



PROTOCOLLO

PER L'ORGANIZZAZIONE DELLE COMPETIZIONI DI 1^ FASCIA*

PER CONTO DELLA

FEDERAZIONE GINNASTICA D'ITALIA

* Secondo quanto previsto dalle "Procedure Federali ed Indicazioni Attuative"

PREMESSA

L'obiettivo del presente documento è quello di fornire le linee guida per tutti i Comitati Organizzatori Locali o Società (nel prosieguo COL) che si accingono ad organizzare un evento per conto della Federazione Ginnastica d'Italia, definendo altresì alcune regole idonee a disciplinare i rapporti, con particolare riferimento agli aspetti legati al marketing e alla comunicazione.

Presentata la candidatura per l'organizzazione dell'evento e sottoscritto il presente protocollo, il COL accetta ed assume il diritto e la responsabilità di organizzare l'evento, nella località designata e nelle date fissate dalla Federazione, attenendosi scrupolosamente ai contenuti del presente documento ed al programma di lavoro successivamente convenuto con la Federazione medesima. La titolarità dell'evento rimane della Federazione Ginnastica d'Italia.

Il Segretario Generale della Federazione, o suo delegato, rappresenterà il necessario punto di riferimento per il COL.

La presente premessa costituisce parte integrante e sostanziale del seguente protocollo.

Iter procedurale per la realizzazione di una competizione di 1^ fascia FGI:

- Fase 1: Presentazione della candidatura unitamente alla visione e accettazione del seguente protocollo. (entro il 30 Giugno corrente anno)
- Fase 2: Pianificazione e definizione del "Piano Tecnico organizzativo". (entro il 15 settembre per le competizioni del primo semestre dell'anno successivo, ed entro il 15 maggio per le competizioni del secondo semestre dello stesso anno)
- Fase 3: Pianificazione e definizione delle specifiche in tema Marketing e Comunicazione. (entro 60 giorni prima dell'evento)
- Fase 4: Preparazione e allestimento della competizione. (Da 30 giorni prima dell'evento)
- Fase 5: Svolgimento della competizione.

ASPETTI TECNICI ORGANIZZATIVI

In questa sezione sono inserite le disposizioni da seguire per allestire il campo di gara secondo quanto stabilito dalla Federazione Ginnastica d'Italia.

Informazione

- Predisposizione di un documento, denominato “Piano Tecnico Organizzativo”, da parte del COL che andrà presentato alla FGI durante la Fase 2, e che dovrà contenere:
 - Logistica dell'evento.
 - Piantina dell'impianto con indicazione delle varie zone.
 - Timing dettagliato dei vari momenti dell'evento.
 - Indicazioni dettagliate relative alla sfilata di presentazione e la premiazione.
 - Indicazione ed orari utili alla messa in onda televisiva a cura dell'Ufficio stampa FGI.

Evento

- Predisposizione di una eventuale cerimonia di apertura e presentazione degli atleti (chiamata nominativa dell'atleta per le gare individuali, e chiamata della denominazione societaria per le gare di rappresentativa o d'insieme).
- Accurata previsione dei tempi di durata di ogni gara e delle cerimonie, previa approvazione della Direzione Tecnica competente.
- Collocazione, a cura del COL, dei banner e cartelloni degli sponsor in maniera idonea ad una loro continua visibilità.
- La zona della direzione di gara, dello speaker e la postazione tv dovranno essere collocate in un luogo inaccessibile ai non addetti ai lavori e lontano da fonti di disturbo.
- Le postazioni di giuria dovranno essere collocate in maniera tale che nessuno possa transitare o sostare alle loro spalle.
- Predisposizione di zone di attesa degli atleti, esterne al campo di gara.

- Individuazione di un numero sufficiente di persone addette all'organizzazione per il controllo degli ingressi all'impianto, al campo gara, alle varie zone di riscaldamento e per il controllo del rispetto delle indicazioni contenute nel Piano Tecnico Organizzativo.
- Predisposizione di un'area hospitality riservata agli ospiti d'onore e personaggi di rilievo, con spuntini, caffè e snack.
- Riservazione di un adeguato numero di biglietti/pass per la Federazione e i suoi sponsor, in seguito a precisa richiesta della stessa.
- Predisposizione di un settore di Tribuna Vip riservata agli ospiti d'onore, in concordanza con il delegato federale. In tale area dovranno trovare posto:
 - Membri FGI: Il Presidente, Il Segretario e quei Consiglieri che comunicheranno la loro presenza.
 - Ospiti della Federazione.
 - Ospiti COL: Autorità locali civili e religiose oltre a personaggi sportivi di rilievo.

Disposizioni tecniche specifiche per la GR

- È necessario disporre di due pedane regolamentari (m 14x14), una in campo gara ed una nello spazio demandato alle fasi di allenamento; se possibile, può risultare particolarmente utile un'ulteriore area per il riscaldamento a corpo libero.
- Le due zone, di gara e di allenamento, dovranno essere adeguatamente divise per mezzo di pannelli, o altro materiale, dell'altezza minima di 2 metri e lunghi quanto la stessa pedana.
- Il tavolo della giuria deve essere almeno ad una distanza di 2 metri dalla pedana di gara.
- Gli attrezzi di riserva devono essere regolamentari ed omologati FGI.

Premiazioni

- Predisposizione di una zona podio con fondale (backdrop), secondo un layout concordato con la FGI, su cui verrà riportato il logo della Federazione ed i loghi dei partner dell'evento.
- Individuazione delle autorità premianti secondo quanto indicato dalle vigenti "Procedure Federali ed Indicazioni Attuative".

- I premi verranno consegnati contemporaneamente e l'Inno Nazionale sarà suonato solo in occasione di assegnazione di un Titolo Italiano.

Esempio:

3° classificata/o medaglia di bronzo e/o coppa offerta da...NOME e COGNOME

2° classificata/o medaglia d'argento e/o coppa offerta da...NOME e COGNOME

1° classificata/o medaglia d'oro e/o coppa offerta da...NOME e COGNOME

I premi alla/al prima/o classificata/o sono consegnati da... NOME, COGNOME e QUALIFICA

I premi alla/al seconda/o classificata/o sono consegnati da... NOME, COGNOME e QUALIFICA

I premi alla/al terza/o classificata/o sono consegnati da... NOME, COGNOME e QUALIFICA

Varie

- Per il coordinamento delle attività e il coordinamento del personale sul campo gara, andrà nominato un Direttore di gara che, coadiuvato da un numero adeguato di collaboratori, provvederà a mantenere ordinata l'area di gara ed il suo perimetro.
- Al fine di informare tecnici ed atleti sulla disposizione del campo gara e la sua logistica, il COL procederà all'invio, tramite mail alle società interessate, di un documento nel quale saranno rapidamente illustrati tutti i punti utili alla migliore riuscita della manifestazione.

ASPETTI LEGATI ALLA COMUNICAZIONE

L'evento sportivo necessita di una forte azione di comunicazione, per questo è necessario all'interno del COL venga costituito un ufficio stampa o venga individuata una persona dedicata. Tutte le azioni di comunicazione dovranno essere condivise con l'ufficio stampa federale che provvederà a rilanciarle sui media a propria disposizione.

Comunicati stampa

I comunicati stampa predisposti dovranno essere inviati direttamente dal COL a testate locali e di settore, uffici stampa degli Enti Pubblici e uffici stampa delle aziende partner. La FGI provvederà invece all'invio ai propri contatti media, tra cui testate nazionali e internazionali, e alle aziende partner della Federazione.

- Lancio della manifestazione: nei due mesi precedenti l'evento. Il comunicato dovrà contenere la presentazione della data e della sede di gara, le caratteristiche generali dell'evento, le modalità di acquisto e i prezzi dei biglietti nonché le istituzioni e i partner dell'evento.
- In prossimità dell'evento: una settimana prima della gara. Il comunicato dovrà contenere i temi generali dell'evento, la presentazione della parte sportiva con focus sui protagonisti più attesi, l'eventuale programmazione TV o copertura media e la conferma dei partner.
- Al termine dell'evento. Il comunicato dovrà contenere i risultati della manifestazione, i ringraziamenti alle autorità e agli sponsor, i numeri e dati relativi alla partecipazione.

Conferenza stampa

La conferenza stampa è necessaria al fine di dare visibilità alla manifestazione e ai suoi partner.

- Logistica: La conferenza, di massimo un'ora, dovrà essere organizzata qualche giorno prima dell'evento, generalmente in mattinata dal martedì al venerdì, evitando concomitanze con altri eventi sul territorio.
- Personale coinvolto: Dovrà essere presente un moderatore, giornalista o persona illustre locale, che seguendo la scaletta definita in collaborazione con l'ufficio stampa FGI presenti l'evento, ed un fotografo dedicato.

- Inviti: Saranno coordinati con ufficio stampa FGI e dovranno includere giornalisti dei settori sport e cronaca locale, sponsor e istituzioni, CONI, rappresentanti dei gruppi sportivi militari di appartenenza, comitati regionali e provinciali FGI, società sportive locali e atleti rappresentativi.
- Materiali:
 - Cartella stampa da consegnare a tutti i partecipanti. Il contenuto dovrà esser concordato con la Federazione, e dovrà includere il saluto del Presidente, la presentazione dell'evento, i dati dell'evento, saluti degli enti patrocinatori e comunicato degli sponsor.
 - Desk d'accoglienza e registrazione all'evento con personale dedicato.
 - Impianto fonico e microfonic: microfoni a tavolo e gelato per il presentatore.
 - Impianto video per eventuali proiezioni video.
 - Assistenza tecnica per il controllo dell'audio e del video.
 - Cavalierini per presentazione ospiti.

Materiali e iniziative promozionali

Al fine di promuovere l'evento sul territorio, è opportuna la realizzazione di alcuni supporti cartacei come: locandine, volantini e cartelloni pubblicitari. Il layout di tali materiali verrà preventivamente concordato e definito con gli uffici FGI e dovranno obbligatoriamente riportare i loghi della FGI, della Società organizzatrice, degli sponsor federali e istituzionali. Inoltre, possono essere programmate delle iniziative promozionali sul territorio al fine di favorire la conoscenza e l'attenzione sull'evento, con l'obiettivo di aumentare la presenza di pubblico, ad esempio ipotizzando il coinvolgimento delle scuole.

Media Partnership

Il COL, al fine di incrementare la visibilità all'evento, potrà sviluppare degli accordi di Media Partnership con giornali, TV, radio locali o siti specializzati che possano offrire copertura dell'evento sia con spazi pubblicitari sia con articoli redazionali. Tali accordi dovranno essere comunicati durante la Fase 3 e comunque entro 90 giorni dall'evento. Eventuali accordi successivi dovranno essere preventivamente sottoposti alla Federazione per approvazione interna.

Siti internet e Social network

Potrà essere utilizzato il sito della società sportiva o creare un sito ad hoc, in cui possano essere inserite tutte le informazioni utili e tutte le news dell'evento. Allo stesso scopo, si possono utilizzare pagine dedicate sui maggiori social network, per le cui strategie di comunicazione sarà necessaria la condivisione dell'Ufficio Stampa FGI, che garantirà un esponentiale comunicazione integrata attraverso i propri canali.

Area Stampa in evento

Durante l'evento è necessario prevedere un'Area Stampa per permettere il lavoro dell'ufficio stampa e dei giornalisti presenti. Tale zona, che può trovarsi a bordo campo o in una sala dedicata, e dovrà prevedere necessariamente delle postazioni di lavoro (tavolo, sedia e presa elettrica) e il collegamento internet wireless e/o cavo.

Area Fotografi in evento

Durante l'evento dovrà essere predisposta un'area destinata ai fotografi, che dovranno necessariamente essere preliminarmente accreditati e dotati di idonea pettorina identificativa. L'area dovrà essere tale per cui i fotografi non intralcino l'esecuzione degli atleti e la visuale degli spettatori, e da cui possa essere effettuato in modo adeguato il servizio fotografico.

L'accredito dei fotografi e dei giornalisti avverrà sul sito federale a partire da un mese prima dell'evento. Successivamente la FGI fornirà al COL la lista del personale accreditato per l'evento. Potranno richiedere l'accredito i fotografi di testate giornalistiche registrate (carta stampata e web), di agenzie stampa e di agenzie fotografiche. L'accesso al campo di gara è autorizzato soltanto al fotografo ufficiale della Federazione e al fotografo ufficiale del COL.

Area Interviste

Durante l'evento dovrà essere predisposta un'area destinata alle interviste post competizione, lungo il percorso di rientro degli atleti verso gli spogliatoi. L'area dovrà prevedere l'allestimento di un pannello fondale (backrop) il cui layout verrà preventivamente concordato e definito con gli uffici FGI e dovrà obbligatoriamente riportare i loghi della FGI, della Società organizzatrice e degli sponsor federali. L'accesso a tale area è consentito all'Ufficio Stampa FGI e ai giornalisti, fotografi e TV accreditati.

Riprese televisive in evento

La Federazione Ginnastica d'Italia, in quanto titolare di tutte competizioni del calendario nazionale, ne detiene i diritti d'immagine. Nessun altro network potrà effettuare riprese durante le gare, oltre ai tre minuti di diritto di cronaca. Eventuali richieste di ripresa dovranno essere preventivamente sottoposte ad autorizzazione dell'Ufficio Stampa FGI. La produzione delle riprese televisive sarà a cura della FGI. La stessa, in base al proprio calendario delle riprese, stabilito dall'Ufficio stampa federale, individuerà quali competizioni verranno trasmesse in diretta e quali in differita. Nel caso di trasmissione in differita, il COL potrà comunque richiedere la diffusione in diretta. In questo caso le riprese, dovranno comunque essere trasmesse sui canali ufficiali FGI e le relative spese di produzione saranno a carico del COL.

ASPETTI LEGATI AL MARKETING

Pubblicità campo gara

Sul campo di gara deve essere previsto l'allestimento dei cartelli pubblicitari per le aziende partner e qualora fossero disponibili anche led bordo pedana, maxischermi e backdrop pubblicitari. Durante la Fase 3, entro 90 giorni dall'evento, verrà congiuntamente definito il layout dell'intero campo di gara sulla base dei requisiti necessari all'allestimento e alle variabili legate alla tipologia di evento e dell'impianto a disposizione.

Qualora l'allestimento non rispetti il layout concordato in fase di approvazione da parte della Federazione, l'ufficio preposto avrà la facoltà in qualsiasi momento di far modificare gli aspetti non conformi prima dell'inizio della manifestazione, al fine di attuare le clausole contrattuali con i partner federali.

L'allestimento del campo gara dovrà rispettare i seguenti requisiti:

- Allestimento pubblicitario (cartelloni o led) su tre lati, di cui: Il lato lungo o fronte televisivo, ha una lunghezza di 30 metri, mentre i due lati corti dovranno essere di 18 metri.
- I cartelli pubblicitari, di dimensioni pari a 3 x 0,80 metri, dovranno essere montati su supporti verticali (non è ammessa la disposizione a terra).
- La programmazione dei led bordo pedana e dei maxischermi, verrà definita congiuntamente con l'ufficio marketing FGI e dovrà in ogni caso rispettare le norme tecniche internazionali.
- In qualsiasi evento, la visibilità in posizione primaria, indicativamente al centro del lato lungo o fronte televisivo, dovrà essere riservata al main sponsor della FGI.
- Ad ogni sponsor federale dovrà essere assicurata l'esclusività merceologica e la visibilità definita nel layout di gara, sia per il numero di cartelloni che per il loro posizionamento.
- Nell'eventualità di un accordo per la titolazione dell'evento da parte della Federazione e di un proprio partner, la comunicazione e la visibilità principale in tale evento dovranno essere a esso dedicata.

- Il layout dei backdrop, preventivamente concordato e definito con gli uffici FGI, dovrà obbligatoriamente riportare i loghi della FGI, della Società organizzatrice e degli sponsor federali.
- Qualora ci fosse opportunità, anche l'allestimento del campo di allenamento dovrà attenersi alle stesse condizioni relative alla visibilità dei partner.

Sponsor della Federazione

La Federazione ha disposizione per i propri sponsor, o per se stessa, fino ad un massimo del 50% degli spazi pubblicitari disponibili sul campo gara, in posizione principale.

La FGI comunicherà al COL, nel momento dell'assegnazione della competizione, l'elenco degli sponsor federali titolari dei diritti di visibilità on field con il relativo dettaglio dei materiali di comunicazione che dovranno essere esposti per ciascuno di essi. La FGI informerà inoltre il COL di tutti i nuovi contratti di sponsorizzazione conclusi durante la Fase 3 e fino ad un massimo di 60 giorni prima.

Il COL dovrà garantire la piena visibilità della cartellonistica in campo, durante la gara, intervenendo nel caso in cui risulti pregiudicata totalmente o parzialmente dalla presenza di ostacoli.

Sponsor del COL

Onde evitare il rischio di sovrapposizioni merceologiche, a partire dall'assegnazione della gara fino a 30 giorni dall'inizio della manifestazione, il COL comunicherà i propri partner, presentando l'elenco delle aziende sponsor e i relativi mezzi di comunicazione.

Nuovi Sponsor

Qualora la Federazione o il COL chiudano un nuovo accordo di sponsorizzazione nei 30 giorni che precedono l'evento, essi avranno diritto a dare visibilità al nuovo partner nell'ambito degli spazi a propria disposizione, solo previa autorizzazione da parte dell'altro soggetto, e se non vi sia già in essere un contratto di sponsorizzazione dell'evento nella stessa categoria merceologica.

Materiali promozionali di supporto all'evento

In tutto il materiale di comunicazione dovrà comparire il logo della Federazione Ginnastica d'Italia, delle aziende Sponsor federali e dell'evento, nonché il logo del COL ed eventuali enti patrocinanti o partner locali.

La realizzazione di poster, locandine, volantini e manifesti dovrà rispettare il layout definito dalla Federazione, in riferimento ai loghi, al loro posizionamento ed alla specifica denominazione della gara.

Il suddetto materiale dovrà essere inoltrato, durante la Fase 4, entro 30 giorni dall'evento, all'area marketing della Federazione che provvederà a rilasciare la dovuta approvazione. Solo una volta ricevuta l'approvazione da parte della Federazione, il COL potrà procedere con la stampa.

Il COL si obbliga a garantire e manlevare la FGI da ogni richiesta, doglianza o pretesa dovesse essere avanzata dagli Sponsor, Partner e Fornitori Ufficiali per il materiale promozionale e di supporto alla manifestazione prodotto e diffuso dal COL senza autorizzazione o comunque in violazione dei diritti degli sponsor, partner e fornitori ufficiali come concordato con FGI.

Area commerciale

Per ampliare l'offerta di spazi ed opportunità per le aziende e il pubblico, dovrà essere prevista un'area commerciale, dove le aziende possano allestire un proprio stand.

La FGI, nell'ambito degli accordi conclusi con le aziende partner, ha il diritto di concedere tale suddetta opportunità, e segnalerà al COL, durante la Fase 3, 90 giorni prima dell'evento, quali partner federali saranno presenti indicando quale spazio sarà loro concesso (indicativamente uno spazio di m. 4 x 4 o 3 x 3). Il suddetto spazio dovrà essere fornito solamente di un tavolo di 2 x 1, di due sedie e di allaccio elettrico. Ogni altra richiesta sarà a carico dell'azienda.

Il COL potrà cedere ad altre aziende spazi all'interno dell'area commerciale, anche se esse appartengano alla stessa categoria merceologica dei partner federali, a condizione che la loro visibilità sia limitata al solo spazio dell'area commerciale, e che tale area non dovrà in nessun modo prevalere sugli spazi dedicati ai partner ufficiali. A tali aziende non potrà pertanto essere concessa alcun tipo di ulteriore visibilità al di fuori dell'area commerciale stessa.