



FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

**RESOCONTO 2012
DELLA COMMISSIONE COMUNICAZIONE
E MARKETING DELLA FISO**

Trento, 12 gennaio 2013

SOMMARIO

1. PREMESSA.

2. Attività 2012

- a. Introduzione
- b. Attività svolta nel 2012
 - Area Comunicazione
 - Area Marketing

3. Conclusioni.

4. Allegati.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

1. PREMESSA

Il presente documento riepiloga il lavoro svolto dalla Commissione Comunicazione e Marketing della Federazione Italiana Sport Orientamento nel corso del 2012 (allegati nel DVD).

All'attività 2012 della Commissione Comunicazione e Marketing hanno collaborato:

- Pietro Illarietti: addetto stampa;
- Francesco Isella; addetto alla gestione dei Social network e grafica;
- Roberto Moretti: referente delle news regionali;
- Dario Galbusera: responsabile della rivista Azimut Magazine e Azimut Vademecum;
- Gianfranco De Vito: responsabile del sito federale.

Si ringraziano altresì, tutti coloro che nel 2012 hanno contribuito al conseguimento di tutti gli obiettivi prefissati dalla Commissione Comunicazione e Marketing della Federazione Italiana Sport Orientamento.

**IL RESPONSABILE DELL'AREA
COMUNICAZIONE E MARKETING
Stefano Mappa**

2. ATTIVITA' 2012

a. INTRODUZIONE

Facendo riferimento alle linee guida del progetto strategico 2009-2012, l'**informazione**, le **relazioni commerciali** con i Partner e la cura dell'**immagine** della FISO, sono state le principali attività che la Commissione Comunicazione e Marketing della Federazione Italiana Sport Orientamento ha curato nel corso del 2012 (Report 2012 **allegato 1**).

Seppur a budget limitato rispetto agli anni passati (-22% sul 2011) e con un preoccupante calo di presenze dei tesserati alle principali manifestazioni sportive, le attività svolte nel 2012 hanno visto la nostra disciplina essere sempre più oggetto d'interesse da parte dei mass media nazionali e regionali, dei tesserati, delle agenzie di comunicazione, di alcune realtà commerciali e delle Pubbliche Istituzioni (riepilogo dati statistici **allegato 2**).

Tutto ciò è stato possibile grazie ad una mirata e precisa azione di informazione, finalizzata a sostenere, con puntualità, i principali impegni istituzionali della Federazione.

La **comunicazione** si è avvalsa di strumenti come l'Ufficio Stampa, Azimut Magazine, Azimut Vademecum, Azimut Newsletter settimanale ed eventi, i social network, il pulmino federale, il backdrop, il sito istituzionale e da poche settimane, anche del nuovo progetto televisivo: "**Azimut Tv**".

Azimut TV, grazie all'accordo quadro siglato con RAI Sport, rafforzerà ulteriormente sul territorio nazionale e non solo, il Brand, la Mission ed i Valori della FISO, dando maggiore impulso a nuovi progetti ed intese commerciali, garantendo, nel contempo, ai partner pubblici e privati ed agli sponsor presenti e futuri, migliori opportunità di visibilità e di mercato.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

Anche nel campo del **marketing** i risultati possono considerarsi lusinghieri; gli accordi di sponsorizzazione firmati nel 2012 hanno consentito alla FISO di incamerare risorse e risparmiarne altre, destinando quest'ultime,

- agli Organi Territoriali, per le proprie attività istituzionali e la promozione sul territorio;
- alle squadre azzurre, per stage e trasferte;
- ad alcuni Comitati Organizzatori di manifestazioni sportive di rilievo, sotto forma di contributi finanziari (E. 200,00 per ciascuna delle 5 prove del Trofeo Nazionale dei Centri Storici) ed attrezzature sportive per le premiazioni dei vari campionati italiani e coppa Italia (Skiroll, bussole, scarpe tecniche, caschi, occhiali ecc. per un valore di oltre E. 6000,00).

In particolare, nel corso del 2012, il Marketing ha provveduto a:

- fidelizzare nuovi sponsor, come Ercolina e TITICI a supporto, rispettivamente, delle nazionali di sci e mountain bike orientamento;
- confermare Partner come Nones Sport e ITAS Assicurazioni quali contitolari, rispettivamente, dei campionati italiani long e staffetta di Sci orientamento e del Trofeo Nazionale dei Centri Storici ed aziende come Rudy Project, Inov 8, Nones Sport sponsor tecnici, non solo le squadre azzurre ma, come sopra detto, anche dei Comitati Organizzatori delle più importanti manifestazioni sportive del 2012 (Campionati italiani e Coppa Italia di C-O);
- procedere al rinnovo, per il 2013, dei contratti di sponsorizzazione con Rudy Project, Nones Sport, Ercolina.

Sono invece ancora in attesa del rinnovo, TITICI e SUUNTO.

Per contro invece, Partner come Eden Viaggi ed in minima parte Mentalità Sportiva, hanno mostrato scarsa attenzione agli accordi contrattuali siglati con la FISO. Nel primo caso, per non vanificare le future iniziative legate alla pratica dell'orienteering nei villaggi vacanze, si consiglia di individuare un nuovo tour operator e riproporre i medesimi accordi, nel secondo invece, sarebbe opportuno verificare con la direzione Maatmox, l'opportunità di stabilire forme di collaborazioni più concrete nel campo delle attività di outdoor e team building, finalizzate principalmente all'introito di risorse finanziarie.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

Per veicolare in maniera più incisiva e capillare la conoscenza dell'orientamento ed essere più incisivi nel promuovere tale sport sul proprio territorio o con sponsor e partner, si è reso necessario progettare e realizzare nuovo materiale di comunicazione da mettere a disposizione dei vari Organi Territoriali e Società sportive, come:

- la brochure istituzionale (**allegato 3**);
- il DVD multimediale, con la cortese e gratuita collaborazione del giornalista di RAI Sport Andrea Fusco (**allegato 4**), a dimostrazione dell'interesse dei grandi media nei confronti del nostro sport;
- il nuovo sito internet.

In sintesi, è importante precisare, che l'intera attività della Commissione Comunicazione e Marketing del 2012 (ma anche dell'intero quadriennio), si è sviluppata grazie all'accorta e rigorosa politica di bilanciamento tra i costi sostenuti per le attività d'informazione ed i ricavi introitati dai vari sponsor e partner istituzionali dalla FISO (riepilogo attività svolta e ricavi quadriennio 2009-2012 **allegato 5**).

b. ATTIVITA' SVOLTA NEL 2012

AREA COMUNICAZIONE

A secondo delle modalità di comunicazione, la Commissione ha prodotto quanto segue:

➤ **Comunicazione interna:**

- **Azimut Magazine:** per effetto del taglio del 22% sul bilancio della Commissione Comunicazione Marketing apportata nel corso del 2012 (rispetto a quello dello scorso anno), si è provveduto alla stampa ed alla distribuzione tra i tesserati, sponsor, enti istituzionali sportivi, ecc., di soltanto due numeri del Magazine in argomento per una tiratura complessiva di circa 7000 copie, rispetto alle 11000 del 2011 (**Allegati 6-7**).
- **Azimut Vademecum:** come da tradizione, si provveduto all'elaborazione del numero unico di Azimut Vademecum per una tiratura di 3500 copie (**Allegato 8**).

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

- **Azimut Newsletter settimanale:** 40, sono state le pubblicazioni settimanali mentre 10 sono quelle mensili (**Azimut Newsletter Eventi**) realizzate per particolari eventi (**Allegati 9-10**).
Tale strumento ha puntualmente evidenziato i principali temi d'interesse della settimana raggiungendo le Società della FISO, i tesserati, gli sponsor ed i partner.
- **Sito Internet:** come da programmazione (resoconto 2011), il responsabile federale del sito, dopo aver redatto un ordine di lavoro in cui si evidenziano tempi e modalità da seguire per il completo rifacimento del sito internet, nel mese di ottobre u.s., la Segreteria federale ha provveduto all'individuazione e all'affidamento dell'incarico ad una ditta d'informatica specializzata del settore, in grado di soddisfare l'esigenza in argomento (Ditta AlpInformatica). Per la parte grafica invece, l'incarico è stato conferito alla FRUSH, azienda nota alla Federazione per aver progettato la nuova grafica istituzionale e prodotto vario materiale di comunicazione come il volantino, la brochure, azimut magazine ecc.
- **Corrispondenza interna:** come evidenziato con il resoconto del 2011, i documenti, le circolari e le disposizioni prodotte dalla Commissione (piani di comunicazione e marketing, linee guida alla pubblica informazione, modalità di organizzazione e tenuta delle conferenze stampa, linee guida al cerimoniale, modalità e regole riguardo l'esposizione del materiale pubblicitario degli sponsor), approvate dal Consiglio Federale e quindi inoltrate ai vari Comitati/Delegazioni Regionali, anche nel 2012 hanno trovato scarsa osservanza ed applicazione da parte delle Società sportive. Il fenomeno, necessiterebbe di un'accurata verifica, attraverso una più stretta forma di collaborazione con gli organi periferici.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

- **Regolamento, linee guida alla pubblicazione delle news regionali sul sito federale (Allegato 11):** grazie alla collaborazione di Roberto Moretti, dal 2012 nuovo referente delle news regionali, si è provveduto all'elaborazione del presente regolamento; in esso si evidenziano le linee guida e le modalità operative di relazione e di gestione della sezione News Regionali all'interno del sito web fiso.it, nel rispetto delle indicazioni contenute nei documenti: "Piano Comunicazione & Marketing FISO" e "Linee Guida Attività Pubblica Informazione FISO".

➤ **Comunicazione Intermedia:**

- **Riviste specializzate e di extra settore:** nel corso del 2012, per effetto dei citati tagli, non si è provveduto all'acquisto di spazi editoriali su riviste specializzate e di extra settore. Si è quindi provveduto a ricercare spazi gratuiti, sfruttando le peculiarità dello sport dell'orientamento. Tra le testate giornalistiche che hanno aderito alla pubblicazione gratuita di nostri servizi, citiamo:
 - Il mensile Sport Club: 3 uscite, una ad aprile sullo sci-orientamento, una a giugno sulla mountain bike orientamento ed una a novembre sul Trofeo delle Regioni in Alta Badia;
 - Il mensile Natura: l'orienteering in generale (marzo 2012);
 - Il mensile Correre: l'orienteering in Puglia (maggio 2012);
 - Il settimanale Il Punto: intervista al Presidente Sergio Grifoni (settembre 2012);
 - Il mensile Trentino Sport: dedicato allo Sci-orientamento e Niccolò Corradini (novembre 2012);
 - Il mensile Sci di fondo: dedicato allo sci-orientamento. (riepilogo rassegna stampa, **allegato 12**).
- **Web/giornali telematici:** molte sono state le piattaforme web ed i giornali telematici che hanno parlato di orienteering, non solo in chiave agonistica, ma anche in quella turistica o legata agli stili di vita ed al benessere.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

Per avere delle conferme su quanto sopra evidenziato, la ricerca con parole chiave "ad hoc" su Google, costituisce un modo veloce ed efficace per farsi un'idea di quanto spazio mediatico è concesso all'orientering.

- **Radio:** di particolare interesse, riveste l'accordo stipulato con **ECORADIO**; attraverso tale partnership, per la prima volta, la FISO può disporre di un Media Partner in grado di veicolare con spot, le nostre attività ed in particolar modo i nostri valori istituzionali.

- **Televisioni:** anche nel 2012 l'attività televisiva è stata intensa, sia a livello regionale che nazionale.
Tra tutte, si evidenzia l'eccellente collaborazione instaurata con la redazione di Rai Sport e la creazione, da parte della Commissione Comunicazione della FISO, di un format pienamente condiviso dalla citata testata giornalistica televisiva.
Grazie ad un apposito accordo quadro con RAI Sport, nel corso del 2012 sono andate in onda, sui due canali di RAI Sport digitale (1 e 2), le manifestazioni di seguito riportate:
 - Campionati italiani long e staffetta di sci-orientamento;
 - Campionati italiani long e staffetta di MTB orientamento;
 - Campionati italiani long e staffetta di corsa orientamento;
 - Meeting Internazionale di Venezia.

Dai campi gara dei citati campionati inoltre, al termine di ciascuna manifestazione, si è provveduto all'invio alle TV private locali di "Highlights" di circa 10 minuti, corredati da specifici comunicati stampa, per la successiva messa in onda nei vari notiziari sportivi locali.

L'attività televisiva ha comunque visto ospiti il Presidente federale Sergio Grifoni ad "Uno mattina caffè" su RAI 1 e Laura Scaravonati su Bike Show Tv, mentre quella radiofonica ha visto, per la prima volta nella storia dell'orientering italiano, aprire i

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

microfoni del programma "Zona Cesarini", su RAI radio 1, a Michael Mamleev e Sergio Grifoni.

Si evidenzia infine, l'interesse anche da parte dei TG di RAI Regione Lombardia, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia e Veneto e di molte tv locali. (riepilogo rassegna video nazionale, **allegato 13**).

- **Social Network:** in tale ambito la Commissione ha incrementato l'inserimento dei contenuti fotografici, video e d'informazione sulle piattaforme: Flickr, You tube, Twitter, Facebook, Blogger e Sport linux di Gazzetta.it e provveduto alla ricerca di siti vicini, per valori e temi d'interesse, alla FISO. (dati sui Social network sul Report FISO 2012 in **allegato 1**).

➤ **Comunicazione Esterna:**

- **Attività espositive e fieristiche:** alla luce di quanto indicato sulle linee guida al piano di comunicazione e marketing della FISO, nel corso del 2012 la Federazione Italiana Sport Orientamento ha preso parte ad eventi fieristici come:
 - **La B.I.T. di Milano il 17 febbraio;**
 - **Outdoor Experince a Roma al 23-26 al febbraio;**
 - **Sport days a Rimini il dal 21 al 28 ottobre.**

Le attività hanno attirato moltissimi partecipanti, e fatto conoscere ad un pubblico molto ampio lo sport dell'orientamento.

C'è però da evidenziare la scarsa se non inefficace azione di fidelizzazione di nuovi tesserati che ne è derivata. A tal fine si rende necessario elaborare dei protocolli ben definiti, con chiare e precise linee guide da inviare ai vari Comitati e Delegazioni Regionali per la successiva distribuzione alle proprie Società sportive.

- **Convegni:** intensa ed importante e con le stesse finalità e risultati delle fiere, è stata anche l'attività di promozione dell'orientamento svolta dalla Federazione, dai Comitati/Delegazioni regionali e dalle Associazioni sportive, nel contesto di alcuni Convegni.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

Tra questi evidenziamo quello del:

- 16 marzo, tenutosi ad Arborea (OR) e denominato **“Orientiamoci verso uno stile di vita corretto”**;
- 25 aprile e tenutosi via web dalla Maatmox **“Orienteering per le aziende”**;
- 31 maggio ad Albarese (GR), da Federparchi Nazionale;
- 1 ottobre a Roma, dal Comitato Paralimpico Italiano **“Giornata Nazionale degli sport Paralimpici”**.

- **Eventi:** i principali eventi che hanno consentito alla FISO di comunicare ad istituzioni, partner e sponsor la propria attività istituzionale, sono stati i vari campionati italiani di SCI-O, C-O, MTB-O e Trail-O, le varie fasi dei Giochi Sportivi Studenteschi, il Trofeo Nazionale dei Centri Storici, le Coppe Italia, il Trofeo delle Regioni ed il Meeting Internazionale di Corsa d'orientamento di Venezia; tali manifestazioni, insieme alle quelle regionali e promozionali, per i motivi di seguito indicati, hanno però attirato molti meno partecipanti rispetto al passato.

Come accennato nel capitolo introduttivo del presente resoconto, da un'analisi comparativa con i precedenti anni (**allegato 2**), si è in effetti evidenziato un calo consistente dei partecipanti alle citate manifestazioni; infatti, nonostante il numero delle manifestazioni del 2012 (302), sia rimasto quasi immutato rispetto a quelle del 2011 (308), si è registrato un calo di partecipanti alle gare di 6918 unità rispetto allo scorso anno, traducibile in una percentuale del - **16,4%**.

Tale fenomeno è principalmente da imputare alla nota crisi economica italiana, in secondo luogo dalla scarsissima promozione da parte degli organi territoriali ed anche se in misura poco indicativa, dall'annullamento, per avverse condizioni meteo, di alcune manifestazioni (3 coppe Italia ed un campionato italiano di sci orientamento, una coppa Italia di Trail Orientamento, quattro gare regionali, ecc.).

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

Da non sottovalutare infine, anche il superficiale livello qualitativo ed organizzativo di molte manifestazioni di rilievo e la scarsa attenzione di molti comitati organizzatori, nel promuovere i propri eventi.

Il consiglio che posso dare per il futuro, è quello di indire per tutte le Società sportive affiliate alla FISO, una giornata di formazione finalizzata alla conoscenza delle modalità di promozione dell'orientamento, con interventi "ad hoc" di pubblica informazione e marketing sportivo.

- **Conferenze stampa:** nonostante la piena disponibilità della Commissione Comunicazione della FISO a collaborare con i comitati organizzatori dei principali eventi sportivi nazionali, l'attività d'informazione svolta da quest'ultimi in occasione della presentazione dei principali eventi agonistici italiani del 2011 (Campionati italiani, Coppe Italia, Trofeo Nazionale dei Centri Storici, Trofeo delle Regioni, ecc.) è stata carente. Solo pochi Comitati Organizzatori hanno risposto in maniera efficace a questo tipologia di servizio, nonostante siano disponibili sul sito federale, da ben tre anni, delle apposite linee guida di facile consultazione ed applicazione.

AREA MARKETING

Come evidenziato nell'introduzione del presente resoconto, l'attività di marketing anche nel corso del 2012 ha raccolto buoni consensi, e ciò è stato possibile in quanto ci si è mossi lungo due linee direttrici:

- la ricerca di nuovi sponsor tecnici e partner;
- la valorizzazione degli sponsor esistenti.

Nel primo caso, due sono state le aziende che hanno aderito ai programmi della FISO:

- la **TITICI**, specializzata nella costruzione di telai per bici destinate alla pratica della mountain bike, ha distribuito gratuitamente biciclette e componenti, per un valore commerciale di oltre 10000,00 Euro agli atleti più in vista della nazionale azzurra di Mountain bike orientamento.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

Tale collaborazione, ripagata dai lusinghieri risultati conseguiti in Italia ed all'estero da parte degli stessi, ha consolidato il rapporto di Partnership con la FISO, ponendo solide basi per il futuro.

- **Ercolina** di Mirko Collavo, azienda produttrice di attrezzature di allenamento destinate al sostegno della preparazione tecnico-fisica degli atleti dello sci orientamento.

Un' efficace e precisa azione d'informazione è stata condotta a loro favore, inserendo i propri loghi nelle corrispondenze settimanali e mensili delle Azimut newsletter e riservando alla TITICI, un servizio "ad hoc" sul numero 8 di Azimut Magazine.

A tal fine, si evidenzia che i primi gennaio del corrente anno, la Commissione Marketing ha approntato una newsletter "ad hoc" da inviare periodicamente a tutti i tesserati, denominata "**Azimut Partnership**", contenete tutte le novità sugli accordi sponsorizzazione siglati dalla FISO e sui relativi sui prodotti (**allegato 14**).

La valorizzazione degli sponsor storici della FISO è stata inoltre sostenuta attraverso tutti gli strumenti d'informazione istituzionali e con comunicazioni pubblicitarie specifiche.

In quest'ultimo caso, SUUNTO e Rudy Project hanno inviato a tutti i tesserati, rispettivamente 6 e 4 comunicazioni federali in concomitanza dei principali eventi sportivi nazionali (campionati italiani e coppe Italia).

Infine, Nones Sport ed ITAS Assicurazioni, hanno abbinato il loro brand, rispettivamente, ai campionati italiani long e staffetta di sci orientamento ed al Trofeo Nazionale dei centri storici, mentre Rudy Project ha esteso la fornitura degli occhiali anche alle nazionali di sci, trail e corsa orientamento.

➤ **Attività svolta nel 2012**

Nel corso del **2012**, oltre ai sopra citati contratti di sponsorizzazione, sono chiusi anche i seguenti accordi:

- **INOV8: materiale sportivo per E. 3.175,00;**
- **SUUNTO: materiale sportivo per E. d.d.;**

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

- **RUDY PROJECT: materiale sportivo per E. 2981,00;**
- **NONES SPORT: materiale sportivo per E. 3392,00.**

Molti gli sponsor che hanno contribuito con materiali tecnici a sostenere, principalmente, le nazionali di SCI-O, MTB-O, TRAIL-O e C-O e ad essere presenti nelle varie premiazioni dei campionati italiani di tutte e quattro le specialità dell'orienteeing.

Infine, le sotto elencate ditte hanno confermato il rapporto di sponsorizzazione con la FISO, mettendo a disposizione le seguenti risorse finanziarie:

- **ORISPORT E. 1500,00;**
- **ITAS E. 6000,00** così ripartiti:
 - **contratto assicurativo: E. 1320,00;**
 - **trofeo Nazionale dei Centri Storici: E. 4000,00;**
 - **pagina pubblicitaria su Azimut Vademecum: E. 680,00;**

Totali sponsorizzazioni 2012: E. 19.258,00 di cui:

- E. 7.500,00 in denaro;
- E. 11758,00 in materiali.

(riepilogo triennale dettagliato **allegato 5**).

➤ **Contratti con personale esterno**

Alla luce delle riduzioni di budget, il collaboratore esterno addetto alla promozione dell'orienteeing nelle attività espositive fieristiche (E. 2.500,00), non è stato più inserito nell'organigramma della Commissione Comunicazione e Marketing e come da pianificazione si è proceduto alla riduzione delle spettanze dell'Addetto Stampa, (Pietro Illarietti E. 8.500,00 più rimborsi spesa a fronte dei 10000,00 del 2011), del Responsabile dei Media (Francesco Isella E. 3300,00 a fronte dei 5.000,00 del 2011) e del Referente nazionale delle news (Roberto Moretti al posto di Laricchia riduzione da E. 500,00 a E. 300,00). Per dovere d'informazione, si rappresenta che le spese sostenute dal sottoscritto per coordinare l'intero settore della comunicazione e del marketing ed essere presente in alcune manifestazioni sportive di rilievo, ammonta ad E. 859,80.

3. CONCLUSIONI

Come sintetizzare in poche righe quattro anni di lavoro in qualità di responsabile della Commissione Comunicazione e Marketing della Federazione Italiana Sport Orientamento, senza tediare nessuno con numeri, percentuali e citazioni?

Per ripercorrere brevemente il quadriennio che si è appena concluso, peraltro vissuto in maniera emozionante e professionalmente costruttivo, consentendomi di conoscere uno sport che, per i valori che riesce a proporre e trasmettere e per l'intensità con cui ciascun tesserato lo vive, lo considero uno sport d'eccellenza, partirei innanzitutto dal risultato finale.

Senza voler esagerare, oggi l'orienteeing, è uno sport conosciuto, uno sport che ha saputo fare community, uno sport che trova il consenso non solo da parte dei tesserati, ma anche da parte dei media, delle istituzioni, di molte realtà commerciali, insomma, ribadisco, uno sport vero che merita grande attenzione e rispetto, al pari di quelli più tradizionali e blasonati.

Grazie ad un team sempre motivato e professionale, il solo marketing ha incamerato circa 170.000,00 euro in sponsorizzazioni, senza contare i vantaggi, in termini di servizi e valori acquisiti grazie alle Partnership strette con alcune aziende; la comunicazione invece, ha messo a disposizione di tutti i tesserati nuovi strumenti multimediali per le attività di promozione della disciplina (volantino, brochure, DVD multimediale, sito), ci ha altresì visto presenti in circa 30 trasmissioni televisive sui soli canali della RAI, ha capillarizzato l'informazione telematica con la creazione e la diffusione dei social network, ha consentito la rinascita del magazine Azimut e la distribuzione a tutti i tesserati e partner di ben 135 newsletter; ed ancora, ha visto pubblicare oltre 2400 news nazionali sul sito federale e visto finalmente regalare a tutti i nostri estimatori, lo strumento d'eccellenza dell'informazione interna ed esterna di un'Organizzazione, il tanto sospirato sito istituzionale.

FEDERAZIONE ITALIANA SPORT ORIENTAMENTO

Area Comunicazione e Marketing

Insomma, una "esperienza affascinante", lunga, difficile, ed a volte tortuosa, però penso ben strutturata non improvvisata, frutto di un preciso progetto strategico federale, regolato da documenti, come i piani di comunicazione e marketing, linee guida e regolamenti che hanno dato un senso all'intero lavoro, accessibile e disponibile a tutti i tesserati ed a tutti coloro che vogliono sposare con solide garanzie e reali certezze di visibilità, la mission ed i valori della nostra Federazione.

Con la chiusura di questo quadriennio olimpico, si interrompe, spero momentaneamente, una servizio fondamentale per la continua crescita della Federazione Italiana Sport Orientamento, lasciandomi anche un pò triste.

Di questo impegno in FISO, oltre ai risultati raggiunti (tutto a costo "0"), mi rimane la certezza di aver svolto il lavoro con umiltà e costanza, facendo solo fatti e non parole; ed ancora aver costruito una base solida sulla quale poter riprendere in maniera professionale nuovi progetti.

Alla luce dell'esperienza maturata, auspico quindi che il tutto non vada perso, non per un mio personale senso d'orgoglio, ma per non danneggiare un movimento che merita di vivere l'orienteeing in maniera sempre illuminata dai riflettori dei media.

Come ogni esperienza che si conclude, è consuetudine indirizzare i doverosi ringraziamenti.

In primo luogo voglio quindi ringraziare tutti coloro che il 9 novembre del 2008 mi hanno votato, con un consenso quasi unanime, alla carica di Consigliere federale, poi il Presidente Sergio Grifoni per la grande stima che ha sempre nutrito nei miei confronti e tutti i consiglieri federali per l'ampia ed infinita fiducia accordatami valutando sempre positivamente i miei progetti, ed infine i miei collaboratori fissi ed occasionali, che hanno condiviso e portato avanti, a volte con grande pazienza, il mio progetto istituzionale.

Grazie ancora

Stefano Mappa

4. ALLEGATI

- Allegato **1**: Report finale 2012
- Allegato **2**: Dati statistici numero gare e partecipanti 2012
- Allegato **3**: Brochure istituzionale
- Allegato **4**: DVD multimediale
- Allegato **5**: Riepilogo attività svolta e ricavi quadriennio 2009-2012
- Allegato **6**: Azimut Magazine 7
- Allegato **7**: Azimut Magazine 8
- Allegato **8**: Azimut Vademecum
- Allegato **9**: Azimut Newsletter settimanale
- Allegato **10**: Azimut Eventi
- Allegato **11**: Regolamento, linee guida alla pubblicazioni delle news regionale
- Allegato **12**: Rassegna stampa
- Allegato **13**: Rassegna video
- Allegato **14**: Newsletter "Azimut Partnership"