

XXXI GIOCHI OLIMPICI DI RIO 2016

I GIOCHI

I Giochi della XXXI Olimpiade si sono svolti a Rio de Janeiro, in Brasile, dal 5 al 21 agosto 2016.

È stata la prima edizione olimpica disputata nel Sud America.

Hanno partecipato 11.238 atleti e 205 Comitati Olimpici Nazionali, ai quali si aggiungono le delegazioni degli Atleti Olimpici Indipendenti e degli Atleti Olimpici Rifugiati.

LA SQUADRA ITALIANA

La Squadra Italiana è stata composta da 314 atleti, di cui 170 uomini e 144 donne.

Il CONI ha organizzato a Rio de Janeiro appositi centri pre-Olimpici per agevolare gli allenamenti nel periodo antecedente alle gare. Sono stati messi ad uso esclusivo della Squadra Nazionale tre centri sportivi (Tijuca, Cruzeiro e Notre Dame) per ospitare le squadre di Scherma, Pallavolo, Judo, Lotta libera, Lotta Greco-Romana, Sollevamento Pesi e Pugilato.

Oltre a Rio è stato previsto un centro di allenamento a San Paolo dove si è allenata la squadra dell'Atletica Leggera.

L'Italia si è qualificata in 33 discipline di 21 Federazioni Sportive Nazionali.

LE STATISTICHE

L'età media dei medagliati, complessivamente 69 (il 10% in più di Londra) per 72 podi totali, si è attestata sui 27, 21 anni. 25 anni è l'età media degli ori.

Sono state 15 le Regioni a medaglia, contro le 13 del 2012 (si inseriscono Piemonte, Trentino e Abruzzo mentre esce la Calabria): il Lazio è risultata la più titolata (davanti a Toscana, Liguria e Sicilia); tra le città svetta Roma con 6 medaglie, seguita da Catania e Napoli.

Le nazioni medagliate sono state 87 (incluso anche la Squadra degli Atleti Olimpici Indipendenti), contro le 85 di Londra e le 86 di Pechino; inoltre sono aumentate anche le Nazioni capaci di conquistare almeno un oro: 59 a Rio, contro le 54 delle due precedenti edizioni.



IL MEDAGLIERE

Il medagliere per Nazioni è stato vinto dagli Stati Uniti con 46 medaglie d'oro, 37 d'argento e 38 di bronzo, al secondo posto la Gran Bretagna con 27 d'oro, 23 d'argento e 17 di bronzo e al terzo posto la Cina con 26 d'oro, 18 d'argento e 26 di bronzo.

L'Italia si è classificata al 9° posto del medagliere vincendo 8 ori, 12 argenti e 8 bronzi.

IL MEDAGLIERE GIOCHI OLIMPICI RIO 2016

Posizione	Nazione	 1	 2	 3	 4	 5	 6	 7	 8	 2 3	Finalisti
1	Stati Uniti	46	37	38	20	32	14	19	11	121	96
2	Gran Bretagna	27	23	17	16	17	14	12	8	67	67
3	Cina	26	18	26	25	20	13	11	11	70	80
4	Russia	19	18	19	11	17	6	12	9	56	55
5	Germania	17	10	15	13	18	14	12	6	42	63
6	Giappone	12	8	21	8	13	6	6	13	41	46
7	Francia	10	18	14	11	16	10	16	16	42	69
8	Corea del Sud	9	3	9	4	15	2	3	4	21	28
9	ITALIA	8	12	8	10	12	20	6	9	28	57
10	Australia	8	11	10	12	17	12	19	11	29	71

XXXI GIOCHI OLIMPICI DI RIO 2016

CASA ITALIA

Casa Italia a Rio 2016 è stata un grande progetto di comunicazione che ha voluto raccontare i valori dello sport e dell'italianità. HORIZONTAL, intesa come modalità di approccio italiano al territorio sudamericano, è stata la vision alla base del grande progetto di comunicazione ideato per Casa Italia ai Giochi Olimpici di Rio 2016. Le 97 opere d'arte, i 503 elementi di design e le 7.200 piante, i 1.147 corpi illuminanti, la cucina, lo sport con i 240 atleti presenti e l'accoglienza hanno reso la visita a Casa Italia un'esperienza unica per i 19.000 ospiti, di cui 300 istituzionali, compreso il Presidente del Consiglio. I confini fisici di Casa Italia sono stati superati attraverso CIAOLÀ, un concept nato dalla crasi tra il ciao italiano e l'olà portoghese che esprimeva il saluto e il benvenuto. Così ha avuto inizio la contaminazione: due culture del saper vivere che si sono unite.

Lo spazio all'interno dedicato agli sportivi e al loro incontro con i 429 media presenti a Casa Italia e con il pubblico è stato il cuore tecnologico della casa, una spinta verso il futuro e l'innovazione grazie alla presenza di 100 mq di monitor e led.

I Partner del CONI, con i 18 supplier di Casa Italia, hanno creduto in questa visione. In una prospettiva di cooperazione e sinergia è stato possibile immaginare una progettualità che, come nello sport, si costruisse sui valori del coraggio e del gioco di squadra: grazie a loro, Casa Italia Rio 2016 ha portato lo sport e la bellezza italiana all'attenzione del pubblico mondiale, dimostrando che con la collaborazione e il dialogo si può dare vita a progetti di lungo periodo.

Il progetto è nato dall'idea di valorizzare un luogo iconico di Rio, rispettando l'ambiente circostante senza stravolgerne le caratteristiche. L'obiettivo è stato quello di lasciare una legacy, un lascito concreto, che possa vivere nel tempo.



ITALIA TEAM

L'Italia Team è uno strumento di comunicazione integrata, portatore di forti contenuti a livello di immagine. Rappresenta uno dei principali asset su cui il CONI sviluppa attività di marketing e promozione.

Italia Team è la Squadra Olimpica vincente, ma è anche e soprattutto inseguire i propri sogni, impegnarsi per raggiungerli.

Italia Team è il merito e lo hanno dimostrato le 28 medaglie vinte a Rio 2016. In vista dei Giochi Olimpici di Rio del 2016, la campagna di comunicazione di Italia Team ha avuto un claim forte e mirato che racchiudeva tutte le aspirazioni di ogni atleta: "Pronti a volare. I sogni non si inseguono con i piedi". Facebook, Twitter e Instagram sono stati i canali chiave su cui è stata concentrata la comunicazione fondata su contenuti fotografici, animati e video. Il piano editoriale ha dato spazio ai successi sportivi nelle competizioni nazionali e internazionali degli atleti, alle qualificazioni ai Giochi, ma anche agli eventi, alle emozioni e al lifestyle italiano. Per ogni approfondimento, è nato il sito ufficiale dell'Italia Team: costola della piattaforma istituzionale CONI, ma completamente rinnovato, è stato il punto di riferimento su tutto ciò che ha riguardato la Squadra ai Giochi Olimpici, dai calendari alle medaglie conquistate, giorno dopo giorno, "per terra".

LA PARTNERSHIP CON ACTIONAID

In vista delle Olimpiadi di Rio 2016, CONI e ActionAid hanno creato una partnership per aiutare attraverso lo sport e le attività sportive i bambini e le loro famiglie che vivono nelle favelas.

Attraverso Casa Italia è stato possibile veicolare un messaggio estremamente significativo: il sacrificio, l'impegno e lo sforzo per raggiungere i propri sogni, valori delle Olimpiadi e dello sport in generale. Importante per il CONI è stato il progetto di legacy, la voglia di inclusione e di integrazione. Nelle zone più difficili di Rio de Janeiro si è cercato di portare una speranza di futuro con la ristrutturazione di una scuola materna, la creazione di un orto biologico e la riqualificazione di un campo sportivo su cui ora giocano più di 600 ragazzi, in due delle favelas della città, la Rocinha e Cidade de Deus.

Il CONI, grazie al progetto con ActionAid, ha promosso i temi di nutrizione e corretta alimentazione con attività di formazione e coltivazione urbana.