



PRESS KIT

2025 2026

INDICE

- PAG. 3 | **IL PROBLEMA**
- PAG. 4 | **LA SOLUZIONE**
- PAG. 5 | **LA DIFFERENZA**
- PAG. 6 | **LA SOCIETÀ**
- PAG. 9 | **IL BRAND**
- PAG. 13 | **I DATI**
- PAG. 16 | **PLACEMENT**
- PAG. 24 | **LE NOVITÀ**
- PAG. 25 | **PARTNERSHIP**



IL PROBLEMA

SPONSORIZZAZIONE TRADIZIONALE

IN AMBITO DI SOCIETÀ SPORTIVE DILETTANTISTICHE

- SCARSA CONVERSIONE
- SCARSA EFFICIENZA
- SCARSA VISIBILITÀ
- SCARSO COINVOLGIMENTO

LA SOLUZIONE

SPONSORIZZAZIONE MODERNA

A LIVELLO LOCALE E PROVINCIALE (A LIVELLO ORGANICO)

- AUMENTO ESPOSIZIONE
- AUMENTO COPERTURA
- AUMENTO ESPOSIZIONE
- CROSS-COINVOLGIMENTO

LA DIFFERENZA

SPONSORIZZAZIONE TRADIZIONALE

1. AUMENTO ESPOSIZIONE
2. 1-3 PLACEMENT STATICI
3. TERMINE ACCORDO

SPONSORIZZAZIONE MODERNA

1. FINANZIAMENTO
2. 3+ PLACEMENT STATICI
3. 10+ PLACEMENT DINAMICI
4. GESTIONE ATTIVA E CREATIVA
5. TERMINE ACCORDO

LA SOCIETÀ

Era il 1978 quando la passione degli sportivi di San Vincenzo a Torri portò alla nascita dell'ASD San Vincenzo a Torri. Altri tempi ma tanta voglia di divertirsi in amicizia, incarnando l'orgoglio sportivo della frazione. Così è iniziata una bellissima avventura a tinte gialloblù.

Quarantasette anni più tardi, quello che inizialmente era il sogno di pochi è diventato una solida realtà del panorama calcistico toscano. Gli interpreti sono cambiati. La passione? La stessa del primo giorno. L'abbraccio del paese di San Vincenzo a Torri è stato fondamentale per la nascita della società, ed è stato fondamentale anche nel portare la squadra a disputare i campionati di Seconda Categoria. Quello stesso abbraccio può farla crescere ancora.

LA SOCIETÀ

Dopo sedici stagioni, nel 2022-23 il presidente Romano Nozzoli ha rimesso il suo incarico ed il nuovo consiglio societario si è riunito individuando in Daniele Ciofi Baffoni la figura più adatta per proseguire. Il primo passo è stato quello di costruire una rosa che potesse competere per un obiettivo sportivo importante sotto la guida di un allenatore giovane ed entusiasta come Leonardo Lari, il secondo è stato quello di lavorare perché questa squadra potesse esprimersi al meglio, inaugurando i lavori di rifacimento del manto di gioco e raggiungendo anche grazie a questi sforzi collettivi la semifinale playoff nella stagione 2024-25. Ma tutto attorno il mondo gialloblù sta crescendo in maniera dinamica e vivace, facendo conoscere la nostra passione anche al di fuori di San Vincenzo a Torri: in quest'ottica sono stati aperti il sito e tutti i canali social della società, curati con attenzione e professionalità. E grazie all'allargamento dei quadri societari, arricchitisi di nuove figure giovani e storici dirigenti di ritorno, molte altre iniziative sono in rampa di lancio, a partire dalla nascita di due nuove sezioni della società: la squadra di calcio a cinque femminile e quella di calcio camminato.

L'ASD San Vincenzo a Torri vuole crescere continuando a divertirsi, portando con sé tutto il proprio senso di appartenenza e l'ambizione di scrivere nuove pagine di storia per i colori gialloblù.

LA SOCIETÀ

ORGANIGRAMMA 2025-26

IL CONSIGLIO SOCIETARIO

PRESIDENTE ONORARIO: Romano Nozzoli

PRESIDENTE: Daniele Ciofi Baffoni

VICEPRESIDENTE: Valerio Innocenti

SEGRETARIO: Gabriele Viciani

CONSIGLIERE: Pierpaolo Bandini

CONSIGLIERE: Andrea Bianchi

CONSIGLIERE: Roberto Bivona

REVISORE DEI CONTI: Massimo Pretelli

DIRETTORE SPORTIVO: Valerio Brunetti

ADDETTO STAMPA E MEDIA: Marco Fontanelli

IL BRAND

GIOVANE

MODERNO

IN CRESCITA

DIGITALIZZAZIONE

INTERAZIONE

ATTENZIONE

PRECISIONE

SOCIALITÀ

FLESSIBILITÀ

AMBIZIONE

CREATIVITÀ

TRASPARENZA

DINAMICITÀ

APPARTENENZA

IL BRAND

IDENTITÀ VISIVA

LOGO UFFICIALE



IDENTITÀ VISIVA

LOGO AL TRATTO SU SFONDO



IL BRAND

COLORI ISTITUZIONALI

LOGO UFFICIALE

I colori istituzionali sono stati definiti in base alla cromia predefinita e già esistente. I colori sono stati scelti sulla scala internazionale HEX che consente di ottenere gli stessi risultati stampando presso qualsiasi fornitore. Oltre al codice Pantone, si definiscono le percentuali per la stampa in quadricromia e in digitale.

#346FD6

C: 81 | M: 56 | Y: 0 | K: 0
R: 52 | G: 111 | B: 214

#EAEA1C

C: 16 | M: 0 | Y: 88 | K: 0
R: 234 | G: 234 | B: 28

#182A47

C: 100 | M: 83 | Y: 42 | K: 45
R: 24 | G: 42 | B: 71

IL BRAND

FONT ISTITUZIONALI

COMUNICAZIONE DIGITALE E A STAMPA

- LOGO UFFICIALE

CENTURY GOTHIC BOLD

ABCabc123

- DOCUMENTI UFFICIALI

MONTSEERRAT (FAMIGLIA)

REGULAR

ABCabc123

BOLD

ABCabc123

- SITO WEB

BISON (FAMIGLIA)

DEMI BOLD

ABC123

THICK OUTLINE

ABC123

- SOCIAL NETWORK 2025-26

EMPANADA REGULAR

ABCabc123

I DATI

INSTAGRAM

502 FOLLOWERS



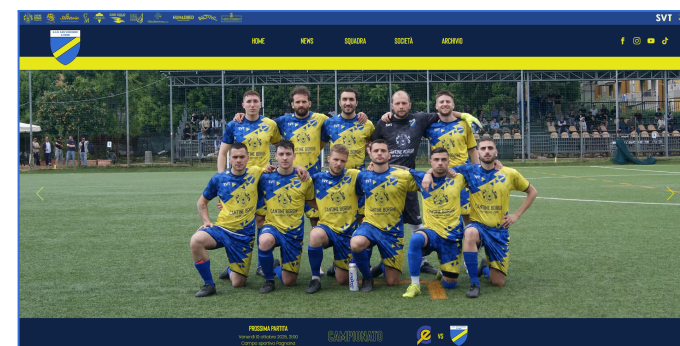
FACEBOOK

457 FOLLOWERS



SITO WEB

TRAFFICO PROVENIENTE DA:
(DATI RELATIVI AL PERIODO 16/09/2025 - 15/10/2025)



1. **FIRENZE:** 45,16%
2. **ROMA:** 9,68% | **NAPOLI:** 9,68%
3. **SAN CASCIANO VAL DI PESA:** 6,45%
ZANICA: 6,45% | **MILANO:** 6,45%
LASTRA A SIGNA: 6,45%
4. **SCANDICCI:** 3,23% | **PRATO:** 3,23%
SIENA: 3,23%



I DATI

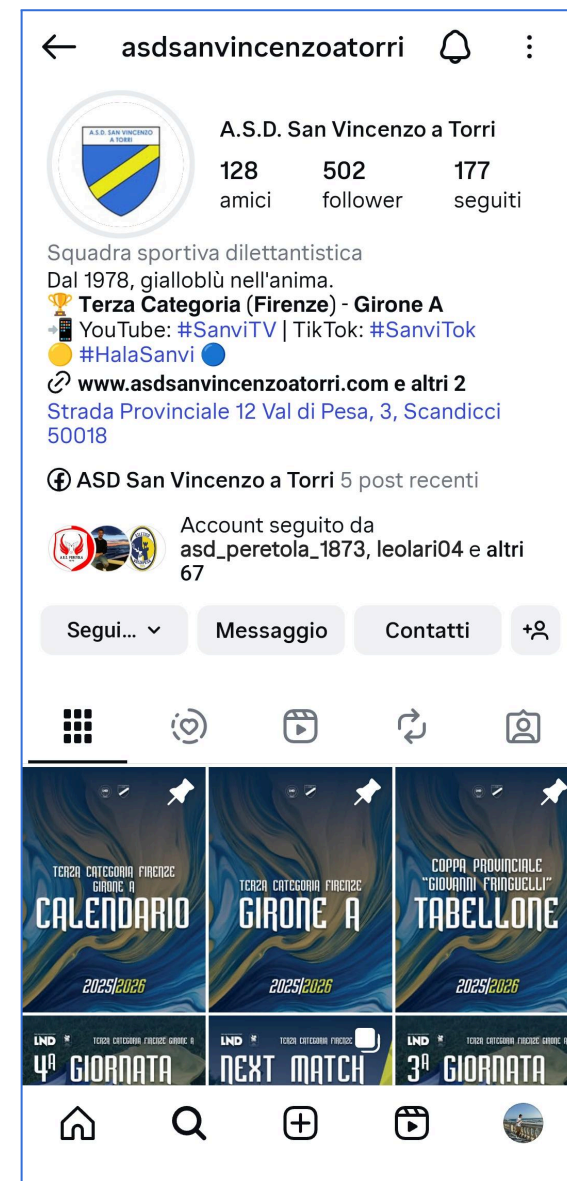
INSTAGRAM

(DATI RELATIVI AL PERIODO 14/09/2025 - 13/10/2025)

- VISUALIZZAZIONI: **42284** (+32,7%)
- ACCOUNT RAGGIUNTI: **1464** (+68,9%)
- INTERAZIONI: **248** (+18,1%)
- FOLLOWER: **+17** (+1,8%)
- VISITE PROFILO: **825** (+33,5%)

PROVENIENZA FOLLOWER:

1. SCANDICCI: 19,9%	UOMINI: 75,9%	DONNE: 24,1%
2. FIRENZE: 10,6%	18-24 9,2%	6,7%
3. LASTRA A SIGNA: 6,7%	25-34 37,1%	42,2%
4. SAN CASCIANO VAL DI PESA: 6,3%	35-44 22,3%	14,4%
5. EMPOLI: 5,1%	45+ 30,4%	36,6%



I DATI

FACEBOOK

(DATI RELATIVI AL PERIODO 14/09/2025 - 13/10/2025)

- VISUALIZZAZIONI: **2140** (+1,2%)
- ACCOUNT RAGGIUNTI: **288** (+2,0%)
- INTERAZIONI: **65** (+20,4%)
- FOLLOWER: **+0**
- VISITE PROFILO: **93** (+102%)

PROVENIENZA FOLLOWER:

1. **FIRENZE:** 26,5%
2. **SCANDICCI:** 17,3%
3. **EMPOLI:** 5,3%
4. **LAISTRA A SIGNA:** 3,7%
5. **MONTELUPO FIORENTINO:** 2,8%

UOMINI: 72,4%

18-24 0,7%

25-34 14,6%

35-44 14,6%

45+ 42,5%

DONNE: 27,6%

0,1%

4,0%

3,3%

20,2%



PLACEMENT

SOCIAL NETWORK

PLACEMENT DIGITALI



POST PREGARA SETTIMANALI



POST STAGIONALI PERMANENTI



PLACEMENT

SITO WEB

PLACEMENT DIGITALI

PIÙ DI PAGINA



PAGINA DEDICATA "PARTNERS"

TUTTI I LOGHI SONO LINK AL SITO DELLO SPONSOR

PLACEMENT

SPORTCHIANTI

PLACEMENT DIGITALI

A partire dalla stagione 2025-26 SportChianti è media partner dell'A.S.D. San Vincenzo a Torri. Testata giornalistica molto nota nel panorama giornalistico toscano, con oltre 3000 visite organiche mensili da aprile a settembre 2025, SportChianti si occuperà di raccontare tutti gli avvenimenti riguardanti il mondo gialloblù, dalle cronache e le immagini delle partite, alle interviste a dirigenti e calciatori, agli eventi speciali.

L'A.S.D. San Vincenzo a Torri, presente sul sito della testata alla pagina dedicata ai Partner con link diretto al proprio sito ufficiale, per tutta la durata dell'accordo avrà la possibilità di richiedere interviste ed articoli di approfondimento, ideali per mettere in risalto i propri sponsor.



VISITE SPORTCHIANTI APR.-SET. 2025: 18003

TRAFFICO DA RICERCHE DIRETTE: 46,93%

BACKLINK DEL SITO: 31365

SINGOLI VISITATORI MENSILI (MEDIA): 662,83

PLACEMENT

CARTELLONISTICA PLACEMENT FISICI

POSIZIONAMENTI STRATEGICI



LOCANDINE E PARTNER WALL



CANTINE BORGI
SAN VINCENZO A TORRI

CARTELLONI CURATI E PERSONALIZZATI

PLACEMENT

ABBIGLIAMENTO

PLACEMENT FISICI

DIVISE DI RAPPRESENTANZA



- ALTA VISIBILITÀ IN OCCASIONE DI EVENTI E PARTITE UFFICIALI
- ESPOSIZIONE CONTINUA PER TUTTA LA DURATA DELLA STAGIONE SPORTIVA

PLACEMENT

ABBIGLIAMENTO

PLACEMENT FISICI

MAGLIA RISCALDAMENTO PREGARA

Nel corso del riscaldamento prepartita i nostri calciatori indossano una speciale maglia, pensata appositamente per mettere in mostra i nostri partner. Le foto che pubblichiamo attraverso i nostri media ufficiali, così come quelle che possono essere scattate da fotografi di testate giornalistiche (SportChianti) a corredo degli articoli di cronaca delle gare, oppure da incaricati delle squadre avversarie che poi condividono quelle immagini attraverso i loro canali social, ritraggono spesso questo kit appositamente preparato, permettendo una continua esposizione ed una vasta diffusione dei marchi dei partner per l'intera stagione.



PLACEMENT

ABBIGLIAMENTO

PLACEMENT FISICI

DIVISE DA GARA #1

Siamo orgogliosi dei nostri colori, e ci piace mostrarli al pubblico che ci segue. Per questo, per annunciare settimanalmente i risultati delle nostre gare abbiamo scelto di usare proprio un'immagine della nostra maglia da gioco. Mettendo ovviamente in mostra anche i partner che ci hanno aiutato a realizzarla.

Ma non solo, perché anche le immagini delle nostre maglie da gioco vengono continuamente diffuse sia da testate giornalistiche che da squadre avversarie, aumentando ancora il raggio di condivisione e quindi di promozione.



PLACEMENT

ABBIGLIAMENTO

PLACEMENT FISICI

DIVISE DA GARA #2

Le immagini delle divise da gara sono sempre visibili anche in varie parti del nostro sito web: sulla home page, nell'apposita pagina "Divise da gioco", nella pagina dedicata alla squadra della stagione corrente, a corredo delle news pubblicate per raccontare le gare di ogni competizione, ufficiale e non, e poi nelle pagine dell'archivio, dove sono visibili le foto di squadra delle precedenti stagioni.



LE NOVITÀ

NUOVE OPPORTUNITÀ

OCCASIONI DI PARTNERSHIP

NUOVE MAGLIE, NUOVI CANALI

Nel corso della stagione 2025-26 sono state varate le nuove sezioni sportive della società: la ASD SVAT Le Leoncine, squadra di calcio a cinque femminile, e la ASD SVAT Walking Football, squadra di calcio camminato. Per queste nuove realtà saranno creati appositamente kit di abbigliamento da gara e di rappresentanza, che aprono le porte a nuovi compagni di viaggio. I nuovi partner, oltre ad apparire sul materiale sportivo, potranno

aumentare la propria visibilità grazie ai nuovi canali social dedicati, che accresceranno la rete gialloblù e di conseguenza la risonanza delle partnership grazie ad un lavoro di cross-posting coordinato fra i vari amministratori dei canali.

I kit, sia da gara che di rappresentanza, saranno disegnati e realizzati con il senso di appartenenza che contraddistingue da sempre l'A.S.D. San Vincenzo a Torri, cercando di valorizzare l'identità del paese e la storia della società gialloblù.

LE NOVITÀ

ASD SVAT LE LEONCINE CALCIO A CINQUE FEMMINILE



LE NOVITÀ

ASD SVAT WALKING FOOTBALL

CALCIO CAMMINATO



PARTNERSHIP

I NOSTRI SPONSOR

LA GERARCHIA

1a FASCIA: **MAIN SPONSOR**

2a FASCIA: **PREMIUM SPONSOR**

3a FASCIA: **SPONSOR DI SUPPORTO**

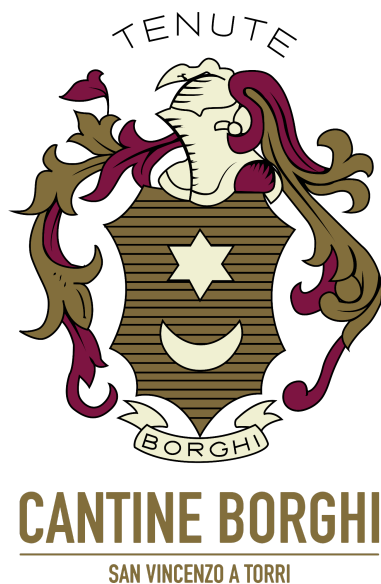
Ogni partnership è personalizzabile in base alle esigenze di placement e agli accordi di esposizione del brand partner. Alla stipula del contratto il brand partner viene collocato nella fascia adeguata e mostrato come tale sulla pagina “Partners” del sito ufficiale dell’A.S.D. San Vincenzo a Torri e sugli altri canali ufficiali della società.

PARTNERSHIP

I NOSTRI SPONSOR

CHI CI SUPPORTA

MAIN SPONSOR



PREMIUM SPONSOR

GOLD&MIZE
ARTE NEL LUSSO

OLMO SRL
GARDEN

SPONSOR DI SUPPORTO



Idra termica s.r.l.



WWW.CAFFESCARDIGLI.IT





A.S.D. SAN VINCENZO A TORRI
www.asdsanvincenzoatorri.com | ASD San Vincenzo a Torri | [@asdsanvincenzoatorri](https://www.instagram.com/asdsanvincenzoatorri)