

Sommario progetto

- *Introduzione*
- *L'idea*
- *Le 5 W del progetto*
- *Il titolo: scopri perché*
- *La rete*
- *I social media*
- *I prodotti audiovisivi*
- *Gli eventi*
- *Il team*
- *Conclusioni*



Introduzione: lo sport...

Lo sport è alla base della formazione umana, fisica, sociale del cittadino ed occorre impegnarsi su questo soprattutto nel mondo della scuola, dello sport di base, degli ambienti della tifoseria sportiva.

SOCIAL RETURN OF INVESTMENT
PER €1 INVESTED

€ INVESTED
€1

€ SOCIAL RETURN
€7.35

SOURCE: TEENAGE KICKS - THE VALUE OF SPORT IN TACKLING YOUTH CRIME (LAUREUS)

L'importanza della pratica sportiva è assodata da un punto di vista prettamente salutistico, ma i vantaggi associati allo sport sono vari, specialmente per la diffusione di valori educativi e sociali.

...e l'etica

...morality,
conduct as accepte
cal·ly adv. — eth/i
eth·ics (eth/iks) *n.*
The study and philo
on the determination
of right conduct with
of life, etc. 3. A t
E·thi·o·ni

Lo sport ha un potere “etico” forte, in tutte le sue espressioni, dalla valorizzazione dei diritti umani di prima e seconda generazione, ai cosiddetti nuovi diritti.

Questo potenziale deve essere sfruttato appieno attraverso campagne di comunicazione, collaborazioni multilaterali, politiche scolastiche e sociali.

L'idea: un progetto per comunicare...

Dall'accordo tra Fondazione Giulio Onesti e Presidenza del Consiglio nasce "Amici per lo Sport".

Il progetto si pone i seguenti obiettivi:

- sensibilizzare giovani e studenti sul valore dello sport quale attività ad alto contenuto formativo;
- realizzare interventi in tema di prevenzione ai fenomeni di illegalità, con particolare riferimento al mondo della scuola, delle società sportive ed anche dei supporter.



Lo sviluppo del progetto prevede il coinvolgimento di giovani, studenti ed atleti, la creazione di un ponte con le esperienze istituzionali, la rete, i mezzi radio-tv e le tecnologie multimediali.

...prevenire, e valorizzare

Con:

- il concorso “Onesti nello sport” 2014-2015
- valorizzazione dei messaggi istituzionali per diffondere legalità, contrasto alla violenza ed ad ogni forma di discriminazione attraverso sport
- la realizzazione di eventi
- audio-video ed eventuale spot, tramite la formula “Pubblicità e Progresso”



Il progetto ".con" 5 W

What: campagna di comunicazione e sensibilizzazione

Where: internet, social media e network, eventi, prodotti audiovisivi ed eventuale spot radio-TV tramite la formula "Pubblicità e Progresso"

When: 2/2015 - 09/2015

Who: giovani e non solo

Why: rendere efficace il messaggio educativo e istituzionale volto a migliorare la qualità della vita di una grande parte della popolazione attraverso la cultura sportiva

Fondamentali del progetto



Progetto basato su approccio proattivo:
non contro qualcosa, ma verso qualcosa.

Basta con le parole antinomiche
antidoping, antisportivo, antidiscriminazione...

Per lanciare un messaggio positivo, occorre esprimersi in termini positivi!

SCOPRI-lo-SPORT.con

Le parole chiave del progetto coniugate in un payoff comunicativo che utilizza il potere aggregante dello sport attraverso il "con", preceduto dal punto per richiamare l'idea di sito web, di multimedialità. L'accento è posto sui valori da scoprire nello sport:

Salute

Competitività

Oonestà

Pari opportunità

Rispetto delle regole

Integrazione

lo **SPORT**

"Amici per lo sport": Sport.con + tiFANdo.com

Quindi:

- si centra l'attenzione sul "fan", il supporter per eccellenza, in positivo
- lo sport è fatto insieme, il tifo è fatto insieme
- si gioca con il dominio ".con", straniante per scelta: un riferimento all'inclusione ("con" = insieme), e all'uso di internet (estensione di dominio più famosa ed utilizzata, ".com")



Concetti presenti nel logo e nella veste grafica di pagina web e account social media.

SCOPRI-lo-SPORT.con sul web

Le aree della nuova sezione del sito daranno risalto a:

- Etica dello sport
- Leggi e regolamenti
- Iniziative passate, presenti, future
- Personaggi simbolo
- Interattività (connessione con i social e altri siti frequentati dai giovani, come ad esempio quelli dedicati a contenuti scolastici e sportivi)
- Eventi dedicati (Torino, Palermo, Roma)
- Multimedialità



I social media



Account relativi al sito e al progetto sui principali social media, da Facebook a Twitter, da Youtube e Instagram.

Ampliamento della base d'ascolto delle attività e delle iniziative relative al progetto, con coinvolgimento importante di fasce di popolazione (soprattutto giovanile, ma non solo) a volte digiune di informazioni.

Why Facebook, Twitter:

- permettono un'interazione contenutistica biunivoca, nonché forme di "affiliazione etica"

Why Youtube, Instagram:

- sfruttano il potere visuale per coinvolgere un numero sempre maggiore di utenti

Spot e prodotti audiovisivi

1 spot per 6 temi

A partire dalle parole chiave identificate in precedenza, verrà strutturato uno spot rispettivamente per radio e televisione con identico payoff comunicativo:

Salute
Competizione
Onestà
Parità
Rispetto
Integrità

Io

SPORT



Inoltre, realizzazione di prodotti audiovisivi presentati durante gli eventi sul territorio, e diffusi sulla rete.

Gli eventi



TORINO
2015
CAPITALE
EUROPEA
DELLO SPORT



Tre eventi sul territorio:

- **Torino**, Capitale Europea dello Sport nel 2015, e bacino d'interesse dell'Expo di Milano. L'evento, organizzato in collaborazione con il Comune di Torino, si svolgerà nel mese di marzo 2015.
- **Palermo**, dove è stato attivato l'unico liceo ad indirizzo sportivo della provincia, ospiterà il secondo evento, organizzato in collaborazione con il Comune, nel mese di maggio 2015.
- **Roma**, ospiterà l'evento conclusivo, in occasione della I edizione della Settimana Europea dello Sport (7-13/09/2015)

Gli eventi saranno workshop, e grazie alle nuove tecnologie, si creerà un dialogo costante tra platea di studenti e panel di relatori

Gli eventi - Torino.com

20 marzo 2015 - ore 11:00

Palazzo della Regione Piemonte, Centro Incontri (Corso Stati Uniti 23, Torino)

un workshop interattivo platea-panel:

- presentazione del progetto
- partecipazioni straordinarie di relatori
- interattività tra relatori e platea con gli smartphone
- la possibilità di seguire l'evento in live streaming



Il team

Il team si avvale di expertise nelle aree d'interesse del progetto:

- **Web e informatica** → **Marco Sanzari**
- **Giuridico-legale** → **Bruno Tiozzo**
- **Comunicazione e sport** → **Luciano Di Blasio**
- **Organizzazione eventi** → **Luciano Di Blasio & Marco Sanzari**

coordinamento: Novella Calligaris

collaborazione: Segreteria Generale della Fondazione



Conclusioni

coinvolgimento trasversale di scuole,
giovani, istituzioni e sport attraverso
social network, media, stampa,
eventi, concorso, spot



Sport.con
+
tiFANdo.con
=
cultura sportiva





Amici per lo Sport presenta

Sport.con & TiFANdo.com

fare, tifare, divertirsi, capire

Progetto sviluppato da

con la collaborazione di



FONDAZIONE GIULIO ONESTI
ACCADEMIA OLIMPICA NAZIONALE ITALIANA



*Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento per gli affari regionali, le autonomie e lo sport*

La presentazione stampabile in ppt è realizzata in carattere Garamond: come dimostrato da un'innovativa ricerca americana, il Garamond è il carattere che permette di risparmiare la maggior quantità d'inchiostro se stampato.



www.fondazionegiulioonesti.it

info@fondazionegiulioonesti.it

06.3685.7932