

LBA  
**AWARDS**  
2025

PRESENTED BY  
**Unipol**

# Pallacanestro TRIESTE

Candidatura Pallacanestro Trieste  
Premio Migliore Attivazione Marketing LBA 2025

**"Fight As One" - The rebound**



NO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA



Oltre la sponsorizzazione:  
un nuovo paradigma

# LA COMUNITÀ AL CENTRO

Con il progetto "Fight As One - The Rebound" la Pallacanestro Trieste vuole ridefinire il marketing sportivo: non solo visibilità, ma **responsabilità condivisa**.

Trasformiamo gli sponsor in **Partner d'Impatto**, offrendo l'opportunità di investire in progetti che generano valore reale e misurabile per il territorio, le persone e le nuove generazioni.

Ogni investimento diventa un seme piantato nel tessuto sociale di Trieste.

---





Inaugurazione playground  
di Valmaura nel 2024

## SPONSOR COME ATTORI DEL CAMBIAMENTO

Ritorno sociale e reputazionale

Dall'inclusione giovanile al recupero di spazi urbani, dalla sostenibilità all'educazione attraverso lo sport i nostri sponsor possono scegliere di diventare **attori protagonisti di un cambiamento positivo**, generando ritorno sociale oltre che reputazionale.

La nostra società ritiene che il vero successo di una squadra si misuri nella capacità di questa di restituire al territorio ciò che riceve. Questa è la nostra strategia. Una **sponsorship community-oriented** che lascia un'impronta, che racconta storie autentiche, che costruisce legami profondi e duraturi.



# IL PROGETTO: Fight As One - the Rebound

Nel basket, il rimbalzo (**rebound**) è istinto, reazione, speranza:  
la capacità di trasformare un errore in una nuova opportunità.

Il progetto nasce da questa potente metafora: un progetto annuale, lungo tutta la stagione  
2024-2025, per dare una seconda chance a persone, oggetti e luoghi della nostra comunità.

## Un impegno concreto su 2 direttrici strategiche

- **Sostenibilità Sociale:** investire sulle persone, promuovendo inclusione ed educazione attraverso lo sport.
- **Sostenibilità Ambientale:** recuperare risorse e spazi, sensibilizzando la comunità alla cura del territorio.



# 1. La direttrice sociale del progetto



## Fight As One Sport

Tre allenamenti gratuiti a settimana offerti ai ragazzi seguiti dallo staff di Pallacanestro Trieste, che è presente anche con i giocatori e allenatori della prima squadra biancorossa.



## Aggiungi un posto a tavola

Gli allenamenti sono preceduti da un pranzo nella zona mensa della prima squadra, in cui i partecipanti al progetto vengono seguiti con una dieta approvata da un esperto nutrizionista.

## "Fight As One - battiti all'unisono"

Questo percorso sportivo ed educativo è il vero cuore del progetto.

40 ragazzi e ragazze (11-16 anni) provenienti da contesti fragili, individuati grazie alla preziosa collaborazione dell'Ufficio Scolastico Regionale, partecipano a 3 incontri settimanali in cui pranzano insieme e si allenano sui campi della Pallacanestro Trieste.

Pranzi, kit da allenamento, scarpe e visite mediche, vengono forniti a titolo gratuito ai ragazzi.

Durante i pasti gli studenti siedono spesso insieme ai giocatori della prima squadra dando così vita ad un importantissimo momento di scambio e condivisione vera in un clima informale e familiare che li aiuta a comprendere come essere veri teammates.

Due volte al mese il programma di allenamento sportivo post pranzo è arricchito da workshop sportivi, artistici ed educativi alla presenza di giocatori della prima squadra, coaches, e dirigenti della società.

# 1. La direttrice sociale del progetto

## “Fight As One - battiti all'unisono”

Scopo primario di questa direttrice di sostenibilità sociale è offrire a ragazzi e famiglie provenienti da contesti di fragilità una seconda opportunità attraverso lo sport affinché questo venga vissuto unicamente come occasione di gioia e crescita personale senza che gli affanni economici possano ostacolarne la partecipazione.

**Impatto Rilevato:** educatori e dirigenti scolastici confermano un miglioramento significativo nel benessere psico-fisico e nell'autostima dei ragazzi.

### Partner dell'iniziativa

- **Ufficio Scolastico Regionale**, che ha inserito il progetto nel Piano di Offerta Formativa (POF) degli istituti scolastici coinvolti.
- **BCC Venezia Giulia**
- **Fondazione Pietro Pittini**
- **Meccano Engineering**
- **Regione FVG**



## 2. La direttrice ambientale del progetto



Valmaura



Eco Dunk



Pulizia Rive di Trieste



Work in progress  
"Playground Revolution"

La metafora del "rebound" si estende all'ambiente con due progetti distinti:

**"Eco-Dunk"**: trasformare i materiali di scarto in valore, promuovendo il non-spreco.

**"Playground Revolution"**: Rigenerare uno spazio urbano abbandonato, restituendolo alla comunità come luogo di inclusione.

## 2. La direttrice ambientale del progetto

### Eco Dunk

le fasi del progetto

- **Laboratorio didattico:** momento di sensibilizzazione ambientale rivolto ai ragazzi attraverso un workshop con esperti del settore (una rappresentante della Fondazione One Ocean ed un ingegnere edile dell'azienda ITS Ecologia);
- **Clean-Up delle Rive del Mandracchio:** pomeriggio dedicato all'attività di pulizia urbana con la partecipazione di 10 giocatori, coaches e GM;
- **Visita alla Eco-Factory:** momento educativo e immersivo presso ITS Ecologia per comprendere la lavorazione dei materiali di scarto;
- **Laboratorio di riciclo creativo:** laboratori artistici durante i quali i ragazzi con la collaborazione dei docenti della scuola edile Edilmaster, hanno creato veri e propri gioielli da indossare utilizzando i soli materiali di scarto raccolti da loro stessi in occasione del Clean-Up precedente.
- **Partita a tema ambientale:** evento conclusivo e celebrativo di Eco-Dunk svoltosi di una partita casalinga durante la quale a riconoscimento dell'impegno profuso dai giovani partecipanti durante le tre fasi precedenti si è dato luogo ad una piccola cerimonia di premiazione degli stessi a centro campo con tanto di coppe, medaglie e borse di studio. Durante la stessa partita allo scopo di coinvolgere l'intero palazzetto, grazie alla collaborazione con Eco-FVG, abbiamo donato ad ogni singolo tifoso presente una sacca sportiva realizzata in materiale eco-sostenibile contenente un piccolo vademecum per la raccolta differenziata



## 2. La direttrice ambientale del progetto

### Playground Revolution

#### Le fasi del progetto

- La rete di partner coinvolti per questa attivazione conta ben **79 scuole, 15 tra società sportive e associazioni di volontariato, 6 sponsor, 2 parrocchie, nonché tutti maggiori organi di informazione** della città.
- Come prima cosa abbiamo **lanciato un bando aperto a tutti gli studenti di tutti gli istituti scolastici e professionali di primo e secondo grado della città di Trieste** per partecipare con i loro lavori alla riqualificazione del **playground di Borgo San Sergio**, in una delle zone più periferiche della città.
- Gli studenti sono stati invitati ad immaginare e creare un design originale per la decorazione orizzontale del campo e dei suoi tabelloni, tenendo in considerazione non solo le linee proprie della pallacanestro standard ma anche quelle tipiche del gioco del **Baskin**. Il nostro progetto infatti darà vita al **primo campo all'aperto per Baskin della città**.
- Il progetto vincitore, viene realizzato in questi giorni dagli studenti della scuola edile Edilmaster di Trieste.
- Il campo verrà inaugurato **mercoledì 7 maggio 2025**, alla presenza di tutta la società, prima squadra al completo compresa, nonché partner istituzionali e non coinvolti nel progetto per vivere insieme un pomeriggio di gioco e condivisione in cui a tutti i cittadini presenti sarà data l'occasione di conoscere i propri beniamini da vicino.
- All'inaugurazione sarà disputata una **partita di basket inclusivo** a cui prenderanno parte i giocatori della prima squadra, della squadra di Serie A2 femminile di Trieste, delle Associazioni di ragazzi con disabilità che collaborano al progetto e delle Società Sportive cittadine.

## 2. La direttrice ambientale del progetto



# Innovazione e originalità



## Struttura e approccio: un unicum nel basket italiano



**Pionieri:** siamo la prima società professionistica italiana con un "Dipartimento Community and Fan Engagement" interamente dedicato al marketing per la comunità, con un team dedicato interamente a ideazione e realizzazione dei progetti tailor made per i partner e gli sponsor.

A seguito dei risultati positivi ottenuti si è reso necessario creare l'associazione **IL CUORE IN CAMPO PALLACANESTRO TRIESTE ODV** per rispondere alla crescente esigenza di sponsor, partner, enti pubblici e tifosi che sempre più chiedevano di partecipare attivamente alle iniziative community-oriented lanciate dal dipartimento.

Pallacanestro Trieste, attraverso Dipartimento e Associazione propone oggi ai suoi partner progetti su misura che producono una visibilità personale e mirata in progetti ad alto impatto sociale e ambientale.

# Innovazione e originalità

Struttura e approccio: un unicum nel basket italiano

## Giocatori ambasciatori nella Comunità

Il coinvolgimento costante e diretto dei **giocatori della Prima Squadra** (in media 11h messe a disposizione da ogni singolo giocatore) e l'utilizzo degli spazi del **PalaTrieste** ha prodotto un virtuoso duplice effetto:

1. Per i soggetti destinatari una più efficace attrattività e ricettività dei principi che vogliamo trasmettere
2. Per i nostri giocatori una maggiore coesione e rafforzamento dello spirito di squadra.

L'incontro personale con i giocatori rinsalda il legame con i tifosi e con la città, valorizzando l'uomo dietro l'atleta garantendo così sostegno anche nei momenti sportivamente più critici.

Per la Pallacanestro Trieste non esiste una distinzione tra dimensione sportiva e sociale che al contrario si fondono in un'unica immagine che è quella della nostra società.

Inaugurazione playground  
di Valmaura nel 2024



- **Engagement tifosi:** 2° posto in Italia per presenze; +120% abbonamenti vs stagione precedente; pubblico giovane e familiare.
- **Portata sociale:** 5.100 beneficiari diretti raggiunti, oltre il 70% minori.
- **Dedizione totale:** 224 ore donate da giocatori, staff e management ai progetti.
- **Rete collaborativa:** 23 partner attivi nei progetti della stagione.
- **Capillarità territoriale:** 79 scuole di Trieste coinvolte nelle iniziative. Sono oltre 200 i progetti grafici ricevuti dagli studenti alla chiusura del bando.

**I NUMERI DEL  
nostro impegno**



- **Sostegno economico:** oltre €40.000 raccolti dall'ODV (contributi monetari e donazioni in kind).
- **Infrastruttura inclusiva:** creato il 1° campo da Baskin outdoor a Trieste.
- **Fiducia riconosciuta:** 2 sponsor principali hanno aumentato l'investimento per i progetti sociali; 1 sponsor è rientrato specificamente per sostenere l'attività community-oriented.
- **Partnership d'eccellenza:** collaborazioni con Fondazione Pietro Pittini, One Ocean Foundation (unico partner sportivo non marino in Europa), Ufficio Scolastico Regionale, Regione FVG, Comune di Trieste, Barcolana.



**I NUMERI DEL  
nostro impegno**

- **Media:** oltre **60 uscite** sulla stampa online e offline delle iniziative. Partnership per la capillarizzazione con TV e Radio locali per massimizzare la diffusione.
- **Social:** il mondo digital di Pallacanestro Trieste è **cresciuto esponenzialmente** nell'arco della stagione, *come dimostrano i dati nella slide successiva*, ampliando ulteriormente la visibilità garantita per le attività community-oriented.
- **Presenza costante:** un calendario degli impegni media redatto a inizio anno garantisce la presenza settimanale di giocatori e staff in tutti i media locali:

1. RAI FVG
2. TELEQUATTRO
3. Radio Rai
4. Radio Punzo Zero
5. Media on-line

In tutte queste occasioni di comunicazione viene dato spazio alle attività rivolte alla comunità locale, aumentando l'impatto mediatico.

la Comunicazione  
a supporto dell'iniziativa



# f FACEBOOK

da inizio stagione

Follower  
**+ 1.180** /28.000 follower

Impressions  
**4.8 M** +24% yoy

Engagement  
**453 k** +45% yoy

Total reach  
**8.2 M** +70% yoy

# Instagram

da inizio stagione

Follower  
**+ 6k** /29.100 follower

Impressions  
**12 M** +92% yoy

Engagement  
**765 k** +206% yoy

Total reach  
**16 M** +267% yoy

# YOUTUBE

da inizio stagione

Views  
**+ 43k**

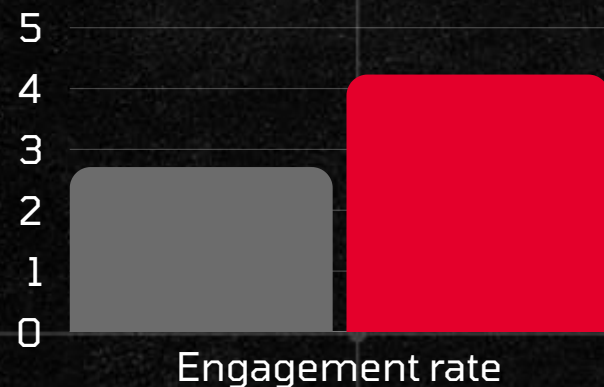
Impressions  
**264.806**

Subscribers  
**+243** 2.260 iscritti totali

Viewing hours  
**1.495 h**

● % avg LBA

● % PALL TS



Follower  
**25,9k**  
Views  
**1,7 M**

Other channels  
  
Follower  
**10k**

**PIU' DEL 30% DEGLI UTENTI RAGGIUNTI NON E' FOLLOWER DEI PROFILI**



**FIGHT AS ONE-THE REBOUND** non è semplicemente un progetto di marketing: è un atto d'amore verso la città, un manifesto di responsabilità sociale incarnato attraverso il linguaggio universale dello sport. È la storia di una squadra che ha scelto di andare oltre il parquet per diventare motore di cambiamento.

"The Rebound" è un rimbalzo collettivo, una seconda possibilità che si traduce in azione concreta.

È il suono di un pallone che rimbalza e diventa speranza.

