requirements:

- There will be a sign on the door that indicates "doping control"
- Signs with "doping-control" will be placed along the hallways that lead to the anti-doping control centre
- A room with capacity for at least 10 persons (players, team doctor, FIBA doctor, personnel for taking samples and an interpreter).
- Waiting room with comfortable chairs, a refrigerator containing soft drinks, fruit juices, etc.
- A sample-taking area with a desk, seats for the doctor, secretary, selected players and their escorts.
- A cabinet and drawer with lock and key.
- A table for the sample containers and the bottles marked A and B.
- A large trash can
- A restroom area with shower with hot and cold water
- Toilets with a frontal mirror or a mirror slanted  $\frac{3}{4}$  to the height of the seat
- Toilet paper
- Soap
- Personnel, equipment, transportation
- Special "doping control" identifications to distribute to the players, doctors, personnel and companions.
- Seats near the benches in order to carry out the controls
- A security guard to watch the entrance to the anti-doping control centre
- A person in charge of taking the samples (if possible, a male doctor of the organisation or agency that carries out the controls) with the presence of the supervising FIBA doctor to control the correct process.

## ORGANISATION OF THE RESOURCES

### OWN RESOURCES

#### Personnel

- Person responsible for the Health Area
- Volunteers (2 per shift) with first-aid training and languages of the participating countries

#### Material

- A room for the Medical Centre at the competition site
- Equipped with furniture and different materials for the



**Material**

- Sala para Centro médico en el lugar de la competición
- Dotación de mobiliario y materiales diversos para el Centro médico. Sistema de transmisiones o comunicaciones
- Sala para Centro de control (CECO) a compartir con el Área de Seguridad

**RECURSOS SERVICIO MÉDICO CONTRATADO**

**Personal**

- Médico pre hospitalario con formación y experiencia en emergencia, cuidados intensivos y lesiones deportivas.
- Diplomado en Enfermería con formación y experiencia en emergencias y cuidados intensivos
- Conductor especializado con formación en RCP Básica, RCP Instrumental y Primeros Auxilios

**Material**

- UVI Móvil operativa con equipo asistencial
- UVI Móvil en Stand-by en las instalaciones del complejo deportivo, con dotación completa
- Sistema de transmisiones:
  - Inalámbricas: integrada dentro de la malla de transmisiones del Servicio Médico contratado
  - Emisora fija: centro coordinador Servicio Médico contratado y Centro de Coordinación de urgencia
  - Emisora portátil
  - Portátiles: walkie talke. Se le facilitará al servicio médico y al Responsable del Área Médica
  - Telefonía móvil

Estos recursos se utilizarán de acuerdo a las necesidades ordinarias y/o extraordinarias según un Sistema de coordinación y utilización protocolizado previamente

**RECURSOS AJENOS**

- 061 - Urgencias Sanitarias
- Bomberos
- Policía Local
- Policía Nacional
- Protección Civil

**FUNCIONES DEL PERSONAL**

**RESPONSABLE DEL ÁREA MÉDICA**

- Dirigirá todo lo referente a la Organización del área Asistencial
- Será el responsable de velar por el buen funcionamiento del área, así como del cumplimiento de las funciones del personal de ésta
- Tendrá relación con todos los responsables de las distintas áreas de Organización

**SERVICIO MÉDICO**

- Atenderá todas las incidencias médicas que puedan presentarse durante el horario de actividad del servicio concertado
- Dará el asesoramiento necesario para el buen desarrollo de la actividad
- Determinará la necesidad o no de asistencia médica especializada y el traslado a un centro hospitalario
- Rellenará y entregará diariamente al Responsable del Área Sanitaria un parte de actuación.
- Comunicará al responsable del Área Sanitaria de forma inmediata cualquier urgencia, emergencia o anomalías que se produzcan

**VOLUNTARIOS**

- Estarán ubicados en cada punto asistencial como apoyo de éstos
- Atenderán en la medida de sus posibilidades las necesidades de los puntos asistenciales
- Realizarán funciones de interpretes
- Ejecutarán todas aquellas tareas que le encomiende el Responsable del Área Sanitaria

**DEFINICIÓN DEL SERVICIO**

- Asistencia a Urgencias y Emergencias in situ durante la celebración de los entrenamientos y competición
- Asistencia a Urgencias y Emergencias en Hoteles concer-



Medical Centre. Transmitting or communications system.

- Room for the Control Centre (CECO) to share with the Security Area.

### **CONTRACTED MEDICAL SERVICE RESOURCES**

#### **Personnel**

- Pre-hospital doctor with training and experience in emergencies, intensive care and sports injuries.
- Nursing graduate with training and experience in emergencies and intensive care.
- Specialised driver with training in Basic CPR, Instrumental CPR and First Aid.

#### **Material**

- Operative mobile ICU with healthcare equipment
- Mobile ICU in stand-by in the facilities of the sports complex, completely equipped.
- Transmission system:
  - Wireless: integrated within the transmission network of the contracted Medical Service.
  - Fixed transmitter: Contracted Medical Service Coordination centre and Emergency Coordination Centre
  - Portable transmitter
  - Portable units: walkie-talkie. They will be provided to the medical service and to the Medical Area Manager.
  - Mobile telephony

These resources will be used in accordance with the ordinary and/or extraordinary needs of a Coordination System and with protocols set previously for use.

### **OUTSIDE RESOURCES**

- 061 – Medical Emergencies
- Firemen
- Local police
- National police
- Civil Protection

## **DUTIES OF THE PERSONNEL**

### **MEDICAL AREA MANAGER**

- Manage everything related to the Organisation of the Medical area
- Be responsible for supervising the proper operation of the area, as well as compliance with the duties of its personnel
- Have contacts with all the managers of the different areas of the Organisation

### **MEDICAL SERVICE**

- Tend to all the medical incidents that might arise during the active hours of the contracted service
- Give necessary advice for properly carrying out the activity
- Determine whether or not specialised medical care is needed and if transfer to a hospital is required
- Fill out a report of activity and turn it in daily to the Medical Care Manager.
- Inform the Medical Care Manager immediately of any urgency, emergency or anomalies that might occur.

### **VOLUNTEERS**

- They will be located in each medical post as support for them
- They will tend to the needs of the medical posts to the extent of their possibilities
- They will carry out interpreting duties
- They will execute any tasks that are assigned to them by the Medical Care Manager.

## **DEFINITION OF THE SERVICE**

- Urgent and emergency medical care in situ during the training and competition events.
- Urgent and emergency medical care in hotels contracted by athletes, members of the different delegations, members of the organisation.

tados a deportistas, miembros de las distintas delegaciones, miembros de la organización.

- Traslado en UVI Móvil a Hospitales de la red del Servicio Médico contratado así como de la Seguridad Social en caso de necesidad
- Búsqueda y gestión de atención y hospitalización en hospitales en caso de necesidad
- Seguimiento de los pacientes hospitalizados
- Realización de las gestiones para la Repatriación

## OPERATIVA DEL SERVICIO: SISTEMÁTICA DE ACTUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE ASISTENCIA IN SITU

Se efectuará mediante un miembro del equipo in situ localizado estratégicamente a pie de pista y el resto del equipo permanecerá en el Centro Médico habilitado para tal fin.

El equipo irá dotado de Monitor-desfibrilador-marcapasos, maletín asistencial polivalente, collarín cervical, camilla de tijeras y ambú.

En caso de necesidad de proporcionar medicación, se consultará previamente a Médico del control Antidoping, para que facilite su aprobación previa a la administración.

En caso de necesidad se efectuará el traslado al Centro Médico para el tratamiento definitivo y/o estabilización previa al traslado.

### PROCEDIMIENTO DE EVACUACIÓN

Cuando se considere necesario, el procedimiento será el siguiente:

- Contacto con Coordinación Sanitaria del Servicio Médico contratado, a la que se facilitarán los datos referentes al paciente.
- Se procederá al traslado, comunicando la salida y llegada a la Clínica u Hospital de destino e informando posteriormente al responsable del área médica el servicio en el que el paciente ha quedado ingresado en el caso de que lo precise.
- Realización de la correspondiente hoja de traslado, cuya copia se entregará a la Organización.

Habrà una UVI Móvil durante los periodos de entrenamientos oficiales y competición. En caso de que la UVI Móvil tuviera que desplazarse para cubrir un traslado, será reemplazada por otra.

La asistencia interna estará a cargo del dispositivo sanitario dispuesto por la Organización del MundoBasket´14.

En los casos en los que se requiera apoyo externo para la atención sanitaria, será solicitada al Centro Coordinador de Urgencias.

En estos casos se expondrá claramente el motivo que origina la petición, patología y número de pacientes afectados, tipo y cantidad de recursos requeridos, vía de acceso y evacuación al recinto.

### PROCEDIMIENTO ANTE LA ASISTENCIA EN HOTELES

Se solicitará por el médico o algún otro representante de cada Delegación, que se identificará y proporcionará datos referentes a la sintomatología del paciente, con objeto de valorar el grado de prioridad de la asistencia.

Se realizará por el equipo del Servicio Médico contratado mediante contacto con la Coordinación Sanitaria, elaborando el correspondiente Informe Médico del que se entregará una copia al paciente y otra al responsable del Área Médica de la Organización.

En caso de precisar traslado a Hospital, se hará al Centro concertado, previa información y consulta con el Coordinador responsable del Servicio Médico contratado y comunicándolo al Responsable del Área Médica de la Organización.

### HOSPITALIZACIÓN

En caso de que existiera la necesidad de hospitalización, los gastos derivados de este servicio correrán a cargo de la Delegación correspondiente caso de que ésta no contara con un Seguro de accidente y enfermedad, el cual es obligatorio según Reglamento Médico de la FIBA.

### INFORMES EXTRAORDINARIOS

Se emitirán en caso de acontecer alguna incidencia de interés. Este se dirigirá a la Dirección del Servicio Médico contratado, que entregará copia a la Organización.

En caso de detectarse una intoxicación alimentaria, el médico asistencial, deberá cumplimentar un informe adicional, que será entregado a la Delegación de Salud, la cual, determinará el procedimiento a seguir a partir de ese momento.

### REPATRIACIÓN

En caso de solicitud, se procederá por parte del Servicio Médico contratado a realizar las gestiones oportunas para proceder a la repatriación a país de origen a los deportistas y otros miembros de las delegaciones participantes.

De solicitarse la repatriación como tal, se elaboraría un presupuesto previo, que se facilitaría a la Organización del MundoBasket y a la dirección de la Federación implicada.

### TRANSMISIONES SANITARIAS

Se regirán por las normas de régimen interno del Servicio Médico contratado, ceñidas al protocolo de actuación ante emergencia individual y colectiva, a través del Centro Coordinador del Servicio Médico contratado Servicio Médico contratado.

#### **Con el Servicio Médico contratado**

Por emisora móvil o portátil, dependiendo de la ubicación del equipo o por teléfono móvil.

#### **Con el Responsable de la Organización**

Por emisora móvil, que se le proporcionará, trabajando en la misma frecuencia o por teléfono móvil, dependiendo de la ubicación, tipo de incidente u operatividad. Manteniéndose en contacto permanente.



- Transfer in Mobile ICU to hospitals of the contracted medical service network as well as to those of the Social Security in case of need.
- Search and management of medical care and hospitalisation in hospitals in case of need
- Follow-up on the hospitalised patients
- Carry out repatriation procedures.

## OPERATING SYSTEM OF THE SERVICE: SYSTEMATICS OF THE ACTIVITIES

### PROCEDURE FOR IN-SITU MEDICAL CARE

It will be carried out by a member of the team in situ located strategically courtside and the rest of the team will remain in the Medical Centre fitted out for such purpose.

The team will be equipped with monitor-defibrillator-pace-makers, multi-purpose medical bag, cervical collar, folding stretcher and ambu bag.

In case it is necessary to provide medication, the Anti-doping Control Doctor will be consulted previously, so that he may give his prior approval of the medicine.

If necessary, the patient will be transferred to the Medical Centre for definitive treatment and/or stabilisation prior to transfer.

### EVACUATION PROCEDURE

When it is considered necessary, the procedure shall be the following:

- Contact the Medical Coordination office of the contracted Medical Service, to which the data referring to the patient will be provided.
- The transfer shall be made, reporting the departure and the arrival at the destination clinic or hospital and subsequently informing the area manager of the medical service in which the patient was admitted in case it should be necessary.
- Fill out the corresponding transfer sheet, a copy of which will be delivered to the Organisation.

There will be a Mobile ICU during the official training periods and the competition. In case that the Mobile ICU has to be moved to cover a transfer, it will be replaced by another.

Internal medical care will be done by the medical team provided by the 2014 World Championship Organisation.

In cases where external support is required for medical attention, it shall be requested from the Emergency Centre Coordinator.

In these cases, the reason for the request, the pathology and number of patients affected, type and amount of resources required, access means and evacuation of the site shall be clearly expressed.

### PROCEDURE FOR MEDICAL CARE IN HOTELS

It shall be requested by the doctor or other representative of each Delegation, who will identify himself and provide information on the patient's symptoms, for the purpose of assessing the degree of priority of the care.

It shall be carried out by the contracted Medical Service team by means of contacting the Medical Coordination office, writing up the corresponding Medical Report of which a copy will be given to the patient and another to the person responsible for the Medical Area of the Organisation.

In case of requiring transfer to hospital, it shall be to a concerted Centre, after informing and consulting the Coordinator responsible for the contracted Medical Service and communicating it to the Medical Area Manager of the Organisation.

### HOSPITALISATION

In case of need for hospitalisation, the expenses derived from this service will be payable by the corresponding Delegation if the latter does not have accident and illness insurance, which is obligatory according to the FIBA Medical Regulations.

### EXTRAORDINARY REPORTS

A report will be issued In case of occurrence of any incident of interest. It will be addressed to the contracted Medical Service Management, who will give a copy to the Organisation.

In case of detecting food poisoning, the attending doctor must fill out an additional report that will be given to the Health Delegation, which will determine the procedure from that moment.

### REPATRIATION

In case of request, the contracted Medical Service will proceed to carry out the appropriate steps to repatriate to the country of origin the athletes and other participating members of the delegations.

When repatriation is requested, a budget will be drawn up previously, which will be provided to the World Championship Organisation and to the management of the involved Federation.

### MEDICAL TRANSMISSIONS

They will be governed by the internal system rules of the contracted Medical Service, strictly following the protocol of actions in individual and collective emergencies, through the Coordinating Centre of the contracted Medical Service.

#### **With the contracted Medical Service**

By mobile or portable transmitter, depending on the location of the equipment or by mobile telephone.

#### **With the Organisation Manager**

By mobile transmitter, which will be provided to him, working on the same frequency or by mobile telephone, depen-

**Con el Centro Coordinador de Urgencias**

Por teléfono fijo a través del Centro de coordinación del Servicio Médico contratado o por emisora fija.

**Hospitales de referencia**

Se listarán los hospitales de referencia con quiénes trabaje el Servicio Médico que contratemos.

**VÍAS DE EVACUACIÓN**

**TRASLADO INTERIOR**

Caso de necesidad de trasladar al paciente desde la pista al Centro médico, durante los periodos de entrenamiento y/o competición, éste se realizará mediante la puerta de entrada del personal sanitario a la pista (puerta más próxima al centro médico).

Toda atención y traslado se realizará de la forma más discreta posible y siempre informando al responsable del Área.

**EVACUACIÓN POR EL DISPOSITIVO INTERNO**

Se informará al Centro de Coordinación de Urgencias del traslado.

El Centro de Coordinación de Urgencia quedará en situación de alerta mientras regresa la unidad del dispositivo, salvo que exista otra unidad de apoyo en las instalaciones.

Cuando sea necesario, se alertará por el Centro de coordinación de Urgencia a puerta de urgencia hospitalaria.

**EVACUACIÓN POR DISPOSITIVO EXTERNO**

El Centro de coordinación de Urgencia enviará la ambulancia básica o UVI Móvil para la asistencia y traslado del paciente al Hospital de destino, de acuerdo a la necesidad expresada en la solicitud.

Cuando sea necesario, se alertará por el Centro de coordinación de Urgencia a puerta de urgencia hospitalaria.

**EMERGENCIA COLECTIVA**

Ante situación de catástrofe colectiva, dependiendo de la magnitud de ésta, los dispositivos de Seguridad establecerán áreas de triage, asistencia y accesos de las mismas, informando debidamente al Centro de Coordinación de Urgencia, procediéndose al traslado de las personas afectadas a las áreas de triage. Centro de coordinación de Urgencia, activará los medios adecuados para el tratamiento de los afectados, tanto UVI móvil, bolsas de catástrofe y ambulancias básicas de traslado.

**IDENTIFICACIÓN**

**Personal Sanitario**

- El personal sanitario irá identificado mediante:
  - Placa de identificación de función
  - Acreditación del MundoBasket '14

**Organización**

- Tanto el Responsable del Área como los voluntarios irán identificado mediante credencial MundoBasket '14 servicio Médico.

**Agenda telefónica**

- Responsable del Área Médica
- Responsable Dispositivo Sanitario para el campeonato
- Centro Control Médico (Organización)
- Centro Coordinación de Urgencia
- Bomberos
- Policía Nacional
- Policía Local
- Protección Civil
- Hoteles donde estén alojados los equipos, árbitros, prensa, VIP's

**Farmacias de guardias**

Serán facilitadas por la empresa de Servicio Médico que se contrate al efecto.



ding on the location, type of incident or operating system. Maintaining constant contact.

#### **With the Emergency Coordinating Centre**

By land-line telephone through the Coordination Centre of the contracted Medical Service or by fixed transmitter.

#### **Reference hospitals**

The reference hospitals with which the contracted Medical Service works will be listed.

## **EVACUATION METHODS:**

### **INTERIOR TRANSFER**

If it is necessary to transfer the patient from the court to the Medical Centre, during the training and/or competition periods, this will be done by the medical personnel entrance to the court (door nearest the medical centre).

All care and transfers will be performed in the most discrete way possible and always informing the Area Manager.

### **EVACUATION BY THE INTERNAL MEDICAL TEAM**

The Emergency Coordination Centre will be informed of the transfer.

The Emergency Coordination Centre will remain on alert until the medical team returns, unless there is another support unit in the facilities.

When necessary, the hospital emergency room will be alerted by the Emergency Coordination Centre.

### **EVACUATION BY EXTERNAL MEDICAL TEAM**

The Emergency Coordination Centre will send the basic ambulance or Mobile ICU for the care and transfer of the patient to the destination hospital, according to the need expressed in the request.

When necessary, the hospital emergency room will be alerted by the Emergency Coordination Centre.

## **COLLECTIVE EMERGENCY**

In view of a collective catastrophe situation, depending on its size, the security forces will establish triage, medical care and access areas, duly informing the Emergency Coordination Centre, proceeding to the transfer of the persons affected to the triage areas. The Emergency Coordination Centre will activate the appropriate means for the treatment of the affected persons, whether it is by using the mobile ICU, catastrophe listings or basic transfer ambulances.

### **IDENTIFICATION**

#### **Medical personnel**

- The medical personnel will be identified by:
  - Identification badge of their post
  - Credentials of 2014 World Championship

#### **Organisation**

- The Area Manager as well as the volunteers will be identified by 2014 World Championship medical service credentials.

#### **Telephone listings**

- Medical Area Manager
- Medical Team Manager for the championship
- Medical Control Centre (Organisation)
- Emergency Coordination Centre
- Firemen
- National Police
- Local Police
- Civil Protection
- Hotels where the teams, referees, press, VIPs are lodged.

#### **24-hour Pharmacies**

They will be provided by the contracted Medical Service.







## 11 MEDIOS DE COMUNICACION Y TV

## 11 MEDIA AND TV



**“Las mejores condiciones de trabajo, el mejor Mundial”**

## PLAN DE COMUNICACIÓN 2014

El Plan de Comunicación del Mundial 2014 garantizará las mejores condiciones de trabajo y servicio para todos los representantes de los Medios de Comunicación que acudan al evento. La gestión del proceso de implantación del plan de comunicación cumplirá rigurosamente con cada uno de los puntos que recoge el Manual de Eventos FIBA. Además, se añadirán mejoras en los procesos de acceso a la información, adecuándolos a la lógica evolución y avance tecnológico que se alcance de aquí al año 2014.

## CENTRO DE PRENSA

Los centros de prensa de todas las sedes operarán durante las 24 horas desde un día antes del comienzo de la competición hasta la clausura. De esta manera se facilitará el trabajo de aquellos representantes de Medios de Comunicación extranjeros que deben adecuar su trabajo en el evento con el huso horario de su país de procedencia, diferencias que pueden alcanzar las doce horas si ponemos el ejemplo de países del continente oceánico.

## SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Los periodistas acreditados tendrán a su disposición un sistema de comunicación interna donde podrán acceder a la información y las noticias que genere el servicio de prensa del campeonato.

Las estadísticas, resultados e informaciones que genere la competición serán distribuidos a la prensa tanto en los casilleros que se encuentran en la sala de trabajo del Centro de Prensa como en las tribunas de prensa, radio y televisión.

Asimismo, las estadísticas, los resultados y los flash quotes podrán consultarse en los terminales CIS que se encontrarán en el Centro de Prensa, las tribunas de prensa, radio y televisión y en las zonas de trabajo habilitadas para la prensa en los hoteles oficiales.

## ALOJAMIENTO PRENSA

El Comité Organizador ofertará suficientes plazas de alojamiento en hoteles de diferentes categorías que se encuentren en zonas cercanas a los recintos deportivos, lo que facilitará un rápido y cómodo desplazamiento de los medios de comunicación acreditados. La proximidad a las pista de juego será el principal criterio para seleccionar estos hoteles, los cuales reunirán adecuadamente todos los requerimientos de alojamiento.

## TRANSPORTE

Además del servicio de transporte entre los recintos deportivos y los hoteles oficiales, el Comité Organizador trabajará con las administraciones locales, provinciales y autonómicas para conseguir un acuerdo conjunto que permita a los medios de comunicación acreditados la utilización gratuita del transporte público (bus, metro y cercanías) desde el día antes al inicio del evento hasta la fecha siguiente a la clausura.

## NOVEDADES

### DURANTE EL CAMPEONATO

Todos los periodistas acreditados que tengan teléfono móvil recibirán vía SMS o Bluetooth toda la información práctica



**“The best work conditions, the best World Championship”**

## MEDIA PLAN 2014

The Media Plan of the 2014 World Championship will guarantee the best work and service conditions for all the Media representatives that come to the event. The management of the implementation process of the Media Plan will comply rigorously with each of the points that are included in the FIBA Events Manual. In addition, improvements will be added in the information access processes, adapting them to the logic evolution and technological advances that are attained between now and 2014.

### PRESS CENTRE:

The press centres of all the venues will operate 24 hours a day from one day before the commencement of the competition until the closing. In this way, the work will be facilitated of the foreign Media representatives that must adapt their work in the event to the time zone of their home country, differences that could reach twelve hours if we consider countries of the continent of Oceania.

### INFORMATION SERVICES:

The accredited reporters shall have at their disposal an internal communication system where they can access information and news that the press service of the Championship may generate.

The statistics, results and information that the competition generates will be distributed to the press in the pigeonholes

that are found in the Press Centre work room as well as in the press, radio and television boxes.

Furthermore, the statistics, results and the flash quotes can be consulted in the CIS terminals that will be found in the Press Centre, press, radio and television boxes and in the work areas fitted out for the press in the official hotels.

### PRESS LODGING

The Organising Committee will offer sufficient lodging in hotels of different categories that are found in the areas near the sports arenas, which will facilitate the rapid and comfortable movement of members of the accredited media.

The proximity to the playing court will be the principal criterion for selecting these hotels, which will properly meet all the lodging requirements.

### TRANSPORTATION:

In addition to the transportation service between the sports venues and the official hotels, the Organising Committee will work with the local, provincial and regional governments to obtain a joint agreement that permits the accredited communication media to use public transportation free of charge (bus, subway and suburban trains) from the day before the start of the event until the day following the closure.

### NOVELTIES:

#### DURING THE CHAMPIONSHIP

All the accredited reporters that have mobile telephones will receive by SMS or Bluetooth all the practical information for

para su funcionamiento: horarios, titulares de notas de prensa, etc. En el pabellón, salas de prensa, media center de hotel y pabellones para los Medios de Comunicación.

Facilitar a todos los periodistas de prensa escrita acreditada una cuenta de correo personalizada en la que reciban todas las notas de prensa (en inglés, francés y español) que actualmente se reparten en papel y que al acabar cada jornada dejan los pupitres inundados. Además del derroche de papel, son escasamente útiles: lo útil es recibir los textos en pantalla, porque se pueden utilizar directamente para las páginas

A partir de la concesión del campeonato:

1. apertura de una web especial en tres idiomas (inglés, francés y español)
2. servicio mensual de news letter

## Un programa de comunicación planificado desde el 2010 hasta después del 2014

Asimismo facilitar a través de dichas cuentas, para la prensa escrita, acceso a un catálogo fotográfico prácticamente al momento para elegir las imágenes de sus páginas. Este catálogo fotográfico podrá descargarse al instante de la publicación de las fotos en las salas de prensa.

Instalar en las posiciones de trabajo de los periodistas acreditados una salida de audios, con auriculares, a través de la cual reciban el sonido real y en directo de las conferencias de prensa, de modo que desde las posiciones de comentaristas de radio tengan incluso la posibilidad de pincharlas en directo (para la prensa escrita, en especial a última hora de cada jornada, será una ayuda imparable)

### PREVIO AL CAMPEONATO

Editar la Guía del Mundial obligatoria en tres modalidades: en edición de papel (la exigida) y en ediciones digital (pdf) y vídeo





the work: schedules, headlines of press releases, etc., in the pavilion, press rooms, media centre of the hotel and pavilions for the Media.

All the accredited written-press reporters must be provided with a personalised e-mail address in which they receive all the press notices (in English, French and Spanish) that are currently distributed on paper and that at the end of each day leave the desks covered. Besides wasting paper, they are barely useful: what is indeed useful is receiving the texts on the screen, because they can be used directly for the pages.

## A planned communication campaign from 2010 and even after 2014

Moreover, through these accounts for the accredited written press reporters, access will be provided to a photo catalogue that will be updated practically to the minute for choosing the images for their pages. This photo catalogue can be downloaded instantly from the publication of the photos in the press rooms.

In the work stations of the accredited reporters an audio outlet will be installed with headphones, through which the actual sound of the press conferences will be received live, so that from the radio commentators' positions they even have the possibility of broadcasting them live (for the written press, especially at the last hour of each day, it can be an incomparable help).

### **PRIOR TO THE CHAMPIONSHIP**

The obligatory World Championship Guide will be published in three modalities: on paper (required) and in digital editions (pdf) and video.

Starting from the awarding of the championship:

1. opening of a special web in three languages (English, French and Spanish)
2. monthly newsletter service







## 12 IT, TECNOLOGÍAS

## 12 IT, TECHNOLOGIES



**El 92,8% de los españoles entre 10 y 14 años utilizan regularmente el ordenador**

Como resultado de la firme apuesta tanto estatal, regional y local, España y Madrid se encuentran bien posicionadas en lo relativo a actividad tecnológica.

Esta posición se manifiesta en diferentes indicadores:

**Actividad Industrial:** con un volumen de comercio electrónico de 42.500 millones de euros, el sector tecnológico español está compuesto por más de 13 mil empresas, de las cuales el 40,8% tienen su sede en Madrid. El 98,1% de las empresas dispone de equipos informáticos; un 94,3%, acceso a Internet y un 70,9%, red de área local. En la Comunidad de Madrid, el 98,8% de las empresas tiene equipos informáticos; el 96,4%, Internet y el 80,9%, red de área local.

**Actividad investigadora:** con más de 70 mil profesionales (12.120 en Madrid) destinados al I+D+i en el sector de la enseñanza superior. España, con un 1,2% del PIB y Madrid con 1,99% del PIB regional y con un 1,46% de la población ocupada en I+D+i lidera la actividad investigadora. A nivel nacional se concedieron 1.887 patentes y en Madrid, 368.

**Administraciones públicas:** el 66,6% de las empresas de Madrid y el 61,7% de España interactúan con la Administración por Internet; y en el caso de los ciudadanos, lo hacen el 55,2% de los madrileños y el 48,2% de los españoles. La nueva Ley de Acceso Electrónico propiciará que en 2010 los españoles puedan realizar todos sus trámites administrativos a través de Internet.

Todo ello resulta en una sociedad en que las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) forman parte de la actividad diaria y son elemento indispensable para las comunicaciones, el trabajo y el enriquecimiento cultural.

Con ello se dispone de una generación plenamente integrada en la sociedad de la información en la que, según datos de 2007, el 97,6% de los madrileños y el 92,8% de los españoles entre 10 y 14 años utilizan regularmente el ordenador y el 81% accede a Internet.

El futuro Comité Organizador podrá contar con una fuente importante de profesionales con experiencia en el campo de las TIC a partir de diferentes canales:

- Empresas especializadas en TIC,
- Universidades punteras en la formación e investigación,
- Profesionales y estudiantes de primer nivel.

El Comité Organizador impulsará acuerdos con empresas de Tecnologías de la Información y la Comunicación colaboradoras y con colegios, departamentos de informática y telecomunicaciones de diferentes universidades para la elaboración de un plan de reclutamiento de profesionales y voluntarios. Esta consolidada base tecnológica, junto a la amplia experiencia desarrollada en la organización de grandes eventos tanto culturales (Expo Zaragoza 2008) como deportivos (Copa América 2007, XV Juegos del Mediterráneo, EuroBasket 2007) a nivel estatal y en Madrid (Final Four 2008 de Baloncesto, Copa Davis 2008), garantizan disponibilidad para la organización de los recursos adecuados, para que la tecnología actúe como una herramienta integradora y divulgadora del Evento, también a nivel social y cultural.

**COMUNICACIONES MÓVILES Y FIJAS**

España se encuentra a la vanguardia europea en las telecomunicaciones, siendo el líder en portabilidad fija y móvil y uno de los países con mayor desarrollo en operadores móviles virtuales, en el que los operadores de cable alcanzan el 20% del mercado de la banda ancha y los alternativos xDSL más de un 22,7%, haciendo la banda ancha móvil una realidad.



**92,8% of Spaniards between 10 and 14 years of age use the computer regularly**

As a result of the firm commitment of the State, regional and local governments, Spain and Madrid are well positioned as regards technological activities.

This position is shown by different indicators:

**Industrial Activity:** with an electronic commerce volume of 42,500 million euros, the Spanish technology sector is comprised by more than 13 thousand companies, of which 40.8% have their headquarters in Madrid. That is, 98.1% of the companies have computer equipment; 94.3% have Internet access and 70.9% have a local area network. In the Madrid Autonomous Community, 98.8% of the companies have computer equipment, 96.4% have Internet and 80.9% have a local area network.

**Research Activity:** with more than 70 thousand professionals (12,120 in Madrid) dedicated to R&D&i in the sector of advanced education. Spain, with 1.2% of the GDP and Madrid with 1.99% of the regional GDP and with 1.46% of the population working in R&D&i, leads the research activity. On the national level 1,887 patents were granted and in Madrid, 368.

**Governments:** 66.6% of the companies of Madrid and 61.7% of Spain interact with the Government through Internet; and in the case of the people, 55.2% of the Madrid residents and 48.2% of Spaniards do so. The new Electronic Access Law will ensure that in 2010 Spaniards can carry out all their administrative procedures through the Internet.

All this results in a society in which the Information and Communications Technologies (ICT) form part of the daily activity and are an essential element for communication,

work and cultural enrichment. With it, there is a generation fully integrated in the information society in which, according to 2007 data, 97.6% of Madrid residents and 92.8% of Spaniards between 10 and 14 years of age use the computer regularly and 81% access Internet.

The future Organising Committee can count on an important source of professionals with experience in the ICT field from different channels:

- Companies specialising in ICT,
- Leading universities in training and research,
- Top-level professionals and students

The Organising Committee will encourage agreements with collaborating Information and Communications Technology companies and with schools, and computer and telecommunications departments of different universities for the elaboration of a recruitment plan for professionals and volunteers. This consolidated technological base, together with the ample experience developed in the organisation of large cultural (Zaragoza World's Fair 2008) and sports (America's Cup 2007, XV Mediterranean Games, EuroBasket 2007) events on the State level and in Madrid (Final Four 2008 of Basketball, Davis Cup 2008), guarantee availability for the organisation of adequate resources so that the technology acts as an integrating and disseminating tool of the Event, as well as at the social and cultural level.

## MOBILE AND LANDLINE COMMUNICATIONS

Spain is in the European vanguard in telecommunications, being the leader in fixed and mobile portability and one of the countries with the best development in virtual mobile telephony operators, in which the cable operators make up 20% of the broadband market and the xDSL alternatives more than 22.7%, making the mobile broadband a reality.

Actualmente existen 45 operadores que ofrecen telefonía fija. La mayoría presta el servicio mediante la selección de operador y no disponen de infraestructura de acceso hasta el abonado final.

En el caso de los operadores de telefonía móvil se debe distinguir entre operadores con red propia, y operadores móviles virtuales. Los operadores de telefonía móvil con concesión de espectro son:

## España gozará de las más avanzadas tecnologías

### TELEFÓNICA MÓVILES ESPAÑA S.A.U.

Actualmente la tecnología usada por Movistar está diversificada entre el uso de GSM, UMTS (3G) y HSDPA (3.5G).

### VODAFONE ESPAÑA S.A.

Es una de las cuatro principales filiales del Grupo Vodafone, ocupando en España el segundo lugar en número de abonados. Actualmente cuenta con toda su red 3G actualizada a HSPDA y cubre el 85% de la población, proporcionando cobertura a sus abonados mediante GPRS/UMTS/HSPDA.

### FRANCE TELECOM ESPAÑA S.A. (ORANGE)

Este operador, marca comercial de France Télécom España S.A., agrupa a la telefonía móvil con otros tres negocios que la empresa tenía en España: telefonía fija para empresas (Uni2), red de datos internacionales para corporaciones (Equant) y acceso a Internet y telefonía para particulares (Wanadoo). Pone al servicio de sus clientes la cobertura tecnológica de GSM/UMTS/HSDPA.

### XFERA S.A. (YOIGO)

Anteriormente Xfera, es el cuarto operador de telefonía móvil 3G en España. Dispone de licencia y red propia para la tecnología UMTS/3G, y de dos acuerdos de itinerancia nacional para usar las redes GSM y UMTS de Movistar y la red GSM de Vodafone España en todo el país, garantizando cobertura total de las telecomunicaciones tanto en las sedes como las subsedes deportivas.

Los cuatro operadores disponen de frecuencia UMTS y los tres primeros de frecuencias GSM/DCS.

España es uno de los países de la UE con mayor extensión y calidad de cobertura, según un estudio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de 2006, el 98% de su territorio cuenta con cobertura GSM.

## INFRAESTRUCTURAS Y REDES

Una vez realizada la liberalización del Mercado de las Telecomunicaciones dentro del ámbito de la telefonía fija, junto con las medidas impulsoras de la libre competencia,

se acordó que las infraestructuras de acceso existentes en ese momento, de las que era propietaria Telefónica de España S.A., fuesen puestas a disposición de distintos operadores con licencia de telefonía fija, pudiendo así dar cobertura a distintos servicios. Por otra parte, nuevos operadores han desarrollado su propia red de cableado (ONO).

### TELEFÓNICA

Como principal operador español y como propietario de la mayoría de las infraestructuras y redes básicas del país, dispone de diversas rutas alternativas que garantizan la prestación continua de los servicios. Dispone una topología mixta, basada en una red en estrella con elevado nivel de capilaridad, que le permite llegar a todas las ubicaciones necesarias, con redes superpuestas en anillo, que aportan robustez a la arquitectura.

Hay que destacar que Telefónica de España S.A., es una compañía líder en el mercado mundial de las telecomunicaciones que, además, impulsa el estudio y la investigación de nuevas tecnologías (I+D+i). Asimismo este operador fue socio tecnológico de los Juegos de Barcelona 92 y cuenta con una gran experiencia en la organización de eventos deportivos y culturales de carácter internacional (Expo'92, Forum Universal de las Culturas Barcelona 2004, Expo Zaragoza 2008, F1 Cataluña/Valencia).

### JAZZTEL

Es un operador de telecomunicaciones y transmisión de datos, con infraestructura propia en España, que ofrece soluciones de banda ancha para el tráfico de voz, datos y TV, con cobertura tanto en la península como en las Islas Baleares.

Los servicios que presta son telefonía fija, Internet (ISP Virtual, ADSL y xDSL), banda ancha (red de fibra óptica, circuitos E1-4U), I2P, videoconferencia (Comversa) y housing y hosting en el Jazztel Data Centre.

### TELE2

Tele2 Comunitel es uno de los operadores alternativos que ofrece soluciones globales que cubren todas las necesidades en materia de telecomunicaciones: telefonía, datos, Internet, telefonía IP, seguridad y otros servicios de valor añadido.

### ONO

Es uno de los principales operadores del mercado que ofrece de manera integrada servicios de teléfono, televisión e Internet, contando con la mayor red de fibra óptica de última generación disponible en España. ONO despliega su propia infraestructura híbrida de fibra óptica/coaxial sobre la que presta servicio a casi 2 millones de clientes de acceso directo. Su red mantiene la máxima calidad en todos los servicios que se proporcionan, estando preparada para adoptar servicios multimedia y de ocio. ONO es pionero en el lanzamiento de servicios convergentes reales de fijo-móvil, ofreciendo también un servicio de televisión que destaca por su alta y constante calidad en la transmisión de la señal.

Currently there are 45 operators that offer landline telephony. The majority provides service by means of operator selection and do not have access infrastructure up to the final subscriber.

In the case of the mobile telephony operators, one must distinguish between operators with their own networks and the virtual mobile operators. The mobile telephony operators with spectrum concessions are:

## Spain provides advances technology for everyone

### TELEFÓNICA MÓVILES ESPAÑA S.A.U.

Currently the technology used by Movistar is diversified among the use of GSM, UMTS (3G) and HSDPA (3.5G).

### VODAFONE ESPAÑA S.A.

It is one of the four principal subsidiaries of the Vodafone Group, occupying second place in number of subscribers in Spain. Currently it has its entire 3G network updated to HSPDA and covers 85% of the population, providing coverage to its subscribers by means of GPRS/UMTS/HSPDA.

### FRANCE TELECOM ESPAÑA S.A. (ORANGE).

This operator, the commercial brand of France Télécom España S.A., groups mobile telephony together with three other businesses that the company has in Spain: landline telephony for companies (Uni2), international data network for corporations (Equant) and Internet access and telephony for individuals (Wanadoo). It puts the technological coverage of GSM/UMTS/HSDPA at the service of its customers.

### XFERA S.A. (YOIGO)

Formerly Xfera, it is the fourth operator of 3G mobile telephony in Spain. It has a licence and its own network for the UMTS/3G technology and two national itinerancy agreements to use the GSM and UMTS networks of Movistar and the GSM network of Vodafone España in the entire country, guaranteeing total coverage of telecommunications in the sports venues as well as the sub-venues.

The four operators have UMTS frequency and the first three have GSM/DCS frequencies.

Spain is one of the countries of the EU with the greatest extension and quality of coverage, according to a study of the Ministry of Industry, Commerce and Tourism of 2006, 98% of its territory has GSM coverage.

## INFRASTRUCTURES AND NETWORKS

Once the liberalisation of the Telecommunications Market took place within the field of landline telephony, together with the driving measures of fair competition, it was agreed

that the access infrastructures existing at that time, of which Telefónica de España S.A. was owner, would be made available to different operators with landline telephony licences, in this way being able to cover different services. Moreover, new operators have developed their own wiring network (ONO).

### TELEFÓNICA

As the principal Spanish operator and as the owner of the majority of the infrastructures and basic networks of the country, it has diverse alternative routes that guarantee the continual provision of services. It has mixed topology, based on a star network with a high level of capillarity that permits it to reach all the necessary locations, with superimposed ring networks that contribute robustness to the architecture.

It must be pointed out that Telefónica de España S.A. is a leading company in the world telecommunications market that, in addition, encourages the study and research of new technologies (R&D&i). This operator was also the technological partner of the 1992 Olympic Games in Barcelona and has great experience in the organisation of sports and cultural events of an international nature (1992 World's Fair, the 2004 Universal Forum of Cultures in Barcelona, 2008 World's Fair in Zaragoza, Formula 1 in Catalonia/Valencia).

### JAZZTEL

This is a telecommunications and data transmission operator, with its own infrastructure in Spain, which offers broadband solutions for voice, data and TV traffic, with coverage on the peninsula as well as in the Balearic Islands.

The services that it provides are landline telephony, Internet (ISP Virtual, ADSL and xDSL), broadband (optical fibre network, E1-4U circuits), I2P, videoconference (Comversa) and housing and hosting in the Jazztel Data Centre

### TELE2

Tele2 Comunitel is one of the alternative operators offering global solutions that cover all the telecommunications needs: telephony, data, Internet, IP telephony, security and other services of added value.

### ONO

ONO is one of the principal operators of the market that offers integrated services of telephone, television and Internet, having the largest optical fibre network of the latest generation available in Spain. ONO deploys its own hybrid optical fibre/coaxial infrastructure on which it provides service to around two million direct-access customers. Its network maintains the maximum quality in all the services they provide, being prepared to adopt multi-media and leisure services. ONO is a pioneer in the launching of actual landline-mobile convergent services, also offering television service that stands out for its high and constant quality in the transmission of the signal.

Services that it offers:

- Its own access network with national coverage,
- Quality guarantee of end-to-end service,



Servicios que ofrece:

- Red propia de acceso con cobertura nacional,
- Garantía de calidad de servicio extremo a extremo,
- Portabilidad de la numeración actual,
- Innovación continúa en servicios y funcionalidades,
- Alta capacidad de acceso a Internet.

Los principales operadores de telecomunicaciones del país (Telefónica, Vodafone, Orange, así como los demás operadores de telefonía fija y móvil) disponen de una elevada experiencia para prestar soporte a la celebración de eventos de gran magnitud (Fórmula 1 Cataluña/Valencia, Expo Zaragoza 2008, Copa América 2008, Juegos del Mediterráneo). Estos operadores disponen también de las infraestructuras tanto fijas como móviles necesarias para el despliegue tecnológico necesario para la total cobertura de las comunicaciones: unidades BTS móviles, bastidores adicionales a las antenas fijas, microceldas y microantenas.

El Comité Organizador de España implantará las mejores infraestructuras para hacer posible una gestión excelente de los sistemas relacionados con la organización de acreditaciones, conexión entre pabellones, servicios de conexión a Internet, oficinas de trabajo en las sedes y sistemas de información CIS. Cuidando especialmente el servicio a los MMCC y delegación de FIBA en las diferentes áreas de trabajo, el COL garantizará:

- Redundancia de todas las infraestructuras críticas para la comunicación.
- Disponibilidad gratuita de Internet por cable y wi-fi para todas las posiciones de tribuna de prensa, media centre y tribuna CIS.
- Máxima seguridad y monitorización 24/7 de los segmentos de trabajo dentro de las sedes.
- Respaldo de energía (UPS) para todos los sistemas críticos como marcadores, mesa de estadísticas, servidores y electrónica de red.

## EL VALOR DE LA EXPERIENCIA. LA FEB COMO GARANTÍA DE ÉXITO EN LAS TI

La Federación Española de Baloncesto cuenta con un equipo propio de Tecnología que aporta una experiencia importante en el desarrollo de productos en Internet y la implantación de infraestructuras para la gestión de información. En los últimos años se ha posicionado como una de las federaciones deportivas más desarrolladas en la explotación de las TI y su expansión en Internet así lo demuestra. El conjunto de servicios on-line de la FEB alcanza hoy los 1,5 millones de visitas mensuales, y más de 400 usuarios internos utilizan a diario los sistemas de gestión administrativa de baloncesto desde todas las regiones de España.

### La FEB ya cuenta con un equipo propio de Tecnologías

Para este desarrollo de sus TI la FEB se ha apoyado en un trabajo interno constante de producción de herramientas para la gestión, y en una expansión pública en Internet a través de acuerdos y colaboraciones con las más importantes empresas del sector de las TI. La filosofía de trabajo en equipo, y la ilusión por estar presente en algunas de las más importantes herramientas comunitarias de difusión en Internet, ha permitido a la Federación Española de Baloncesto realizar alianzas estratégicas de tecnología para el baloncesto con empresas como Google, ZED, Yahoo o Vodafone. Hoy, los aficionados y profesionales pueden encontrarse y disfrutar del baloncesto en las mayores redes públicas como YouTube, Facebook o Tuenti.





- Portability in the current numeration,
- Continual innovation in services and functionalities,
- High capacity of Internet access.

The principal telecommunications operators of the country (Telefónica, Vodafone, Orange, as well as the other operators of landline and mobile telephony) have ample experience in providing support in the holding of events on a grand scale (Formula 1 Catalonia/Valencia, 2008 World’s Fair in Zaragoza, 2008 America’s Cup, Mediterranean Games). These operators also have both fixed and mobile infrastructures necessary for the technological deployment needed for the total coverage of communications: mobile BTS units, frames in addition to the fixed antennas, micro-cells and micro antennas.

The Organising Committee of Spain will implement the best infrastructures to make possible excellent management of the systems related to the organisation of credentials, connection between pavilions, Internet connection services, working offices in the venues and CIS information systems. Taking special care of the service to the media and the FIBA delegation in the different work areas, the LOC will guarantee:

- Redundancy of all the critical infrastructures for communications.
- Free Internet availability by wire and Wi-Fi for all the positions of the press box, media centre and CIS box.
- Maximum security and monitoring 24/7 of the work segments with the venues.
- Energy backup (UPS) for all the critical systems such as scoreboards, statistics table, servers and network electronics.

## THE VALUE OF EXPERIENCE. THE FEB AS A GUARANTEE OF SUCCESS IN IT

The Spanish Basketball Federation (FEB) has its own Technology team that contributes important experience in

the development of Internet products and the implementation of infrastructures for information management. In recent years, it has been ranked as one of the most developed sports federations in the exploitation of IT and its expansion in Internet is proof of this. The set of on-line services of the FEB today has 1.5 million visitors per month, and more than 400 internal users daily use the basketball administrative management systems from all the regions of Spain.

### FEB already works with the most advanced companies

For this development of its IT, the FEB has relied on the constant internal work of producing management tools, and on a public expansion in Internet through agreements and collaborations with the most important companies of the IT sector. This teamwork philosophy, and the hope to be among some of the most important community dissemination tools in Internet, has allowed the Spanish Basketball Federation to make strategic alliances in technology for basketball with companies such as Google, ZED, Yahoo and Vodafone. Today, the supporters and professionals can be found and enjoy basketball in the largest public networks such as YouTube, Facebook and Tuenti.

## HUMAN CAPITAL AND INVOLVEMENT OF COMPANIES IN EVENTS

The FEB has a solid structure for the management of technologies in sports events.

The experience acquired by its internal human resources in events such as EuroBasket 2007 or the 2008 Women’s Pre-Olympic Tournament gives this Organising Committee a

## CAPITAL HUMANO E IMPLICACIÓN DE LAS EMPRESAS EN EVENTOS

La FEB posee una estructura sólida para la gestión de las Tecnologías en eventos deportivos.

La experiencia adquirida por sus recursos humanos internos en eventos como el EuroBasket 2007 o el Torneo Preolímpico Femenino 2008 dota a este Comité Organizador de una base sólida para la gestión de las TI, una estructura de éxito y un importante know-how adquirido con anterioridad. Otras federaciones nacionales, así como FIBA Europa, han solicitado asesoramiento y apoyo para sus eventos a la FEB y sus profesionales.

**La FEB dispone de una estructura sólida de partners para la gestión de Tecnologías en eventos deportivos**

Sólo durante la celebración del EuroBasket 2007, esta estructura interna fue capaz de gestionar y coordinar el despliegue de más de 225 terminales CIS, 150Km de cableado en todas las sedes, 200 líneas de móvil adicionales, más de 4.000 posiciones de trabajo y cerca de 10.000 acreditaciones entregadas. El evento celebrado en España contó con acceso a Internet por cable y Wi-fi en todas las posiciones de trabajo de prensa y cerca de 200 técnicos especialistas trabajaron para dar el mejor servicio en el interior de las sedes.

Los Comités Organizadores de dichos eventos han sido en varias ocasiones felicitados y reconocidos por la alta calidad de servicio a medios de comunicación, y a nivel organizativo de las TI en general. Así, y como resultado de un gran interés por el crecimiento del baloncesto a través de las tecnologías, la FEB mantiene acuerdos y relaciones estrechas con las más importantes compañías del sector de la tecnología y las Telecomunicaciones:

### TELEFÓNICA

Principal operador español y propietario de la mayoría de las Infraestructuras y redes básicas del país. Es proveedor habitual de servicios para la FEB y principal proveedor de telecomunicaciones para eventos como el EuroBasket 2007 y el Torneo Preolímpico Femenino 2008 celebrados en España. Para el EuroBasket 2007, la FEB desarrolló acuerdos con Telefónica que permitieron alcanzar con fibra óptica los pabellones de Madrid, Palma de Mallorca, Sevilla y Alicante.

### VODAFONE

Es una de las cuatro principales filiales del Grupo Vodafone, ocupando en España el segundo lugar en número de abonados. Es proveedor de la FEB para telefonía móvil y servicios de datos. La estrecha relación de trabajo con Vodafone ha permitido la creación de una red privada móvil para Federaciones Territoriales que facilita la gestión de las comunicaciones y permite una importante reducción de costes.

### ZED

Por facturación y situación geográfica, ZED es la compañía líder en el mundo de entrega de contenidos a móviles. Opera en 53 países y tiene acuerdos con más de 120 operadoras. Actualmente mantiene con la FEB una alianza de partnership tecnológico para la difusión de baloncesto a través de móviles y el desarrollo de servicios a colectivos.

### FUJITSU

Fujitsu Services es una de las compañías líderes en soluciones y servicios de TI en Europa, Oriente Medio y África. Pertenece al Grupo Fujitsu. Participó en el proyecto de Tecnologías de EuroBasket 2007 controlando toda la seguridad e interconexión de las sedes, desplegando personal y equipamiento en Granada, Alicante, Palma de Mallorca, Sevilla y Madrid.

### LENOVO

Empresa internacional fabricante de ordenadores y estrechamente relacionada con el mundo del deporte, a través de diversos patrocinios. La Federación Española de Baloncesto mantiene relaciones comerciales habituales con Lenovo y así lo muestra también el patrocinio llevado a cabo durante el EuroBasket 2007, donde Lenovo aprovisionó de todo el parque de ordenadores personales y portátiles durante la preparación y el desarrollo de la competición.

### SAMSUNG

Samsung es una de las empresas líder en productos de tecnología para el consumo. En 2008 fue catalogada como la empresa de componentes electrónicos más respetuosa con el medio ambiente. Mantiene actualmente alianzas estratégicas con Sony, IBM, Nokia y Microsoft entre otras. Es proveedor oficial de la FEB y mantuvo también esta relación durante el EuroBasket 2007.

### COLT TELECOM

COLT Telecom es uno de los proveedores líderes de servicios de datos, voz y servicios gestionados para empresas en Europa. Su red abarca 13 países europeos y dispone de fibra que conecta más de 14.000 edificios a Internet. Desde hace varios años es proveedor tecnológico de infraestructura en la FEB.

### ONO

Es la compañía líder en España de comunicación y entretenimiento por banda ancha. Cuenta con la mayor red propia de fibra óptica de última generación desplegada en España. Su relación con la FEB a través de un acuerdo de patrocinio ha permitido el desarrollo de proyectos de comunicación para el baloncesto. Actualmente suministra infraestructura de acceso a Internet para la FEB.

### ATOS ORIGIN

Es uno de los líderes mundiales en prestación de servicios de TI e infraestructuras e integración de sistemas de información para grandes eventos. Es partner del Comité Olímpico Internacional e integrador global de grandes eventos como Athens 2004 o Beijing 2008.

solid base for IT management, a structure for success and important know-how acquired previously. Other national federations, as well as the FIBA Europe, have asked for advice and support for their events from the FEB and its professionals.

During the 2007 EuroBasket, this internal structure was capable of managing and coordinating the deployment of more than 225 CIS, 150 Km of wiring in all the venues, 200 additional mobile telephone lines, more than 4,000 work stations and nearly 10,000 credentials given out. The event held in Spain had Internet access by cable and by Wi-Fi in all the work stations and nearly 200 technical specialists worked to give the best service inside the venues.

## FEB works with several technological partners for events and platforms

The Organising Committees of these events have been on several occasions congratulated and recognised for the high quality of service to the media, and at the organisational level of the IT in general. Therefore, and as results from the strong interest in the growth of basketball through technology, the FEB maintains agreements and close relations with the most important companies of the technology and telecommunications sector:

### TELEFÓNICA

Principal Spanish operator and owner of the majority of the infrastructures and basic networks of the country. It is the usual supplier of services for the FEB and principal supplier of telecommunications for events such as 2007 EuroBasket and the 2008 Women's Pre-Olympic Tournament held in Spain. For EuroBasket 2007, the FEB made agreements with Telefónica that permitted reaching the pavilions of Madrid, Palma de Mallorca, Sevilla and Alicante with optical fibre.

### VODAFONE

It is one of the four main subsidiaries of the Vodafone Group, occupying second place in number of subscribers in Spain. It is the FEB supplier of mobile telephony and data services. The close work relations with Vodafone have permitted the creation of a private mobile network for Territorial Federations that facilitate the management of communications and permit an important reduction in cost.

### ZED

For billing and geographic location, ZED is the leading company in the world of delivery of content to mobiles telephones. It operates in 53 countries and has agreements with more than 120 operators.

It currently has a technological partnership alliance with the FEB for the dissemination of basketball through mobile phones and the development of services to collectives.

### FUJITSU

Fujitsu Services is one of the leading companies in IT solutions and services in Europe, the Middle East and Africa. It belongs to the Fujitsu Group. It participated in the technology project of EuroBasket 2007 controlling all the security and interconnection of the venues, deploying personnel and equipment in Granada, Alicante, Palma de Mallorca, Sevilla and Madrid.

### LENOVO

International company that manufactures computers and that is closely related to the world of sports through different sponsorships. The Spanish Basketball Federation maintains usual trade relations with Lenovo and this is also shown by its sponsorship carried out during EuroBasket 2007, where Lenovo provided all the personal computers and laptops during the preparation and development of the competition.

### SAMSUNG

Samsung is one of the leading companies in technology products for consumption. In 2008 it was catalogued as the electronic component company most respectful of the environment. It currently has strategic alliances with Sony, IBM, Nokia and Microsoft, among others. It is the official supplier of the FEB and it also maintained the relation during EuroBasket 2007.

### COLT TELECOM

COLT Telecom is one of the leading suppliers of data and voice services and managed services for companies in Europe. Its network covers 13 European countries and it has fibre that connects more than 14,000 buildings to Internet. For several years it has been the technological supplier of infrastructures in the FEB.

### ONO

It is the leading company in broadband communications and entertainment in Spain. It has the largest network of latest-generation optical fibre deployed in Spain. Its relation with the FEB through a sponsorship agreement has permitted the development of communication projects for basketball. Currently it supplies Internet access infrastructure for the FEB.

### ATOS ORIGIN

It is one of the world leaders in providing IT services and infrastructures and information systems integration for large events. It is a partner of the International Olympic Committee and global integrator of major events such as Athens 2004 or Beijing 2008.

Also being a supplier of the FEB in developing sports management software, it has participated in the development of IT for federation basketball since 2004.

### MSL

MSL is a Madrid company pioneer in IT solutions for sports events. It has been present in Olympic Games (Barcelona 1992, Atlanta 1996, Sydney 2000, Athens 2004, Beijing

Proveedor también de la FEB para desarrollo de software de gestión deportiva, ha participado en el desarrollo de las TI para el baloncesto federativo desde 2004.

### **MSL**

MSL es una empresa madrileña pionera en soluciones de TI para eventos deportivos. Ha estado presente en juegos olímpicos (Barcelona 1992, Atlanta 1996, Sydney 2000, Athens 2004, Beijing 2008) y en diversos eventos específicos de baloncesto (NBA Open Barcelona 2007, Euroleague 2000-2006, ACB, etc.). Es proveedora de servicios para eventos de la Federación Española de Baloncesto y fue responsable de todo el sistema de acreditaciones y gestión de voluntarios durante en EuroBasket 2007.

### **GOOGLE**

El motor de búsqueda más importante del mundo y propietario del popular YouTube. Es partner de la Federación Española de Baloncesto para la difusión y entrega de contenido audiovisual a través del canal YouTube. Más de 2 millones de descargas de contenido en vídeo se han realizado hasta la fecha gracias a esta importante alianza tecnológica.

## **EL VALOR DE LAS IDEAS. UN EVENTO DE SERVICIOS Y SOCIEDAD**

El Comité Organizador impulsará nuevas ideas que permitan una visibilidad mayor de las Tecnologías, con el objetivo de transmitir modernidad y capacidad a los diferentes colectivos participantes. Invitados de prensa, patrocinadores y espectadores tendrán acceso a servicios especiales que marcarán una diferencia con respecto a otros espectáculos deportivos.

Toda la información recopilada de espectadores, prensa y patrocinadores bajo autorización expresa de los mismos, quedará almacenada y estructurada como legado del even-

to para su análisis a través de herramientas de datamining, con el fin de aportar información adicional al estudio del mercado del baloncesto y eventos deportivos.

## **SERVICIOS DE INFORMACIÓN POR SMS**

Sabemos que disponer de la información clave a tiempo es importante. Por ello, el Comité Organizador pondrá en marcha una plataforma global de servicios móviles segmentada que proveerá de aquella información útil para cada colectivo a tiempo.

### **MMCC**

Los MMCC acreditados recibirán boletines con la agenda del día, notas de prensa relevantes, resúmenes de la jornada e información sobre las actividades que hayan sido organizadas para su tiempo libre.

### **VIP**

Aquellos invitados VIP que lo deseen podrán igualmente recibir avisos en sus teléfonos sobre actos de su interés, resúmenes de prensa y/o actividades planificadas.

### **ESPECTADORES**

A través de servicios de suscripción, todos los aficionados podrán recibir contenidos relacionados con el evento a través de Internet y dentro de los pabellones en sus teléfonos móviles: resúmenes diarios de imágenes, de clasificación, rankings, notas de prensa relevantes, actividades públicas relacionadas con el evento y/o promociones de su interés.

Estos servicios podrán además ser ofrecidos como soporte publicitario a patrocinadores y socios del Comité Organizador y FIBA.

### **SISTEMAS DE TICKETING AVANZADOS**

Como parte de un evento enfocado a satisfacer la demanda de servicios de sus espectadores, los sistemas



2008) and in different events specific to basketball (NBA Open Barcelona 2007, Euroleague 2000-2006, ACB, etc.). It is a service supplier for the Spanish Basketball Federation events and was responsible for all the credentials system and management of volunteers during EuroBasket 2007.

## GOOGLE

The most important search engine in the world and owner of the popular YouTube. It is a partner of the Spanish Basketball Federation for the dissemination and delivery of audiovisual content through the YouTube channel. More than 2 million downloads of video content have been made to date thanks to this important technological alliance.

## THE VALUE OF IDEAS. AN EVENT OF SERVICES AND SOCIETY

The Organising Committee will promote new ideas that permit greater visibility of the technologies, for the purpose of transmitting modernity and capacity to the different participating collectives. Invited guests of the press, sponsors and spectators will have access to special services that will denote a difference with respect to other sports presentations.

All the information compiled on spectators, press and sponsors under their specific authorisation will be stored and structured as a legacy of the event for their analysis through data mining tools, in order to contribute additional information to the study of the basketball market and sports events.

## INFORMATION SERVICES BY SMS

We know that having key information on time is important. Therefore, the Organising Committee will put into motion a

global platform of segmented mobile services that will provide the useful information for each collective on time.

## MEDIA

Accredited members of the media will receive bulletins with the day's agenda, relevant press releases, summaries of the day and information on the activities that have been organised for their free time.

## VIP

The VIP guests that so wish can also receive notices in their telephones on acts of interest to them, press summaries and/or planned activities.

## SPECTATORS

Through subscription services, all the supporters can receive contents related to the event through the Internet and in the pavilions in their mobile telephones: daily summaries of images, classification, rankings, relevant press releases, public activities related to the event and/or promotions of interest to them.

These services can also be offered as advertising support to sponsors and partners of the Organising Committee and FIBA.

## ADVANCED TICKETING SYSTEMS

As part of an event focused on satisfying the demand for services of the spectators, the advanced ticketing systems will permit actions such as sending the ticket to a mobile telephone, modification or cancellation through a private website for buyers, or other systems such as the purchase of packages and the distribution to their guests through the same system. Our buyers can acquire through Internet a set of tickets and send them to different persons so that each one can choose, for example, their location in a pre-selected area.

All the ticket distribution mechanisms will be based on the highest security control possible and on anti-fraud or robust and proven falsification policies.





de ticketing avanzado permitirán acciones como el envío de la entrada al teléfono móvil, la modificación o la anulación a través de un sitio Web privado para compradores, u otros sistemas como la compra de paquetes y la distribución a sus invitados a través del mismo sistema. Nuestros compradores podrán realizar la adquisición por Internet de un conjunto de entradas y enviarlas a diferentes personas para que cada una pueda escoger, por ejemplo, su ubicación en una zona preseleccionada.

Todos los mecanismos de distribución de entradas se basarán en el mayor control de seguridad posible y en políticas anti-fraude o falsificación robustas y probadas.

**SERVICIOS A PRENSA**

El Comité Organizador facilitará el acceso a las tecnologías de información a los trabajadores de prensa en todas las formas posibles. Como parte de los servicios ofrecidos, la prensa dispondrá de varios monitores en lugares visibles del Media Centre que mostrarán material fotográfico del evento para libre uso. Servicios fotográficos del COL serán responsables de obtener suficientes imágenes y cargarlas inmediatamente en este repositorio central para Medios, quienes podrán acceder para su uso de manera gratuita. Sistemas como este permitirán un ahorro de costes para la prensa con menos recursos y facilitarán la difusión de contenido en Internet.

**CIS MÓVIL**

Unidades de CIS portables en dispositivos móviles serán entregadas a los MMCC que así lo soliciten. Igualmente, estos dispositivos estarán disponibles para patrocinadores y miembros VIP que quieran tener en sus manos un seguimiento completo del evento durante la competición, dentro de los pabellones. Información sobre los jugadores, estadísticas, clasificación y resultados en otras sedes será recuperada desde el sistema central de datos para su distribución en tiempo real a estos dispositivos.

**NUEVOS SOPORTES PARA PATROCINADORES**

**CONTENIDO MULTIMEDIA EN LOS PABELLONES**

España quiere ser símbolo de modernidad, y así será como el Mundial 2014 se muestre hacia sus visitantes. Varias antenas de entrega de contenido a través de bluetooth serán distribuidas por las sedes del evento, con contenido específico de la competición. Los espectadores podrán recibir por esta vía todos los datos importantes y resúmenes de la jornada sin necesidad de suscribirse a servicios adicionales o entregar sus datos personales.

A su vez, este sistema de entrega de contenidos pretende servir como soporte publicitario a patrocinadores que podrán incorporar sus promociones como parte del contenido distribuido en diversos formatos multimedia.

**IMAGEN DE ÚLTIMA GENERACIÓN**

¿Un famoso jugador haciendo una demostración fuera de la cancha con el producto del anunciante? ¿El logotipo de un patrocinador flotando en el aire sobre los pasillos donde circulan 15.000 espectadores? ¿Una imagen en una pantalla que se desplaza 1 metro fuera de la pantalla?

La última generación de visión en 3D nos permite pensar en nuevas y sorprendentes formas de anunciar productos y servicios. El Comité Organizador incluirá estos soportes en su oferta a patrocinadores con el objetivo de aportar imagen de modernidad al evento y ofrecer al visitante una experiencia única en relación al mundo de las tecnologías y el deporte.

**IMPULSO SOCIAL A TRAVÉS DE LAS TI**

Con más de 150 millones de usuarios activos, redes como Facebook se han convertido en poderosos mecanismos de comunicación y activación social. Sólo en España 4,5 millones de usuarios habituales acceden a este sistema, y en el



### **PRESS SERVICES**

The Organising Committee will provide access to information technology to the members of the press in all forms possible. As part of the offered services, the press will have various monitors in visible places of the Media Centre that will show photographic material of the event for unrestricted use. Photographic services of the LOC will be responsible for obtaining sufficient photos and loading them immediately in this central deposit for the Media, who can access them for their use free of charge. Systems such as this will permit a savings in costs for the members of the press with fewer resources and will facilitate the dissemination of content in Internet.

### **MOBILE CIS**

The portable CIS units in mobile devices will be delivered to the members of the media who request them. Furthermore, these devices will be available for sponsors and VIP members that want to have available complete monitoring of the event during the competition, in the pavilions. Information on the players, statistics, classification and results in other venues will be recovered from the central data system for distribution in real time to these devices.

## **NEW SUPPORT FOR SPONSORS**

### **MULTIMEDIA CONTENT IN THE PAVILIONS**

Spain wants to be a symbol of modernity, and that will be how the 2014 World Championship will be shown to its visitors. Several Bluetooth antennas for content delivery will be distributed by the venues of the event, with specific content on the competition. The spectators can receive through this channel all the important data and summaries of the day without the need to subscribe to additional services or to provide their personal information.

In turn, this system of content delivery intends to serve as advertising support for the sponsors that can incorporate their promotions as part of the distributed content in different multimedia formats.

### **LATEST-GENERATION IMAGE**

A famous player conducting a demonstration outside the court with the advertiser's product? The logo of a sponsor floating in the air over the aisles where 15,000 spectators circulate? An image on the screen that moves 1 m away from the screen?

The latest generation of 3D viewing allows us to think of new and surprising forms to announce products and services. The Organising Committee will include these supports in its offer to sponsors in order to contribute a modern image to the event and to offer the visitor a unique experience related to the world of technology and sports.

### **SOCIAL DRIVE THROUGH THE IT**

With more than 150 million active users, networks such as Facebook have become powerful communication and social activation mechanisms. Just in Spain, 4.5 million habitual users access the system, and in the world more than 22 million of unique users access Facebook in the Spanish language. Currently it is the language most used in this network.

Important Spanish clubs such as the Real Madrid group together more than 120,000 members in Facebook and the Spanish Organising Committee is aware of the need to be integrated into and to take advantage of this dissemination tool. Through Web 2.0 initiatives, our LOC will invite international basketball supporters to the Internet activity for the purpose of creating more enthusiasm, involvement and knowledge on the sports competition.

A legacy of this promotional and dynamic action will be the database generated during the months prior to the event. Reports on the profile, behaviour, preferences, participation



mundo más de 22 millones de usuarios únicos acceden a Facebook en lengua española. Es actualmente la lengua más utilizada en esta red.

Importantes Clubes españoles como el Real Madrid agrupan más de 120.000 miembros en Facebook y el Comité Organizador español es consciente de la necesidad de integrarse y aprovechar estas herramientas para la difusión. A través de iniciativas Web 2.0, nuestro COL invitará a la actividad en Internet a los aficionados del baloncesto internacionales con el objetivo de crear una mayor ilusión, implicación y conocimiento de la competición deportiva.

Legado de esta acción de promoción y dinamización será la base de datos generada durante los meses anteriores al evento. Informes sobre el perfil, comportamiento, preferencias, participación y actividad de los usuarios registrados serán compartidos con FIBA como parte de un objetivo general de conocer mejor el mercado del baloncesto y sus intereses.

**TV INTERACTIVA**

Las estimaciones sobre penetración de TDT interactiva en España para el año 2010 indican que el 70% del parque de sintonizadores serán capaces de interpretar aplicaciones para TV. Es difícil estimar el número de sintonizadores que tendrán esta capacidad para ejecutar MHP (protocolo para aplicaciones en televisión) en 2014, pero observando el rápido avance de esta tecnología y el impulso adicional que provocará el apagón analógico en el 2010, cabe esperar que la mayoría de usuarios de Televisión disfruten ya de esta tecnología durante la celebración del Mundial en ese año.

Importantes colaboradores de la FEB en el ámbito de infraestructuras para eventos ya han puesto en marcha sistemas de información basados en esta tecnología para otros eventos internacionales. Durante el mundial 2014, el Comité Organizador introducirá esta tecnología en la señal de TV de manera que el espectador, desde su hogar, pueda

acceder igualmente a la información estadística, de jugadores, de competición y clasificación a través de su mando a distancia.

**MUNDIAL 2014 EN ESPAÑA. EL EVENTO 2.0.**

El mundial 2014 en España será el evento de la comunicación y la interacción, donde el espectador se convertirá en participante y nuestros invitados disfrutarán de la información a través de diversos servicios y dispositivos a medida... en 2014, la tecnología y el baloncesto se respirarán en todos los rincones de cada pabellón.





and activity of the registered users will be shared with FIBA as part of a general objective of knowing better the basketball market and its interests.

### **INTERACTIVE TV**

The estimates on interactive DTT penetration in Spain for the year 2010 indicate that 70% of the tuners will be capable of interpreting applications for TV. It is difficult to estimate the number of tuners that will have this capacity for executing MHP (protocol for applications in television) in 2014, but observing the rapid advance of this technology and the additional drive brought on by analogue disconnection in 2010, it is possible to expect that the majority of television users will already have this technology during the celebration of the World Championship in 2014.

Important collaborators of the FEB in the field of infrastructures for events have already put into motion information systems based on this technology for other international events. During the 2014 World Championship, the Organising Committee will introduce this technology in the TV signal so that the spectator, from his home, can also access the statistical information on players, the competition and classification through his remote control.

## **2014 WORLD CHAMPIONSHIP IN SPAIN. THE 2.0 EVENT**

The 2014 World Championship in Spain is an event of communication and interaction, where the spectator becomes a participant and partners will enjoy information through different customised services or devices, and where the latest technology is available in the corners of each pavilion.





**13 MARKETING – COMERCIAL  
Y PATROCINIO**

**13 MARKETING AND  
COMMERCIAL PLAN**



El plan comercial y de marketing de la candidatura de España 2014 está dirigido a conseguir que el MundoBasket sea el evento de baloncesto con mayor repercusión social organizado hasta la fecha, y uno de los eventos deportivos más importantes de la historia de España y del mundo.

La actividad de marketing y promoción será dirigida por el Joint Marketing Board, compuesto por miembros de FIBA y el LOC, y contemplará todo lo referente a la gestión de marcas, ingresos por vía de patrocinio, venta de entradas, hospitalidad, licencias y merchandising, así como por otras iniciativas promocionales, como el Basket Square y cualquier otra iniciativa que decida el JMB y que redunde en la difusión y promoción mundial del baloncesto. En este sentido, se desarrollará un plan de promoción y comunicación que maximice la expectativa nacional e internacional en torno al MundoBasket 2014, con el fin de conseguir el lleno total en los pabellones y la máxima audiencia de las retransmisiones televisivas, además de una corriente social en el que la emoción por el baloncesto impregne las vidas de las personas.

## Un plan de Marketing eficaz que cree un sólido futuro

En el ámbito del patrocinio nacional, la candidatura de España 2014 cuenta con un gran apoyo del colectivo empresarial español, manifestado en las cartas de los principales empresarios españoles, que garantizan el soporte económico tanto en la actualidad como durante el desarrollo del Mundial 2014 (ver anexo de garantías).

Existe, igualmente un firme compromiso por parte de las principales Administraciones Públicas por preservar los derechos de patrocinadores y consumidores, a través de la legislación en defensa de la competencia y prevención del

marketing desleal. Esta normativa garantiza la celebración de un Mundobasket en los que se protejan los derechos de las Organizaciones, de FIBA, de los patrocinadores y de los asistentes al Mundobasket.

## ESTRATEGIA DE PATROCINIO

La estructura de patrocinio del MundoBasket 2014 estará formada por dos tipos de patrocinadores: FIBA Global Sponsors y Sponsors del Campeonato. Éstos a su vez se organizarán por niveles de importancia (ver apartado "Estructura de patrocinio").

Como requisito establecido en el Manual de Evento de FIBA, la candidatura conseguirá un **FIBA Global Sponsor** desde el Mundial de Turquía 2010 hasta el final del MundoBasket España 2014. Este global sponsor será el organismo público responsable de promocionar la imagen de nuestro país en el extranjero: **Turespaña**. Por su propia razón de ser y las actividades que habitualmente desarrolla a nivel internacional, **Turespaña** es el partner ideal para contribuir a la promoción de FIBA y el Baloncesto en el mundo entero, reforzando el carácter global del evento y maximizando las posibilidades de legado internacional que esta candidatura presenta

En lo referente a los **patrocinadores del evento**, la actividad comercial se centrará en empresas de primer nivel con relevancia nacional e internacional. El objetivo será conseguir socios comprometidos, más allá de simples patrocinadores, en el sentido de que las empresas involucradas en el MundoBasket 2014 colaboren con nosotros en el aspecto financiero, pero también deben ayudarnos a dar un mejor servicio, promocionar el evento y mejorar nuestra imagen.

El cuadro de la página siguiente muestra los sectores de exclusividad de los patrocinadores potenciales del MundoBasket 2014, obviamente, respetando los sectores



The marketing and commercial plan of the candidature of Spain 2014 is aimed at making the World Championship be the basketball event with the greatest social impact organised up to now, in one of the most important sports events in the history of Spain and the world.

The marketing and promotional activity will be directed by the Joint Marketing Board, comprised by members of FIBA and the LOC, and will consider everything referring to the management of trademarks, sponsorship revenue, ticket sales, hospitality, licences and merchandising, as well as through other promotional initiatives, such as the Basket Square and any other initiative that the JMB should decide on and that impacts the worldwide dissemination and promotion of basketball. In this regard, a promotion and communication plan will be developed that maximises national and international expectations regarding the 2014 World Championship, in order to completely fill the pavilions and have the maximum audience of the television broadcasts, in addition to a social current in which the emotion for basketball infuses the lives of the people.

**Effective marketing plan will create a solid future**

In the area of national sponsorship, the 2014 Spanish candidature has great support of the Spanish business collective, shown in the letters of the main Spanish businessmen, who guarantee financial support both now and during the 2014 World Championship (see appendix of guarantees).

There is also a firm commitment by the principal Governments to preserve the rights of the sponsors and consumers, through legislation in defence of competition and prevention of unfair marketing. These regulations guarantee holding a World Championship in which the rights of

the Organisations, FIBA, the sponsors and those attending the World Championship are protected.

## SPONSORSHIP STRATEGY

The sponsorship structure of the 2014 World Championship will be made up of two types of sponsors: FIBA Global Sponsors and Sponsors of the Championship. These in turn are organised by levels of importance (see section "Sponsorship structure").

As a requirement set forth in the FIBA Event Manual, the candidature will have a **FIBA Global Sponsor** from the 2010 World Championship in Turkey until the end of the 2014 World Championship in Spain. This global sponsor will be the public organisation responsible for promoting the image of our country in other countries: **Turespaña**. For its own *raison d'être* and the activities that it usually carries out internationally, **Turespaña** is the ideal partner to contribute to the promotion of FIBA and basketball in the entire world, reinforcing the global character of the event and maximising the possibilities of the international legacy that this candidature presents.

In reference to the **sponsors of the event**, the commercial activity will focus on top-level companies with national and international significance. The objective will be to obtain committed partners, beyond simple sponsors, in the sense that the companies involved in the 2014 World Championship will collaborate with us in the financial aspect, and they must also help us give better service, promote the event and improve our image.

The following table shows the exclusive sectors of the potential sponsors of the 2014 World Championship, obviously respecting the sectors of the global sponsors that FIBA has at the time of the event.

Rank Lugar	Sector Sector	Strategic importance Importancia estratégica				Potencial partnership status Nivel potencial de patrocinio				
		Revenue potential Potencial ingresos	Service Servicios	Average Media	Presenting Sponsor	Main Sponsor	Event Sponsor	Supplier Proveedor	Licensee Licenciatario	Prom. Partner Colaborador
1	Institutional Institucional	5	5	5	✓	✓				✓
1	Telecommunications Telecomunicaciones	5	5	5	✓	✓	✓			✓
1	Cars Automoción	5	5	5	✓	✓	✓		✓	✓
4	Transportation (airlines, train) Transporte (líneas aéreas, tren)	4	5	4,5		✓	✓			✓
5	IT Tecnología	3	5	4		✓	✓	✓	✓	✓
5	Timing Timing	3	5	4			✓	✓	✓	✓
5	Consumer electronics Electrodomésticos línea marrón	4	4	4		✓	✓	✓	✓	✓
5	Beer Cerveza	5	3	4	✓	✓	✓			✓
9	Banks/ payment methods Entidades financieras y medios de pago	5	2	3,5	✓	✓				✓
9	Retail distribution Distribución minorista	4	3	3,5		✓	✓			✓
9	Water Agua	3	4	3,5			✓	✓	✓	✓
12	Soft drinks Refrescos	3	3	3			✓	✓	✓	✓
12	Courier Envíos postales/ mensajería	3	3	3		✓	✓	✓		✓
12	Energy Energía	5	1	3	✓	✓	✓			✓
12	Sports equipment Equipamiento deportivo	1	5	3				✓		✓
12	Food Comida									

de los patrocinadores globales con los que cuente FIBA en el momento del evento.

### Turespaña quiere promocionar la imagen de España en el mundo

Los sectores de prospección se han ordenado de acuerdo con su importancia estratégica para la organización. Esta importancia se ha establecido teniendo en cuenta dos aspectos: la capacidad de inversión potencial y el valor del servicio que aporta para el Evento.

## CRITERIOS DE SELECCIÓN

A la hora de presentar y buscar patrocinadores entre varias empresas del mismo sector y recibir sus propuestas para iniciar las negociaciones, aparte de la oferta económica, se tendrán en cuenta otros aspectos de inversión adicional para decidir la adjudicación del patrocinio a una empresa u otra:

- Propuesta de plan promocional y de activación. Participación en las actividades oficiales de promoción del MundoBasket e iniciativas propias.
- Inversión en licencias y merchandising. Visibilidad y exposición en puntos de venta.
- Campañas de comunicación ATL e Internet aprovechando los derechos de marketing.

## POLÍTICA CONTRA EL MARKETING DESLEAL (ANTI-AMBUSH MK POLICY)

La FEB tiene experiencia protegiendo y salvaguardando el Ambush Marketing en grandes eventos. Conscientes de la importancia de proteger los derechos de FIBA y los patrocinadores oficiales, la organización desarrollará actuaciones específicas destinadas a prevenir el ambush marketing. Estas acciones irán dirigidas en distintos frentes, con especial atención a:

**Medios de comunicación.** Especialmente en las cadenas de televisión oficiales y medios de Internet. Se solicitará una carta de compromiso ético de los medios de comunicación para ofrecer sus productos comerciales a los patrocinadores oficiales en primer lugar y con las condiciones económicas preferentes con respecto al resto de empresas.

**Publicidad y venta ambulante en las ciudades sede.** En el ámbito regional, las Comunidades Autónomas controlan el uso del suelo y de las instalaciones públicas y regulan las prácticas comerciales, lo que favorece la lucha contra el marketing desleal. En el ámbito local, los Ayuntamientos pueden controlar la exhibición de publicidad mediante ordenanzas de publicidad exterior (anuncios en zonas públicas) y regulan la venta ambulante en sus términos municipales. Estas instituciones colaborarán mediante edictos que prohíban toda publicidad en medios exteriores relacionada con temática de baloncesto, al margen de las campañas contratadas por los patrocinadores oficiales, así

Rank Lugar	Sector	Strategic importance Importancia estratégica				Potencial partnership status Nivel potencial de patrocinio				
		Revenue potential Potencial ingresos	Service Servicios	Average Media	Presenting Sponsor	Main Sponsor	Event Sponsor	Supplier Proveedor	Licensee Licenciatario	Prom. Partner Colaborador
12	Human Resources Recursos humanos	3	3	3			✓	✓		✓
12	Insurance Seguros	4	2	3	✓	✓	✓	✓		✓
12	Sporting bets Apuestas deportivas	5	1	3	✓	✓	✓		✓	✓
20	Print services Servicios de impresión	1	4	2,5				✓		✓
20	Sports apparel Ropa deportiva	2	3	2,5			✓	✓	✓	✓
20	Consultancy Consultoría	3	2	2,5		✓	✓			✓
20	Entertainment Entretenimiento	3	2,5	2,5		✓	✓		✓	✓
20	Restauration Restauración	2	3	2,5			✓	✓		✓
20	Real Estate Inmobiliarias	4	1	2,5	✓	✓	✓			✓
20	Surveillance Seguridad	2	3	2,5				✓		✓
20	Cleaning Limpieza	2	3	2,5				✓		✓
20	Medical services Servicios médicos	1	4	2,5				✓		✓
29	Household Equipamiento del hogar	3	1	2			✓		✓	✓
29	Photography Fotografía	1	3	2				✓	✓	✓
29	Touroperators Agencias de viaje	1	3	2			✓	✓		✓
29	Apparel Ropa	2	2	2			✓	✓	✓	✓

## Turespaña wants to promote the Spain's image all over the world

The surveyed sectors have been organised according to their strategic importance for the organisation. This importance was established by taking into account two aspects: the potential investment capacity and the value of the service that it contributes toward the Event.

### SELECTION CRITERIA

When looking for sponsors among various companies in the same sector and receiving their proposals in order to initiate negotiations, apart from the financial offer, other additional investment aspects will be taken into account in deciding the awarding of the sponsorship to one company or another:

- Proposal of promotional and activation plan. Participation in the official promotional activities of the World Championship and own initiatives.
- Investment in licences and merchandising. Visibility and exposure in points of sale.
- ATL and Internet communication campaigns taking advantage of marketing rights.

## POLICY AGAINST UNFAIR MARKETING (ANTI-AMBUSH MARKETING POLICY)

The FEB has experience protecting and safeguarding against Ambush Marketing in large events. Aware of the importance of protecting the rights of FIBA and of the official sponsors, the organisation will carry out specific activities to prevent ambush marketing. These actions will be directed at different fronts, with special attention paid to:

**Media.** Especially in the official television channels and Internet media. A letter of ethical commitment of the media will be requested in order to offer their commercial products to the official sponsors in the first place and with preferred economic conditions with respect to the other companies.

**Advertising and peddling in the venue cities.** On the regional scope, the Regional Governments control the use of the land in the public facilities and regulate commercial practices, which favours the fight against unfair marketing. On the local level, the City Councils can control the exhibition of advertising by means of outdoor advertising ordinances (announcements in public areas) and they regulate peddling in their municipal districts. These institutions will collaborate by means of the edicts that prohibit all advertising in outdoor media related to basketball, apart from the campaigns contracted by the official sponsors, as well as any street marketing activities in the protected area

	Sponsor Package/Paquetes de patrocinio					Commercial partners/Partners comerciales			
	Presenting Sponsor	FIBA Global Sponsor	Main Sponsor	Event Sponsor	Supplier Proveedor	Vending Rights Derechos Venta	Licensing & Merchandasing	Hospitality Hospitalidad	Promotional Promocional
PRICE - PRECIO	€ 6.000.000	-	€ 800.000	€ 300.000	VIK En especie	TBD	TBD	TBD	TBD
Nº of sponsors Nº de patrocinadores	1	¿?	5	5	5	TBD	TBD	TBD	TBD
On-site advertising (towers, scorers table, interviews backdrop...) Publicidad in situ (torres, mesa de anotadores, trasera de prensa...)	✓	✓	✓						
Display and Franchise Stands promocionales	✓	✓	✓	✓	✓				
Use of logo, designations & properties Uso del logo, designaciones & propiedades	✓	✓	✓	✓	✓		✓		
Print Materials (poster, tickets, accreditations) Material impreso (poster, entradas, acreditaciones)	✓	✓	✓	✓					
Official programme (full color page) Programa oficial (página a color)	✓	✓	✓	half page	half page				
Press releases (logo) Notas de prensa (logo)	✓	✓	✓						
Advertising Boards Vallas publicitarias	A+B+C	A+B+C	A + B	B+C	B+C	C			
Event Website (logo) Website del evento (logo)	✓	✓	✓	✓	✓				
Video Screen (20"/30" commercial spot) Pantalla de video (anuncio de 20" o 30")	✓	✓	✓	✓	✓				
Hospitality Hospitalidad	✓	✓	✓	✓	✓	TBD		✓	

como cualquier acción de street marketing en el entorno protegido de las Sedes, incluyendo Arenas, Hoteles oficiales, Centros de Prensa, y espacios Promocionales oficiales (Basket Square o similares). Por acciones de street marketing se entiende toda aquella acción promocional y/o de reparto de información comercial, muestras de producto, animación, espectáculo o cualquier otro mecanismo utilizado por una empresa diferente a los patrocinadores oficiales del evento para darse a conocer. Asimismo, se vigilará la venta ambulante, con especial atención a la venta de productos no licenciados que presenten distintivos protegidos.

La normativa incluirá procedimientos sancionadores y competencias de los cuerpos de seguridad para perseguir estas acciones.

## Proteger y salvaguardar el Ambush MKT en el Mundial

Por último, constituirá un punto esencial del programa de prevención y lucha contra el marketing desleal la educación, formación y sensibilización de todos los sectores implicados, con el fin de alertar y concienciar sobre el impacto negativo de la utilización no autorizada de los símbolos y marcas, así como de la importancia del respeto a los derechos de los patrocinadores, cuya participación asegura los ingresos del evento.

El ordenamiento jurídico español persigue el marketing desleal a través de la normativa publicitaria, que prohíbe la publicidad engañosa y la desleal, o de la regulación de

competencia desleal, que establece la ilicitud de los actos de confusión y de engaño.

## PLAN DE INGRESOS DE MARKETING Y PROMOCIÓN

**Estructura de patrocinio y colaboración comercial.**  
Distinguiremos dos tipos de partners para el Evento:

- **Patrocinadores;** incluyendo los Sponsors Globales de FIBA y los patrocinadores del MundoBasket 2014. Todos ellos tendrán presencia de marca, derechos de marketing sobre distintivos protegidos de FIBA en relación al evento, paquetes de hospitalidad, entradas y derechos promocionales. El alcance de cada uno de estos derechos dependerá del paquete de patrocinio adquirido por la empresa.
- **Otros colaboradores:** Debido a que el número de patrocinadores debe ser limitado con el fin de asegurar la efectividad de la comunicación, la actividad comercial se dirigirá también a otros tipos de clientes:
  - **Colaboradores con derechos de venta:** En caso de que un patrocinador oficial no pueda proveer producto o no se cuente con un patrocinador en una categoría de producto de consumo en las sedes.
  - **Licenciatarios:** Empresas con derechos de marketing limitados sobre las marcas registradas (mascota, merchandising oficial, etc). Se diferenciarán las licencias con



	Sponsor Package/Paquetes de patrocinio					Commercial partners/Partners comerciales			
	Presenting Sponsor	FIBA Global Sponsor	Main Sponsor	Event Sponsor	Supplier Proveedor	Vending Rights Derechos Venta	Licensing & Merchandising	Hospitality Hospitalidad	Promotional Promocional
Accreditation Cards Acreditaciones	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Tickets (Tribune of Honor) Entradas (Tribuna de Honor)	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Tickets (Sponsors Tribune) Entradas (Tribuna de patrocinadores)	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Tickets (Promotional) Entradas (Promocionales)	✓	TBD	✓						
Parking Passes (Tribune of Honor) Pases de parking (Tribuna de Honor)	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Parking Passes (Sponsors Tribune) Pases de parking (Tribuna de patrocinadores)	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Social Function Invitations Invitaciones a actos sociales	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Basket Square	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
Specials Especiales	Brand integration in event logo Naming of Tournament Integración de marca en el logo del evento Nombre del torneo					Prices variation depending on national/worldwide rights Variación de precios en función de derechos de explotación nacionales/ mundiales			
	Ticketing rally Proceso de venta de entradas								
	Free-throw circles Círculos tiros libres								

of the venues, including arenas, official hotels, press centres, and official promotional areas (Basket Square or similar). Street marketing activities are understood as any promotional activity and/or distribution of commercial information, product samples, animation, show or any other mechanism used by a company other than the official sponsors of the event in order to make itself known. Moreover, peddling will be watched, with special attention to the sale of unlicensed products that have protected distinctive marks.

The regulations will include sanctioning procedures and competence of the security forces to pursue these activities.

### To protect and safeguard against Ambush MKT in the World Championship

Finally, the education, training and awareness of all the involved sectors will be an essential point of the prevention program and fight against unfair marketing, in order to alert people and make them aware of the negative impact of the un-authorized use of the symbols and trademarks, as well as the importance of respecting the rights of the sponsors, whose participation ensures the revenue of the event.

The Spanish legal ordinances pursue unfair marketing through advertising laws, which prohibit the deceptive and unfair advertising, or through unfair competition regulations, which establishes the unlawfulness of the acts of confusion and deception.

## REVENUE PLAN FROM MARKETING AND ADVERTISING

**Sponsorship structure and commercial collaboration.** We will distinguish between two types of partners for the event:

- **Sponsors;** including the Global Sponsors of FIBA in the sponsors of the 2014 World Championship. They will all have brand presence, marketing rights on protected distinctive marks of FIBA in relation to the event, hospitality packages, tickets and promotional rights. The scope of each of these rights will depend on the sponsorship package acquired by the company.
- **Other collaborators:** Due to the fact that the number of sponsors must be limited in order to ensure the effectiveness of the communication, the commercial activity will also be aimed at other types of clients:
  - **Collaborators with selling rights:** In case the official sponsor cannot provide a product or there is no sponsor in a consumer product category in the venues.
  - **Licensees:** Companies with limited marketing rights on the registered trademarks (mascot, official merchandising, etc.). The licences with a national character (Spain) and usage rights of world trademarks will be differentiated. The potential clients will all be the high-consumption companies, respecting the exclusive sectors of the official sponsors.



carácter nacional (España) y derechos de utilización de marcas mundiales. Los clientes potenciales serán todas aquellas empresas de gran consumo, respetando los sectores de exclusividad de los patrocinadores oficiales.

- **Clientes promocionales** (colaboradores locales del evento). Empresas interesadas en promocionar su marca en el entorno del Basket Square. No tendrán presencia de marca en los pabellones ni derechos de marketing sobre las marcas protegidas, a excepción de la posibilidad de utilizar la marca "Basket Square" en relación a la actividad allí desarrollada. Clientes potenciales pueden ser empresas de consumo o instituciones públicas, siempre respetando los sectores de exclusividad de los patrocinadores oficiales.
- **Clientes de paquetes de hospitalidad** (colaboradores locales del evento). No tendrán derechos de marketing ni presencia de marca en las sedes. Como clientes potenciales consideraremos todas aquellas empresas interesadas en las oportunidades de negocio a negocio (B2B) generadas por el Evento. Los paquetes incluirán palcos, catering VIP y programa social, turístico y cultural en la Sede

## SERVICIOS A LOS PATROCINADORES

La fuente principal de ingresos prevista para el Mundo Basket 2014 viene de la mano de los patrocinadores y es fundamental que desde el momento en que se firmen los contratos con las distintas empresas, el cuidado y soporte hacia las mismas sea una de las principales prioridades del JMB y del comité organizador del evento. Para conseguir esto, proponemos las siguientes acciones que tendrán que ser validadas y refrendadas por el JMB a lo largo del tiempo:

- Crear la **oficina de atención y cuidado del Sponsor** (Sponsors Care Services). Servicio de atención y contacto con los patrocinadores, tanto Global Sponsors de FIBA, como socios locales del evento, a través del cual se gene-

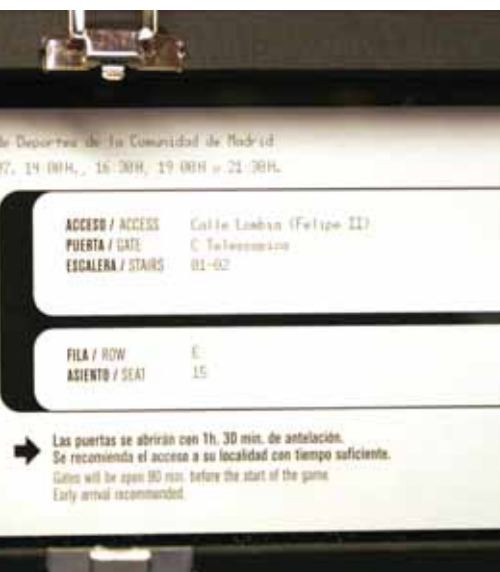
ren sinergias entre compañías, se pueda articular acciones promocionales conjuntas y se desarrollen posibilidades de trade marketing que favorezca la promoción y difusión del campeonato. Esta oficina de atención a los sponsors dispondrá de un entorno web en el cual las distintas empresas podrán acceder a información de interés sobre las actividades promocionales del campeonato, compartirán ideas con otras compañías y tendrán un acceso directo a los miembros del JMB encargados de su cuidado

- Crear la figura del **Sponsor attaché**— figura similar al team attaché. Cada sponsor contará con un asistente durante el evento para dar servicio en todo lo que necesite (cumplimiento de contraprestaciones, gestión de entradas, acomodación/ actos sociales, etc. etc.)
- Implementar el **Sponsors service help desk**: Durante la celebración del campeonato Y DISPONIBLE 24 H AL DÍA los sponsors podrán consultar dudas sobre publicidad, actividades promocionales, denuncias de marketing desleal detectadas, entradas, hospitality, accommodation, etc. El servicio se realizará en Español y en Inglés y podrá así mismo ser accesible a través de mensajes SMS y MMS
- Desarrollar un **centro de atención a los Sponsors** dentro de los pabellones con las siguientes características:
  - Working area; internet connection, phone lines, pcs...
  - Leisure spaces; tv screens, catering
  - Information panels with updated information of the games, social events

## ENTRADAS

Se determinará el aforo teniendo en cuenta los siguientes espacios en cada una de las sedes:

- Palco de autoridades: 20 asientos. Será el lugar donde se ubiquen las autoridades nacionales e internacionales, locales y deportivas.



- **Promotional clients** (local collaborators of the event). Companies interested in promoting their brand in the Basket Square. They will not have brand presence in the pavilions or marketing rights on protected trademarks, except for the possibility of using the "Basket Square" trademark in relation to the activity carried out there. Potential clients could be consumer companies or public institutions, always respecting the exclusive sectors of the official sponsors.
- **Clients of hospitality packages** (local collaborators of the event). They will not have marketing rights or brand presence in the venues. As potential clients we will consider all the companies interested in the business-to-business opportunities (B2B) generated by the event. The packages will include box seats, VIP catering and social, tourism and cultural program of the venue.

## SERVICES TO THE SPONSORS

The principal source of revenue planned for the 2014 World Championship comes from the sponsors and it is fundamental that from the moment in which the contracts are signed with the different companies, the care and support shown towards them is one of the principal priorities of the JMB and the Organising Committee of the event. In order to achieve this, we propose the following actions that must be validated and ratified by the JMB throughout the time:

- Create the **Sponsor Care Services office**. Assistance and contact service with the sponsors, for both the FIBA Global Sponsors and the local sponsors of the event, through which synergies between companies are generated; joint promotional actions can be coordinated, and possibilities of trade marketing that favours the promotion and dissemination of the championship can be developed. This Sponsor Care Services office shall have a

website in which the different companies can access information of interest on the championship, share ideas with other companies and have direct access to the members of the JMB in charge of their care.

- Create the figure of the **Sponsor Attaché**— a figure similar to the team attaché. Each sponsor will have an assistance during the event in order to provide service in any way that is needed (fulfilment of considerations, ticket management, accommodation /social acts, etc., etc.).
- Implement the **Sponsors service help desk**: During the championship and AVAILABLE 24 HOURS A DAY, the sponsors can consult doubts on advertising, promotional activities, report unfair marketing detected, tickets, hospitality, accommodation, etc. The service will be carried out in Spanish and English and can also be accessible through SMS and MMS messages.
- Provide a **Sponsor assistance centre** within the pavilions with the following characteristics:
  - Working area; internet connection, phone lines, PCs...
  - Leisure spaces; TV screens, catering
  - Information panels with updated information of the games, social events.

## TICKETS

The seating capacity will be determined taking into account the following spaces in each of the venues:

- Authorities box seats: 20 seats. This will be the place where the national and international, local and sports authorities will be seated.
- FIBA VIP box seats: no. of seats to be determined by FIBA. The FIBA personalities and the guests of the global sponsors will be seated here.

- Palco VIP FIBA; nº de asientos a determinar por FIBA. En él se situarán las personalidades FIBA y los invitados de los global sponsors.
- Palco de honor. 40 asientos, destinados a los altos cargos de los patrocinadores del Evento.
- Tribuna de Patrocinadores: 400 asientos, dirigidos a compromisos de los patrocinadores del evento
- Palcos/ Luxury Suites/ Skyboxes. Se definirá un número apropiado de palcos en cada una de las sedes. Existirán distintas categorías de palcos en función de su ubicación y de su capacidad (entre 6 y 12 personas). También se ofrecerá la posibilidad de adquirir un paquete de hospitalidad (regalo VIP + catering). Los palcos deberán estar ubicados fuera del tiro principal de cámara de forma que el aficionado al baloncesto tenga mayor posibilidad de acceder a entradas de categoría 1 y estar más cerca de la cancha, lo que dará mayor calor en los pabellones; mientras que los VIPs podrán tener acceso a zonas más exclusivas.
- Posiciones de televisión y prensa – situadas detrás de una de las canastas, se dispondrán suficientes espacios en cada una de las sedes de acuerdo con las estimaciones del Director de Comunicación del Evento.
- Tribuna de participantes –detrás de la canasta contraria a las posiciones de prensa, se reservará un espacio suficiente para la asistencia a los partidos de participantes, árbitros y acompañantes acreditados de los equipos que no estén jugando en ese momento.
- Entradas de promoción (último anillo de gradas en todos los pabellones). El JMB decidirá el número de entradas que se destinará a actividades de promoción del Evento llevadas a cabo por la organización, así como el número que se asignará a los distintos patrocinadores del evento en función de su categoría de patrocinio.
- Zona reservada para minusválidos.
- Grada de público; divididas en distintos niveles en función de su visibilidad, serán las entradas que se pongan a la venta.

### Una estrategia de venta de entradas diferenciada y flexible para todos los públicos

**Estrategia de venta;** Una vez establecido el número de entradas que se pondrán a la venta en la grada de público; se llegará a un acuerdo con un operador local para la venta de entradas. Las vías por las que el aficionado podrá adquirir las entradas para el MundoBasket 2014 serán:

- Taquillas de los pabellones
- Internet

- Teléfono (902)
- Móvil (sms)
- Cajeros automáticos
- Posibilidades a estudiar: puntos de venta de algún sponsor.

### PROCESO DE VENTA DE ENTRADAS;

La venta de entradas se aprovechará como vehículo para generar expectación y notoriedad del Evento. Además, crear un concepto a largo plazo sobre la posibilidad de conseguir una entrada da grandes oportunidades para conseguir cobertura mediática y promoción en Internet, al tiempo que amplifica el impacto del Presenting Sponsor.

El proceso de venta de entradas se denominará: WC14 SPAIN TICKET RALLY (La carrera por las entradas del MundoBasket España 2014.)

- **1ª etapa:** 18 meses antes del Evento. Todos los interesados en comprar entradas tendrán la ocasión de registrarse en una web. Esta pre-reserva dará prioridad para adquirir entradas una vez que éstas sean finalmente accesibles para el público general. La propiedad de la base de datos será compartida entre FIBA y el LOC.
- **2ª etapa:** 6 meses antes del Evento. Comenzará la venta de abonos para todas las jornadas por sedes. El sistema priorizará la venta de abonos situados frente al tiro de cámara.
- **3ª etapa:** 2 semanas antes del evento. En caso de que sobren entradas de la etapa anterior se pondrán a la venta entradas por sesión (media jornada) en cada sede.
- **4ª etapa:** desde 2 días antes del evento. Venta de entradas por partido (probablemente no necesario).

### CATEGORÍAS DE LAS ENTRADAS PUESTAS A LA VENTA:

- Asientos de primera categoría, con visibilidad máxima. Primer bloque de asientos a ambos lados de la cancha. Se estima un 25% del aforo total de media por sede.
- Asientos de segunda categoría: Primer bloque detrás de una de las canastas y segundo bloque de todo el pabellón. Se considera que en esta categoría se encontrará el 45% de las entradas puestas a la venta de cada sede.
- Asientos de tercera categoría: a partir del 3er bloque de asientos. Supondría el 30% restante de las entradas puestas a la venta.

FASE PREVIA	Abono fase	Abono día	Entrada partido
1ª categoría	€ 350	€ 200	€ 100
2ª categoría	€ 210	€ 140	€ 70
3ª categoría	€ 120	€ 80	€ 40

FASE PREVIA	Abono fase	Abono día	Entrada partido
1ª categoría	€ 350	€ 200	€ 100
2ª categoría	€ 210	€ 140	€ 70
3ª categoría	€ 120	€ 80	€ 40

- Box seats of honour: 40 seats, dedicated to the executive of the event sponsors.
- Sponsors' Box: 400 seats, aimed at commitments of the sponsors of the event
- Boxes / Luxury Suites / Skyboxes. An appropriate number of box seats in each of the venues will be defined. There will be different categories of box seats according to their location and their capacity (between 6 and 12 persons). The possibility will also be offered of acquiring a hospitality package (VIP gift + catering). The box seats must be located outside the principal camera shot so that the basketball supporter has greater possibility of access to category 1 tickets and of being closer to the court, which will provide greater excitement in the pavilions; while the VIPs can have access to more exclusive areas.
- Television and press positions– located behind one of the baskets, they will have sufficient space in each of the venues in accordance with the estimates of the event's Communications Director.
- Participants' box– behind the opposite basket to the press positions, sufficient space will be reserved for attending the games by the participants, referees and accredited companions of the teams not playing at that time.
- Promotional tickets (last ring of stands in all the pavilions). The JMB will decide on the number of tickets that will be dedicated to promotional activities of the event carried out by the organisation, as well as the number that will be assigned to the different sponsors of the event depending on their sponsorship category.
- Area reserved for disabled persons.
- Public stands: divided into different levels according to visibility, these will be the tickets that are put on sale.

## A differentiated and flexible ticketing strategy for all types of customers

**Selling strategy:** Once the number of tickets that will be put on sale in the public stands is decided, an agreement will be reached with a local operator for the sale of the tickets. The channels through which the supporter can acquire the tickets for the 2014 World Championship

- Box offices of the pavilions
- Internet
- Telephone (902)
- Mobile phone (SMS)
- Automatic teller machines
- Possibilities to study: a sponsor's points of sale.

### TICKET SELLING PROCESS

The sale of tickets will be used as a vehicle to generate expectation and popularity of the Event. In addition, creating a long-term concept on the possibility of getting a ticket provides great opportunities to attain media coverage and promotion in Internet, while enlarging the impact of the Presenting Sponsor.

The ticket selling process will be called: WC14 SPAIN TICKET RALLY (The race for tickets to the 2014 World Championship in Spain).

- **1st stage:** 18 months before the event. All those interested in buying tickets will have the opportunity to be registered in a website. This pre-reservation will give priority to acquiring tickets once they are finally accessible to the general public. The ownership of the database will be shared between FIBA and the LOC.
- **2nd stage:** 6 months before the event. The sale of ticket packages for all the days by venues will begin. The system will give priority to the sale of packages of tickets located in front of the camera shot.
- **3rd stage:** 2 weeks before the event. In case tickets remain after the previous stage they will be put on sale by session (half day) in each venue.
- **4th stage:** from 2 days before the event. Sale of tickets by game (probably not necessary).

### CATEGORIES OF THE TICKETS PUT ON SALE:

- First category seats, with maximum visibility. First block of seats on both sides of the court. It is estimated at 25% of the total average capacity by venue.
- Second category seats: First block of seats behind one of the baskets and second block in the entire pavilion. It is considered that this category will include 45% of the tickets put on sale in each venue.
- Third category seats: from the third block of seats. These will make up the remaining 30% of the tickets put on sale.

FASE PREVIA	Abono fase	Abono día	Entrada partido
1ª categoría	€ 350	€ 200	€ 100
2ª categoría	€ 210	€ 140	€ 70
3ª categoría	€ 120	€ 80	€ 40

FASE PREVIA	Abono fase	Abono día	Entrada partido
1ª categoría	€ 350	€ 200	€ 100
2ª categoría	€ 210	€ 140	€ 70
3ª categoría	€ 120	€ 80	€ 40

In principle, the same price is considered for all the venues of the preliminary phase, but it will be discussed in the JMB if the price of the venues in which Spain and the United States play should be higher than those of the other two venues.





En principio se plantea el mismo precio para todas las sedes de la fase preliminar, pero se someterá a discusión en el JMB si el precio de las sedes en que jueguen España y Estados Unidos deberá ser más alto que el de las otras dos sedes.

**Se cuidará a los patrocinadores con calidad y servicios exclusivos**

## HOSPITALIDAD VIP Y PALCOS

Se creará un concepto en torno a la hospitalidad con el fin de promover la comercialización de paquetes interesantes para empresas.

Dichos paquetes podrán incluir todos o solo algunos de los siguientes beneficios:

- A – Palco/ reservado/ entradas de primera categoría en el pabellón.
- B - catering VIP (pulseras o similar) para invitados.
- C – Alojamiento en la ciudad sede.
- D – Programa de hospitalidad en la ciudad (destinos turísticos más interesantes y eventos sociales).

Los precios de los paquetes dependerán de los conceptos a incluir y la capacidad de los palcos (ej. 10/ 8 / 6 personas.)

## LICENCIAS Y MERCHANDISING

El desarrollo del programa de licencias y merchandising debe considerarse como una fuente de ingresos, pero también como una potente herramienta de promoción del Campeonato. En estrecha colaboración con el proveedor de licencias oficial de FIBA, se desarrollará una unidad de negocio en torno a L&M en cuatro vías:

- Compra de productos oficiales por parte de los patrocinadores (premiums)
- Acuerdos de licencias para producción y comercialización en retail de productos de consumo que incluyan las marcas registradas del MundoBasket 2014
- Acuerdos de licencia con socios interactivos (descargas de contenidos, videojuegos, juegos on-line, etc.)
- Acuerdos tácticos de licencias con colaboradores promocionales.

Se desarrollará de forma proactiva una labor de búsqueda y selección de posibles proveedores oficiales de merchandising del MundoBasket 2014 en empresas de todo el mundo. Los royalties y cánones a pagar por los proveedores oficiales serán definidos por el JMB. Asimismo, éste órgano supervisará los márgenes comerciales y precios de venta de los productos oficiales. El programa de L&M del MundoBasket 2014 deberá incluir:

- Correcta utilización de las marcas registradas por FIBA
- Tipos de categorías estratégicas y tácticas.
- Objetivos comerciales (locales y mundiales).

	FASE PREVIA			FASE FINAL		
	10	8	6	10	8	6
Club (A+B+C+D)		€ 34.500	€ 27.600	€ 60.720	€ 48.300	€ 34.500
Top (A+B+C)		€ 30.000	€ 24.000	€ 52.800	€ 42.000	€ 30.000
Event (A+B)		€ 25.000	€ 20.000	€ 44.000	€ 35.000	€ 25.000



## VIP HOSPITALITY AND BOX SEATS

A concept regarding hospitality will be created for the purpose of promoting the marketing of interesting packages by companies.

**We will take care the sponsors with quality and exclusive services**

These packages could include all or just some of the following benefits:

- A – Box / reserved seats / 1st category tickets in the pavilion.
- B – VIP catering (bracelets or similar) for guests.
- C – Lodging in the venue city.
- D – Hospitality program in the city (most interesting tourist destinations and social events).

The prices of the packages will depend on the items to be included and the capacity of the box seats (i.e., 10 / 8 / 6 persons).

## LICENCES AND MERCHANDISING

The development of the licensing and merchandising program must be considered as a source of revenue, but also as a potent promotional tool for the Championship. In close collaboration with the supplier of official FIBA licences, a business unit regarding L&M will be carried out in four channels:

- Purchase of official products by the sponsors (premiums)
- Licensing agreements for production and retail marketing of consumer products that include the registered trademarks of the 2014 World Championship
- Licensing agreements with interactive partners (content downloading, videogames, on-line games, etc.)
- Tactical licence agreements with promotional collaborators.

The search and selection of possible official suppliers of merchandising of the 2014 World Championship will be carried out proactively in companies worldwide. The royalties and canons to be paid by the official suppliers will be defined by the JMB. Furthermore, this body will supervise the commercial margins and selling prices of the official products. The L&M program of the 2014 World Championship must include:

- Correct use of FIBA registered trademarks
- Types of strategic and tactical categories
- Commercial objectives (local and worldwide)

	FASE PREVIA			FASE FINAL		
	10	8	6	10	8	6
Club (A+B+C+D)		€ 34.500	€ 27.600	€ 60.720	€ 48.300	€ 34.500
Top (A+B+C)		€ 30.000	€ 24.000	€ 52.800	€ 42.000	€ 30.000
Event (A+B)		€ 25.000	€ 20.000	€ 44.000	€ 35.000	€ 25.000

- Estándares de calidad mínimos requeridos para los productos oficiales del MundoBasket 2014.
- Estándares para prácticas legales, éticas, medioambientales y laborales.
- Política de punto de venta y franquicia (número mínimo de puntos de venta, presencia de marcas y productos, etc.) en acuerdos con distribuidores minoristas.
- Política de precios.
- Política de ingresos. Los acuerdos de licencia establecerán preferiblemente un mínimo garantizado por licencia más un porcentaje sobre las ventas.
- Guía de estilo completa para los productos oficiales del MundoBasket 2014.

## BASKET SQUARE

El parque temático de baloncesto debe ser considerado como una unidad de negocio en sí mismo. Los ingresos vendrán por dos conceptos:

- Alquiler de espacio; libre de cargo para sponsors oficiales, se marcará un precio por metro cuadrado para colaboradores promocionales.
- Canon por servicios generales: se establecerá una cierta cantidad por metro cuadrado común para todos los expositores del recinto, destinada a cubrir gastos generales tales como iluminación, limpieza, seguridad, señalización, branding, etc.

El desarrollo e implementación a nivel nacional e internacional del basket square viene ampliamente detallado en el TOMO III de candidatura donde se recogen todos los aspectos de legado y difusión global del campeonato.

INGRESOS		20.640.000€
VENTA ENTRADAS -	TICKETS (50%)	4.000.000 €
	HOSPITALITY (50%)	1.700.000 €
	70912	<b>5.700.000 €</b>
SPONSORS Y PATROCINIOS -	PRESENTING SPONSOR	6.000.000 €
	MAIN SPONSOR	4.000.000 €
	EVENT SPONSOR	1.500.000 €
	SUPPLIERS SPONSOR	500.000 €
	7040002	<b>12.000.000 €</b>
INGRESOS PROMOCIÓN Y EVENTOS -	PROMOTIONAL PARTNERSHIPS	100.000 €
	BASKET SQUARE	500.000 €
	7040003	<b>600.000 €</b>
OTROS INGRESOS -	LICENCIAS Y MERCHANDISING	300.000 €
	VENDING RIGHTS	40.000 €
	70908	<b>340.000 €</b>
APORTACIÓN JMB -	FIBA	1.000.000 €
	LOC FEB	1.000.000 €
	70912	<b>2.000.000 €</b>





- Minimum quality standards required by the official products of the 2014 World Championship
- Standards for legal, ethical, environmental and labour practices
- Point of sale and franchise policy (minimum number of points of sale, brand presence and products, etc.) in agreements with retail distributors
- Price policy
- Revenue policy. The licensing agreements will preferably establish a guaranteed minimum per licence plus a percentage on the sales.
- Complete style guide for the official products of the 2014 World Championship.

## BASKET SQUARE

The basketball theme park must be considered as a business unit by itself. The revenue will come from two items:

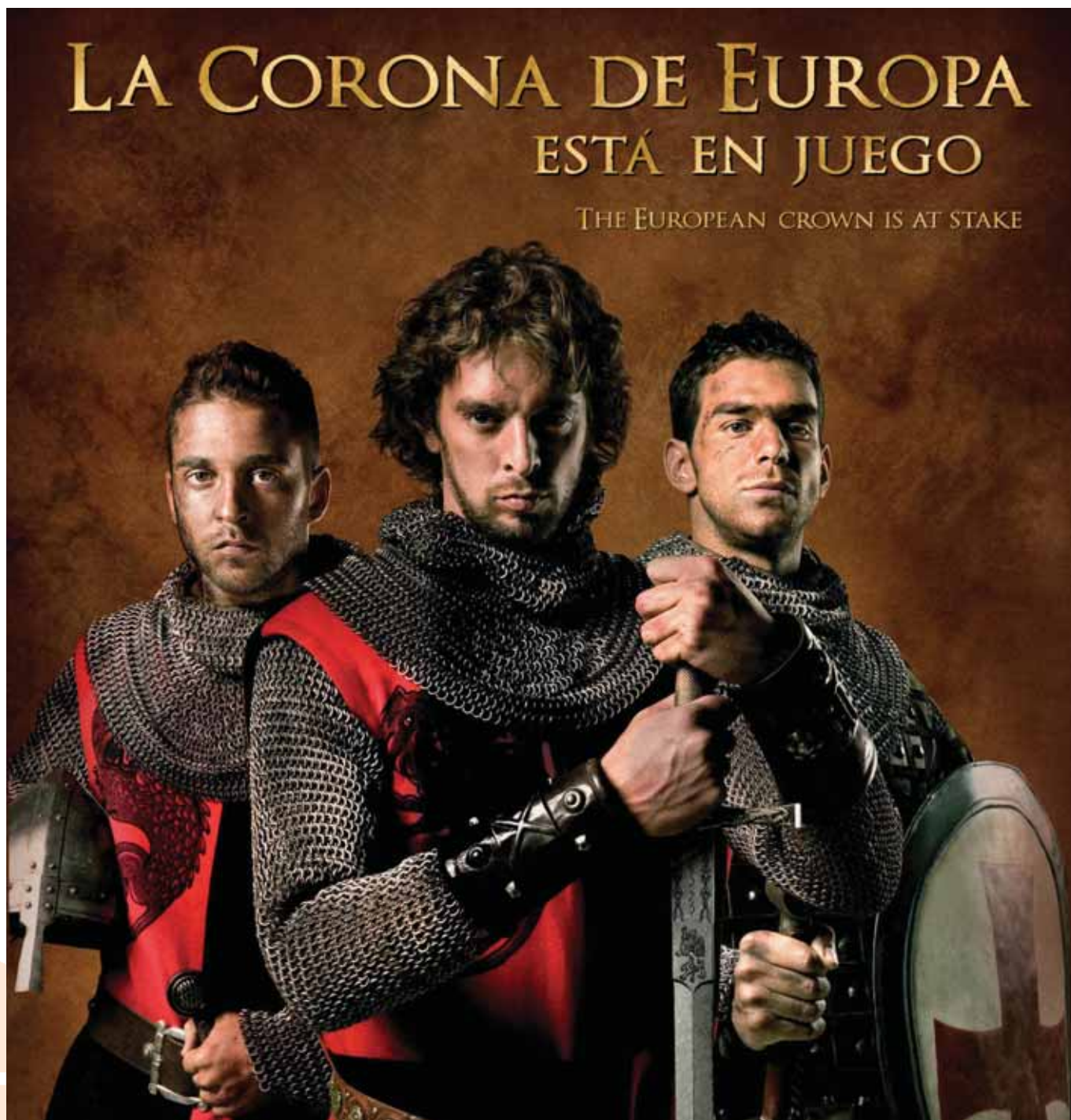
- Rent of the space; free of charge for official sponsors, a price will be set per square metre for promotional collaborators.
- Canon for general services: a certain amount will be set per square metre common to all the exhibitors in the premises, dedicated to covering general expenses such as lighting, cleaning, security, signage, branding, etc.

The development and implementation on the national and international level of Basket Square is fully detailed in VOLUME III of the candidature where all the aspects of the legacy and global dissemination of the championship are included.

INCOMES		20.640.000€
TICKET SALES -	TICKETS (50%)	4.000.000 €
	HOSPITALITY (50%)	1.700.000 €
		<b>5.700.000 €</b>
SPONSORS -	PRESENTING SPONSOR	6.000.000 €
	MAIN SPONSOR	4.000.000 €
	EVENT SPONSOR	1.500.000 €
	SUPPLIERS SPONSOR	500.000 €
		<b>12.000.000 €</b>
PROMOTION AND EVENT INCOME -	PROMOTIONAL PARTNERSHIPS	100.000 €
	BASKET SQUARE	500.000 €
		<b>600.000 €</b>
OTHER INCOME-	LICENCES AND MERCHANDISING	300.000 €
	VENDING RIGHTS	40.000 €
		<b>340.000 €</b>
CONTRIBUTION JMB -	FIBA	1.000.000 €
	LOC FEB	1.000.000 €
		<b>2.000.000 €</b>







**14 PLAN DE PROMOCIÓN  
Y COMUNICACION**

**14 PROMOTION AND  
COMMUNICATION PLAN**

**EVENTO DEPORTIVO**  
 MundoBasket FIBA 2014  
 Circuito TRIBASKET  
 Basket Jam

**EVENTO CULTURAL**  
 Museo Leyendas  
 Conciertos  
 Conferencias y formación en las sedes

**EVENTO SOCIAL**  
 Basket en las calles  
 Basket en la red  
 Basket en las aulas

**EVENTO RESPONSABLE**  
 Integración social  
 Medio ambiente  
 Diversidad



## CONCEPTO DE MARCA

El posicionamiento de marca del MundoBasket 2014 se engloba en su lema: “Un Mundial para todos”, y gira en torno a los valores esenciales de pertenencia, participación, pasión, disfrute y popularidad.

En este sentido, la línea de la comunicación seguirá el mensaje “Siente el baloncesto, vive el baloncesto, respira baloncesto”. El baloncesto se convertirá en una experiencia de la que participarán todos, ya que se introducirá en los escenarios de la vida cotidiana y las ciudades, más allá de los pabellones.

**“Siente el baloncesto, vive el baloncesto, respira baloncesto”**

El MundoBasket contará con una identidad corporativa fuerte y bien construida, de forma que el torneo sea identificado a primera vista por todos sus públicos. Todas las marcas protegidas de FIBA, incluyendo el logo del campeonato, distintivos y mascota serán registradas y reguladas en un Manual de Identidad Corporativa, y objeto de protección en todo momento.

Cada mensaje y pieza de comunicación no sólo seguirá las normas de identidad corporativa, sino que transmitirá los valores esenciales del evento, tanto en el fondo como en la forma.

## ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

El punto de partida para desarrollar el plan promocional del MundoBasket 2014 se establece en la visión, el posicionamiento y los valores esenciales. Así, las acciones del plan

de promoción deberán generar una experiencia 360° para el público de cualquier parte del mundo.

El MundoBasket 2014 España no es algo que sucede en pabellones de cinco ciudades durante dos semanas. Es mucho más:

Las actividades promocionales comenzarán al final del Campeonato del Mundo FIBA en Turquía 2010, y su intensidad aumentará según se vaya acercando el torneo de 2014.

¿Dónde encontraremos a la gente para dirigirnos a ellos? En cada uno de los ámbitos de la vida cotidiana: en casa (tv, radio, internet), en la calle (transportes, parques, plazas), en los bares (¡estamos en España!), en el trabajo y la escuela y, por supuesto, en el tiempo de ocio (centros comerciales, arte, deporte...)

Los puntos de encuentro entre el MundoBasket 2014 y sus públicos objetivo serán:

- Internet: se desarrollarán campañas de comunicación on-line basadas en el marketing interactivo y la tecnología 2.0, con banners en webs relacionadas y alianzas con terceras partes, etc.
- Puntos de venta: los centros comerciales entendidos como destinos de ocio para las familias y los jóvenes son contextos idóneos para darnos a conocer y promocionar el campeonato.
- Ferias y exposiciones: son ocasiones excelentes para entrar en contacto con el consumidor en un entorno favorable y receptivo.
- Puntos de mucho tráfico; grandes plazas en las ciudades, conciertos, grandes eventos deportivos. Allí donde se concentre gran cantidad de gente con un objetivo lúdico, debemos tener presencia.



## BRAND CONCEPT

The ranking of 2014 WorldBasketball Championship brand is summarised in the slogan: “A World Championship For Everyone” and centres on the basic values of belonging, participation, enthusiasm, enjoyment and popularity.

In this sense, the communication line will follow the message: “Feel basketball, live basketball, breathe basketball”. Basketball will become an experience participated in by everyone, as it will be introduced in day-to-day and city life, beyond the pavilions.

**“Feel basketball, live basketball, breathe basketball”**

The WorldBasketball Championship will have a strong and well built corporate identity, such that the tournament is identified at first sight by everybody. All the FIBA protected brands including the championship logotype, badges and mascot will be registered and regulated in a Corporate Identity Handbook with full protection.

Each message and communication will not only follow the corporate identity rules but will convey the basic values of the event, both in depth and shape.

## PROMOTION STRATEGY

The starting point to develop the 2014 WorldBasketball Championship promotion plan is established in the vision, ranking and basic values. Hence, the actions of the promo-

tion plan should foster a 360° experience for all kinds of world audiences.

The Spanish 2014 WorldBasketball Championship is not an event occurring in the pavilions of five cities for two weeks. It is much more:

Promotion events will begin at the end of the 2010 FIBA World Championship in Turkey and will gradually increase as the 2014 tournament approaches.

Where will we find the target people? Everywhere: at home (tv, radio, Internet), in the street (transport, parks, squares), in bars (this is Spain!), at work, at school and, of course, during spare time activities (shopping centres, art, sports...)

The meeting points between the 2014 WorldBasketball Championship and its target audiences will be:

- Internet: on-line communication campaigns based on interactive marketing and 2.0 technology will be developed with banners in related web sites and links with third parties, etc.
- Points of Sale: the shopping centres understood as pleasure hosts for families and young people are ideal contexts to make us known and to promote the championship.
- Fairs and Exhibitions: excellent occasions to contact the consumer in a favourable and receptive environment.
- Meeting Points: Large squares in cities, concerts, major sports events. We should be wherever people gather to enjoy themselves.

The promotion plan is structured at different levels: international promotion, national promotion (Spain), the Internet and P.R. opportunities.



El plan de promoción se estructura en distintos ámbitos de actuación: promoción internacional, promoción nacional (España), internet y oportunidades de RR.PP.

## PROMOCIÓN INTERNACIONAL

La celebración del MundoBasket 2014 en España genera la unión de dos destinos de ocio muy atractivos: un evento deportivo de primer orden y uno de los destinos turísticos más importantes del mundo.

La promoción fuera de las fronteras españolas se centrará en dos segmentos de público: los aficionados al baloncesto y los "turistas deportivos". El esfuerzo de promoción se dirigirá fundamentalmente a los países participantes que además son tradicionalmente importantes emisores de turismo. La relación de países se decidirá una vez esté cerrada la lista de equipos participantes.

- a) **Gira institucional por distintos países:** desde el anuncio de la adjudicación a España del campeonato hasta el primer trimestre de 2010, un "embajador del Mundial 2014" y un técnico de la FEB explicarán el proyecto a medios, empresas y autoridades.
- b) **Campaña institucional – Campaña 360°** que se desarrollará en varias fases entre 2010 y 2014. En la primera, "España, tierra de basket", se relacionará el baloncesto con el encanto turístico de las ciudades sedes del Mundial. Se desarrollarán campañas de publicidad en colaboración con las instituciones locales relacionando elementos característicos de estas ciudades con el mundo del baloncesto. En la segunda, "Encuentra tu basket en España", se invitará a visitar España buscando asociación entre afinidad-deporte-búsqueda.
- c) Asimismo, se creará un **microsite**, una campaña virtual y de marketing interactivo entre comunidades virtuales

ya creadas, tipo facebook o myspace, que recoja el camino hacia el mundial. Este microsite tendrá juegos on line, descargas y herramientas web 2.0., concursos, etc.

- d) Presencia en **ferias de turismo internacional**. En colaboración con las autoridades españolas y locales de las sedes, el MundoBasket 2014 tendrá presencia en corners de los stands que promocionen a España en las principales ferias de turismo de los países participantes entre 2010 y 2014.
- e) **FIBA 2014 "The Global Basket Jam" Tour Spain Jam – Eventos FIBA -**. El MundoBasket 2014 estará presente en el escenario internacional desde el campeonato del Mundo de Turquía 2010 con un nuevo concepto de marca y entretenimiento en torno a la experiencia del baloncesto: el FIBA 2014 Tour Spain Jam. Con el apoyo de la oficina de turismo de España se planea diseñar y organizar un área lúdica y promocional exclusiva e innovadora que se instalará en los principales eventos de FIBA y las zonas FIBA a partir de 2010. Los principales objetivos de esta acción son: popularizar los elementos de marca del MundoBasket 2014 en todas las zonas geográficas con una estrategia estructurada y sostenible a largo plazo, integrar los intereses del Presenting Sponsor y los FIBA Global Sponsors en el mensaje principal del campeonato con un claro retorno de la inversión para todos ellos, y
- f) por último, reforzar la experiencia del baloncesto con **una acción moderna, sorprendente y multicultural**.

La denominación y ejecución del FIBA 2014 Tour Spain Jam se llevará a cabo de acuerdo con las directrices establecidas en el JMB, siendo factible implementarlo en los eventos de FIBA y zonas FIBA tales como:

- EuroBasket y campeonatos de FIBA América, FIBA Asia, FIBA África y FIBA Oceanía 2011
- EuroBasket y campeonatos de FIBA América, FIBA Asia, FIBA África y FIBA Oceanía 2013



## INTERNATIONAL PROMOTION

Holding of the 2014 WorldBasketball Championship in Spain will combine two very attractive pleasure destinations: a top sports event and one of the most important tourist centres in the world.

Beyond the Spanish frontiers the promotion will be based on two segments of the audience: basketball fans and "sports tourists". The promotion effort will be basically directed to participating countries which in turn, are traditionally important tourism retailers. The list of countries will be decided once the list of participating teams is closed.

- a) **Institutional tour through different countries:** from the announcement of Spain being awarded the championship until the first quarter of 2010, a "2014 World Championship Ambassador" and a FEB technician will explain the project to the media, companies and authorities.
- b) **Institutional Campaign – A 360°** campaign will be developed in several stages between 2010 and 2014. In the first, "Spain, the land of basketball", basketball will be related to the tourist charm of the World Championship venues. Publicity campaigns will be developed together with the local institutions associating characteristic features of these cities with the world of basketball. In the second, "Find your basketball in Spain", an invitation to visit Spain will be made seeking the links between affinity-sport-search.
- c) Likewise, a **minisite** will be launched, a virtual campaign and interactive marketing between already created virtual communities of the Facebook or Myspace type, paving the way to the World Championship. This minisite will have on-line games, downloads and web 2.0 tools, contests, etc.

- d) Presence in **international tourism fairs**. In collaboration with the Spanish authorities and local ones of the venues, the 2014 WorldBasketball Championship will be at corners of the stands promoting Spain in the main tourism fairs of the countries participating between 2010 and 2014.
- e) **FIBA 2014 "The Global Basket Jam" Spain Jam Tour – FIBA Events**. The 2014 WorldBasketball Championship will appear on the international scene as from the 2010 World Championship of Turkey with a new brand concept and entertainment centred on the basketball experience: the FIBA 2014 Spain Jam Tour. Counting with the support of the Spanish Tourist Office, it is intended to design and organize a unique promotional entertainment area to be installed in the main FIBA events and FIBA areas as from 2010. The main goals of this action are: make the 2014 WorldBasketball Championship brand features familiar in all geographical locations with a long term sustainable and structured strategy, integrating the interests of the Presenting Sponsor and those of the FIBA Global Sponsors in a main championship message with a clear return on investment for all of them, and
- f) last but not least, reinforce the basketball experience by modern, **spectacular and multicultural action**.

The name and implementation of the 2014 FIBA Spain Jam Tour will be carried out according to the guidelines laid down in the JMB, it being feasible to complete them in the FIBA events and locations, such as:

- EuroBasket and FIBA America, FIBA Asia, FIBA Africa and FIBA Oceania Championships 2011.
- EuroBasket and FIBA America, FIBA Asia, FIBA Africa and FIBA Oceania Championships 2013.
- Other world sporting events –not necessarily basketball, from 2011 (America Cup, Shangai Tennis Open, etc.).
- Selection of friendly matches or tournaments of the participating teams in 2013 and 2014.

- Otros eventos deportivos de ámbito mundial –no necesariamente de baloncesto- a partir de 2011 (America's Cup, Open de Shangai de tenis, etc).

- Selección de partidos amistosos o torneos de los equipos participantes en 2013 y 2014.

- g) El desarrollo completo de este concepto, su implementación y posibilidades de explotación se detallan en el tomo III de nuestra candidatura dentro del espacio dedicado al **Legado**
- h) **Marketing callejero** - Gira mundial por las principales capitales donde un grupo de personas salen de la masa y se ponen a jugar al basket en el metro, en un cruce, en un Mercado... La gente se queda sorprendida y cuando acaban reciben un flash de la web donde deben entrar para conocer más sobre el Mundial.
- i) **Programas de cooperación** - Se repartirán elementos de imagen y merchandising oficial en todos los programas de cooperación internacional llevados a cabo por la Fundación Sociocultural de Baloncesto de la Federación Española (ej. Los proyectos en Marruecos o Israel/Palestina).

## "España - tierra de Basket", tótem de información en los principales aeropuertos del mundo

- j) **Publicidad de agencias de viaje** – la agencia de viajes oficial desarrollará campañas de publicidad en los países participantes con el fin de promocionar los productos asociados al MundoBasket 2014. Estos productos estarán en relación con el Plan de Hospitalidad (paquete turístico + hospitalidad en pabellones). El Plan de medios será aprobado por el JMB a través de sus propios mecanismos de control y seguimiento.
- k) **Tótem de información en los principales aeropuertos del mundo** – se ubicará un elemento publicitario con la campaña "España – tierra de Basket" un mes antes de los campeonatos del mundo de baloncesto de Turquía 2010, EuroBasket de Lituania 2011, MundoBasket Femenino de 2010, Campeonato de América 2011 y Preolímpico masculino y femenino de 2012.
- l) **Vuelta al mundo en globo** – Aventura de un globo aerostático con motivos de baloncesto; un reto que atrae público y medios de comunicación durante un largo tiempo siendo muy fácil de activar para los sponsors en cada una de las ciudades donde hace parada: Granada, Sevilla, Las Palmas de Gran Canaria, Buenos Aires, Sao Paulo, México DF, Miami, Nueva Cork, Toronto, Chicago, Los Ángeles, Tokio, Pekín, Moscú, Varsovia, Berlín, París, Londres, Bilbao y Madrid.
- m) **Ciclo de conferencias itinerantes**. En ciudades clave se organizarán jornadas de formación dirigidas a empresarios donde se ligue baloncesto, innovación y liderazgo.

## PROMOCIÓN NACIONAL

El objetivo del plan de promoción en España es INVADIR LA VIDA DIARIA DE LA GENTE, partiendo de las siguientes premisas:

- a) Dirigir los mensajes a crear un vínculo emocional con el evento (nadie puede perderse formar parte del MundoBasket 2014).
- b) Desarrollar acciones promocionales orientadas a distintos segmentos de público (instituciones, empresas, medios, familias, jóvenes, niños...) considerando la idiosincrasia española e integrando herramientas de marketing y medios de comunicación.
- c) Establecer alianzas fuertes y continuas con medios locales (ciudades sede), deportivos y nacionales.

Las principales acciones serán:

**Campaña de publicidad corporativa del MundoBasket 2014.** Se utilizarán como soportes los circuitos urbanos de las ciudades sede (vallas, marquesinas, paneles iluminados, banderolas) y se realizarán piezas de marketing viral (youtube, facebook, etc). Las campañas tendrán varias oleadas: un año antes del evento, dos semanas antes del inicio del proceso de preserva de entradas (Ticket Rally), dos semanas antes del inicio de la venta de entradas y desde dos semanas antes del inicio del campeonato hasta el final de éste.

**Expresa tus emociones/** Publicidad especial en ciudades sede: de marzo a septiembre de 2014, en colaboración con las instituciones locales. Se ubicarán pantallas de LED insertadas en lonas publicitarias de gran formato cubriendo edificios. Los aficionados podrán enviar mensajes apoyando el torneo y/o a los equipos participantes vía bluetooth. También se tematizarán con motivos de baloncesto las principales plazas de estas ciudades.

**El baloncesto invade los transportes;** sea cual sea el medio de transporte utilizado por las personas para desplazarse a sus centros de trabajo, se encontrarán con que todo está inundado de baloncesto. Se tematizarán **autobuses** con la imagen del MundoBasket 2014 y se realizarán intervenciones espontáneas para sorprender a los viajeros por parte de actores infiltrados entre los pasajeros disfrazados de árbitro, entrenador y jugadores, animadoras, etc. Con la colaboración de Renfe se tematizarán **trenes** de cercanías y larga distancia entre las ciudades sede y se organizará una presentación a medios de comunicación con un tren especial en el que viajarán autoridades y periodistas. Las **estaciones de metro** se decorarán con motivos del MundoBasket 2014, las más importantes de las ciudades sede alojarán el Museo FIBA MundoBasket y también se realizarán actuaciones en directo, programadas y comunicadas a través de radio y prensa gratuita. También se desarrollarán acuerdos con el colectivo de taxis de las sedes, incluyendo información del MundoBasket en su interior, y desrrollando una promoción n las fechas previas al campeonato que lleven un balón de baloncesto. El transporte aéreo no será ajeno



- g) The complete development of this concept, its implementation and exploitation opportunities are detailed in Volume III of our bid in the section entitled "Legacy".
- h) **Street marketing** – World tour through the main capital cities where a group of people will leave the crowd and start playing basketball in the Underground, crossroads, markets... The people will be surprised and when the match finishes they receive a flash from the web where they may enter to know more about the World Championship.
- i) **Cooperation programs** – Official merchandising and image items will be distributed in all the international cooperation programs carried out by the Sociocultural Basketball Foundation of the Spanish Federation (e.g.: Projects in Morocco or Israel/Palestine).

## "Spain - Land of Basketball", Information Totem pole in main world airports

- j) **Publicity in travel agencies** – The official publicity agency will develop publicity campaigns in the participating countries to promote the products associated to the 2014 WorldBasketball Championship. These products will be related to the Hospitality Plan (tourist pack + pavilion hospitality). The media plan will be approved by the JMB through its own control and follow-up mechanisms.
- k) **Information Totem pole in main world airports** – An advertising device with the "Spain – Land of Basketball" campaign will be set up a month before the 2010 World Basketball championships of Turkey, 2011 EuroBasketball Lithuania, 2010 Women's WorldBasketball Championship, 2011 American Championship and 2012 Pre-Olympic Men and Women's Championship.
- l) **Around the World in balloon** – Adventure involving an aerostatic balloon with basketball designs; a challenge calling people and media for a long time, easy for sponsors to implement in cities where it lands: Granada, Seville, Las Palmas de Gran Canaria, Buenos Aires, Sao Paulo, Mexico FD, Miami, New York, Toronto, Chicago, Los Angeles, Tokyo, Beijing, Moscow, Warsaw, Berlin, Paris, London, Bilbao and Madrid.
- m) **Cycle of Itinerant conferences.** Training seminars will be organized in key cities addressed to entrepreneurs linking basketball, innovation and leadership.

## NATIONAL PROMOTION

The purpose of the promotion plan in Spain is to INVADE PEOPLE'S DAILY LIFE starting from the following assumptions:

- a) direct the messages to create an emotional link with the event (nobody can miss being part of the 2014 WorldBasketball Championship)
- b) Develop promotions addressed to different sectors of the public (institutions, companies, media, families, young people, children...) considering the Spanish idiosyncrasy and including marketing and media tools.
- c) Establish strong and long-lasting links with local and national sporting media (venues),

The main actions will be:

**Corporate Publicity Campaign of the 2014 WorldBasketball Championship.** Urban circuits of the venues will be used as supports (fences, bus shelters, illuminated panels, pennants) and virtual marketing items will be created (Youtube, Facebook, etc.). The campaigns will have several waves: a year before the event, two weeks before starting the booking process (Ticket Rally), two weeks before starting ticket sales and two weeks before starting the championship, until its end.

**Express your emotions/** Special publicity in venues: from March to September 2014 together with the local institutions. LED screens will be inserted over large advertising frames and hung from buildings. Fans may send messages via Bluetooth supporting the tournament and/or the participant teams. The main squares of these cities will also be inundated with basketball topics.

**Basketball invades transport;** no matter the means of transport used by people to go to work, everything will be flooded with basketball. **Buses** will be illustrated by the 2014 WorldBasketball Championship image and spontaneous sketches will be performed by actors hidden among the passengers disguised as referees, coaches, players, cheerleaders, etc. to surprise the travellers. Renfe will implicate suburban and long distance **trains** between the venues and a presentation will be organized for the media with a special train where authorities and journalists will travel. **Underground stations** will be adorned with 2014 WorldBasketball Championship topics. The most important venues will house the FIBA Worldbasketball Championship Museum where live performances will be scheduled and broadcast via the radio and the free press. Moreover, agreements with taxi drivers at the venues will also be made to include information on the World Basketball Championship inside their vehicles and a promotion involving a ball for the dates prior to the championship. Air transport will not be ignored in this invasion. Information counters will be located in host airports and the FIBA WorldBasketball Museum will be displayed. Furthermore, if an airline is among the championship sponsors, publicity actions and performances will be carried out inside the aircraft and in the airline magazines.

**School Program** – School children and the academic environment, as a whole, cannot be left out of such a major



a esta invasión. Se ubicarán mostradores de información en los aeropuertos de las sedes, y se llevará el Museo FIBA MundoBasket. Además, si entre los sponsors del campeonato se encuentra una línea aérea, se realizarán acciones de publicidad y animaciones en el interior de los aviones y las publicaciones propias.

**Programa escolar** - Los escolares y el ámbito educativo no se pueden quedar al margen de la promoción de un evento de esta envergadura, entendemos el mundial como una oportunidad para presentar, promocionar y fomentar los beneficios del baloncesto entre los escolares de 6 a 18 años. Más concretamente, el MundoBasket tiene un especial interés porque es un vivo ejemplo de convivencia entre culturas, razas y nacionalidades que bien puede ser tema de análisis para los docentes y escolares.

**“The Global Basket Jam” recorrerá las ciudades sede durante los meses de mayo y junio de 2014**

Se llegará a un acuerdo con el Ministerio de Educación por el cual se organizará un programa interdisciplinar donde desde varias áreas se pueden tratar temas relacionados con el Mundial destacando el valor de la interculturalidad, la tolerancia y de los beneficios del baloncesto.

El proyecto tendrá varias vías de implementación: envío de materiales didácticos a los centros educativos y activación de un concurso mediante uso de tecnologías de la información y comunicación. Como premio especial se invitará a la clase ganadora a presenciar partidos del Mundial en la sede que se decida.

**Canción oficial del campeonato** – Se escogerá a un grupo o artista bien conocido para promocionar el tema oficial del campeonato. Esta iniciativa no es sólo un producto de promoción sino también una oportunidad para captar ingresos. Se

llegará a un acuerdo con una compañía discográfica, que incluirá: licencia de la canción como producto oficial del MundoBasket 2014, rueda de prensa de presentación del tema con el artista, distribución del single en radios, grabación de videoclip con dos versiones: una para su emisión en canales temáticos y programas musicales (40 principales, MTV, Sol, FlyMusic, VH1, VIVA...) y otra, más entroncada con el baloncesto, para ser emitida a modo de avances de programación en las cadenas de televisión oficiales del campeonato. El acuerdo incluirá también la presencia del artista en actos sociales del MundoBasket 2014 (ceremonia de inauguración o clausura, concierto especial en Basket Square). Por último, todos los beneficios derivados de la comercialización del single por los métodos tradicionales o descargas (canción, tonos de móvil) se repartirán entre la discográfica y el JMB.

**Museo de Leyendas del MundoBasket de FIBA** – Se recopilará una selección exclusiva de piezas únicas tales como galería fotográfica, trofeos de los Campeonatos del Mundo de baloncesto, equipaciones históricas, curiosidades (documentos, zapatillas, entrevistas, anécdotas), mascotas de los MundoBasket, etc. La exposición se llevará a los museos más importantes de las ciudades sede durante el primer trimestre de 2014 y en lugares especiales, como aeropuertos y zona VIP de la Fase Final del torneo. Las fechas y ubicaciones de esta exposición se comunicarán a través de las agendas culturales, Internet y medios colaboradores.

**Roadshow itinerante/ Basket Square (Fase final).** El recinto de “The Global Basket Jam” recorrerá las ciudades sede durante los meses de mayo y junio de 2014. Para la fase final, el recinto se ampliará y contará con dos partes diferenciadas: una zona abierta, con cuatro áreas temáticas (niños, participación, museo y streetbasket), y una zona reservada con asientos limitados a la que se accederá a través de invitaciones que repartirán los sponsors y los medios de comunicación asociados al evento. En esta zona reservada se desarrollará un espectáculo de música, danza y baloncesto, con efectos especiales de luz y sonido. El espectáculo será conducido por una pareja de presentadores



event. We understand the world championship as an opportunity to present, promote and foster the benefits of basketball among school children from 6 to 18 years old. More specifically, The WorldBasketball Championship has a special interest because it is a live example of good-fellowship between cultures, races, nationalities, something that could well be a subject for analysis by teachers and pupils.

An agreement with the Ministry of Education will be reached to organize an interdisciplinary program where, from different standpoints, matters related to the World Championship may be dealt with, highlighting the value of Interculturality, tolerance and benefits of basketball.

**“The Global Basket Jam” will tour the venues during May and June 2014**

This project will be implemented in different ways: delivery of didactic material to schools and launching a contest with data processing and communication technologies. A special prize would be to invite the winning class to attend world matches in the venue decided.

**Official Championship Song** – A well known group or singer will be chosen to promote the official song of the championship. This initiative is not only a promotion product but also an opportunity for income. An agreement will be reached with a record company, including: license for the song as an official product of the 2014 WorldBasketball Championship, a press conference to present the song, distribution of the single to radio channels, a video clip with two versions; one for theme and musical channels (40 principales, MTV, Sol, FlyMusic, VH1, VIVA, ...) and the other, closer to basketball, to be

broadcasted as advanced notices in the championship official television channels. The agreement will also include the presence of the singer in social events of the 2014 WorldBasketball Championship (opening and closing ceremony, special concert in Basket Square). Lastly, all the profits derived from the marketing of the single by traditional methods or downloads (songs, mobile tones) will be distributed between the record company and the JMB.

**FIBA World Basketball Championship Legends Museum** – A selection of unique items will be gathered, such as a photograph gallery, championship trophies of World Basketball Championships, historic equipment, curios (documents, shoes, interviews, anecdotes), WorldBasketball Championship mascots, etc.. During the first quarter of 2014, the exhibition will be taken to the most important museums of the venues and special places, like airports and the VIP zone at the Finals of the Tournament.. Dates and locations of this exhibition will be announced in cultural agendas, the Internet and supporting media.

**Itinerant Roadshow/ Basket Square (Final Stage).** The Global Basket Jam will tour the venues during May and June 2014. The stand will be extended for the final stage and count with two different parts: an open zone with four theme areas (children, participation, museum and street-basket) and a reserved area with a limited number of seats, for invitations only, to be distributed by sponsors and the supporting media. A show with music, dances and basketball will be performed in this reserved area, with special light and sound effects. The performance will be conducted by a pair of well known presenters, have a script and will finish with a mini-concert of a musical group (preferably, the singer of the Official WorldBasketball Championship song). News about the show will be provided through the communication campaigns of the sponsors and supporting media, urban publicity circuits and the Internet.



conocidos, contará con un guión y finalizará con un mini-concierto de un grupo musical (deseablemente, el intérprete de la canción oficial del MundoBasket. La comunicación del espectáculo se realizará a través de las campañas de comunicación de los sponsors y los medios colaboradores, los circuitos de publicidad urbanos e Internet.

**Acuerdos y promociones con los medios de comunicación.** Para conseguir máxima difusión y publicidad no pagada se desarrollarán distintas actuaciones con los medios de comunicación.

**Se producirá una serie de televisión dirigida a adolescentes con temática de baloncesto**

Un partner esencial será la **televisión oficial** que retransmita los partidos en España. Se desarrollarán acciones en dos sentidos: dirigidas al público en general y al aficionado a los deportes. Como acciones dirigidas al público en general, se tratará de hacer un programa espectáculo semanal, basado en que figuras del baloncesto retiradas entrenan a famosos para conseguir el mejor equipo. El equipo ganador obtiene un premio en metálico que se entregará a una ONG. La idea es realizar tres ediciones del concurso (2012, 2013 y 2014). Otra opción es la producción de una serie de televisión dirigida a adolescentes cuya temática gire en torno al baloncesto. También se infiltrarán contenidos del MundoBasket 2014 en la programación habitual de la cadena – invitados en programas de entretenimiento, concursos, etc.

La involucración de la cadena debe ser total. Así, los presentadores emblemáticos grabarán un vídeo, en el que se mezclarán con artistas famosos y deportistas promocionando la retransmisión del MundoBasket. Estos vídeos se emitirán coincidiendo con importantes fechas (“dos años para”, “un año para”, “quedan 100 días”). También se producirán programas deportivos específicos para el evento.

Por último, la cadena deberá asegurar un número específico de avances de programación a partir de junio de 2014, protagonizados por el intérprete de la canción oficial. El número de GRPs contratado con la cadena se incluirá en el paquete de patrocinio del Presenting Sponsor.

La **prensa escrita** será uno de los principales canales de comunicación del evento. Por ello, se llegará a acuerdos con los principales diarios deportivos nacionales para hacer promociones de merchandising, concursos para conseguir entradas o pases VIP. También se trabajará con medios locales y ediciones locales de los principales diarios con el mismo fin. Por otro lado, se utilizará la prensa gratuita, en sus ediciones locales de las ciudades sede para hacer sorteos y acciones de marketing experiencial (por ejemplo, un repartidor vestido de jugador en puntos clave).

La **radio** será fundamental para dar difusión al roadshow del “The Global Basket Jam” y el Basket Square. Se llegará a un acuerdo con una de las principales cadenas de música como “Cadena oficial” del roadshow para la organización de los conciertos, contratación de artistas y cobertura informativa, ya que se realizarán programas en directo desde el recinto. Asimismo, será un medio importantísimo para la popularización de la canción oficial.

**INTERNET & NUEVAS TECNOLOGÍAS**

El cambio de los hábitos de consumo de la información nos obliga a dedicar una parte importante de los esfuerzos promocionales en las nuevas tecnologías. Internet, marketing móvil y todos los avances que puedan tener lugar de aquí a 2014 se utilizarán como herramientas para enganchar al público al evento antes del mismo y para dar servicio durante el Campeonato.

Desde 2010 estará funcionando un **microsite** en el que se encontrará información detallada e inmediata de cada



**Agreements and Promotions with the Media.** To achieve maximum circulation and free publicity, different initiatives will be developed with the media.

The official television channel will be a fundamental **partner broadcasting** the games. Two-fold initiatives will be developed: addressed to the public at large and to sports fans. In the former case, a weekly show will be produced, centred on retired basketball players who train celebrities to obtain the best team. The winning team will be awarded a cash prize to be given to an NGO. The idea is to present three editions of the contest (2012, 2013 and 2014). Another option is the production of a television series addressed to teenagers whose subject is centred on basketball. 2014 WorldBasketball Championship contents will also be infiltrated into the normal channel programmes –guests in entertainment programmes, contests, etc.

### Television series addressed to teenagers themed on basketball

Channel involvement should be total. Therefore, the emblematic presenters will record a video where famous artists and sports celebrities mix to promote the WorldBasketball Championship Broadcast. These videos will be broadcast coinciding with important dates (“two years to”, “one year to”, 100 days left”). Also specific sports programmes will be produced for the event.

Finally, the channel should assure a specific number of advance notices as from June 2014 highlighting the singer of the official song. The number of GPRs contracted with the channel will be included in the Presenting Sponsor’s Pack.

The **written press** will be one of the main communication channels for the event. For this purpose, agreements will

be reached with the main national sports dailies to implement merchandising promotions, contests to get tickets or VIP passes. Local media and issues of the main dailies will also be included for the same purpose. On the other hand, free press will be resorted to in local issues of the venues to launch raffles and live marketing actions (for example, a delivery man dressed as a player in key points).

**Radio** will be essential to circulate the roadshow “The Global Basket Jam” and “The Basket Square”. An agreement will be reached with one of the main musical channels as the “official channel” of the roadshow for organisation of concerts, contracting singers and news coverage, since live programmes will be produced on the stand. Likewise, there will be an important instrument to make the official song popular.

## THE INTERNET AND THE NEW TECHNOLOGIES

The change of information consumption habits obliges us to dedicate a great part of promotional efforts to new technologies. The Internet, mobile telephone marketing and all the advances that may take place from now until 2014 will be used as tools to lure the public to the event before it occurs and to give a service during the Championship.

From 2010, a **minisite** will be operating, where detailed and immediate information will be found for each one of the achievements in each organization area. **Last generation 2.0 web technology** will be used allowing the user to become a part of the contents. **Information in real time will be offered of each and everyone of the promotions**, events, agreements, inside and outside Spain and games will be included serving as a reference for the creation of communities and aiding understanding of commitment to the future.

<b>GASTOS JMB</b>		<b>12.407.600 €</b>	
<b>1. ADMINISTRACIÓN &amp; SERVICIOS CORPORATIVOS</b>	<b>1.497.600 €</b>	TICKET SYSTEM & OPERATIONS	300.000 €
<b>RECURSOS HUMANOS ESTRUCTURA</b>	<b>894.000 €</b>	PRODUCTION & LANYARDS	30.000 €
DIRECTOR MARKETING	384.000 €	<b>PRODUCCIÓN TV</b>	<b>100.000 €</b>
SENIOR ACCOUNT MANAGER	180.000 €	TV HOST BROADCASTER SERVICES	
JUNIOR ACCOUNT MANAGER	120.000 €	(INCLUIDO CESIÓN DCHOS TV)	100.000 €
DIRECTOR PROMOCIÓN EVENTO	210.000 €	<b>3. MARKETING &amp; COMUNICACIÓN</b>	<b>7.250.000 €</b>
<b>ADMINISTRACIÓN GENERAL JMB</b>	<b>603.600 €</b>	<b>COMUNICACIÓN &amp; PROMOCIÓN</b>	<b>4.200.000 €</b>
OFICINAS LOC	30.000 €	CAMPAÑAS PRENSA	400.000 €
SEGURO CELEBRACIÓN EVENTO	250.000 €	INVASIÓN TRANSPORTES	300.000 €
ALOJAMIENTO ESTRUCTURA ORGANIZACIÓN	96.000 €	CAMPAÑAS CORPORATIVAS	150.000 €
GASTOS DE VIAJE ESTRUCTURA ORGANIZACIÓN	96.000 €	PUBLICIDAD ESPECIAL EN CIUDADES	200.000 €
SERVICIOS POSTALES Y MENSAJERÍA	4.800 €	GRABACIÓN VÍDEO CANCIÓN OFICIAL	45.000 €
IMPUTACIÓN GASTOS GENERALES FEB		MUSEO LEYENDAS	80.000 €
(TELÉFONO, MAT. OFICINA, ETC)	24.000 €	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	1.500.000 €
DESPLAZAMIENTOS VEHÍCULOS - LOCOMOCIONES	24.000 €	VÍDEO CORPORATIVO TV	25.000 €
GASTOS FINANCIEROS	50.000 €	CAMPAÑA AVANCES PROGRAMACIÓN TV	500.000 €
GASTOS DE MANUTENCIÓN ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	28.800 €	WEBSITE EVENTO	50.000, €
<b>2. OPERACIONES DEL EVENTO</b>	<b>960.000 €</b>	INTERNET /MOBILE MK	500.000 €
<b>IMAGEN CAMPEONATO (DISEÑO &amp; PRODUCCIÓN)</b>	<b>310.000 €</b>	MERCHANDISING	250.000 €
DISEÑO LOGOS E IMAGEN MUNDOBASKET	40.000 €	GUEST EXPENSES INTERNATIONAL ACTIVATION	250.000 €
MASCOT & DESIGN & PROMOTION	60.000 €	<b>PROTOCOLO &amp; SERVICIOS RRPP</b>	<b>1.850.000 €</b>
VINILOS Y TRASERAS	15.000 €	ACTIVIDADES RRPP	500.000 €
BUS / CARS BRANDING	15.000 €	VIP HOSPITALITY PALCOS	1.150.000 €
HOTEL LOOK	30.000 €	ATENCIÓN PATROCINADORES	200.000 €
DISPLAY RESULTADOS	7.000 €	<b>OTROS CONCEPTOS</b>	<b>1.200.000 €</b>
BANDERAS Y ASTAS	25.000 €	COMISIÓN CAPTACIÓN PATROCINIOS	1.200.000 €
BACKDROP PRENSA	30.000 €	<b>4. EVENTOS Y ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS</b>	<b>2.750.000€</b>
ZONA MIXTA	18.000 €	<b>EVENTOS Y ACTIVIDADES SOCIALES Y CULTURALES</b>	<b>2.750.000 €</b>
MUPPIS, POSTERS (CIUDADES, AEROPUERTOS)	30.000 €	BASKET SQUARE	2.200.000 €
PRODUCCIÓN CARTELERÍA Y POSTERS	40.000 €	EVENTOS CULTURALES/ ROADSHOW	500.000 €
<b>ACREDITACIONES &amp; TICKETING &amp; CONTROL DE ACCESOS</b>	<b>550.000 €</b>		
ACREDITATION SYSTEM	220.000 €		

uno de los logros en cada área de la organización. Se utilizará **tecnología de última generación web 2.0** que permite al usuario formar parte de los contenidos. Se ofrecerá **información en tiempo real de todas y cada una de las promociones**, eventos, acuerdos, dentro y fuera de España y se incorporarán juegos que sirvan como referente para la creación de comunidades y que ayuden a comprender el compromiso de futuro. Asimismo, habrá un apartado de **televisión por Internet** con contenidos de la actuación del campeonato mundial en cada una de las áreas: reposiciones de acciones de below llevadas a cabo, roadshows, centros comerciales, universidades... y cómo no, en el microsite se informará de las **últimas novedades deportivas**, sociales y culturales relacionadas con el evento. (fases de clasificación, torneos preliminares, link a fiba.com, feb.es, y cualquier otra información de interés relacionada.

Dentro de este panorama en el que el poder de la comunicación ya no está en la marca sino en los usuarios, se prestará especial atención al trabajo de bloggers y prescriptores en redes sociales como Twitter, Facebook, Tuenti o Myspace.

## OPORTUNIDADES DE RR.PP.

Se aprovecharán todas aquellas ocasiones en las que tengamos excusas comunicables para que el MundoBasket tenga presencia en los medios de comunicación. Así, las fechas clave y días especiales relacionados con el campeonato serán comunicados y aprovechados como claves promocionales. Algunos de los temas más importantes en este apartado serán:

- Salida de la Selección Española a los JJ.OO. de Londres 2012,
- Etapas del proceso de reserva y venta de entradas (Ticket Rally)
- Inauguraciones de las instalaciones en las sedes creación y presentación pública de la mascota
- Sorteo del MundoBasket 2014
- Presentación del entrenador y jugadores seleccionados para jugar MB

Se utilizará tecnología de última generación web 2.0

<b>EXPENSES JMB</b>		<b>12.407.600 €</b>	
<b>1. ADMINISTRATION &amp; CORPORATES SERVICES</b>	<b>1.497.600 €</b>	TICKET SYSTEM & OPERATIONS	300.000 €
<b>HUMAN RESOURCES - ESTRUCTURE</b>	<b>894.000 €</b>	PRODUCTION & LANYARDS	30.000 €
MARKETING MANAGER	384.000 €	<b>PRODUCTION TV</b>	<b>100.000 €</b>
SENIOR ACCOUNT MANAGER	180.000 €	TV HOST BROADCASTER SERVICES	
JUNIOR ACCOUNT MANAGER	120.000 €	(INCLUDED SURRENDER TV RIGHTS)	100.000 €
EVENT PROMOTION DIRECTOR	210.000 €		
<b>ADMINISTRACIÓN GENERAL JMB</b>	<b>603.600 €</b>	<b>3. MARKETING &amp; COMMUNICATION</b>	<b>7.250.000 €</b>
LOC OFFICES	30.000 €	COMUNICACION & PROMOTION	<b>4.200.000 €</b>
EVENT INSURANCE	250.000 €	ADVERTISING CAMPAIGN	400.000 €
LODGING ORGANIZATION STRUCTURE	96.000 €	TRANSPORTATION INVASION	300.000 €
TRAVEL EXPENSES ORGANIZATION STRUCTURE	96.000 €	CORPORATE CAMPAIGNS	150.000 €
POSTAL SERVICES AND MESSAGING	4.800 €	SPECIAL CITY ADVERTISING	200.000 €
FEB GENERAL EXPENSES		OFICIAL SONG VIDEO RECORDING	45.000 €
(TELEPHONE, OFFICE MATERIAL, ETC)	24.000 €	MUSEUM	80.000 €
VEHICLES - TRANSPORTATION	24.000 €	INTERNATIONAL PROMOTION	1.500.000 €
FINANCIAL EXPENSES	50.000 €	CORPORATE TV VIDEO	25.000 €
MAINTENANCE EXPENSES ORGANIZATIONAL STRUCTURE	28.800 €	TV ADVANCE CAMPAIGN	500.000 €
<b>2. EVENT OPERATIONS</b>	<b>960.000 €</b>	EVENT WEBSITE	50.000, €
<b>ICHAMPIONSHIP IMAGE (I DESIGN &amp; PRODUCTION)</b>	<b>310.000 €</b>	INTERNET /MOBILE MK	500.000 €
WORLD CHAMPIONSHIP LOGO AND IMAGE DESIGN	40.000 €	MERCHANDISING	250.000 €
MASCOT & DESIGN & PROMOTION	60.000 €	GUEST EXPENSES INTERNATIONAL ACTIVATION	250.000 €
VINYLS AND BACK	15.000 €	<b>CONVENTION &amp; SERVICES RRPP</b>	<b>1.850.000 €</b>
BUS / CARS BRANDING	15.000 €	PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES	500.000 €
HOTEL LOOK	30.000 €	VIP HOSPITALITY PALCOS	1.150.000 €
SCORES DISPLAY	7.000 €	SPONSORSHIPS	200.000 €
FLAGS AND POLES	25.000 €	<b>OTROS CONCEPTOS</b>	<b>1.200.000 €</b>
BACKDROP PRESS	30.000 €	COMMISSION SPONSORSHIP	1.200.000 €
MIXED AREA	18.000 €		
MUPPIS, POSTERS (CITIES, AIRPORTS)	30.000 €	<b>4. EVENTS &amp; ADDITIONALLY ACTIVITIES</b>	<b>2.750.000€</b>
CHARTS AND POSTERS PRODUCTION	40.000 €	EVENTS & CULTURAL-SOCIAL ACTIVITIES	<b>2.750.000 €</b>
<b>ACREDITATION &amp; TICKETING &amp; ACCESS CONTROL</b>	<b>550.000 €</b>	BASKET SQUARE	2.200.000 €
ACREDITATION SYSTEM	220.000 €	EVENTOS CULTURALES/ ROADSHOW	500.000 €

Likewise, there will be an **Internet televisión** section with contents of the World Championship performance in each one of the areas: replays of below actions, roadshows, shopping centres, universities... and of course, there will be **information of the last sports**, social and cultural events (classification stages, preliminary tournaments, link to fiba.com, feb.es and any other related information).

**Last generation 2.0 web technology will be used**

Within this scenario where the power of communication is no longer in the brand but in the users, special attention will be paid to the work of bloggers and subscribers in social networks like Twitter, Facebook, Tuenti or MySpace.

## PR OPPORTUNITIES

Every occasion will be taken advantage of to make the WorldBasketball Championship present in the media.

Therefore, the key dates and special days related to the championship will be communicated and exploited as promotional keys. Some of the most important matters are:

- Departure of the Spanish Selection for the 2012 Olympic Games in London, reservation stages and ticket rally.
- Opening of venue facilities
- Creation and public presentation of the mascot.
- 2014 World Basketball Championship Raffle
- Presentation of the Coach and selected Players to play in MB.

### 2014 WorldBasketball Championship Friends' Club -

Experience shows that among basketball fans there are important celebrities from the world of politics, business, sports, cinema, television, culture... We will create a WorldBasketball Championship Friends' Club where these people will be spokespersons and prescriptors of our basic values before public opinion. Their support of the championship will be used in Internet presentations and communications, making the WorldBasketball Championship Friends' Club one of the basic components in the construction of the social network strategy.





	TABLA-RESUMEN DE GASTOS DEL JMB												CRONOGRAMA DEL PLAN DE PROMOCIÓN													
	2010				2011				2012				2013				2014									
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	
<b>INTERNATIONAL PROMOTION</b>																										
INSTITUTIONAL TOUR																										
INSTITUTIONAL CAMPAIGN																										
INTERNATIONAL TOURISM FAIRS																										
FIBA EVENTS																										
GLOBAL BASKET JAM																										
STREET MARKETING																										
COOPERATION PROGRAMS																										
TRAVEL AGENCIES ADVERTISING																										
INTERNATIONAL AIRPORTS TOTEM																										
AIR BALLOON TOUR AROUND THE WORLD																										
CYCLE OF ITINERANT CONFERENCES																										
<b>NATIONAL PROMOTION</b>																										
TICKET RALLY																										
INSTITUTIONAL CAMPAIGNS																										
VENUE SPECIAL ADVERTISING																										
TRANSPORTATION INVASION																										
SCHOOL PROGRAM																										
OFFICIAL SONG																										
LEGENDS MUSEUM																										
ROADSHOW / BASKET SQUARE																										
TV PROGRAMS																										
WORLD CHAMPIONSHIP CORPORATE VIDEO																										
PROGRAMMING ADVANCES																										
PRESS MERCHANDISING PROMOTION																										
ROAD SHOW PRESS PROMOTION																										
LOCAL AND FREE PRESS ACTIONS																										
RADIO - ROAD SHOW PROMOTION																										
SPONSORSHIP STIMULATION																										
<b>INTERNET</b>																										
MICRO WEBSITE																										
SOCIAL NETS																										
EVENT WEBSITE																										
<b>PRESENTATIONS AND PUBLIC RELATIONS.</b>																										
PRESENTATIONS AND OFFICIAL STATEMENTS																										
WORLD CHAMPIONSHIP FRIENDS CLUB																										

## PROMOTION BY SPONSOR'S ACTIVATION

According to that laid down in the sponsorship strategy, one of the criteria to select sponsors within a product category will be the activation plan; extra investment in official products and promotion. Sponsor proactivity will be valued to optimise the impact of acquired marketing rights and we will work with them so that their campaigns and initiatives obey the WorldBasketball Championship communication strategy and its essential values. All the sponsor activation

proposals should be previously authorised by the JMB and everything possible will be done to create synergy among sponsors to foster crossed marketing actions.

Sponsor proactivity will be valued





**15 PLAN DE PROTOCOLO,  
HOSPITALITY, VIP, CATERING**

**15 PROTOCOL, HOSPITALITY,  
VIP AND CATERING PLAN**



## FUNCIONES DEL EQUIPO DE PROTOCOLO

Las tareas fundamentales de preparación, planificación y ejecución de los actos del Mundobasket 2014 consistirán en:

- **Coordinación con el plan de marketing.**
- **Coordinación con el plan de comunicación.**
- **Coordinación con el departamento de acreditaciones.**
- **Coordinación con los departamentos de transportes, operaciones y seguridad.**
- **Coordinación con el departamento de seguridad:**
  - Conocimiento del plan de seguridad del Mundobasket
  - Colaboración con los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado
  - Operativo especial acreditaciones para determinados grupos invitados
- **Cronograma detallado de actividades.**
- **Desarrollo de programa.**
- **Elaboración de bases de datos.**
- **Precedencias generales:**
  - Autoridades deportivas:
    - Nacionales.
    - Internacionales.
  - Autoridades civiles:
    - Autoridades del Estado.
    - Autoridades Autonómicas.
    - Autoridades Provinciales.
    - Autoridades locales.
  - Patrocinadores:
    - FEB.
    - FIBA.
    - MundoBasket '2014.
- **Uso de símbolos, banderas e himnos en los actos.**
- **Tratamiento de los invitados y atenciones protocolarias:**
  - Protocolo de autoridades civiles y deportivas.
  - Protocolo de patrocinadores.
  - Ordenación de instituciones.

- Protocolo de colaboradores.
- Protocolo de invitados generales.

- **Gestión de protocolo con autoridades civiles:**

- Contacto con los departamentos de protocolo de las autoridades estatales, autonómicas y locales.
- Gestión de protocolo con los representantes en sedes.
- Creación y mantenimiento de la base de datos con todos los puntos de interés.

- **Gestión de peticiones y/o necesidades de los altos cargos en coordinación con el departamento de operaciones.**

- Confirmaciones de asistencia-seguimiento de invitados.
- Conocimiento del dispositivo de parking para los coches oficiales.
- Tratamiento de escoltas y conductores.

El plan de protocolo define todo tipo de tratamiento y atenciones para los diferentes miembros y grupos relevantes

- **Acciones formativas: formación de voluntarios.**
- **Operativo de recibimiento de delegaciones, árbitros, VIP's y autoridades civiles y deportivas:**
  - Punto de información y encuentro en aeropuerto y/o estación de tren.
  - Welcome Desk en hoteles.
  - Cartas de bienvenida y detalles de cortesía en habitaciones.
- **Necesidades medios materiales:**
  - Banderas e himnos.
  - Lugar de trabajo en los distintos pabellones y sala de almacenaje para todos aquellos elementos necesarios.
  - Comunicaciones internas.
  - Documentación:
    1. Invitaciones.
    2. Notas de protocolo.



## COMPETENCIES OF THE PROTOCOL TEAM

The basic tasks of preparation, planning and execution of the 2014 WorldBasketball Championships events will include:

- **Coordination with the marketing plan.**
- **Coordination with the communications plan.**
- **Coordination with the accreditation department.**
- **Coordination with the transport, operation and security departments.**
- **Coordination with the security department:**
  - Knowledge of the WorldBasketball Championship security plan.
  - Collaboration with the Police Force.
  - Special accreditation police operation for specific guest groups
- **Detailed timing diagram of activities.**
- **Programme development.**
- **Database preparation.**
- **General priorities:**
  - Sports Authorities:
    - National.
    - International.
  - Civil Authorities:
    - State authorities.
    - Autonomic authorities.
    - Provincial authorities.
    - Local authorities.
  - Sponsors:
    - FEB
    - FIBA
    - 2014 WorldBasketball Championship.
- **Use of symbols, flags and anthems in events.**
- **Treatment of guests and protocolar attentions:**
  - Protocol for civil and sports authorities.
  - Protocol for sponsors
  - Institution arrangement

- Protocol for collaborators.
- Protocol for general guests.
- **Protocol management with civil authorities.**
  - Contact with the protocol departments of state, autonomic and local authorities.
  - Protocol management with venue representatives.
  - Creation and maintenance of a database for all reference points.
- **Management of requests and/or needs of senior officials in coordination with the operations department.**
  - Confirmations of guest attendance/follow-up.
  - Knowledge of parking system for official vehicles.
  - Escort and driver management.

The protocol plan defines all kind of treatment and attentions to diferente members and prominent groups

- **Training actions: volunteer training.**
- **Reception plan for delegations, referees, VIPs and civil and sports authorities.**
  - Information and meeting point in airport and/or train stations.
  - Welcome Desk in hotels.
  - Welcome letters and courtesy details in rooms.
- **Material requirements.**
  - Flags and anthems.
  - Working place in the different pavilions and storage room for all necessary items.
  - Internal communications.
  - Documentation.
    1. Invitations.
    2. Protocol notes.
    3. Information letters
    4. Large cards.
    5. Salutations

3. Cartas informativas.
4. Tarjetones.
5. Saludas.
6. Listados de invitados.
7. Programas y cronogramas.
8. Acreditaciones y tarjetas parking.
9. Escritos a autoridades y a Casa Real.
10. Planos de sedes con movimientos y recorridos de los distintos colectivos de invitados.
11. Dossieres de protocolo de cada una de las sedes. Uniformidad.

- **Atención de Welcome Desk VIP situado en los distintos pabellones de cada una de las sedes.**
- **Tratamiento de palcos en los pabellones:**
  - Tratamiento del anfitrión.
  - Recibimiento.
  - Antepalco
  - Ubicación
  - Banderas
  - Despedida
  - Atención a la limpieza del palco
- **Preparación de los actos sociales que se desarrollaron en las sedes:**
  - VIP's
  - FIBA
  - Federaciones Nacionales y Territoriales

## SERVICIO DE CATERING

A continuación reflejamos de forma orientativa los precios de cada menú según los distintos grupos de clientes. El presupuesto incluye los siguientes aspectos:

- Gastronomía
- Personal de servicio: camareros, cocineros, montaje y desmontaje
- Transporte
- Vajilla, cubertería, mantelería, etc
- Coordinación general

- Montaje de carpa exterior con generador eléctrico (otra partida)

ESPACIOS	PAX	CAMAREROS	OPEN BAR DIARIO	MENU EN CARPA REFUERZOS
SALA FIBA	350	5-7	20€	50-60€/PERS
SALA VVIP	150	4-8		80-100€/PERS
SALA ANTEPALCO	25	2	20€	60-70€/PERS
SALA PALCOS CRISTAL	40	4	20€	60-70€/PERS
PALCOS PEQUEÑOS	20	2	20€	60-70€/PERS
PATROCINADOR A	150	5-8	20€	70-80€/PERS
PATROCINADOR B	150	5-8	20€	75-90 €/PERS
CARPA MVP EXTERIOR	1500	35-60	20€	60-70€/PERS

## CEREMONIAS

Las ceremonias serán un claro reflejo del concepto del Mundial 2014, y de su visión "Un Mundial para todos" y serán una oportunidad única de divulgar la cultura hispánica y mediterránea.

Durante la Ceremonia de Inauguración del Mundial se prestará especial atención a la presencia de los jugadores, realizándose de una forma original y ágil.

Asimismo la inauguración será difundida a través de Internet, con la creación de un foro en el cual los internautas podrán disfrutar de los momentos más importantes de la misma, y de lo que está sucediendo en las distintas ciudades.

La Ceremonia de Clausura será de menor duración y servirá para entregar las medallas.

La producción de las ceremonias tendrá como objetivo que pueda disfrutarse y ser entendida por personas de las diferentes culturas del mundo.

La cena de Apertura/ Bienvenida se realizará en cada sede y tendrá un presupuesto medio entre los 90-100€ por persona.



- 6. Guest lists.
- 7. Programmes and timing diagrams.
- 8. Accreditations and parking cards.
- 9. Messages to authorities and Royal Family.
- 10. Venue plans with displacements and tours of the different guest groups.
- 11. Protocol dossiers for each one of the venues.

Homogeneity.

- **Welcome Desk VIP attention located in the different pavilions of each venue.**
- **Management of boxes in pavilions.**
  - Host management.
  - Reception.
  - Outer box
  - Location.
  - Flags
  - Farewell
  - Box cleaning care.
- **Preparation of social events to be developed in the venues:**
  - VIPs
  - FIBA
  - National and territorial federations.

## CATERING SERVICE

Approximate prices for each menu according to the different customer groups are shown below. The budget includes the following:

- Gastronomy
- Service personnel: waiters, cooks, assembly and dismantling.
- Transport
- Crockery, knives and forks, table clothes, etc.
- General coordination.
- Assembly of marquee with electric power unit (other item).

ESPACIOS	PAX	CAMAREROS	OPEN BAR DIARIO	MENU EN CARPA REFUERZOS
SALA FIBA	350	5-7	20€	50-60€/PERS
SALA VVIP	150	4-8		80-100€/PERS
SALA ANTEPALCO	25	2	20€	60-70€/PERS
SALA PALCOS CRISTAL	40	4	20€	60-70€/PERS
PALCOS PEQUEÑOS	20	2	20€	60-70€/PERS
PATROCINADOR A	150	5-8	20€	70-80€/PERS
PATROCINADOR B	150	5-8	20€	75-90 €/PERS
CARPA MVP EXTERIOR	1500	35-60	20€	60-70€/PERS

## CEREMONIES

The Ceremonies will clearly reflect the concept of the Spanish 2014 World Championship – the vision “A World Championship for everyone” and will be a milestone in promoting Hispanic and Mediterranean cultures.

The Opening Ceremony will pay special attention to the players’ participation and will be completed in an original and rapid manner.

The Opening Ceremony will also be featured on the Internet, where a forum will be created for all surfers so that they can enjoy the most important moments of the Ceremony and what is happening in the different cities at any moment.

The Closing Ceremony will be shorter than the Opening and will serve to award medals.

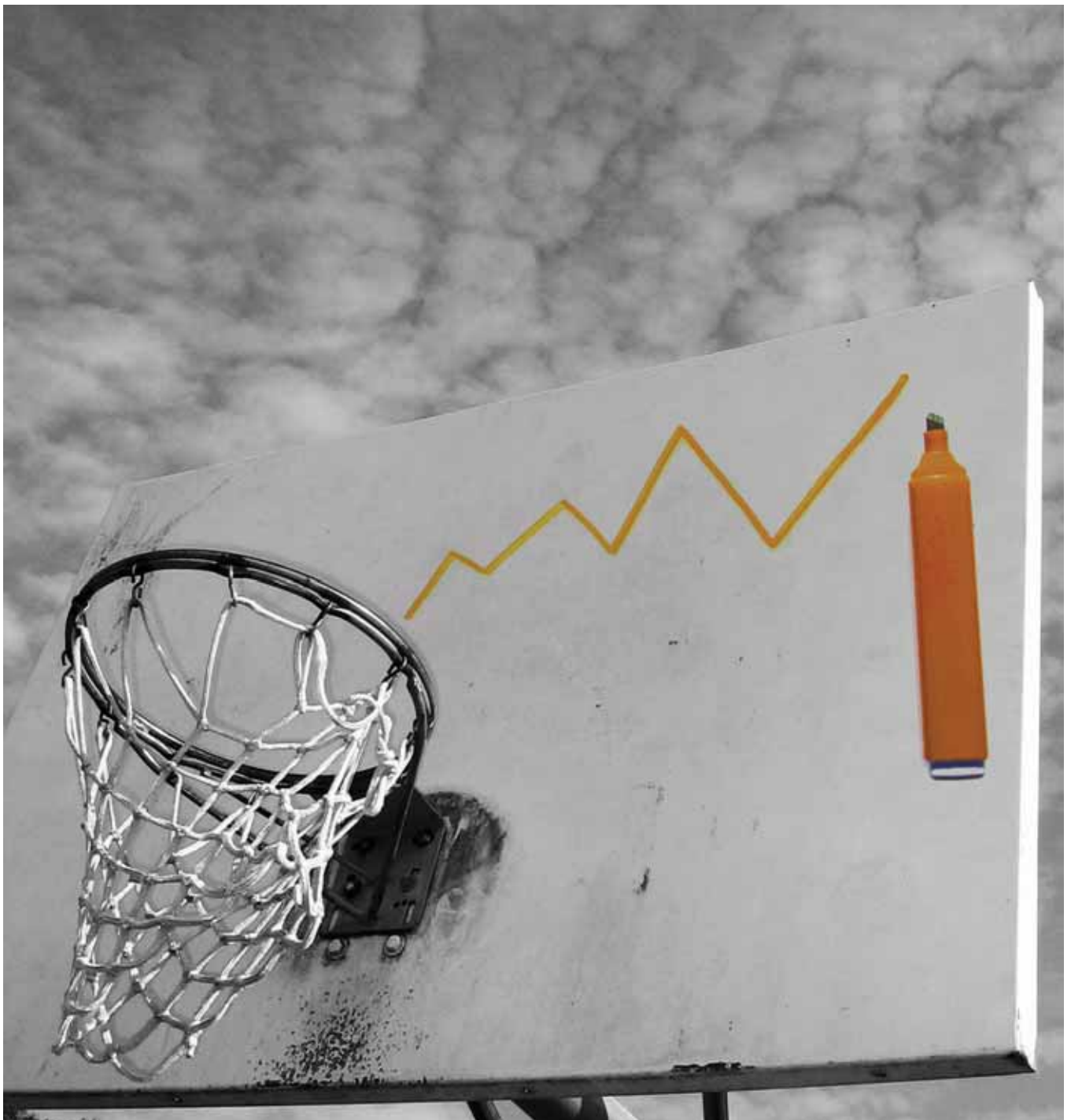
The production will also focus on being easily understood and appreciated by different cultures.

The Opening/Welcome dinner will take place in each venue with an average budget of 90-100 euros a person.









**16 PLAN ECONÓMICO**

**16 FINANCIAL PLAN**

<b>BUDGET CHAMPIONSHIP 2014</b>		<b>BUDGET</b>
<b>SURPLUS</b>		<b>6.587.665 €</b>
<b>INCOMES</b>		<b>24.121.200 €</b>
<b>EXPENSES</b>		<b>17.533.535 €</b>
<b>INCOMES</b>		<b>24.121.200 €</b>
<b>INCOMES VENUES (FEE)</b>		<b>11.850.000 €</b>
VENUE FINAL ROUND MADRID		3.250.000 €
VENUE PRELIMINARY ROUND ESPAÑA (GRANADA)		2.500.000 €
VENUE PRELIMINARY ROUND USA		2.500.000 €
VENUE PRELIMINARY ROUND CANARIAS - SEVILLA		1.800.000 €
VENUE PRELIMINARY ROUND BILBAO		1.800.000 €
<b>INCOMES VENUES (ORGANIZATION COSTS)</b>		<b>6.500.000 €</b>
VENUE FINAL ROUND MADRID		2.500.000 €
VENUE PRELIMINARY ROUND ESPAÑA (GRANADA)		1.000.000 €
VENUE PRELIMINARY ROUND USA		1.000.000 €
VENUE PRELIMINARY ROUND CANARIAS - SEVILLA		1.000.000 €
VENUE PRELIMINARY ROUND BILBAO		1.000.000 €
<b>RUNNING COMMERCIAL RIGHTS &amp; SPONSORS</b>		<b>5.771.200 €</b>
<b>SPONSORS &amp; SPONSORSHIP</b>		
PROFIT JMB (50%)		5.571.200 €
		<b>5.571.200 €</b>
<b>OTHERS INCOMES</b>		
ACCOMMODATION FEE - TEAMS		200.000 €
		<b>200.000 €</b>

<b>INFRASTRUCTURE BUDGET</b>	
<b>DIRECT INVESTMENTS</b>	<b>314.000.000 €</b>
MADRID ARENA (NEW CONSTRUCTION)	120.000.000 €
SEVILLA ARENA (NEW CONSTRUCTION)	90.000.000 €
CANARIAS ARENA (NEW CONSTRUCTION)	80.000.000 €
GRANADA ARENA (REMODELING)	24.000.000 €
<b>INDIRECT INVESTMENTS</b>	<b>90.000.000 €</b>
<b>INFRASTRUCTURES AND ENTRANCES IMPROVEMENTS</b>	
MADRID ARENA	30.000.000 €
SEVILLA ARENA	20.000.000 €
CANARIAS ARENA	20.000.000 €
BILBAO ARENA	10.000.000 €
GRANADA ARENA	10.000.000 €

<b>BUDGET PROGRAMS 2010-2014</b>	
<b>SURPLUS - PROGRAMS</b>	<b>- €</b>
<b>INCOMES - PROGRAMS</b>	<b>10.000.000 €</b>
<b>EXPENSES - PROGRAMS</b>	<b>10.000.000 €</b>
<b>INCOMES</b>	
SPORTS PROGAMS	6.000.000 €
SOCIALS PROGRAMS	500.000 €
HEALTH PROGRAMS	300.000 €
CULTURALS PROGRAMS	200.000 €
WELCOME PROGRAMS	2.000.000 €
ENVIROMENTAL PROYECTS	500.000 €
INSTITUCIONAL PROYECTS	500.000 €

<b>BUDGET PROGRAMS 2010-2014</b>	
<b>SURPLUS - PROGRAMS</b>	<b>- €</b>
<b>INCOMES - PROGRAMS</b>	<b>10.000.000 €</b>
<b>EXPENSES - PROGRAMS</b>	<b>10.000.000 €</b>
<b>EXPENSES</b>	
SPORTS PROGAMS	6.000.000 €
SOCIALS PROGRAMS	500.000 €
HEALTH PROGRAMS	300.000 €
CULTURALS PROGRAMS	200.000 €
WELCOME PROGRAMS	2.000.000 €
ENVIROMENTAL PROYECTS	500.000 €
INSTITUCIONAL PROYECTS	500.000 €

<b>BUDGET CHAMPIONSHIP 2014</b>		<b>BUDGET</b>
<b>SURPLUS</b>		<b>6.587.665 €</b>
<b>INCOMES</b>		<b>24.121.200 €</b>
<b>EXPENSES</b>		<b>17.533.535 €</b>
<b>EXPENSES</b>		<b>17.533.535 €</b>
<b>ESTRUCTURE EXPENSES CHAMPIONSHIP</b>		<b>10.788.825 €</b>
<b>CANDIDATURE EXPENSES CHAMPIONSHIP</b>		<b>500.000 €</b>
<b>1. ADMINISTRATION &amp; CORPORATES SERVICES</b>		<b>4.142.000 €</b>
FEE & CONTRACTS AGREEMNETS		1.000.000 €
GENERAL ADMINISTRATIONLOC		874.000 €
HUMAN RESOURCES - ESTRUCTURE		2.268.000 €
<b>2. EVENT. SERVICES</b>		<b>2.045.325 €</b>
GENERAL ACCOMMODATION		657.000 €
INTERNATIONAL TRANSPORT SERVICE		205.800 €
INTERNAL TRANSPORT		120.375 €
CATERING		297.000 €
MEDICAL SERVICES & DOPING CONTROL		52.000 €
ROOM AND BOARD COLLABORATORS		88.000 €
TELECOMUNICATIONS		25.750 €
EVENT TECHNOLOGY		200.400 €
FIBA TECHNOLOGIES		200.000 €
CEREMONIES		199.000 €
<b>3. EVENT OPERATIONS</b>		<b>1.121.000 €</b>
RENT SPORTS FACILITIES		
VENUES, FIT OUT & INFRASTRUCTURES		341.000 €
HUMAN RESOURCES		520.000 €
LOGISTICS & EXPENSES		90.000 €
SECURITY		170.000 €
<b>4. MARKETING &amp; COMMUNICATION</b>		<b>380.500 €</b>
COMUNICACION & PROMOTION		327.000 €
CONVENTION & SERVICES RRPP		53.500 €
<b>5. LOGISTICS &amp; ENTERTAINMENT</b>		<b>200.000 €</b>
EQUIPMENT & ENTERTAINMENT		200.000 €
<b>6. DEVELOPMENT &amp; COLLABORATIONS AGREEMENTS</b>		<b>700.000 €</b>
COLLABORATIONS AGREEMENTS		700.000 €
<b>7. EVENTS &amp; ADDITIONALLY ACTIVITIES</b>		<b>440.000 €</b>
EVENTS & SPORTS ACTIVITIES		440.000 €
<b>8. PROMOTION &amp; ATTENTIONS</b>		<b>1.260.000 €</b>
ATTENTIONS & PROMOTION		1.160.000 €
OTHERS ITEMS		100.000 €
<b>EXPENSES VENUES</b>		<b>6.744.710 €</b>
<b>EXPENSES VENUE FINAL ROUND</b>		<b>2.486.150 €</b>
<b>EXPENSES VENUE QUALIFYING STAGE OF THE COMPETITION</b>		<b>4.258.560 €</b>

<b>BUDGET CHAMPIONSHIP 2014</b>		<b>BUDGET</b>
<b>SURPLUS</b>		<b>6.587.665 €</b>
<b>INCOMES</b>		<b>24.121.200 €</b>
<b>EXPENSES</b>		<b>17.533.535 €</b>
<b>EXPENSES VENUE FINAL ROUND</b>		<b>2.486.150 €</b>
<b>1. ADMINISTRATION &amp; CORPORATES SERVICES</b>		<b>104.000 €</b>
ADMINISTRACIÓN GENERAL LOC		104.000 €
<b>2. EVENT. SERVICES</b>		<b>1.355.750 €</b>
GENERAL ACCOMMODATION		383.600 €
INTERNATIONAL TRANSPORT SERVICE		16.800 €
INTERNAL TRANSPORT		219.200 €
CATERING		287.000 €
MEDICAL SERVICES & DOPING CONTROL		52.000 €
ROOM AND BOARD COLLABORATORS		88.000 €
TELECOMMUNICATIONS		31.750 €
EVENT TECHNOLOGY		108.400 €
FIBA TECHNOLOGIES		120.000 €
CEREMONIES		49.000 €
<b>3. EVENT OPERATIONS</b>		<b>905.900 €</b>
RENT SPORTS FACILITIES		- €
IDENTIFICATION BADGE		48.000 €
VENUES, FIT OUT & INFRASTRUCTURES		158.400 €
HUMAN RESOURCES		113.500 €
LOGISTICS & EXPENSES		330.000 €
SECURITY		150.000 €
LOOK DESIGN		56.000 €
TICKETING & ACCESS CONTROL		50.000 €
PRODUCTION TV		- €
<b>4. MARKETING &amp; COMMUNICATION</b>		<b>70.500 €</b>
COMMUNITY PROGRAMS / PUBLIC RELATIONS		5.000 €
COMUNICATION & PROMOTION FINAL ROUND		27.000 €
CONVENTION & SERVICES RRPP		38.500 €
<b>5. LOGISTICS &amp; ENTERTAINMENT</b>		<b>50.000 €</b>
ENTERTAINMENT		50.000 €
<b>6.DEVELOPMENT &amp; COLLABORATIONS AGREEMENTS</b>		
COLLABORATION AGREEMENT		



<b>BUDGET CHAMPIONSHIP 2014</b>		<b>BUDGET</b>
<b>SURPLUS</b>		<b>6.587.665 €</b>
<b>INCOMES</b>		<b>24.121.200 €</b>
<b>EXPENSES</b>		<b>17.533.535 €</b>
<b>EXPENSES VENUE QUALIFYING STAGE OF THE COMPETITION</b>		<b>1.064.640 €</b>
<b>1. ADMINISTRATION &amp; CORPORATES SERVICES</b>		<b>104.000 €</b>
GENERAL ADMINISTRATION LOC		104.000 €
<b>2. EVENT. SERVICES</b>		<b>620.040 €</b>
GENERAL ACCOMMODATION		205.760 €
INTERNATIONAL TRANSPORT SERVICE		119.920 €
INTERNAL TRANSPORT SERVICE		111.360 €
CATERING		45.000 €
MEDICAL SERVICES & DOPING CONTROL		14.000 €
ROOM AND BOARD COLLABORATORS		
TELECOMMUNICATIONS		21.000 €
EVENT TECHNOLOGY		63.000 €
FIBA TECHNOLOGIES		40.000 €
<b>3. EVENT OPERATIONS</b>		<b>313.600 €</b>
RENT SPORTS FACILITIES		
IDENTIFICATION BADGE		23.000 €
VENUES, FIT OUT & INFRASTRUCTURES		118.400 €
HUMAN RESOURCES		58.200 €
LOGISTICS & EXPENSES		
SECURITY		65.000 €
LOOK DESIGN		34.000 €
TICKETING & ACCESS CONTROL		15.000 €
PRODUCTION TV		
<b>4. MARKETING &amp; COMMUNICATION</b>		<b>17.000 €</b>
COMMUNITY PROGRAMS/ PUBLIC RELATIONS		
COMUNICATION & PROMOTION		17.000 €
CONVENTION & SERVICES RRPP		
<b>5. LOGISTICS &amp; ENTERTAINMENT</b>		<b>10.000 €</b>
ENTERTAINMENT		10.000 €
<b>6. DEVELOPMENT &amp; COLLABORATIONS AGREEMENTS</b>		
COLLABORATION AGREEMENT		





BUDGET JOINT MARKETING BOARD		BUDGET
SURPLUS		8.232.400 €
INCOMES		20.640.000 €
EXPENSES		12.407.600 €
<b>INCOMES</b>		<b>20.640.000 €</b>
RUNNING COMMERCIAL RIGHTS & SPONSORS		20.640.000 €
TICKETS & HOSPITALITY		
	TICKETS (50%)	4.000.000 €
	HOSPITALITY (50%)	1.700.000 €
		<b>4.000.000 €</b>
SPONSORS & SPONSORSHIP		
	PRESENTING SPONSOR	6.000.000 €
	MAIN SPONSOR	4.000.000 €
	EVENT SPONSOR	1.500.000 €
	SUPLIERS SPONSOR	500.000 €
		<b>12.000.000 €</b>
PROMOTION INCOMES & EVENTS		
	PROMOTIONAL PARTNERSHIPS	100.000 €
	BASKET SQUARE	500.000 €
		<b>600.000 €</b>
OTHERS INCOMES		
	ROYALTIES & MERCHANDISING	300.000 €
	VENDING RIGHTS	40.000 €
		<b>340.000 €</b>
CONTRIBUTION JMB -		
	FIBA	1.000.000 €
	LOC FEB	1.000.000 €
		<b>2.000.000 €</b>
<b>50% PROFIT JMB</b>	<b>4.116.200 €</b>	



<b>BUDGET JOINT MARKETING BOARD</b>		<b>BUDGET</b>
<b>SURPLUS</b>		<b>8.232.400 €</b>
<b>INCOMES</b>		<b>20.640.000 €</b>
<b>EXPENSES</b>		<b>12.407.600 €</b>
<b>EXPENSES</b>		<b>12.407.600 €</b>
<b>1. ADMINISTRATION &amp; CORPORATES SERVICES</b>		<b>1.497.600 €</b>
HUMAN RESOURCES - ESTRUCTURE		894.000 €
GENERAL ADMINISTRATION JMB		603.600 €
<b>2. EVENT OPERATIONS</b>		<b>960.000 €</b>
LOOK DESIGN		310.000 €
IDENTIFICATION BADGE & TICKETING & ACCESS CONTROL		550.000 €
PRODUCTION TV		100.000 €
<b>3. MARKETING &amp; COMMUNICATION</b>		<b>7.250.000 €</b>
<b>COMUNICATION &amp; PROMOTION</b>		<b>4.200.000 €</b>
ADVERTISING CAMPAIGN		400.000 €
TRANSPORTATION INVASION		300.000 €
CORPORATE CAMPAIGNS		150.000 €
SPECIAL CITY ADVERTISING		200.000 €
OFICIAL SONG VIDEO RECORDING		45.000 €
MUSEUM		80.000 €
INTERNATIONAL PROMOTION		1.500.000 €
CORPORATE TV VIDEO		25.000 €
TV ADVANCE CAMPAIGN		500.000 €
EVENT WEBSITE		50.000 €
INTERNET /MOBILE MK		500.000 €
MERCHANDISING		250.000 €
GUEST EXPENSES INTERNATIONAL ACTIVATION (VIAJES Y ALOJAMIENTO)		200.000 €
<b>CONVENTION &amp; SERVICES RRPP</b>		<b>1.850.000 €</b>
PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES		500.000 €
VIP HOSPITALITY PALCOS		1.150.000 €
SPONSORSHIPS		200.000 €
<b>COMMISSION SPONSORSHIP</b>		<b>1.200.000 €</b>
<b>4. EVENTS &amp; ADDITIONALLY ACTIVITIES</b>		<b>2.700.000 €</b>
<b>EVENTS &amp; CULTURAL-SOCIAL ACTIVITIES</b>		<b>2.700.000 €</b>







## 17 PLAN DE MEDIOAMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD

## 17 ENVIRONMENT AND SUSTAINABILITY PLAN



El medio ambiente y la sostenibilidad son esenciales en la planificación. Se ha desarrollado una Guía Medioambiental específica para el Mundial 2014 y una Valoración Medioambiental Estratégica para asegurar que la sostenibilidad sea una pieza clave de la Candidatura y su legado. Esto ha generado un proyecto participativo, eco-innovador y no contaminante.

## CALIDAD DEL AIRE

En el período previsto para la Celebración del Mundial en 2014, la calidad del aire en España será más que satisfactoria. Las fechas de vacaciones de verano implican una reducción del tráfico en las ciudades que llevará la consiguiente mejora de la calidad del aire.

En los últimos cinco años, España ha cumplido con todos los niveles de control de contaminación establecidos por la legislación vigente en España y en la Unión Europea (UE), así como las directrices más estrictas establecidas por la Organización Mundial de la Salud.

### Queremos mejorar el planeta a través del baloncesto

De forma paralela a los trabajos de vigilancia, predicción e información, los Ayuntamientos trabajan activamente en la mejora de la calidad del aire a través de actuaciones directas.

Con este objetivo, ha desarrollado la Estrategia Local de Calidad del Aire 2006-2010, la cual incluye diferentes políticas y medidas para reducir la contaminación procedente del tráfico rodado y de fuentes fijas de contaminación, así como numerosas actividades de concienciación ciudadana. Asimismo, la lucha contra el cambio climático es otra de las grandes prioridades de la ciudad. En los últimos años, España

ha conseguido desacoplar el crecimiento de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) del desarrollo económico de la ciudad, alcanzando un nivel de emisiones de 5 tCO<sub>2</sub>eq por habitante, muy inferior a la media europea de 10 tCO<sub>2</sub>eq por habitante, y reduciendo su contribución a las emisiones totales del Estado del 4,5% al 3,6%. Tres factores principales han incidido en esta mejora: la reducción de la huella de carbono de la combinación energética de España, la promoción de las energías renovables y el incremento de la eficiencia energética.

En esa misma línea, como refuerzo de las actuaciones llevadas a cabo, se ha desarrollado el Plan de Uso Sostenible de la Energía y Prevención del Cambio Climático 2008-2012. Este Plan incluye una inversión de 101 millones de euros para la puesta en marcha de 55 nuevas medidas de reducción y adaptación, con el objetivo de alcanzar una disminución adicional del 14% de las emisiones de GEI para el año 2012, lo que equivale a una merma de un 1% respecto a 1990. Esto representa 16 puntos porcentuales menos que el compromiso nacional de un 15% de emisiones establecido en el Protocolo de Kioto.

## CALIDAD DEL AGUA

El agua de España goza de una excelente calidad y cumple sistemáticamente con los criterios de calidad impuestos por la legislación vigente en España y los establecidos por la UE y la OMS.

Una empresa pública desarrolla la captación, potabilización y vigilancia de la calidad del agua, el transporte, distribución y, finalmente, la depuración de las aguas residuales para su retorno al cauce de los ríos. La empresa ha desarrollado sistemas de alto nivel tecnológico para el correcto control y gestión del agua y dispone de un Sistema de Gestión de Calidad y un Sistema de Gestión Ambiental, certificados según las Normas UNE-EN ISO 9001:2000 y UNE-ES ISO 14001:2004.



Environment and sustainability are integral to everything being planned. A specific Environmental Guide and Strategic Environmental Assessment has been developed for the 2014 World Championship with sustainability as the driving force of our bid in tandem with legacy, resulting in an eco-innovative, non-contaminating and participative Event.

## AIR QUALITY

The quality of air in Spain during the proposed Championship time frame will be more than satisfactory. The Championship dates corresponding to holiday time in Spain and less traffic in the cities, will guarantee a better air quality.

In the last five years, Spain has complied with the air quality standards established by Spanish and European Union (EU) legislation, as well as the strictest guidelines of the World Health Organisation (WHO).

### Improving the planet's future through basketball

Simultaneous to the vigilance, prediction and information tasks, the Town Halls will actively work to improve air quality through direct actions.

To this effect it has adopted the Local Air Quality Strategy 2006-2010, which includes policies and measures to mitigate pollution from road traffic and stationary sources, and numerous public awareness activities.

In addition to air quality, combating climate change is another key city priority. In recent years, Spain has been able to uncouple emissions growth and economic development

reaching a level of five t CO<sub>2</sub>eq per capita, far below the medium European level of ten t CO<sub>2</sub>eq per capita and reducing its contribution to the Spanish total emissions from 4.5% to 3.6%. Three main factors have contributed to this performance: reducing the carbon footprint of the energy mix consumed in Spain, promoting renewable sources and increasing efficiency.

To continue along this path and reinforce these actions, Spain has adopted the Sustainable Energy Use and Climate Change Prevention Plan 2008-2012. The Plan comprises an investment of Euros 101 million to implement 55 new mitigation and adaptation measures in order to achieve an additional 14% reduction in emissions in 2012, this is equivalent to 1% reduction with respect to 1990, 16 points less than the 15% increase established by Spain in the Kyoto Protocol.

## WATER QUALITY

The water in Spain is of an excellent quality and systematically complies with the criteria contained in current Spanish legislation and established by the EU and WHO.

A public company has developed the capture, potabilisation and vigilance of water quality, transport, distribution and finally, the treatment of waster waters for their return to the rivers. The company has developed high-level technological systems for correct water control and management and has a Quality Management System and Environmental Management System with UNE-EN ISO 9001:2000 and UNE-EN ISO 14001:2004 certification, respectively.

### Supply system: drinking water, irrigation and cleaning

The Spanish supply system is not just limited to assuring high quality drinking water but also to provide regenerated water for watering parks and cleaning streets.

**Sistema de abastecimiento:  
agua de consumo, riego y limpieza.**

El sistema de abastecimiento de agua de España no solo garantiza el abastecimiento y la alta calidad del agua potable sino que, además, dispone de redes de suministro de agua regenerada para el riego de zonas verdes y limpieza de calles.

Asimismo, España cuenta con infraestructuras innovadoras para el tratamiento de las aguas residuales y pluviales, asegurando el tratamiento del 100% de las aguas residuales y un alto volumen de agua regenerada. Actualmente, España cuenta con multitud de Estaciones de Depuración de Aguas y unas complejas redes subterráneas de agua, que han sido mejoradas a raíz del Plan de Aguas Regeneradas. El agua regenerada es utilizada para el riego de parques y zonas verdes, instalaciones deportivas y para el baldeo y limpieza de calles. La regeneración de agua permite un importante ahorro en el consumo de agua potable y energía, y supone un gran progreso ambiental para todo el país.

**TRANSPORTE ECOLÓGICO  
Y SOSTENIBLE**

Los españoles nos sentimos orgullosos, entre otros motivos, por el logro que se fundamenta en un modelo de ciudades que transforma antiguas avenidas en amplias zonas peatonales, con la sustitución del vehículo por sistemas de transporte movidos por energías sostenibles, como el tranvía o el metro, en paralelo con el desarrollo del más amplio sistema de carril bici y bicicletas públicas de una gran ciudad española. Y como muestra de ellos, a continuación exponemos algunos ejemplos de sus magníficos resultados iniciales.

**Programa específicos para  
la promoción del futuro  
del medioambiente**

Actualmente, un gran porcentaje de la flota de autobuses urbanos ya se mueve con energías limpias. Se continuará desarrollando el plan de biocarburantes para los vehículos destinados a servicios públicos y se facilitará la incorporación de biocarburantes en las estaciones de servicio de los municipios, de modo que en los próximos años, el 100% de la flota urbana se propulsará con energías limpias.

Otra actuación puesta en marcha con verdadero éxito ha sido la potenciación del uso de la bicicleta y el inicio de la red de carril bici. Así, la bicicleta, en poco menos de tres años (2006-2009) se ha convertido en un verdadero sistema de transporte, basado en la construcción de muchos kilómetros de carril-bici. El uso diario de la bicicleta ha pasado de una cifra casi testimonial, a ser uno de los medios de transporte preferido por los usuarios actuales. Por ello, el objetivo para 2014 es, al menos, la ampliación en un 50% de la longitud de carriles bici, y la duplicación del número de usuarios actuales.

**CAMPAÑA DE RECICLAJE**

Respecto al reciclaje, los españoles, en línea con el resto de los europeos, estamos cada vez más concienciados con la importancia del reciclaje, teniendo como presente alcanzar el objetivo de la directiva europea para que, al menos, el 50% de los desechos consumidos en el hogar, se reciclen. El cumplimiento de dicho objetivo tiene dos líneas estratégicas básicas, por un lado, la concienciación de la población y, por otra, la dotación, con infraestructura de recogida selectiva y de procesamiento de los residuos, principalmente papel y cartón, vidrio y envases de plástico. Las infraestructuras de contenedores, están apoyados por los servicios de limpieza y recogida y para el tratamiento y gestión optimizados de dichos desechos

**ENERGÍAS RENOVABLES**

España tiene en producción la mayor plataforma solar urbana. Hoy tan sólo la mitad de la flota siga usando gasoil, y la otra mitad son vehículos utilicen ya biodiésel o gas natural comprimido.

La empresa pública de la vivienda de España, incorpora en todas sus promociones energía solar térmica para el agua caliente sanitaria y medidas calificación energética para sus viviendas, con una calificación superior a 7 sobre 10. Con todo ello actualmente estamos dejando ya de emitir 7.000 toneladas anuales de CO2.

Como objetivos prioritarios para la lucha contra el cambio climático y en lo referente a la política energética, se ha establecido como objetivo cuantitativo en España conseguir a medio plazo una reducción del 20% del consumo de energía mediante políticas de ahorro y gestión de la demanda, y mediante un aumento del 30% de generación con energías renovables.

Desde la iniciativa pública, se diseñarán y establecerán en algunas zonas urbanas de nuevo desarrollo proyectos piloto que contemplen, en su urbanización, conjuntamente, los criterios de la arquitectura bioclimática, medias de ahorro y eficiencia energética, autoabastecimiento energético mediante energías renovables, criterios de climatización sostenible, gestión adecuada de los residuos sólidos urbanos, medidas de ahorro de agua, etc. Se establecerá la obligatoriedad para toda edificación nueva de instalar energía solar con capacidad para satisfacer al menos el 60% de las necesidades de agua caliente.

**REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES  
ATMOSFÉRICAS ZERO**

La reducción más espectacular se ha producido en España entre 2005 y 2007, y ha sido de un 23% para el dióxido de azufre (SO2) y el dióxido de nitrógeno (NO2), y de un 25% para el dióxido de carbono (CO2).

Likewise, Spain has innovative infrastructure for waste waters and rain water treatment, assuring the treatment of 100% of wastewater and a high volume of water regeneration. Its infrastructure consists of Waste water Treatment Plants (WTP) and a complex water network that are being further improved by the Water Regeneration Plan. The regenerated water is used for watering parks, public gardens and sports facilities and for hosing down and cleaning of city streets. This helps to reduce drinking water and promote energy saving, providing an environmental improvement for the entire country.

## ECOLOGICAL AND SUSTAINABLE TRANSPORT

As Spaniards we feel proud, among other reasons, to have implemented a city model changing old avenues into extensive pedestrian areas, replacing vehicles by sustainable transport systems like the tram or underground, together with the development of a large system of bicycle lanes and public bicycles for large Spanish cities. Same examples of the latter may be found below.

Nowadays, a large percentage of the urban bus fleet is operated with clean energy sources. The biofuel plan will be continued for vehicles intended for public services, as well as biofuel incorporation in municipal petrol stations, such that within a few years 100% of the urban fleet will be driven by such energy sources.

Involving everybody in promoting the future of the environment

Another successfully implemented initiative has been the promotion of bicycle use and the creation of the bicycle lane network. For this reason, in less than three years (2006-2009) bicycles have become an authentic transport system, thanks to the construction of many kilometres of bicycle lanes. The daily use of bicycles has passed from an almost negligible figure to become one of the favourite means of transport by current users. For this reason, the target for 2014 is at least 50% increase of bicycle lane length and the doubling of current users.

## RECYCLING CAMPAIGN

With respect to recycling, Spaniards, similar to other Europeans, are becoming more and more aware of the importance of recycling, aiming to reach the target of the European Directive to recycle at least 50% of the residues produced in homes. The fulfilment of this target has two

basic strategic lines; on the one hand, making the population aware and on the other, equipping selective collection infrastructure and residue processing, mainly paper and cardboard, glass and plastic containers. The container infrastructure is supported by the cleaning and collection services as well as to optimise treatment and handling of said residues.

## SUSTAINABLE ENERGIES

Spain has the largest urban solar platform in production. Today only half of the fleet continues to use gasoil and the other half are vehicles using bio diesel or compressed natural gas.

The public housing company of Spain incorporates in all its promotions thermosolar energy for sanitary hot water and energy qualification measures for its houses, with a qualification of 7 out of 10. The result is that we no longer emit 7,000 thousand tons per year of CO<sub>2</sub>.

Priority targets to fight climate change and for energy policy in Spain establish a quantitative target to reach at a medium term 20% energy consumption reduction via saving policies and demand management, thanks to 30% increase of sustainable energy production.

At a government level, pilot projects will be developed in some new urban areas which contemplate, at their planning stage, criteria of bioclimatic architecture, saving measures and energetic efficiency, energy self-supply by means of sustainable energies, sustainable conditioning, proper handling of solid urban residues, water saving measures, etc. It will be obligatory for all new buildings to install solar energy with a capacity to produce at least 60% hot water requirements.

## REDUCTION OF ATMOSPHERIC EMISSIONS ZERO

The most important reduction was produced in Spain between 2005 and 2007, being 23% for sulphur dioxide (SO<sub>2</sub>) and nitrogen dioxide (NO<sub>2</sub>) and 25% for carbon dioxide (CO<sub>2</sub>).

The commitment for coming years, applying different policies in transport and energy matters, is that there will be a 75% reduction of CO<sub>2</sub> emission in cities.

## REDUCING SOUND POLLUTION

We often forget about sound pollution and associate noise with part of our daily lives. Spain is making a big effort to



El compromiso para los próximos años, aplicando las diferentes políticas en materia de transportes y energía, es que se produzca una reducción del 75% en las emisiones de CO2 en las ciudades.

entre sus gentes y su modo de vida, de forma que eventos como Mundobasket no sólo encajen en esa filosofía sino que ayuden a su desarrollo y que impulsen proyectos de esa índole.

**Objetivo claro: ahorro energético, eficiencia y uso de energías 100% renovables**

## REDUCCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA

En muchas ocasiones nos olvidamos de la contaminación acústica, y asociamos los ruidos como parte de nuestras vidas. España está haciendo un gran esfuerzo por erradicar el ruido de nuestras zonas urbanas, para facilitar las vidas de sus ciudadanos y crear un ambiente más acogedor en ellas.

Promoviendo fechas en el calendario como el "Día contra la contaminación acústica" y concienciando a los más jóvenes sobre la importancia de este aspecto en nuestras vidas.

## AUMENTO EN UN 200 % DE LOS ESPACIOS VERDES DE LAS CIUDADES

El objetivo general es duplicar la actual superficie de parques de España.

El nuevo desarrollo urbano español disminuirá la densidad urbana en un 40%. Se plantará 1 árbol por cada 20 m2 edificables de nueva obra.

En definitiva, el proyecto es ser más habitable y potenciar su desarrollo desde una perspectiva de equilibrio sostenible

## CREACIÓN COMISIÓN DE MEDIO AMBIENTE:

Uno de los objetivos de la Candidatura de España 2014 es la implicación y compromiso de los diferentes colectivos y grupos de interés a lo largo de todo el proceso, ayudando a asegurar la sostenibilidad del Proyecto.

Durante la fase de Candidatura, se constituyó la Comisión de Medio Ambiente de España 2014, que forma parte del Comité de Candidatura. La Comisión está integrada por representantes de medio ambiente de los tres niveles administrativos:

- Gobierno de España,
- Comunidades Autónomas
- Ayuntamientos

Las funciones de la Comisión ha sido el análisis de los posibles impactos ambientales del proyecto determinado por la Evaluación Ambiental Estratégica y el establecimiento de las medidas correctoras y los mejores objetivos innovadores en temas ecológicos, que aseguren la sostenibilidad del Proyecto.

Se desarrollaron reuniones con las principales asociaciones ecologistas españolas, federaciones deportivas, representantes del sector privado, confederaciones empresariales y agentes sociales.

Esta iniciativa se desarrollará con el objetivo de involucrar y comprometer a diferentes grupos de interés como las asociaciones de vecinos, asociaciones ecologistas y confederaciones empresariales.



cut out noise from our urban zones to make the lives of citizens more bearable and create a cosier atmosphere in them.

Promoting dates in the calendar such as “The day against sound pollution” and raising awareness among the youngest about the importance of this aspect in our lives.

hout the entire process, helping to assure project sustainability.

During the bidding stage, an Environmental Commission for Spain 2014 will be created belonging to the Bidding Committee. The Commission integrates environmental representatives from three administrative levels:

**Energy saving and efficiency and 100% renewable energies**

- Spanish Government.
- Autonomous Communities.
- Town Halls.

**200% INCREASE OF GREEN AREAS IN CITIES**

The general target is to double the current park surface in Spain.

New Spanish urban development will reduce urban density by 40%. 1 tree will be planted for each 20 m2 of new building.

In other words, the idea is that cities are more friendly and their development be reinforced from the sustainable harmony viewpoint, among its people and in their living style. In this way, events like the WorldBasketball Championship will not only fit in this philosophy but will help development and stimulate similar projects.

The Commission competencies have included the analysis of the possible environmental impact of the project determined by the Strategic Environmental Assessment (SEA) and the establishment of correcting measures and the best innovative goals in ecological terms, assuring Project sustainability.

Meetings were held with Spain’s main ecological associations, sports federations, representatives of the private sector and business confederations and social agents.

This initiative will be developed to involve and commit different groups of interest like neighbours’ associations, ecological associations and business confederations.

**CREATION OF ENVIRONMENTAL COMMISSION:**

One of the 2014 Spanish Championship bid objectives is to involve and commit different groups of interest through

**ENVIRONMENTAL PROTECTION PLAN. ENVIRONMENTAL OBJECTIVES:**

Spain is committed to ensuring maximum protection of the environment by minimising the possible environmental impact by hosting the World Championship. A process is proposed that will encourage new, innovative and exemplary environmental initiatives, ensuring a sustainable legacy.

## PLAN DE PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL: OBJETIVOS AMBIENTALES

España posee el compromiso de asegurar la máxima protección del medio ambiente, minimizando todos los posibles impactos ambientales relacionados con la celebración del Mundial. En este sentido, propone un Proyecto que impulse el desarrollo de nuevas iniciativas en materia de medio ambiente, innovadoras, ejemplarizantes y que aseguren un legado sostenible.

Basado en este alto grado de compromiso, España presenta dos objetivos ambientales principales:

### 1. "HACIENDO MÁS CON MENOS"

- **Sólo Energía Limpia:** Fomento del desarrollo de medidas de ahorro y eficiencia energética en todo el ciclo de vida de las instalaciones, utilización de fuentes de energía renovable y combustibles limpios en las Instalaciones deportivas, y fomento de proyectos energéticos.
- **Obteniendo lo mejor de los residuos:** Promoción de actuaciones preventivas como la utilización de materiales reciclados y/o reciclables, al mismo tiempo que se asegura la recogida selectiva de residuos en todas las instalaciones deportivas, y la valorización del 100% de los residuos generados
- **Marcando nuevos estándares de gestión hídrica:** Establecimiento de nuevos estándares en calidad y gestión del agua; incrementando los niveles de ahorro, asegurando el riego y la limpieza de todos los parques, instalaciones deportivas y calles de la ciudad mediante agua regenerada,
- **Compartiendo en buen ambiente:** Asegurando niveles óptimos de ruido y calidad del aire para la celebración del Mundial, mediante la implementación del actual Plan de Calidad del Aire y acciones estratégicas de reducción del ruido,
- **100% movilidad sostenible:** Transformando en verde toda la flota municipal (vehículos de transporte y servicios), flota de vehículos privados y todo el parque de vehículos asociado al Proyecto, asegurando del mismo modo la disponibilidad y eficiencia del transporte público. Asimismo, se promocionará el uso de la bicicleta en toda la ciudad mediante la implantación del Plan Director de Movilidad Ciclista,
- **Un Cinturón Verde para España:** Creación de un Cinturón Verde alrededor de las ciudades y de un Corredor Verde que conecte las zonas verdes existentes mediante el desarrollo de nuevos parques y zonas forestales;
- **Medio ambiente en el diseño:** Aplicación de buenas prácticas en materia de edificación sostenible en todas las nuevas construcciones relacionadas con el Mundial y desarrollo de auditorías energéticas en todas las sedes e instalaciones.
- **Happy Climate:** Celebración de uno Mundial neutral en carbono mediante la minimización de emisiones de Gases de Efecto Invernadero.

### 2. MEDIO AMBIENTE DE LAS PERSONAS. «MUNDIAL VERDE Y FELIZ»:

Con el objetivo de promover la implicación y el compromiso de los diferentes grupos de interés con la sostenibilidad, en la

fase de Candidatura se estableció una Comisión de Medio Ambiente y se desarrollaron diferentes reuniones informativas con los principales grupos de interés de la ciudad.

### 3. CARTA VERDE 2014:

Queremos que todos los participantes en el Mundial; jugadores, entrenadores, árbitros, padres, aficionados, etc. asuman el compromiso de forma activa con el medioambiente. Para que todos sepan a qué atenerse, crearemos un código de comportamiento cívico y responsable con nuestro medio. Debemos preservar nuestro planeta y ser un ejemplo para todos los seres humanos. No podemos desaprovechar esta oportunidad de mostrar nuestro ejemplar comportamiento al resto del mundo, creando una guía de respeto medioambiental para la sociedad

## INTEGRACIÓN DE LA PROPUESTA MEDIO AMBIENTAL:

Conscientes de la oportunidad que supone la celebración de uno Campeonato del Mundo para la mejora de la sostenibilidad, tanto en Madrid capital como en el resto de las ciudades implicadas, España quiere involucrar en su proyecto a todos los patrocinadores y contratistas del Proyecto.

**Carta de Sostenibilidad 14:** España ha desarrollado la Carta de Sostenibilidad 14 con el fin de establecer los 14 principios básicos de sostenibilidad de la Candidatura. Esta Carta será firmada por todos los contratistas y patrocinadores del Mundial 2014, con el objetivo de asegurar el cumplimiento de estos principios básicos en todo el Proyecto.

De esta manera, se incluirán en cada uno de los pliegos o procedimientos de contratación, criterios de sostenibilidad específicos para cada tipo de contrato, como la utilización de tecnologías limpias, fomento de productos reciclados, medidas de accesibilidad para minusválidos o recogida selectiva de residuos, que supongan un avance en materia de sostenibilidad y una mejora innovadora y ejemplarizante de los contratos. Estos criterios serán establecidos, según su grado de implantación en el mercado, como criterios obligatorios para el contratista o criterios valorables para la adjudicación del contrato.

### "Forma en Verde", Educar y crecer respetando el Medioambiente

Sembrar buenas costumbres en nuestros menores es primordial para fomentar el comportamiento cívico con el Medioambiente por parte de todos los ciudadanos. Además tendremos que difundir conceptos relacionados con el desarrollo sostenible a través de la práctica deportiva, fomentando los valores del Juego Limpio con el medio ambiente entre los escolares.

Convocatoria del Premio: "experiencias sobre desarrollo sostenible y actividad físico-deportiva los Centros Escolares". Interesante también crear una red de Centros de Educación Ambiental. El inicio se prevé para Octubre de 2010. Esta actividad se irá repitiendo con cadencia anual y en las mismas fechas.



Spain presents two environmental objectives based on this high level of commitment:

## 1. "DOING MORE WITH LESS"

- **Only Clean Energy:** Promoting the development of energy saving and efficiency measures within the entire lifecycles of the facilities, use of renewable energy sources and clean fuels in the sports facilities and developing innovative energy projects
- **Getting the best out of waste:** Promoting the use of recycled and/or recyclable material; ensuring the appropriate classification of waste in all sports facilities;
- **Setting new water standards:** Setting new standards in water management; increasing saving levels; assuring that all the parks, sports facilities and city streets are watered and cleaned with recycled water;
- **Competing in a good atmosphere:** Ensuring optimum noise and air quality levels for the holding of the World Championship. This will be achieved by implementing the existing Air Quality Plan and Strategic noise reduction actions.
- **100% sustainable mobility:** Making the whole municipal fleet green (transport and service vehicles), the fleets of private companies contracted by Town Halls and all vehicles associated with hosting the Championship, thereby ensuring extensive and efficient public transport. In addition, we will promote the use of bicycles in all parts of the city by developing the Cyclist Mobility Steering Plan.
- **Green Belt for Spain:** Creating a Green Belt around the cities and a Green Corridor connecting existing green areas by developing new park and forest zones;
- **Environment in design:** Applying good practices in terms of environmental design in all the new building projects related to the Championship and carrying out energy audits in all competition venues and facilities.
- **Happy climate:** Holding a carbon neutral Championship by minimising the emission of Greenhouse Gases (GHG) at all stages;

## 2. HUMAN ENVIRONMENT: "HAPPY AND GREEN CHAMPIONSHIP"

Specific motivation involving and committing different groups of interests with sustainability. In the Bidding Stage, an Environmental Commission was established and different information meetings held with the main city groups of interest.

### THE 2014 GREEN CHARTER:

We want all participants at the world championship; players, coaches, referees, parents, fans, etc. to actively take on such a commitment to the environment. So that everyone knows what to go by, we will create a code of civic and responsible behaviour towards our environment. We must safeguard our planet and set an example to all mankind. We cannot afford to miss out on the opportunity to show exemplary behaviour to the rest of the world by drafting a guide on being environmentally-friendly for society

## INTEGRATION OF ENVIRONMENTAL APPROACH

Being aware of the opportunity that the holding of the World Championship provides for improving sustainability, both in Madrid capital and the other cities involved, Spain wants to imply all the partners and contractors in the project.

**Sustainability Charter 14:** The Charter has been developed to establish the 14 basic principles of sustainability of the bid. It will be signed by the contractors and Marketing Partners of the 2014 World Championship with the aim of assuring compliance of these basic plans in the entire project.

In this way, specific sustainability criteria for each type of contract will be included in each one of the invitations to bid, such as the use of clean technologies, fostering recycled products, accessibility measures for handicapped people or selective waste collection. All the latter involves an advance in sustainability matters and an innovative improvement, exemplifying the contracts. These criteria will be established according to their implementation level in the market as obligatory criteria for the contractor or assessable criteria for contract awarding.

### "Teach green", educating and growing up respecting the environment

Instilling good habits in our young is essential if we are to encourage public-spirited behaviour regarding the environment on the part of all citizens. We will also have to disseminate concepts relating to sustainable development through sport and encourage the values of fair play regarding the environment among school children.

Invite submissions for a prize: "experiences regarding sustainable development and physical and sporting activity in schooling centres". Also worthwhile to set up a network of Environmental Education Centres. This is envisaged to start by October 2010. This activity will be repeated yearly and on the same dates.

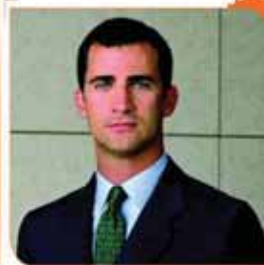




**18 COMITÉ DE CANDIDATURA**

**18 BIDDING COMMITTEE**

# COMITÉ DE HONOR - HONOR COM



**Felipe de Borbón**  
Príncipe de Asturias  
Prince of Asturias



**Jaime Lissavetsky**  
Secretario de Estado para el Deporte  
Secretary of State for Sports



**Bibiana Aído**  
Ministra de Igualdad  
Ministry for Equality



**Alberto Ruiz Gallardón**  
Alcalde de Madrid  
Mayor of Madrid



**Iñaki Azkuna**  
Alcalde de Bilbao  
Mayor of Bilbao



**José Miguel Pérez García**  
Presidente del Cabildo de Gran Canaria  
President of the Gran Canaria Town Council

# MITTEE



**José Luis Rodríguez Zapatero**  
Presidente del Gobierno Español  
President of Spanish Government



**Joan Mesquida**  
Secretario de Estado de Turismo  
Secretary of State for Tourism



**Alfredo Sánchez Monteserín**  
Alcalde de Sevilla  
Mayor of Sevilla



**Esperanza Aguirre**  
Presidenta de la Comunidad de Madrid  
President of the Madrid Community



**Jeronimo Saavedra**  
Alcalde de Los Palmas de Gran Canaria  
Mayor of Los Palmas de Gran Canaria



**José Torres Hurtado**  
Alcalde de Granada  
Mayor of Granada

# COMITÉ ORGANIZATIVO LOCAL - LOCAL ORGANIZING COMMITTEE

## FEB



**José Luis Sáez**  
Presidente LOC  
President of the LOC



**Jesús Bueno**  
Director General  
Managing Director



**Luis Giménez**  
Director Financiero  
Financial Manager

## VENUES



**Eduardo Corcuera**  
SEVILLA  
Event Manager



**Marcos Muro**  
BILBAO  
Event Manager



**Francisco Barranco**  
GRANADA  
Event Manager

# LOCAL ORGANISING COMMITTEE



**Alfonso Seoane**  
Director Programas Sociales y Legado  
Social & Legacy Manager



**Pascual Martínez**  
Director de Marketing  
Marketing Director



**Oscar Hernández**  
LAS PALMAS GRAN CANARIA  
Event Manager



**Carlota Castrejano**  
MADRID  
Event Manager

## ORGANIGRAMA EJECUTIVO DE LA ORGANIZACIÓN:

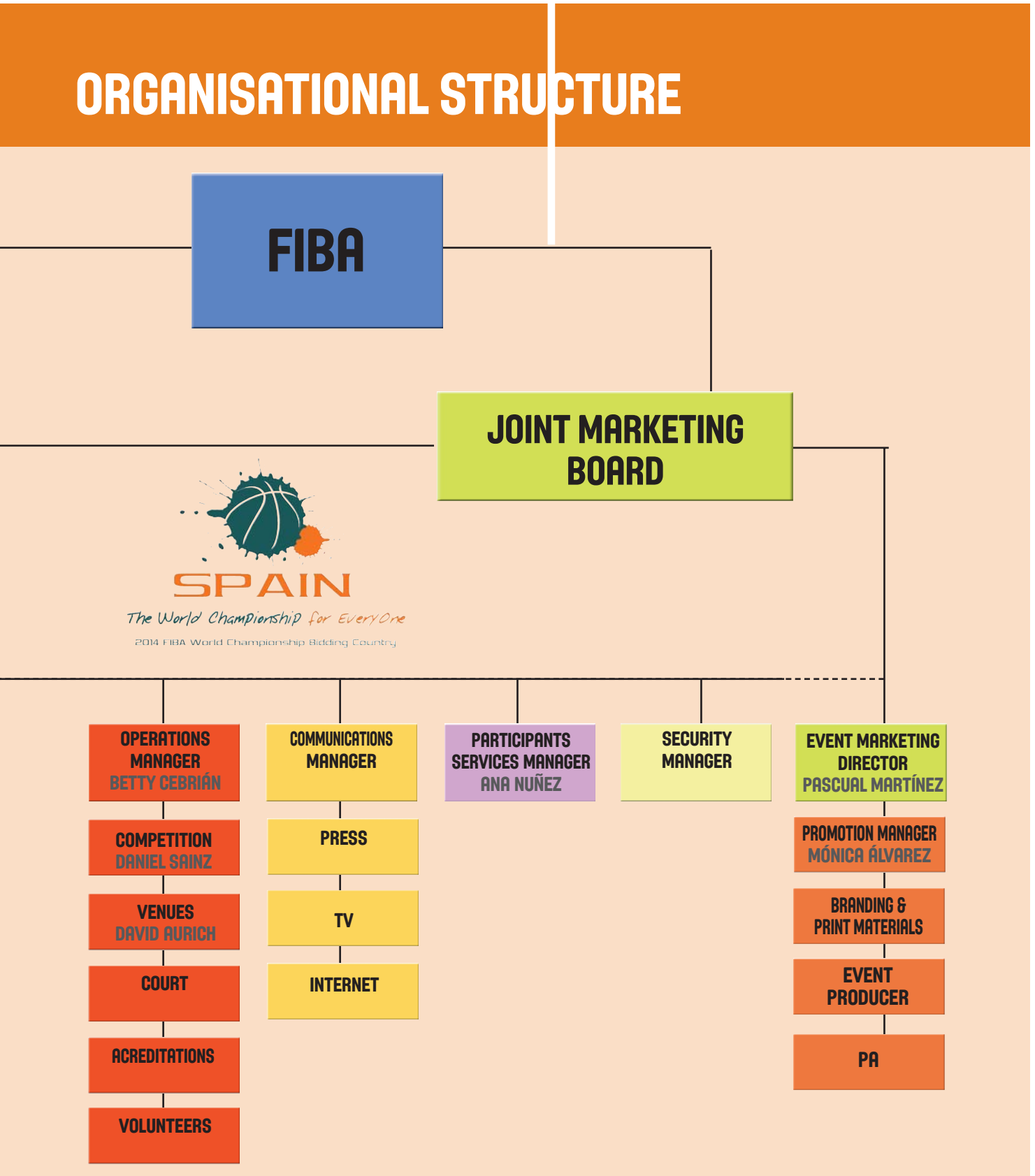
El Organigrama propuesto cumple con el objetivo de máxima operatividad y estructura piramidal. Este organigrama se replica en cada una de las sedes, lo que permite reuniones verticales del director del evento con los directores de cada sede, hasta reuniones por especialización de tareas, todos los responsables de marketing en las sedes bajo la dirección del responsable de marketing del LOC, logrando así mayor eficacia de gestión.





## EXECUTIVE FLOW CHART OF THE ORGANISATION

The proposed flow chart meets the goal of maximum performance and pyramidal structure. This flow chart is repeated in each one of the venues, allowing vertical meetings of the event manager with the managers of each venue, including meetings for job specialisation, all marketing representatives in the venues reporting directly to the marketing coordinator of the LOC, hence achieving a better management efficiency.





#### **Información personal:**

Badajoz, 9 de marzo de 1960

Casado, padre de 3 hijos

Licenciado en Derecho. Universidad de Sevilla

#### **Federación Española de Baloncesto:**

- Presidente (2004-2008).
- Vicepresidente responsable del área internacional (1998-2004).
- Es el décimo presidente de la Federación Española de Baloncesto desde su constitución oficial el 31 de julio de 1923
- Durante su mandato (2004-2008) se han potenciado las ligas españolas de baloncesto ADECCO LEB Oro, Plata y Bronce; las ligas femeninas y el deporte escolar de manera muy especial con la creación de una nueva especialidad conocida como TRIBASKET.
- Destaca la creación en 2007 de la fundación sociocultural del baloncesto para ayudar a los colectivos más desfavorecidos de la sociedad y la organización de competiciones internacionales como el EuroBasket'07 y el Torneo Preolímpico femenino 2008.
- En su primera etapa como Vicepresidente responsable del área internacional (1998-2004) las selecciones españolas conquistaron 17 medallas a las que hay que sumar 26 más en su etapa como presidente

#### **Federación Internacional de Baloncesto (FIBA):**

- Miembro del Central Board de FIBA Mundo (2004-2008).
- Miembro del Central Board de FIBA Europe (2002-2008).
- Vicepresidente comisión legal FIBA Mundo (2002-2004).

#### **Federación Andaluza de Baloncesto:**

- Presidente (1992-2004).

#### **Reconocimientos durante su mandato en la FEB, entre otros:**

- Premio Príncipe de Asturias (2006).
- Medalla de Plata al Mérito Social (2008).
- Copa Barón de Güell a la Selección Española. CSD (2006)
- Real Orden del Mérito Deportivo. Placa de Oro del Consejo Superior de Deportes (2007).

# JOSÉ LUIS SÁEZ

**PRESIDENTE DEL LOC**  
**PRESIDENT OF THE LOC**

## Personal information:

- Badajoz, March 9th 1960
- Married, father of three children
- Attorney at Law. University of Seville

## Spanish Basketball Federation:

- President (2004-2008)
- Vice-president responsible for international affairs (1998-2004)
- He is the tenth president of the Spanish Basketball Federation since their official constitution in July 31st 1923
- During his tenure (2004 -2008) the Spanish leagues of basketball ADECCO LEB Gold, Silver and Bronze have been developed as well as women's leagues and school sport particularly with the creation of a well-known new specialty called TRIBASKET.
- The creation in 2007 of the sociocultural foundation of basketball to help the underprivileged communities of society and the organisation of international competitions like EuroBasket'07 and the Women's Olympic Qualifying Tournament 2008 is to be highlighted.
- During his first stage as International Committee Vice-president (1998-2004) the Spanish national teams obtained 17 medals, additional to another 26 during his presidency.

## International Basketball Federation (FIBA):

- Member of Central Board of FIBA World (2004 -2008).
- Member of Central Board of FIBA Europe (2002 -2008).
- Vice-president of FIBA World Legal Commission (2002 -2004).

## Andalusian Basketball Federation:

- President (1992 -2004).

## Awards during his tenure at FEB, among others:

- Prince of Asturias Award (2006).
- Silver Medal for Social Merit (2008).
- Lord Güell Cup to the Spanish National Team. CSD (2006)
- Royal Order of Sport's Merit. Gold Plaque of the Superior Council of Sports (2007).



D. Jesús Bueno Pascual (Barcelona, 1969) es Licenciado en Ciencias del Trabajo por la Universitat Oberta de Catalunya (2004) y Ciencias Empresariales por la Universidad de Valencia (1993).

Executive MBA (Master en Business Administration) por la Universidad de Barcelona (2006), así como Máster en E-business (2004) de la misma Universidad.

Anteriormente cursó en Barcelona Master en Dirección y Administración de Entidades Deportivas (2002), Master en Informática de Gestión Empresarial y Titulación de Especialista en Comercio Exterior.

#### **Experiencia en Baloncesto:**

Jesús Bueno tiene su vida ligada al baloncesto desde temprana edad, relación con la que se inició como jugador a los 7 años. Jugó en las categorías inferiores del FC. Barcelona donde debutó como profesional en el club catalán la temporada 88/89, para luego continuar su carrera en Atlético de Madrid de Baloncesto, Ferrys Llíria de Valencia y Pamesa Valencia hasta el año 95.

#### **Experiencia en Gestión Baloncesto:**

Su carrera profesional como gestor del mundo de la canasta la inició en 1995 con la Asociación de Baloncestistas Profesionales (ABP), siendo secretario general de la asociación desde mayo del 97. En 1998 asume conjuntamente con la Secretaría General de la ABP la Secretaría General Europea en la UBE (Union de Basketeurs d'Europe) y en 2006 la vicepresidencia europea. Durante esta etapa, fue también miembro de la Comisión Mixta de transformación de clubes en SAD del Consejo Superior de Deportes.

En 2007 se incorpora de la mano de José Luís Sáez a la Federación Española de Baloncesto con el cargo de Director Ejecutivo de la FEB. Desde entonces, la FEB ha organizado el Eurobasket 2007 sénior masculino, el Europeo Junior 2007 y el Preolímpico femenino en 2008 con lo que adquiere una gran experiencia en la realización de grandes eventos deportivos internacionales y, en especial, de baloncesto.

Desde enero de 2009, ostenta junto a la Dirección Ejecutiva el cargo de Secretario General de la Federación Española.

# JESÚS BUENO

**DIRECTOR EVENTO MUNDIAL 2014  
MANAGING DIRECTOR OF 2014 WORLD CHAMPIONSHIP**

Jesús Bueno Pascual (Barcelona 1969) is a Master degree in Labour Science of Universitat Oberta of Catalonia (2004) and BA in Business Administration at the University of Valencia (1993).

Executive MBA (Master in Business Administration) at the University of Barcelona (2006), as well as MA in E-business (2004) of the same University.

He previously received a Masters Degree in Sports Management in Barcelona (2002), Master in Computer Science of Managerial Management and Specialist Postgraduate Course in External Trade.

## **Basketball Experience:**

Jesús Bueno has been related to basketball from an early age, a relationship which began as a player at the age of seven. He played for Barcelona FC in teams of different ages, making his debut as a professional in the Catalan club during the 88/89 season. He then continued his career at Athletic of Madrid Basketball, Ferrys Lliria of Valencia and Pamesa Valencia until 1995.

## **Experience in Sports Management:**

His professional career as a manager in the basketball world began in 1995 at the Professional Basketball Association (ABP), being General Secretary as from May 1997. In 1998 he assumed, together with the General Secretary of ABP, the General European Secretary in UBE (Union of Basketeurs d'Europe) and in 2006 the European Vice-presidency. During this stage, he was also member of the Mixed Commission for club transformation SAD of the Superior Council of Sports.

In 2007 he joined José Luís Sáez's team at the Spanish Basketball Federation as FEB Executive Director. From then onwards, the FEB has organised Eurobasket 2007 for Men, the 2007 U18 Men's European Championship and the 2008 Women's Olympic Qualifying Tournament acquiring great experience in the organisation of large scale international sports events, especially, basketball.

From January 2009, his post as Executive Director has been combined with being the General Secretary of the Spanish Basketball Federation.

**Datos personales:**

Nombre: Luis Giménez Martínez.

Edad: 45 años.

**Formación académica:**

- Licenciado en Derecho por la Universidad de Sevilla (1981 a 1986).
- Auditor de cuentas inscrito en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas, número 3266. (1989).
- Miembro del Registro de Economistas Auditores (R.E.A.)

**Actividad profesional:**

- Miembro de la firma de auditoría Arthur Andersen desde 1987 a 1992.
- Despacho profesional de consultoría financiera, fiscal, organizativa, económica y empresarial y/o auditoría de cuentas (1992-2004).
- Desde 2004, Director Económico y de Recursos de la Federación Española de Baloncesto.

**Experiencia en eventos deportivos:**

- Director Económico y de Contratación del EuroBasket 2007 en España y del Preolímpico Femenino 2008 en España.
- Contratación y gestión de eventos de la Federación Española de Baloncesto desde 2004 a 2009.
- Experiencia en baloncesto:
- Entrenador Superior de Baloncesto y jugador de baloncesto en Club Amigos del Baloncesto de Sevilla (1977-1987).

# LUIS GIMÉNEZ

**DIRECTOR FINANCIERO**  
**FINANCIAL DIRECTOR**

## Personal data:

Name: Luis Giménez Martínez.

Age: 45

## Academic training:

- Attorney in Law at University of Seville (1981 to 1986).
- Auditor inscribed in the Official Registrar of Auditors, number 3266. (1989).
- Member of the Registrar of Economist Auditors (R.E.A.)

## Professional experience:

- Member of Arthur Andersen from 1987 to 1992.
- Member of a professional firm of financial, fiscal consultancy, economic and business auditors (1992 -2004).
- From 2004, Economic and Resources Director of the Spanish Basketball Federation.

## Experience in sports events:

- Finance and Recruiting Director for EuroBasket 2007 in Spain and for 2007 Women's Olympic Qualifying Tournament in Spain.
- Contracting and management of events of the Spanish Basketball Federation from 2004 to 2009.
- Experience in basketball:
- Top level basketball coach and basketball player at the Basketball Friends' Club of Seville Club (1977 -1987).



### Información personal:

20/09/54-Madrid

- Licenciado en Derecho por la Universidad de Deusto.
- Abogado Empresarial en el ICADE de Madrid. (E-1)
- Diplomado en Impuestos por la Escuela de Práctica Jurídica de la Universidad Complutense de Madrid.
- Director de diversas Agencias de Viajes
- Director del Patronato Municipal de Turismo del Ayuntamiento de Madrid.
- Primer Director de la Feria Internacional de Turismo (FITUR).
- Presidente de la Escuela de Negocios EBS (European Business School).
- Actualmente es Director General de la Fundación Socio-Cultural del Baloncesto de la Federación Española de Baloncesto.
- Está en posesión de la Medalla al Mérito Turístico del Gobierno de España.

### Experiencia en eventos:

- Presidente de la Candidatura Olímpica de Sevilla 2008 y 2012
- Co-organizador de los siguientes campeonatos: (entre otros)
- Campeonato del mundo de esgrima masculino y femenino, (2001)
- Campeonato del Mundo de Badminton (2001)
- Final four Hockey patines (2001)
- World Corporate Games (2002)
- Campeonato del Mundo de Natación (2002)
- Torneo de Fútbol de la UE (202)
- Campeonato del Mundo de remo y piragüismo (2002)
- Campeonato de Europa de Boxeo (2003)
- Final de la Copa Davis de Tenis (2004)

### Experiencia en Baloncesto:

- Ha sido Presidente del Comité Organizador Local Eurobasket 2007.
- Co-organizador del Pre-Olímpico Femenino Madrid (2008)
- Co-organizador de la Copa del Rey (2004) y Copa de la Reina (2008) en Sevilla.



# ALFONSO SEOANE

**DIRECTOR PROGRAMAS SOCIALES Y LEGADO**  
**SOCIAL PROGRAMME AND LEGACY MANAGER**

## Personal information:

20/09/54-Madrid

- Attorney at Law at University of Deusto.
- Business Lawyer in ICADE of Madrid.
- Diploma in Taxation from the School of Law Practice of the University of Madrid.
- Director of different travel agencies.
- Director of the Municipal Patronage of Tourism of the Madrid Town Hall.
- Senior Director of the International Tourism Fair (FITUR).
- President of the EBS Business School (European Business School).
- Currently, he is General Manager of the Socio-cultural Foundation of Basketball in the Spanish Basketball Federation.
- He has the medal of Tourist Merit awarded by the Government from Spain.

## Experience in sports events:

- President of the 2008 and 2012 Olympic Bid of Seville
- Co-organiser of the following international tournaments: (among others)
  - World Fencing Championship (men and women), (2001)
  - World Badminton Championship (2001)
  - Hockey Final four (2001)
  - World Corporate Games (2002)
  - World Swimming Championship in Seville (2002)
  - UE Football Tournament (2002)
  - World Rowing and Canoeing Championship (2002)
  - European Boxing Championship (2003)
  - Davis Cup Tennis Final (2004)

## Experience in Basketball events:

- President of the Local Organising Committee, Eurobasket 2007.
- Co-organiser of the Madrid Women's Pre-Olympic Qualifying Tournament (2008)
- Co-organiser of the Spanish King and Queen's Cup (2004 and 2008, respectively)



### Información personal

Casado, 36 años con dos hijos

### Formación Académica y Profesional

- Licenciado en dirección y administración de empresas por la Universidad Autónoma de Madrid
- Curso de Especialidad Economía de la empresa y Marketing por la UAM
- 15 años de experiencia en multinacionales del sector de las nuevas tecnologías (IBM, Lenovo...) en puestos de dirección de marketing, dirección comercial y dirección de producto con responsabilidad internacional

### Experiencia en el baloncesto

- Responsable del proyecto de patrocinio tecnológico de Lenovo durante el Eurobasket 2007
- Responsable de la relación de patrocinio de Lenovo con el CB Estudiantes de Madrid

### Experiencia en eventos

- Responsable de activación y organización de los eventos de patrocinio de Lenovo en los grandes premios de F1 disputados en España en los años 2007 y 2008
- Responsable de activación y organización de los eventos de patrocinio de Lenovo en los grandes premios de Moto Gp disputados en España en los años 2008
- Responsable de organización y gestión de ferias de congresos y exposiciones del sector TIC desde 2002 a 2007
- Responsable de organización y gestión de roadshows para Lenovo en 2006 y 2007

# PASCUAL MARTÍNEZ

DIRECTOR DE MARKETING  
MARKETING DIRECTOR

## Personal Information

Married, 36 years old with two children

## Professional Training

- Graduate in Business Administration from the Autonomous University of Madrid
- Postgraduate Course in Company Economics and Marketing by UAM
- 15 years of experience in high technology international companies (IBM, Lenovo.) in positions of Marketing Director, Business Director and Product Manager with international responsibility

## Basketball Experience

- Responsible for the project of technological patronage of Lenovo during Eurobasket 2007
- Responsible for the relationship of patronage of Lenovo with Estudiantes BC of Madrid

## Experience in events

- Responsible for activation and organization of the events of patronage of Lenovo in F1 taking place in Spain in the years 2007 and 2008
- Responsible for activation and organization of the events of patronage of Lenovo in Moto GP taken place in Spain in 2008.
- Responsible for organisation and management of congress fairs and exhibitions on new technologies from 2002 at 2007
- Responsible for organisation and roadshows management for Lenovo in 2006 and 2007

**Datos personales:**

David Castellón

Nacido en Madrid, 30 años

**Formación:**

David Castellón es Graduado superior en informática aplicada a la empresa y Master en Dirección de Proyectos (especialización en gestión de operaciones). Es miembro de la Asociación Española de Directivos (AED) y ha recibido formación específica sobre CRM (Customer Relationship Management), gestión del conocimiento, organización de actos y otras áreas de negocio en la EIP (Escuela Internacional de Protocolo), La Salle Business School y en Harvard Law School.

**Experiencia profesional:**

David lleva más de 11 años ligado al mundo de desarrollo de las nuevas tecnologías. Siendo la Federación Española de Baloncesto su primer contacto profesional en 1998, participó después en diversos proyectos para grandes organizaciones de los sectores de industria, banca y administración (Banco Español de Crédito, Repsol-YPF, Getronics, Comisión Europea).

En 2004 regresa al mundo del deporte para apoyar, desde las TI, el proyecto de desarrollo de José Luis Sáez para la Federación Española de Baloncesto.

**Experiencia en el baloncesto:**

- IT manager en la Federación Española de Baloncesto
- CTO en la Federación Española de Baloncesto
- Director de Tecnología en EuroBasket 2007
- Director de Tecnología en el Torneo Preolímpico Femenino de 2008

# DAVID CASTELLÓN

## DIRECTOR DE TECNOLOGÍAS

## DIRECTOR OF TECHNOLOGIES

### Personal details:

David Castellón

Born in Madrid, 30 years

### Academic Formation:

David Castellón has an M.A. in Business Applied Computer Science and Projects MBA (Operations Management). He is a Fellow of the Directors Spanish Association (AED) and he has got specific training on CRM (Customer Relationship Management), knowledge management, event organization and other business areas at EIP (International School of Protocol), La Salle Business School and Harvard School of Law.

### Professional experience:

David can offer more than 11 years tied to the world of development of new technologies. Being the Spanish Basketball Federation his first professional contact in 1998, he then took part in diverse projects for big organizations of the industry sectors, banking and administration (Spanish Bank of Credit, Repsol-YPF, Getronics, European Commission).

In 2004 he returned to the world of the sport to support development project of José Luis Sáez at the Spanish Basketball Federation in the Information Technology area.

### Experience in the basketball:

- IT Manager at the Spanish Basketball Federation.
- CTO at the Spanish Basketball Federation.
- Technology Director at EuroBasket for Men 2007
- Technology Director at Olympic Qualifying Tournament for Women 2008.



Elisabeth Cebrián (Reus, Tarragona, 1971) exjugadora de baloncesto, internacional con la selección española en 252 ocasiones. Diplomada en Fisioterapia por la Universidad Ramón LLull de Barcelona (1998), decide dirigir su vida laboral hacia la Gestión Deportiva una vez finalizada su carrera como jugadora profesional de baloncesto.

Master Internacional en Sports Management por Cruyff Institute for Sport en Barcelona (2008) y Master en Dirección de Entidades Deportivas por el Instituto Kernaba de Barcelona (2007)

Elisabeth "Betty" Cebrián tiene su vida ligada al baloncesto desde temprana edad, relación con la que se inició como jugadora a los 12 años. Jugó en diferentes clubes de Liga Femenina como Banco Exterior, Dorna Godella, Celta de Vigo, FC Barcelona y Estudiantes entre otros.

Con el equipo nacional ha participado en 2 Juegos Olímpicos (Barcelona 92 y Atenas 04), 4 Campeonatos del Mundo y 7 Campeonatos de Europa, entre ellos una medalla de oro en Italia (1993). Participó en la WNBA (New York Liberty) veranos 97 y 98. Premios "Gigante del Año" como mejor jugadora española los años 1997 y 1998.

Su relación como gestora del mundo de la canasta la inició en 2001 al ser elegida por sus compañeras Presidenta de la Asociación de Jugadoras de Baloncesto (AJUB). Así mismo es asignada miembro de la Comisión Mujer y Deporte del COE en 2005.

En 2005, nada más finalizar su carrera como deportista profesional, se incorpora de la mano de José Luís Sáez a la Federación Española de Baloncesto trabajando en el Gabinete Técnico. Desde entonces, la FEB ha organizado el Eurobasket 2007 sénior masculino, el Europeo Junior 2007 y el Preolímpico femenino en 2008 con lo que adquiere una gran experiencia en la realización de grandes eventos deportivos internacionales y, en especial, de baloncesto. Desde enero de 2009, se incorpora al grupo de trabajo que prepara la candidatura del Mundial 2014.



# ELISABETH CEBRIÁN

**COORDINADORA DE SEDES  
VENUES COORDINATOR**

Elisabeth Cebrián (Reus, Tarragona, 1971) former basketball player, was international with the Spanish National Squad in 252 occasions. She got a degree in Physiotherapy for the University Ramón LLull of Barcelona (1998). She decides to direct her working life toward Sport Management once her career as a professional basketball player came to an end.

She has also expanded her knowledge in this area through an International Master in Sports Management for Cruyff Institute for Sport in Barcelona (2008) and MBA in Sport Management for the Institute Kernaba of Barcelona (2007) Elisabeth "Betty" Cebrián has had her life bound to basketball from an early age; a relationship which began as a player when she was 12 years old. She played for different clubs at the Women League like Banco Exterior, Dorna Godella, Celtic of Vigo, FC Barcelona and Estudiantes.

With the national team she took part in two Olympic Games (Barcelona 92 and Athens 04), four World Championships and seven European Championships including a gold medal in Italy (1993). She played at the WNBA (New York Liberty) in '97 and '98. She was awarded as "Gigantes Award of the Year" as the best Spanish player in 1997 and 1998.

Her relationship as a manager in the basketball world began in 2001 when she was chosen by her partners as President of the Women Basketball Association (AJUB). Likewise she is a member of the Women and Sport Commission at the Spanish Olympic Committee in 2005.

In 2005, right after finishing her career as a professional basketball player, she joins Jose Luis Sáez's team at the Spanish Basketball Federation in the Technical Commission. From then on, FEB has organized Eurobasket 2007 for Men, the U18 European Championship for Men 2007 and the Olympic Qualifying Tournament for Women in 2008. At these ones she gets a vast experience with regard to the international big sport events organization and, especially, of basketball. In January 2009, she joined the World Championship 2014 candidacy working team.







## 19 PLAN DE OPERACIONES

## 19 OPERATION PLAN



### 2009 CANDIDATURA Y PLAN ESTRATÉGICO

- Establecer la visión del evento
- Crear las LOC
- Establecer acuerdos con el Gobierno y otros socios clave
- Conseguir patrocinios anticipados
- Conseguir acuerdos para los derechos de retransmisión
- Establecer la imagen de marca
- Iniciar las comunicaciones con el público
- Acabar el plan de estrategias
- Contratar a Directivos
- Fijar la capacidad de gestión de programas
- Desarrollar planes de construcción y documentación
- Acuerdos con las sedes
- Diagrama preliminar de la organización
- Presentar el borrador del presupuesto de actividades y los pagos financieros
- Presentar las garantías del sector público
- Desarrollo del Plan de Promoción

### 2010-2011 PLANIFICACIÓN CONCEPTUAL

- Preparar planes maestros de ubicaciones, incluyendo la ordenación urbana.
- Desarrollar planes conceptuales para las sedes considerando los costes del legado
- Determinar los requisitos de los recursos y desarrollar planes financieros.
- Establecer un programa de comercialización
- Plan de ocio
- Contratar directivos medios y formar al personal
- Lanzar programas deportivos y sociales.
- Programa de sostenibilidad y medio ambiente
- Directores clave activos.
- La oficina de las LOC está operativa
- Fecha final de la competición y sistema conocidos
- Presentar el logo y manual del evento

### 2012 PLAN OPERATIVO

- Perfeccionar los planes específicos de las sedes
- Terminar los planes operativos para cada área funcional
- Adquisición de instalaciones, bienes y servicios
- Finalizar la construcción
- Designar a los directores de las sedes
- Preparar la emisión de entradas
- Empezar acciones informativas agresivas hacia el público
- Organizar el transporte
- Empezar el acondicionamiento de las ciudades
- Terminar los programas de actividades
- Contratar seguros
- Disponer de los requisitos IT
- Confirmación de los hoteles para el evento
- Concepto de transporte terminado

### 2013-2014 PRUEBA Y EJECUCIÓN

- Equipar las sedes
- Organizar actividades de prueba
- Contratar y formar personal y voluntarios
- Turnos de personal en los equipos de las sedes
- Empezar la venta/distribución de entradas
- Establecer todas las estructuras de control y mando
- Inaugurar IBC, IMC
- Completar los detalles de protocolo
- Instalar Look, activar superposiciones
- Ensayar las ceremonias y la presentación del evento
- Verificación y aprobación de las instalaciones
- Organización del sorteo
- Manual del Equipo de Producción
- Servicios para los medios de comunicación
- Formato y sistema de acreditación
- Visitas a las ubicaciones de las LOC/HB
- Venta de entradas y estrategia de precios
- Enviar el plan de seguridad
- Congreso Mundial de la FIBA definido.



### 2009 BID AND STRATEGIC PLANNING

- Establish event vision
- Form LOC
- Formalize alliances with Government and other key stakeholders
- Obtain early sponsorships
- Obtain broadcast rights agreements
- Establish brand image
- Initiate public communications
- Finalize strategic plan
- Recruit senior managers
- Establish program management capability
- Develop construction plans and documents
- Venues Agreements
- Preliminary Organisation Chart
- Present draft Event Budget and submit Financial Payments
- Submit Government Guarantees
- Development of Promotional Plan

### 2010-2011 CONCEPTUAL PLANNING

- Build site master plans, including City and Urban planning
- Develop venue conceptual plans taking into account cost of legacy issues
- Determine requirements of resources and develop financial budgets
- Establish merchandise program
- Leisure plan
- Recruit middle managers and build-up staff
- Initiate Sport&Social programs
- Environment and sustainability program
- Active Key Managers
- LOC Office is running
- Final Competition date and system known
- Present Event Logo and Manual

### 2012 OPERATIONAL PLANNING

- Refine venue specific plans
- Finalize operational plans for each functional area
- Procurement of facilities, goods and services
- Complete construction
- Appoint venue managers
- Prepare for ticketing
- Launch aggressive public communications
- Establish transport
- Begin city preparations
- Finalize event programs
- Take out insurances
- IT Requirements available
- Confirmation of Event Hotels
- Transportation concept completed

### 2013-2014 TESTING AND EXECUTION

- Fit-out venues
- Host test events
- Recruit & Train staff and volunteers
- Shift of staff to venue teams
- Commence ticket sales / distribution
- Establish all command and control structures
- Open IBC, IMC
- Finalize protocol details
- Install look, initiate overlays
- Rehearse ceremonies & Event Presentation
- Checking and approval of Facilities
- Draw organisation
- Production Team Handbook
- Media Facilities
- Accreditation Form & System
- LOC/HB Site Visits
- Ticket sales& Pricing Strategy
- Send Security Plan
- FIBA World Congress defined





**20 CONGRESO MUNDIAL FIBA**

**20 FIBA WORLD CONGRESS**

# MADRID

## FIBA WORLD CONGRESS > HOTEL EUROSTARS 5\*

> **Número de habitaciones:**

**474 Habitaciones**

(25 Suites)

> **Number of rooms:**

**474 Rooms**

(25 Suites)

> **Año de Construcción:**

2008

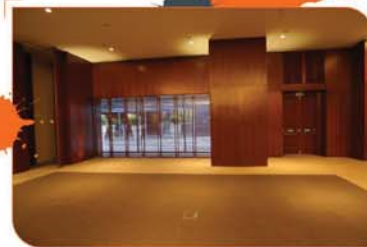
> **Year of Construction:**

2008

> **Precio PC:** 125€ / > **Rate/day/BB+7%:** 125€

El hotel ocupa 30 plantas de la imponente Torre SyV de 235 metros de altura. Los clientes del hotel percibirán que se encuentran en un edificio de altura, por las privilegiadas vistas que se podrán disfrutar desde todas y cada una de sus habitaciones. Todas ellas estarán equipadas con elementos de domotización propios de los edificios inteligentes y equipos audiovisuales de última tecnología.

The hotel occupies 30 plants of the imposing 235 meter high SyV Tower. The clients of the hotel will perceive that they are in a building of height, for the privileged views that they will be able to enjoy from all and each one of their rooms. All of them will be equipped with robotic elements characteristic of the intelligent buildings and state of the art audiovisual hardware.









enjoy with us  
in SPAIN.



21 TURESPAÑA.  
GLOBAL SPONSOR FIBA

21 TURESPAÑA.  
FIBA GLOBAL SPONSOR



## INTRODUCCIÓN: UN SPONSOR GLOBAL PARA UN MUNDIAL GLOBAL

La idea de organizar un mundial de baloncesto que trascienda el espacio y el tiempo es una máxima de la candidatura española. Para ello la mejor contribución que podemos hacer es apoyar el baloncesto mundial con una empresa que tiene en su ADN los conceptos de promoción y multiculturalidad. Una compañía que no se para ante ninguna frontera y que transmite emoción allá donde va. El organismo público de promoción del turismo español, Turespaña, se convierte desde nuestro punto de vista en el mejor aliado para que el mundial 2014 sea el mundial de todos y para todos.

La candidatura española para organizar el mundial de baloncesto de 2014 se planteó desde un inicio que su propuesta pudiese sobrepasar las fronteras de espacio y tiempo consiguiendo que sus efectos llegasen a todo el globo mucho más allá que las 3 semanas que dura el campeonato.

**Se diseñó un plan donde la figura del global sponsor fuese mucho más que un simple patrocinador**

Para alcanzar este propósito se diseñó un cuidadoso plan donde la figura del global sponsor, requerido formalmente en el manual FIBA del campeonato, fuese mucho más que un simple patrocinador que diese soporte financiero al evento. La idea de la candidatura española fue siempre encontrar un aliado, un socio que encajase perfectamente con la filosofía del proyecto y que pudiese dejar un legado en los 5 continentes y durante los 5 años de preparación antes del mundial. Un socio que expandiese la semilla del baloncesto unido a la imagen de España por cada uno de los países que se propusiese, dejando además la posibilidad a las federaciones nacionales espacio para promocio-

nar y sacar partido a multitud de actividades que solo un tipo de empresa determinada podría permitir.

Esa empresa es Turespaña, organismo público de promoción del turismo español, que a partir de este año 2009 y si la candidatura española es elegida para organizar el campeonato del mundo de 2014, se convertirá en socio global de la FIBA con el objetivo de llevar el baloncesto a todo el mundo de la mano de los valores y la inspiración que España transmite alrededor de cientos de países.

La mejor opción para crecer. La mejor opción para que el mundial 2014 comience en 2009 y continúe más allá de nuestra imaginación.

## TURESPAÑA

El Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) es el organismo de la Administración General del Estado encargado de la promoción en el exterior de España como destino turístico, para lo que desarrollan su actividad en las siguientes áreas:

- La planificación, desarrollo y ejecución de actuaciones para la promoción de España como destino turístico en los mercados internacionales.
- El apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior. Para ello, colaboramos con las Comunidades Autónomas, los entes locales y el sector privado.
- La fijación de la estrategia y planificación de la actuación de Paradores de Turismo de España S.A y la inversión en nuevos Paradores

Para lograr con eficacia sus objetivos, en TURESPAÑA desarrollan su actividad en el exterior a través de una red de



## INTRODUCTION: A GLOBAL SPONSOR FOR A GLOBAL WORLD CHAMPIONSHIP

The idea of organizing a basketball World Championship that transcends the space and the time is a maxim of the Spanish bidding proposal. Hence the best contribution that we could make is to support the world basketball with a company that has in its dna the promotion multicultural concepts. A company that doesn't stop before any frontier and that it transmits emotion wherever it goes. Turespaña, the state funded organism for Spanish tourism promotion, transforms from our point of view into the best ally so that the World Championship 2014 is the championship of everyone and for everyone.

The Spanish candidacy to organize the FIBA World Championship 2014 was planned from the very beginning so that its proposal could surpass the frontiers of space and time getting its effects to arrive much further on to the whole globe that the three weeks the championship lasts.

A plan was designed where the figure of the global sponsor were much more than a simple sponsor

To reach this purpose a careful plan was designed where the figure of the global sponsor, formally required by FIBA championship manual, were much more than a simple sponsor that gives financial support to the event. The idea of the Spanish project was always to find an ally, a partner that fits perfectly with the philosophy of the project and that can leave a legacy in the five continents and during the five years of preparation before the World Championship. A partner that expands the seed of the basketball added to the image of Spain for each one of the countries that could be proposed, also leaving room to national federations to promote and to take advantage of

multitude of activities that a certain type of company could allow.

That company is Turespaña, state funded organism for Spanish tourism promotion, that starting in 2009 and, if the Spanish bidding proposal is chosen to host the World Championship 2014, it will transform into a FIBA global partner with the aim of taking the basketball to everybody with values in mind and the inspiration that Spain transmits around hundred of countries.

It is the best option to grow. The best option so that the World Championship 2014 begins in 2009 and continue beyond our imagination.

## TURESPAÑA

The Institute of Tourism of Spain (TURESPAÑA) is the organism of the General Administration of the State in charge of the abroad promotion of Spain as a tourist destination, therefore they develop their activity in the following areas:

- The planning, development and execution of performances for the promotion of Spain as a tourist destination in the international markets.
- The support to the commercialization of Spanish touristic products abroad. In order to do so, we collaborate with the Autonomous Communities, the local entities and the private sector.
- The setting of the strategy and planning of the performance of Inns of Tourism of Spain S.A and the investment in new Inns

To achieve with effectiveness their objectives, TURESPAÑA develop their activity abroad through a net of **31 Spanish**



31 Oficinas Españolas de Turismo, que dependen de las Embajadas y Consulados de España.

Para ello, disponen de los siguientes recursos humanos y financieros:

Su dotación de personal es de 485 efectivos, distribuidos del siguiente modo:

- 211 en servicios centrales.
- 212 en la red de Oficinas Españolas de Turismo en el Exterior.
- 62 en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Madrid

De todos ellos, 308 son personal laboral contratados y 177 son funcionarios.

**Su presupuesto en 2009 asciende a 224,7 millones de euros**

Su presupuesto en 2009 asciende a 224,7 millones de euros, de los cuales 83,4 se destinan a la inversión directa en campañas y actividades de promoción turística internacional.

El Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) tiene entre sus funciones la planificación, desarrollo y ejecución de actuaciones para la promoción del turismo español en los mercados internacionales, el apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior y la colaboración con las Comunidades Autónomas, entes locales y sector privado en programas de promoción y comercialización de sus productos en el exterior. Para ello desarrollan una triple misión:

Como instrumento de política turística del Estado, que no se limita a realizar la promoción de la oferta turística, sino que trata de favorecer con su actuación la corrección de aspectos

que puedan incidir en la competitividad y sostenibilidad del turismo, a la vez que promueve el desarrollo de nuevos productos turísticos.

También como instrumento de apoyo a la comercialización y promoción de productos y destinos turísticos. Turespaña debe ser un asesor, un asistente al sector, al que ayuda a promocionar y vender sus productos en los mercados exteriores.

Son una organización pública comprometida con la eficacia y eficiencia en su gestión. Como organización moderna y responsable de la promoción del segundo país turístico del mundo, cuenta con objetivos internos de excelencia de gestión.

Para el cumplimiento de esta misión, el Plan de Objetivos para la Promoción Exterior del Turismo es su plan estratégico de acción que fija seis ejes de actuación en torno a los cuales se estructuran todas las actuaciones del organismo. La definición de los objetivos incluidos en este Plan se ha llevado a cabo teniendo en cuenta las tres misiones mencionadas, a partir de un diagnóstico realizado tras un estudio en profundidad de la demanda turística internacional a España, su evolución en los últimos años, tendencias y oportunidades, y de un análisis de segmentación, imagen y posicionamiento en los distintos mercados, de los productos turísticos, la imagen de marca y el nuevo entorno internet.

Los objetivos establecidos en el Plan de Objetivos se concretan anualmente en Planes Operativos en los que se establecen los compromisos de resultado que se adquieren para cada objetivo y los indicadores que permiten hacer un seguimiento de esos compromisos.

Turespaña es un organismo soportado por las instituciones y dependiente del ministerio de Industria con lo que su sostenibilidad y compromiso con los proyectos que acomete están soportados y avalados por el gobierno español



Come to  
Spain  
try  
basketball  
taste

**Offices of Tourism** that are under the Embassies and Consulates of Spain.

They have the following human and financial resources:

Their **personnel** endowment is of 485 people, distributed in the following way:

- 211 in central services.
- 212 in the network of Spanish Offices of Tourism abroad.
- 62 in the Palace of Exhibitions and Congresses of Madrid

Of this amount, 308 are hired personnel and 177 are civil servants.

**Their budget in 2009 ascends to 224,7 million euros**

Their **budget** in 2009 ascends to 224,7 million euros, of which 83,4 are dedicated to the direct investment in campaigns and activities of international touristic promotion.

The Institute of Tourism of Spain (TURESPAÑA) has among their functions the planning, development and execution of performances for the promotion of the Spanish tourism in the international markets, **the support to the commercialization of Spanish touristic products abroad and the collaboration with the Autonomous Communities**, local entities and private sector in promotion programs and commercialization of its products beyond Spanish frontiers. They develop it with a triple mission:

As instrument of tourist politics of the State that is not limited to carry out the promotion of the tourist offer, but rather it is about favoring at the same time with their performance the correction of aspects they can impact in **the competitive-**

**ness and support of tourism**, that it promotes the development of new touristic products.

It is also a support instrument to the commercialization and promotion of products and tourist destinations. Turespaña should be an adviser, an assistant to the sector, to which helps to promote and to sell their products in foreign markets.

They are a committed public organization with **the effectiveness and efficiency** in their management. As a modern organization and responsible for the promotion of the second tourist country of the world, they have internal objectives of management excellence.

For the execution of this mission, **the Objectives Plan for the External Promotion of Tourism** is its strategic plan of action that fixes six performance axes around which all the performances of the organism are structured.

The definition of the objectives included in this Plan has been carried out keeping in mind the three mentioned missions, starting from a diagnosis carried out after a study in depth from the tourist international demand to Spain, its evolution in the last years, tendencies and opportunities, and of a segmentation analysis, image and positioning in the different markets, of the touristic products, the brand image and the new internet environment.

The objectives settled down in the **Objectives Plan** are summed up annually in Operative Plans in those that settle down the result commitments that they are acquired for each objective and the indicators that allow making a follow-up of those commitments.

Turespaña is an organism supported by the institutions and clerk of the Ministry of Industry. Their backing and commitment with the projects they attempt are supported and endorsed by the Spanish Government.

## OBJETIVOS Y FASES DE EJECUCIÓN DEL PATROCINIO

La inclusión de Turespaña como Global Partner para la candidatura a organizar el mundial 2014 en España tiene 3 objetivos identificativos:

- 1. Expandir el baloncesto y sus valores unidos a la imagen de España en todos los rincones del planeta donde el JMB decida que es necesario promocionar nuestro deporte a través de planes de activación a 5 años en los que se mezcle deporte, cultura, ocio y diversión
- 2. Permitir la entrada de otras empresas locales o multinacionales que puedan aportar valor a los planes de promoción que se desarrollen para el campeonato de tal forma que todo el mundo del baloncesto se vea beneficiado.
- 3. Integrarse de forma perfecta en los mecanismos FIBA para aportar toda su potencia a la difusión de las competiciones incluidas en el acuerdo.

Por encima incluso de los objetivos, uno de los elementos más determinantes del plan a diseñar con Turespaña dentro de esta candidatura es la ejecución de la promoción internacional en 5 fases para abarcar todos los años de duración del contrato

- 1. FASE: Difusión y promoción interna; 2009
- 2. FASE; Lanzamiento del concepto y gira mundial 2010
- 3. FASE: Ocio deportivo y España. Desde 2011 hasta 2013
- 4. FASE; Un Mundial para todos. 2013 y 2014
- 5. FASE; Legado

El desarrollo completo de los planes y actuaciones fase por fase vendrá determinado por el acuerdo expreso del JMB entre el comité local y los miembros FIBA pero seguirá las líneas establecidas en la promoción internacional y el legado explicados ampliamente en los tomos I y III de este dossier



## OBJECTIVES AND PHASES OF EXECUTION OF THE SPONSORSHIP

The inclusion of Turespaña as a Global Partner for the project to host the World Championship 2014 in Spain has 3 identifying objectives:

- 1. To expand the basketball and their values together with the image of Spain in all the corners of the planet where JMB decides that it is necessary to promote our sport through activation plans for five years in those where sport, culture, leisure and amusement are mixed.
- 2. To allow the entrance of other local companies or multinationals that can contribute value to the promotion plans that are developed for the championship in such a way that everyone in the basketball world will have a profited return.
- 3. To be integrated in a perfect way in the FIBA mechanisms in order to contribute all their strength for the promotion of the competitions included in the agreement.

Beyond the objectives, one of the most decisive elements in the plan to design with Turespaña inside this proposal is the execution of the international promotion in five phases to embrace every year of duration of the contract

- 1. PHASE: Diffusion and internal promotion; 2009
- 2. PHASE; Launching of the concept and world tour 2010
- 3. PHASE: Sport leisure and Spain. From 2011 up to 2013
- 4. PHASE; A World championship for everyone. 2013 and 2014
- 5. PHASE; Legacy

The complete development of the plans and performances for each phase will come determined by the expressed agreement of JMB between the local committee and the FIBA members, but it will follow the lines settled down in the international promotion and the legacy thoroughly explained in the volumes I and III of this dossier







**ANEXO**  
**(CARTAS DE APOYO Y**  
**GARANTÍAS FINANCIERAS)**

**ANNEX**  
**(SUPPORTING LETTERS AND**  
**FINANCIAL GUARANTEES)**



D. Jaime Lissavetzky  
Presidente del Consejo Superior de Deportes  
President of Consejo Superior de Deportes



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, POLÍTICA SOCIAL Y DEPORTE

El Secretario de Estado

Presidente del Consejo Superior de Deportes

FEDERACION ESPAÑOLA DE BALONCESTO  
28.11.08 002693  
ENTRADA

CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES  
REGISTRO GENERAL  
28.11.08 013071  
SALIDA

Mr. José Luis Saez Regalado,  
President of the SPANISH BASKETBALL FEDERATION  
Avda. Burgos, 8 A - 9ª planta  
28036 - MADRID

Madrid, 23<sup>rd</sup> October de 2008

Dear President, *José Luis*

I write to inform you that as regards your will to organise the World Basketball Championships in 2014, it is the intention of this Body to support this new initiative by the Spanish Basketball Federation, which we are fully convinced will be a success in organisational and sporting terms. This letter confirms the National Sports Council's interest in this initiative.

Therefore, for the purposes of confirmation before any institutions that may require such a record, I hereby express the support of this National Sports Council to Spain's candidature in organising the World Basketball Championship 2014.

Wishing you every success and in the hope of a favourable decision by the FIBA Council.

Kind regards,

Jaime Lissavetzky



D. Jaime Lissavetzky  
 Presidente del Consejo Superior de Deportes  
 President of Consejo Superior de Deportes



El Secretario de Estado  
 Presidente del Consejo Superior de Deportes

Mr José Luis Sáez Regalado  
 President  
 Spanish Basketball Federation  
 Avda. de Burgos, 8A, 9ª Planta  
 28036 Madrid - Spain



Madrid, 9<sup>th</sup> March 2009

Dear President, *dear friend*

To follow up on my previous document of 23<sup>rd</sup> October 2008, regarding the support of the Government of Spain for the Spanish bid to organize the 2014 FIBA (International Basketball Federation) World Championship I wish to inform you that:

The High Council for Sport (Ministry of Education, Social Policy and Sport) as the governing body of sport in Spain, will actively participate in the Organization Committee, should the mentioned event be assigned to our country.

The High Council for Sport (Ministry of Education, Social Policy and Sport) will act as representative of the Government of Spain and coordinate necessities that could be provided by other Ministerial Departments, such as security and participants entrance into the country through the necessary visas: Team Delegations, FIBA Delegation, Commercial Partners, Host Broadcaster and Media representatives. No works permits are required by Spanish legislation for short Championships.

Therefore, the High Council for Sport (Ministry of Education, Social Policy and Sport) will undertake all necessary security measures to guarantee the safety of the 2014 FIBA World Championship and personal protection for Team Delegations, FIBA Delegations, Media representatives and all accredited persons before, during and after the games and while travelling around the country, especially in Airports, Hotels (inside and outside), Venues, Training Halls, FIBA Broadcast Centre, Media Centres and any official areas.

In addition, the budget to make the competition possible will be approved in the mentioned Organization Committee, as well as the corresponding financial commitments of its members.

Yours sincerely, *Best regards,*

*[Signature]*  
 Jaime Lissavetzky



D. Alfredo Sánchez Monteseirín  
Alcalde de Sevilla  
Mayor of Sevilla



## *El Alcalde de Sevilla*

Sr. D. José Luis Saez Regalado  
Presidente de la Federación Española de Baloncesto

Seville, 14th October 2008

Dear friend,

On behalf of Seville City Council, I hereby express our firm support to the candidature submitted by the Spanish Basketball Federation to the 2014 FIBA World Championship and convey our strong interest to host one of its venues.

We are fully aware of the requirements established by the Organisation to host this type of event and understand that our city would comply with them to host one of its official venues.

Please find enclosed a report on Seville and the facilities we offer to host the World Championship, which I hope will convince you of our serious commitment to make this dream come true.

Best regards,

Alfredo Sánchez Monteseirín



D. Alfredo Sánchez Monteseirín  
Alcalde de Sevilla  
Mayor of Sevilla

## *El Alcalde de Sevilla*

Seville, February 18<sup>th</sup> 2009.

Mr. José Luis Sáez Regalado  
President of the Spanish Basketball Federation

Dear Friend,

On behalf of the Seville City Council, I would like to show our firm support to the candidacy of the Spanish Basketball Federation to the **WORLD CHAMPIONSHIP - SPAIN 2014** and our interest in housing one of their venues.

We are experts of the conditions settled down by the organization for the development of the event and we fully understand the needs of completing those requirements to transform officially ourselves into a venue.

Faithful to this commitment, and fulfilling the obligations of FIBA manual that we specify in the contract signed among the parts, we hereby confirm that this venue will be taken charge from the inherent expenses to the event in my city, such as:

- Construction and gratuitous surrender of the necessary sport facilities for the celebration of WORLD CHAMPIONSHIP 2014 matches corresponding to the Seville venue; as well as the adaptation of the same ones to the technical demands according to FIBA, during the period foreseen in the Manual and development documents. The facilities will surrender free of all advertising insert and/or commitments with third parties.
- Assumption of all the organization expenses that requires the development from the inherent championship to the venue, following the demands and requirements of the Manual and the appropriate organization of the event that it specifies FIBA and the Federation that will be detailed in the Development Agreement Document, once obtained the organization of the WORLD CHAMPIONSHIP 2014.
- Invitation to the representatives of the FEB, FIBA, sponsors and official suppliers in the acts that take place related with the organization of the competition in the venue.
- To develop and to tackle those guidelines that as much the FEB as the Organizing Committee are determined for the appropriate running of the competition.

I am at your complete service to produce further information or to solve any doubt that you could come across.

Yours faithfully,

Alfredo Sánchez Monteseirín



D. José Torres Hurtado  
Alcalde de Granada  
Mayor of Granada



JOSÉ TORRES HURTADO  
ALCALDE DE GRANADA

Granada, November, 27th, 2008

FEDERACION ESPAÑOLA DE BALONCESTO  
D. Jose Luis Sáez Regalado  
Presidente  
Avda. de Burgos 8- 9ª planta  
28036 MADRID

Ref.: 2014 FIBA WORLD CHAMPIONSHIP

Dear Sir:

On behalf of Granada City Council, I should like to express our strong support for the candidature of the Spanish Basketball Federation for the BASKETBALL WORLD CHAMPIONSHIP – SPAIN 2014, and our desire to host one of its venues.

We are aware of the conditions established by the organisation for the event, and understand the requirement to comply with these conditions in order to be considered as an official venue.

We enclose an information pack on Granada and the facilities proposed for hosting the Championship, which I am sure will convince you of the seriousness of our wish to make this dream a reality.

Best regards,

  
 AYUNTAMIENTO DE GRANADA  
 JOSE TORRES HURTADO  
 Major of Granada  
 P. ALCAIDE



D. José Torres Hurtado  
Alcalde de Granada  
Mayor of Granada



JOSÉ TORRES HURTADO  
ALCALDE DE GRANADA

Granada, February 18<sup>th</sup> 2009.

**Mr. José Luis Sáez Regalado**  
**President of the Spanish Basketball Federation**  
Avda Burgos nº 8ª, 9 Floor  
28036 MADRID

Dear Friend,

On behalf of the Granada City Council, I would like to show our firm support to the candidacy of the Spanish Basketball Federation to the **WORLD CHAMPIONSHIP - SPAIN 2014** and our interest in housing one of their venues.

We are experts of the conditions settled down by the organization for the development of the event and we fully understand the needs of completing those requirements to transform officially ourselves into a venue.

Faithful to this commitment, and fulfilling the obligations of FIBA manual that we specify in the contract signed among the parts, we hereby confirm that this venue will be taken charge from the inherent expenses to the event in my city, such as:

- Construction and gratuitous surrender of the necessary sport facilities for the celebration of WORLD CHAMPIONSHIP 2014 matches corresponding to the Granada venue; as well as the adaptation of the same ones to the technical demands according to FIBA, during the period foreseen in the Manual and development documents. The facilities will surrender free of all advertising insert and/or commitments with third parties.
- Assumption of all the organization expenses that requires the development from the inherent championship to the venue, following the demands and requirements of the Manual and the appropriate organization of the event that it specifies FIBA and the Federation that will be detailed in the Development Agreement Document, once obtained the organization of the WORLD CHAMPIONSHIP 2014.
- Invitation to the representatives of the FEB, FIBA, sponsors and official suppliers in the acts that take place related with the



D. Manuel Cobo Vega  
Vicealcalde de Madrid  
Vicemayor of Madrid

VICICALCALDE  
Primer Teniente de Alcalde de Madrid

D. José Luis Sáez Regalado  
Presidente  
Federación Española de Baloncesto  
Avda. de Burgos, 8-9ª planta  
28036-Madrid



Madrid, 26 de Octubre de 2008

Estimado Sr. Presidente,

En representación del Ayuntamiento de Madrid quiero mostrarle nuestro firme apoyo a la candidatura de la Federación Española de Baloncesto al CAMPEONATO DEL MUNDO DE BALONCESTO-ESPAÑA 2014.

También adjuntamos un dossier informativo sobre los principales aspectos de la ciudad y la experiencia en relación con la organización de eventos deportivos que demuestra el compromiso de nuestra Ciudad con el Deporte. La fiabilidad deportiva de Madrid la garantiza la celebración de 25 campeonatos mundiales y otros 25 europeos en los últimos diez años, pudiendo aún recordar el entusiasmo y la pasión con la que los madrileños vivieron el Campeonato de Europa de Baloncesto del año 2007.

Atentamente,

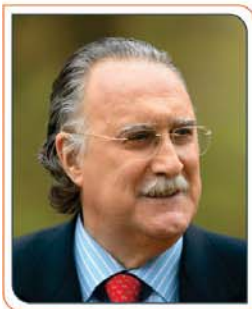
Manuel cobo Vega





D. Salvador Victoria Bolívar  
Viceconsejero de la Presidencia de la Comunidad de Madrid





D. Iñaki Azkuna  
Alcalde de Bilbao  
Mayor of Bilbao



*Bilbao Alkatea*  
*El Alcalde de Bilbao*

Mr. José Luis Sáez Regalado  
Chairman  
Spanish Basketball  
Federation  
Avda. de Burgos, 8-9 planta  
28036 Madrid

Bilbao, October 21, 2008

Dear Mr. Chairman,

On behalf of the city of Bilbao may I express our firm support for the candidature of the Spanish Basketball Federation to host the WORLD BASKETBALL CHAMPIONSHIP IN SPAIN in 2014, and our interest in being one of the venues for the tournament.

We are aware of the terms and conditions established by the organisation for the event, and understand that we must meet them if we are to be one of the official venues.

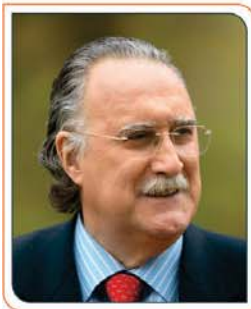
Please find attached a dossier with information on the city of Bilbao and the facilities proposed for the World Championship. I am sure that this will convince you of how seriously we take the idea of converting this dream into reality.

I remain

Yours faithfully,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'I. Azkuna'.

I. AZKUNA  
MAYOR OF BILBAO



D. Iñaki Azkuna  
Alcalde de Bilbao  
Mayor of Bilbao



*Bilboko Alkatea*  
*El Alcalde de Bilbao*

Bilbao, March 24<sup>th</sup> 2009.

**Mr. José Luis Sáez Regalado**  
President of the Spanish Basketball Federation  
Avda Burgos nº 8<sup>a</sup>, 9 Floor  
28036 MADRID

Dear Friend,

On behalf of the Bilbao City Council, I would like to show our firm support to the candidacy of the Spanish Basketball Federation to the **WORLD CHAMPIONSHIP - SPAIN 2014** and our interest in housing one of their venues.

We are experts of the conditions settled down by the organization for the development of the event and we fully understand the needs of completing those requirements to transform officially ourselves into a venue.

Faithful to this commitment, and fulfilling the obligations of FIBA manual that we specify in the contract signed among the parts, we hereby confirm that this venue will be taken charge from the inherent expenses to the event in my city, such as:

- Construction and gratuitous surrender of the necessary sport facilities for the celebration of WORLD CHAMPIONSHIP 2014 matches corresponding to the Bilbao venue; as well as the adaptation of the same ones to the technical demands according to FIBA, during the period foreseen in the Manual and development documents. The facilities will surrender free of all advertising insert and/or commitments with third parties.
- Assumption of all the organization expenses that requires the development from the inherent championship to the venue, following the demands and requirements of the Manual and the appropriate organization of the event that it specifies FIBA and the Federation that will be detailed in the Development Agreement Document, once obtained the organization of the WORLD CHAMPIONSHIP 2014.
- Invitation to the representatives of the FEB, FIBA, sponsors and official suppliers in the acts that take place related with the organization of the competition in the venue.
- To develop and to tackle those guidelines that as much the FEB as the Organizing Committee are determined for the appropriate running of the competition.

I am at your complete service to produce further information or to solve any doubt that you could come across.

Yours faithfully,

**I. Azkuna**  
Mayor of Bilbao



D. José Miguel Pérez García  
 Presidente del "Cabildo de Gran Canaria"  
 President of "Cabildo de Gran Canaria"



Cabildo de  
Gran Canaria

José Miguel Pérez García  
PRESIDENTE

SPANISH BASKETBALL FEDERATION

Sr. José Luis Sáez Regalado  
 Avda. de Burgos, 8ª, 9ª Planta  
 C.P. 280306, Madrid

Dear Sir,



RE: 2014 WORLD BASKETBALL CHAMPIONSHIP SPAIN

On behalf of the Island Government of Gran Canaria, I should like to show our firm support to the candidacy of the Spanish Basketball Federation for the 2014 WORLD BASKETBALL CHAMPIONSHIP SPAIN and our interest in being one of the venues.

We are aware of the conditions laid down by the organisation for holding the event and understand the need to meet these requirements to officially become a venue.

Finally, I attach various informative files requested in your letter of 09.10.08 regarding this island and the facilities proposed for holding the Championship which I am sure will convince you of our serious commitment to make this dream a reality.

Yours faithfully,



D. José Miguel Pérez García  
 Presidente del "Cabildo de Gran Canaria"  
 President of "Cabildo de Gran Canaria"

Las Palmas de Gran Canaria, February 18<sup>th</sup> 2009.

**Mr. José Luis Sáez Regalado**  
**President of the Spanish Basketball Federation**  
**Avda Burgos nº 8º, 9 Floor**  
**28036 MADRID**

Dear Friend,

On behalf of Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria, I would like to show our firm support to the candidacy of the Spanish Basketball Federation to the **WORLD CHAMPIONSHIP - SPAIN 2014** and our interest in housing one of their venues.

We are experts of the conditions settled down by the organization for the development of the event and we fully understand the needs of completing those requirements to transform officially ourselves into a venue.

Faithful to this commitment, and fulfilling the obligations of FIBA manual that we specify in the contract among the parts, we hereby confirm that this venue will be taken charge from the inherent expenses to the event in my city, such as:

- Construction and gratuitous surrender of the necessary sport facilities for the celebration of WORLD CHAMPIONSHIP 2014 matches corresponding to Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria venue; as well as the adaptation of the same ones to the technical demands according to FIBA, during the period foreseen in the Manual and development documents. The facilities will surrender free of all advertising insert and/or commitments with third parties.
- Assumption of all the organization expenses that requires the development from the inherent championship to the venue, following the demands and requirements of the Manual and the appropriate organization of the event that it specifies FIBA and the Federation that will be detailed in the Development Agreement Document, once obtained the organization of the WORLD CHAMPIONSHIP 2014.
- Invitation to the representatives of the FEB, FIBA, sponsors and official suppliers in the acts that take place related with the organization of the competition in the venue.
- To develop and to tackle those guidelines that as much the FEB as the Organizing Committee are determined for the appropriate running of the competition.

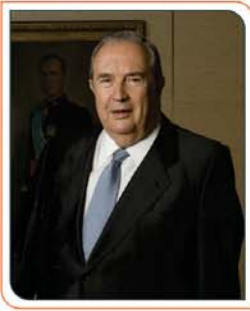
I am at your complete service to produce further information or to solve any doubt that you could come across.

Yours faithfully,

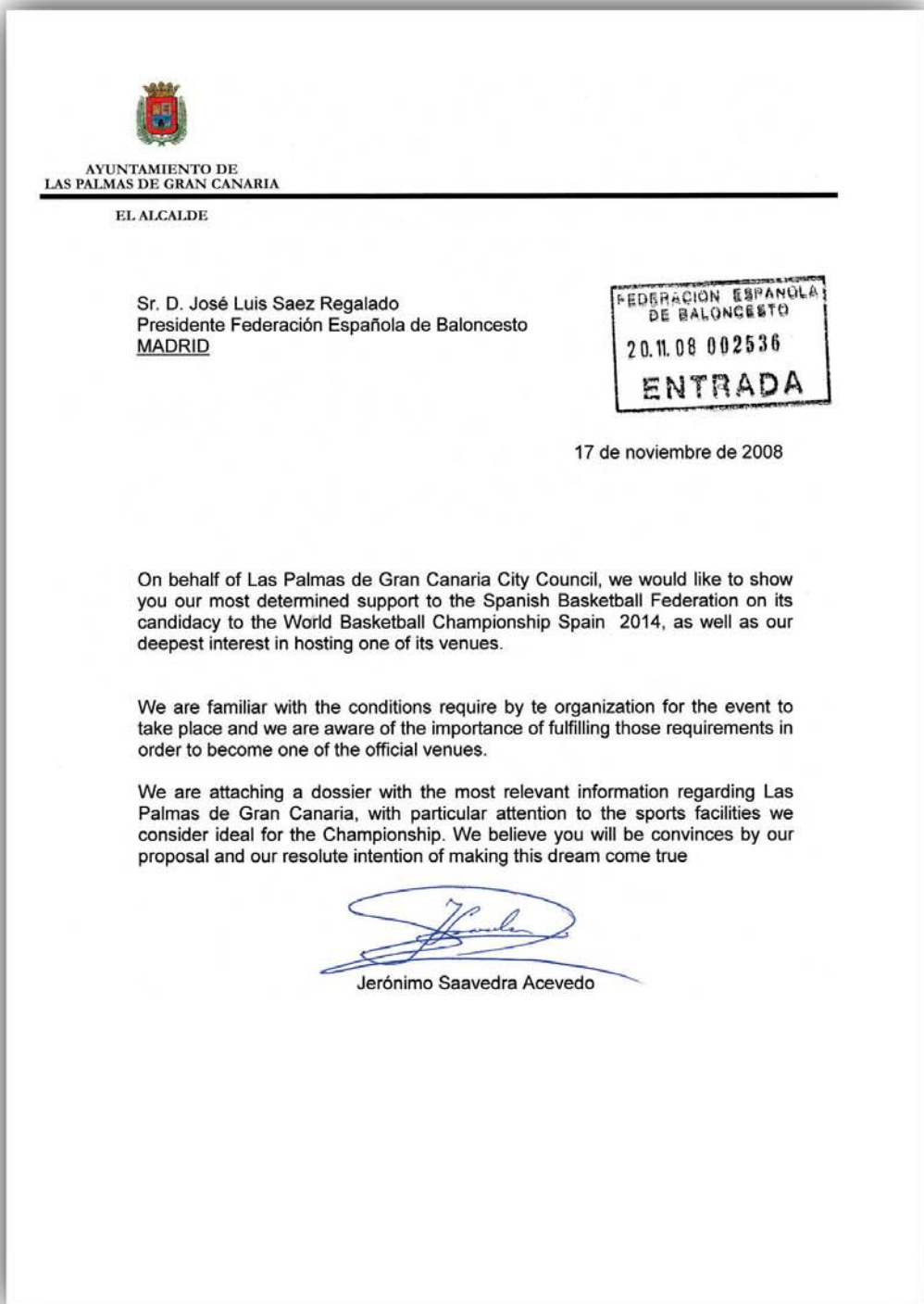
Por el EXCMO. CABILDO INSULAR DE GRAN CANARIA

Excmo. D. Jose Miguel Pérez García

Presidente



D. Jerónimo Saavedra Acevedo  
 Alcalde de Las Palmas de Gran Canaria  
 Mayor of Las Palmas de Gran Canaria



**ANEXOS  
(GARANTÍAS DE SEGURIDAD)**

**ANNEX  
(SECURITY GUARANTEE)**



D. Jaime Lissavetzky  
 Presidente del Consejo Superior de Deportes  
 President of Consejo Superior de Deportes



El Secretario de Estado  
 Presidente del Consejo Superior de Deportes

Mr José Luis Sáez Regalado  
 President  
 Spanish Basketball Federation  
 Avda. de Burgos, 8A, 9ª Planta  
 28036 Madrid - Spain



Madrid, 9<sup>th</sup> March 2009

Dear President, *dear [v]eluj*

To follow up on my previous document of 23<sup>rd</sup> October 2008, regarding the support of the Government of Spain for the Spanish bid to organize the 2014 FIBA (International Basketball Federation) World Championship I wish to inform you that:

The High Council for Sport (Ministry of Education, Social Policy and Sport) as the governing body of sport in Spain, will actively participate in the Organization Committee, should the mentioned event be assigned to our country.

The High Council for Sport (Ministry of Education, Social Policy and Sport) will act as representative of the Government of Spain and coordinate necessities that could be provided by other Ministerial Departments, such as security and participants entrance into the country through the necessary visas: Team Delegations, FIBA Delegation, Commercial Partners, Host Broadcaster and Media representatives. No works permits are required by Spanish legislation for short Championships.

Therefore, the High Council for Sport (Ministry of Education, Social Policy and Sport) will undertake all necessary security measures to guarantee the safety of the 2014 FIBA World Championship and personal protection for Team Delegations, FIBA Delegations, Media representatives and all accredited persons before, during and after the games and while travelling around the country, especially in Airports, Hotels (inside and outside), Venues, Training Halls, FIBA Broadcast Centre, Media Centres and any official areas.

In addition, the budget to make the competition possible will be approved in the mentioned Organization Committee, as well as the corresponding financial commitments of its members.

Yours sincerely, *Best regards,*

Jaime Lissavetzky







**EUSKO JAURLARITZA**  **GOBIERNO VASCO**  
**HERRIZAINGO SAILA** **DEPARTAMENTO DE INTERIOR**  
 Segurtasun Sailburuordetza Viceconsejería de Seguridad

En relación al Campeonato del Mundo de Baloncesto-España 2014, la Viceconsejería de Seguridad, del Departamento de Interior del Gobierno Vasco, como viene siendo habitual con este tipo de eventos, dispondrá todos los medios precisos a fin de que aquel se desarrolle con las adecuadas garantías de seguridad.

En Vitoria-Gasteiz, a 23 de marzo de 2009

  
*Mikel Legarda Uriarte*  
 Fdo.: Mikel LEGARDA URLARTE  
 VICECONSEJERO DE SEGURIDAD  
  
 23 MAR 2009  

SARRERA	IRTEERA
Zal	212-

**CONCEJAL DELEGADO DEL AREA DE SEGURIDAD. D. EDUARDO MAIZ.**



GOBIERNO  
DE  
ESPAÑA

SUBDELEGACIÓN DE  
GOBIERNO EN  
GRANADA

Ante la petición formulada por el Excmo. Ayuntamiento de Granada para que se emita "certificado de garantía de protección y seguridad" con motivo de la posible designación de la ciudad de Granada como sede del campeonato MUNDOBASKET 2014, pongo de manifiesto:

Que tanto el Cuerpo Nacional de Policía, como el Cuerpo de la Guardia Civil disponen de los elementos personales y materiales necesarios para establecer los dispositivos que sean precisos con objeto de garantizar la protección y seguridad de las personas que participen, intervengan o asistan a las actividades oficiales que se celebren en la ciudad de Granada con ocasión de la celebración del MUNDOBASKET 2014.

Y para que conste, firma la presente declaración el día veintitrés de marzo de dos mil nueve.

EL SUBDELEGADO DEL GOBIERNO



Antonio Cruz Jiménez

CORREO ELECTRONICO  
secretario\_general.granada@map.es

GRAN VÍA, 50  
18011 GRANADA  
TEL. 958905900  
FAX. 958903245



*The World Championship for Everyone*





