



GIRO PROFILE

SOMMARIO

INDEX

01

IL DNA DEL GIRO D'ITALIA *THE DNA OF GIRO D'ITALIA*

- 06 COS'È IL GIRO D'ITALIA
WHAT IS GIRO D'ITALIA
- 08 LA CORSA PIÙ DURA DEL MONDO
THE TOUGHEST RACE IN THE WORLD
- 10 IL PAESE PIÙ BELLO DEL MONDO
THE WORLD'S MOST BEAUTIFUL PLACE
- 12 GIRO D'ITALIA HALL OF FAME
- 14 I NOSTRI SIMBOLI *OUR SYMBOLS*
- 16 MAGLIE UFFICIALI *OFFICIAL JERSEYS*
- 18 VALORI *VALUES*
- 20 GIRO D'ITALIA RIDE GREEN
- 22 GIRO E
- 24 GIRO D'ITALIA RIDE LIKE A PRO

02

L'ESPOSIZIONE DEL GIRO *THE GIRO EXPOSURE*

- 30 EVERYWHERE ALWAYS
- 32 COPERTURA TV NEL MONDO
INTERNATIONAL TV COVERAGE
- 34 COPERTURA TV: ITALIA
TV COVERAGE: ITALY
- 38 PRESENZE MEDIA *MEDIA ATTENDANCE*
- 40 COPERTURA MEDIA *MEDIA COVERAGE*
- 42 GIRO ONLINE
- 44 SOCIAL MEDIA RACE
- 46 LIVE AUDIENCE

03

LO SPETTACOLO DEL GIRO *THE GIRO SHOW*

- 52 IL VIAGGIO DEL GIRO *THE GIRO TRIP*
- 54 GRANDE PARTENZA
- 56 PRESENTAZIONE SQUADRE
TEAMS PRESENTATION
- 58 PARTENZA *DAILY START*
- 60 VILLAGGIO DI PARTENZA *START VILLAGE*
- 62 CAROVANA *ADV PARADE*
- 64 ARRIVO *FINISH*
- 66 OPEN VILLAGE
- 68 GRANDE ARRIVO
- 70 GIRO KIDS
- 72 HOSPITALITY PROGRAM

04

PERCHÉ INVESTIRE / SPONSORSHIP *WHY TO INVEST /SPONSORSHIP*

- 78 DIRITTI DI SPONSORIZZAZIONE
SPONSORSHIP RIGHTS
- 80 DIRITTI DI COMUNICAZIONE *COMMUNICATION RIGHTS*
- 82 CONTATTI LIVE *LIVE CONTACTS*
- 84 VISIBILITÀ DEL BRAND *BRAND VISIBILITY*
- 86 PR & HOSPITALITY
- 88 CON NOI NEL 2018 *WITH US IN 2018*
- 90 LICENSING & PRODOTTI UFFICIALI
LICENSING & OFFICIAL PRODUCTS

05

PERCHÉ INVESTIRE / ISTITUZIONI *WHY TO INVEST / INSTITUTIONS*

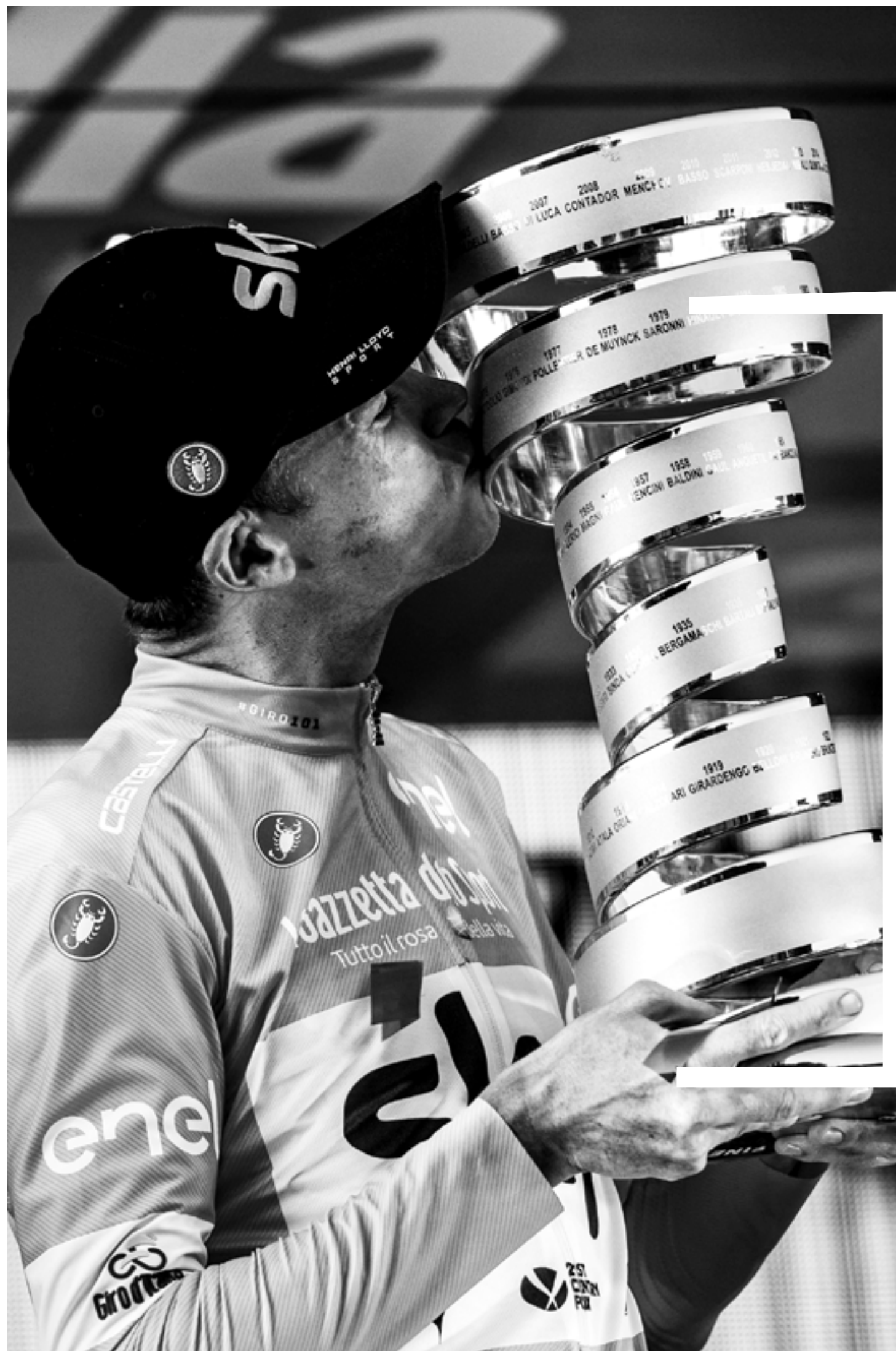
- 96 GLI IMPATTI DEL GIRO D'ITALIA
GIRO D'ITALIA EFFECTS
- 98 IMPATTO ECONOMICO
ECONOMIC IMPACT
- 102 IMPATTO TURISTICO
TOURISM-RELATED IMPACT
- 104 IMPATTO AMBIENTALE *ENVIRONMENTAL IMPACT*
- 106 IMPATTO SOCIALE *SOCIAL IMPACT*
- 108 IMPATTO CULTURALE *CULTURAL IMPACT*
- 110 IMPATTO INFRASTRUTTURALE
INFRASTRUCTURAL IMPACT
- 112 FATE IL VOSTRO GIRO *HAVE YOUR OWN GIRO*

06

PERCHÉ INVESTIRE / MEDIA *WHY TO INVEST / MEDIA*

- 118 UNA PRODUZIONE TV CON STANDARD QUALITATIVI
DI LIVELLO MONDIALE
*A TV PRODUCTION WITH WORLD-CLASS HIGH
QUALITY STANDARDS*
- 120 IL RACCONTO DI UNA STORIA ITALIANA
TELLING AN ITALIAN STORY
- 122 PROGRAMMAZIONE DISPONIBILE
AVAILABLE PROGRAMS

IL DNA DEL GIRO D'ITALIA



WHAT IS GIRO D'ITALIA

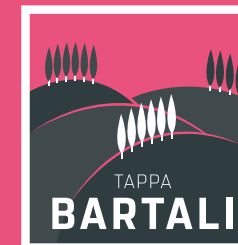
GIRO D'ITALIA COS'È IL



Giro d'Italia was born in 1909 with La Gazzetta dello Sport, becoming one of the three most important cycling stage races on road in the world today and one of the most-followed events on social-media on an international level. Giro d'Italia has had the merit of unifying the Country, enhancing territory with important values such as passion, sacrifice, respect, history and tradition, modernity and innovation, entertainment and social responsibility. It's to be considered a unique and unmissable heritage.

Nato nel 1909 con La Gazzetta dello Sport, oggi il Giro d'Italia rappresenta una delle corse di ciclismo a tappe più importanti al mondo e tra gli eventi più seguiti mediaticamente a livello internazionale.

Patrimonio unico e imperdibile, il Giro ha avuto il merito di unificare il Paese e valorizzare il territorio portando con sé valori importanti come passione, sacrificio, rispetto, storia e tradizione, modernità e innovazione, divertimento e responsabilità sociale.



The great stages dedicated to the symbols of Italian cycling, to mark their historic feats and live their legendary achievements again.



Le grandi tappe dedicate ai simboli del ciclismo italiano, per ripercorrere le loro storiche gesta e rivivere imprese leggendarie.



1909

THE YEAR
OF THE FIRST
GIRO D'ITALIA
L'ANNO DEL
PRIMO, STORICO
GIRO D'ITALIA



LE MAGLIE UFFICIALI

OFFICIAL JERSEYS



MAGLIA ROSA



MAGLIA CICLAMINO



MAGLIA AZZURRA



MAGLIA BIANCA

22

TEAMS FIGHTING
FOR GLORY
SQUADRE CHE
COMBATTONO PER
LA GLORIA

176

RIDERS CORRIDORI

101

EDITIONS EDIZIONI

21

STAGES TAPPE



TROFEO SENZA FINE
Trofeo ufficiale del
Giro d'Italia.
*The Giro d'Italia
official trophy.*



MAGLIA ROSA
Dal 1931, il simbolo
del primato.
*The symbol of leadership
since 1931.*



LUPO WOLFIE
La mascotte
del Giro d'Italia.
*The Giro d'Italia
mascot.*

DNA

STRENGTH FORZA
INNOVATION INNOVAZIONE
FOCUS CONCENTRAZIONE
RESOLUTION DETERMINAZIONE
CHALLENGE SFIDA
BEAUTY BELLEZZA
PASSION PASSIONE
AMORE INFINITO

LA CORSA PIÙ DURA DEL MONDO

THE TOUGHEST RACE
IN THE WORLD



This is Giro d'Italia, the toughest race in the world.
Where past and future run together, where you fall but public's passion
puts you back on.
Where rain will try to stop you, where mountains will test you and where
the sun might be exhausting.
This is Giro d'Italia, where we're all ready to write a new story.

QUESTO È IL GIRO,
LA CORSA PIÙ DURA AL MONDO.
DOVE PASSATO E FUTURO
CORRONO INSIEME,
DOVE SI CADE MA LA PASSIONE
DEL PUBBLICO TI RIMETTE IN SELLA.

DOVE LA PIOGGIA CERCHERÀ DI FERMARTI,
DOVE LA MONTAGNA TI METTERÀ
ALLA PROVA E DOVE IL SOLE
PROVERÀ A SFINIRTI.

QUESTO È IL GIRO,
DOVE SIAMO TUTTI PRONTI
A SCRIVERE UNA NUOVA STORIA.





IL PAESE PIÙ BELLO DEL MONDO

THE WORLD'S MOST BEAUTIFUL PLACE

Welcome to the most beautiful Country in the world.

A beautiful work, which every year accompanies the Giro d'Italia, enriching it with history and with the beauty of nature. Crystalline seas, green plains, snowcapped mountains. A painting that we can proudly show to the whole world.

Benvenuti nel Paese più bello del mondo.

Una splendida opera, che ogni anno accompagna il Giro d'Italia, arricchendolo di storia e di tutte le bellezze che la natura ci ha donato.

Mari cristallini, verdi pianure, montagne innevate. Un dipinto che possiamo finalmente mettere in mostra con orgoglio, davanti al mondo intero.



GIRO D'ITALIA HALL OF FAME

Giro d'Italia Hall of Fame brings our history back to life. It celebrates our past, pays tribute to our heroes and awards the Trofeo senza Fine to those who won the Corsa Rosa before the trophy's creation.

Giro d'Italia Hall of Fame rivive la nostra storia, celebra il nostro passato, rende omaggio agli eroi e consegna il Trofeo senza Fine a chi ha vinto la Corsa Rosa prima della sua creazione.



2012

EDDY MERCKX



2013

FELICE GIMONDI



2014

STEPHEN ROCHE



2015

FRANCESCO MOSER



2016

ERCOLE BALDINI



2017

BERNARD HINAULT



2018

MIGUEL INDURAIN





OUR SYMBOLS

I NOSTRI SIMBOLI



TROFEO SENZA FINE

Since 2000, it's the official trophy awarded to the Giro d'Italia winner.

The official trophy awarded to the Giro d'Italia's winner since year 2000.



MAGLIA ROSA

The symbol of supremacy in the Giro d'Italia since year 1931.

Dal 1931, il simbolo del primato in classifica generale.

MAGLIE UFFICIALI

OFFICIAL JERSEYS

MAGLIA ROSA

PINK FIGHTER



CHRIS FROOME
(TEAM SKY)



General classification leader.
Leader della classifica generale.

Pink like a page from "La Gazzetta dello Sport" newspaper, like one of those sheets handed out at the top of the hill that you lay over your stomach to protect it from the cold during the descent. Pink like the dawn of a champion. The Maglia Rosa is for the winner of the General Time Classification.

Rosa come "La Gazzetta dello Sport", come una pagina, come un foglio di quelli che si accettano in cima a una salita e si stendono sullo stomaco per proteggersi dal freddo della discesa. Rosa come l'alba di un campione. La Maglia Rosa del primo in classifica.

MAGLIA CICLAMINO

POINTS HUNTER



ELIA VIVIANI
(QUICK-STEP FLOORS)



Points classification leader.
Leader della classifica a punti.

Cyclamen like a flower and already like a fruit, like a thought and already like a memory, like a desire and already like nostalgia, like a full stop and already like semi-colon and new paragraph. Like a goal we are aiming at, today, tomorrow, forever. The Maglia Ciclamino of the King of the General Point Classification.

Ciclamino come un fiore e già come un frutto, come un pensiero e già come un ricordo, come una voglia e già come una nostalgia, come un punto e già come un punto e virgola e un punto e a capo. Come un obiettivo su cui puntare, oggi, domani, sempre. La Maglia Ciclamino del primo a punti.

MAGLIA AZZURRA

KING OF THE MOUNTAIN



CHRIS FROOME
(TEAM SKY)



Mountain Grand prix leader.
Leader del Gran Premio della Montagna.

Blue like an overflowing stream that gushes from the spring and flows all the way to the sea. Blue, but not still, like the water in a lake among glaciers. The Maglia Azzurra is for the winner of the King of the Mountains Classification (GPM).

Azzurra come il torrente in piena, che sgorga dalla sorgente e arriva fino in fondo al mare. Azzurra, ma non ferma, come l'acqua di un lago tra i ghiacciai. La Maglia Azzurra del primo nei Gran Premi della Montagna.

MAGLIA BIANCA

YOUNG FIGHTER



MIGUEL ANGEL LOPEZ
(ASTANA PRO TEAM)

< 26

Youth classification leader.
Leader della Classifica dei Giovani.

White like a symbol of freshness and even innocence, of brightness and possibly candour, of youth and perhaps shyness. The sleepless nights of whom is making his debut, of a newcomer or an entrant. The Maglia Bianca is for the winner of the Young Fighter Classification.

Bianca come simbolo della freschezza e magari dell'ingenuità, della pulizia e magari del candore, della giovinezza e magari della timidezza. Bianca come le notti in bianco di un esordiente, di un debuttante, di una matricola. La Maglia Bianca del primo fra i giovani.

VALORI

VALUES



OUR VALUES
AND OUR DNA
PROVE WHO WE
REALLY ARE,
MUCH MORE
THAN OUR
TALENT, MUCH
MORE THAN
OUR VICTORIES.

POWER

INNOVATION

FOCUS

DETERMINATION

CHALLENGE

BEAUTY

PASSION

AMORE INFINITO



*MOLTO PIÙ DEL NOSTRO TALENTO
MOLTO PIÙ DELLE NOSTRE VITTORIE
SONO I NOSTRI VALORI,
IL NOSTRO DNA, CHE DIMOSTRANO
VERAMENTE CHI SIAMO.*



GIRO D'ITALIA RIDE GREEN

The first separate garbage recycling project for an eco-friendly Giro d'Italia.

Il primo progetto di raccolta differenziata per un Giro d'Italia ecosostenibile.

GOALS

SEPARATE GARBAGE COLLECTION
RECYCLING COLLECTED MATERIAL
UPCYCLE
MEASURING PERFORMANCES
RAISING AWARENESS AND PROMOTING

GLI OBIETTIVI

RACCOLTA DIFFERENZIATA
AVVIARE A RICICLO I MATERIALI RACCOLTI
UPCYCLE
MISURARE LE PERFORMANCE
SENSIBILIZZARE E COMUNICARE

THE NUMBERS I NUMERI

75.758 KG
TOTAL SEPARATE
GARBAGE COLLECTION
TOTALE RACCOLTA
DIFFERENZIATA



Giro d'Italia
RIDE GREEN

GIRO E

**BUILDING THE FUTURE TOGETHER.
SCRIVIAMO INSIEME IL FUTURO.**



Giro E is the only E-bike stage race in the world. Here, you can run along the Giro d'Italia routes. More than 100 participants including fans, former pros, athletes and VIP guests will compete along professionals' routes, reaching the Giro arrival arch. An exclusive Hospitality program to experience the race's atmosphere through a unique experience made of sport and passion.

Giro E è l'unica gara a tappe del mondo per E-Bike e si corre sulle strade del Giro d'Italia. Più di 100 partecipanti tra appassionati, ex-professionisti, atleti e ospiti VIP si sfideranno lungo il percorso dei professionisti per concludersi sotto l'arco di arrivo del Giro. Un programma hospitality esclusivo per respirare l'atmosfera della gara in un'esperienza unica di sport e passione.



GIRO D'ITALIA RIDE LIKE A PRO

RIDING LIKE A PRO,
EXPERIENCING THE ITALIAN STYLE



Giro d'Italia Ride Like a Pro is a unique and fascinating experience: Live the race like the pros and lose yourself in the Giro d'Italia atmosphere.

Ride Like a Pro is the licensing project of the Giro d'Italia brand all over the world. The aim is to make the professional cycling experience accessible to everyone, celebrating the values of the Italian sport and of the Corsa Rosa.

Giro d'Italia Ride Like a Pro è un'esperienza unica ed appassionante: vivi la gara come i professionisti ed immergiti nell'atmosfera del Giro d'Italia.

Giro d'Italia Ride like a pro è il progetto di licenze del marchio Giro d'Italia in tutto il mondo. L'obiettivo è rendere l'esperienza del ciclismo professionale accessibile a tutti, celebrando i valori dello sport italiano e della Corsa Rosa.



ENDLESS CLIMBS,
BREATHLESS
DOWNHILLS
TO BREAK AWAY
EVEN FROM YOUR
OWN SHADOW.
TO BE A LEGEND,
TO BE THE
MAGLIA ROSA.



*SALITE INFINITE, DISCESE A PERDIFIATO
PER STACCARE ANCHE LA TUA OMBRA. PER ESSERE
LEGGENDA, PER ESSERE MAGLIA ROSA.*



GIRO D'ITALIA

AMORE INFINITO

L'ESPOSIZIONE DEL GIRO



EVERYWHERE ALWAYS

65

MLN
WEBSITE
PAGE VIEWS

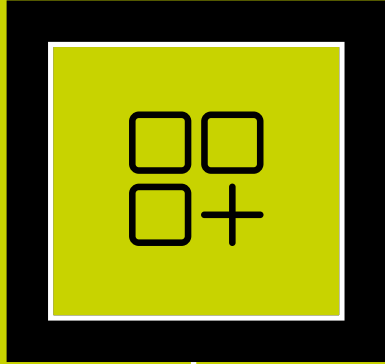


198

COVERED
COUNTRIES
*COPERTURA
PAESI*

21

UNFORGETTABLE
STAGES
*TAPPE
INDIMENTICABILI*



102

HISTORIC
EDITIONS
*EDIZIONI
STORICHE*

630.000

APP
DOWNLOADS

46.119

MEDIA
PUBLICATIONS
*PUBBLICAZIONI
MEDIA*



365

DAYS OF
PASSION
*GIORNI DI
PASSIONE*

2.054

MEDIA
ATTENDANCE
*PRESENZE
MEDIA*

2,8

MLN
SOCIAL
COMMUNITY

COPERTURA TV NEL MONDO

INTERNATIONAL TV COVERAGE

198



5

CONTINENTS
CONTINENTI

- | | | | |
|-------------------------|--|---------------------------|--------------------------------|
| RAI Host Broadcaster | EUROSPORT Europe & Asia Pacific region | L'EQUIPE France & DOM-TOM | SRG SSR Switzerland |
| NOS Netherlands | EITB Basque Country | SPORT 5 Israel | OSN Middle East & North Africa |
| SUPERSPORT South Africa | KWESE SPORTS Sub Saharan Africa | Fubo.tv USA & Canada | TDN Mexico & Central America |

- | | | | |
|--------------------|------------------------|-------------------------|---------------|
| ESPN Latin America | ESPN BRASIL Brazil | RCN TELEVISION Colombia | RTVC Colombia |
| DAZN Japan | SKY SPORTS New Zealand | SPORT 24 | SNTV |
| FLOSPORTS USA | | | |

COVERED COUNTRIES
PAESI COLLEGATI

18

TV NETWORKS, 18 OF WHICH HAVE LIVE BROADCASTING NETWORK TELEVISIVI CON PROGRAMMAZIONE IN DIRETTA

15.508

TV PROGRAMS
TRASMISSIONI TELEVISIVE

TOP 10 COUNTRIES:

UNITED KINGDOM	GERMANY
FRANCE	COLOMBIA
NETHERLANDS	JAPAN
BELGIUM	POLAND
SPAIN	USA

19.287

DEDICATED TV BROADCASTING HOURS
ORE DI TRASMISSIONI TELEVISIVE DEDICATE

818

MLN
TOTAL WORLDWIDE AUDIENCE
AUDIENZA COMPLESSIVA GLOBALE

221 MLN

TOTAL DEDICATED AUDIENCE: LIVESTREAM, REPLAYS, DELAYED, HIGHLIGHTS
AUDIENZA COMPLESSIVA DEDICATA: DIRETTE, REPLICHE, DIFFERITE, HIGHLIGHTS

161 MLN

TOTAL AUDIENCE IN SPORTS PROGRAMS
AUDIENZA COMPLESSIVA ALL'INTERNO DI PROGRAMMI SPORTIVI

436 MLN

TOTAL AUDIENCE ON THE NEWS PROGRAMS
AUDIENZA COMPLESSIVA ALL'INTERNO DI NOTIZIARI

COPERTURA TV: ITALIA

TV COVERAGE:
ITALY

A WHOLE DAY DEDICATED
TO THE GIRO D'ITALIA

UN'INTERA GIORNATA DEDICATA
AL GIRO D'ITALIA



IN THE LAST HOUR OF EVERY STAGE
(RAI + EUROSPORT):

NELL'ULTIMA ORA DI OGNI TAPPA
(RAI + EUROSPORT):

AVERAGE MARKET
SHARE
SHARE MEDIO
16.6%

AVERAGE DAILY
AUDIENCE
ASCOLTO MEDIO
GIORNALIERO
2.020.000



626

TV BROADCASTING
HOURS
ORE DI TRASMISSIONI
TELEVISIVE

IN THE LAST HOUR OF STAGE 14 -
ZONCOLAN (RAI + EUROSPORT):

NELL'ULTIMA ORA DELLA TAPPA 14 -
ZONCOLAN (RAI + EUROSPORT):

AVERAGE MARKET
SHARE
SHARE MEDIO
23.4%

98

HOURS OF LIVE COVERAGE
ON RAI2 AND
RAI SPORT +HD
ORE DI PROGRAMMAZIONE
IN DIRETTA SU RAI2
E RAI SPORT +HD

83

HOURS OF RACE
LIVE COVERAGE
ON EUROSPORT
ORE DI GARA
IN DIRETTA
SU EUROSPORT

AVERAGE AUDIENCE
ASCOLTO MEDIO
3.120.000

ABSOLUTE VIEWERS PEAK (RAI):
24.8% MARKET SHARE AND AUDIENCE
OF 3.255.634 AT THE FINISH OF
STAGE 14.

PICCO ASSOLUTO DI TELESPELTATORI
(RAI): SHARE DEL 24.8% E 3.255.634
ASCOLTATORI ALLA CONCLUSIONE
DELLA TAPPA 14.



PRESENZE MEDIA

MEDIA
ATTENDANCE

2.054

MEDIA

1.534

JOURNALISTS
GIORNALISTI

520

PHOTOGRAPHERS
FOTOGRAFI

911

NATIONAL
MAGAZINES / NEWSPAPERS
TESTATE NAZIONALI

53

LOCAL AND
INTERNATIONAL
RADIO STATIONS
RADIO LOCALI
E INTERNAZIONALI

230

NATIONAL
NEWSPAPERS,
INCLUDING
17 DAILY NEWSPAPERS,
30 MAGAZINES
AND 183 LOCAL
NEWSPAPERS
TESTATE NAZIONALI
DI CUI 17 QUOTIDIANI
30 RIVISTE E 183
TESTATE LOCALI

69

INTERNATIONAL
NEWSPAPERS OF WHICH
28 ARE DAILY
AND 31 ARE MAGAZINES
TESTATE INTERNAZIONALI
DI CUI 28 QUOTIDIANI
E 31 RIVISTE

59

INTERNATIONAL NEWSPAPERS
OF WHICH 28 ARE DAILY AND
31 ARE MAGAZINES
TESTATE INTERNAZIONALI
DI CUI 28 QUOTIDIANI
E 31 RIVISTE

156

INTERNATIONAL WEBSITES
SITI INTERNAZIONALI

169

ITALIAN WEBSITES
SITI NAZIONALI



63

PRESS OFFICES
UFFICI STAMPA

6

ITALIAN RADIO
STATIONS
RADIO NAZIONALI

47

PHOTO AGENCIES
OF WHICH
27 NATIONAL AND
20 INTERNATIONAL
AGENZIE FOTOGRAFICHE
DI CUI 27 NAZIONALI
E 20 INTERNAZIONALI

45

NATIONAL AND
INTERNATIONAL TELEVISIONS
TELEVISIONI NAZIONALI
E INTERNAZIONALI

253

LOCAL PHOTOGRAPHERS
FOTOGRAFI LOCALI

80

LOCAL TELEVISIONS
TELEVISIONI LOCALI

14

INTERNATIONAL
PRESS AGENCIES
AGENZIE DI STAMPA
INTERNAZIONALI

17

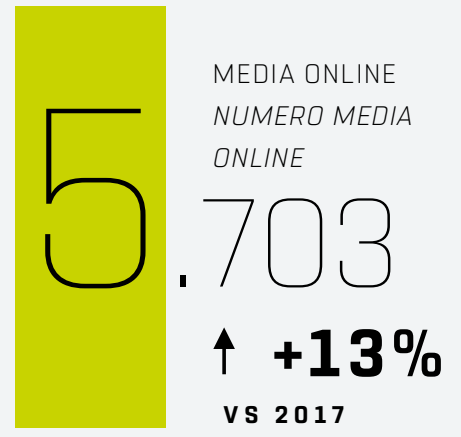
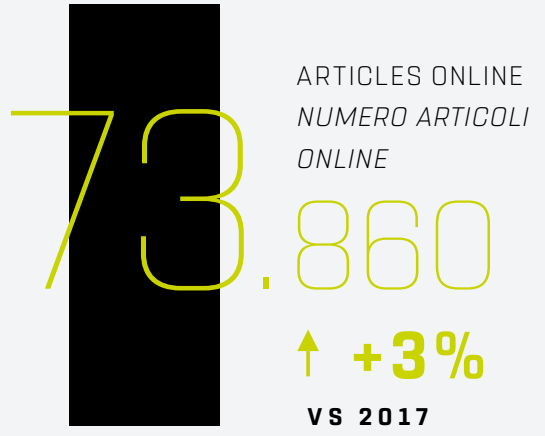
ITALIAN PRESS
AGENCIES
AGENZIE DI STAMPA
NAZIONALI

COPERTURA MEDIA

COPERTURA MEDIA

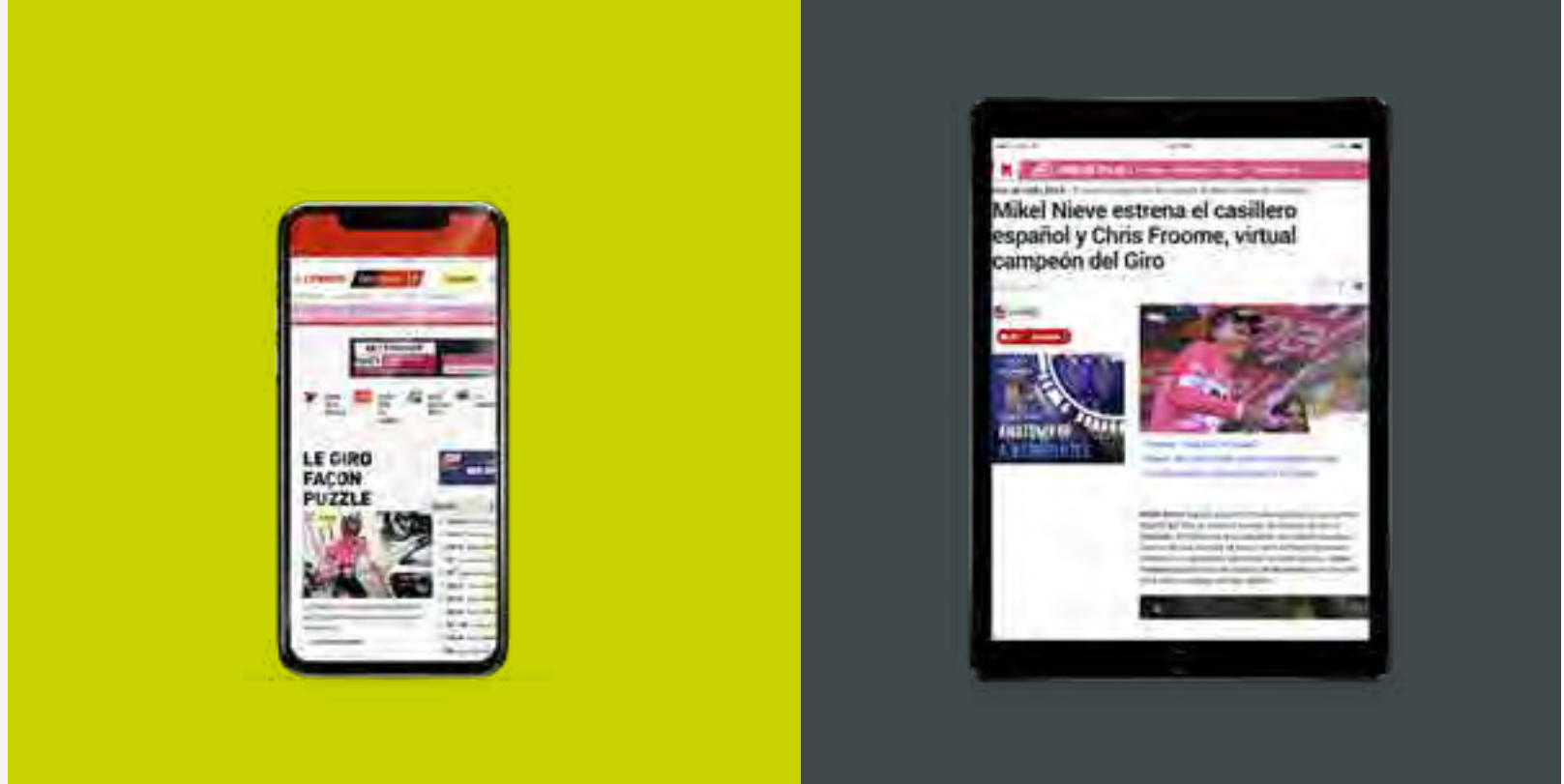
Top 10 countries.
I top 10 paesi.

- ITALY *ITALIA*
- UNITED STATES *STATI UNITI*
- UNITED KINGDOM *INGHILTERRA*
- COLOMBIA *COLOMBIA*
- SPAIN *SPAGNA*
- FRANCE *FRANCIA*
- NETHERLANDS *OLANDA*
- AUSTRALIA *AUSTRALIA*
- CANADA *CANADA*
- GERMANY *GERMANIA*



DISTRIBUTION BY CONTINENT
DISTRIBUZIONE PER CONTINENTE

- EUROPA **64%**
- AMERICA **29%**
- ASIA **3%**
- AUSTRALASIA **3%**
- AFRICA **1%**



GIRO ONLINE



WEB

461.000

UNIQUE USERS
UTENTI UNICI

APP

4

MLN

DAILY PAGE VIEWS
PAGINE VISTE
IN MEDIA OGNI GIORNO

630.000

TOTAL DOWNLOADS
DOWNLOAD TOTALI

6 MLN

UNIQUE VISITORS
VISITATORI UNICI

65

MLN

PAGE VIEWS
PAGINE VISTE

300.000

UNIQUE VISITORS
VISITATORI UNICI

12 MLN

VISITS DURING THE EVENT
VISITE DURANTE L'EVENTO

36

MLN

PAGE VIEWS
PAGINE VISTE



SOCIAL MEDIA RACE

K
FAN
IMPRESSION
43.600.000

680



520

K
FAN
IMPRESSION
50.490.630



48

MLN

TOTAL VIDEO VIEWS
(FACEBOOK + INSTAGRAM FEED
+ INSTAGRAM STORIES
+ TWITTER + YOUTUBE
+ DAILY MOTION)

1,2

MLN FAN
IMPRESSION 89.967.804



LIVE AUDIENCE

10,1

MLN
SPECTATORS INVOLVED
IN THE EVENT
*SPETTATORI COINVOLTI
NELL'EVENTO*



1,3

MLN
SPECTATORS
UNDER 14
*SPETTATORI
SOTTO I 14 ANNI*

THIS IS WHERE
THE PAST LOOKS
INTO THE FUTURE'S
EYES,
IT IS WHERE
GENERATIONS
COLLIDE.
IT IS WHERE
MEN FALL AND
CHAMPIONS RISE.

GIRO D'ITALIA

AMORE INFINITO



*QUI È DOVE IL PASSATO GUARDA NEGLI OCCHI
IL FUTURO, DOVE LE GENERAZIONI SI SCONTRANO.
DOVE GLI UOMINI CADONO E I CAMPIONI SI RIALZANO.*

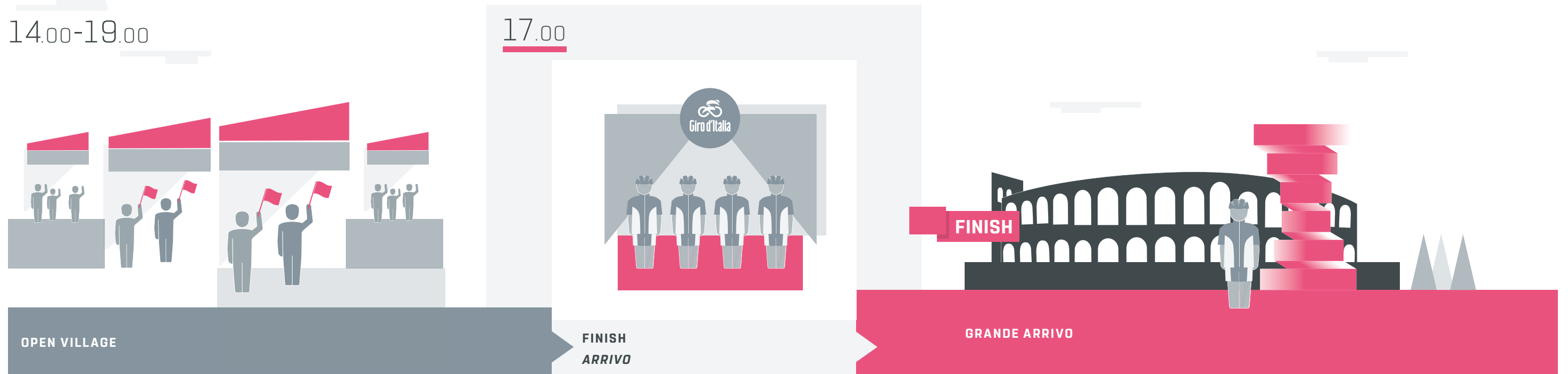
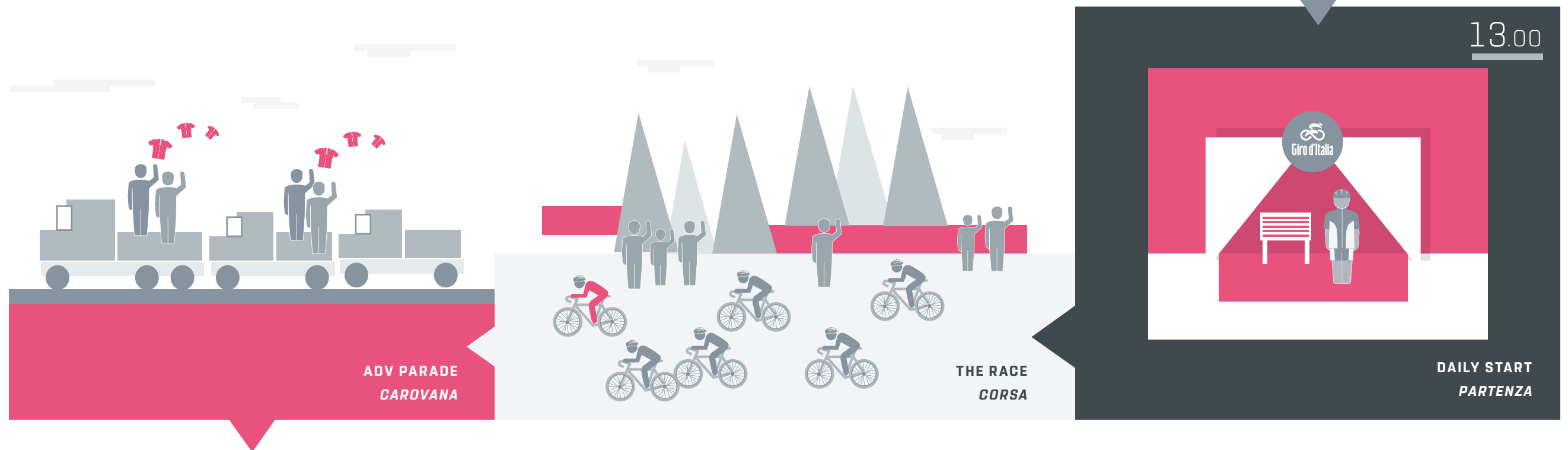
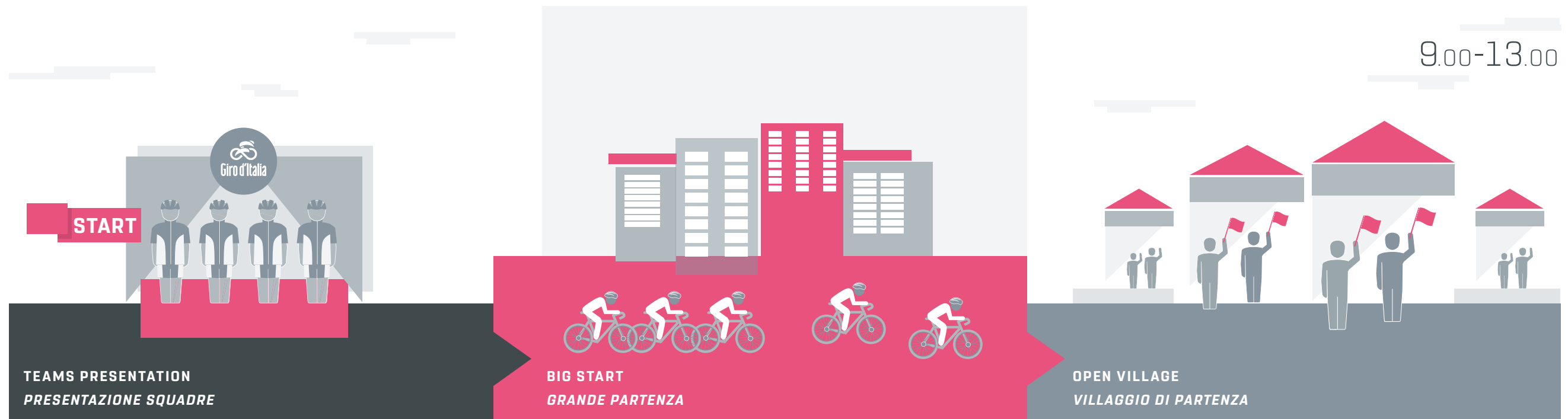


LO SPETTACOLO DEL GIRO



A M O R E

I N F I N I T O



GRANDE PARTENZA

The media value of the Big Start is incredible: for an entire week the whole world focuses on the host city.

Il valore mediatico della Grande Partenza è incredibile: per un'intera settimana tutti gli occhi del mondo sono puntati sulla località ospitante.



AWAITING THE START

AN ENTIRE CITY INTO
THE HIGH GEAR

A MYRIAD OF EVENTS
AND CELEBRATIONS
THAT
INVOLVE THE ENTIRE
REGION

SPECIAL
APPOINTMENTS
BEFORE
THE FIRST STAGE:
• **TOP RIDERS PRESS
CONFERENCE**
• **TEAMS
PRESENTATION**
• **GALA DINNER**

*L'ATTESA PRIMA
DELLA PARTENZA*

*UN'INTERA CITTÀ IN
FIBRILLAZIONE*

*UNA MIRIADE DI
EVENTI
E CELEBRAZIONI CHE
COINVOLGONO
UN'INTERA REGIONE*

*GLI APPUNTAMENTI
DA NON PERDERE,
FINO ALLA PRIMA
TAPPA:*

• **CONFERENZA
STAMPA TOP RIDERS**
• **TEAMS
PRESENTATION**
• **CENA DI GALA**

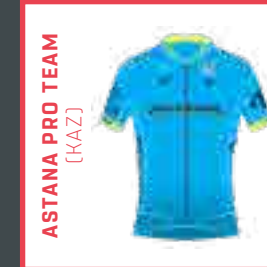
PRESENTAZIONE SQUADRE

TEAMS PRESENTATION



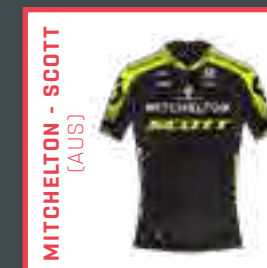
The teams participating to Giro d'Italia march in front of the crowds in a spectacular show-event that fills the city hosting the Big Start with passion. Champions from all the countries are introduced before fighting on the road.

Le squadre del Giro d'Italia sfilano davanti agli occhi del grande pubblico in uno spettacolare evento-show che appassiona la città che ospita la Grande Partenza. Campioni di tutte le nazioni si mostrano al mondo prima di darsi battaglia sull'asfalto.



2018 TEAMS

SQUADRE 2018



PARTENZA

EVERY MORNING

TROFEO SENZA FINE

SIGNATURE CHECK PARADE

LINING UP OF THE UMBRELLA GIRLS

CITY PARADE



OGNI MATTINA

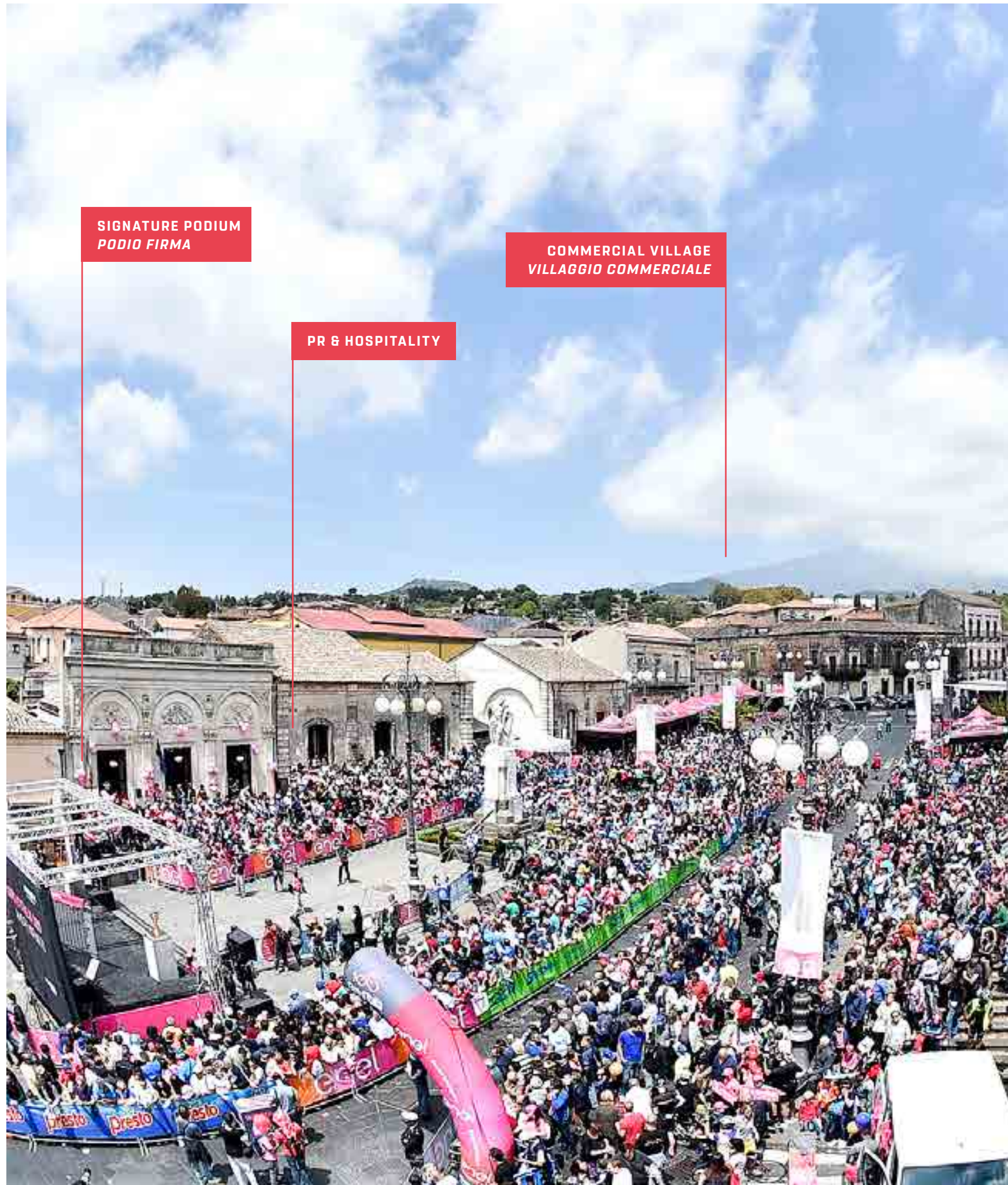
SFILATA DEL TROFEO SENZA FINE

FOGLIO FIRMA

INCOLONNAMENTO CON LE OMBRELLINE

SFILATA CITTADINA





START
VILLAGE

VILLAGGIO DI PARTENZA

EVERY MORNING

PR & HOSPITALITY
COMMERCIAL VILLAGE
SIGNATURE PODIUM AND
ENTERTAINMENT STAGE

OGNI MATTINA

PR & HOSPITALITY
VILLAGGIO COMMERCIALE
PODIO FIRMA E PALCO ANIMAZIONE

CAROVANA

ADV PARADE

Warmth, fun, joy and participation: the advertising parade's long parade embraces and amazes cycling fans surrounding them with passion so that every kilometer of Giro d'Italia becomes a celebration. It is a unique opportunity to have direct contact with the spectators gathered along every road in Italy.

Calore, divertimento, gioia e coinvolgimento: il serpentone della Carovana pubblicitaria abbraccia e stupisce il pubblico del ciclismo, lo circonda di passione per portare la festa del Giro d'Italia lungo tutto il percorso. La carovana è l'opportunità unica di entrare in contatto diretto con gli spettatori presenti su tutte le strade d'Italia.



1,11

MLN

DISTRIBUTED GADGETS
GADGET DISTRIBUITI

4.500

TRAVELLED KILOMETERS
CHILOMETRI PERCORSI

90

TOTAL NUMBER OF STOPS
COMUNI DI SOSTA

3

ADV PARADE NIGHT PARTIES
CAROVANA PARTY SERALE

ARRIVO

COME AND FEEL THE FINISH LINE ATMOSPHERE!

SPONSORS' ANIMATION

THE GIRO D'ITALIA KIDS PROJECTS AWARDING
ENTERTAINMENT

STAGE COMMITTEES INITIATIVES

HIGHLIGHTING OF LOCAL FACETS

THE WINNER GLORY

VIENI A VIVERE L'ATMOSFERA SULLA LINEA DEL TRAGUARDO!

ANIMAZIONE DEGLI SPONSOR

*PREMIAZIONE DEI PROGETTI KIDS DEL GIRO D'ITALIA
DIVERTIMENTO*

INIZIATIVE COMITATI TAPPA

VALORIZZAZIONE DELLE ECCELLENZE DEL TERRITORIO

IL TRIONFO DEL VINCITORE



OPEN VILLAGE

2,2 **MLN**
PEOPLE
ATTENDING
PERSONE



SHOWCASING /
SAMPLING / CONTACT
WITH THE PUBLIC /
PROFILING / BRAND
AWARENESS / BRAND
EXPERIENCE / SALES /
ANIMATION

SHOWCASING /
SAMPLING / CONTATTO
CON IL PUBBLICO /
PROFILAZIONE / BRAND
AWARENESS / BRAND
EXPERIENCE / VENDITA /
ANIMAZIONE

TIME SPENT
AT THE OPEN VILLAGE
TEMPO DI
PERMANENZA
ALL'OPEN VILLAGE

63 %

PEOPLE FOR MORE
THAN 15 MINUTES
PERSONE PER OLTRE
15 MINUTI

GRANDE ARRIVO

21 DAYS OF PASSION FOR ONE REASON ONLY:

GIRO FINAL CELEBRATION

AWARDING CEREMONY

AWARD OF THE TROFEO SENZA FINE

21 GIORNI DI PASSIONE PER VIVERE SOLO QUESTO:

LA FESTA FINALE DEL GIRO

LA PREMIAZIONE DEL VINCITORE

LA CONSEGNA DEL TROFEO SENZA FINE



GIRO KIDS



Biciscuola has involved 20.000 Italian schools in 2018 to bring 100.000 kids of the age 6-11 into sports culture, environmental protection and food education. The biggest educational project associated with sports in Italy.

50.000

FAMILIES INVOLVED
DURING THE YEAR
FAMIGLIE COINVOLTE
DURANTE L'ANNO

Attivo da 18 anni, il progetto Biciscuola ha coinvolto nel 2018 20.000 scuole in tutta Italia per avvicinare 100.000 di bambini dai 6 agli 11 anni a cultura dello sport, mobilità sostenibile, rispetto ambientale ed educazione alimentare. Il più grande progetto educativo legato al mondo dello sport mai affrontato in Italia.

1.250

STUDENTS AND TEACHERS
AWARDED ON FIELD
ALUNNI E INSEGNANTI
PREMIATI ON FIELD



LUPO WOLFIE

A great fan of teamwork and a passionate cyclist, Lupo Wolfie is the Giro d'Italia mascot. Lupo Wolfie has been conceived as part of a Social Responsibility project promoted by Giro d'Italia with the WWF European Alps Programme.

Abituato al gioco di squadra e grande appassionato di bicicletta, Lupo Wolfie è la mascot del Giro d'Italia. Lupo Wolfie nasce da un progetto di Responsabilità Sociale del Giro d'Italia con WWF Programma Alpi Europeo.

2.000

CLASSES ENROLLED
CLASSI ISCRITTE

10.000

SCHOOLS INVOLVED
IN 2018
SCUOLE SENSIBILIZZATE
NEL 2018

1,7

MLN
CHILDREN INVOLVED
IN 17 EDITIONS
RAGAZZI COINVOLTI
IN 17 EDIZIONI

27.000

CHILDREN AWARDED
AT GIRO D'ITALIA IN 2018
BAMBINI PREMIATI
AL GIRO D'ITALIA 2018



HOSPITALITY PROGRAM



START

/ RACE /

FINISH

Giro Club is the hospitality program that brings guests "inside" Giro d'Italia to give them an absolutely exclusive perspective on the sport and its passion and excitement. Guest's day begins with the access to the reserved area at the starting line, followed by the chance to watch the race from a VIP car and, during certain stages, from an helicopter. Guests will enjoy the end of the race from the front row, near the finish line.

PARTENZA

/ CORSA /

ARRIVO

Giro Club è il programma hospitality che porta gli ospiti "dentro" il Giro d'Italia per vivere, da una prospettiva assolutamente esclusiva, una tappa all'insegna dello sport, della passione e dell'emozione. La giornata dell'ospite comincia con l'accesso all'area riservata di Partenza, prosegue con la visione della corsa su un'auto VIP e, se previsto, da un elicottero. La conclusione è in prossimità del traguardo, per godersi l'arrivo in prima fila da una posizione privilegiata.

HERE IS WHERE
DESTINY IS WAITING
FOR YOU
AT THE FINISH
LINE. IT IS WHERE
MOUNTAINS BOW
TO MEN AND
WHERE MEN
BECOME HEROS.



*QUI È DOVE IL DESTINO TI ASPETTA AL TRAGUARDO.
DOVE LE MONTAGNE SI INCHINANO AGLI UOMINI
E GLI UOMINI SI TRASFORMANO IN EROI.*

GIRO D'ITALIA

AMORE INFINITO

PERCHÉ INVE- STIRE / SPONSOR- SHIP

WHY TO INVEST /
SPONSORSHIP



A M O R E

I N F I N I T O

DIRITTI DI SPONSORIZZAZIONE

SPONSORSHIP RIGHTS

LIVE CONTACTS *CONTATTI LIVE*

SAMPLING

PROFILING *PROFILAZIONI*

PRODUCT TESTING & SHOWCASING

TEST PRODOTTO & SHOWCASING

OPEN VILLAGE

ADV PARADE CAROVANA

VISIBILITY *VISIBILITÀ*

ADV ARCHES *ARCHI PUBBLICITARI*

OFFICIAL JERSEYS

MAGLIE UFFICIALI

INTERVIEWS BACKDROP

BACKDROP INTERVISTE

BANNERS *STRISCIONI*

INFLATABLES GONFIABILI

PR & HOSPITALITY

TAILOR-MADE HOSPITALITY AREAS

AREE HOSPITALITY PERSONALIZZATE

EXPO VILLAGES

VILLAGGI ESPOSITIVI

PRO AM GIRO D'ITALIA

LOUNGE AREA

COMMUNICATION *COMUNICAZIONE*

NAMING RIGHTS *QUALIFICHE*

ADVERTISING

MEDIA ACTIVATION

IMAGE RIGHTS

DIRITTI DI IMMAGINE



BECOMING AN OFFICIAL SPONSOR OF GIRO D'ITALIA IS A GREAT OPPORTUNITY FOR BRANDS TO ENHANCE THEIR INVESTMENT IN TERMS OF VISIBILITY, COMMUNICATION, IMAGE AND PR.

DIVENTARE SPONSOR UFFICIALE DEL GIRO D'ITALIA RAPPRESENTA PER LE AZIENDE UN'OPPORTUNITÀ PER VALORIZZARE IL PROPRIO INVESTIMENTO IN TERMINI DI VISIBILITÀ, COMUNICAZIONE, IMMAGINE E PR.

TAG HEUER
TAGHeuer
 CONNECTED
 MODULAR 45
 #connectedtoeternity

Giro d'Italia
 OFFICIAL
 TIMEKEEPER
 2018

Segafredo è di casa al **Giro d'Italia**.

Giro d'Italia TOP SPONSOR 2018
 Giro d'Italia MAGLIA CICLAMINO 2018

Segafredo Zanetti è *sponsor ufficiale della Maglia Ciclamino e Caffè Ufficiale del Giro*. Per far sentire tifosi e corridori a casa. A ogni tappa.

Edizione limitata 101° Giro d'Italia. **Segafredo** Calore di casa.

DIRITTI DI COMUNICAZIONE

COMMUNICATION RIGHTS

Those Companies which become partners of Giro d'Italia, have the opportunity to communicate and endorse the values and symbols related to the Corsa Rosa.

Le aziende che diventano partner del Giro d'Italia hanno la possibilità di comunicare e fare propri tutti i valori e i simboli legati alla Corsa Rosa.

IMAGE RIGHTS / NAMING RIGHTS / ADVERTISING / MEDIA ACTIVATION
 DIRITTI D'IMMAGINE / DIRITTI DI DENOMINAZIONE / PUBBLICITÀ
 / ATTIVAZIONE MEDIA

Giro d'Italia PARTNER UFFICIALE 2018

La Gazzetta dello Sport
 Tutto il rosa della vita

CASTELLI
 CERTI AMORI NON FINISCONO
 FANNO GIRI IMMENSI E POI RITORNANO
 CASTELLI-CYCLING.COM

Giro d'Italia SPONSOR AUTO UFFICIALE 2018

IL GIRO DELLE
 SCELTE
 DIFFICILI
 FACI SOGNARE
 CAMPIONE
 101 VOLTE
 IL GIRO
 SCHEGGE
 ROSA

Consumi ciclo combinato (l/100km) 9,0. Emissioni CO₂ (g/km) 210.

CONTATTI LIVE

LIVE CONTACTS

PEOPLE CONSIDERS THE VILLAGE CHEERFUL AND FUN
DELLE PERSONE GIUDICA IL VILLAGGIO ALLEGRO E DIVERTENTE

64.4%



PEOPLE VISITS THE COMMERCIAL VILLAGE FOR AT LEAST 20 MINUTES
DELLE PERSONE VISITA IL VILLAGGIO COMMERCIALE ALMENO PER 20 MINUTI

40%





B R A N D

V I S I B I L I T Y

VISIBILITÀ DEL BRAND

During the event, there are various ways for brands to promote their reputation and be fully visible.

Nei giorni dell'evento, attraverso differenti impianti, le aziende hanno la possibilità di ottenere una brand awareness e una visibilità a 360°.

FINISH LINE ARCH
ARCHES ALONG THE ROUTE
INTERVIEW
BANNERS
INFLATABLES
OFFICIAL JERSEYS
ARCO D'ARRIVO
ARCHI SUL PERCORSO
STRISCIONI
BACKDROP INTERVISTE
GONFIABILI
BACKDROPS
MAGLIE UFFICIALI

PR & HOSPITALITY

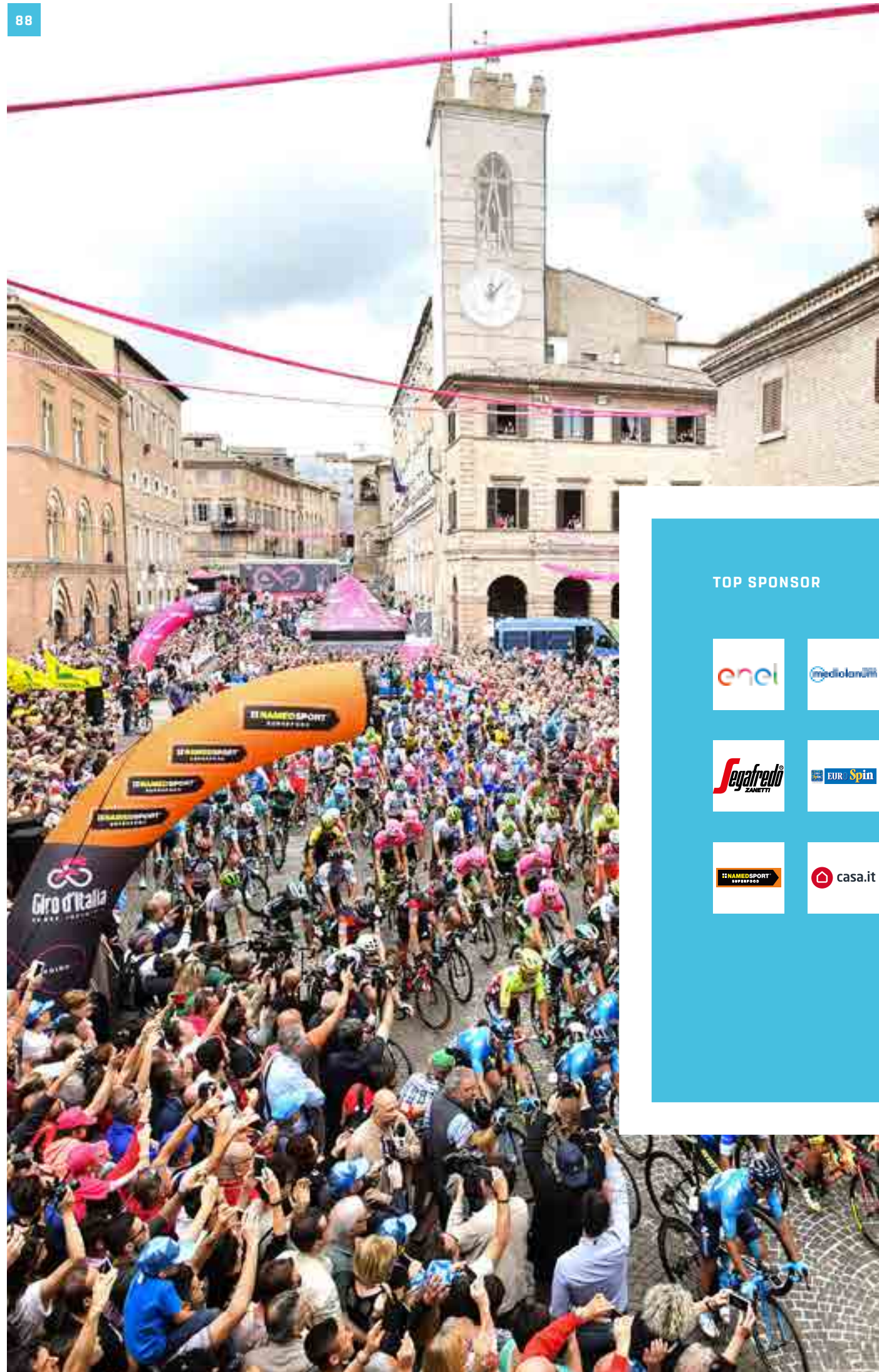
Vip areas, facilities and settings to experience the event from an exclusive and privileged position, making it ideal for business-to-business operations.

Una serie di ambienti vip, strutture e contesti differenti che permettono di vivere l'evento in una posizione esclusiva e privilegiata, ideale per operazioni di business to business.



START AND FINISH VILLAGES
HOSPITALITY AREAS
VILLAGGI DI PARTENZA E ARRIVO
AREE HOSPITALITY





CON NOI NEL 2018

WITH US
IN 2018

TOP SPONSOR	SPONSOR	OFFICIAL PARTNERS PARTNER UFFICIALI	OFFICIAL SUPPLIERS FORNITORI UFFICIALI



L I C E N S I N G & O F F I C I A L
P R O D U C T S

L I C E N S I N G
& P R O D D O T T I
U F F I C I A L I

PARING YOUR PRODUCTS WITH THE GIRO D'ITALIA MEANS JOINING IN THE PASSION OF SPORTS LOVERS WORLDWIDE.

Made in Italy, enthusiasm, passion are some of the values expressed by the Giro d'Italia brand. This is a unique opportunity to associate your company name with an historical brand.

ABBINARE I PROPRI PRODOTTI AL GIRO D'ITALIA SIGNIFICA INCONTRARE LA PASSIONE DEGLI SPORTIVI DI TUTTO IL MONDO.

Italianità, tradizione, passione sono solo alcuni dei valori espressi dal brand Giro d'Italia. Per le aziende è l'opportunità di associare il proprio nome a un brand di grande passione.



C O V E R
P O W E R B A N K



W I N E
V I N O



W A T E R B O T T L E
B O R R A C C I A



S H O E S
S C A R P E



C U P S
T A Z Z I N E



W I T H U S I N 2 0 1 8 C O N N O I N E L 2 0 1 8

THESE ARE
THE EMOTIONS
THAT HAVE UNITED
US FOR 102
GIRO D'ITALIA.
THIS IS PASSION.
THIS IS AMORE
INFINITO.

*QUESTA È L'EMOZIONE CHE CI UNISCE DA 102 EDIZIONI.
QUESTA È PASSIONE. QUESTO È AMORE INFINITO.*

GIRO D'ITALIA

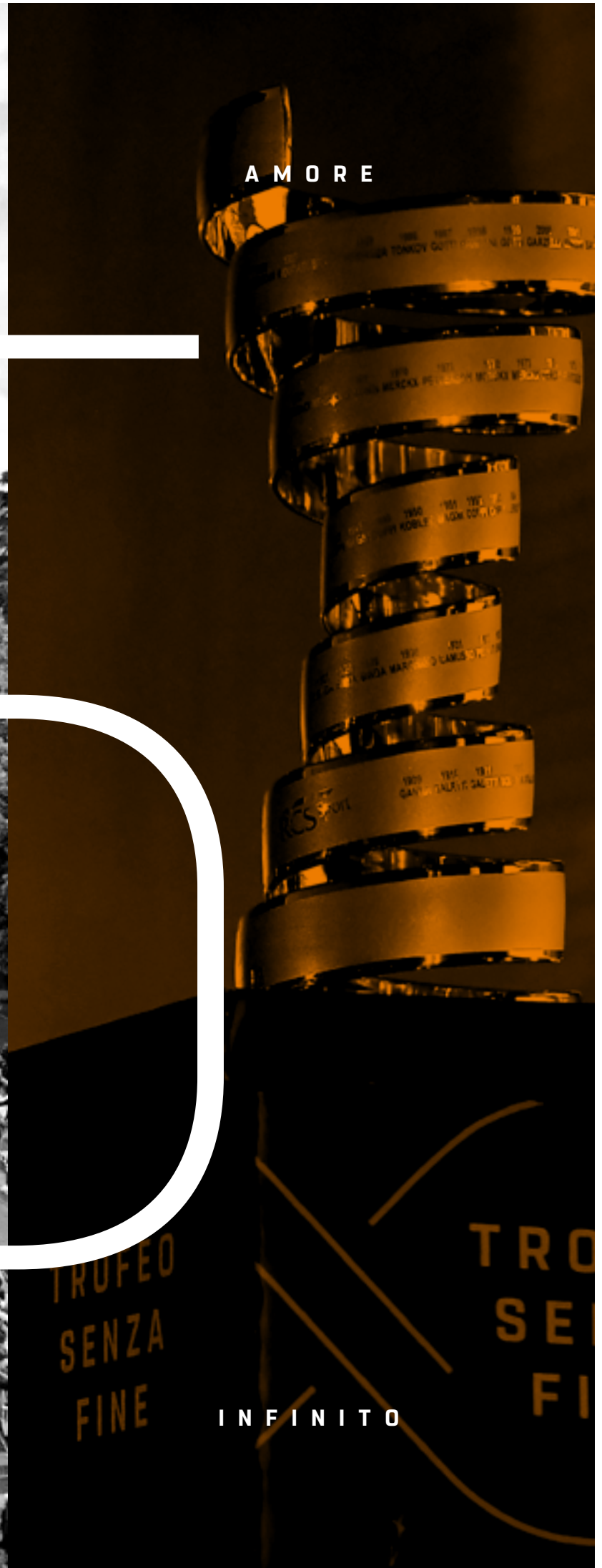
AMORE INFINITO



#GIRO

PERCHÉ INVE- STIRE/ ISTITU- ZIONI

WHY TO INVEST /
INSTITUTIONS



GIRO D'ITALIA
EFFECTS

GLI IMPATTI DEL GIRO D'ITALIA

ECONOMIC IMPACT

ENVIRONMENTAL IMPACT

TOURISM - RELATED IMPACT

SOCIAL IMPACT

CULTURAL IMPACT

INFRASTRUCTURAL IMPACT

IMPATTO ECONOMICO

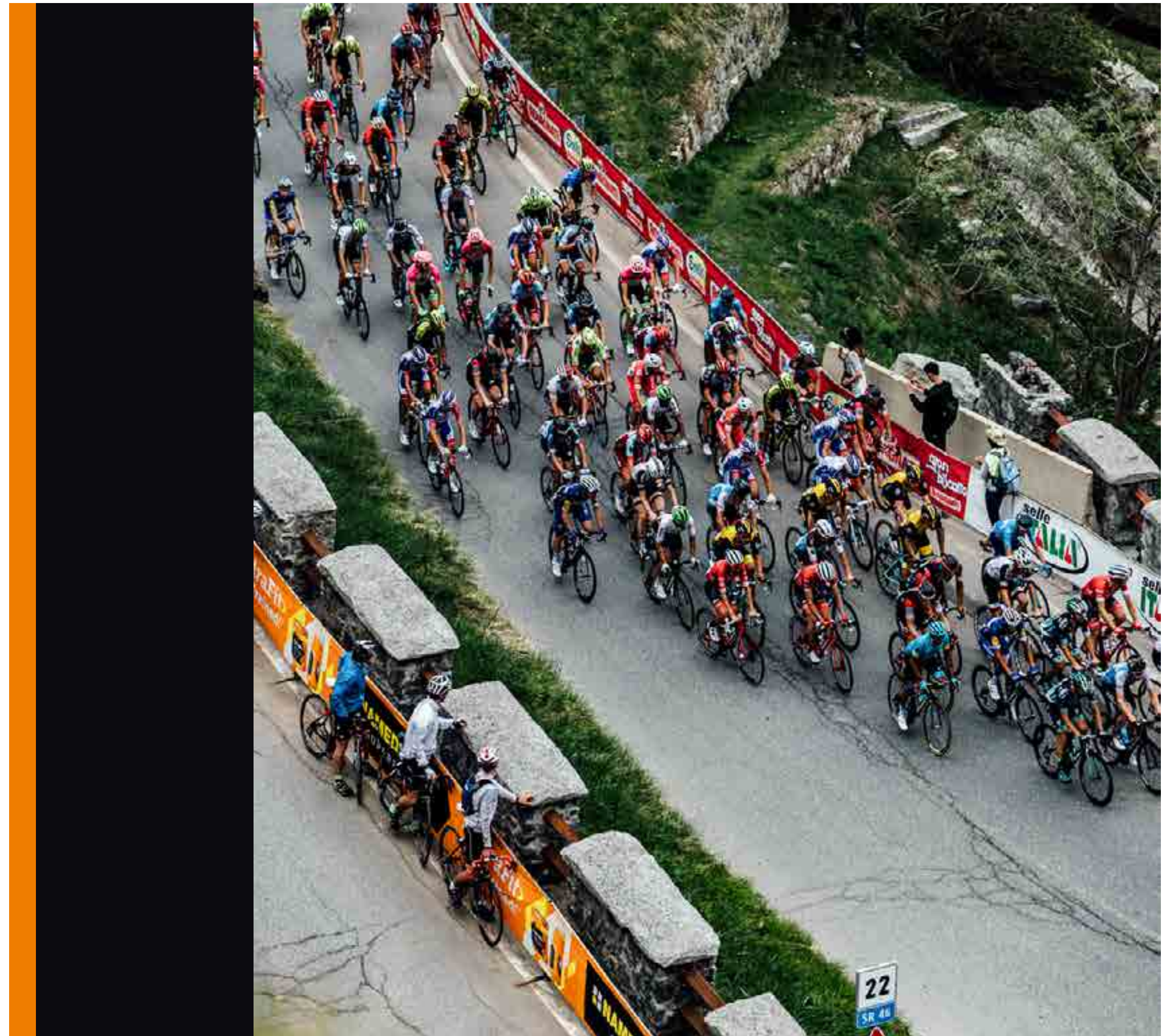
IMPATTO AMBIENTALE

IMPATTO TURISTICO

IMPATTO SOCIALE

IMPATTO CULTURALE

IMPATTO INFRASTRUTTURALE



ECONOMIC IMPACT

IMPATTO
ECONOMICO

IN THE MEDIUM-LONG TERM

- VISIBILITY AND MEDIA COVERAGE
- TOURIST DEMAND INCREASE
- PROMOTING AND HIGHLIGHTING THE AREA AND ITS OUTSTANDING FACETS

NEL MEDIO-LUNGO PERIODO

- VISIBILITÀ E COPERTURA MEDIATICA
- INCREMENTO RICHIESTA TURISTICA
- PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E DELLE ECCELLENZE LOCALI

Comments by respondents
Dichiarazione degli intervistati



IN THE SHORT-TERM

- INCREASED SPENDING AND CONSUMPTION
- INCREASED EMPLOYMENT THROUGH SUPPORT / COLLABORATION OF LOCAL PARTNERS

NEL BREVE PERIODO

- AUMENTO LIVELLO DI SPESA E CONSUMI
- INCREMENTO OCCUPAZIONE SOSTEGNO / COLLABORAZIONE PARTNER LOCALI

AVERAGE DAILY EXPENDITURE

- LOCAL SPECTATORS: 50€
- DAILY TOURISTS: 95€
- OVERNIGHT TOURISTS: 250€

SPESA MEDIA GIORNALIERA

- SPETTATORI LOCALI: 50€
- TURISTI IN GIORNATA: 95€
- TURISTI CON PERNOTTO: 250€

THE ECONOMIC ACTIVITIES GENERATED BY GIRO ARE A SOURCE OF WEALTH FOR THE AREA.

L'INDOTTO ECONOMICO DEL GIRO È UN FATTORE DI RICCHEZZA PER IL TERRITORIO.



OF RETAILERS BELIEVE THAT GIRO HELPED TO INCREASE THEIR CUSTOMERS

50%

ATTIVITÀ COMMERCIALI CHE SOSTENGONO CHE IL GIRO ABBIÀ CONTRIBUTITO A INCREMENTARE LA PROPRIA CLIENTELA

22%

OF RETAILERS INCREASED THEIR EMPLOYEES FOR THE GIRO
ATTIVITÀ COMMERCIALI CHE HANNO AUMENTATO IL NUMERO DI DIPENDENTI IN OCCASIONE DEL GIRO

1 out of 4

SPECTATORS SPENDS AT LEAST ONE NIGHT AWAY FROM HOME
1 SPETTATORE SU 4 DORME ALMENO UNA NOTTE FUORI CASA

50%

OF SPECTATORS EAT AT RESTAURANTS, BARS, ...
SPETTATORI CHE MANGIANO IN RISTORANTI, BAR, ...

SPECTATORS WHO GO SHOPPING (WINE AND FOOD PRODUCTS, LOCAL CRAFTS, ...)

70%

SPETTATORI CHE FANNO SHOPPING (PRODOTTI ENOGASTRONOMICI, ARTIGIANATO LOCALE, ...)

OF SPECTATORS WHO BELIEVE THAT GIRO DOES NOT CONTRIBUTE TO AN INCREASE IN PRICES

61%

DEGLI SPETTATORI CHE SOSTENGONO CHE IL GIRO NON CONTRIBUISCE ALL'AUMENTO DEI PREZZI

IMPATTO
TURISTICO

7 out of 10

SPECTATORS COME
FROM OTHER PLACES
7 SPETTATORI SU 10
ARRIVANO DA ALTRE
LOCALITÀ

80% OF SPECTATORS STATE THAT GIRO HELPED TO INCREASE THE LOCALITY REPUTATION AND FAME
SPETTATORI CHE SOSTENGONO CHE IL GIRO ABBIÀ CONTRIBUITO AD AUMENTARE LA NOTORIETÀ DELLA LOCALITÀ

30% OF SPECTATORS INTEND TO RETURN TO THE STAGE LOCATIONS
SPETTATORI CHE INTENDONO TORNARE NELLE LOCALITÀ DI TAPPA

11% FOREIGN SPECTATORS
SPETTATORI DI NAZIONALITÀ STRANIERA

14% OF SPECTATORS BOUGHT TICKETS FOR EXHIBITIONS/ MUSEUMS
SPETTATORI CHE HANNO ACQUISTATO BIGLIETTI PER MOSTRE/MUSEI

67% OF RETAILERS STATE THAT GIRO HELPED TO INCREASE TOURISM IN THEIR TOWN
ATTIVITÀ COMMERCIALI CHE SOSTENGONO CHE IL GIRO ABBIÀ CONTRIBUITO AD AUMENTARE IL TURISMO IN CITTÀ

GIRO D'ITALIA IS AN
EXTRAORDINARY MEANS
TO PROMOTE TOURISM

IL GIRO D'ITALIA
È UNO STRAORDINARIO
STRUMENTO DI
PROMOZIONE TURISTICA



↑ 52%

OF SPECTATORS DECIDE TO WATCH THE STAGE LIVE FOR TOURISM-RELATED REASONS:

- INTEREST IN EVENTS CONNECTED TO THE GIRO (FAIRS, FESTIVITIES, ...)
- VISITING THE REGION AS TOURISTS
- VISITING THE STAGE LOCATION

SPETTATORI CHE SCELGONO DI ASSISTERE DAL VIVO A UNA TAPPA PER RAGIONI TURISTICHE:

- INTERESSE PER EVENTI COLLEGATI AL GIRO (FIERE, FESTE, ...)
- VISITA TURISTICA ALLA REGIONE
- VISITA ALLA LOCALITÀ DI TAPPA





IMPATTO AMBIENTALE

ENVIRONMENTAL IMPACT

Giro d'Italia:

MAKES YOU THINK ABOUT ITALIAN NATURAL BEAUTIES (25%)

ENHANCES THE NATURAL LANDSCAPE (43%)

CONTRIBUTES TO URBAN REGENERATION (43%)

PROMOTES CYCLING CULTURE (69%)

Il Giro d'Italia:

FA PENSARE ALLE BELLEZZE NATURALI D'ITALIA (25%)

VALORIZZA IL PAESAGGIO NATURALE (43%)

CONTRIBUISCE ALLA RIQUALIFICAZIONE URBANA (43%)

PROMUOVE LA CULTURA DELLA BICICLETTA (69%)



SOCIAL IMPACT

IMPATTO
SOCIALE

GIRO BRINGS PEOPLE TOGETHER:

**9 OUT OF 10 SPECTATORS WATCHED
A STAGE TOGETHER WITH OTHER PEOPLE
(FAMILY AND/OR FRIENDS)**

THE GIRO D'ITALIA:

**ENABLES THE SPREAD OF SKILLS IN ORGANISING
MAJOR EVENTS (57%)**

**SHOWS THE IMPORTANCE OF BEING
PROFESSIONAL IN VOLUNTEERING (43%)**

**ENCOURAGES A COMMITMENT
TO VOLUNTEERING (59%)**

IL GIRO È UN EVENTO AGGREGATIVO:

**9 SPETTATORI SU 10 HANNO
ASSISTITO ALLA TAPPA
IN COMPAGNIA (FAMIGLIA E/O AMICI)**

IL GIRO D'ITALIA:

**RENDE POSSIBILE LA DIFFUSIONE DI COMPETENZE
ORGANIZZATIVE DI GRANDI EVENTI (57%)**

**RIVELA L'IMPORTANZA DELLA PROFESSIONALITÀ
NEL VOLONTARIATO (43%)**

STIMOLA ALL'IMPEGNO NEL VOLONTARIATO (59%)



**GIRO D'ITALIA
IS A SOCIAL EVENT
THAT ENHANCES
THE SPIRIT
OF COMMUNITY
AND BELONGING,
ENCOURAGING
INVOLVEMENT
AND SHARING.**

**IL GIRO D'ITALIA
È UN EVENTO SOCIALE
CHE ACCRESCE
LO SPIRITO
DI COMUNITÀ
E DI APPARTENENZA,
FAVORENDO IL
COINVOLGIMENTO
E LA CONDIVISIONE.**

IMPATTO CULTURALE

GIRO IS A HERALD OF POSITIVE VALUES:

**PASSION / EFFORT / COMMITMENT / SACRIFICE /
TEAM SPIRIT / COMPETITION / RESPECT**

IL GIRO D'ITALIA È PORTATORE DI VALORI POSITIVI:

**PASSIONE / FATICA / IMPEGNO / SACRIFICIO /
SPIRITO DI SQUADRA / COMPETIZIONE / RISPETTO**



IMPATTO INFRASTRUTTURALE

Crossing the giro route generates **long-term benefits** for the whole community. The giro encourages **cooperation** between institutions, local businesses and citizens.

It contributes to:

IMPROVING ROADS (70%)

ENHANCING GARDENS AND

NATURAL RESOURCES (66%)

RENOVATING PUBLIC AND PRIVATE

BUILDINGS (37%)

INCREASING CULTURAL

ACTIVITIES (63%)

*Il passaggio del Giro genera **benefici a lungo termine** per tutta la comunità. Il Giro favorisce la **collaborazione** tra istituzioni, realtà imprenditoriali locali e cittadini.*

Il Giro d'Italia contribuisce a:

MIGLIORARE LO STATO DELLE STRADE (70%)

VALORIZZARE I GIARDINI E LE RISORSE

NATURALI (66%)

RISTRUTTURARE EDIFICI PUBBLICI

E PRIVATI (37%)

AUMENTARE L'OFFERTA CULTURALE (63%)



EVALUATION FOLLOWING PEOPLE PERCEPTION.
STIMA DERIVATA DAL PERCEPITO DEL PUBBLICO.



HAVE YOUR OWN GIRO

How a stage town can profit from Giro d'Italia and take full advantage of its promotional and economic return.

Come valorizzare l'arrivo del Giro d'Italia nella località ospitante, per sfruttarne a pieno il ritorno di comunicazione ed economico sul territorio.

FATE IL VOSTRO GIRO

SIDE EVENTS

CITY DRESSING



ADVERTISING

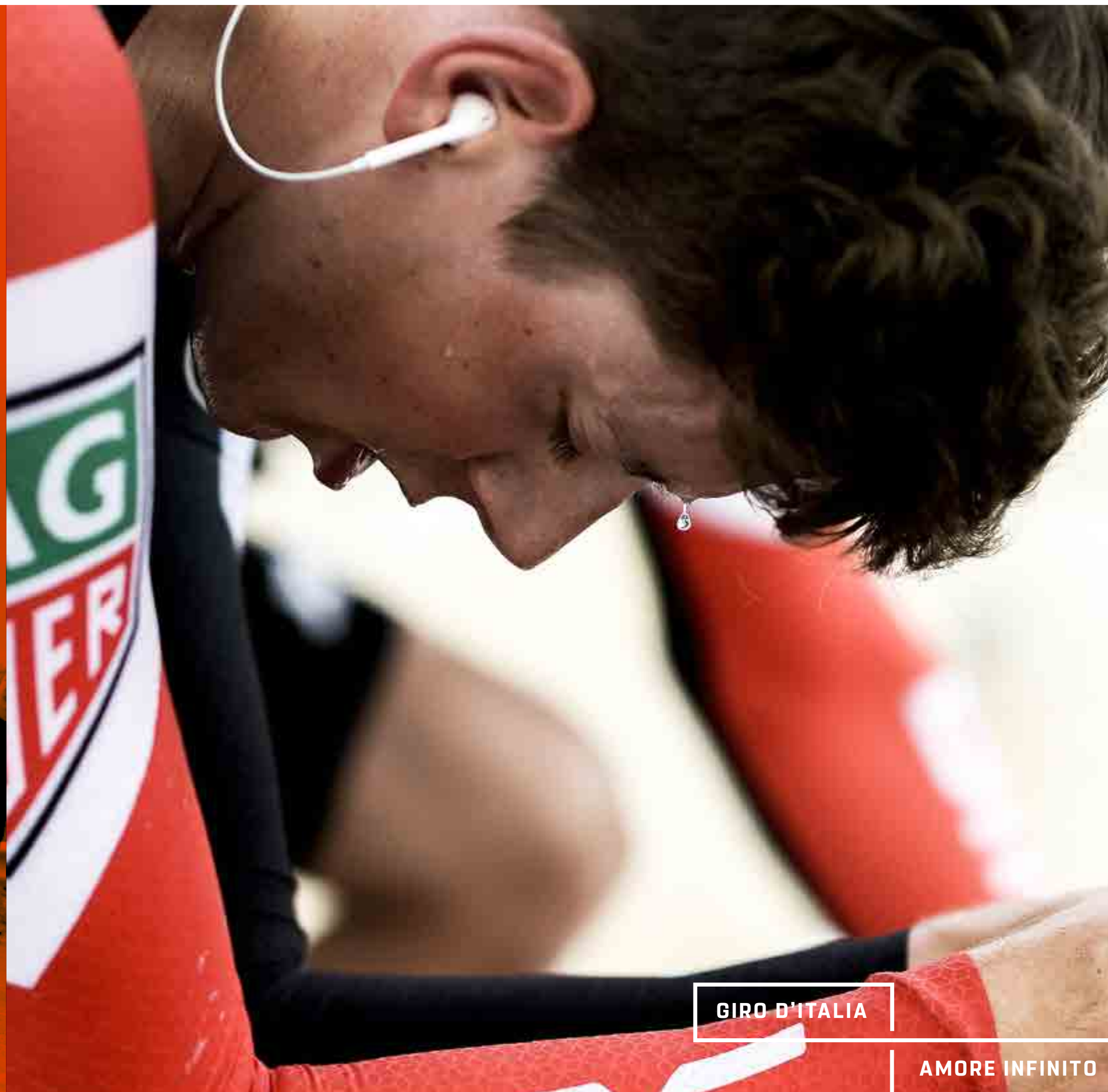
WEB & SOCIAL MEDIA



YOU'RE
A TIRELESS
WARRIOR,
YOU'LL HAVE
THE WIND
IN YOUR FACE
AND YOUR FACE
IN THE WIND.



*SEI UN INSTANCABILE GUERRIERO,
AVRAI VENTO IN FACCIA E FACCIA AL VENTO.*



GIRO D'ITALIA

AMORE INFINITO

PERCHÉ INVE- STIRE/ MEDIA



AMORE

casa.it

INFINITO

UNA PRODUZIONE TV CON STANDARD QUALITATIVI DI LIVELLO MONDIALE

A TV PRODUCTION WITH WORLD-CLASS
HIGH QUALITY STANDARDS



Giro d'Italia is the most popular Italian sport event, with the largest number of followers in the world. Top level broadcasting standards will be guaranteed by a high-quality TV production. Again in 2018, the TV viewers all around the world will enjoy amazing pictures showing the essence of the event: the exciting stages of the race ("The world's hardest race...") through charming landscape settings ("... in the world's most beautiful place").

Il Giro è l'evento sportivo italiano itinerante più popolare e seguito nel mondo. Standard di trasmissione di primo livello saranno garantiti da una produzione televisiva di eccellenza. Spettacolari immagini in HD entreranno anche nel 2018 nelle case degli appassionati di tutto il mondo, raccontando l'essenza stessa dell'evento: le emozionanti fasi di gara ("La corsa più dura del mondo...") svolte in contesti paesaggistici di ineguagliabile fascino ("...nel Paese più bello del mondo").

The TV direction of the international feed can count on:

La regia del segnale internazionale le può contare su:

2

FILMING
HELICOPTERS
ELICOTTERI
DA RIPRESA

5

VIDEO
MOTORBIKES
MOTO DA RIPRESA

21

OVERALL CAMERAS
TELECAMERE COMPLESSIVE

IL RACCONTO DI UNA STORIA ITALIANA

TELLING AN ITALIAN STORY



A TV roadbook describing the main features of nature, history, architecture, food and wine from the territory crossed by the stage routes is also available to all official broadcasters, to extend the narration beyond the sport action.

A disposizione dei broadcaster ufficiali del Giro d'Italia, TV roadbook (con il racconto delle principali evidenze naturalistiche, storiche, architettoniche ed enogastronomiche del territorio attraversato, per l'arricchimento della narrazione con contenuti extra sportivi).

Edition after edition, an increasingly valuable TV experience is guaranteed to all viewers by the robustness of RF pictures and various technological innovations: solutions to follow the race from innovative and engaging perspectives to capture every detail, keeping in touch with the protagonists and the surrounding landscapes.

- LIVE RIDERS PERFORMANCE DATA: SPEED, ACCELERATION, POWER, HEART RATE, CADENCE
- IDENTITY CARDS FOR ALL RIDERS, WITH INFORMATION ON THEIR CAREERS AND SPECIAL INSIGHTS
- 3D RACE MAP AND PROFILE VIDEOS
- GEOGRAPHIC TALE OF THE MAIN HOTSPOTS OF THE TERRITORY ALONG THE ROUTE
- VIDEO POSTCARDS DEDICATED TO START AND FINISH LOCATIONS
- 3D TERRITORIAL MAPS FOR THE GEOLOCATION OF RIDERS GROUPS ALONG THE RACE ROUTE
- LIVE IMAGES FROM MINICAMERAS ON BIKES AND MOTORCYCLES
- ACCURATE DETAILS IN ULTRA-SLOW MOTION
- PILLS FROM START AREA, WITH INTERVIEWS, RIDERS PRESENTATION AND ACTUAL START OF EACH STAGE

Edizione dopo edizione, un'esperienza televisiva di livello crescente viene garantita a tutti i telespettatori dalla solidità delle riprese in movimento e da varie innovazioni tecnologiche: soluzioni per seguire la gara da prospettive innovative e coinvolgenti, per cogliere ogni sfumatura, rimanendo in contatto con i protagonisti e col territorio circostante.

- DATI DI PERFORMANCE DEI CORRIDORI: VELOCITÀ, ACCELERAZIONE, POTENZA, BATTITO CARDIACO, FREQUENZA DI PEDALATA
- CARTE D'IDENTITÀ DEDICATE A TUTTI I CORRIDORI, CON INFORMAZIONI SUL PALMARES E CURIOSITÀ EXTRA SPORTIVE
- VIDEO PLANIMETRIE E ALTIMETRIE DI PRESENTAZIONE TAPPA IN 3D
- RACCONTO GEOGRAFICO DELLE PRINCIPALI EVIDENZE DEL TERRITORIO INCONTRATE LUNGO IL PERCORSO
- VIDEO CARTOLINE DEDICATE ALLE LOCALITÀ DI PARTENZA E ARRIVO
- MAPPE DEL TERRITORIO IN 3D PER GEOLOCALIZZAZIONE DEI GRUPPI LUNGO IL PERCORSO DI GARA
- ACCURATISSIMI DETTAGLI IN ULTRA SLOW MOTION
- PILLOLE DALLA PARTENZA DELLA CORSA, CON INTERVISTE, PRESENTAZIONE CORRIDORI E VIA UFFICIALE DI OGNI TAPPA

PROGRAMMAZIONE DISPONIBILE

AVAILABLE PROGRAMS

IMG

Since year 2013, Giro d'Italia and IMG Media have been working together to introduce the Corsa Rosa to international broadcasters, allowing all cycling fans around the world to enjoy a unique TV experience. As the world's leader in media rights distribution, IMG offers to broadcasters in all five continents a unique product: three weeks of great racing, with top riders struggling for the final win and all the excitement of each epic challenge and dramatic turn of events.

The following TV products, available to all international rights-holding broadcasters, are a quality warranty for a comprehensive and detailed coverage.

A partire dal 2013, il Giro d'Italia e IMG Media lavorano insieme per presentare la Corsa Rosa alle emittenti internazionali e consentire agli appassionati di tutto il mondo l'accesso a un'esperienza televisiva unica. Leader mondiale nella distribuzione di diritti media, IMG offre ai broadcaster dei cinque continenti un prodotto unico: tre intense ed emozionanti settimane di gara, con top rider di livello assoluto che combattono per la vittoria finale, danno vita a sfide epiche e spettacolari colpi di scena.

I seguenti prodotti televisivi a disposizione dei broadcaster ufficiali e dei loro palinsesti rappresentano una garanzia di qualità per una copertura dell'evento completa e approfondita.



EXTENDED LIVE FEED

From 2017 onwards, 4 ½ hours of live race for each stage (production effort increased by 43%, for an even more accurate and precise sporting tale), including presentation contents and, after the race, interviews with winners and awards ceremony.

WEEKLY HIGHLIGHTS

Three 52-minute weekly magazines including the best moments of the race, to remember every win, challenge, emotion. The movie of Giro d'Italia, in three episodes.

NEWS FEED

The most important race actions, sceneries and interviews of each stage: the essential, summed up in 5 minutes.

In addition, available to all interested broadcasters, there is the historical archive with all the official footage from the international feed of 2013-2014-2015-2016-2017-2018 editions.

DIRETTA A COPERTURA ESTESA

A partire dal 2017, 4 ½ ore di diretta per ciascuna delle 21 tappe (impegno produttivo incrementato del 43%, per un racconto ancora più completo e puntuale), comprensive di contributi di presentazione e, in chiusura, interviste ai vincitori e cerimonia di premiazione.

HIGHLIGHTS SETTIMANALI

Tre magazine settimanali di 52 minuti, per ripercorrere vittorie, sfide ed emozioni con le più belle immagini della gara; il film del Giro d'Italia, in tre puntate.

NEWS FEED

L'essenziale per ogni tappa, racchiuso in 5 minuti: le fasi salienti della gara, con le azioni sportive più significative, gli scenari più spettacolari e le impressioni a caldo dei protagonisti.

Inoltre, a disposizione delle emittenti interessate, vi è l'archivio storico con tutte le immagini provenienti dal segnale internazionale delle edizioni 2013-2014-2015-2016-2017-2018.

GIRO D'ITALIA
HAS A STRANGE
POWER:
EVERY DAY OF THE
WEEK SEEMS LIKE
SUNDAY.

GIRO D'ITALIA

AMORE INFINITO



*IL GIRO D'ITALIA HA UNO STRANO POTERE:
QUELLO DI TRASFORMARE IN DOMENICA
OGNI GIORNO DELLA SETTIMANA.*



GIRODITALIA.IT

La Gazzetta dello Sport
Tutto il rosa della vita

RCS Sport
Move your Business



RCS Sport S.p.A.

Via Rizzoli, 8 20132 Milano, Italia

Email: giroditalia@rcs.it

Credits Photo: La Presse, Russ Ellis, Luigi Sestili

Artwork: [zampediverse®](#)