

FIVB™



**VOLLEYBALL
WOMEN'S WORLD
CHAMPIONSHIP
ITALY 2014**

Il Mondiale di Pallavolo Femminile 2014

11,5 milioni
Appassionati di pallavolo di cui il 28% tra 25 e 34 anni

5.000
Società di pallavolo affiliate alla FIPAV

340.000
Atleti Tesserati FIPAV

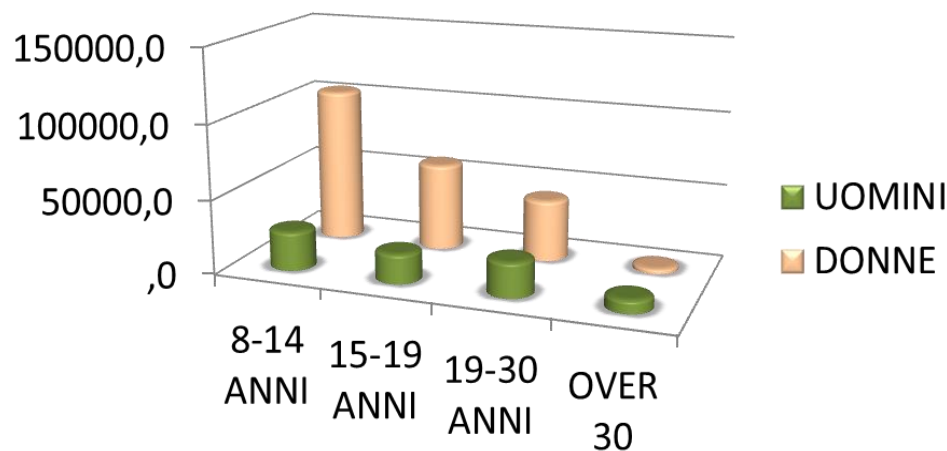
60.000
Media annua di spettatori che segue le partite della Nazionale dal vivo

IL MONDO DELLA PALLAVOLO
25,4 milioni
Persone interessate alla Pallavolo pari al 63,2% della popolazione

25.000
Squadre che partecipano ai Campionati federali

2.000.000
Audience media in Italia di Mondiali ed Europei nel 2010 e nel 2011

Il **60%** degli interessati ha un atteggiamento positivo verso gli sponsor del volley; il **31%** orienta i propri acquisti verso questi sponsor



Il Volley è **uno degli sport più seguiti e praticati in Italia**. Secondo solo al calcio, tra appassionati e praticanti, vi sono oltre 4 milioni di persone che giocano abitualmente a pallavolo (fonte: elaborazione Coni su dati Istat – aprile 2011).

Il pubblico del Volley ha una composizione piuttosto varia, con una maggioranza della componente femminile, e di età molto giovane (14-24 anni), con un livello di istruzione medio - alto.

Geograficamente, la percentuale più alta di appassionati di Volley – tifosi e praticanti – si trova al Nord Ovest e al Centro Italia.

Il target

RAGAZZI (Maschi e Femmine – Fascia d'età 6/18 anni)

CHI SONO

Predisposti alle relazioni, praticano sport per divertimento, utilizzano le tecnologie, seguono la moda, sono aperti all'integrazione culturale

COSA CERCANO

multimedialità, velocità, stimoli, socializzazione, appartenenza/status symbol

GIOVANI (Maschi e Femmine – Fascia d'età 19/30 anni)

CHI SONO

Difficoltà di inserimento nel mondo del lavoro, legame stretto con la famiglia, scarsa valorizzazione da parte della società, pratica sportiva direttamente legata al grado d'istruzione e finalizzata al mantenimento della forma fisica

COSA CERCANO

integrazione, interattività, indipendenza, benessere, affermazione sociale



APPASSIONATI (Tutte le persone con età superiore ai 30 anni interessate alla pallavolo)

CHI SONO

Ricerca di riconoscimento sociale, sport finalizzato alla forma e alla salute con aumento della pratica sportiva finalizzata a questi obiettivi

COSA CERCANO

integrazione, interattività, indipendenza, benessere, affermazione sociale

SPORTIVI (Sportivi, tecnici, allenatori e chiunque faccia parte di un Club di Pallavolo)

CHI SONO

Dedizione e partecipazione, propensione alla spesa per lo sport elevata, alta capacità di relazione e integrazione, subiscono l'influenza dell'idolo sportivo, interessati a riviste di settore

COSA CERCANO

coinvolgimento, integrazione, informazione sportiva, dinamicità

✓ 10 Città

✓ 24 Squadre

✓ 280 Atleti

✓ 78 Partite

✓ 300 Officials

✓ 2.500 Volontari

ANCONA
Piazza del Plebiscito



REGGIO CALABRIA
Piazza Italia



MILANO
Duomo



MODENA
Piazza Grande



TORINO
Piazza Castello



VERONA
Arena



TRIESTE
Piazza Unità d'Italia



FIRENZE
Ponte Vecchio



ROMA
Colosseo



CATANIA
Piazza Duomo



“Tutto è andato per il verso giusto ed è stato un grande successo”.

Theofanis Tsiokris - Vicepresidente FIVB e Direttore dell'Evento

- ✓ **340.000 spettatori nelle dieci sedi**
- ✓ **8.338.751 spettatori hanno seguito l'evento sui canali RAI**
- ✓ **Oltre 1.500 Media accreditati**
- ✓ **550 scuole coinvolte**

- I dati del tesseramento evidenziano una costante crescita del movimento femminile.
- La FIPAV ha posto in essere iniziative e progetti volti alla qualificazione del movimento femminile che hanno prodotto risultati di eccellenza in ambito nazionale ed internazionale.



- I Campionati del Mondo di Pallavolo sono la più importante competizione pallavolistica internazionale, alla cui fase finale accedono 24 team nazionali, suddivisi in diversi giorni per un totale di 103 partite. Il seguito di questi eventi è particolarmente significativo sia a livello di audience televisiva nazionale ed internazionale (in media 1,9 milioni di spettatori a partita) sia appassionati che praticanti (tra i 2 e 4,5 milioni di persone).
- L'edizione 2014 dei Campionati Mondiali Femminili è stata assegnata all'Italia grazie al successo di passati eventi sportivi e alla forte capacità organizzativa.
- Sono notevoli le potenzialità di sviluppo dell'evento, legate ai punti di forza del nostro paese, quali il turismo, la concentrazione dei beni artistici e culturali e l'immagine del "made in Italy" nel mondo.
- In considerazione del successo ottenuto dal Mondiale 2010 molti componenti del Comitato Organizzatore hanno confermato la loro disponibilità a partecipare a questa nuova avventura.


Presidente	Carlo SALVATORI
-------------------	-----------------

Membri del Comitato Organizzatore	
Gilberto BENETTON	Alessandro PASQUARELLI
Gaetano GUERCI	Giuseppe SALA
Gianni LETTA	Marco STADERINI
Carlo MAGRI	Maurizio TAMAGNINI
Enzo MEI	

- Crescita del movimento sportivo femminile.
- Consapevolezza e sviluppo del movimento – dalle piccole alle grandi città.
- I valori della provincia come terreno comune di più culture.
- La qualificazione e la crescita di giovani professionalità
- Il prodotto Italia nel mondo. Scambi culturali e sportivi.
- Incremento dei flussi turistici.
- La cultura e lo sport come emancipazione. Progetti di sostegno alle donne imprenditrici nello sport.
- Un nuova comunicazione. Sviluppo e sfruttamento dei New Media.
- I valori sociali e lo sport di squadra.
- Promuovere ed incrementare la pratica sportiva tra i giovani.



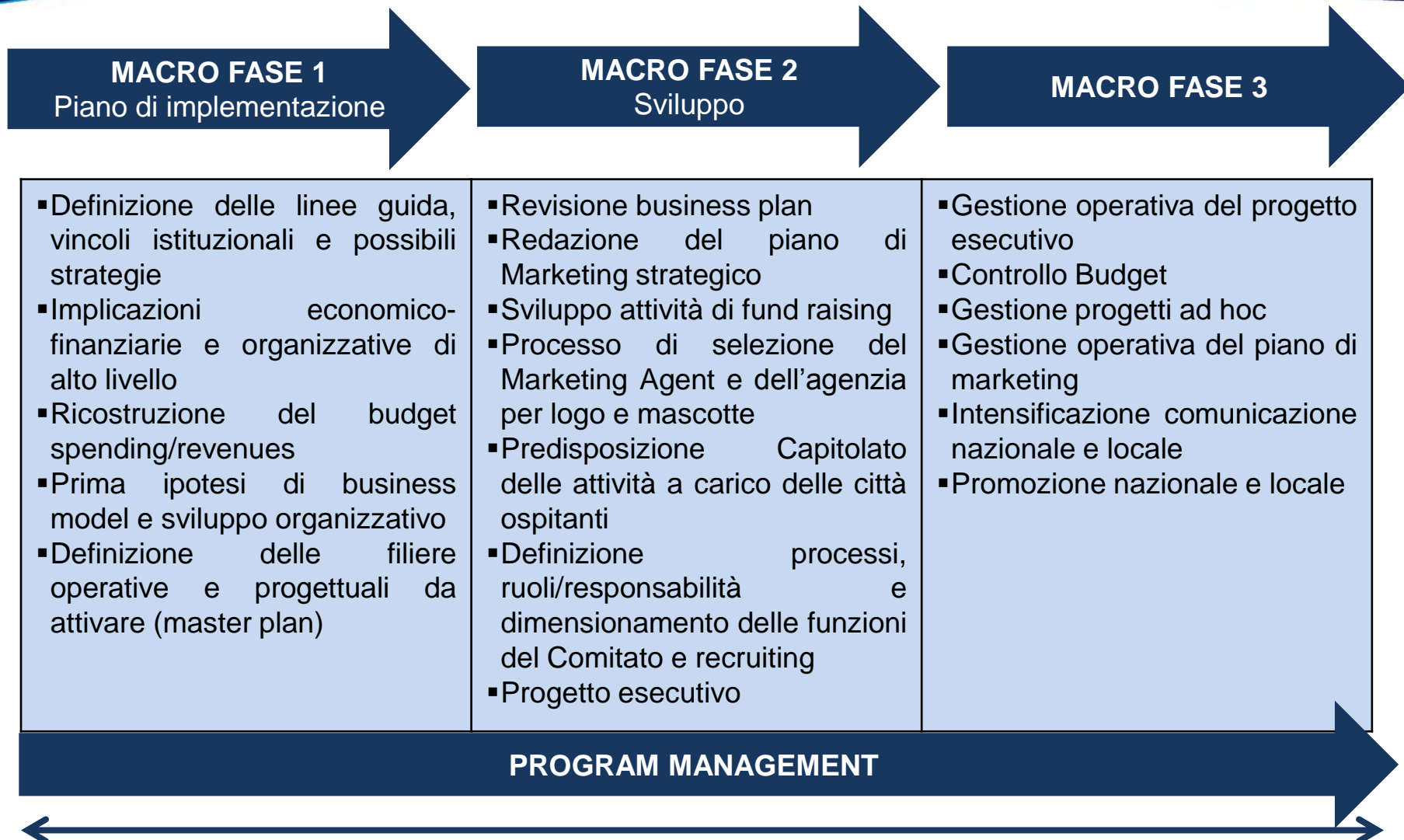
- ✓ Milano – Mediolanum Forum
- ✓ Trieste – Pala Trieste
- ✓ Verona – Pala Olimpia
- ✓ Modena – Pala Casa Modena
- ✓ Roma – Pala Lottomatica
- ✓ Bari – Pala Florio

		WOMEN WCH₁₄ FORMULA															
		5 CONTINENTS			24 NATIONAL TEAMS			103 MATCHES			6 ITALIAN CITIES						
FIRST PHASE		POOL A			POOL B			POOL C			POOL D						
4 POOL 4 CITIES 3 MATCHES PER DAY 60 MATCHES TOTAL ROUND ROBIN SYSTEM		team 1 team 2	team 3 team 4	team 5 team 6	team 7 team 8	team 9 team 10	team 11 team 12	team 13 team 14	team 15 team 16	team 17 team 18	team 19 team 20	team 21 team 22	team 23 team 24				
		THE FIRST 4 TEAMS QUALIFIED FOR EACH POOL WILL GO AT THE SECOND PHASE															
SECOND PHASE		EACH TEAM WILL PLAY JUST AGAINST NEW TEAM															
2 POOL 16 TEAMS 4 CITIES 2 MATCHES PER DAY 32 MATCHES		POOL E								POOL F							
		team 1	team 2	team 3	team 4	team 5	team 6	team 7	team 8	team 9	team 10	team 11	team 12	team 13	team 14	team 15	team 16
		THE FIRST TEAMS QUALIFIED FOR EACH POOL WILL GO ON THE HEAD TO THE NEW POOL G AND H															
		SECOND and THIRD TEAMS QUALIFIED FOR EACH POOL WILL BE DRAWN FOR THE POSITION IN THE NEW POOL															
THIRD PHASE		POOL G		POOL H													
2 POOL 6 TEAMS 1 CITY 2 MATCHES PER DAY ROUND ROBIN SYSTEM 11 MATCHES		1	2	3	3	4	5	1° QUALIFIED G	2° QUALIFIED G	1° QUALIFIED H	2° QUALIFIED H	1° QUALIFIED G VS 2° QUALIFIED H		1° QUALIFIED H VS 2° QUALIFIED G			
		ROUND ROBIN SYSTEM		ROUND ROBIN SYSTEM		TWO THIRDS QUALIFIED TEAMS WILL PLAY DIRECTLY FOR THE 5° POSITION				LOSER WILL PLAY FOR THE BRONZE MEDAL		WINNER WILL PLAY FOR THE GOLD MEDAL		WINNER WILL PLAY FOR THE GOLD MEDAL			
										LOSER WILL PLAY FOR THE BRONZE MEDAL		12 OCTOBER 2014					

2014 WOMEN WCH
1° PHASE

2014 WOMEN WCH
2° PHASE

2014 WOMEN WCH
3° PHASE



PROGRAM MANAGEMENT

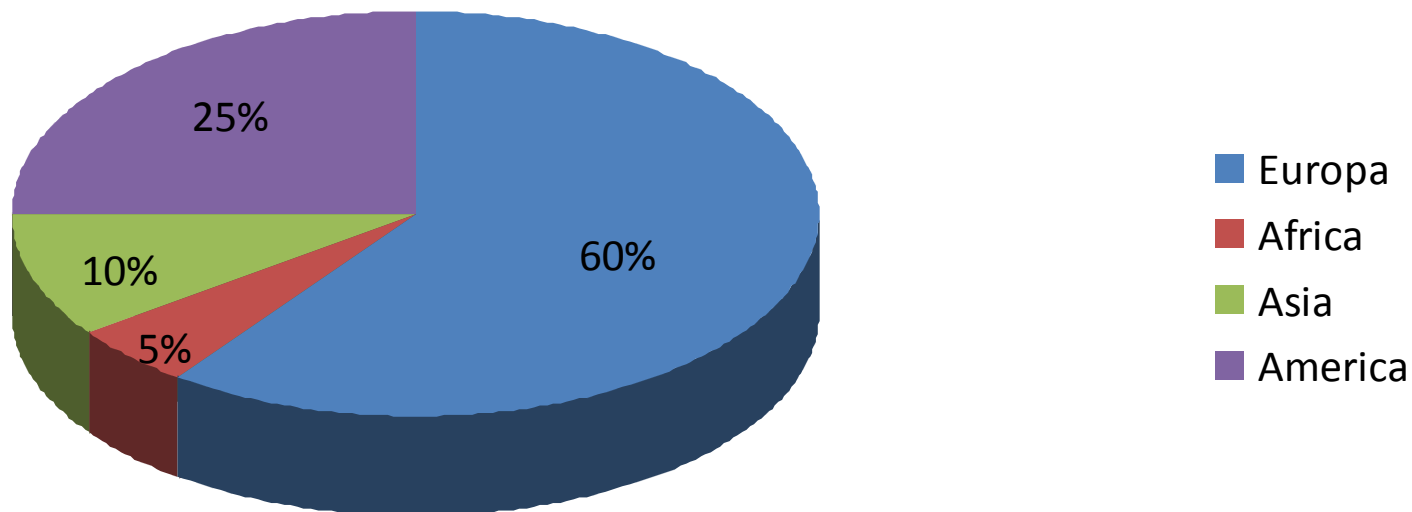
Anno 2011

Anno 2012

Biennio 2013-2014

- Gli eventi sportivi internazionali rappresentano un notevole plus per l'incremento dei flussi turistici. I punti di forza che il nostro Paese può offrire si basano principalmente sul binomio "sport e cultura";
- Nell'ultimo mondiale maschile, disputato in Italia nel 2010, la maggior parte dei flussi turistici proveniva dai Paesi Europei, con una significativa evidenza anche per i Paesi del Sud America e del Sud Africa.
- L'obiettivo per il 2014 è creare sinergie con le amministrazioni locali al fine di sviluppare politiche a vantaggio del turismo sportivo con la creazione di pacchetti dedicati in abbinamento agli ingressi per assistere alle partite.





Governo e Ministeri

- Ricaduta economica derivante da eventi sportivi di rilevanza internazionale, nei quali l'Italia, e nello specifico la pallavolo, ha sviluppato competenze distintive
- Sensibilizzazione e coinvolgimento di migliaia di giovani, sia intermini formativi, che di prima occupazione
- Miglioramento immagine del "sistema Italia" all'estero
- Incremento dei flussi turistici verso l'Italia attraverso la valorizzazione di località meno conosciute
- Opportunità di avviare programmi di recupero sociale attraverso la pratica sportiva

Regioni, Province e Comuni

- Visibilità del proprio territorio a livello nazionale ed internazionale
- Ristrutturazione di alcune strutture sportive, di altre infrastrutture locali e miglioramento dei servizi di logistica, in dipendenza degli investimenti effettuati dagli stessi enti locali
- Valore aggiunto in termini economici, coinvolgimento degli stakeholders locali e sviluppo dell'indotto
- Consolidamento e/o incremento in termini di attrazione dei flussi turistici
- Possibile associazione delle iniziative dell'evento con altri programmi sportivi, culturali ed educativi sul territorio

EVENTI CORRELATI A LIVELLO LOCALE PER TUTTI GLI EVENTI 2013/2014

- Creazione dei “villaggi volley” all'esterno dei palazzetti
- Forme di intrattenimento per i bambini e le famiglie all'interno dei palazzetti
- Tornei di pallavolo nelle scuole, con benefit per le squadre vincitrici
- Concerti e spettacoli
- Visite turistiche guidate
- Partecipazione a Mostre, Fiere e Convegni organizzate sul territorio
- Merchandising di promozione locale
- Stand di promozione nei palazzetti
- Attività di sampling
- Ambush Marketing



Obiettivi

- Sfruttare al massimo le opportunità di visibilità
- Favorire un ritorno in termini economici ed occupazionali per ciascuna città
- Inserire l'evento in un contesto divertente, attrattivo e formativo che valorizzi la peculiarità della Regione e/o Provincia e/o Comune ospitanti
- Rafforzare il vantaggio commerciale per gli sponsor nazionali e locali della manifestazione
- Coinvolgere e sensibilizzare i giovani delle scuole e delle università locali alla pallavolo ed ai suoi valori

FIVB



**VOLLEYBALL
WOMEN'S WORLD
CHAMPIONSHIP
ITALY 2014**