

16 marzo 2026

Ordine di Servizio n. 2/2026

Visto il Regolamento degli Uffici in vigore – approvato con delibera di Giunta Nazionale n. 318 del 29 ottobre 2025 – il modello organizzativo di uffici, Servizi e altre Strutture del CONI, a far data dal 1° aprile 2026 è declinato come di seguito riportato.

SVILUPPO E PROMOZIONE DEL BRAND E DEI VALORI OLIMPICI – Carlo Leonardo Mornati (ad interim)

Svilupa e guida la strategia del marchio del CONI e dell'Italia Team, definendo visione, posizionamento e priorità per valorizzare il Sistema Olimpico, gli atleti e l'identità istituzionale.

Imposta e coordina tutti i piani di brand — digital, social, licensing, athlete brand, sponsorship — assicurandone coerenza e massimizzandone l'impatto.

Cura la valorizzazione degli asset del CONI attraverso progetti strategici.

Marketing – Lorenzo Pellicelli

Implementa i piani strategici di brand a livello territoriale traducendo le esigenze nazionali in attività locali, coadiuvandosi con l'Ufficio Territorio, Promozione dello Sport e dell'Attività Sociale.

Definisce e attua strategie e azioni di marketing a supporto dell'implementazione del percorso di crescita del territorio e della valorizzazione dei programmi nazionali di attività sportiva giovanile sul territorio – Centri CONI, Educamp CONI, Trofeo CONI estivo e invernale – nonché delle iniziative di promozione e diffusione della pratica sportiva, e di formazione, di cui il territorio, attraverso i Comitati Regionali e le Scuole Regionali dello Sport, costituisce il principale soggetto attuatore.

L'insieme delle attività è finalizzato alla valorizzazione delle progettualità del territorio CONI, sia in termini di sviluppo di partnership istituzionali e operative sia in termini di risonanza e visibilità delle iniziative.

Il Segretario Generale
Carlo Mornati

