

## FAQ

### 1. Cos'è "Italia Team"?

"Italia Team" è il **progetto triennale di marketing e comunicazione** che il CONI, per la prima volta nella sua storia, ha deciso di legare alla squadra olimpica italiana e ai tre grandi appuntamenti sportivi che l'aspettano: **Olimpiadi di Pechino 2008, Giochi del Mediterraneo di Pescara 2009, Olimpiadi invernali di Vancouver 2010**. Attraverso "Italia Team", il CONI offre ad aziende e istituzioni l'opportunità di diventare partner e di rappresentare lo sport italiano ai massimi livelli fino al 2010.

"Italia Team" è **molto più di un piano di sponsorizzazione**. Il progetto prevede l'attuazione di un piano di comunicazione integrata che dall'**advertising** spazia agli **eventi speciali**, ai **programmi televisivi**, alla promozione di attività di **licensing e merchandising**, a un pacchetto di servizi comprensivo di **ufficio stampa, monitoraggio, servizio di CRM, banca dati di foto e video, logistica e biglietteria**. E poi c'è la nuova **"Casa Italia"**, il quartier generale del CONI, un grande spazio vetrina profondamente rinnovato che ospiterà le aziende partner e accompagnerà la squadra olimpica nei tre grandi appuntamenti globali.

### 2. Cos'è "Casa Italia"?

Sede del CONI e delle Federazioni, dal 1984 "Casa Italia" è il quartier generale della rappresentativa italiana in occasione degli appuntamenti olimpici. **La valorizzazione di "Casa Italia" è uno degli elementi di spicco di "Italia Team"**.

A partire da Pechino 2008, "Casa Italia" non sarà più solo il punto di ritrovo di addetti ai lavori, atleti e operatori media, ma sarà anche luogo aperto al grande pubblico, uno **spazio polivalente** arricchito da un **fitto palinsesto** di eventi, fra i quali concerti e performance musicali, mostre, convegni, sfilate di moda,

happening culturali... A questi eventi, tra cui sono comprese anche le **iniziative delle aziende partner**, sarà riservata ampia visibilità mediatica grazie a programmi tv dedicati, interamente realizzati dal centro di produzione di "Casa Italia".

La nuova "Casa Italia" è un **nuovo luogo di comunicazione e una grande vetrina dell'eccellenza italiana sul mondo**. Un'antologia di appunti e sensazioni, un luogo di esperienze e di suggestioni multisensoriali che offre al pubblico il racconto di un'emozione, quella del Made in Italy.

A Pechino "Casa Italia" resterà aperta **quattro settimane** (dal 26 luglio al 24 agosto), e sarà ospitata all'interno di uno spazio **di circa 10 mila metri quadrati** complessivi.

### 3. Quali sono i punti di forza di "Italia Team"?

- **Più di un piano di sponsoring**

Il fatto che il progetto non si limiti a un piano di sponsoring, ma che si estenda a una **piattaforma di marketing e comunicazione integrata** finalizzata a garantire alle aziende partner una grande visibilità in termini presenza sul territorio e di copertura mediatica su scala mondiale per tutto il triennio 2008-2010, senza soluzione di continuità.

- **Visibilità**

La visibilità mediatica per il triennio 2008-2010 rappresenta uno degli asset fondamentali di "Italia Team". Alla visibilità derivante dalle classiche attività di sponsoring si aggiungono una serie di azioni integrate di comunicazione che comprendono sia campagne di advertising che produzioni televisive.

Le produzioni televisive si declinano sia nella produzione televisiva di **eventi speciali** con emissione garantita su emittenti nazionali e areali italiane, sia nella realizzazione di **programmi televisivi** con emissione garantita sulle emittenti areali italiane e sulle 11 emittenti di Network China Group Media.

- **Monitoraggio e analisi preventiva**

Tutta la programmazione di *brand exposure* è sottoposta a monitoraggio e ad analisi preventiva.

Per tutta la durata della sponsorizzazione, sono previsti il **monitoraggio** costante della visibilità dei marchi sui media nazionali e mondiali, la rilevazione e catalogazione dei risultati di visibilità, la valorizzazione economica dell'investimento. L'obiettivo è permettere alle aziende di valutare gli esiti dell'azione di sponsoring.

- **L'analisi preventiva** condotta preliminarmente ha permesso una proiezione delle *performances* di visibilità sulla base dei posizionamenti del brand previsti per il periodo di durata della sponsorizzazione: per lo sponsor è stata prevista una visibilità televisiva totale pari a più di tre volte il valore di partenza (4,5 milioni di Euro); per il fornitore una visibilità televisiva totale pari a due volte e mezzo il budget iniziale di 1,8 milioni euro.

- **Pacchetto di servizi chiavi in mano**

Per tutte le aziende partner, "Italia Team" prevede un pacchetto chiavi in mano con servizi progettati per ridurre al minimo l'impegno richiesto in termini di comunicazione e promozione della sponsorizzazione stessa. Il pacchetto comprende: **ufficio stampa, centro di produzione tv, press kit stampa e video, monitoraggio, servizio di CRM, banca dati foto e video.**

#### 4. Chi è Octagon?

Octagon, **agenzia americana del Gruppo Interpublic**, ha vinto, insieme al gruppo italiano Assist, il bando di gara indetto dal Comitato Olimpico Nazionale Italiano per la selezione del proprio **advisor per il periodo 2007-2010**. Octagon si è così aggiudicata tutti i diritti sui marchi CONI ed è stata incaricata della predisposizione e della gestione operativa di un progetto di marketing per la valorizzazione delle attività del Comitato Olimpico Nazionale e delle squadre italiane ad esso riconducibili.

Azienda leader, Octagon opera da circa 40 anni nel settore del marketing sportivo e dell'entertainment. Con i suoi oltre 900 collaboratori, Octagon è presente in 18 Paesi, rivolge i propri servizi a più di 500 aziende e istituzioni e a più di 800 atleti e personalità della musica e dello spettacolo. Nel complesso, Octagon gestisce in tutto il mondo più di 3.200 eventi.

## 5. Chi è Assist?

Assist è la **rappresentante sul mercato italiano di Octagon relativamente al progetto “Italia Team”**. Società di comunicazione con sede a Reggio Emilia, Assist si occupa dello sviluppo e della gestione del programma di marketing e di tutte le attività ad esso collegate.

Assist è un **gruppo indipendente di società che dal 1987 opera nel settore della comunicazione**. Svolge attività di consulenza strategica e creativa per lo sviluppo di progetti che utilizzano strumenti, canali e media in maniera sinergica, dall’advertising, al direct marketing, agli eventi, allo sponsoring, ai prodotti audiovisivi. Il gruppo conta su uno staff di oltre 90 persone e ha 6 sedi in Italia. Quella principale si trova fra Parma e Reggio Emilia. Ad Assist fanno capo 4 società che operano in diversi settori della comunicazione e del marketing: Puntodoc, Sportways, Vidierre, Arbitier.

## 6. Qual è il ruolo di Assist nell’ambito del progetto “Italia Team”?

Assist si occupa di “Italia Team” nella sua interezza, **dall’ideazione alla realizzazione on field**. In particolare, l’attività di Assist in seno al progetto si estende alle seguenti aree d’intervento:

- reperimento sul mercato internazionale di partner sponsor
- realizzazione e gestione di “Casa Italia” in occasione dei tre principali appuntamenti sportivi del triennio
- attuazione di un piano di comunicazione integrata
- organizzazione di eventi speciali
- promozione di attività di licensing e merchandising
- monitoraggio e analisi preventiva attraverso l’attività di **Vidierre**, la società del gruppo Assist che si occupa di Media Monitorino
- produzione televisiva curata da **Puntodoc**, la nuova *content factory* guidata da Andrea Broglia, parte del gruppo Assist

## 7. Chi sono le aziende partner di “Italia Team”?

I partner individuati da Assist sono aziende leader di settore e simbolo del Made in Italy, concetto portante di tutto il progetto “Italia Team”. Fino ad ora, hanno aderito a “Italia Team”: **Freddy, Intesa Sanpaolo, Ferrero, Consorzio Parmigiano Reggiano, Radio Italia.**

## 8. Perché un’azienda dovrebbe investire in “Italia Team”?

Perché “Italia Team” è portatrice di **forti contenuti a livello di immagine** e, in quanto tale, offre alle aziende la possibilità di presentarsi sui mercati mondiali come **rappresentanti privilegiate dell’eccellenza italiana.**

Questa opportunità si concretizza, nell’arco di tutto il triennio 2008-2010, nella garanzia di **importanti ritorni in termini di visibilità e di opportunità commerciali**, oltre nella possibilità di usufruire di una **piattaforma di attività** ampiamente coniugabili alle esigenze di marketing e comunicazione di ogni singola azienda.

In sintesi, “Italia Team” rappresenta per un’azienda un’occasione unica per:

- avvicinare il proprio brand ai valori positivi dello sport e dell’olimpismo
- diventare ambasciatrici dell’eccellenza italiana nel mondo, e non solo sportiva
- incrementare la propria visibilità
- usufruire di nuove opportunità commerciali
- mettere in atto una serie di nuove attività di marketing e comunicazione

## 9. Qual è l’investimento economico necessario per partecipare a “Italia Team”?

La scala dei valori d’investimento per partecipare al progetto varia **da 1 a 4,5 milioni di euro**, in base alla tipologia di sponsorizzazione e di partnership.

Per il periodo 01 ottobre 2007 – 30 giugno 2010, “Italia Team” prevede 3 principali tipologie di sponsorizzazione modulabili su diversi rapporti di partnership:

### **triennale**

Legame istituzionale e sponsorizzazione del CONI in tutte le fasi strategiche del triennio. Rapporti di partnership previsti: sponsor tecnico, sponsor, fornitore, merchandising, media partner.

### **a progetto**

Sponsorizzazione del CONI relativamente a un singolo progetto: Beijing, Pescara, Vancouver. Rapporti di partnership previsti: partner.

### **a menu**

Sponsorizzazione di un singolo evento / iniziativa in programma. Rapporti di partnership previsti: espositori, istituzioni, local, operatori media.

## **10. Quali sono le dimensioni economiche dell'operazione nel suo insieme?**

Il valore complessivo del programma "Italia Team" è stimabile in **30 milioni di euro**.