SERVIZIO DI RIPRESA E PRODUZIONE, TRASMISSIONE TELEVISIVA, SERVIZI AUDIO E VIDEO E LA IDEAZIONE ED ATTUAZIONE DEL PIANO MEDIA DIGITALE, PER GLI EVENTI E LE COMPETIZIONI DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019

CAPITOLATO TECNICO

Art.1 OGGETTO, MODALITA' E DURATA DEL SERVIZIO

Dal 3 al 14 luglio 2019 si svolgerà a Napoli la 30^ edizione dell'Universiade Estiva. Il Contratto diAssegnazione, stipulato tra la FISU, la Regione Campania, l'ARU 2019 ed il CUSI in data 16 giugno 2016, prevede a carico del Comitato Organizzatore il servizio di produzione e trasmissione televisiva, servizi audio, foto e video, sviluppo ed attuazione del piano media digitale per gli eventi e le competizioni dell'Universiade Napoli 2019.

I servizi che si prevede di fornire con l'appalto in oggetto sono i seguenti:

1) Produzione televisiva
2) Realizzazione dell'international broadcast center, da ora in poi IBC e trasmissione segnale
3) Servizio audio/video
4) Piano di comunicazione digitale internazionale ed attuazione comunicazione web, sui social e su canali audio/video

Art.2 PRODUZIONE TELEVISIVA

Il servizio prevede la produzione televisivadi 550 h delle gare di n°19 discipline sportive come da calendario in allegato, in cui sono indicati data, luogo ed orario di ogni singola gara del torneo.
L'appalto ha durata a partire dalla data di affidamento del servizio sino al termine della manifestazione e comunque fino all'espletamento di tutte le attività relative ad essa.

2.1 CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO

È richiesta la presenza della ditta aggiudicataria entro e non oltre le ore 14.00 del giorno precedentel'incontro per curare al meglio le attività di installazione e collaudo delle apparecchiature televisive.
Vengono di seguito indicati il numero di telecamere minimo per ogni sport, il dettaglio della configurazione tecnica dell'unità di produzione, il format di produzione e i servizi obbligatori che **necessariamente** la ditta aggiudicataria dovrà rispettare nell'espletare la prestazione del presente appalto.
Si chiarisce che l'accesso Internet sarà fornito dall' organizzazione locale di ogni singolo impianto.

2.1.1 TELECAMERE

La società di produzione televisiva dovrà assicurare per ogni singolo evento la dislocazione delle camere di ripresa, all'interno della struttura ospitante l'incontro, redigendo il "camera plan" stabilito di concerto con il regista, il direttore di produzione e la FISU.

SPORT	N° OF CAMERAS
ARCHERY	9
ATHLETICS	26
BASKET	7
DIVING	8
FENCING	7
FOOTBALL	7
GIM. ARTISTIC	19
GIM RHYTMIC	19
JUDO	7
RUGBY 7S	9
SAILING	7
SHOOTING - PISTOL & RIFLE	8
SHOOTING - SKEET & TRAP	8
SWIMMING	8
TABLE TENNIS	7
TAKEWONDO	7
TENNIS	7
VOLLEYBALL	7
WATERPOLO	7
Altri eventi (con regia mobile)	5
OPENING CERIMONY	26
CLOSING CERIMONY	26

2.1.2 DETTAGLIO CONFIGURAZIONE TECNICA DELLE SINGOLE UNITA' DI PRODUZIONE TELEVISIVA PER OGNI IMPIANTO:

a) PERSONALE:

- nr. 1 Regista
- nr. 1 Assistente alla regia
- nr. 1 Direttore di produzione*
- nr. 1 Capo-tecnico video
- nr. 1 Responsabile Mixer Video
- nr. 1 Fonico mixer audio
- nr. 1 Graphic designer
- Operatori RVM, 1 ogni 4 telecamere.
- nr. 2 Microfonisti
- Tecnici controllo camere, 1 ogni 4 telecamere.
- Macchinisti, secondo complessità della installazione, da un minimo di 2 ad un max di 4.
- nr. 1 Autista

- Addetti montaggio/smontaggioda un minimo di 2
- Operatori di ripresa(cameramen + assistente)per ogni telecamera

* Per l'atletica sono previsti n. 3 direttori di produzione

b) TEMPI REALIZZAZIONE IMPIANTI:

- 2gg precedenti la gara, arrivo unità di produzione televisiva;
- 2gg precedenti la gara, arrivo unità gruppo elettrogeno;
- 1gg precedenti la gara, arrivo unità di produzione grafica;

c) SEZIONE VIDEO:

- Mixer Video 3 M/E, con catena di ridondanza;
- Wipe key generator con audio;
- 3d Dve.

d) SEZIONE AUDIO:

- Microfoni come da camera plan;
- Mixer Audio (I/O adeguato al setup) con catena di ridondanza;
- I primi 4 canali audio saranno dedicati a FISU per alimentare i feeds Internazionali;
- Altri canali audio per alimentare feeds Domestici e takers internazionali previo approvazione FISU;
- Fully equipped double commentary position (feed internazionale);
- nr.1 tavolo, nr. 2 sedie, nr. 2 headsets, monitor con world feed, circuito intercom;
- Fully equipped double commentary position (feed domestico);
- nr.1 tavolo, nr. 2 sedie, nr. 2 head-sets, monitor con feed domestico, circuito intercom.

e) COMUNICAZIONI:

- Sistema di matrice intercom (adeguato al setup di ripresa e produzione);
- Soluzione leggera (belt-pack) per assistenza a bordocampo;
- nr.4 Ibridi telefonici ISDN/PSTN, (linee telefoniche a carico dei takers);
- nr.2 ibridi telefonici GSM;

f) REPLAYS:

- Canali RVM per registrare tutte le camere ed il program,
- Realizzazioni di replay, high-lights, news feed,
- News Feed, 5 minuti di prodotto realizzati quotidianamente per la distribuzione su base mondiale, come da raccomandazioni FISU e TV Agency;
- Realizzazione di una clip di 3 minuti per ciascuna partita prodotta contenente high-lights e interviste, da rendere disponibili sul satellite entro 15 minuti dal termine di ciascun incontro;
- Gli high-lights dovranno essere "sporchi" (con grafiche), senza replay e con il suono Internazionale ma senza commento.

g) REGISTRAZIONI:

- File format hard drive:
- MXF; Video format: PAL HD 1080i;
- Video Codec: DNxHD Lo oppure XdCam
- Audio Type: 8 tracks; Aspect Ratio: 16:9; Day time code non necessario;

Feed Internazionale

- nr. 1 hard disk per ogni evento (Tv Agency) e un hard disk per ogni evento (FISU);
- Grafica dirty, Audio 1 stereo: Internazionale mix, Audio 2 stereo: effetti;
- Le registrazioni dovranno essere inviate tramite Corriere ogni lunedì successivo all'evento:

Feed nazionale

- nr. 1 hard disk per ogni evento;
- Grafica Dirty, Audio 1 stereo: Italiano mix, Audio 2 stereo: effetti;
- nr. 3 DVD per ogni evento

h) POSTAZIONI DI RIPRESA ULTERIORI:

Postazione Intervista unilaterale:
- nr. 1 cam14x, cavalletto;
- nr. 1 monitor ritorno Programma
- nr. 1 radio microfono a collarino, microfono a cavo di riserva;
- nr. 1 radio auricolare (IFB giornalista);
- nr. 2 auricolari a cavo per ospiti (IFB separata);
- kit di illuminazione postazione di intervista;
- circuito di alimentazione per kit di ripresa.

i) POSTAZIONE CONFERENZA STAMPA:
- nr. 1 cam18x, cavalletto;
- nr. 1 monitor ritorno Programma;
- nr. 1 radio microfono gelato, microfono a cavo di riserva;
- nr. 1 microfono a cavo con supporto da tavolo;
- nr. 1 radio auricolare, auricolare a cavo (IFB giornalista);
- prelievo segnale audio sala stampa (se disponibile da service audio per conferenza);
- circuito di alimentazione per kit di ripresa.

2.1.3 GRAFICA:

- Gestione e messa in onda di tutta la grafica (punteggio, statistiche, formazioni, inizio ufficiale e durata della partita, penalità, ecc.);
- La linea grafica sarà fornita dalla FISU e la società di produzione dovrà rispettare le indicazioni fornite dalla Federazione Internazionale;
- Tutta la grafica sarà fornita in formato HD 16:9.

2.1.4 STANDARD DI PRODUZIONE

16:9 HD 1080i/50.

a) SUPPORTO EDITORIALE:

Feed Internazionale:
- nr. 1 Troupe Eng (5gg) per la realizzazione della cartolina della città ospitante;
- nr. 1 Kit di ripresa con telecamera HD e kit illuminazione, operatore lingua inglese;
- Produzione di perlomeno 3 diverse versioni;
- Ogni versione avrà durata di 30 second con utilizzo di musiche libere da licenza;
- Ogni cartolina sarà inserita nella relativa scaletta di programma.

Feed nazionale:
- Realizzazione della versione in lingua italiana (doppiaggio, musica

b) GRUPPI ELETTROGENI:
- Bigruppo elettrogeno 100+100kwcomprensivo di costo carburante per la durata di max 20gg.
-Bigruppo elettrogeno 300+300kwcomprensivo di costo carburante per la durata di max 20gg.
- Bigruppo elettrogeno 500+500kwcomprensivo di costo carburante per la durata di max 20gg.

c) ALTRE RACCOMANDAZIONI:
- Si richiede un OB Van cablato, equipaggiato e configurato in standard full digital high definition;
- L'unità di produzione dovrà essere conforme alla legislatura corrente sulle normative di sicurezza;
- In sede di offerta dovranno essere forniti la targa dell'OBVAN ed i documenti sotto indicati:

Disegno scala 1:20 della pianta e delle viste laterali del veicolo in assetto di marcia ed operativo.
Indicazione della potenza frigorifera totale dell'impianto di climatizzazione.
Misure della potenza elettrica assorbita nelle condizioni richieste dal capitolato, numero, tipi e metodi di connessione per l'allaccio energia.
Copia dei documenti relativi all'impianto elettrico (progettazione, realizzazione e collaudo dello stesso, secondo norme di legge)
Analisi di rischio del veicolo.

- L'ambiente regia deve ospitare comodamente almeno 8 persone. La gestione delle riproposizioni (replay), della teca, degli high-lights deve essere fatta all'interno dell'ambiente regia.

Art. 3 INTERNATIONAL BROADCAST CENTER (IBC)

E' a cura della ditta aggiudicataria, la realizzazione della infrastruttura tecnica dell'international broadcast center, da ora in poi **IBC.**
Vengono di seguito indicati il dettaglio della configurazione tecnica del IBC, il format di produzione e i servizi obbligatori che necessariamente la ditta aggiudicataria dovrà rispettare nell'espletare la prestazione del presente appalto

3.1 DETTAGLIO CONFIGURAZIONE TECNICA DELL'INTERNATIONAL BROADCAST CENTER (IBC):

a) PERSONALE:
- nr. 1 Direttore di produzione
- nr. 1 Capo-tecnico
- nr. 2Operatore MCR
- nr. 2 x English speaking RVM operators,
- nr. 4 x English speaking Editors – Capable of editing Daily News Feeds

b) TEMPI REALIZZAZIONE IMPIANTI:
- 5gg prima dell'inizio della manifestazione installazione e collaudo impianti

c) INFRASTRUTTURA BROADCAST:
- Router capable of handling incoming feeds from each Venue and Edit/RVM to:
    - nr. 6 Fibre feeds to Distribution Point
    - nr. 8 RVM
    - nr. 6 Edit System - Premiere Pro o similare
    - nr. 1 Technical Monitor
- Technical Monitoring with High Quality video, multichannel audio and waveform monitors
- Multiviewer or similar with capacity to display all incoming and outgoing signals

d) POSTAZIONI DI COMMENTO FISU (EMERGENZA);
- Fully equipped double commentary position;
- nr.1 tavolo, nr. 2 sedie, nr. 2 headsets, monitor con world feed, circuito intercom;

e) COMUNICAZIONI:
- Communication talkaback system for talking to commentators at each venue;

- nr. 2 digital telephone Hybrids ISDN/PSTN;

f) REPLAYS E STAZIONI DI MONTAGGIO:

- nr.2 x 6 Channels RVM with xfile storage, interfaced with router.
- Realizzazioni di replay, high-lights, news feed,
- nr. 4x Premiere Pro Edit Suites with Edit Share system for file sharing/storage o similare
- nr. 1 x Voice Over Booth – connected to Edit System
- Postazioni di editing

g) REGISTRAZIONI:

- File format hard drive:
- MXF; Video format: PAL HD 1080i;
- Video Codec: DNxHD Lo oppureXdCam
- Audio Type: 8 tracks; Aspect Ratio: 16:9;
- Feed Internazionale
- nr. 1 hard disk per ogni evento (FISU);
- Grafica dirty, Audio 1 stereo: Internazionale mix, Audio 2 stereo: effetti;

h) POSTAZIONI DI RIPRESA ULTERIORI (CITY VIEW):

Postazione Intervista unilaterale:

- nr. 1 cam 14x, cavalletto;
- nr. 1 monitor ritorno Programma
- nr. 1 radio microfono a collarino, microfono a cavo di riserva;
- nr. 1 radio auricolare (IFB giornalista);
- nr. 2 auricolari a cavo per ospiti (IFB separata);
- kit di illuminazione postazione di intervista;
- circuito di alimentazione per kit di ripresa.

i) ALTRE ACCESSORIE:

- Accesso Internet (fornito da organizzazione)

l) CONNETTIVITÀ E STANDARD DI TRASMISSIONE

Il comitato organizzatore dispone per tutte le sedi di finali di un sistema di connettività dedicato all'evento basato su IP MPLS. La capacità per ciascuna sede è pari a 2 x 1Gbps. A disposizione del sistema di broadcasting sono riservati 50Mbps.

La ditta aggiudicataria metterà disposizione encoder e decoder opportunamente ridondati per il trasporto del segnale all'IBC.

La codifica di trasmissione dovrà essere basata sul protocollo MPEG 4, ISO/IEC 14496-14, a 25Mbps

m) GRUPPO ELETTROGENO:

- Bi-gruppo elettrogeno 100+100Kw, comprensivo di costo carburante per la durata di max 20gg.

Art. 4 SERVIZI AUDIO/VIDEO

In un'ottica di comunicazione integrata, i servizi audio e video rappresentano uno strumento necessario e fondamentale per la diffusione dell'evento e del brand "Napoli 2019" in tutte le sue fasi. Tali servizi rifletteranno l'immagine di "Napoli 2019" prima, durante e dopo l'evento, quindi, per rafforzare la brand reputation ed aumentare la percezione positiva dell'utente che andrà a fruire dei suddetti, sarà necessario mantenere una qualità di livello eccellente per qualunque attività che, ovviamente, dovrà essere sostenuta da ottimi supporti hardware e software.

Saranno, quindi, necessari: software di grafica, programmi di photo e video editing, droni per riprese dall'alto, videocamere per timelapse, slowmotion, ripresa zenitale e grandangolo.

Le immagini saranno attinenti alla strategia di comunicazione che, inevitabilmente, si differenzierà nelle tre fasi dell'evento. Le linee guida per le tempistiche saranno, nello specifico:

Preevento: creazione di video promozionali di carattere istituzionale e non, per creare attesa, aspettativa ed attenzione sull'evento. Video sulle città coinvolte direttamente nella manifestazione e sugli eventi promozionali antecedenti l'evento.
Durante l'evento: copertura di tutti i momenti, sportivi e non, più importanti della manifestazione, come premiazione atleti, momenti di gara, vita degli sportivi, pubblico, cerimonie di apertura e chiusura ecc. Contenuti social e giornalistici, in base alla linea editoriale individuata.
Post evento: video ufficiale di tutta la manifestazione che ripercorra tutto l'evento sia da un punto di vista sportivo sia di quello che ha lasciato al territorio. Contenuti di carattere social per sei mesi successivi alla manifestazione, in linea con il taglio editoriale richiesto.
Inoltre una copia master di tutte le riprese delle dirette televisive prodotte dovrà essere inviata al Segretariato Generale della FISU non oltre 2 mesi dal termine dell'Universiade.

Il Fornitore dovrà inoltre consegnare al Comitato Organizzatore ed alla FISU tutte le riprese delle dirette televisive prodotte, inclusi i momenti principali di ciascuna giornata ed i notiziari, da consegnare su uno o più hard disk in qualità HD (formato minimo AppleProres 422 (HQ) o similare) con due canali audio:
• audio 1: sonoro internazionale
• audio 2: commento in inglese
Con l'espressione servizi audio e video si intende l'inclusione di photo reporting e photo editing, utile, come precedentemente, in tutte e tre le fasi dell'evento.

a) PERSONALE:
Per tutte le attività descritte sarà richiesto un team di lavoro con diverse figure specialistiche, impegnate da Marzo 2019 a Settembre 2019:
Nr. 1 Digital Strategist Manager
Nr. 1 Grafico esperto in web e social
Nr. 2 Videomaker
Nr. 2 Photoreporter

b) SOFTWARE E ATTREZZATURE
Nel dettaglio i video dovranno essere i seguenti:
- HOD Meeting - Aprile 2019
- Video Promozionale evento Nr. 2
Video finale dell'evento
- Ev. video richiesti da partner commerciali dell'evento
- Video non sportivi dei luoghi di competizione tipo intro per trasmissione
- Video content per canali social
- Altri video promozionali dell'evento in un numero massimo di 25
- Video e foto reporting delle Cerimonie di apertura e chiusura
- Video dall'alto effettuati con drone
- Timelapse preparazione impianti pre gara

- Photo reporting HOD Meeting - Aprile 2019
- Photo reporting finali di squadra

Saranno quindi necessari:
- Software di grafica
- Software utili al photo editing
- Software utili al video editing
- Software utili al montaggio
- Hardware utili a timelapse, ripresa zenitale, grandangolo
- Droni per riprese dall'alto
- Fotocamere professionali

Art.5 PIANO DI COMUNICAZIONE DIGITALE INTERNAZIONALE ED ATTUAZIONE COMUNICAZIONE WEB, SUI SOCIAL E SU CANALI AUDIO/VIDEO

L'Universiade Napoli 2019, pur connotandosi come un evento internazionale rivolto a tutti i tipi di pubblico, è stato ideato e strutturato per un target giovanile, alla continua ricerca di notizie e attento alle nuove tecnologie.Investire sul digitale, attraverso la creazione di contenuti (scritti, grafici e video-fotografici) specifici in grado di raggiungere il target di riferimento dell'Universiade Napoli 2019, rappresenta un'opportunità e un modo sicuramente efficace per comunicare ed interagire con il pubblico, aumentando in maniera esponenziale la risonanza e la visibilità dell'evento e l'awareness del marchio. Dallo sviluppo di contenuti alla personalizzazione dell'advertising, dalla creazione di lead generation all'incremento della qualità del traffico sul proprio sito. Nello specifico, si rende necessaria, da parte del fornitore, l'ideazione, la creazione e la gestione dell'intera campagna digital, durante l'evento e nelle fasi antecedenti e successive (marzo - settembre 2019). Il fornitore, dovrà realizzare una campagna internazionale, digital e social, in grado di raggiungere un pubblico trasversale per età, personalità e localizzazione e che sia in grado di:
aumentare il numero di seguaci e di interazioni sui profili social dell'Universiade Napoli 2019 (https://www.facebook.com/napoli2019/ - https://www.instagram.com/napoli2019/ - https://twitter.com/Napoli2019_ita), per dar vita ad una community attiva ed entusiasta, che parli, generi a sua volta contenuti e diffonda informazioni e per far guadagnare maggiore autorevolezza a quelli che sono i canali ufficiali con cui l'Universiade Napoli 2019 dialoga online, fornendo supporto informativo a tutti gli stakeholder;
Migliorare la notorietà dell'evento e il livello di brand reputation di un progetto che mira a diffondere, soprattutto tra i più giovani, idee e valori importanti;
Vista la necessità di diffondere il brand e l'evento tra quante più persone possibile e i tempi brevi a disposizione, si ritiene importante:
L'individuazione strategica di uno o più macro-influencer di diversi settori merceologici, che tenga conto del loro social scoring e dell'ampiezza della loro community di follower (da 1.000.000) ma anche, e soprattutto, della loro vicinanza al target, dell'attitudine a creare contenuti pertinenti e della capacità di coinvolgere il pubblico mostrando un approccio trasparente ed autentico. L'influencer o gli influencer individuati dovranno creare e veicolare sui propri canali social contenuti di diverso tipo, da concordare e definire con la società committente.
Lo sviluppo di un piano di inserzioni a pagamento (banner, immagini, video), search e display, su siti web, Youtube e applicazioni disponibili in Google Play ed Apple Store, con annesso lavoro di indicizzazione delle

parole chiave concordate e definite con la società committente, per aumentare il livello di awareness dell'evento e, di conseguenza, l'interesse verso tutto ciò che gli ruota attorno e lo caratterizza (sport in gara, atleti più o meno noti coinvolti, modalità di partecipazione alle competizioni come volontario o come spettatore, etc.).
Lo sviluppo di un piano di inserzioni a pagamento (banner, immagini, rich media) su quotidiani e riviste online, nazionali ed internazionali.
La creazione di una strategia di direct marketing, con annesso lo sviluppo di un CRM, per incrementare, tramite strumenti di email marketing, il livello di engagement del pubblico, inviandogli informazioni in tempo reale, curiosità, aggiornamenti ed efficaci call to action.
Attività periodica e puntuale di reporting e analytics per misurare e valutare il posizionamento e la reputazione in rete del "brand" Napoli 2019, attraverso i seguenti canali di comunicazione e informazione del web: principali motori di ricerca, siti, portali e blog dedicati alla tematica di riferimento, social network specialistici (LinkedIn, etc.) e piattaforme generaliste di social networking (Facebook, Twitter, etc.).

5.1 DETTAGLIO ATTIVITA' DA SVOLGERE

a) Contenuti grafici e testuali
Creazione di contenuti grafici e testuali per la campagna digitale prevista per tutta la durata del contratto con le seguenti modalità
dal 1° marzo al 28 giugno: minimo 20 contenuti a settimana
dal 29 giugno al 16 luglio: minimo 30 contenuti al giorno
dal 17 luglio al 30 settembre: 15 contenuti settimanali

b) Contenuti SEO – SERP /Attività di SEM
Posizionamento ottimizzato delle pagine web e dei contenuti per l'evento (SEO – SERP). Per tutta la durata del contratto, il servizio dovrà garantire tramite alcune parole chiave come: "Napoli 2019", "Universiade 2019", "Universiadi", "luglio 2019", "eventi 2019" "discipline sportive 2019" ecc. il posizionamento del sito ufficiale dell'evento e delle pagine a questo collegate nei primi 3 posti della ricerca. Il servizio dovrà poi prevedere i parametri legati alla geolocalizzazione.
Attività di SEM (Search Engine Marketing) ed in particolare l'insieme delle attività di web marketing svolte per incrementare la visibilità e la rintracciabilità del portale attraverso i motori di ricerca, anche per valutare i ritorni delle singole azioni con appositi strumenti di web analysis;
Promozioni Social
Si dovrà garantire almeno il raggiungimento di 200.000 utenti social unici giornalieri attraverso contenuti sponsorizzati su tutti i canali social di maggiore riferimento: Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin, YouTube.
c) Social Influencer
Si dovrà individuare uno o più social influencer in diversi ambiti sociali, che tenga conto del loro social scoring e dell'ampiezza della loro community di follower (da almeno 1.000.000) ma anche, e soprattutto, della loro vicinanza al target, dell'attitudine a creare contenuti pertinenti e della capacità di coinvolgere il pubblico mostrando un approccio trasparente ed autentico. L'influencer o gli influencer individuati dovranno creare e veicolare sui propri canali social contenuti di diverso tipo, da concordare e definire con la società committente.

d)Promozione on line / Banner pubblicitari sul web

Si dovrà sviluppare un piano di inserzioni su quotidiani e riviste online, nazionali ed internazionali. Si richiede il risultato rendicontato di almeno:

Quotidiani nazionali

4000 impression a settimana dal 1° marzo al 28 giugno

7000 impression a settimana dal 29 giugno al 16 luglio

2000 impression a settimana dal 17 luglio al 30 settembre

Quotidiani internazionali

1000 impression a settimana dal 1° marzo al 28 giugno

2000 impression a settimana dal 29 giugno al 16 luglio

500 impression a settimana dal 17 luglio al 30 settembre

e) Direct Marketing

Si richiede la creazione di una strategia di direct marketing, con annessa creazione e sviluppo di un CRM (integrazione tra marketing automation e CRM) di oltre 100.000 contatti tramite email marketing, con invio illimitato mensile di mail, per aumentare il livello di engagement del pubblico, inviandogli informazioni in tempo reale, curiosità, aggiornamenti ed efficaci call to action per reindirizzare gli utenti verso landing page e touch point digitali.

f) Google Advertising

Si richiede la creazione di una campagna search e display, su siti web, Youtube e applicazioni disponibili in Google Play ed Apple Store, con annesso lavoro di indicizzazione delle parole chiave concordate e definite con la società committente, per aumentare il livello di awareness dell'evento e, di conseguenza, l'interesse verso tutto ciò che gli ruota attorno e lo caratterizza (sport in gara, atleti più o meno noti coinvolti, modalità di partecipazione alle competizioni come volontario o come spettatore, etc.).

g) Riconoscimenti e referenze (referrals) da siti, blog e profili privati.

Si richiede la creazione di una rete di profili adeguatamente legati all'ambito dell'evento in oggetto (atleti, giornalisti sportivi, media on line sportivi, telecronisti, opinion leader riconosciuti) che contribuisca, tramite i propri canali, alla diffusione dell'evento, aumentandone visibilità, engagement e percezione.

SPORT	DAYS	DATE	HOURS OF BROAD.	HYP. START BROAD.	HYP. END BROAD.	BROAD. HOURS P. DAY
ARCHERY	2	12-13 JULY	16	10:00 AM	6:00 PM	8 HOURS PER DAY
ATHLETICS	1	8 JULY	3	6:00 PM	9:00 PM	3 HOURS PER DAY
ATHLETICS	1	9 JULY	12	10:00 AM	10:00 PM	12 HOURS PER DAY
ATHLETICS	4	FROM 10 TO 13 JULY	32	1:00 PM	9:00 PM	8 HOURS PER DAY
ATHLETICS - 20 KM WALK	1	12 JULY	3	7.00 AM	10:00 AM	3 HOURS PER DAY
ATHLETICS - HALF MARATHON	1	13 JULY	3	7.00 AM	10:00 AM	3 HOURS PER DAY
BASKETBALL SEMIS W	1	09 JULY	8	3:00 PM	11:00 PM	8 HOURS PER DAY
BASKETBALL SEMIS M	1	10 JULY	8	3:00 PM	11:00 PM	8 HOURS PER DAY
BASKETBALL FINALS W	1	11 JULY	8	3:00 PM	11:00 PM	8 HOURS PER DAY
BASKETBALL FINALS M	1	11 JULY	8	3:00 PM	11:00 PM	8 HOURS PER DAY
DIVING	4	FROM 4 TO 7 JULY	32	10:00 AM	6:00 PM	8 HOURS PER DAY
DIVING	1	8 JULY	6	10:00 AM	4:00 PM	6 HOURS PER DAY
FENCING	3	FROM 4 TO 6 JULY	15	3:00 PM	8:00 PM	5 HOURS PER DAY
FENCING	3	FROM 7 TO 9 JULY	9	3:00 PM	6:00 PM	3 HOURS PER DAY
FOOTBALL SEMIS W	1	10 JULY	8	3:00 PM	11:00 PM	8 HOURS PER DAY
FOOTBALL SEMIS M	1	11 JULY	8	3:00 PM	11:00 PM	8 HOURS PER DAY
FOOTBALL FINALS W	1	12 JULY	8	3:00 PM	11:00 PM	8 HOURS PER DAY
FOOTBALL FINALS M	2	13 JULY	8	3:00 PM	11:00 PM	8 HOURS PER DAY
GYM. ARTISTIC	4	FROM 4 TO 7 JULY	32	12:00 PM	8:00 PM	8 HOURS PER DAY
GYM. RHYTMIC	2	9-10 JULY	10	2:00 PM	7:00 PM	5 HOURS PER DAY
JUDO	4	FROM 4 TO 7 JULY	24	1:00 PM	7:00 PM	6 HOURS PER DAY
RUGBY SEVENS	1	7 JULY	8	12:00 PM	8:00 PM	8 HOURS PER DAY
SAILING	1	12 JULY	8	11:00 AM	7:00 PM	8 HOURS PER DAY
SHOOTING SPORT - PISTOL & RIFLE	6	FROM 4 TO 9 JULY	24	2:00 PM	6:00 PM	4 HOURS PER DAY
SHOOTING SPORT - SKEET & TRAP	6	FROM 4 TO 9 JULY	24	1:00 PM	5:00 PM	4 HOURS PER DAY
SWIMMING	7	FROM 4 TO 10 JULY	42	3:00 PM	9:00 PM	6 HOURS PER DAY
TABLE TENNIS	4	FROM 8 TO 11 JULY	28	3:00 PM	10:00 PM	7 HOURS PER DAY
TAEKWONDO	7	FROM 7 TO 13 JULY	49	2:00 PM	9:00 PM	7 HOURS PER DAY
TENNIS SEMIS	2	10-11 JULY	24	10:00 AM	10:00 PM	12 HOURS PER DAY
TENNIS FINALS	2	12-13 JULY	16	10:00 AM	6:00 PM	8 HOURS PER DAY
VOLLEYBALL SEMIS M	1	10 JULY	8	2:00 PM	10:00 PM	8 HOURS PER DAY
VOLLEYBALL SEMIS W	1	11 JULY	8	2:00 PM	10:00 PM	8 HOURS PER DAY
VOLLEYBALL FINALS W	1	12 JULY	8	2:00 PM	10:00 PM	8 HOURS PER DAY
VOLLEYBALL FINALS M	1	13 JULY	8	2:00 PM	10:00 PM	8 HOURS PER DAY
WATERPOLO SEMIS	2	11-12 JULY	12	12:00 PM	18:00 PM	6 HOURS PER DAY
WATERPOLO FINALS W	1	13 JULY	4	5:00 PM	9:00 PM	4 HOURS PER DAY
WATERPOLO FINALS M	1	14 JULY	4	11:00 AM	3:00 PM	4 HOURS PER DAY
OPENING CERIMONY	1	3 JULY	7	5:00 PM	12:00 AM	7 HOURS PER DAY
CLOSING CERIMONY	1	14 JULY	7	5:00 PM	12:00 AM	7 HOURS PER DAY