



ITALIA TEAM



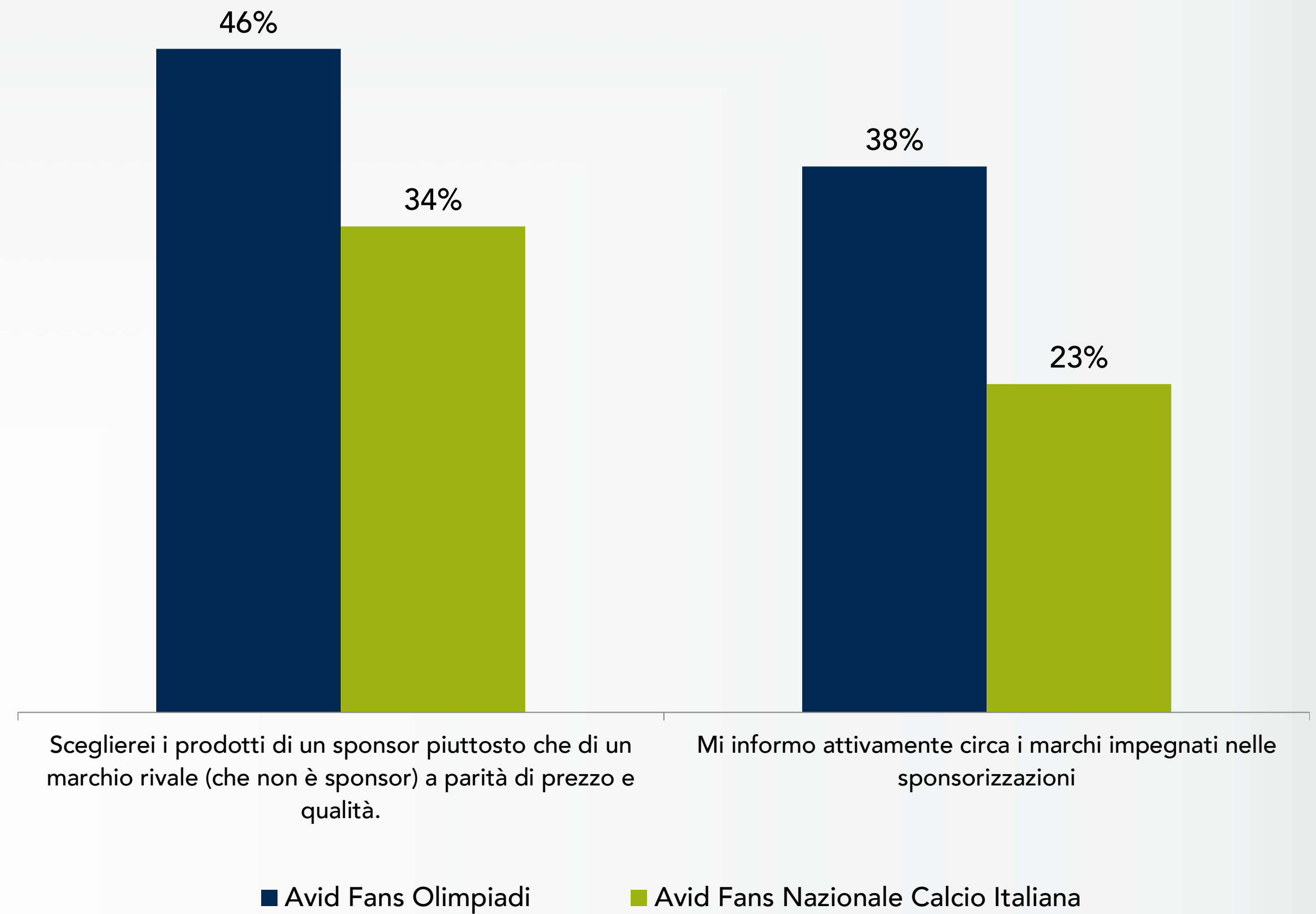


1

PREMESSA

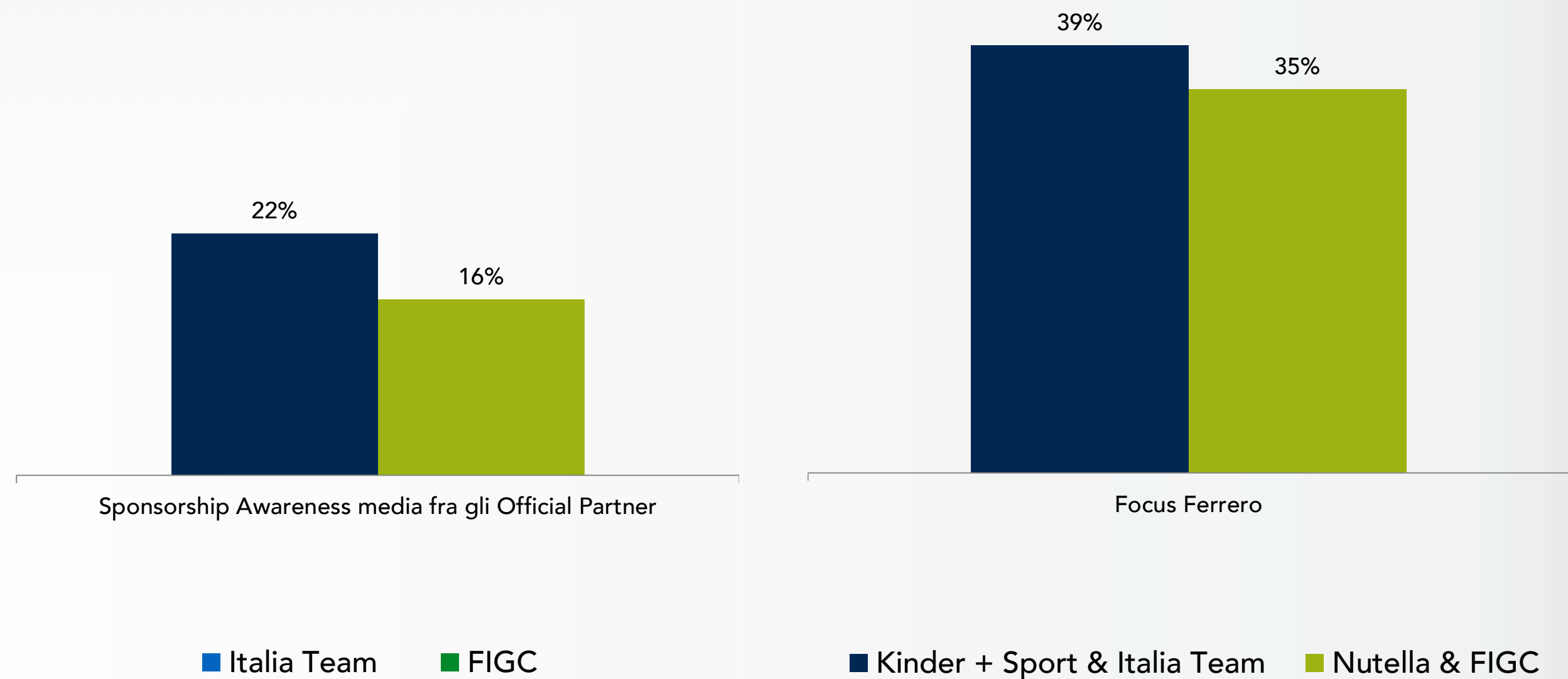


Gli avid fans delle Olimpiadi hanno in media una attitudine alle sponsorizzazioni **DEL 50% SUPERIORE** agli avid fans della Nazionale Italiana di Calcio.



D. Pensando alla squadra di atleti italiani che ha partecipato ai Giochi Olimpici l'Italia Team / CONI / Nazionale di Calcio Italiana, indichi per favore quanto è d'accordo con ognuna delle seguenti affermazioni e attributi Base: Totale Popolazione Wave I (2.000) Wave II (2.000) –Interessati alle Olimpiadi Invernali (Molto Int. + Int.) Wave I (1.151) Wave II (1.170)

La notorietà degli Official Partner di Italia Team è in media del
37% SUPERIORE
a quella degli Official Partner FIGC.



D. Quali dei seguenti marchi o aziende ricorda come partner/sponsor di Italia Team e del CONI?

Base: Totale Popolazione Wave I (2.000) Wave II (2.000) –Interessati alle Olimpiadi Invernali (Molto Int. + Int.) Wave I (407) Wave II (397) - * Fonte: Nielsen Sport SDNA Nov 2017



I Team Olimpici sono generalmente associati a

ECCELLENZA
RAPPRESENTA LO SPORT
MERITO
RISPETTO



Rispetto agli altri NOC, Italia Team si ha una maggiore associazione con

PASSIONE
TENACIA E IMPEGNO
FIDUCIA



D. Pensando alla squadra di atleti che ha partecipato ai Giochi Olimpici l'Italia Team, indichi per favore quanto è d'accordo con ognuna delle seguenti affermazioni e attributi
 Base: Interessati alle Olimpiadi Invernali (Molto Int. + Int.) Wave I (1.151) Wave II (1.170) Can: 574 USA: 552 UK: 488 Spa: 326 Ger: 434 Fra: 472 Aus: 414



2

ITALIA TEAM



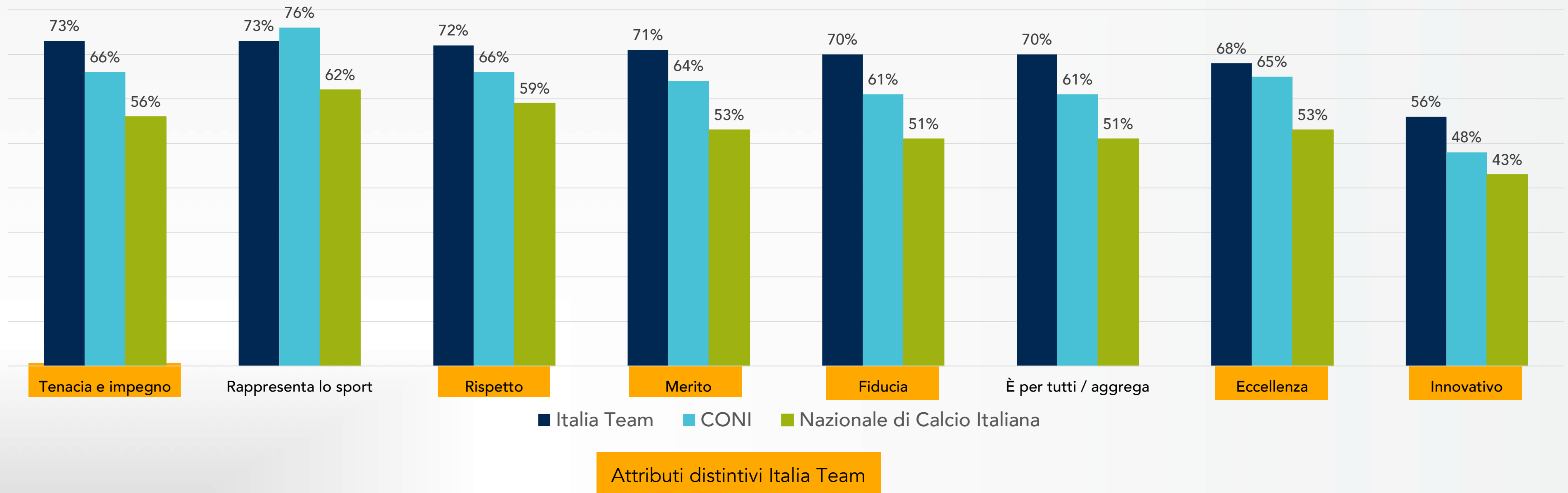


Italia Team è la squadra che
racchiude i **valori più alti dello
sport** e racconta ai più giovani
l'importanza di fare squadra, nello
sport e nella vita.



ITALIA TEAM

Un brand associato a *tenacia ed impegno, rispetto, merito, fiducia, eccellenza ed innovazione*.



D. Pensando alla squadra di atleti italiani che ha partecipato ai Giochi Olimpici l'Italia Team / CONI / Nazionale di Calcio Italiana, indichi per favore quanto è d'accordo con ognuna delle seguenti affermazioni e attributi Base: Totale Popolazione Wave I (2.000) Wave II (2.000) –Interessati alle Olimpiadi Invernali (Molto Int. + Int.) Wave I (1.151) Wave II (1.170)

**Gli atleti Olimpici
sono l'apice di
una comunità
molto più grande.**



I Giochi non finiscono mai: raccontiamo le storie degli atleti durante tutto il percorso di preparazione alla sfida Olimpica.

Uno storytelling che segue i ragazzi tutto l'anno, dando risalto alle loro emozioni.

ADVERTISING



ISTITUZIONALE



MEDIA



2 ITALIA TEAM

EARNED MEDIA



€ 39,3mln

SOCIAL MEDIA

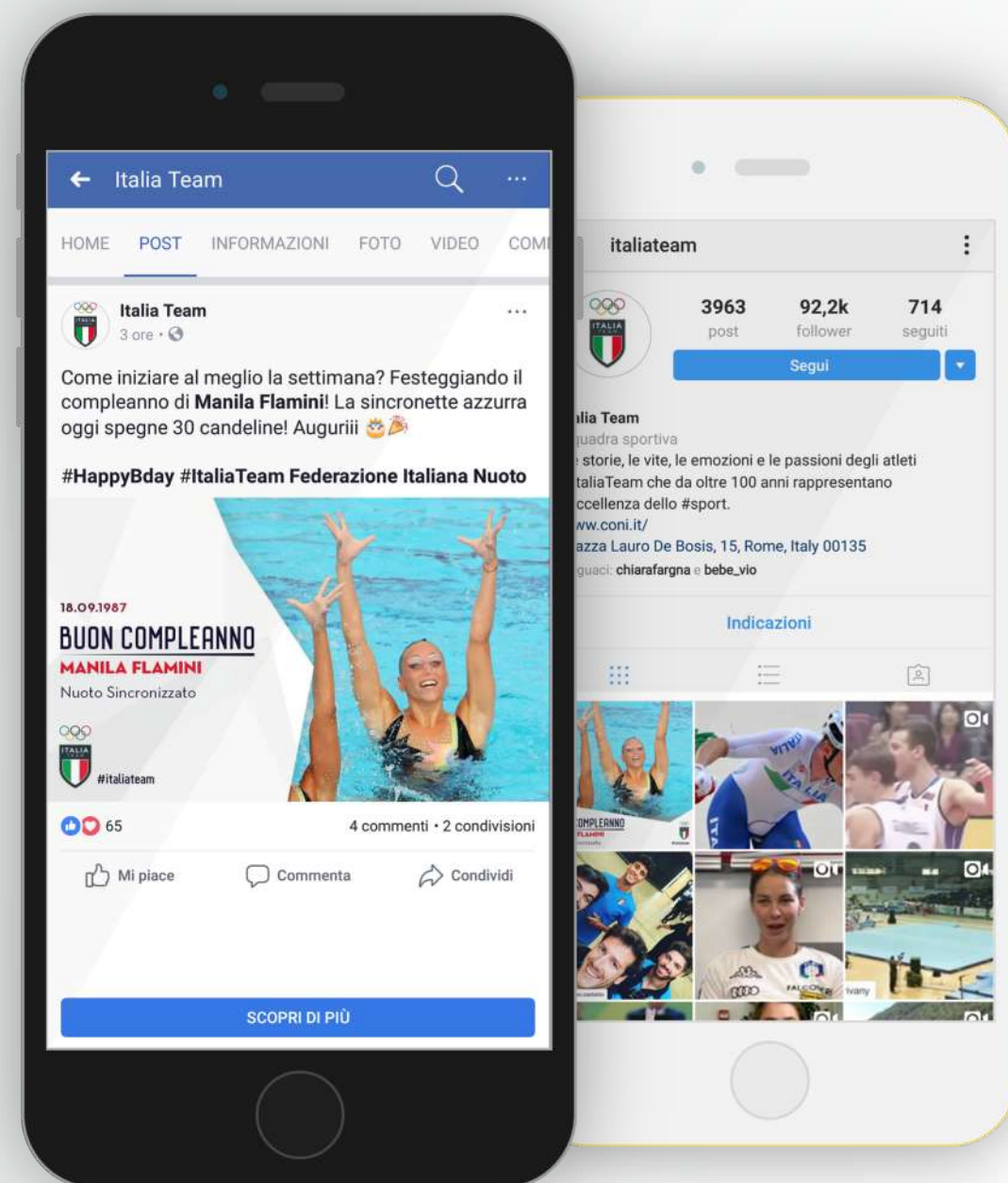
VISUALIZZAZIONI
INTERAZIONI

280 mln

6,3 mln



2 ITALIA TEAM



facebook *italiateam+CONI*

502 mila fan



instagram *italiateam+CONI*

292mila follower



twitter *ItaliaTeam+CONI*

179mila follower



Altri social

70mila follower

Per un totale di più di **1 milione di fan e follower**



2 ITALIA TEAM



3

CASA ITALIA



**Casa Italia è la casa
dell'Italia Team e della
missione Olimpica, il luogo
privilegiato in cui vivere le
emozioni dei Giochi
Olimpici.**



3 CASA ITALIA

RIO



7.806

MQ
RISTRUTTURATI



100

GIORNI
DI LAVORI



19.000

OSPITI



429

MEDIA

PYEONGCHANG



16.700

OSPITI



4.375

CONTENUTI
SOCIAL



77

PILLOLE
VIDEO



2.250

MINUTI DI
GIRATO



3 CASA ITALIA

Casa Italia è anche un punto d'incontro con le istituzioni, i Comitati Olimpici e i loro Partner. Esserci vuol dire entrare a far parte dell'Olympic Family.

**CORPORATE
HOSPITALITY**

VISIBILITÀ



3 CASA ITALIA



GRAZIE.

