



FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

**ATTIVITA' 2009 E PROGRAMMA 2010
DELLA COMMISSIONE COMUNICAZIONE
E MARKETING DELLA FISO**

Roma, 16 gennaio 2010

SOMMARIO

- 1. Premessa**
- 2. Attività 2009**
- 3. Attività 2010**
- 4. Budget**
- 5. Allegati**

1. PREMESSA

L'area Comunicazione e Marketing della F.I.S.O., in linea con le finalità dello statuto federale, con gli intendimenti politici del Consiglio Federale e con le indicazioni dei piani di comunicazione e marketing, è l'organo esecutivo della F.I.S.O, incaricato di promuoverne e valorizzarne l'immagine ai fini di una sempre più capillare diffusione della disciplina dell'orientamento tra i vari pubblici di riferimento.

2. ATTIVITA' 2009

Sulla base di specifico mandato, nel corso del 2009, l'area Comunicazione e Marketing, ha provveduto a:

- ✓ elaborare un piano strategico a lungo termine (approvato in C.F. lo scorso 10 gennaio 2009) in grado di:
 - evidenziarne la visione;
 - analizzarne la struttura organica ed il suo funzionamento;
 - focalizzare, in gradi linee, le strategie di comunicazione e marketing da adottare;
 - definire le aree d'interesse ed i relativi obiettivi;
- ✓ avviare e costruire importanti relazioni con i mass media, producendo articoli "ad hoc" su quotidiani nazionali e locali, inserti e riviste specializzate come la Gazzetta dello sport, la Corsa, Correre, Vai, Sport club, Sport week, Tutto ciclismo, Second out, la Natura, la Tribuna, ecc. (riepilogo nel "report 2009" in allegato A);
- ✓ attivare piattaforme web come, Gazzetta.it, Vimeo, Flickr, Facebook in grado di ampliare la conoscenza dello sport dell'orientamento e costruire importanti relazioni sociali (community);
- ✓ creare archivi fotografici e video in grado di soddisfare le esigenze di comunicazione sia della FISO che degli organi territoriali;
- ✓ elaborare linee guida per le attività di pubblica informazione;
- ✓ programmare e svolgere specifica attività di formazione nel campo della comunicazione (1° corso per addetti alla pubblica informazione);
- ✓ elaborare, attraverso la consulenza specifica dello studio Ghiretti & Associati, i piani di comunicazione e Marketing della FISO;
- ✓ fornire assistenza, nel campo della pubblica informazione, ai Comitati Organizzatori delle principali manifestazioni sportive di rilievo 2009 (Campionati Italiani e Coppa Italia);

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

- ✓ progettare ed avviare il servizio di newsletter;
- ✓ produrre e stampare il numero unico di Azimut "Vademecum" e rilanciare, con nuovo format, la rivista federale "Azimut Magazine";
- ✓ elaborare, in una ottica di più ampio utilizzo, il nuovo prezzoario FISO utile per la vendita, alle aziende, alle società sportive, agli Enti istituzionali ecc., degli spazi pubblicitari disponibili su Azimut vademecum, su Azimut Magazine, sulle newsletter e sul sito istituzionale; inoltre, qualora determinati acquirenti volessero abbinare il proprio marchio ad un determinato circuito gare (Campionati italiani, Coppa Italia, Trofeo nazionale dei centri storici – es. ITAS Trofeo Nazionale dei Centri storici 2009), è stato prodotto un tariffario "ad hoc", in grado di soddisfare tale esigenza (allegato B);
- ✓ aggiornare, con nuovo materiale fotografico, la brochure istituzionale della FISO e provvedere alla loro distribuzione ai vari Comitati e Delegazioni Regionali;
- ✓ acquistare e distribuire, per una più efficace organizzazione delle attività di pubbliche relazioni e di comunicazione e marketing sul proprio territorio dei Comitati Regionali e Delegazioni, l'annuario USSI dello sport;
- ✓ dotarsi di un sistema di "Media monitoring", denominato "l'eco della stampa", in grado di assolvere, già dal 2010, in maniera mirata e capillare, l'attività di rassegna stampa nazionale e periferica;
- ✓ progettare un power point ed uno video promozionale sullo sport dell'orienteering da distribuire ai Comitati/Delegazioni regionali ed alle società sportive da utilizzare nell'ambito delle proprie attività promozionali, di marketing e di comunicazione;
- ✓ avviare uno studio "ad hoc" per ampliare e migliorare la funzionalità del sito istituzionale.

In materia di sponsorizzazioni, la Commissione ha stretto e concluso rapporti con le seguenti aziende:

- ✓ ITAS: contratto di pubblicità di E. 1090,00 + intestazione del Trofeo Nazionale dei Centri storici per E. 3000,00 per un valore complessivo di E. 4090,00;
- ✓ INOV: contratto per la fornitura di materiale sportivo, per un valore di E. 2500,00;
- ✓ ORISPORT: contratto di pubblicità per E. 1500,00;

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

- ✓ SUUNTO: contratto per la fornitura di materiale tecnico, per un valore di E. 3500,00;
- ✓ Pubblicazione loghi manifestazioni varie circa E.2000,00.

3. ATTIVITA' 2010

PREMESSA

Alla luce della crescente visibilità delle attività istituzionali, in considerazione degli specifici strumenti di comunicazione predisposti (piano di comunicazione e marketing, newsletter, azimut magazine, sito ecc.), la Commissione, ha elaborato un documento programmatico a lunga scadenza (linee guida per l'attuazione del programma di comunicazione e marketing 1010-2012 – allegato C) in grado di valorizzare sempre di più la FISO e creare le giuste premesse per avvicinare sponsor e partners.

Il citato progetto mette quindi in evidenza quattro temi, di particolare interesse per la FISO, ed evidenzia i progetti da elaborare con relativo piano d'azione.

TIPOLOGIA DI COMUNICAZIONE DA ATTUARE

Le tipologie e gli strumenti di comunicazione che la competente Commissione federale utilizzerà saranno le seguenti:

- ✓ **Interna:**
 - Rivista federale;
 - Sito internet;
 - Newsletter;
 - Corrispondenza;
- ✓ **Intermedia:**
 - Le riviste specializzate;
 - Le riviste extra settore;
 - Radio-Tv;
 - Web;
- ✓ **Esterna:**
 - Attività espositive - eventi;
 - Link con altri sport;
 - Conferenze, convegni.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

LA COMUNICAZIONE INTERNA

- ✓ Da gennaio 2010, riprenderà la realizzazione della rivista federale "**Azimut Magazine**"; quest'ultima, già ampiamente illustrata nei contenuti e nei costi nel corso del Consiglio Federale di dicembre, avrà una tiratura iniziale di 3000 copie e si prefigge lo scopo di avvicinare un numero sempre maggiore di appassionati, aziende e partners;
- ✓ Il **sito istituzionale**; in considerazione della sempre maggiore esigenza di inserire informazioni ed attivare servizi, attraverso la consulenza del responsabile Gianfranco De Vito, verranno studiate le modalità tecniche per renderlo più aderente alle esigenze delle squadre, delle commissioni e dei tesserati; non si esclude inoltre lo studio di una nuova linea grafica;
- ✓ Il servizio della **Newsletter**, attento ad evidenziare in maniera tempestiva ed illustrata i principali argomenti ed avvenimenti istituzionali, sarà inviata ad un pubblico sempre maggiore ogni sette/dieci giorni.
- ✓ La **corrispondenza interna**, manterrà i previsti canali ufficiali e cercherà, in maniera sempre più capillare, di tenere informati tutte le società.
- ✓ Sarà approntato un **questionario** da inviare a tutti i tesserati per avere, ottenere da quest'ultimi, informazioni e suggerimenti circa l'operato della Federazione nei vari settori istituzionali.

LA COMUNICAZIONE INTERMEDIA

- ✓ Nel quadro delle azioni dirette all'ampliamento dell'informazione, la Commissione scrivente provvederà, in analogia al 2009, a mantenere i medesimi contatti stabiliti con le riviste specializzate e con le televisioni pubbliche e private, cercherà, attraverso l'ausilio dei Comitati e Delegazioni Regionali, di ampliarne la rete (stampa, tv, internet) ed infine, attraverso l'individuazione di specifici canali mediatici in grado di trattare i quattro temi istituzionali, ci si organizzerà per produrre servizi giornalistici, radiotelevisivi e telematici", "ad hoc"; in campo agonistico si cercherà, attraverso la RAI e le televisioni private, di coprire le seguenti manifestazioni sportive:
 - **Sci Orientamento:**
 - Campionati Italiani long.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

- **Corsa d'orienteeing:**
- Campionati Italiani sprint, middle e long;
- **Mountan bike orienteeing:**
- Campionati Italiani long;
- Prova di Coppa del Mondo;
- **Trail Orienteering:**
- Campionato Italiano.

LA COMUNICAZIONE ESTERNA

✓ **Attività espositive**

Al fine di incrementare la visibilità della FISO, tra le iniziative che s'intendono intraprendere, c'è in primo luogo la pianificazione, l'organizzazione e la conduzione, attraverso i Comitati/Delegazioni Regionali, di attività espositive, da svolgere in occasione dei principali eventi sportivi e/o fieristici.

Tale impegno, prevederebbe l'acquisizione di apposito materiale promozionale ed espositivo (allegato D) e l'elaborazione di un "vademecum" sul quale sono indicate le linee guida per l'organizzazione e la conduzione delle citate attività.

Inoltre, particolare attenzione verrà data alla **formazione** attraverso:

- ✓ la programmazione dei seguenti corsi:
 - 2° corso per addetti alla pubblica informazione;
 - 1° corso sulla comunicazione ed il marketing sportivo;
- ✓ l'elaborazione delle seguenti linee guida:
 - alle attività di sponsorizzazione;
 - alle attività di "Outdoor training".

SPONSOR

Sono già stati riavviati contatti con i seguenti sponsor:

- ✓ Orisport ha confermato la stessa cifra dello scorso anno (E. 1500,00);
- ✓ Itas, per effetto del contratto in corso, provvederà al versamento della quota 2010 di E. 1320,00 ed inoltre, alla luce del nuovo tariffario, è stato nuovamente proposto la formula dell'intestazione di uno dei circuiti gare (compreso il pacchetto intero ad E. 11.000,00);

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

- ✓ INOV: ho inoltrato medesima richiesta della Itas ed il responsabile (Sig. L. Pedotti) ha segnalato che per il momento, (primo semestre 2010), non è interessato;
- ✓ SUUNTO: come noto, siamo in fase di firma del contratto.

A breve sarà presentata un' azienda specializzata nel settore degli integratori proponendo loro modalità di sponsorizzazione analoga ai contratti INOV e SUUNTO e ricercate aziende specializzate nelle attrezzature sportive (sci, biciclette, ecc) e nel relativo abbigliamento tecnico alle quali proporre formule particolari di sponsorizzazione (intestazioni dei singoli circuiti gare, approvvigionamento gratuito delle attrezzature e abbigliamento tecnico, pubblicità sui nostri strumenti di comunicazione, ecc.).

NUOVI CONTATTI

Nel rispetto del programma di Comunicazione e Marketing 2010-2012, si provveduto a:

- ✓ elaborare lettere "ad hoc" per la richiesta di partnership e sponsor (società operanti nel campo dell'energia, delle spedizioni, azienda di abbigliamento sportivo, emittente radiofonica nazionale, tour operatur, casa automobilistica per autovetture, ecc.);
- ✓ elaborare apposita corrispondenza interna per una più incisiva e diretta azione delle attività mediatiche da parte delle società che organizzeranno i principali eventi sportivi nazionali ed internazionali;
- ✓ integrare il tariffario approvato in sede di Consiglio Federale lo scorso dicembre 2009, destinato all'acquisto da parte di esterni di spazi pubblicitari sui vari strumenti di comunicazione della FISO, con il prezzario dei vari circuiti gare del nostro calendario.

NUOVI CONTRATTI PER ADDETTO STAMPA E RESPONSABILE DEI MEDIA

Una sempre maggiore presenza sui campi gara e nelle principali attività istituzionali (premiazioni, conferenze stampa ecc.), la redazione delle Newsletter e soprattutto di Azimut Magazine (maggiori contatti con i vari settori della FISO, acquisizione materiali, pubblicità, produzione materiale fotografico, contatti con la tipografia per seguire le fasi d'impaginazione e stampa ecc.) incrementerà di gran misura l'operato di Pietro Illarietti e Francesco Isella.

Alla luce di ciò ed a fronte dell'attuale loro retribuzione, fissata rispettivamente, in E. 9.000,00 più E. 1.200,00 per i rimborsi ed E. 4.000,00 più E. 700,00 per i rimborsi, si propone un incremento di E. 1000,00 euro ciascuno sui contratti e di E. 300,00 sui rimborsi (Tot. E. 2600,00).

4. BUDGET 2010

Nr.	Voce di spesa	Costi	Rimborsi spese
1	Spese personale	16.800,00	4.700,00
	Responsabile Area C/M	-	1000,00
	Addetto stampa	10000,00	1500,00
	Responsabile dei Media	5000,00	1000,00
	Coordinatore Marketing	-	1200,00
	Referente nazionale news	800,00	-
	Squadra gestione tecnica sito	1000,00	-
	TOTALE	21.500,00	
2	Materiale promozionale e stampe federali	29.000,00	-
	Azimut annuale	3600,00	-
	Azimut trimestrale	18300,00	-
	Brochure, pieghevoli ecc.	2400,00	-
	Materiale espositivo e gadget	5000,00	-
	TOTALE	29.300,00	
3	Acquisto spazi mediatici	14.200,00	-
	Riviste specializzate, quotidiani	6000,00	-
	Televisioni	8000,00	-
	Web (domini)	200,00	-
	TOTALE	14.200,00	
TOTALE GENERALE		65.000,00	

5. ALLEGATI

- ✓ Allegato **A**: Media Report 2009;
- ✓ Allegato **B**: integrazione tariffario;
- ✓ Allegato **C**: linee guida per l'attuazione del programma di comunicazione e marketing 1010-2012;
- ✓ Allegato **D**: elenco dei materiali promozionali.