

# IL COORDINAMENTO NEI GRANDI EVENTI SPORTIVI



# IL COORDINAMENTO

- ❑ E' l'attività che funge da raccordo fra i singoli reparti dell'organizzazione
- ❑ Partecipa alla pianificazione strategica di concerto con i vertici del Comitato
- Organizzatore e sovrintende alle attività svolte dalle singole aree e per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.
- ❑ Controlla la gestione delle attività nel rispetto delle linee guida indicate nel Masterplan



# MASTERPLAN

Il Masterplan è il documento che definisce le linee strategiche guida per l'organizzazione di una qualsiasi manifestazione.

Rappresenta il punto di partenza per la definizione dei piani operativi.

In esso vengono raccolti:

➤ tutti gli elementi che caratterizzeranno l'attività operativa delle singole aree.



➤ Un cronoprogramma delle attività dell'area in considerazione.



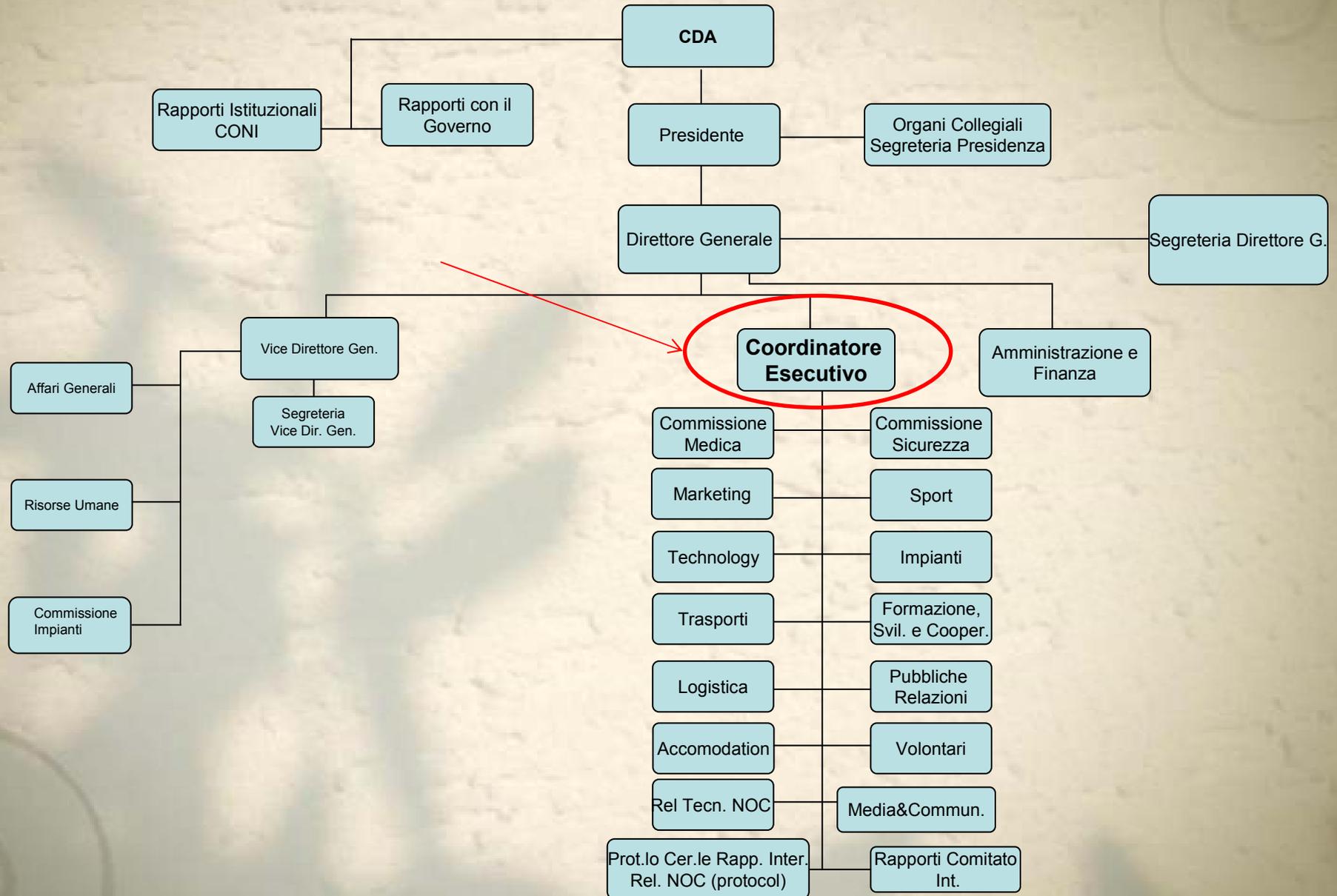
➤ Una stima di budget dell'area in questione.

BUDGET DEI COSTI	2008	2009	TOTALE PER ATTIVITA'
TEST EVENTS	700,00	600,00	1300,00
ATTREZZATURE SPORTIVE	300,00	1700,00	2000,00
PUBBLICAZIONI	70,00	25,00	95,00
TOTALE ANNUALE	1070,00	2325,00	3395,00

IN MIGLIAIA DI EURO



# ORGANIGRAMMA



# AREA SPORT

La **Direzione Sport** è responsabile dell'organizzazione delle competizioni, valorizzando le risorse e le competenze disponibili presso le Federazioni Nazionali e distaccamenti sul territorio, garantendo il più alto standard qualitativo possibile affinché gli atleti possano competere ai loro massimi livelli, in completa sicurezza e nel rispetto del fair play.



**AREA SICUREZZA**



**L'Area Sicurezza**  
deve garantire  
all'interno del  
villaggio, dei siti  
gara, degli hotel e  
negli altri luoghi di  
pubblico afflusso un  
livello di sicurezza  
idoneo all'evento.

# AREA IMPIANTI

**L'Area impianti** è responsabile della progettazione dei siti di gara e non; della realizzazione, gestione e ripristino delle condizioni originali delle infrastrutture temporanee



# PROTOCOLLO E RELAZIONI INTERNAZIONALI

La funzione dell'area  
**Protocollo e Relazioni  
Internazionali** è quella  
di gestire i rapporti con i  
Comitati Olimpici e le  
Federazioni



Internazionali in merito al cerimoniale di  
tutti gli eventi quali: cerimonia d'apertura e  
chiusura, premiazioni, attività sociali, etc.

# INFORMATION TECHNOLOGY

La missione dell'area **Information Technology** è identificare, progettare, realizzare ed erogare i servizi di ICT (Information Communication Technology) al COJM ed altri client group quali



Media, Federazioni, Atleti, etc, nel rispetto degli standard qualitativi richiesti e dei vincoli di risorse esistenti.

# AREA MARKETING

La missione della Direzione Marketing è promuovere l'evento a livello internazionale, nazionale e locale, rendere il “prodotto Giochi del Mediterraneo” appetibile per sponsors, partners, media; utilizzare l'evento per aumentare la visibilità del territorio attraverso strategie di marketing territoriale



# AREA COMUNICAZIONE

**Ha l'Obiettivo di**  
Coordinare il piano di  
comunicazione attivato  
su tre canali:



COMUNICAZIONE

1) COMUNICAZIONE ESTERNA



2) COMUNICAZIONE INTERNA



3) COMUNICAZIONE  
INTERNAZIONALE





# FORMAZIONE, SVILUPPO E COOPERAZIONE

# FORMAZIONE

## Obiettivo:

Predisporre un piano organico di interventi differenziati e modulari che consentano di formare tutti i soggetti che opereranno a diversi livelli per l'organizzazione dei Giochi di Pescara 2009

## Destinatari:

1. Top Management
2. Dipendenti e collaboratori
3. Volontari



# SVILUPPO

## Obiettivo:

Operare a favore del territorio ed al fianco degli enti locali per promuovere interventi come:

- Salvaguardia e valorizzazione delle risorse locali
- Valorizzazione offerta turistico-culturale
- Crescita dei livelli occupazionali

## Destinatari:

1. Enti di sviluppo locale
2. P.A
3. Imprese
4. Cittadini



# COOPERAZIONE

## Obiettivo:

- Sviluppare meccanismi virtuosi di cooperazione transfrontaliera ed internazionale
- Favorire progetti di sviluppo delle aree del Mediterraneo
- Agevolare la concorrenza leale e sostenibile per la crescita armonica di tutte le aree del Mediterraneo

## Destinatari:

1. Istituzioni pubbliche e private dei Paesi del Mediterraneo
2. Istituzioni Universitarie dei Paesi del Mediterraneo
3. Croce Rossa Internazionale



# CERIMONIA D'APERTURA

Ad oggi la cerimonia di apertura rappresenta uno dei maggiori fattori di successo di un grande evento sportivo. Negli ultimi eventi sportivi i budget destinati alla Cerimonia d'Apertura sono sempre più aumentati (Atene 2004, 120 Mln €; Torino 2006, 30Mln €) **“L'evento nell'Evento”**.



## PIANIFICAZIONE CERIMONIA DI APERTURA:

1) Ideazione e sviluppo del concept in linea con i principi sportivi e la tipologia dell'evento sportivo.

2) Realizzazione della manifestazione d'interesse: vengono stabiliti i criteri di partecipazione alla gara di appalto finale .

3) Gara d' appalto: Realizzazione della proposta da consegnare alle agenzie selezionate e analisi dei progetti da un punto di vista della fattibilità, economicità e creatività.

