INCARICO

INCARICO

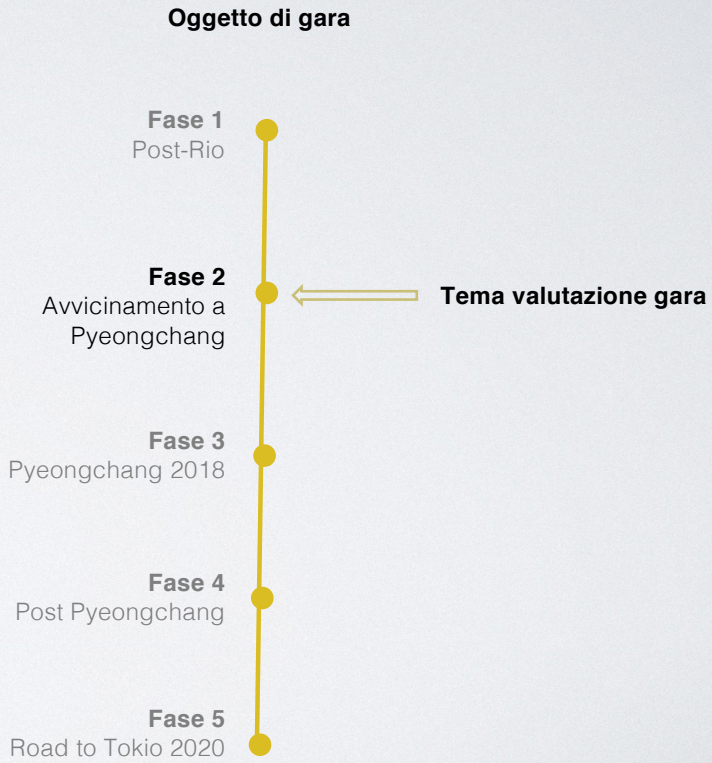
Il servizio ha per oggetto l'ideazione e la realizzazione di una serie di campagne pubblicitarie cross-mediali di respiro nazionale nei due anni previsti dall'incarico (il periodo dell'incarico è suddiviso in 5 fasi di comunicazione), ed il supporto sui progetti in cui la Direzione Marketing è coinvolta.

L'agenzia supporterà la Direzione Marketing nella definizione delle strategie di comunicazione legate ai prodotti Italia Team volte al rafforzamento del brand, e più in generale del Marketing CONI, nel periodo di competenza.

INCARICO

ITALIA TEAM

- Documentare la strategia del biennio in analisi, supportando la Direzione nella redazione di documenti strategici volti a presentazioni sia ad uso interno che esterno, in occasione di lezioni e workshop;
- Fornire pianificazioni specifiche per ogni attività, al fine di supportare la strategia di comunicazione attraverso le varie modalità di amplificazione a disposizione del CONI.



INCARICO

ITALIA TEAM

Per ciascuna fase l'incarico prevede:

- Sviluppare un concept creativo, cardine di tutta la comunicazione, in linea con il percorso intrapreso finora;
- Concepire un payoff di brand, in grado di rappresentare l'Italia Team e i suoi valori a prescindere dagli eventi in corso
- Ideare una headline di campagna
- Declinare il logo dell'Italia Team e, se concorde alla strategia di comunicazione, dell'Italia Olympic Team, inclusivo di manuale d'uso, anche in considerazione dei nuovi sviluppi di licensing e merchandising;
- Produrre i layout esecutivi della campagna su stampa, affissioni, web, pareti per stand, backdrop e materiali BTL
- Pianificare la strategia dei canali social Italia Team, dando indicazioni su look and feel, piano editoriale, spunti e aggiornamenti al fine di rendere questi canali un asset chiave della strategia del brand e mantenerne l'approccio coerente con il resto della comunicazione. Fornire report di analisi mensile sull'andamento dei canali social Italia Team per la verifica della reale
- Fornire i layout e supporto nel confezionamento dei contenuti per il sito web dedicato all'Italia Team, supportando il team di sviluppo interno sia nella fase olimpica che non olimpica
- Ideare i contenuti per eventuali riprese video e i servizi fotografici in occasione di ognuno degli eventi ItaliaTeam
- Declinazione della campagna su materiali ed adattamenti below the line e di direct marketing
- Supporto nelle attività che coinvolgono la Direzione Marketing a livello internazionale
- Supporto nella produzione di documentazioni / presentazioni per le attività di comunicazione interna ed esterna
- Coordinamento nella creatività e nella produzione dei materiali (stand, totem, roll-up, press kit, etc.) legati ad ognuno degli eventi di seguito indicati

INCARICO

MARKETING E CONI

- Supportare la Direzione Marketing nell'integrazione degli Sponsor nella campagna Italia Team;
- Adattamento di materiali di comunicazione sui singoli Partner (loghi combinati, et al.)
- Ideazione di video, servizi fotografici e materiale di backstage in occasione di ognuno degli eventi più avanti indicati
- Pianificare la strategia dei canali social Italia Team relativamente a progetti ed eventi che coinvolgono la Direzione Marketing anche al di fuori degli appuntamenti olimpici (vedi slide eventi);
- Sviluppo dei materiali di comunicazione legati agli eventi CONI Educamp, Trofeo CONI, Giornata Nazionale dello Sport, Centri di Avviamento e Orientamento allo sport.
- Produrre i layout esecutivi della campagna su stampa, affissioni, web e altri media indicati, inclusi gli adattamenti sui materiali necessari ad ogni attività incluso il merchandising

TEMA DI GARA

OBIETTIVI

- Continuare a valorizzare l'Italia Team, rendendolo un prodotto sempre più aspirazionale, che inviti chi pratica sport e l'Italia intera a inseguire i propri sogni
- Creare un punto d'incontro tra gli sportivi e l'Italia Team, creando una connessione tra lo sport di alto livello e la base.
- Valorizzare i Partner del CONI

KEY CONCEPTS

Dati Istat 2015-2016

TEMA DI GARA

- E’ richiesto l’elaborazione di una strategia di comunicazione per la fase 2 “avvicinamento a Pyeongchang 2018” che tenga conto del posizionamento Italia Team e contribuisca a rafforzarlo e sedimentarlo coinvolgendo il target di riferimento, con particolare attenzione a Millenials e Gen. Z, in grado di permeare verso praticanti e appassionati di sport.
- Scegliere i canali di comunicazione più adatti, considerando ed includendo nuovi trend e nuove tecnologie. Specificare attivazioni coerenti con il piano, al fine di definire azioni concrete in grado di portare a terra la strategia delineata e di coinvolgere i nostri target, sviluppando il rapporto con la fanbase.
- Integrare l’intero storytelling dell’Italia Team, partendo dal racconto dell’avvicinamento ai prossimi Giochi Olimpici invernali, senza dimenticare gli atleti che si preparano per Tokyo 2020.

TERMINI DI GARA

DURATA E TERMINI

- Il servizio avrà durata di due anni e decorrerà dalla data di comunicazione inizio attività.
- La Società dovrà consegnare al Comitato, tutti i materiali e i relativi file sorgente (incluse tutte le foto e i video degli shooting effettuati con gli atleti e durante le attività del Comitato) che sono di proprietà esclusiva del Comitato stesso.
- Il materiale presentato da tutti i partecipanti, rimarrà di proprietà del CONI libero da qualunque diritto.
- Sono compresi, nell'importo a base di gara e nel suo eventuale ribasso, l'impianto strategico di comunicazione, le campagne creative da declinare su tutti i mezzi e sugli eventi e tutto quanto già previsto nel bando di gara. Sono compresi inoltre, i costi relativi alla progettazione grafica del sito e il costo di una risorsa grafica a disposizione della Direzione Marketing e Sviluppo del CONI da utilizzare a chiamata per esigenze specifiche.
- Sono inclusi gli impianti ed esecutivi dei materiali stampa, affissioni, web, pareti per stand, backdrop e materiali BTL.

L'incarico NON include:

- Gestione ordinaria dei canali social
- Sviluppo applicativi web
- i costi di produzione degli spot TV e delle campagne radio e di tutte le altre produzioni video e foto.

Il progetto non prevede investimenti in media tradizionale, ma sarà veicolato attraverso accordi ad hoc di CONI e CONI Servizi con i media, oltre a earned media attraverso l'amplificazione organica di Partner e Media stessi. E' richiesto all'agenzia il supporto e la consulenza sul piano media per la pianificazione del miglior media mix al fine di raggiungere la massima efficacia.

TEAM DI PROGETTO

Per la realizzazione del servizio, la Società dovrà assicurare l'impegno di un apposito gruppo di lavoro che sarà oggetto di valutazione, la cui composizione minima, deve includere:

- n. 1 Capo progetto / account senior con almeno 10 anni di esperienza, che abbia gestito negli ultimi 5 anni almeno una campagna di comunicazione per un valore non inferiore a 600 000,00 di EUR, IVA esclusa, e negli ultimi 5 anni almeno una campagna in ambito sportivo;
- n. 1 Direttore creativo con almeno 10 anni di esperienza nel ruolo e che abbia realizzato almeno una campagna complessa e articolata su più mezzi di comunicazione (TV, radio, stampa, affissione, ecc.) di importo pari o superiore a 600 000,00 EUR IVA esclusa, e negli ultimi 5 anni almeno una campagna in ambito sportivo;
- n. 1 Copywriter con almeno 10 anni di esperienza nel ruolo e che abbia realizzato almeno una campagna complessa e articolata su più mezzi di comunicazione (TV, radio, stampa, affissione, ecc.) di importo pari o superiore a 600 000,00 EUR IVA esclusa, e negli ultimi 5 anni almeno una campagna in ambito sportivo;
- n. 1 Art director con almeno 10 anni di esperienza nel ruolo e che abbia realizzato almeno una campagna complessa e articolata su più mezzi di comunicazione (TV, radio, stampa, affissione, ecc.) di importo pari o superiore a 600 000,00 EUR IVA esclusa, e negli ultimi 5 anni almeno una campagna in ambito sportivo.
- n. 1 Responsabile di produzione con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo;
- n. 1 Web designer con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo.

I requisiti minimi previsti per le risorse umane richieste non sono frazionabili e devono risultare immediatamente evincibili dal curriculum professionale di ciascun componente.
Qualora nel corso dell'esecuzione del Servizio si rendesse necessario sostituire uno o più componenti il Gruppo di Lavoro, la Società dovrà formulare specifica e motivata richiesta di modifica indicando i nominativi ed i curricula professionali dei componenti che intende proporre in sostituzione di quelli indicati in sede di offerta.
L'eventuale sostituzione di componenti il Gruppo di Lavoro è ammessa solo se i sostituti presentano requisiti e curricula professionali analoghi o più qualificati rispetto a quelli delle persone sostituite.
La sostituzione deve comunque essere preventivamente autorizzata da Coni Servizi.

APPENDICE

LOGHI

LOGO ITALIA TEAM ISTITUZIONALE

- Marchio Commerciale del CONI approvato dal CIO
- Viene utilizzato dai Partner in comunicazione
- È oggetto dell'incarico la definizione di un nuovo marchio in linea con le indicazioni del Marketing

LOGO ITALIA OLYMPIC TEAM

- Logo utilizzato nella comunicazione Italia Team a Rio 2016
- Presente sulla divisa degli atleti a Rio 2016
- Non a disposizione dei Partner CONI
- Rappresenta l'èlite dello sport italiano

Il logo non può essere utilizzato su sfondi scuri o che compromettano la corretta visibilità dei Cerchi Olimpici.

EVENTI

EVENTI CONI

Eventi territoriali

Jun-Aug Educamp

Jun
Giornata Nazionale dello Sport

Feb-Sept
Trofeo CONI

Dec
Natale degli Sportivi

Joint venture con Federazioni Sportive Nazionali

Sept-Jun - Calcio Serie A, Tim CUP, Uefa

Feb-Apr - Rugby Six Nations

May - Tennis Internazionali BNL d'Italia

Jun – Beach Volley WorldTour 2017

Jun - Atletica Golden Gala "Pietro Mennea"

Jun - Nuoto Internazionali di Nuoto

Sept - Equitazione Longines World Championship Tour

Grazie

EA7 EMPORIO ARMANI

Kinder + SPORT Joy of moving

TOYOTA

UnipolSai ASSICURAZIONI

vodafone

HERBALIFE 24

Segafredo ZANETTI

COLDIRETTI

Coca-Cola