



Opportunità di partnership

2015 - 2018



II CONI



Business Objectives



Il CONI

Il CONI rappresenta il **più autorevole organismo sportivo italiano** e incarna i **valori puri dello sport** promossi dal movimento olimpico internazionale.

La Mission

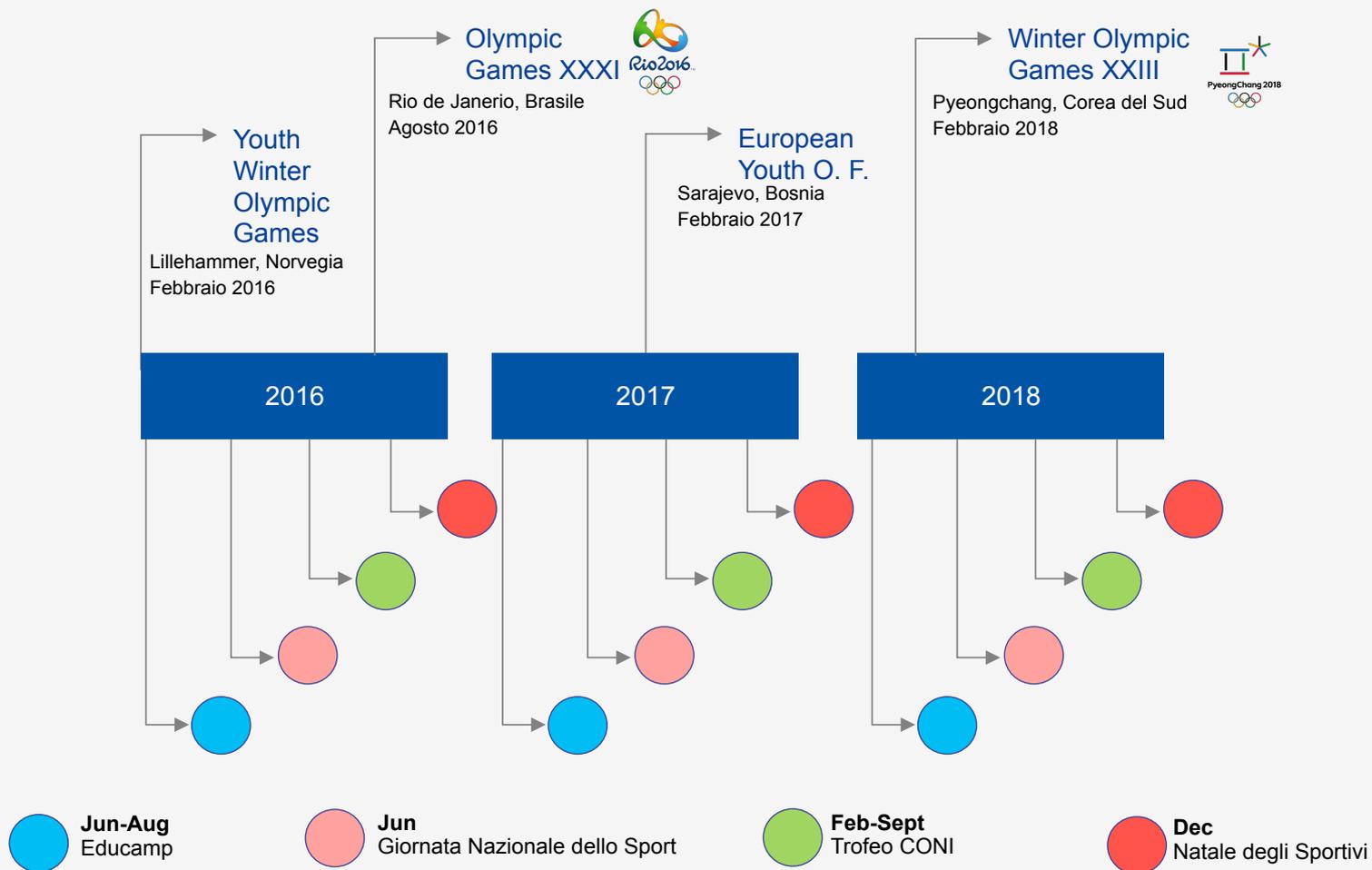
La sua missione è **promuovere progetti per lo sviluppo e la diffusione della pratica e della cultura sportiva** a tutti i livelli della società, contribuendo in questo modo al benessere del paese.

I numeri del CONI



Eventi

2015 - 2018



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

Feb-Apr - Rugby
Six Nations

May - Tennis
Internazionali BNL
d'Italia

Jun - Atletica
Golden Gala
"Pietro Mennea"

Jun - Nuoto
Internazionali
di Nuoto

Sept - Equitazione
Longines World
Championship Tour

I Giochi Olimpici



Vivere i Giochi Olimpici come Sponsor CONI è un'opportunità prestigiosa di associarsi al più importante evento sportivo a livello internazionale.

L'interesse mediatico generato permette infatti ai brand di raggiungere audience di grande portata, attraverso un veicolo esclusivo per la propria categoria merceologica.

I benefit dell'evento non si limitano al breve termine: l'eccellenza dello Sport a livello internazionale offre un valore ineguagliabile in termini di legacy, con effetti positivi soprattutto sulla percezione del brand.



6,4 mld
di audience totale
13.600
ore tv trasmesse



4,3 mln
email database



19 mln
di presenze
70
live sites
8,1 mln
di persone hanno visitato
almeno 1 live site
350k
presenze durante il
Super Saturday Live Event



4,7 mln
di followers
3 mln
di citazioni *London 2012 / Olympic*
1,3 mln
di citazioni *Paralympic*



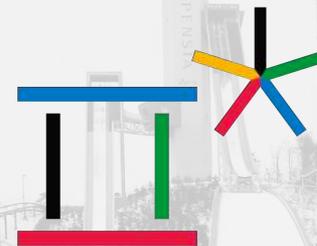
431 mln
di visualizzazioni *London2012.com*



15 mln
di app *Olympics* ufficiali scaricate
5,8 mln
di app *Paralympics* ufficiali scaricate



- 14 milioni di spettatori live
- 4,3 miliardi di spettatori TV in 220 paesi
- 4,7 miliardi di accessi TV nel mondo
- 205 Nazioni partecipanti
- 42 Discipline Olimpiche, 306 medaglie d'oro
- 23 Discipline Paraolimpiche, 528 medaglie d'oro
- 10.500 atleti Olimpici
- 4.350 atleti Paraolimpici
- 29 giorni di gara (17 O – 12 P)
- 33 sedi di gara



PyeongChang 2018



- 1,3 milioni di spettatori live
- 3,1 miliardi di spettatori TV in 170 paesi
- 3,9 miliardi di accessi TV nel mondo
- 100 Nazioni partecipanti
- 12 Discipline Olimpiche, 84 medaglie d'oro
- 5 Discipline Paraolimpiche, 72 medaglie d'oro
- 2.800 atleti Olimpici
- 600 atleti Paraolimpici
- 27 giorni di gara (17 O – 10 P)
- 12 sedi di gara

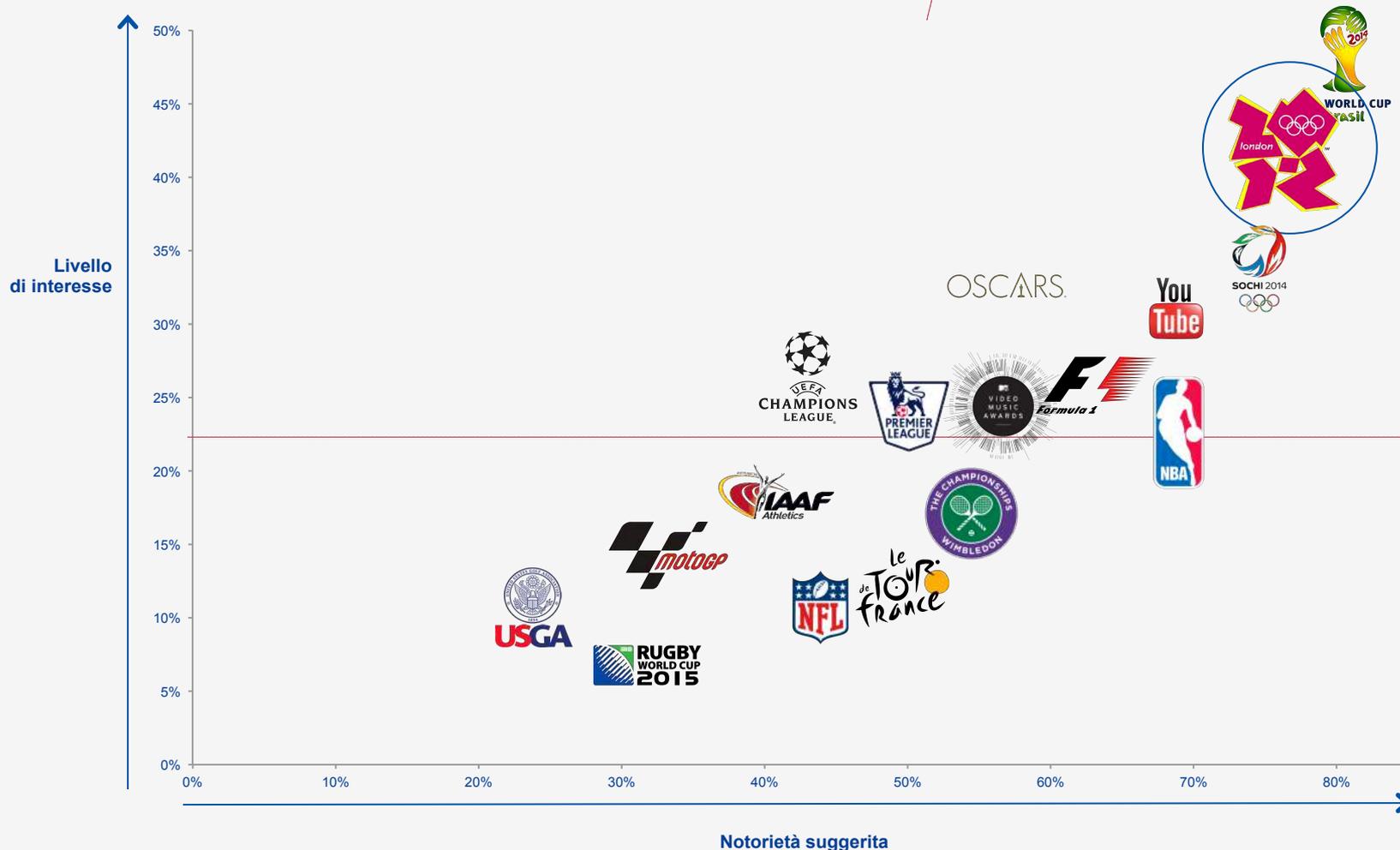


Mappa di percezione (Global)



Le Olimpiadi estive e invernali sono in assoluto gli eventi di entertainment capaci di raccogliere la maggiore quantità di audience televisiva, tra l'altro ben distribuita fra genere maschile e femminile.

I livelli di notorietà e interesse registrati nei loro confronti le posizionano come gli eventi più importanti al mondo insieme ai Mondiali di Calcio.

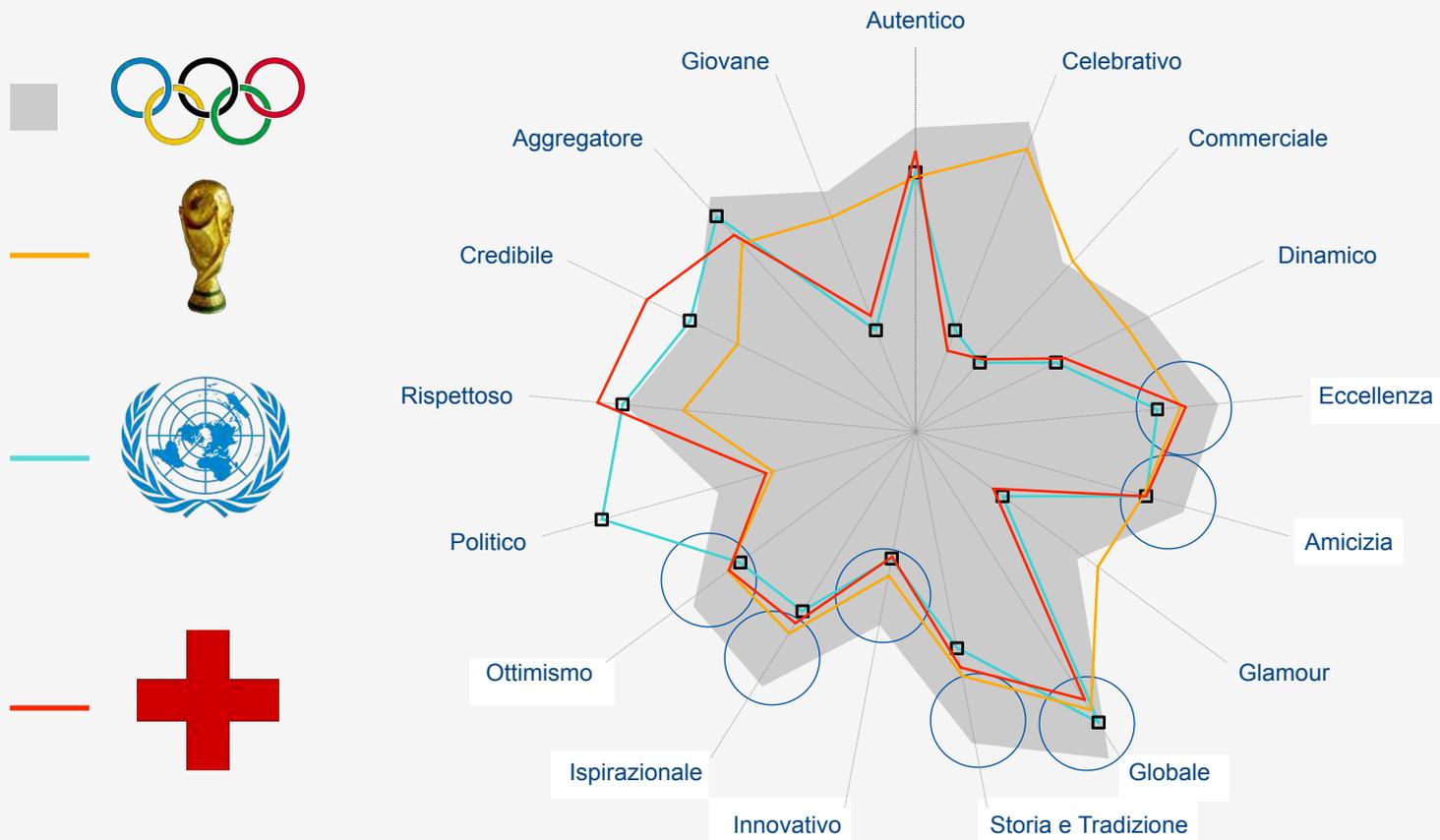


Base: 1.000 intervistati fra i 16 – 69 anni per mercato (Argentina, Australia, Brasile, Cina, Francia, Germania, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Giappone, Malesia, Messico, Olanda, Filippine, Polonia, Qatar, Russia, Corea del Sud, Spagna, Svezia, UAE, UK, USA). Fonte: Repucom (SportsDNA, Novembre 2014)

Profilo di immagine



La mappa mostra il confronto di percezione tra le Olimpiadi e Coppa del Mondo di Calcio, Nazioni Unite e Croce Rossa. Percepito più che altri come evento **Globale**, è associato principalmente ad **Ottimismo**, **Ispirazione**, **Innovazione**, **Storia** e **Tradizione**, ed **Amicizia** rispetto agli altri elementi analizzati.



Intangible Asset



In questo contesto internazionale si inserisce il CONI, incaricato di calare i valori dell'Olimpismo sul territorio nazionale.

Ad ogni evento ed esperienza, il Comitato porta con sé principi autenticamente positivi, quali l'etica, l'amicizia, la solidarietà.

Il suo volto è la Squadra Olimpica Italiana, *sesta nel medagliere internazionale*, che permette allo Sponsor di legarsi all'eccellenza dello Sport e di diventare supporter del movimento sportivo a tutti i livelli.

Il principale valore della Sponsorship coincide quindi con l'associazione al brand CONI: un aspetto intangibile, dalla rilevanza chiave, in grado di influenzare profondamente l'immagine e il prestigio di un marchio su specifici target.

Al di là delle attivazioni e dalla portata di esposizione, è quindi l'impatto della sponsorizzazione stessa a costituire la vera reason why dietro questa opportunità di business.



Italia Team





<https://www.youtube.com/watch?v=worfh8pN-WY>

Atleti, tecnici, Federazioni e tifosi
che da oltre 100 anni rappresentano l'eccellenza dello sport,
in Italia e nel mondo.

Italia Team



Il progetto Italia Team, si è presentato in maniera strutturata sul mercato delle sponsorizzazioni sportive con l'obiettivo di **accrescere il valore del suo brand e dello sport che esso rappresenta.**

Questo ha permesso al CONI di autofinanziare un efficace programma di promozione sportiva, incrementando le attività esistenti e sviluppandone di nuove, ridefinendo e valorizzando la sua immagine e il suo posizionamento.

Il suo volto è quello della Squadra Olimpica Italiana, il gruppo di atleti che rappresenterà l'Italia ai prossimi Giochi Olimpici di Rio 2016.

La Nazionale delle Nazionali



In un momento storico come quello contemporaneo, lo Sport torna a rappresentare il motore della ripartenza dell'intero Paese. Come tale, l'Italia dello Sport ha un volto: quello degli atleti della Squadra Italiana, simbolo di fiducia, tenacia, impegno.

L'Italia Team è l'Italia che voglia di un cambiamento, mossa dai valori positivi condivisi con lo Sport e l'Olimpismo, allo scopo di costruire una Nuova Italia attraverso quei giovani che ogni giorno si impegnano ed investono sul proprio futuro.

ISPIRA

Rappresenta lo spirito nazionale

UNISCE

Genera e racconta storie
delle persone dietro agli sportivi



Strategia di comunicazione



La **strategia di comunicazione del quadriennio 2015 – 2018** è focalizzata sull'Italia Team come strumento di comunicazione in grado di catalizzare la passione degli sportivi italiani.

In questa ottica il CONI si propone di:



Tutelare e valorizzare il brand Italia Team e l'immagine che esso rappresenta insieme a quello delle sue aziende partner sviluppando una politica di co-marketing.



Sviluppare progetti e attività a tutti i livelli per diffondere la pratica e la cultura sportiva, in particolare nei giovani e giovanissimi.



Promuovere la cultura dello Sport, come modello di valori di convivenza sociale.



A

Sponsorship



Sponsorship



È ormai innegabile la rilevanza dello sport nel quotidiano degli italiani, così come il suo valore in termini di comunicazione, eventi, sponsorizzazioni.

In quest'ottica, con il proprio progetto di marketing e valorizzazione, il Comitato Olimpico Italiano intende, come da sua missione, promuovere lo sport italiano a tutti i livelli, dall'eccellenza della Squadra Olimpica alle attività di promozione territoriali.

L'ampia offerta che il CONI rappresenta non può che essere motore per un brand all'avvicinamento perché associarsi ad esso, significa posizionarsi al fianco dello sport italiano tutto, valorizzarlo, promuoverlo, ed infine rappresentarlo.



Diritti ed identità visiva

Diritti



I diritti garantiscono la **qualifica di Sponsor** del CONI e dell'Italia Team nel periodo 2015 - 2018 e l'**esclusiva merceologica** per la categoria di riferimento.

Lo Sponsor avrà inoltre la possibilità di utilizzare i **marchi CONI** e l'**immagine della Squadra Olimpica** nelle attività di comunicazione legate al progetto.

Le attività e la loro declinazione saranno definite attraverso il regolamento del Comitato Olimpico Internazionale (CIO) e degli altri organismi sportivi internazionali coinvolti.

Allo Sponsor è garantita **visibilità** del proprio marchio al fianco del CONI e dell'Italia Team in tutte le attività ed eventi legati al progetto in programma.

In affiancamento agli eventi e alle attività programmate per il periodo è previsto, infatti, un **progetto di valorizzazione e comunicazione** finalizzato ad accrescere la visibilità del CONI e delle sue aziende partner.

Il progetto fa leva sulla produzione di **contenuti video e multimediali** distribuiti attraverso diversi canali (tv e web) che implementeranno la **brand exposure** all'azienda partner.

La Sponsorship dà diritto alle Qualifiche di:

- **Sponsor Ufficiale del CONI**
- **Sponsor Ufficiale della Squadra Olimpica Italiana**
- **Sponsor Ufficiale di Casa Italia**

Utilizzo dei Marchi



Lo Sponsor potrà abbinare il proprio marchio al marchio CONI e all'emblema Italia Team per la propria comunicazione.

Ad ogni Sponsor verranno forniti marchio e designazione per l'utilizzo.

Il marchio CONI e l'emblema Italia dovranno essere applicati secondo le linee guida definite nel manuale di applicazione dedicato, e ogni applicazione dovrà essere preventivamente approvata dal CONI.

Utilizzo della Squadra Olimpica



Parte integrante della Sponsorship CONI è la possibilità di affiliarsi con la Squadra Olimpica Italiana, sinonimo di eccellenza sportiva a livello internazionale. L'accordo include:

Possibilità di utilizzo del logo Italia Team in abbinamento al marchio dello sponsor.



Possibilità di utilizzare l'immagine video e fotografica della Squadra Olimpica (non meno di 5 atleti) per comunicazione aziendale, packaging e attività promozionali.

Packaging



Lo Sponsor potrà utilizzare i marchi del CONI, della Squadra Olimpica e di Casa Italia per la realizzazione di prodotti, limitatamente alla classe merceologica che occupa.

Lo Sponsor potrà inoltre utilizzare i marchi del CONI, della Squadra Olimpica e di Casa Italia al di fuori della classe merceologica, laddove il fine sia la realizzazione di prodotti come gadget, concorsi o attività promozionali, che non prevedano la vendita e limitatamente a classi merceologiche non occupate dal merchandising.





Visibilità

Corporate Identity



Il marchio dello sponsor sarà posizionato sul materiale istituzionale del CONI e su tutte le attività legate al progetto Italia Team:

Materiale
informativo,
comunicati
stampa,
comunicati
ufficiali

Sito Internet
CONI,
Italia Team,
Social
Network

Pubblicazioni
periodiche e
dedicate

Cerimonie
ufficiali

Conferenze
Stampa

Eventi di
Gala

Attività
Promosse
degli Enti
Territoriali

Sedi Territoriali



Il CONI, con le oltre 100 sedi distribuite sul territorio nazionale (Comitati Regionali e Delegazioni Provinciali) e nel mondo (Svizzera, Argentina, Brasile, Stati Uniti, Venezuela e Canada) garantisce, attraverso le possibili attivazioni locali, un'assoluta capacità di penetrazione comunicazionale, ponderata secondo le densità di praticanti e le discipline sportive distribuite all'interno delle diverse aree geografiche.

Il sistema offre la possibilità di azioni mirate attraverso eventi, a carattere nazionale (come il Trofeo CONI, gli Educamp e Sport di Classe), che potranno essere sviluppati a partire dal loro ambito locale.

Eventi istituzionali



Natale degli Sportivi

Il Natale diventa un'occasione per fare il bilancio di un anno trascorso, per ripercorrere la stagione sportiva degli atleti azzurri, in preparazione alle avventure olimpiche.

Consegna del Tricolore

Prima e dopo ogni edizione dei Giochi Olimpici, la Squadra Olimpica Italiana si reca dal Presidente della Repubblica a ricevere e riconsegnare il tricolore. Un evento istituzionale con diretta televisiva.

100 Giorni a Rio

A **-100** giorni dall'appuntamento di Rio de Janeiro, un grande evento televisivo: presentazione della divisa olimpica, presenza degli atleti, presentazione dell'inno della Squadra Olimpica Italiana in partenza per i XXXI Giochi Olimpici Estivi.

Main event



Tema chiave del mondo CONI è l'approfondimento dei **numeri dello sport**, delle abitudini degli italiani in questo ambito, dello sviluppo della cultura sportiva a livello territoriale. Un momento fondamentale di **analisi**, che permette di definire strategie a lungo termine, individuare *strengths and weaknesses*, progettare, assieme agli attori coinvolti, nuove forme di intervento e promozione a tutti i livelli.

Lo Sponsor sarà fortemente integrato in tutto il processo di ricerca ed associato ai risultati, introdotti dal Presidente del CONI in un evento specifico dedicato a questa progettualità.

Un main event di altissimo livello, un momento di profonda riflessione che coinvolgerà personalità politiche e sportive, da curare attraverso una comunicazione congiunta in grado di ufficializzare il ruolo del brand a sostegno del mondo sportivo tutto.

Sul territorio



Giornata Nazionale dello Sport

Evento nazionale patrocinato dal CONI, che si svolge contemporaneamente, nelle maggiori città italiane, per festeggiare tutti gli appassionati di sport ed incentivare la pratica sportiva.

Educamp

Educamp rappresenta i primi **centri estivi**, multidisciplinari, organizzati dal CONI attraverso i propri Comitati Regionali. È un progetto nazionale del CONI che propone **programmi di attività** ludico-educative, funzionali ad incrementare la diffusione della pratica motoria, fisica e sportiva, con particolare attenzione ai più giovani.

Trofeo CONI

Una manifestazione annuale che coinvolge l'intero Paese attraverso Fasi Regionali e una Fase Nazionale. Oltre 3.000 giovani atleti rappresentano la propria Regione e si sfidano nelle discipline previste, supportati dalla presenza dei grandi Campioni dello Sport Italiano.

Tech approach



Con il supporto di Partner tecnologici, il CONI intende raggiungere i suoi 4,5 milioni di tesserati in modo innovativo. Questo avvicinamento non può che passare attraverso il mondo digitale, vicino alle abitudini del consumatore finale, con particolare attenzione al mobile e alle app.

Con un rinnovato approccio marketing, la sponsorizzazione tecnologica permetterà di attivare progettualità che puntino a mettersi al servizio di chi pratica sport.

Da un lato, l'engagement parte da chi già pratica con costanza, puntando a creare rete tra le società sportive, ampliandone il raggio, l'audience; dall'altra, raggiungere una **community** di appassionati.

Il CONI si pone quindi come facilitatore **dell'integrazione tra brand e praticanti**, offrendo utility profondamente legate al mondo sportivo, in grado di avvicinarlo all'attività, ai sani e corretti stili di vita, all'educazione al movimento a tutte le età e tutti i livelli.

In comunicazione



L'avvicinamento a Rio sarà scandito da un serrato piano di comunicazione, che punterà a dare visibilità agli atleti in partenza per i Giochi Olimpici di Rio 2016 e a creare appartenenza all'#ItaliaTeam, rilanciando il rapporto tra atleti e tifosi.

Un'apposita campagna porterà l'Italia Team al più ampio bacino di utenza possibile, toccando canali digital così come più tradizionali:

Advertising Istituzionale

Presenza del Partner nelle campagne istituzionali del CONI in Italia attivate nel periodo 2015 - 2018

Stampa

Quotidiani sportivi / economici

TV / Radio

Digitale Terrestre /
Satellitare

Web & Social Media

Web & Social Network



Il progetto Italia Team trova suo naturale completamento in una strutturata strategia social che vuole raccontare le storie degli atleti attraverso contenuti esclusivi, backstage e pillole di vita quotidiana.

Proprio la conversazione e lo scambio con gli atleti sarà il cuore della pianificazione, puntando a coinvolgere tutta la Squadra Olimpica e ad avvicinare la delegazione che partirà al grande pubblico.



[/italiateam](#)



[@italiateam_it](#)



[@italiateam](#)

Web & Social Network



I profili, già attivi dal mese di Dicembre 2015, si basano su una strategia one-to-one, allo scopo di avvicinare l'utente e l'atleta. Il progetto intende infatti valorizzare coloro che rappresenteranno il nostro Paese ai prossimi Giochi Olimpici, mostrandone non solo l'avvicinamento a Rio 2016 attraverso successi e sconfitte, ma anche raccontando il loro dietro le quinte, gli allenamenti, il loro quotidiano.



Web & Social Network

Diritti dello Sponsor



In veste di Sponsor, il brand potrà godere della visibilità del suo marchio su gli asset istituzionali CONI e Italia Team.

In particolare, allo Sponsor saranno dedicati spazi privilegiati su:

- ✓ **Homepage del sito istituzionale CONI**
Durante l'Olimpiade si registrano picchi di 250.000 visitatori al giorno con 2,5 milioni di pagine visitate.
- ✓ **Homepage dei siti dedicati ad ognuno degli eventi**

Avrà inoltre la possibilità di comunicare con il Mondo CONI (oltre 65.000 società sportive iscritte al registro Coni) attraverso:

- ✓ **Newsletter personalizzate**
- ✓ Attività sulla pagina **Facebook** del CONI e dell'Italia Team (oltre 10.000 like in meno di 20 gg dalla pubblicazione)
- ✓ Attività sul canale **Twitter** del CONI e dell'Italia Team (ad oggi oltre 95.000 followers)
- ✓ Attività sul canale **Youtube** del CONI e dell'Italia Team

Attività di Supporto



In aggiunta ai diritti e alla visibilità allo sponsor sono fornite una serie di **attività a supporto** trasversali a tutto il progetto e finalizzate a fornire un servizio più qualificato ai clienti.

Le attività a supporto comprendono:

monitoraggio tv e stampa per
l'intero periodo

un **archivio multimediale** foto e
video



B

Corporate Hospitality





Casa Italia Rio 2016

Casa Italia

Benefit



In un contesto internazionale come quello dei Giochi Olimpici, Casa Italia si presta come rappresentazione dei valori sportivi italiani, ma anche della grande tradizione culturale, artistica e culinaria.

Non semplice location, dunque, bensì parte integrante dell'esperienza olimpica, e punto di incontro B2B.

Gli Sponsor CONI hanno accesso garantito ad esclusivi pacchetti su misura, oltre a servizi dedicati prima e durante il periodo dei Giochi.

Private Area + Branded Events

Disponibilità all'interno di Casa Italia di uno spazio riservato per attività commerciali, B2B ed esposizione di prodotto e servizi.

Ticketing

Fornitura di biglietti per la cerimonia d'inaugurazione e per le gare principali.

Pacchetto Hospitality

Possibilità di accesso al Pacchetto Hospitality CONI e ai pacchetti incentive (volo+hotel+auto dedicata) con modalità da concordare.

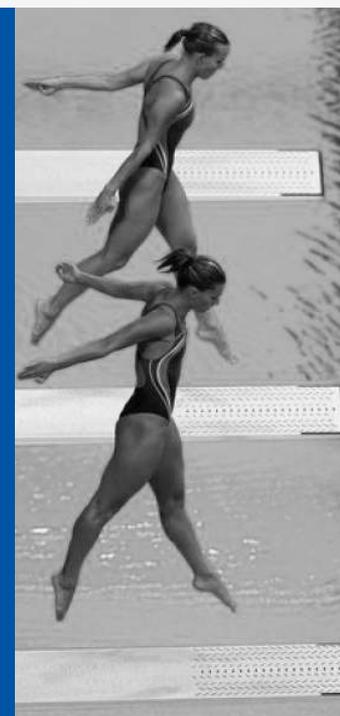
Ticketing Giochi Olimpici



Parte imprescindibile dell'esperienza olimpica sono le competizioni: lo sport ai suoi massimi livelli si svela davanti a migliaia di spettatori nelle numerose venues dedicate ai singoli sport.

Gli ospiti avranno la possibilità di vedere i più grandi campioni dello sport contemporaneo sfidarsi in quello che è il momento più emozionante ed importante delle loro carriere, l'attimo in cui viene fatta la storia dello sport, così come di partecipare alle Cerimonie di apertura e di chiusura dei Giochi.

Il CONI offre ai suoi Sponsor un accesso esclusivo alle gare attraverso un servizio di ticketing dedicato ai Giochi Olimpici, garantendo così la migliore esperienza possibile.





Av. Vitor Konder

Av. Min. Ivan Lins

Estr. do João

Elevado das Bandeiras

JOÁ

Quebra Mar



Casa Italia
Costa Brava Clube

Casa Italia a Rio 2016



Per i Giochi Olimpici di Rio 2016, il CONI ha scelto come sede di Casa Italia 2016 il Costa Brava Clube, dalla location unica sulla spiaggia della Joatinga.

Il Clube si distingue per la sua esclusività, e permetterà di intraprendere una nuova direzione nell'esperienza Casa Italia, rendendola una location di alto livello, con attività dedicate agli Sponsor e alle Public Relations.

Parallelamente, la location offrirà percorsi esperienziali dedicati al wellness, che renderanno l'esperienza Rio 2016 unica nel suo genere, grazie al perfetto equilibrio tra Sport, Benessere e il mondo carioca.



Sport e PR



I partner CONI avranno la possibilità di vivere in modo unico i Giochi Olimpici di Rio 2016.

Saranno infatti l'occasione per prendere parte ad attività dedicate, comprensive di tutto ciò che l'Italia Team, il Brasile e l'Olimpiade hanno da offrire.

Gli ospiti di Casa Italia avranno a disposizione un fitto programma di appuntamenti. Ambasciatori sportivi ed ex atleti accompagneranno gli Ospiti, offrendo il loro punto di vista unico sulle competizioni e trascinandoli in attività sportive nelle strutture a disposizione.

A queste attività, si affiancheranno momenti di Team Building e di PR, oltre alle tradizionali cene, rappresentative dell'eccellenza culinaria italiana e ai momenti in cui rendere omaggio ai medagliati dell'edizione.

Wellness



Il Costa Brava Club dispone di varie strutture al suo interno, che arricchiranno l'esperienza Casa Italia di una forte componente dedicata al Wellness. In particolare, gli ospiti avranno a disposizione:

Locali
Saune

Piscina di
Acqua Salata
ed Acqua
Dolce

Palestra

Sala
massaggi

Sala cinema
e da biliardo

Campi
polisportivi

Ristorante
con vista
sulla
spiaggia
Joatinga



Ticketing Joint Ventures

ITA London 2012 

Internazionali BNL d'Italia

Complesso del Tennis



L'Evento fa parte degli ATP Masters 1000 e dei Premier WTA Tour, i migliori Tornei del mondo secondi solo a quelli del Grand Slam. È il più grande Evento di Tennis in Italia ed uno dei tornei più importanti del circuito tennistico mondiale.

Gli Internazionali BNL d'Italia, nelle ultime edizioni, hanno acquistato ulteriore prestigio diventando un "Combined Event". Ogni anno, le Campionesse della WTA e i Campioni dell'ATP si sfidano contemporaneamente, nella seconda settimana di maggio, sui prestigiosi campi del Foro Italico e nell'incredibile e affascinante contesto romano.

Il 2015 è stata un'edizione da **record** sotto tutti gli aspetti, fra tutti per il numero di **spettatori** (oltre 190.000 paganti), mentre l'edizione 2016 è prevista dal 4 al 15 Maggio.

Il Grande Calcio

Stadio Olimpico



Lo Stadio Olimpico ospita ogni anno le partite casalinghe delle società sportive romane, l'A.S. Roma e la S.S. Lazio.

Ogni anno si disputano allo Stadio circa 50 incontri di calcio ufficiali, con una media di circa 40.000 spettatori a partita, che generano un traffico stimato di circa 2 milioni di tifosi e appassionati di calcio.



Golden Gala “Pietro Mennea”

Stadio Olimpico



È il più importante meeting di Atletica Leggera in Italia, quarta tappa (la prima che il calendario propone in Europa) del circuito mondiale della IAAF Diamond League.

Ogni anno si sfidano sulla pista dello Stadio Olimpico i migliori atleti nazionali ed internazionali, facendo registrare oltre 50.000 presenze, dato straordinario se paragonato agli altri meeting del circuito.

L'edizione 2016 è prevista il 2 giugno, ed avrà una valenza particolare in vista dei Giochi Olimpici di Rio 2016 nel periodo immediatamente successivo.



RBS Six Nations

Stadio Olimpico



Lo Stadio Olimpico ospita le gare casalinghe della Nazionale Italiana di rugby, impegnata nel più prestigioso torneo continentale della disciplina: l'RBS Six Nations. Negli anni passati in tutti i match è stato registrato il sold out, inclusa l'edizione 2014, quando l'incontro con la Scozia ha visto la presenza di 72.357 spettatori.

L'organizzazione dell'RBS Six Nations presso lo Stadio Olimpico ha portato notevoli miglioramenti rispetto alle partite ospitate allo Stadio Flaminio negli anni precedenti:

- maggiore partecipazione del pubblico, con incremento medio degli spettatori da 32.000 a 72.000;
- migliore qualità dei servizi erogati, sia per gli spettatori che per lo staff coinvolto nell'organizzazione;
- miglioramento del progetto "Terzo Tempo" ospitato presso la splendida cornice dello Stadio dei Marmi;
- incremento del fatturato da sponsorizzazioni e da attività di corporate hospitality.

Per l'edizione 2016 sono previsti due incontri:

- *Italia vs Inghilterra (13 febbraio)*
- *Italia vs Scozia (27 febbraio)*



Internazionali di Nuoto

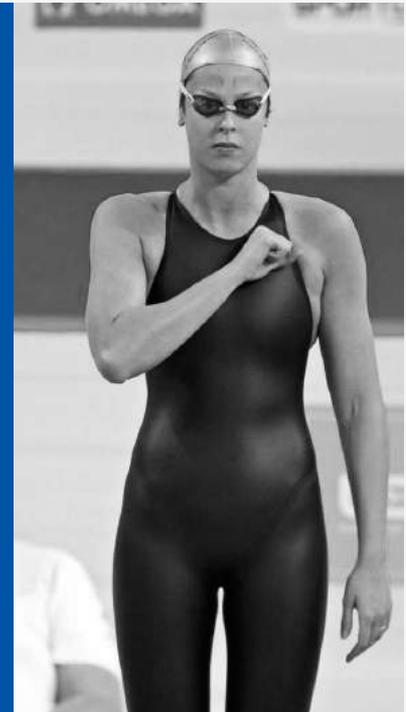
Complesso delle Piscine



È il momento tipico della stagione natatoria, storicamente centrale nella tradizione sportiva italiana.

L'appuntamento sportivo, strategicamente collocato nel calendario internazionale rispetto agli Eventi di rilevanza continentale e internazionale, offre una qualità tecnica di valore assoluto, dando lustro alle piscine del Parco del Foro Italico.

L'edizione 2016 è prevista dal 10 al 12 Giugno.



Longines Global Champions Tour

Stadio dei Marmi



Per la prima volta nella storia, il Parco del Foro Italico ospita una spettacolare manifestazione definita come “il primo evento a cinque stelle di salto ad ostacoli del mondo”.

Il Longines Global Champions Tour vede i 30 migliori cavalieri al mondo affrontarsi in un torneo, con un montepremi senza precedenti, all'interno delle più affascinanti città del mondo, tra le quali, immancabilmente, Roma.

Il campo di gara sarà precisamente lo storico Stadio dei Marmi, intitolato a Pietro Mennea, contornato da un'Area Ospitalità che offrirà un ambiente sociale elegante ed esclusivo, dove i nostri ospiti potranno godere dello spettacolo della classe mondiale degli sport equestri accanto eccellenti opportunità di B2B e B2C.

Concerti ed eventi

Stadio Olimpico



Lo Stadio Olimpico ospita nella stagione estiva numerosi eventi e concerti dei più importanti artisti nazionali ed internazionali.

Nella passate stagioni si sono esibiti all'Olimpico artisti come Roger Waters, Depeche Mode, Muse, Madonna, U2, Bruce Springsteen, Vasco Rossi, Ligabue.

Oltre ai concerti lo Stadio Olimpico ha ospita anche altri eventi di intrattenimento come nel 2011 la tappa italiana del Red Bull X Fighters, manifestazione di motocross freestyle.





Location per Eventi

Il Parco del Foro Italico



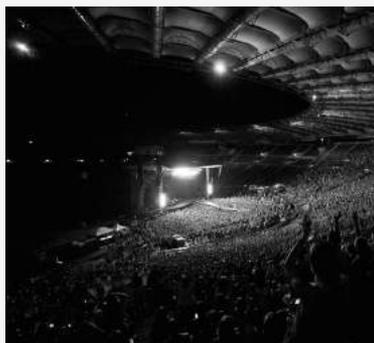
Il Parco del Foro Italico



Il progetto Parco del Foro Italico – capace di ospitare più di **5 milioni di visitatori annui** e finalizzato all'aumento quali-quantitativo delle presenze - prevede la riqualificazione e la valorizzazione delle aree conferite attraverso la ristrutturazione degli impianti esistenti, la creazione di strutture e servizi per lo sviluppo nell'area di attività terziarie e la valorizzazione del patrimonio immobiliare - al fine di rendere il Parco stesso il più importante polo di attrazione sportiva, culturale e per il tempo libero della capitale.

Il Parco del Foro Italico

Lo Stadio Olimpico



Al centro del progetto di valorizzazione del PFI è inserito lo **Stadio Olimpico**, lo storico impianto sportivo che ha ospitato, dall'inaugurazione del 1953 ai giorni nostri, i più importanti eventi – sportivi e non – della capitale.

Celebre come casa delle partite casalinghe di A.S. Roma e S.S. Lazio, lo Stadio Olimpico si presta a trasformazioni ad hoc per ospitare le più importanti competizioni internazionali di Rugby (RBS Six Nations) e Atletica (Golden Gala Pietro Mennea). Senza dimenticare infine l'intrattenimento, con i concerti dei più importanti nomi del panorama musicale italiano ed internazionale.

Il Parco del Foro Italico

Lo Stadio Olimpico – La Sala Autorità



Lo Stadio Olimpico è dotato, al suo interno, di aree in grado di ospitare numerosi eventi e meeting aziendali.

Le aree sono di recente ristrutturazione e sono dislocate in 2 piani. La sala principale è la **Sala Autorità**, con accesso diretto agli spalti dello Stadio.

Gli spazi all'interno di essa si prestano perfettamente per l'organizzazione di ogni tipologia di evento dato che è dotata di tutti i confort, quali a titolo esemplificativo audio per musica in filodiffusione, aree show cooking, n. 16 monitor full HD, n. 1 monitor 100" al centro della sala e accesso diretto agli spalti.



Il Parco del Foro Italico

Lo Stadio Olimpico – Sala Executive, Piazza Italia, Sala Champions



Il primo piano è composto da tre ambienti collegati da due corridoi. L'area, nella sua interezza, è di 3.500 mq.

La sala principale è la **Sala Executive**, dotata di area relax, televisori con monitor di 33 pollici full HD, isola show cooking e del più elevato standard qualitativo .

Nel lato Nord dello Stadio, si trova invece **Piazza Italia**.

Ideale per accogliere fino a 600 ospiti, anche questa sala è dotata di tutti i comfort tipici di un'area ospitalità: televisori con monitor di 33 pollici full HD, guardaroba, bar di ultima generazione e una splendida terrazza con vista sul terreno da gioco.

Prende il nome dal più importante torneo calcistico d'Europa: la **Sala Champions** si trova nel lato Sud dello Stadio Olimpico.

Di più ridotte dimensioni, la sala può accogliere 200 ospiti.

Televisori con monitor di 33 pollici full HD, guardaroba, e un'area relax sita proprio nella bellissima terrazza con vista sul terreno da gioco, anche questa sala si presta perfettamente per qualsiasi tipo di evento.



Piazza Italia



Sala Champions

Il Parco del Foro Italico

La Sala delle Armi



L'Accademia di scherma, anche nota come Casa delle armi, è stata progettata dall'architetto Luigi Moretti nel 1934 e completata nel 1936 quando fu assegnata alla disciplina della scherma, assumendo la denominazione di Casa delle Armi e poi di Accademia della Scherma.

Nel 1981 venne adattata ad aula bunker del tribunale di Roma, altra denominazione con cui è stato noto l'edificio, adesso Sede del Comitato Promotore per la candidatura dei Giochi Olimpici di Roma 2024.



Il Parco del Foro Italico

Stadio dei Marmi “Pietro Mennea”



Lo stadio, progettato nel 1928 da Enrico Del Debbio e dalla capienza di circa 5.280 spettatori, è stato portato a termine e inaugurato nel 1932, e recentemente intitolato a Pietro Mennea.

Le gradinate perimetrali in marmo bianco di Carrara e le 60 statue (in realtà 64) offerte dalle province d'Italia e rappresentanti le diverse attività sportive, hanno ospitato numerosi eventi di diversa natura. Tra questi:



Eventi Sportivi

Mondiali di Pentathlon moderno, Golden Gala

Eventi aziendali

Presentazione della Fiat Bravo

Eventi istituzionali

Cerimonia dei 100 anni del CONI

Intrattenimento

Concerto di Carl Cox

Il Parco del Foro Italico

Complesso del Tennis: Centrale del Tennis, Stadio Nicola Pietrangeli e Circolo del Tennis



Il **Complesso del Tennis** offre alla città ed agli sportivi di tutta Italia la possibilità di vivere, in ogni momento, uno dei parchi romani più belli ed attrezzati. È dotato di strutture rinnovate e moderne che lo pongono all'avanguardia nel panorama italiano.

È composto da 11 campi in terra rossa, tra i quali lo Stadio **Centrale del Tennis**, nato nel 2005; lo Stadio **Nicola Pietrangeli**; 2 piscine; una Club House esclusiva.

Il più importante salotto tennistico italiano per un network d'élite.



Il Parco del Foro Italico

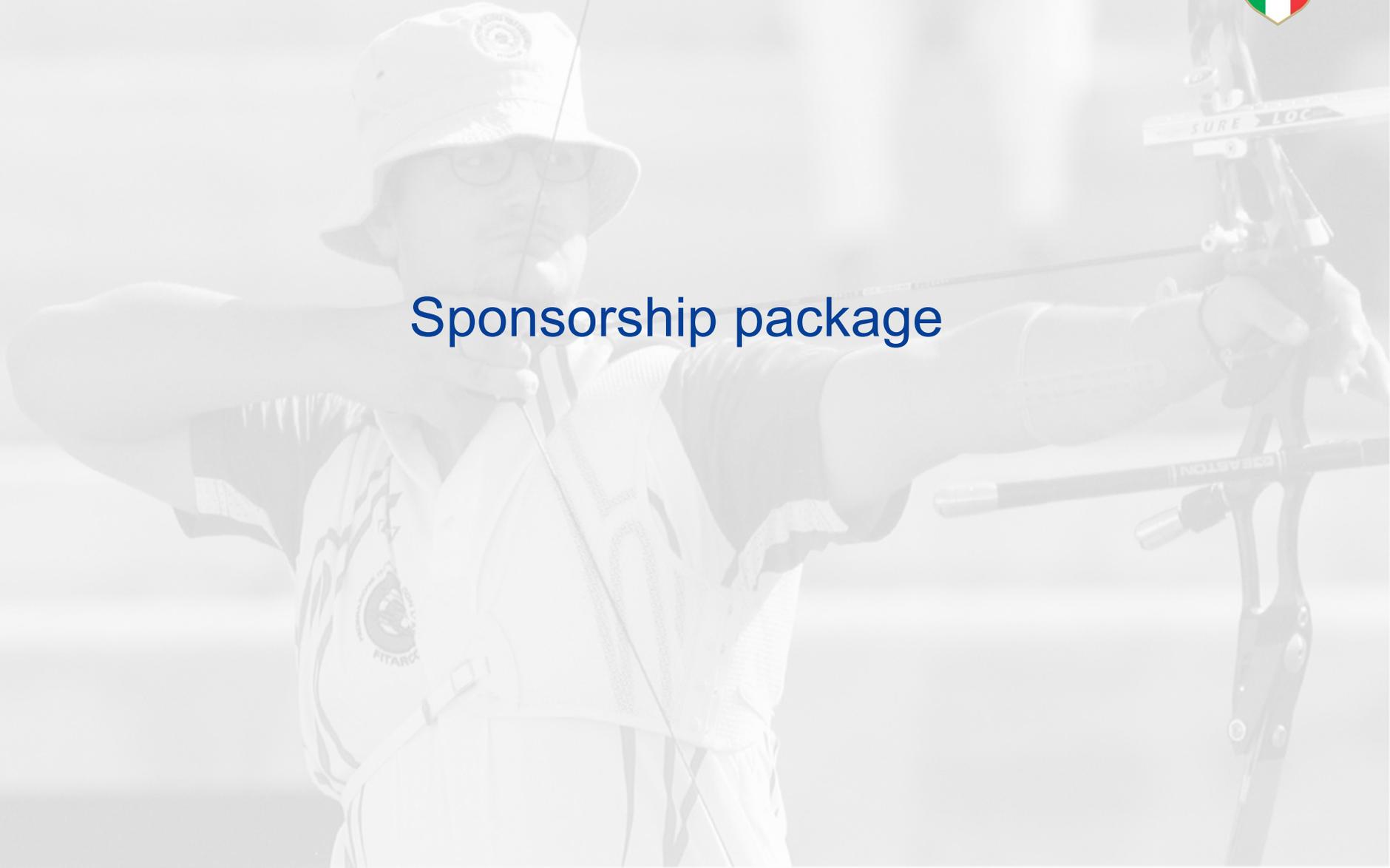
Frequentatori



Impianto	Frequentatori	Eventi
Stadio Olimpico	2.800.000	Campionato di Calcio; Golden Gala; RBS 6 Nations; Concerti; Convention; Eventi Aziendali,
Complesso del Tennis	1.250.000	Internazionali BNL d'Italia; Swatch FIVB World Tour; Manifestazioni Sportive; Attività di Intrattenimento (Es. Centrale Live)
Stadio dei Marmi	250.000	Attività Istituzionali FIDAL/IUSM; Manifestazioni Sportive; Spettacoli/Concerti; Eventi Corporate
Complesso delle Piscine	370.000	Internazionali di Nuoto - Settecolli; Attività Istituzionali FIN; Spettacoli/Eventi di Intrattenimento
Stadio della Farnesina	150.000	Attività Istituzionale FIDAL/IUSM; Manifestazioni Sportive
Sala delle Armi	100.000	Convention; Eventi Aziendali; Conferenze Stampa; Eventi Istituzionali (es. 100 anni del CONI); Eventi Sportivi
Aree Verdi e Giardini	200.000	Eventi Aziendali; Eventi Istituzionali (es. 100 anni del CONI); Eventi Sportivi
Parco Foro Italico	5.120.000	



Sponsorship package



Package deal



Attraverso l'instaurazione di un meccanismo "a pacchetti", la Sponsorship permetterà una personalizzazione dell'offerta basata sulle singole necessità aziendali.

Da un lato gli Sponsor mantengono la garanzia di massima visibilità in vista dei Giochi Olimpici e consolidano la propria posizione di rilievo nel piano di comunicazione istituzionale; dall'altro ogni brand può scegliere in che misura e modalità cogliere le opportunità offerte.

A Sponsorship



A.1 DIRITTI

- Esclusiva Merceologica
- Qualifica
- Utilizzo marchi
- Utilizzo immagine Italia Team (min. 4 atleti)
- Packaging (solo main)

A.2 VISIBILITÀ

- Istituzionale
 - Corporate Identity
 - Eventi Istituzionali, Sedi CONI e CONI Servizi
 - Istituto di Medicina e Scienza dello Sport
- Eventi/televisiva
 - Marchio Sponsor
 - Conferenze stampa
 - Eventi Istituzionali
 - Eventi del Parco del Foro Italico
 - Road to Rio
- Media
 - Adv
 - Photo-Video Library
 - Web
 - Social
- Casa Italia

A.3 ATTIVITÀ A SUPPORTO

- Monitoraggio TV/Stampa
- Archivio multimediale foto e video

B Corporate Hospitality



B.1 CASA ITALIA

(esclusività Main Sponsor)

*Accounting dedicato
Ticketing
Private Area
Pacchetti Hospitality
Pacchetti Incentive*

B.2 TICKETING GIOCHI OLIMPICI

B.3 BNL INTERNAZIONALI D'ITALIA

B.4 SERIE A TIM – TIM CUP – UEFA STADIO OLIMPICO ROMA

B.5 SIX NATIONS STADIO OLIMPICO ROMA

B.6 IAAF GOLDEN GALA STADIO OLIMPICO ROMA

B.7 INTERNAZIONALI DI NUOTO

B.8 LONGINES GLOBAL CHAMPIONS

B.9 CONCERTI ED EVENTI

*Accounting dedicato
Lounge Area Hospitality
Ticketing*

C Location Eventi



C.1 STADIO OLIMPICO

*Meeting Aziendali
Eventi Corporate*

C.2 PARCO DEL FORO ITALICO

**C.3 CENTRI DI PREPARAZIONE
OLIMPICA**

*Meeting Aziendali
Attività Team Building*

Package details



	Package	Main Sponsor	Official Sponsor
A	SPONSORSHIP		
	A1 - Diritti Esclusiva Merceologica Qualifica Utilizzo marchi Utilizzo immagine Italia Team (min. 4 atleti) Packaging A2 - Visibilità Istituzionale Eventi/televisiva Media Casa Italia A3 – Attività a supporto	✓	Visibilità al 50% rispetto ai Main Partner; Esclusi i diritti di uso dei Marchi sul Packaging
B	CORPORATE		
	B.1 - Ticketing Giochi Olimpici B.2 - Casa Italia B.3 - Internazionali BNL D'Italia B.4 - Serie A Tim – TIM Cup – UEFA B.5 - RBS Six Nations B.6 - IAAF Golden Gala B.7 - Internazionali Di Nuoto B.8 - Longines Global Champions Tour B.9 - Concerti Ed Eventi	✓	Casa Italia On top
C	LOCATION per eventi		
	C.1 - Stadio Olimpico C.2 - Parco del Foro Italico C.3 - Centri di Preparazione Olimpica	✓	✓
D	PARTNERSHIP COMMERCIALE		
	Possibilità di attivazione di partnership commerciali Valorizzazione di progetti tailor-made	✓	✗

Main Sponsor - Detail



A SPONSORSHIP

A.1 DIRITTI	<i>Esclusiva Merceologica</i>	
	<i>Qualifica</i>	
	<i>Utilizzo marchi</i>	
	<i>Utilizzo immagine Italia Team (min. 4 atleti)</i>	
	<i>Packaging</i>	
A.2 VISIBILITÀ	<i>Istituzionale</i>	<i>Corporate Identity, Eventi Istituzionali, Sedi CONI e CONI Servizi, Istituto di Medicina e Scienza dello Sport</i>
	<i>Eventi/televisiva</i>	<i>Marchio Sponsor, Conferenze stampa, Eventi Istituzionali, Eventi del Parco del Foro Italico, Road to Rio</i>
	<i>Media</i>	<i>Adv, Photo-Video Library, Web, Social</i>
	<i>Casa Italia</i>	
A.3 ATTIVITÀ A SUPPORTO	<i>Monitoraggio TV/Stampa</i>	
	<i>Archivio multimediale foto e video</i>	



B CORPORATE

B.1 – Ticketing Giochi Olimpici	# biglietti
B.2 - Casa Italia	# ingressi
B.3 - Internazionali BNL D'italia	# abbonamenti
B.4 - Serie A Tim – TIM Cup – UEFA	# abbonamenti
B.5 - RBS Six Nations	# abbonamenti
B.6 - laaf Golden Gala	# abbonamenti
B.7 - Internazionali Di Nuoto	# abbonamenti
B.8 - Longines Global Champions Tour	# abbonamenti
B.9 - Concerti Ed Eventi	# biglietti

C LOCATION per eventi

C.1 - Stadio Olimpico	
C.2 - Parco del Foro Italico	
C.3 - Centri di Preparazione Olimpica	



Official Sponsor - Detail



A		SPONSORSHIP		
A.1 DIRITTI	<i>Esclusiva Merceologica</i>			✓
	<i>Qualifica</i>			✓
	<i>Utilizzo marchi</i>			✓
	<i>Utilizzo immagine Italia Team (min. 4 atleti)</i>			✓
	<i>Packaging</i>			✗
A.2 VISIBILITÀ	<i>Istituzionale</i>	<i>Corporate Identity, Eventi Istituzionali, Sedi CONI e CONI Servizi, Istituto di Medicina e Scienza dello Sport</i>		✓
	<i>Eventi/televisiva</i>	<i>Marchio Sponsor, Conferenze stampa, Eventi Istituzionali, Eventi del Parco del Foro Italico, Road to Rio</i>		
	<i>Media</i>	<i>Adv, Photo-Video Library, Web, Social</i>		
	<i>Casa Italia</i>			
A.3 ATTIVITÀ A SUPPORTO	<i>Monitoraggio TV/Stampa</i>			✓
	<i>Archivio multimediale foto e video</i>			
B		CORPORATE		#
B.1 – Ticketing Giochi Olimpici				✗
B.2 - Casa Italia				✗
B.3 - Internazionali BNL D'italia				# abbonamenti
B.4 - Serie A Tim – TIM Cup – UEFA				# abbonamenti
B.5 - RBS Six Nations				# abbonamenti
B.6 - IAAF Golden Gala				# abbonamenti
B.7 - Internazionali Di Nuoto				# abbonamenti
B.8 - Longines Global Champions Tour				# abbonamenti
B.9 - Concerti Ed Eventi				# biglietti
C		LOCATION per eventi		
C.1 - Stadio Olimpico				✓
C.2 - Parco del Foro Italico				
C.3 - Centri di Preparazione Olimpica				

Quantificabile al 50% rispetto al Main Sponsor



PROUD PARTNERS

