



PROTOCOLLO PER L'ORGANIZZAZIONE DELLE COMPETIZIONI NON INSERITE NEL PROGETTO TOP EVENTS PER CONTO DELLA FEDERAZIONE GINNASTICA D'ITALIA



1. PREMESSA

Il presente documento ha l'obiettivo di fornire le linee guida operative per i Comitati Organizzatori Locali o Società (di seguito COL) incaricati di organizzare una competizione di 1^a o 2^a fascia per conto della Federazione Ginnastica d'Italia. Il documento costituisce parte integrante agli articoli 32, 33, 34 e 36 della sezione A del TUNS. Questo protocollo non viene applicato alle competizioni rientranti nel progetto Top Events per le quali sono definite linee guida ad hoc.

Con la presentazione della candidatura per l'organizzazione dell'evento il COL accetta integralmente il presente documento. A seguito dell'assegnazione della competizione il COL assume la responsabilità organizzativa dell'evento nella località designata e nelle date fissate dalla Federazione, attenendosi scrupolosamente alle indicazioni contenute nel presente documento ed al programma di lavoro successivamente convenuto con la FIGI. La titolarità dell'evento rimane della Federazione Ginnastica d'Italia.

I riferimenti federali per il COL sono costituiti dall'Area Tecnica e dall'Area Comunicazione e Relazioni Esterne (ComRe) ovvero dall'Ufficio Stampa e dall'Ufficio Marketing.

Per tutto quanto non disciplinato dal presente protocollo, si rimanda al TUNS vigente e s.m.i.

2. DISPOSIZIONI TECNICHE E ORGANIZZATIVE

Le modalità organizzative (giorni e orari di gara) nonché il layout del campo gara devono essere concordati con le Direzioni Tecniche Nazionali di riferimento.

Il COL dovrà predisporre un documento, denominato "Piano Organizzativo", da inviare agli uffici federali entro e non oltre tre settimane prima dell'evento, contenente:

- la logistica dell'evento (giorni di gara, orari di massima, sede di gara, eventuali hotel/ristoranti convenzionati);
- la planimetria dell'impianto con indicazione delle varie zone;
- ulteriori informazioni utili ai partecipanti.

Il COL dovrà altresì:

- predisporre un'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);
- collocare eventuali banner e cartelloni degli sponsor, qualora presenti, in maniera idonea ad una loro continua visibilità secondo le indicazioni dell'Ufficio Marketing;
- predisporre la zona della direzione di gara e dello speaker in un luogo inaccessibile ai non addetti ai lavori e lontano da fonti di disturbo;

- predisporre le postazioni di giuria in modo tale che nessuno possa transitare o sostare alle loro spalle;
- predisporre le zone di attesa degli atleti, esterne al campo di gara;
- Individuare 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 Organizzativo;
- predisporre, qualora necessario, di un'area hospitality riservata agli ospiti d'onore e personaggi di rilievo, con spuntini, caffè e snack;
- riservare un adeguato numero di biglietti/pass per la Federazione, gli sponsor federali e per i membri del club Gym Legend.
- predisporre un settore di Tribuna Vip riservata agli ospiti d'onore. In tale area dovranno trovare posto:
 - membri FIGI: Il Presidente, Il Segretario, i Consiglieri e i rappresentanti del CR di giurisdizione che comunicheranno la loro presenza;
 - ospiti della Federazione;
 - ospiti del 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.

Per le cerimonie di premiazione il COL dovrà:

- predisporre una zona podio possibilmente con fondale (backdrop), su cui dovrà essere riportato il logo della Federazione ed i loghi dei partner dell'evento;
- assicurarsi che gli atleti premiati partecipino alla cerimonia di premiazione indossando la tuta di rappresentanza della società o del gruppo sportivo militare o di pubblica sicurezza di appartenenza;
- individuare le autorità premianti secondo quanto indicato dall'art. 32 della sez. A del TUNS in vigore;
- svolgere il cerimoniale di premiazione con le seguenti modalità:
 1. lo speaker invita gli atleti o le squadre classificate nelle prime tre posizioni ad avvicinarsi al podio;
 2. lo speaker, a partire dalla terza posizione, chiama i premiati che salgono sul rispettivo gradino del podio (senza gesti di congratulazione con i compagni di premiazione);

3. il picchetto di premiazione, mentre viene presentato al pubblico dallo speaker (nome, cognome e ruolo), procede in contemporanea alla consegna dei premi;
4. nelle competizioni in cui viene assegnato un titolo nazionale viene suonato l'Inno Nazionale.

3. COMUNICAZIONE

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

Si riportano di seguito alcuni suggerimenti per un'organizzazione ottimale della comunicazione:

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, se ritiene opportuno, all'invio ai propri contatti media, tra cui testate nazionali e internazionali, e alle aziende partner della Federazione. È buona pratica prevedere un comunicato stampa di presentazione dell'evento e uno conclusivo al termine dello stesso.

Conferenza stampa

La conferenza stampa è un utile strumento per dare visibilità alla manifestazione e ai suoi partner:

- della durata di massimo un'ora, potrà essere organizzata qualche giorno prima dell'evento, generalmente in mattinata dal martedì al venerdì, evitando concomitanze con altri eventi sul territorio;
- dovrà essere presente un moderatore, giornalista o persona illustre locale, che seguirà la scaletta approvata dall'Ufficio Stampa FGI;
- gli inviti saranno a cura del COL 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;
- è buona pratica preparare una cartella stampa da consegnare a tutti i partecipanti. Il contenuto dovrà essere approvato dall'Ufficio Stampa FGI, e potrà includere il saluto del Presidente, la presentazione dell'evento, i dati dell'evento, saluti degli enti patrocinatori e comunicato degli sponsor.

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. Il COL è tenuto ad informare l'ufficio ComRE circa le Media Partnership sviluppate.

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 con l'ufficio ComRe FGI, che potrà supportare la comunicazione attraverso i propri canali.

Accredito giornalisti e fotografi

I giornalisti ed i fotografi presenti dovranno essere preliminarmente accreditati. Per le competizioni di 1^a fascia l'accredito è di competenza esclusiva della FGI, per le competizioni di 2^a fascia è di competenza del COL.

Area Stampa

Se richiesto dall'ufficio ComRe FGI, durante l'evento è necessario prevedere un'Area Stampa per permettere il lavoro 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

Durante l'evento dovrà essere predisposta un'area destinata ai fotografi. 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'accesso al campo di gara è autorizzato soltanto al fotografo ufficiale della Federazione e al fotografo ufficiale del COL (se presente).

Area Interviste

Se richiesto dall'ufficio ComRe FGI, durante l'evento dovrà essere predisposta un'area destinata alle interviste. L'area dovrà prevedere l'allestimento di un pannello fondale (backdrop) il cui layout verrà preventivamente concordato e definito con l'ufficio ComRe 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 durante l'evento

La Federazione Ginnastica d'Italia, in quanto titolare di tutte le 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. La produzione delle riprese televisive sarà a cura

della FIGI. La stessa, in base al proprio calendario delle riprese, individuerà quali competizioni verranno trasmesse in diretta e quali in differita. La FIGI comunicherà per tempo al LOC qualora l'evento rientrasse nella programmazione delle produzioni televisive fornendo allo stesso tutte le necessità tecnico-logistiche. Qualora l'evento non rientrasse nella programmazione FIGI o nel caso di trasmissione in differita, il COL potrà comunque richiedere di produrre l'evento o la diffusione in diretta. In questo caso le riprese, dovranno comunque essere trasmesse sui canali ufficiali FIGI e le relative spese di produzione saranno a carico del COL.

4. MARKETING

Materiali promozionali di supporto all'evento

In tutto il materiale di comunicazione (volantini, locandine, manifesti pubblicitari) dovrà comparire il logo della Federazione Ginnastica d'Italia, delle aziende Sponsor federali e dei partner locali, nonché il logo del COL ed eventuali enti patrocinanti. I materiali utili, lato FIGI, saranno presenti al seguente link:

https://drive.google.com/drive/folders/19SSRoWP_B6DUmwnt5RbNT0Pc1o3RCI4u?usp=drive_link .

La realizzazione di poster, locandine, volantini e manifesti dovrà rispettare il layout esempio definito dalla FIGI e presente al suddetto link, in riferimento ai loghi e al loro posizionamento:

Qualsiasi versione differente del suddetto materiale, dovrà essere inoltrata, entro 30 giorni dall'evento, all'Ufficio 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 diffusione.

Il COL si obbliga a garantire e manlevare la FIGI 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 FIGI.

Pubblicità campo gara

Se richiesto dall'ufficio marketing FIGI, sul campo di gara deve essere previsto l'allestimento dei cartelli pubblicitari per le aziende partner in posizione principale e, per le competizioni di 1^a fascia, qualora fossero disponibili, anche led bordo pedana, maxischermi e backdrop pubblicitari. Il layout, la disposizione e la programmazione del materiale pubblicitario fornito dovranno essere concordati con l'ufficio marketing FIGI.

Area commerciale

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

La FIGI, nell'ambito degli accordi conclusi con le aziende partner, ha il diritto di concedere tale suddetta opportunità, e segnalerà al COL, 30 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 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.

Sponsor ammessi

Al suddetto link è presente l'elenco degli sponsor federali aggiornato, onde evitare il rischio di sovrapposizioni merceologiche, a partire dall'assegnazione della gara fino a 30 giorni dall'inizio della manifestazione, il COL potrà comunicare i propri partner per l'evento.

Ad ogni modo gli sponsor ammessi non dovranno essere in contrasto con quelli federali o appartenenti alle categorie vietate quali a titolo esemplificativo e non esaustivo: superalcolici, tabacco, gioco d'azzardo, ecc.

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.

5. CONTATTI DI RIFERIMENTO

Area Tecnica FGI

tecnico@federginnastica.it

Area Comunicazione e Relazioni Esterne

Ufficio Stampa: stampa@federginnastica.it

Marketing: marketing@federginnastica.it