



Il Walking Day

IL CONCEPT

Evento dedicato alla promozione del walking in una città di forte valenza comunicativa quale può essere Milano. L'obiettivo è quello di realizzare un evento di richiamo che possa coinvolgere chi è interessato alla salute, al benessere e alla sana pratica sportiva che possa coniugare l'idea del camminare con uno stile di vita e una mobilità veramente sostenibile

DOVE E QUANDO

Milano (Partenza e Arrivo in Arena Civica)

6 novembre

VILLAGGIO

Arena Civica

5-6 novembre

ISCRIZIONI

€ 12 comprensivi di t-shirt omaggio e pacco gara (bambini sotto i 14 anni € 2)

On line www.walkingday.it/index.php/iscriviti e al villaggio sino a prima della partenza

DISTANZA

8 km – Percorso cittadino (in attesa di conferma la possibilità di arrivare sino a Piazza Duomo)

TESTIMONIAL

Maurizio Damilano campione OLIMPICO

All'interno dell'Arena Civica sarà allestito il **Villaggio** ufficiale dell'evento che accoglierà i partecipanti e gli sponsor.

Durante le giornate saranno previste attività di intrattenimento, training, incontri sul tema walking, oltre ovviamente alla possibilità di iscriversi all'evento e ritirare i pettorali di gara.



La comunicazione e la promozione

- Sito dedicato sul quale saranno pubblicate tutte le news utili, il percorso, gli orari, le modalità di iscrizioni, il programma delle giornate e le attività che saranno svolte nei due giorni.
- Pagina dedicata all'evento sui principali social (Facebook, Instagram, etc)
- Tam Tam promozionale sui principali social
- Invio di comunicazioni a specifiche mailing list
- Distribuzione di volantini nei luoghi di interesse
- Affissioni in punti strategici della città
- Promozione attraverso i canali dei partner
- Campagne promozionali sui media partner

Sabato 5 novembre

- Ore 10.00: apertura del villaggio e inizio attività
- Iscrizioni, ritiro pettorali gara
- Training walking/nordic walking
- Incontri sul tema salute alimentazione e movimento
- Attività dei partner
- Ore 18.00: termine attività e chiusura villaggio

Domenica 6 novembre

- Ore 8.30: apertura villaggio e inizio attività
- Attività dei partner
- Warm up
- Ore 10.00: partenza gara
- Ore 11.00: arrivi
- Ore 12.00: consegna riconoscimenti
- Ore 13.00: termine attività e chiusura villaggio



Il promotore dell'evento



ENTE DI PROMOZIONE
SPORTIVA
RICONOSCIUTO
DAL CONI

OPES - ORGANIZZAZIONE PER L'EDUCAZIONE ALLO SPORT
è un ENTE DI PROMOZIONE SPORTIVA riconosciuto dal CONI.



Tra i suoi obiettivi vi è quello di organizzare, senza scopo di lucro, iniziative sportive, ricreative e formative che vedano lo sport come mezzo per la trasmissione di valori positivi come il miglioramento di se stessi, la socializzazione e l'integrazione.

L'educazione a stili di vita sani, costituisce uno dei fondamenti dell'attività sportiva.

PARTNER TECNICI



MAP Italia srl

Nata per diffondere in ambito nazionale la disciplina del Fitwalking, il cui principio è quello di promuovere una modalità di cammino corretta, efficace e proficua al fine di ottenere benefici salutari e di benessere.



SCUOLA ITALIANA NORDIC WALKING

ASD con lo scopo di promuovere, di sviluppare e di salvaguardare il nordic walking. La scuola cura inoltre i rapporti con le varie organizzazioni internazionali che promuovono il nordic walking.



PROMO.S

Società sportiva fondata da un gruppo di insegnanti di educazione fisica e da professionisti sportivi. Ha maturato un'esperienza trentennale nell'ambito della promozione ed organizzazione di molteplici discipline sportive



THEORIA

Agenzia di comunicazione e marketing con oltre 18 anni di esperienza nel settore. Theoria è composta da un team di persone con competenze diversificate, tra cui PR Specialist, Social & Digital Strategist e Consulenti di Marketing & Eventi. Ha sede a Milano e copertura mondiale, grazie all'appartenenza ai network internazionali di agenzie indipendenti.



CSPORTMARKETING

Struttura di comunicazione full service nell'area sportmarketing e negli eventi active BTC e BTB, con una conoscenza approfondita del mondo sportivo in tutte le sue accezioni.



Il Charity Partner



Banco Alimentare è un'Organizzazione Non profit che ha l'obiettivo di recuperare le eccedenze alimentari e ridistribuirle gratuitamente alle strutture caritative che aiutano i poveri in Italia. Parte del ricavato della vendita delle sacche gara servirà a sostenere tali attività.

I BENEFICI DELL'ATTIVITA'

SOCIALE

Alimenti ancora buoni vengono salvati e non diventano rifiuti, ritrovando la loro originale destinazione e finalità presso gli enti caritativi che ricevono gratuitamente questi alimenti per i loro bisognosi e possono destinare le risorse così risparmiate all'implementazione delle loro attività, migliorando la qualità dei propri servizi.

ECONOMICO

Donando le eccedenze, le aziende restituiscono loro un valore economico e, se da un lato contengono i propri costi di stoccaggio e di smaltimento, dall'altro offrono un contributo in alimenti che ormai supera le centinaia di milioni di euro di valore commerciale.

AMBIENTALE

Il recupero degli alimenti impedisce che questi divengano rifiuti, permettendo così da un lato un risparmio in risorse energetiche, quindi un abbattimento delle emissioni di CO2 nell'atmosfera, e dall'altro il riciclo delle confezioni.

EDUCATIVO

Fin dalla sua origine, la Fondazione Banco Alimentare Onlus ha superato ogni aspetto assistenzialista. Infatti il metodo adottato è quello del dono di sé commosso verso la persona concreta, unica, irripetibile. L'opera educativa pone dunque al centro del suo agire la carità. Solo così è possibile condividere il vero bisogno dell'uomo, senza ridurlo a un progetto ideologico.



SPONSOR



MEDIA PARTNER



PROMOTIONAL PARTNER



- Essere i **first mover**;
- Coinvolgere un **target** vasto, eterogeneo e trasversale;
- Aumentare la **brand awareness**;
- Potenziare il livello di **engagement** del consumatore sfruttando l'occasione della attività fisica per creare una relazione di lungo periodo;
- Facilitare la **call to action** per l'acquisto dei prodotti;
- **Medialità**: ovvero sfruttare il potenziale comunicativo che l'evento è in grado di generare intorno a se, sia online che offline e che automaticamente si riflette sul brand.