



PISA

CITTA' IN MOVIMENTO



Città Europea dello Sport 2016

di Anselmi
un progetto a cura di: Studio Ghiretti

Un'opportunità per lo Sport e la città

L'assegnazione del titolo di "Città Europea dello Sport" rappresenta per il Comune e per l'intera area territoriale un'occasione unica di sviluppo per la pratica sportiva di base e di vertice.

Tale importante riconoscimento non deve essere una "medaglia" o un punto di arrivo, ma bensì uno strumento per far crescere la città in tutti i suoi ambiti, sfruttare lo sport nella sua trasversalità per coinvolgere i cittadini e le realtà del territorio in una visione unica di sviluppo e progresso.



Lo Sport come strumento sociale

È infatti ormai acquisito che lo sport, e l'attività motoria ad esso connessa, abbia un rapporto diretto con il benessere e la salute delle persone, così come il fatto che sia un importante fattore di integrazione, di socializzazione e uno strumento di cultura sociale.

Lo sport è infatti ritenuto una leva per lo sviluppo di valori sociali e svolge un ruolo centrale nella formazione e nell'educazione dei giovani.

Dunque lo sport, e in senso più ampio l'attività motoria e fisico-sportiva, rientra appieno nell'area del **Welfare e delle "politiche sociali"** e riguardando più Assessorati fa parte integrante anche delle politiche economiche.



Il 2016 sarà dunque per Pisa l'anno in cui dare un impulso ancora più significativo nella realizzazione di sinergie operative e progettuali che riguardino il sistema sportivo e cittadino.

Compattare il mondo dello sport pisano sarà l'obiettivo di tutte le azioni dell'anno dello sport europeo; attraverso la collaborazione "interna" tra i diversi player ed "esterna" con altri sistemi di città, Pisa può davvero vedere aumentare il grado di sportivizzazione della propria realtà.

"Fare sistema" è, dunque, la filosofia da declinare in ciascuna progettualità

Sport come elemento di rilievo in un sistema integrato di Welfare e di crescita



Obiettivo finale sarà quindi quello di lasciare una *“legacy”* cioè un’eredità sociale alla città ed ai cittadini; un sistema maturo e compatto, capace di creare una prospettiva di benessere attraverso il sostegno di modelli sportivi all’avanguardia.

Lo sport, attraverso la sua trasversalità culturale, viene quindi inteso come strumento per sviluppare nuove politiche sociali sul territorio e migliorare l’ambiente cittadino.

Un percorso in cui tutti i portatori di interesse sociale ed economico nel territorio possono essere funzionali.



La strategia: le aree di intervento

La strategia del Comune di Pisa è rivolta, con attenzione e sobrietà, allo sviluppo di un percorso che coinvolga l'intero territorio e le realtà che ne fanno parte.

Non solo quindi grandi eventi sportivi, utili come vetrina per presentare Pisa e richiamare attenzione e turisti, ma bensì un progetto a tutto campo per l'intera città.

Eventi sportivi

Partecipazione

Cultura e Formazione

Comunicazione

Politiche Sportive





EVENTI SPORTIVI

Tramite uno stretto legame con le Federazioni, il CONI regionale e provinciale e gli Enti di Promozione Sportiva, il Comune di Pisa sta definendo il programma eventi e attività che permetterà di:

- Creare un sistema di relazioni vantaggioso per l'intero territorio,
- Aggregare consenso verso il territorio e favorirne la visibilità nel sistema nazionale
- Dimostrarsi sensibile alle vocazioni sportive e alla pratica e aumentare mezzi e opportunità per gli operatori del settore e la realtà economica ad esso collegata
- Aumentare il valore, anche socio-educativo, della partecipazione



L'organizzazione di eventi sportivi nella città di Pisa rappresenterà una grande vetrina per tutto il territorio.

Oltre agli eventi a carattere nazionale e/o internazionale il calendario delle attività cittadine sarà sviluppato in modo da coinvolgere e dare "luce" settimanalmente allo sport pisano e ai propri protagonisti.

La scelta si sta focalizzando su:

- alcuni eventi di alto livello (da 2 a 4);
- alcuni eventi giovanili nazionali o interregionali.

Gli eventi, di diverse discipline, dovranno essere distribuiti lungo tutto l'arco dell'anno così da attirare l'attenzione di diversi mondi di riferimento su Pisa per 12 mesi e saranno eventi a larga partecipazione.





PARTECIPAZIONE

Eventi a larga partecipazione

Gli eventi a larga partecipazione rappresenteranno un modo per aumentare la “sportività” di un territorio e l’occasione di appropriarsi in modo attivo degli spazi comuni, di compattarsi attorno ad un momento di celebrazione collettiva.

Partendo da ciò che già esiste, l’impegno sportivo di base della Città, si procederà a valorizzarlo e ampliarlo attraverso un lavoro di promozione con tutto il tessuto sociale (scuole, oratori, luoghi di sport di base, associazioni, ecc.).



Eventi a larga partecipazione

Un rapporto stretto con l'associazionismo e il mondo sportivo cittadino, permetterà al Comune di Pisa di avere un quadro completo di quanto già viene organizzato sul territorio.

L'organizzazione di eventi con importanti numeri di partecipazione permetterà al Comune di portare lo sport nelle aree più caratteristiche di Pisa (parchi, piazze, strade, spiagge) e avviare un percorso dedicato ai luoghi dello sport:

- Valorizzare l'impiantistica esistente;
- Implementare e qualificare gli spazi sportivi all'aperto;
- Migliorare la percezione dell'ambiente cittadino come luogo dove praticare sport.





CULTURA E FORMAZIONE

La promozione della cultura

Pisa dovrà cogliere l'occasione rappresentata dalla nomina a "Città Europea dello Sport 2016" anche per diventare un'eccellenza nazionale dal punto di vista dell'avanguardia del proprio sistema sportivo.

Per fare in modo che questo possa avvenire, è necessario che gli interventi previsti per conseguire questa finalità siano accompagnati da un percorso di elevazione culturale del sistema sportivo cittadino.

Il Comune di Pisa si farà promotore di attività culturali e formative dedicate sia al movimento sportivo pisano che all'intera cittadinanza, con il convincimento che lo sport è uno straordinario strumento educativo, un veicolo unico di aggregazione e di inclusione sociale. Attraverso il suo linguaggio è possibile costruire modelli innovativi di educazione e comunicazione improntati al rispetto di sé e degli altri, alla solidarietà e alla promozione di stili di vita corretti.



La formazione e gli eventi culturali

Il Comune di Pisa offrirà il proprio supporto al CONI Regionale e al Delegato Provinciale nello sviluppo di un percorso di accrescimento delle **competenze** degli operatori sportivi attraverso:

- iniziative di formazione dedicate alle società del territorio,
- aggiornamenti per i tecnici e gli istruttori con il coinvolgimento di esperti di settore.

Oltre a ciò si organizzeranno **eventi culturali** tra cui:

- *Convegni legate a tematiche culturali che riguardino lo sport;*
- *Incontri con i Campioni per le scuole pisane;*
- *Tavole rotonde attraverso cui individuare nuove strade e percorsi;*
- *Presentazione di libri a tema sportivo;*
- *Corsi di formazione per tecnici e dirigenti sportivi.*





COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione

Le attività e gli eventi previsti dal programma di Pisa 2016 saranno promossi e supportati da una ricca ed integrale campagna di comunicazione.

Attraverso un piano di azioni ad hoc sarà data visibilità alle iniziative in programma ed ai partner, rendendo partecipe e coinvolgendo tutto il territorio di riferimento coinvolto dal progetto.

In particolare la strategia di comunicazione dovrà prevedere:

- 1. Uso dei testimonial**
- 2. Comunicazione istituzionale, Ufficio Stampa e Media Relations**
- 3. Comunicazione social**
- 4. Web 2.0**





POLITICHE SPORTIVE

Gli ambiti di azione del progetto Pisa 2016

Di seguito presentiamo alcuni ambiti con le relative attività in ideazione o in fase di sviluppo e su cui si possono attivare consensi, sinergie e sostegno da parte di tutti i settori della comunità territoriale.

Assessorato	Attività
Salute	Progetti per la terza età Lotta all'obesità
Mobilità e trasporti	Realizzazione di piste ciclabili Piedibus
Famiglia	Lotta al bullismo Family Sports Days
Servizi Sociali	Integrazione e inclusione sociale Corsi sportivi gratuiti
Turismo	Percorsi turistici a vocazione sportiva Sviluppo di marketing territoriale
Scuola e infanzia	Alfabetizzazione motoria Avvio alla pratica sportiva



Gli ambiti di azione del progetto Pisa 2016

Assessorato	Attività
Attività produttive	Progetti di responsabilità sociale legata allo sport
Lavoro	Corsi di formazione
Cultura	Convegni sulla cultura sportiva
Legalità	Diritto allo sport Fair Play
Pari opportunità	Sport per tutti e senza barriere
Verde e ambiente	Parchi come palestre a cielo aperto Sport a impatto zero
Impiantistica	Manutenzione degli impianti sportivi Ideazione di impianti all'aria aperta nei parchi della città





IL RUOLO DEI PARTNER

Pisa 2016: affiancare un progetto vincente

L'anno di celebrazione del titolo di **"Città Europea dello Sport"** rappresenterà per Pisa e per il suo territorio una straordinaria occasione per dimostrare a se stessa e all'Italia di essere sempre di più una realtà che ama lo sport e che dello sport farà un elemento fondante della fiducia nel futuro.

Non solo. Sarà anche l'occasione per ringraziare i cittadini che ogni giorno contribuiscono a renderla tale, per ascoltare le loro idee, per progettare assieme il futuro.

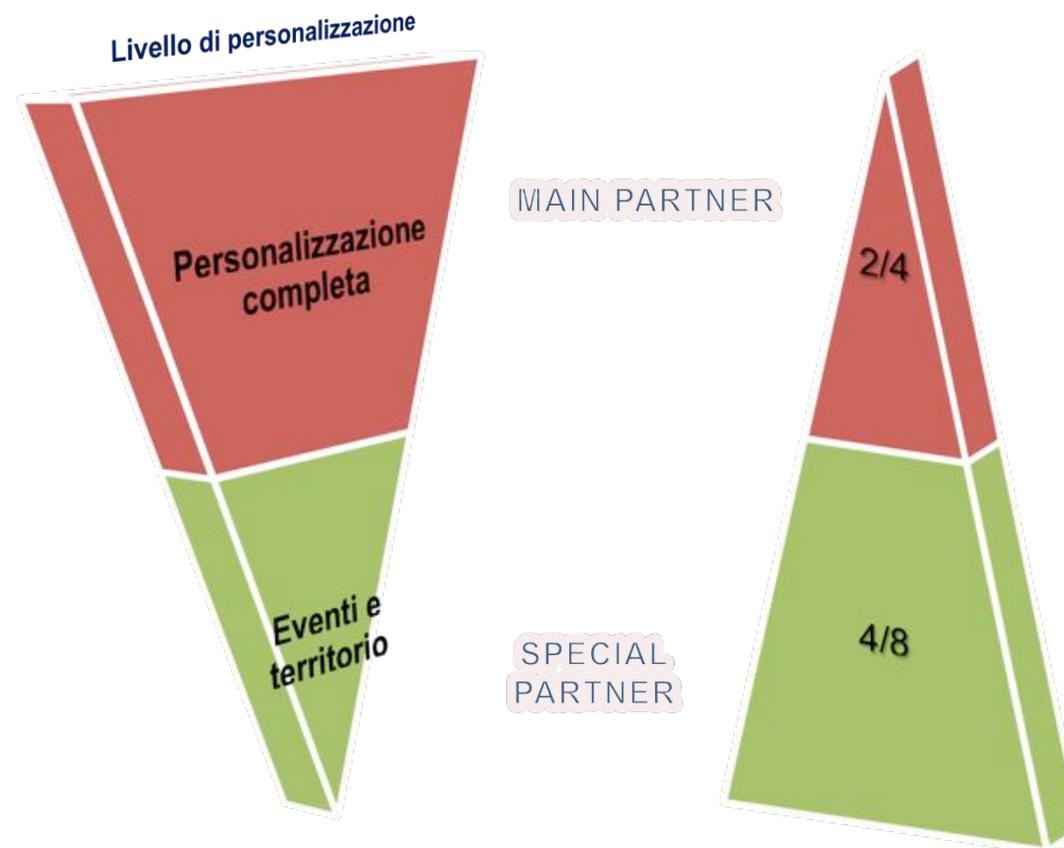
Il Comune di Pisa è alla ricerca di aziende che condividano e sostengano la strategia, gli eventi e le opportunità di un anno speciale.

Attraverso un investimento economico mirato, da definire sulla base degli obiettivi di ogni partner, sarà possibile affiancare il Comune nella realizzazione di un progetto vincente.



Pisa 2016: i profili di partnership

Il Comune di Pisa ha definito i contenuti e le opportunità che saranno riservate ai singoli percorsi di partnership.



Pisa 2016: diventare partner dello sport

Diventare partner del progetto di **Pisa 2016 - European City of Sports** significa sostenere lo sport pisano ed acquisire la possibilità di:

- entrare in contatto con target specifici e trasversali;
- sviluppare branding in occasione degli eventi contenuti nel calendario “Pisa Città Europea dello Sport 2016”;
- realizzare attività di comunicazione e media relations;
- essere presente sui supporti promozionali e di comunicazione previsti dal progetto.

Il sostegno è modulabile sulla base delle esigenze di ogni partner, potendo sviluppare molteplici attività costruite ad hoc.



Pisa 2016: logo congiunto

Alle aziende che assumeranno le qualifiche di partnership di maggiore rilievo sarà riservata la possibilità di creare un logo congiunto

La creazione del logo congiunto rappresenterà un'opportunità di identificazione e comunicazione assolutamente esclusiva, che sarà valorizzata in tutte le attività collegate alla partnership.



Immagine a titolo esemplificativo



Pisa 2016: branding in field

Il logo dell'azienda partner sarà presente, in funzione del livello di partnership acquisito, su tutti i supporti di visibilità che saranno realizzati nell'ambito degli eventi inseriti nel calendario di **Pisa 2016**.

In particolare, a titolo esemplificativo e non esaustivo, verranno realizzati:

- **Pannelli;**
- **Roll up;**
- **Totem;**
- **Locandine.**



Pisa 2016: branding negli impianti

La visibilità del brand aziendale sarà garantita anche all'interno degli impianti che ospiteranno gli eventi che si svolgeranno sul territorio pisano.

La visibilità sarà garantita, in modo trasversale e rilevante, per la durata di tutto l'anno 2016 con strumenti di visibilità ad hoc.

	CITTÀ EUROPEA DELLO SPORT	
	MAIN PARTNER (inserire loghi)	SPECIAL PARTNER (inserire loghi)

Immagine a titolo esemplificativo



Pisa 2016: la comunicazione istituzionale

La presenza e la partecipazione delle aziende sarà prevista anche all'interno di tutta la campagna di comunicazione (*tradizionale e social*) sviluppata a supporto di Pisa 2016.

In particolare, verrà attivati e sfruttati i seguenti mezzi e canali:

- *ufficio stampa comunale*: utilizzo di tutti i canali del Comune, (sito, newsletter, media partnership...);
- *conferenze stampa*: organizzazione di conferenze stampa per i principali eventi;
- *media relations*: sviluppo di attività di media relation su media locali, nazionali e sportivi;
- *media partnership*: accordi con quotidiani e radio a diffusione nazionale o locale;
- *affissioni e totem*: campagna di pubblicità sul territorio dedicata alle attività;
- *materiali promozionali*: realizzazione di brochure e materiali di presentazione di Pisa 2016 (es. locandine, volantini, etc.);
- *attività Social* (ove previste).

