

**ART  
MEDIA  
SPORT**



# Boxing Production Manual

Versione: 1.0

25 giugno 2019

**ART  
MEDIA  
SPORT**



# 1. INTRODUZIONE

## Scopo

Il presente documento è stato redatto da Artmediasport al fine di garantire una standardizzazione nella produzione delle riunioni, oltre ad elencare tutte le informazioni necessarie per avviare la collaborazione per il supporto alla produzione dell'evento. Ogni operatore dovrà attenersi strettamente alle richieste del presente documento, informando tempestivamente la produzione di Artmediasport nel caso in cui non sia possibile rientrare nei parametri richiesti.

## Fornitori

Al fine di rispondere alle richieste del presente documento è data la facoltà all'organizzatore di scegliere in autonomia i fornitori per la produzione dell'evento. Nel caso in cui non sia sicuro che uno o più fornitori potrebbero non essere compliant, anche parzialmente, con le richieste, è indispensabile che l'organizzatore metta in contatto il fornitore con Artmediasport per garantirsi delle stesse.

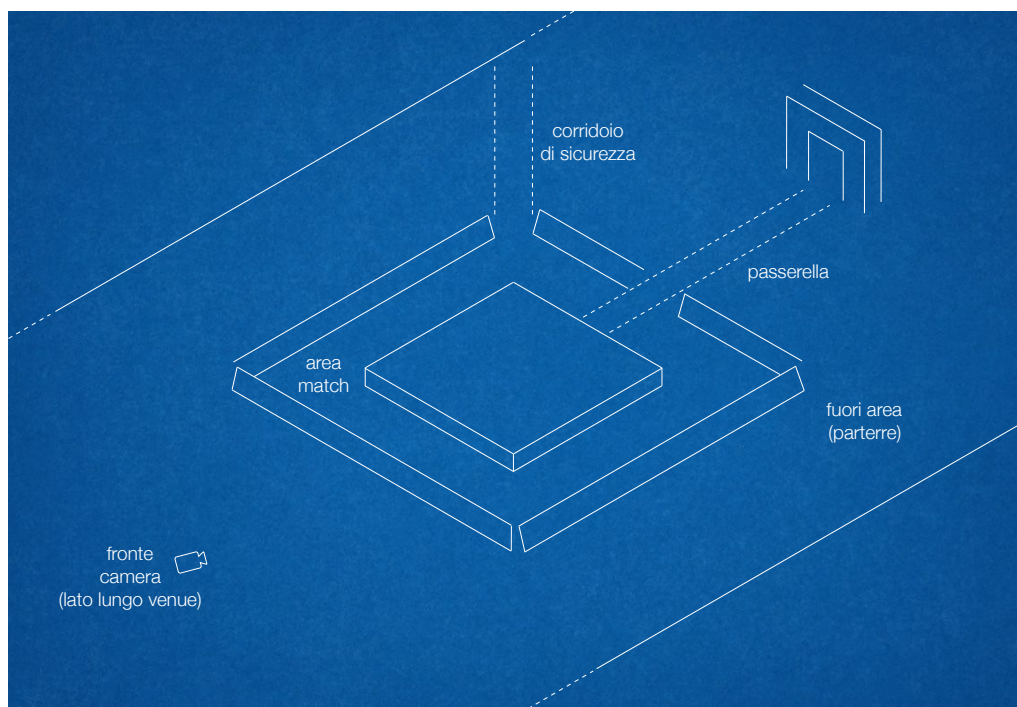
L'organizzatore metterà a disposizione di Artmediasport una lista dei fornitori incaricati includendo, per ciascuno di essi, un referente commerciale e tecnico con nominativo, e-mail e numero di telefono diretto (in caso di corrispondenze di competenze di prega di indicarlo nella scheda stessa).

## 2. SPAZI

### Venue

La venue scelta per ospitare la riunione deve essere adeguata per poter accogliere ring, pubblico e forniture tecniche. È necessario fornire per tempo ad Artmediasport la planimetria di base della location, oltre alla planimetria popolata con le aree individuate in seguito all'analisi di questo manuale.

Deve essere garantito l'accesso al cortile per i mezzi di produzione e lo stazionamento per OB Van (regia) e SNG Truck (uplink segnale).



### Area del match

Per area del match si intende tutto lo spazio della venue racchiuso nel primo anello di transenne. Queste sono poste ad una distanza di 2 metri dal ring e sono interrotte da due aperture: una per la passerella e una per un corridoio di emergenza. Le barriere possono essere realizzate in metallo e rivestite in vinile oppure in polionda da 10mm stampato. L'intera area del match deve essere resa inaccessibile agli spettatori.

All'interno di quest'area deve essere previsto un tavolo, solitamente al lato opposto a quello della giuria, per il commentatore del broadcaster. Allo stesso desk sarà posizionata la postazione per la grafica.

## **Fuori area**

Per fuori area si intende tutto il resto dell'area della venue accessibile al pubblico e coincide con il parterre. Le sedute possono avere qualsiasi disposizione, ma devono rispettare le aree tecniche richieste dalla produzione (aree telecamere, area tecnica interna, area jib - dove presente).

## **Portale**

L'ingresso dei pugili e relativo team avviene attraverso un portale posto ad un'estremità della venue. L'accesso al lato posteriore è un corridoio che collega lo stesso agli spogliatoi. L'uscita è costituita da una passerella, della larghezza di 2 metri, che collega lo stesso all'area del match. Il portale va posizionato frontalmente o lateralmente rispetto al fronte camera.

## **Area tecnica esterna**

Deve essere garantito nel cortile l'accesso ai mezzi di produzione e lo stazionamento per tutta la durata dell'evento per OB Van e SNG Truck di Artmediasport.

L'area sarà collegata alla venue con i cavi necessari alla produzione, previa stesura di canaline passacavo carrabili da parte di Artmediasport.

Dalla posizione di stazionamento del SNG Truck deve essere garantita la visuale, non ostruita, del cielo a sud.

## **Area tecnica interna**

I fornitori scelti per la produzione (desk luci, audio, ecc) saranno posizionati internamente alla venue. È necessario che siano il più lontano possibile dall'area del match, in un lato non visibile dal fronte camera, e che desk e divise del personale siano completamente neri.

## Aree telecamere

Al fine di far vivere al meglio l'esperienza del match al pubblico televisivo, è necessario che i punti di vista televisivi siano posizionati in maniera ben precisa. Si distinguono due posizioni: il punto di vista principale (*main shot*) - da qui in avanti chiamato fronte camera - e il punto di vista a bordo ring (*ring shot*).

Il main shot, o fronte camera, è costituito da una coppia di telecamere al quale va dedicato un punto di vista tale per cui, solo nel caso in cui la venue non sia quadrata o rotonda, veda alle spalle del ring il lato lungo dell'arena.

Deve essere dedicata un'area di almeno 2,5 x 2 metri, senza pubblico in linea d'aria tra fronte camere e ring. È consentito il posizionamento del pubblico solo se quest'ultimo si trova a un piano inferiore di almeno 2 metri.

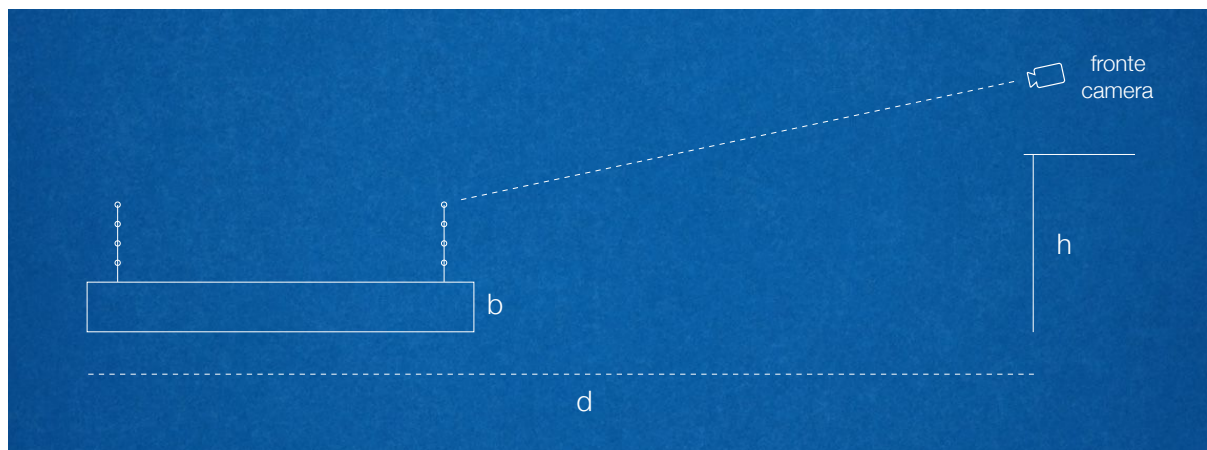
L'organizzatore designerà quest'area individuando un punto la cui altezza rientri nei parametri risultanti dalla formula qui espressa (es. sulle gradinate di spalti dedicati, senza pubblico davanti e pavimentando l'area di spalto richiesta) o, in alternativa, l'organizzatore può disporre una struttura in Layher, della superficie di 2,5x2 metri e dell'altezza piano calpestio calcolata con la medesima formula.

$$h = ( d * \tan(12,28) ) + ( b - 140 )$$

h = altezza risultante del fronte camera in cm (piano calpestio)

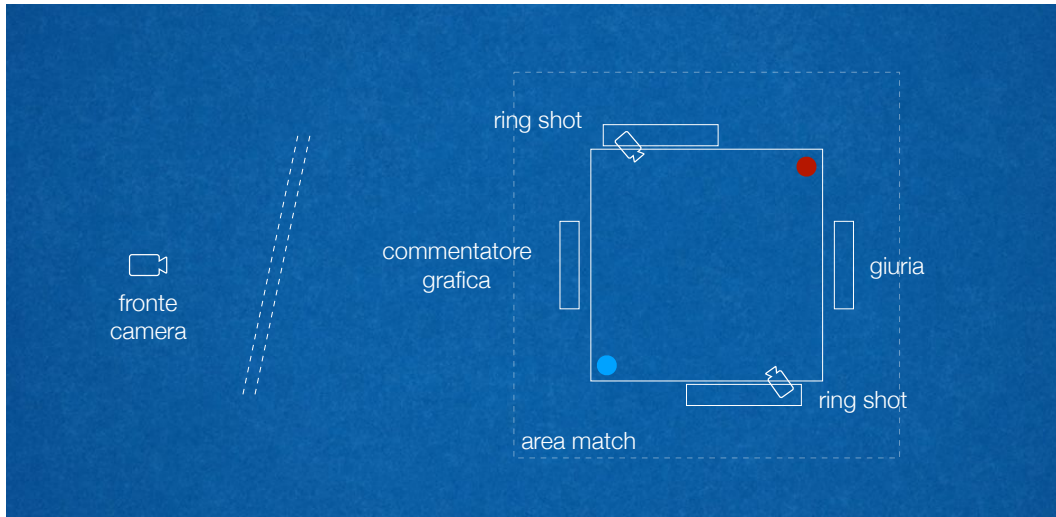
d = distanza in cm tra il punto più lontano della struttura ring e il punto fronte camera individuato

b = altezza del ring da terra in cm



È preferibile che la risultante h sia compresa tra i 5 e i 10 metri.

Il ring shot è costituito da due punti di vista distinti realizzati da due cameraman posizionati a bordo ring. Questi si troveranno, rispetto al fronte camera deciso precedentemente, al lato destro e sinistro del ring.



I camminamenti possono essere realizzati in pedane fomet, della dimensione di circa 200 x 80 cm e di altezza corrispondente all'altezza del ring. La posizione può essere leggermente modificata per esigenze di produzione (spazio fotografi, tv, ecc.), ma i lati di appartenenza devono rimanere tali.

### Spogliatoi

L'organizzatore dovrà prevedere cinque spogliatoi:

- 4 spogliatoi, di cui 2 da destinare esclusivamente agli atleti del main event
- 1 spogliatoio destinato ad arbitri e Commissario di riunione

### Area stampa

L'organizzatore individuerà nel fuori area una zona dedicata alla stampa, fornita di tavoli e sedie dimensionati al numero di operatori attesi e prese elettriche di alimentazione civile. Nel caso in cui sia disponibile una connessione Wi-Fi, l'organizzatore può predisporre delle card con le credenziali di accesso.

### Area ospiti

L'organizzatore individuerà un'area a bordo ring destinata esclusivamente a eventuali ospiti d'eccezione.

## 3. FORNITURE TECNICHE

### Fornitura elettrica

L'organizzatore dell'evento deve garantire al fornitore designato l'elettricità necessaria. Questa dovrà essere ridondata, ovvero la stessa dovrà provenire da un generatore affidabile e dimensionato per la linea principale, e dalla venue stessa come linea di backup.

Entrambe le linee devono arrivare al quadro di distribuzione principale per un rapido cambio in caso di sostituzione tra esse, minimizzando così i tempi di downtime.

### Aree telecamere

Per il main shot l'organizzatore utilizzerà l'area individuata in precedenza adoperando gli spalti o realizzando una torre Layher.

L'area deve essere protetta dall'accesso al pubblico nel caso in cui venga individuata sugli spalti. Nel caso in cui si costruisca una torre Layher, la stessa deve essere protetta dal pubblico con un raggio di minimo 1 metro tramite tendiflex.

Per il ring shot sarà predisposto dall'organizzatore un piano di camminamento, della lunghezza di due metri, avente lo stesso di altezza del ring, utilizzando pedane Fomet o strutture equivalenti.

### Americane

Una struttura in americana è posizionata in corrispondenza del ring. Deve essere un quadrato avente lato tra gli 8 e i 10 metri e un'altezza tra i 4 e i 6 metri da terra. Entrambi i parametri devono essere valutati da Artmediasport in base alla dimensione della venue e dalla distanza del fronte camere.

È preferibile sospendere l'americana al soffitto quando questo è dotato di opportuni hanging points; alternativamente è possibile utilizzare quattro torri, sempre in americana.



Non è considerata una valida alternativa l'utilizzo di T-bar o strutture simili.

### Illuminazione di base

L'illuminazione di base del ring è costituito da quattro gruppi da sei proiettori bianchi, per un totale di 24 elementi, equamente distanziati e posizionati ai quattro lati dell'americana. Devono tassativamente essere muniti di lente fresnel, barndoors e controllo zoom/spot. È preferibile fonti a 5.000K; in alternativa sono consentite alogene a 3200K. Devono garantire almeno 35 footcandles ciascuno, in posizione flood, sulla superficie del ring. La fonte deve garantire un CRI di almeno 90: è necessario a tal punto indicare alla produzione di Artmediasport la marca e il modello di lampada utilizzata.



Ogni proiettore sarà successivamente regolato, tramite controllo zoom e barndoors, per sagomare la luce all'interno del ring, senza creare sbavature al di fuori dell'area del match. I proiettori alla fila opposta del ring rispetto al fronte camera dovrà avere i barndoors superiori alzati in maniera che il fronte camera stesso riceva la luce indiretta sulla telecamera.

È importante eliminare qualsiasi altra fonte luminosa artificiale dal palazzetto, sia dall'apertura al pubblico, sia in fase di prove generali di trasmissione e setup luci quando richiesto da Artmediasport.

### Illuminazione di accento

L'illuminazione di accento ha un doppio scopo: illuminare staticamente la venue durante le riprese e creare giochi ed effetti tra una ripresa e l'altra, tra un match e l'altro e a fine riunione. In base alle dimensioni della venue questi elementi saranno correttamente dimensionati da Artmediasport previa analisi.

Il setup minimo include:

Sull'americana principale:

- 12 teste mobili spot HMI o LED da 15.000 lumen o superiore
- 12 teste mobili wash HMI o LED da 20.000 lumen o superiore, con miscelazione CMY

Sul portale:

- 4 teste mobili spot HMI o LED da 15.000 lumen o superiore, posizionati a terra
- 4 blocchi blinder da almeno due lampade ciascuno; in alternativa due o più blocchi blinder a matrice (quest'ultima opzione non può essere compatibile in caso di ledwall sul portale)

In palazzetti con il lato più lungo maggiore di 50 metri è necessaria l'aggiunta di:

Due americane a barra singola, separate dall'americana principale, con:

- 8 teste mobili beam tipo Sharpy o similare, HMI o LED
- 8 wash HMI o LED da 20.000 lumen o superiore, con miscelazione CMY

Inoltre è necessario l'integrazione del ring di americana principale con:

- 4 teste mobili spot HMI o LED da 15.000 lumen o superiore
- 4 teste mobili wash HMI o LED da 20.000 lumen o superiore, con miscelazione CMY

## PA

L'organizzatore predisporrà un sistema PA per musica e voce. Il ring announcer sarà dotato di radiomicrofono o hanging microphone cablato al centro del ring. Tra una ripresa e l'altra, durante l'ingresso degli atleti, durante l'annuncio vincitori e nei momenti di pausa sarà necessario riprodurre adeguate tracce musicali.

Entrambe le fonti devono essere amplificate con finali e speaker adeguatamente dimensionati alla venue, assicurandosi che questi ultimi non siano direzionati verso il ring in quanto lo stesso avrà dei microfoni ambientali atti a captare le reazioni dei coach.

## Downmix audio venue

L'organizzatore fornirà alla produzione di Artmediasport una coppia di canali audio che coinciderà con la diffusione PA della venue. Questi devono essere due XLR L+R, con segnale di linea, siti in prossimità dell'area tecnica interna.

## Effetti

Nel caso in cui nella venue sia consentito, è necessario posizionare una o più macchine del fumo, a controllo DMX, all'interno del portale. Nel caso di venue particolarmente grandi, è necessario abbinare un ventilatore a controllo DMX.

## 4. ALLESTIMENTI

### Produzione

L'organizzatore è responsabile della realizzazione degli allestimenti e relativo branding assicurandosi che siano al livello degli standard indicati. È fortemente consigliato affidare a un graphic designer la supervisione di tutti i materiali prodotti e stampati, assicurandosi di usare sempre fonti in alta risoluzione e, dove possibile, in vettoriale.

È obbligatorio produrre tutte le stampe in materiale opaco per evitare riflessi verso le telecamere, compromettendo estetica e intelligibilità del brand.

Tutti i marchi degli sponsor rivolti verso le camere possono contenere il logo e una parte testuale accompagnatoria ridotta al minimo indispensabile.

### Ring

Il ring deve essere ricoperto da un tappeto non riflettente, ben steso e privo di macchine o roture.

### Portale

Il portale è costituito da una struttura autoportante ad arco quadrato atta a spettacolarizzare l'ingresso degli atleti. Indicativamente le colonne sono di 100x220 cm e l'arco di 400x100 cm, costituendo complessivamente un'area di 400x320 cm.

È possibile realizzarlo completamente, o in parte, con ledwall, o in vinile stampato.

### Tobleroni

È possibile posizionare 12 tobleroni a bordo ring, tre per lato. Questi possono ospitare un solo marchio, che deve essere identico da entrambi i lati, e garantire un'adeguata spaziatura tra il contenuto e il Canvas di almeno 6 centimetri per bordo.

### Background

Nel caso in cui le pareti della venue siano più vicine di 15 metri dal bordo del ring, se queste non sono nere è necessario che vengano oscurate dall'organizzatore con teli neri o TNT. La stessa procedura si applica all'area che circonda il portale nel raggio di 10 metri.

Allo stesso modo il pavimento, qualora non sia nero o altra tonalità scura e non riflettente, è necessario rivestirlo di materiale nero opaco (è possibile usare PVC, linoleum, moquette, ecc).

## 5. PRODUZIONE

### Date

Artmediasport dovrà concordare con l'organizzatore dell'evento una o più date per i sopralluoghi, che devono cadere nelle due settimane antecedenti all'evento.

Se è prevista una data di posticipo dell'evento, questa deve essere già concordata o opzionata con la location e comunicata ad Artmediasport.

### Prove

Tutte le prove di illuminotecnica dovranno essere eseguite in condizioni simili a quelle verificate durante il match; nel caso in cui l'organizzatore o Artmediasport siano impossibilitati di effettuare le prove la sera antecedente, è necessario che la venue venga oscurata dalla luce del sole dal termine allestimento fino al termine dell'evento. A tal proposito occorrerà indicare ad Artmediasport le giornate e gli orari che saranno utilizzati per il setup dell'evento.

### Sincronizzazione airing - venue

I match trasmessi in diretta dovranno rispettare il timing imposto dal broadcaster. Questo significa che i sottocluo non trasmessi o registrati dovranno terminare entro l'orario stabilito nel running order per non sconfinare nell'orario di messa in onda.

L'inizio dei match trasmessi in diretta sarà regolamentato dal broadcaster. Un addetto di produzione dell'organizzatore, che sarà messo in contatto con la produzione di Artmediasport, dovrà comunicare al ring announcer l'inizio della messa in onda.

L'uscita dei pugili è regolamentata anch'essa dal broadcaster. Un addetto di produzione dell'organizzatore dovrà assicurarsi che il pugile annunciato non esca dal portale fino a quando un addetto della produzione o cameraman di Artmediasport dia il via libera.

### Sicurezza

L'organizzatore ha il compito di prevedere un servizio di sicurezza dimensionato alla venue. Parte del personale sarà dislocato presso gli ingressi, alle uscite di sicurezza e al controllo biglietteria.

Quattro persone, due per pugile, saranno adibite alla sicurezza dell'ingresso degli atleti.

Quattro persone saranno disposte ai quattro angoli dell'area match durante la lettura del verdetto del main event.

## **Pass**

L'organizzatore si occuperà di consegnare per tempo un numero di pass di produzione ad Artmediasport in base al numero degli stessi richiesto. Questi dovranno concedere l'accesso a tutte le aree accessibili al pubblico, aree di produzione, backlot/cortile e spogliatoi.

## 6. COMUNICAZIONE

### Materiali e brand Artmediasport

L'organizzatore dovrà presentare ad Artmediasport:

- Il progetto di comunicazione interno alla location con elenco di materiali prodotti previsti e soggetti.
- Il piano media (affissioni, radio etc.) ed eventuali media partnership con canali locali (radio, stampa locale, stampa nazionale, digitale).

### Promozione evento e Sponsoring

I materiali di promozione dell'evento dovranno prevedere la presenza dei loghi FPI e Artmediasport. I layout dovranno essere preventivamente condivisi e approvati prima della pubblicazione. Nell'eventualità siano attivate da FPI o Artmediasport partnership, patrocini (come nel caso di Coni, amministrazioni comunali o organizzazioni) i rispettivi brand dovranno essere inseriti nella comunicazione e approvati.

L'organizzatore dovrà mettere a conoscenza Artmediasport dell'elenco degli sponsor ingaggiati con dettaglio per ciascuno di:

- Categoria merceologica;
- Valore economico generato da ciascun accordo (economico o cambio merci);
- Controvalore restituito in visibilità, benefit o altro a cui il promoter si è impegnato
- Durata dell'accordo (evento singolo, plurievento, accordo annuale con eventuale scadenza di contratto);
- Referente di ciascun brand (nome, cognome, e-mail e numero di telefono diretto), indicando il ruolo nell'azienda e il livello territoriale di cui è mandatario.

L'organizzatore dovrà riservare a FPI e Artmediasport spazi di visibilità sul tappeto del ring negli angoli neutri, uno per ciascun brand.

### Ledwall

L'organizzatore ha la facoltà di utilizzare un Ledwall per valorizzare lo sponsoring della riunione. È possibile posizionarlo frontalmente rispetto al fronte camera, adeguando l'altezza affinché dal fronte di ripresa il Ledwall stesso non incroci le corde del ring. Le caratteristiche richieste sono:

- Passo adeguato alla distanza e alla dimensione; Artmediasport convaliderà il dato di volta in volta
- La luminosità di picco dovrà essere modificabile e sarà impostata da Artmediasport in loco in seguito ad una proiezione di una test chart consegnata dalla stessa
- La grafica statica appaia in dissolvenza e con un contrasto adeguato; è preferibile che i loghi siano sempre su fondale nero
- I contenuti video non possono contenere elementi che distraggano il pubblico dall'azione del ring (es: animazioni troppo veloci, contenuti lampeggianti, ecc).

## 7. VARIE

### **Materiale richiesto da Artmediasport**

Artmediasport richiede al promoter la fornitura del seguente materiale:

- Contratto di locazione della venue, capienza totale, tipi di biglietto previsti e relativo pricing e numeriche
- Pacchetti grafici prodotti nei formati web e cartaceo (raster di produzione e .psd aperti)
- Singole foto dei pugili (più per ogni pugile) in alta risoluzione
- Materiale video per ogni pugile (risoluzione minima 1080, mov o mp4, h264, h265 o ProRes)
- Fight card di tutti gli atleti dei match clou e sottoclou con relativi risultati sportivi
- Scheda anagrafica per ciascun atleta con dettaglio di: nome, cognome, data e luogo di nascita, luogo di residenza, domicilio, palestra di allenamento con indirizzo, numero di telefono ed e-mail personali, del coach e, se presente, del manager
- Running order provvisorio con orario di apertura ingresso al pubblico, orario di inizio e stima dell'orario di fine riunione
- Location, indirizzo, data e ora della cerimonia del peso

Artmediasport richiede all'organizzatore una scheda contatti con nome, cognome, e-mail e numero di telefono diretto di:

- Direttore di produzione dell'organizzatore
- Promoter titolare dei match
- Referente della location

### **Metodo di lavoro**

Il promoter dovrà presentare tutta la documentazione richiesta nel presente documento per consentire la verifica da parte dell'Advisor dei singoli aspetti produttivi.

Nei giorni antecedenti all'evento tutti i punti di produzione saranno opportunamente verificati con il team di Artmediasport e FPI presente in loco al fine di garantire che gli standard organizzativi siano rispettati.



**ARTMEDIASPORT** - a branch of ARTMEDIAMIX Srl

Sede Legale: Via Merulana, 105 – 00185 Roma P.I. e C.F. 09938931004

Numero REA – RM 1198247 Cap. Soc. i.v. 100.000,00 Euro

Tel. +39.06.95223008 - FAX +39.06.233298732