



LIBRO BIANCO PER LO SPORT IN EMILIA ROMAGNA VERSIONE 2.0

(dal dire al fare, al saper fare, al saper far fare)

Roberto Ghiretti

Presidente Studio Ghiretti & Associati

Bologna, 19 ottobre 2013

Lo Sport

«Lo Sport comprende qualsiasi forma di attività fisica che, attraverso una partecipazione organizzata o non, abbia per obiettivo l'espressione o il miglioramento della condizione fisica e psichica, lo sviluppo delle relazioni sociali o l'ottenimento di risultati in competizioni di tutti i livelli»

[Commission of the European Communities – White Paper on Sport Luglio 2007]



Cambiamento nella concezione dello sport e della pratica sportiva, delle modalità di fruizione ed erogazione del servizio sportivo che è diventato, a pieno titolo, un “servizio sociale” contemporaneo e un fenomeno di assoluta rilevanza:

Sociale

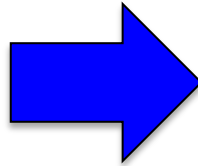
Civile

Economica

Lo Sport contemporaneo

LE AREE

- Stile di vita
- Responsabilità sociale
- Benessere e qualità della vita
[Sport Therapy]
- Economia sociale



LE FUNZIONI

- Educazione
- Generatore culturale
- Sostituto di socialità
- Servizio sociale
- Luogo di piena integrazione
- Linguaggio
- Media
- Economia sociale e politica
- Aggregatore e connettore sociale
- Centro valoriale e educativo
- Punti del PIL
- Prevenzione disagio e bullismo
- Alfabetizzazione motoria
- Sport Therapy
- Attività di motricità per nuove età
- Allungamento del ciclo della vita

A cosa serve lo Sport



Il circolo virtuoso

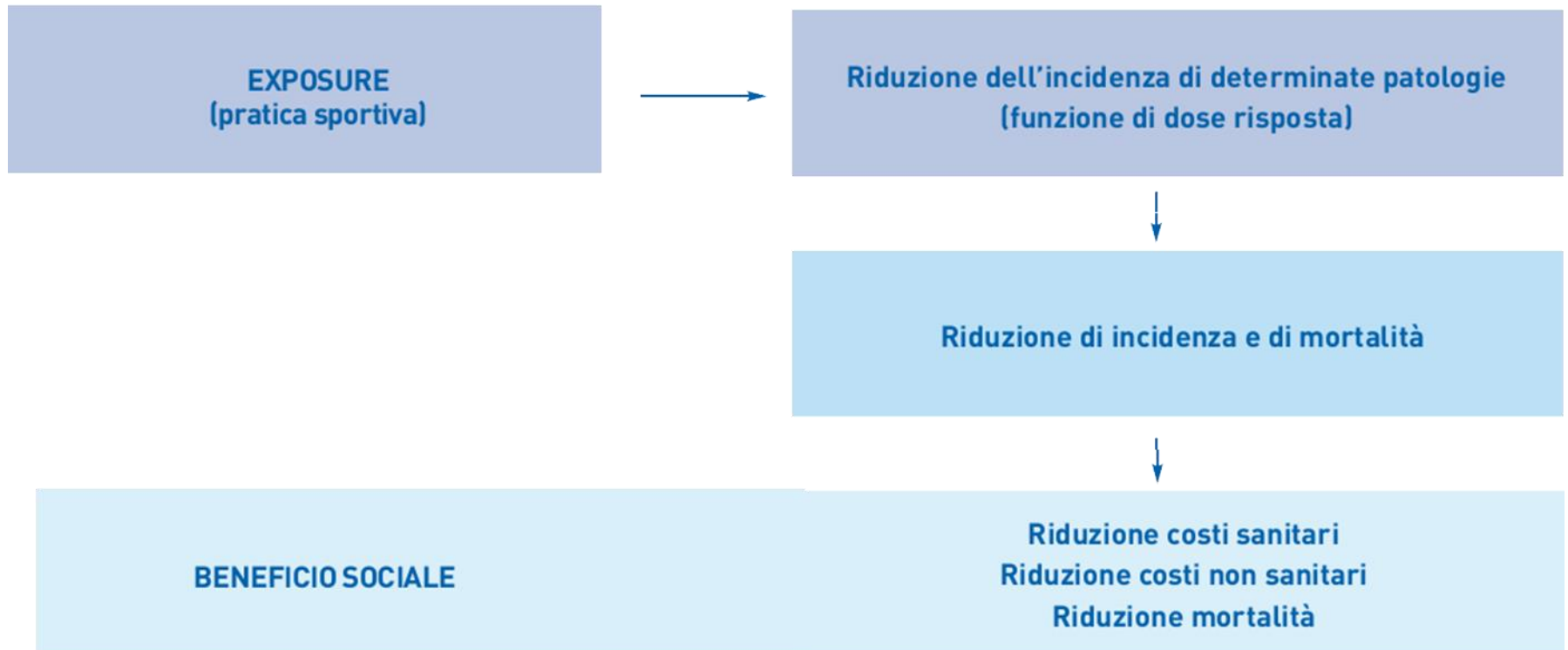


Impatti economici dello sport

1. Stima del Pil direttamente legato allo sport è di € 25 miliardi
2. Equivale all'1,6 % del Pil nazionale
3. Il valore della produzione direttamente e indirettamente attivato dallo sport è pari a € 53,2 miliardi
4. Esportiamo € 1,8 miliardi di prodotti sportivi, con un saldo attivo con l'estero di 240 milioni
5. La stima delle entrate delle Amministrazioni Pubbliche attribuibili allo sport è di circa € 5 miliardi
6. L'attuale pratica sportiva, permette allo Stato di evitare circa 52.000 casi di malattie ogni anno, ovvero circa 1,5 miliardi di Euro di risparmio annuo sulla Spesa (sanitaria e non)
7. In prospettiva la diminuzione di un punto percentuale del tasso di sedentarietà in Italia porterebbe un beneficio per lo stato nell'ordine di 200 milioni di Euro annui, come risparmio sulla spesa (sanitaria e non)

*Fonte: Libro Bianco dello Sport Italiano del CONI 2012

Risparmi sulla spesa sanitaria



- Diverse fonti, a causa dell'invecchiamento della popolazione e dell'aumento dell'incidenza di malattie croniche, stimano una crescita della spesa sanitaria dell'1 - 2,5% del Pil per il 2030
- La pratica sportiva è in grado di ridurre l'incidenza di alcune di queste malattie croniche (ad esempio quelle cardiovascolari) e di patologie in preoccupante aumento (come l'obesità)

LE NUOVE SFIDE

Dove siamo

Sono passati 3 anni dalla prima stesura del Libro Bianco: un battito di ciglia in termini di tempo, un'eternità se guardiamo ai cambiamenti socio-economici che sono avvenuti;

La volontà deve essere dunque quella di riprendere i temi del Libro Bianco e analizzarli al fine di:

- condividere gli obiettivi che ci accomunano ai nostri partner,
- aggiornare le strategie,
- perfezionare le tattiche,
- ma soprattutto concentrarci per fornire strumenti pratici ed efficaci al nostro associazionismo sportivo per vincere la sfida della qualità e quindi della competitività;

Il Libro Bianco

La conclusione del Libro Bianco per lo Sport in Emilia Romagna recitava:

«...si può individuare un unico obiettivo, comune a tutti i soggetti coinvolti nel processo di formazione del “fenomeno sportivo”: progettare percorsi “coinvolgenti”, che vedano la promozione dello sport come un efficace strumento di qualificazione della salute delle persone e della qualità della vita di un territorio.”

Che ne è stato di questo obiettivo? A che punto siamo?

- Lo abbiamo fatto nostro?
- Ne abbiamo parlato con gli Enti Pubblici?
- Lo abbiamo condiviso con le società?

Le nuove sfide: *nuovi bisogni*

La sfida dei nuovi bisogni:

- li sappiamo leggere e interpretare? Dobbiamo farli diventare nostri
- li sappiamo intercettare?
- li sappiamo valutare e portare ad un possibile linea di valutazione e priorizzazione?
- li sappiamo organizzare?
- li sappiamo comunicare dentro e fuori il nostro mondo?
- siamo consapevoli della nostra forza valoriale?

Lo Sport

unica vera attività **TRASVERSALE**: ovvero diretta a tutti

Sport
trasversale alle politiche delle nazioni, trasversale alle scelte dei popoli
l'unico ambiente in cui non fa distinzione il colore della pelle, le convinzioni religiose, la razza, la lingua, l'età
il media più pregnante di significati, valori ed emozioni
dalla città al continente: il "mondo d'emozioni" più capace di essere realmente incisivo su tutti i territori

I Trend in atto

I trend in atto indicano che la modalità di “adesione” all’ambito sportivo sta cambiando andando sempre più nella direzione di una pratica destrutturata, fuori dagli schemi classici del tesseramento federale ed interpretando sempre più lo sport come strumento di salute.

"De-strutturazione" dello Sport

"Sportivizzazione" del territorio

Aumento dei praticanti

2.0

Genitori: minaccia o opportunità?

Sport = Comunicazione

Nuove politiche [sanità=salute]

Pratica sportiva adulta

Abbandono giovanile più frequente

Difficoltà al reperimento di risorse

Le nuove sfide: *il ruolo dei Comitati*

La sfida di individuare il ruolo dei Comitati:

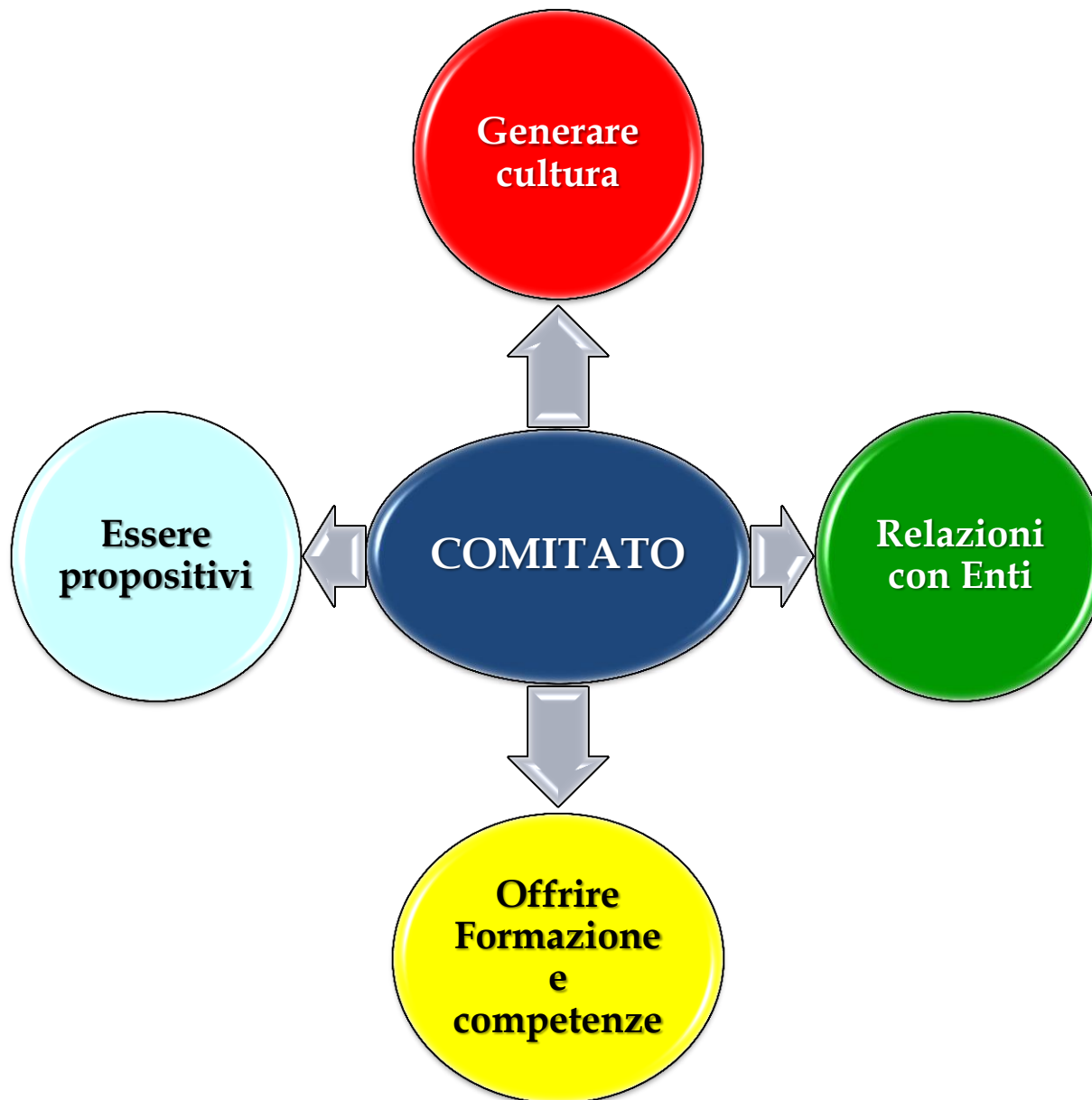
- Ci accontentiamo solo di organizzare i campionati e gestire quello che sappiamo fare perfettamente?
- Qual è il "nuovo" ruolo che la società civile e le nostre società ci richiedono?
- Come possiamo essere davvero funzionali alle società sportive e ai tesserati?
- Abbiamo delle responsabilità nei confronti delle famiglie e della società?
- Solitudine, quotidianità e autoreferenzialità sono i nostri nemici giurati?
- Siamo pronti ad una nuova e difficile sfida?

I Comitati territoriali

Il Comitato può porsi al centro del sistema sportivo e civile, diventando un vero e proprio erogatore di servizi per le proprie società e i tesserati, consci che lo sviluppo di un proprio club o associazione contribuirà ad accrescere tutto il movimento.

Far crescere le società, crescere nella considerazione del territorio, innovare mantenendo gli aspetti qualitativi esistenti

I Comitati territoriali



Le nuove sfide: *nuova struttura societaria*

La sfida di modelli evolutivi di associazionismo competitivo:

- solo squadra agonistica o anche nucleo di aggregazione e di promozione umana?
- Perché non impresa sociale multifunzionale? Magari in rete con altre?
- Perché non pensare anche a una sorta di “struttura territoriale di servizi sportivi” alla vasta platea dello sport de-strutturato?
- Vogliamo provare anche a mettere insieme più società per una struttura di secondo livello funzionale ad alcuni obiettivi comuni: gestione impianti, gestione eventi, comunicazione, promozione integrata, ecc.

La sfida della trasformazione delle associazioni sportive dilettantistiche in imprese sociali multifunzionali;

La sfida di passare dallo sport per alcuni allo sport per tutti: il diritto di essere campioni o talenti ma anche il diritto di non essere campioni o talenti.

Nuovi contenuti per un "nuovo" ruolo

anticipare e interpretare il cambiamento

favorire un modello di crescita condivisa

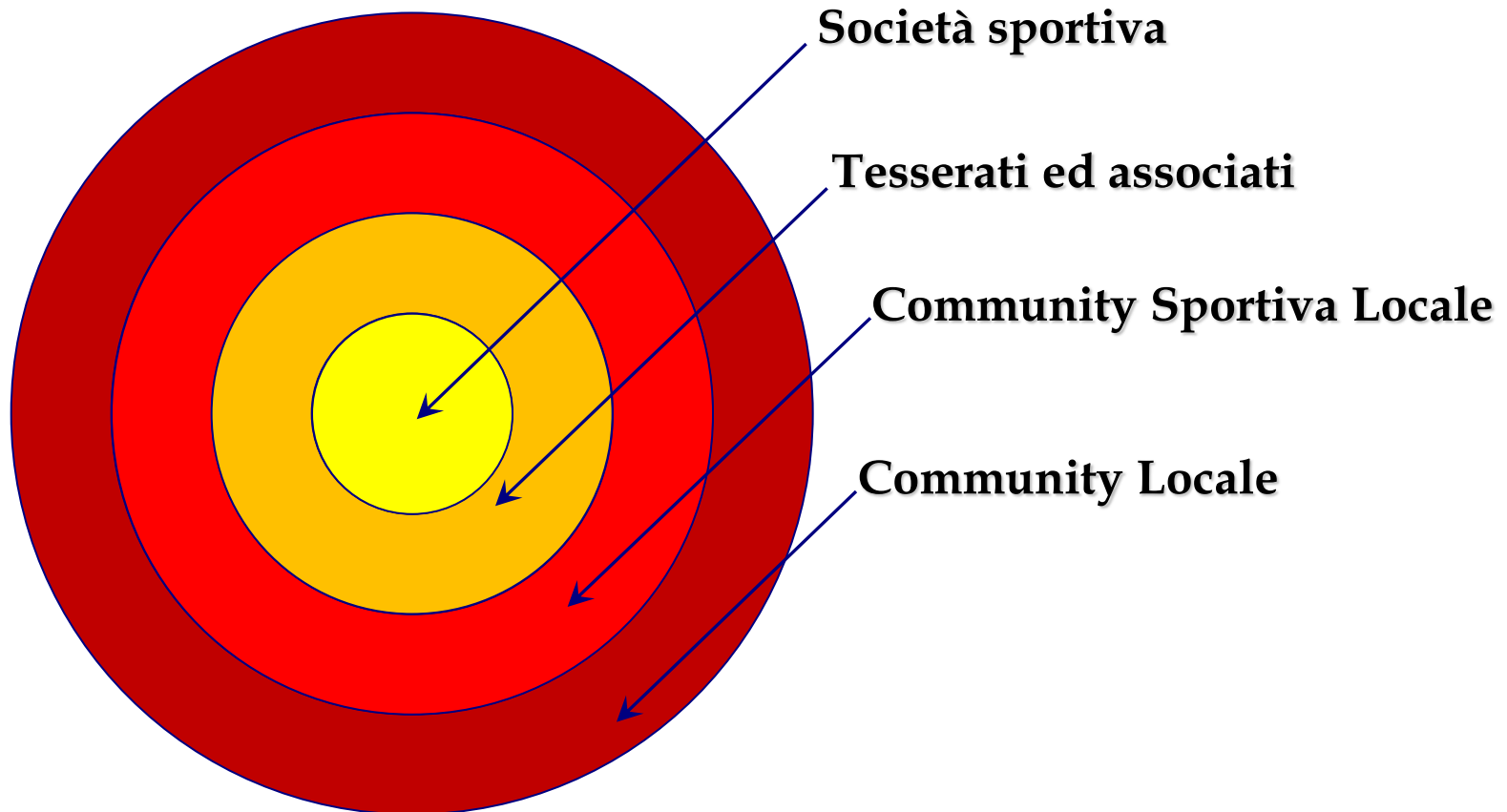
**diventare un'impresa socialmente
"considerata" e "responsabile"**

imparare a lavorare in team e con altre strutture

diventare "protagonista del territorio"

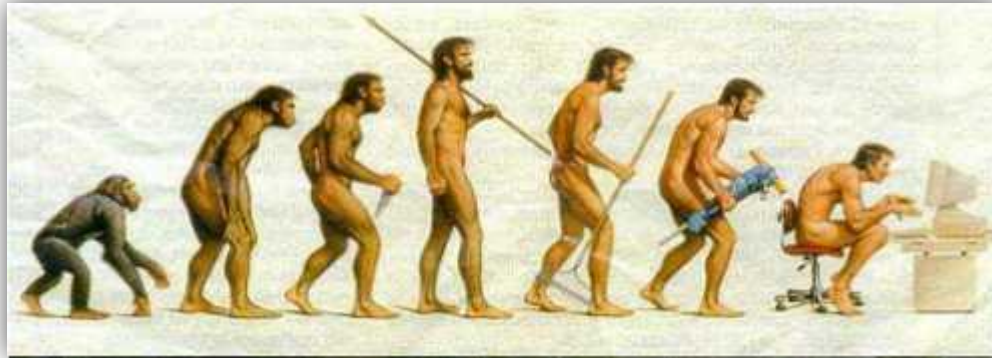
Radicalamento territoriale

diventare dunque il punto di riferimento dello sport a livello locale attraverso azioni volte ad accreditarsi nei confronti degli Enti pubblici e delle aziende



L'evoluzione della Società

ieri



domani

Evoluzione della "specie"

essere propositivi
e proattivi

~~"dare tutto a tutti"~~

investire "in qualità"

diventare
"protagonisti trasversali"

conoscere sé stessi e il
proprio territorio

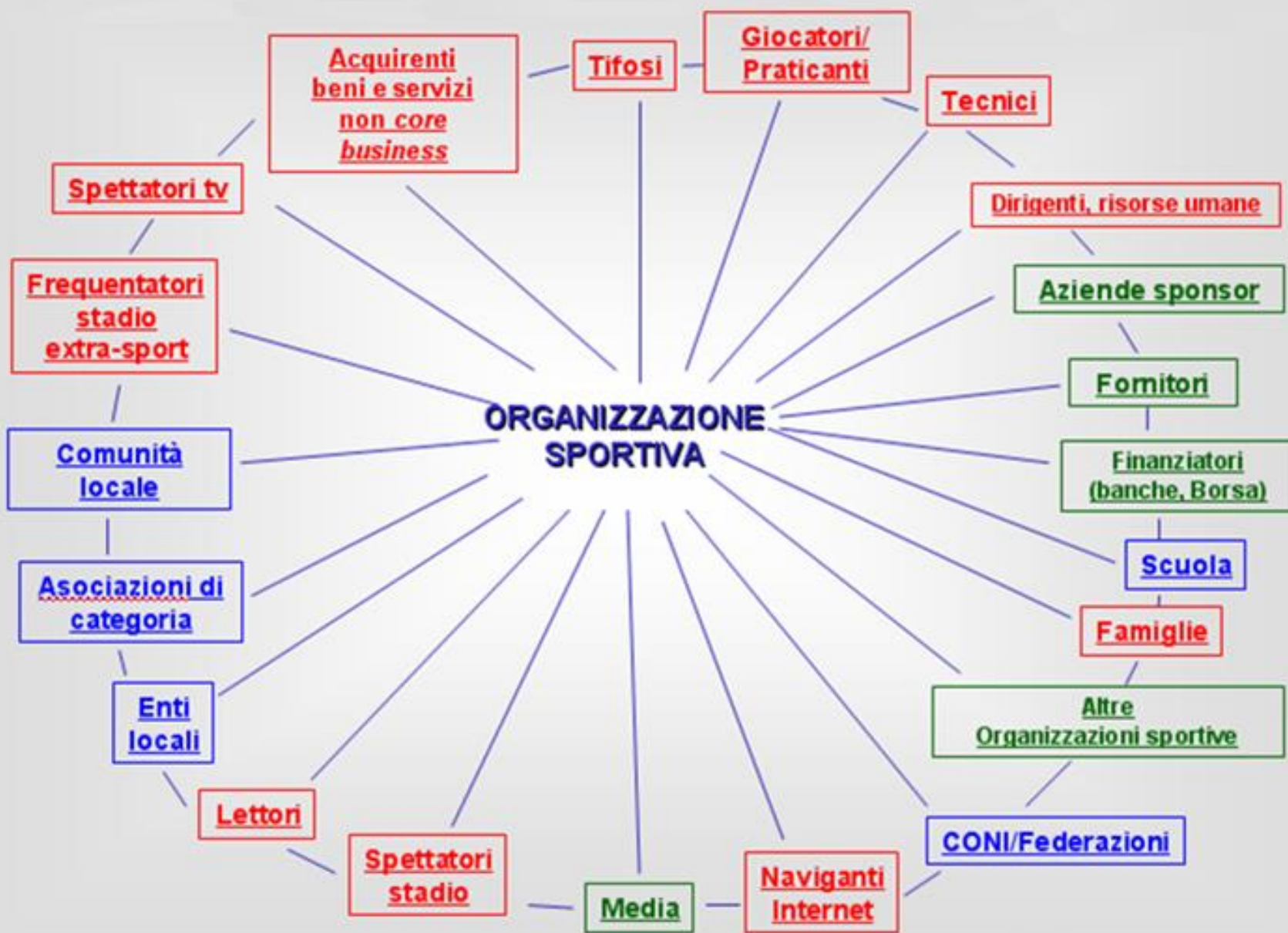
Le nuove sfide: *conoscerci e farsi conoscere*

Per essere davvero protagonisti del territorio e rispondere ai nuovi bisogni dobbiamo però sapere chi siamo. Abbiamo una forza incredibile, ma dobbiamo conoscerla appieno per poterla sfruttare.

All'interno delle Società, all'interno dei Comitati, all'interno dei CONI stessi, ci sono professionalità, numeri e contatti che non devono essere dimenticati, e che anzi devono essere esaltate e fatte conoscere.

- Conosciamo questi dati?
- Li sfruttiamo?
- Conosciamo gli accordi che il CONI ha in essere con molteplici soggetti?
- Conosciamo i nostri territori, le nostre città, le nostre Regioni?
- Conosciamo i nostri stakeholders?
- Conosciamo i nostri interlocutori?
- E loro ci conoscono? E come?

La Community



Community come ricchezza

La community, formata dai nostri tesserati, tifosi, praticanti, ma anche dai nostri stakeholder e da tutti coloro che entrano in contatto con le nostre attività, diventa quindi “patrimonio sociale”: la vera ricchezza di ciascun Comitato, Società o associazione sportiva

Lavorare costantemente, infatti, per sviluppare la propria capacità di essere "territorio" e incrementare i proprio numeri, consentirà ai Comitati e alle società sportive di acquisire già una prima eredità sociale, che è quella di **creare una forte rete di interlocutori** (giovani, famiglie, tesserati, persone coinvolte, etc).

Ciascuno di essi rappresenta **un'opportunità di dialogo**, presente e futura, perché i tesserati bambini di oggi, rappresentano gli adulti di domani.

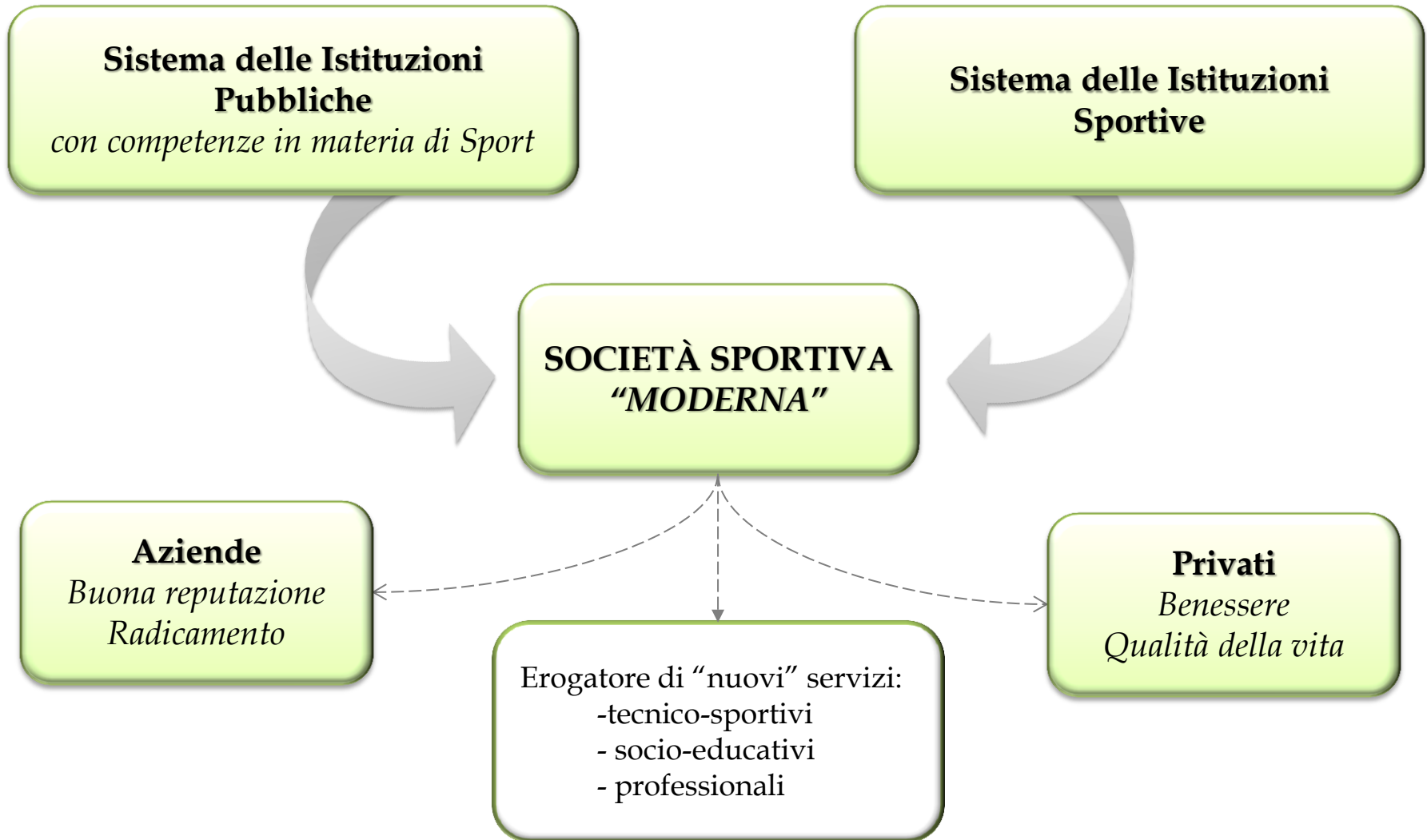
Le nuove sfide: *il nuovo ruolo dello sport*

Se dunque i Comitati e le Società sono pronte a rinnovarsi, dobbiamo anche sapere cosa oggi lo sport rappresenta e con quanti soggetti entra giornalmente in contatto.

Dobbiamo sapere che lo sport non è più un semplice gioco, ma è un vero «social network», una rete nella quale sono presenti Istituzioni, Enti, Associazionismo:

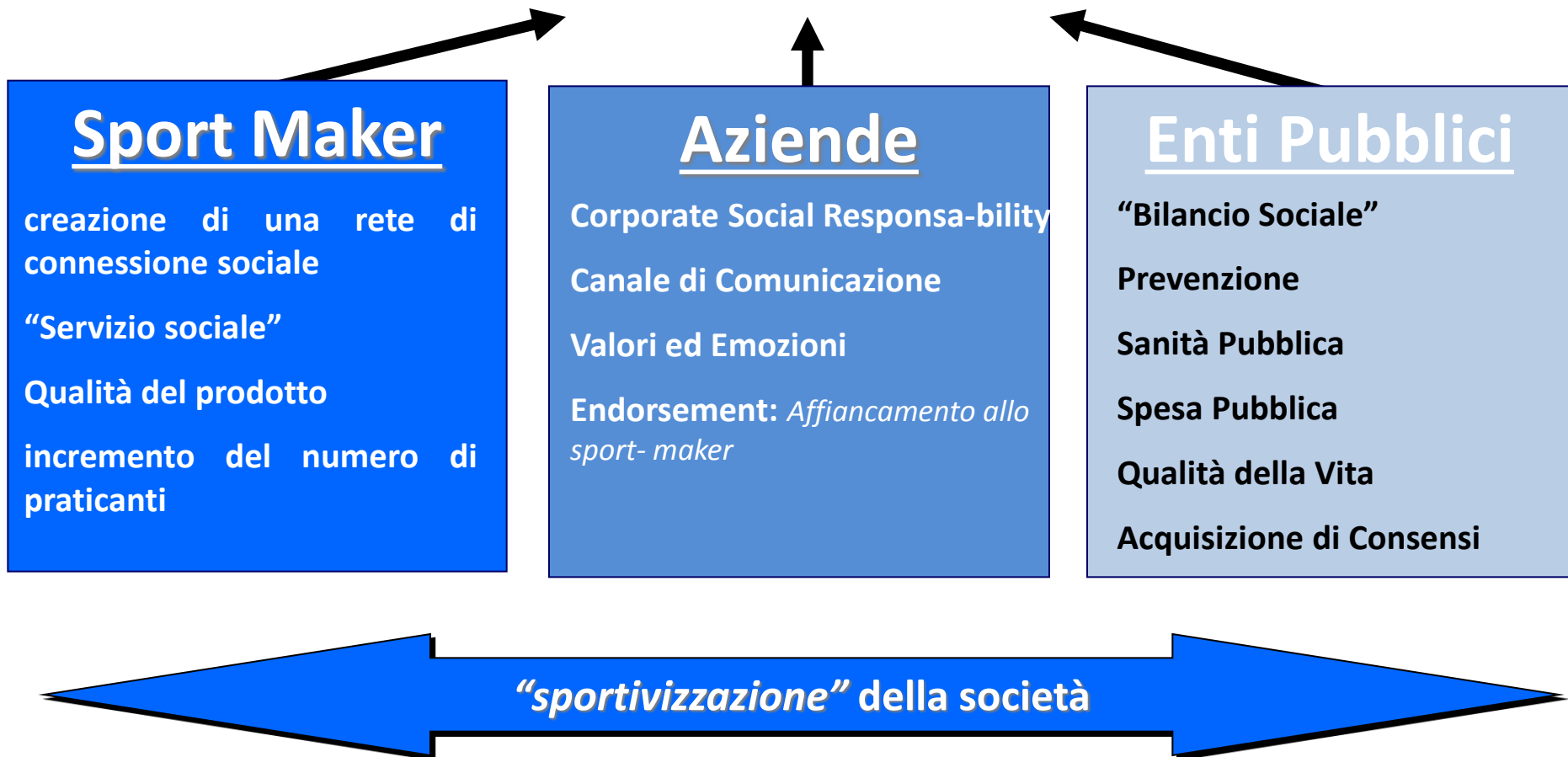
- sappiamo di essere il crocevia obbligato per un efficace perseguimento dei fini delle istituzioni?
- Siamo consapevoli che il mercato ci chiede di lavorare insieme?
- Sappiamo di dovere passare dalla diffidenza alla partnership perché siamo tutti protagonisti di sport?
- Desideriamo veramente perseguire insieme l'eccellenza?

Sport: tra sussidiarietà reale e specificità



Gli Attori del percorso

per ottenere risultati efficaci il percorso di “sportivizzazione” di una società deve essere posto in essere tramite un coinvolgimento sinergico



"Sportivizzare" la società: Lo sport come fatto culturale

"le Origini"

- ✦ **Sport:** dal francese "*Deporte*", diporto, diletto
- ✦ **Dilettantismo:** dalla radice, fare le cose per diletto, divertimento
- ✦ **Competizione:** dal latino "cum" + "petere", letteralmente "tendere insieme"; per traslato: collaborare all'ottenimento di un risultato

- **Avversario:** elemento necessario per la creazione di una "impresa"
- **Vittoria e Sconfitta:** momenti di confronto
- **Agonismo:** etica del rispetto
- **Doping:** mistificazione del risultato sportivo

Sfida educativa: l'educazione è una priorità

Le nuove sfide: l'educazione

Il diritto di non essere un campione

- Lo sport per tutti
- Lo sport di tutti
- Dalle ginocchia sbucciate all'alfabetizzazione motoria
- Promuovere la pratica

Il diritto di provare ad essere un campione

- Lo sport agonistico
- I giovani e lo sport
- L'abbandono giovanile
- Valorizzare l'eccellenza tecnica

Genitori a bordo campo

- Mio figlio sarà Maradona?
- La fortuna di avere un figlio che fa sport
- Genitori e società: clienti, dirigenti o...
- Parents' school

The infographic is set against a green background. At the top, it reads 'CONSIGLI PER IL GENITORE A BORDO CAMPO' flanked by two stars. Below this, a soccer field is drawn in white. A yellow circle highlights the top edge of the field, with a curved arrow pointing to the text 'TU SEI QUI'. A red 'X' is marked in the center of the field, with a curved arrow pointing to the text 'NON QUI' at the bottom. To the right, a white rectangular box contains a list of five numbered tips. At the bottom right of the infographic, the email address 'genitoribordocampo@gmail.com' is written.

CONSIGLI PER IL GENITORE A BORDO CAMPO

TU SEI QUI

NON QUI

CONSIGLI PER IL GENITORE A BORDO CAMPO

1. L'ALLENATORE ALLENA, L'ARBITRO ARBITRA, TU **DIVERTITI!** IL TUO COMPITO È **SOSTENERE LA SQUADRA E TUO FIGLIO**, ED INCITARLO A MIGLIORARSI, QUINDI NON PENSARE AI CONSIGLI TECNICI E **GODITI LA PARTITA!**
2. NON C'È PARTITA SENZA DUE SQUADRE, NON C'È GIOCO SENZA AVVERSARI. **DIVERTITI E APPLAUDI PIÙ FORTE CHE PUOI!**
3. LA PARTITA INIZIA NELLO SPOGLIATOIO, CONTINUA IN CAMPO E FINISCE CON LA DOCCIA ED IL TERZO TEMPO. RISPETTA QUESTI MOMENTI E **LASCIA CHE TUO FIGLIO SI VIVA IL GRUPPO.**
4. LA PANCHINA NON È UNA SCONFITTA, MA IL **PUNTO DI PARTENZA**. NON DISCUTERE LE SCELTE DELL'ALLENATORE. SPIEGA A TUO FIGLIO CHE L'**IMPEGNO IN ALLENAMENTO PREMIA SEMPRE** E ARRIVERÀ IL SUO MOMENTO.
5. LA PARTITA È LA "VERIFICA" DOPO UNA SETTIMANA DI ALLENAMENTI. IMPARA A **COGLIERE I MIGLIORAMENTI** DELLA SQUADRA E DI TUO FIGLIO E NON PENSARE SOLO AL RISULTATO. NON IMPORTA SE "HA VINTO" O SE "HA PERSO", PENSA SOLO: **"OGGI SI È DIVERTITO"**.

genitoribordocampo@gmail.com

Le nuove sfide: *Lo sport come strumento sociale*

È infatti acquisito che lo sport, e l'attività motoria ad esso connessa, abbia un rapporto diretto con il benessere e la salute delle persone e dei territori, così come il fatto che sia un importante fattore di integrazione, di socializzazione e uno strumento di cultura sociale.

Lo sport è infatti ritenuto una leva per lo sviluppo di valori sociali e svolge un ruolo centrale nella formazione e nell'educazione dei giovani.

Dunque lo sport, l'attività motoria e fisico-sportiva, e quindi i Comitati, le società sportive e le Associazioni che lo promuovono, rientrano appieno nell'area del **Welfare e delle "politiche sociali"** e riguardando più Assessorati fanno parte integrante anche delle politiche economiche di un territorio.

Noi ci siamo??

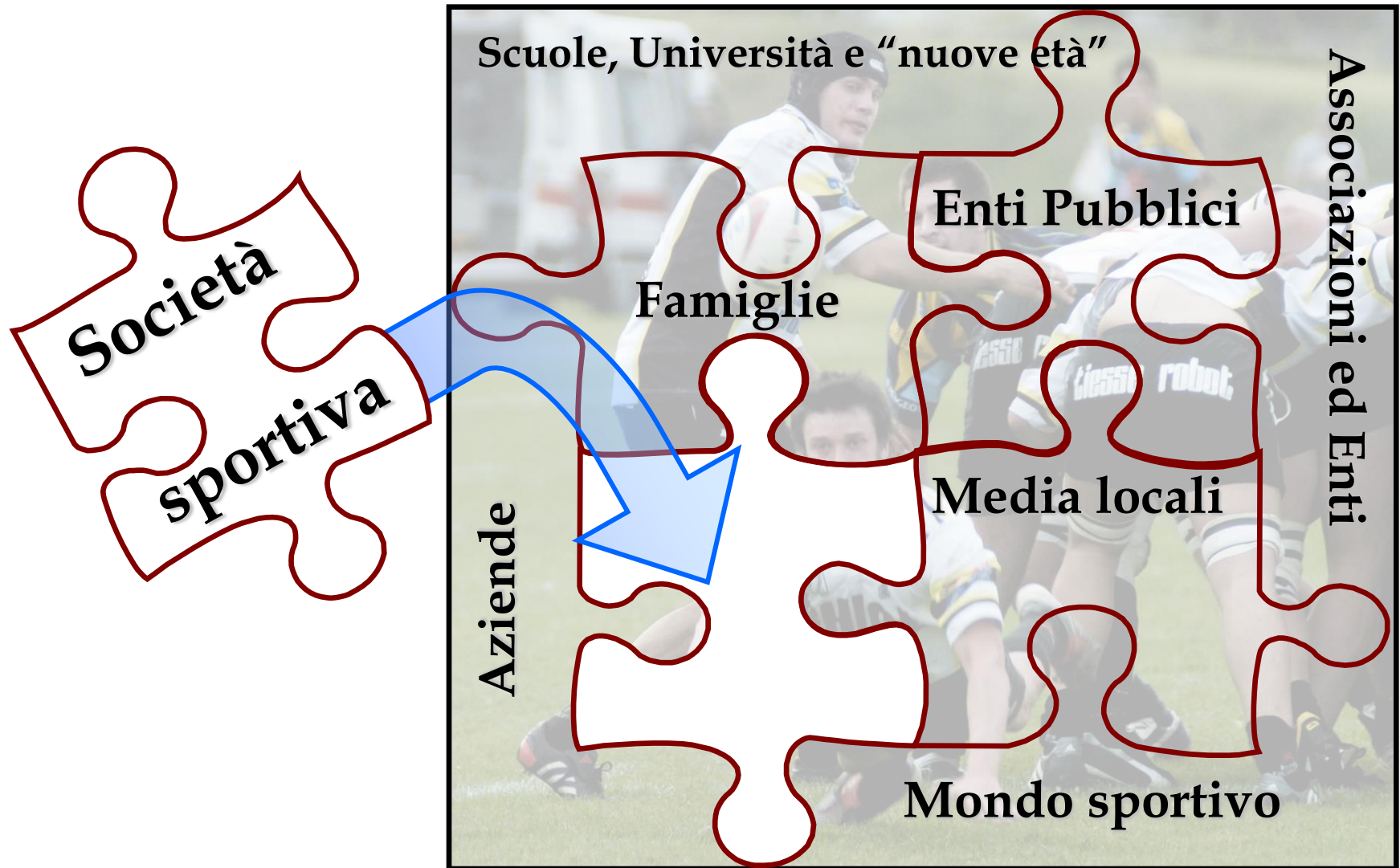
Le politiche sportive: l'interassessorialità

L'obiettivo di chi promuove lo sport, di concerto con la propria Amministrazione sarà quindi quello di sviluppare progettualità dedicate alla pratica sportiva che possano, grazie alla loro trasversalità, coinvolgere più Assessorati per sfruttarne i benefici e le qualità con l'obiettivo di raggiungere diversi obiettivi sociali.

Sono infatti molteplici le attività della vita quotidiana di un territorio e dei suoi cittadini che coinvolgono direttamente la pratica motoria e sportiva e che attraverso essa portano ad un miglioramento dell'ambiente circostante.

L'obiettivo sarà quindi quello di promuovere progetti per lo sviluppo e l'implementazione dell'attività motoria e della pratica sportiva senza esclusione di età, sesso, nazionalità e censo, non intesa solo come agonismo e sport di vertice, ma bensì come l'insieme di politiche sportive che contribuiscono a migliorare il territorio e la comunità locale a livello di integrazione, socialità, cultura, sanità ed educazione.

La Community



Lo sport elemento trasversale

Come già sottolineato, lo sport rappresenta dunque l'unica vera attività **trasversale**, ovvero diretta a tutti; rappresenta il "mondo d'emozioni" più capace di essere realmente incisivo su tutti i territori, il media più pregnante di significati, valori ed emozioni.

Questa peculiarità dello sport deve essere incentivata cercando di coinvolgere ogni Assessorato di riferimento, con particolare riguardo allo sviluppo di politiche trasversali e condivise.

Uno strumento condiviso per il miglioramento di un territorio.

Network sociale

Entrare nella community del nostro territorio ci permetterà di offrire un impulso ancora più significativo nella realizzazione di sinergie operative e progettuali che riguardino il nostro sistema sportivo e cittadino.

Compattare il mondo dello sport territoriale sarà l'obiettivo di tutte le azioni realizzate; attraverso la collaborazione "interna" tra i diversi player ed "esterna" con altri sistemi presenti in città, il nostro territorio può davvero vedere aumentare il grado di sportivizzazione.

Non solo. Lo sport dovrà essere riconosciuto come elemento rilevante anche da altri settori della realtà territoriale, con cui potrà stringere relazioni profonde e proficue.

"Fare sistema" è, dunque, la filosofia da declinare in ciascuna progettualità

La Strategia

La nostra strategia deve dunque essere rivolta all'ideazione di un percorso che coinvolga l'intero territorio e le realtà che ne fanno parte.

Non solo quindi grandi eventi sportivi, ma bensì un progetto a tutto campo per l'intero territorio.

**Comunicazione e
HUB**

Eventi sportivi

Partecipazione

Cultura e Formazione

Politiche Sportive

Interassessorialità

Le politiche sportive

PROGETTI SCOLASTICI

SPORT PARALIMPICO

PROGETTI NUOVE ETA'

AMBIENTE

IMPIANTISTICA

VOLONTARIATO

INTEGRAZIONE

CULTURA

FORMAZIONE

Esempi di interassessorialità

Assessorato	Attività
Salute	Progetti per la terza età Lotta all'obesità
Mobilità e trasporti	Realizzazione di piste ciclabili Piedibus
Famiglia	Lotta al bullismo Family Sports Days
Servizi Sociali	Integrazione e inclusione sociale Corsi sportivi gratuiti
Turismo	Percorsi turistici a vocazione sportiva Sviluppo di marketing territoriale
Scuola e infanzia	Alfabetizzazione motoria Avvio alla pratica sportiva

Esempi di interassessorialità

Assessorato	Attività
Attività produttive	Progetti di responsabilità sociale legata allo sport
Lavoro	Corsi di formazione
Cultura	Convegni sulla cultura sportiva Premi Cultura e Sport
Legalità	Diritto allo sport Fair Play
Pari opportunità	Sport per tutti e senza barriere
Verde e ambiente	Parchi come palestre a cielo aperto Sport a impatto zero
Impiantistica	Manutenzione degli impianti sportivi Ideazione di impianti all'aria aperta nei parchi della città

Le nuove sfide: *legacy*

Per essere davvero inseriti nella nuova società, lo sport dovrà anche essere pienamente integrato nelle nuove attività di tipo ambientale e di legacy.

L'obiettivo finale sarà quindi quello di lasciare una "legacy" cioè un'eredità sociale alla città ed ai cittadini; un sistema maturo e compatto, capace di creare una prospettiva di benessere attraverso il sostegno di modelli sportivi all'avanguardia.

Inoltre ciascun bambino tesserato dalla società, rappresenta un futuro adulto con cui interloquire: un'importante occasione per implementare la propria rete e contribuire ad "educare" un futuro cittadino.

Sport e società sportiva come elementi di rilievo
in un sistema integrato di Welfare e di crescita.

Le nuove sfide: *comunicazione 2.0*

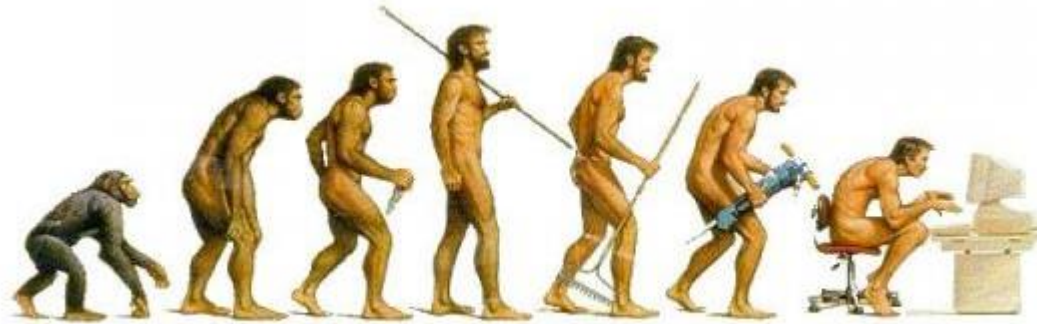
la sfida delle nuove tecnologie:

- siamo consapevoli che hanno capovolto il sistema trasformando i nostri punti di debolezza in punti di forza?
- Siamo al passo con i tempi?
- Le abbiamo implementate nel nostro modello organizzativo?

la sfida della nuova comunicazione:

- come interagiamo? Siamo inclusivi o esclusivi? Siamo entusiasti o indifferenti? Abbiamo passione?
- Interagiamo con passione o con freddezza?
- Siamo autoreferenziali o ci mettiamo in gioco? L'autoreferenzialità paga ancora? Protagonismo individuale o gioco di squadra?

Un percorso "evolutivo"



1. Ufficio stampa

2. Media relations

3. Conferenze istituzionali

4. Eventi unconventional

5. Online



On Line

Il web non è più la vetrina mondiale delle nostre attività, ma si è ormai imposto come luogo di interazione con la gente e di creazione della reputazione.

Per uno sport maker deve diventare lo strumento principe tramite cui creare, coltivare e coinvolgere la propria community: tesserati, parenti, tifosi, amici, istituzioni, partner, fornitori, ecc...



I social media

Gli strumenti più comuni ed economici a disposizione per chi intende sviluppare una strategia di “engagement” con la propria community sono i Social Media:

- ✓ Facebook
- ✓ Twitter
- ✓ Youtube
- ✓ Instagram
- ✓ Google+
- ✓ Fousquare



Il valore dei social

- I Social Media rappresentano la prima attività sul Web.
- La Radio ha raggiunto 50 milioni di utenti in 38 anni, la TV in 13 e Internet in 4. Facebook ha raggiunto oltre 200 milioni di utenti in meno di un anno.
- Se gli utenti di Facebook vivessero tutti in un'unica nazione, sarebbe la terza più grande al mondo dietro a Cina e India e davanti agli USA.
- Oltre il 50% degli utenti di Facebook è Under 30.
- Ogni giorno su Google si cerca il 20% di informazioni mai cercate prima.

I Social Media non sono una moda, ma un cambiamento fondamentale nel modo di comunicare e vivere.

Le nuove sfide: *Il turismo sportivo*

- Una sfida per un territorio
- Grandi Eventi o Eventi grandi
- Turismo attivo o passivo
- Siamo pronti?



Le nuove sfide: *nuove professioni e volontariato*

La sfida del lavoro:

- le nuove professioni;
- la creazione di nuovi posti di lavoro veri attraverso una nuova dimensione di attori di sport;
- e i giovani?
- la sfida della conoscenza e competenza: volontariato competente o professionisti appassionati? o entrambi?
- Volontari cercasi?

Le nuove sfide: *il ruolo del CONI*

Nuove consapevolezze:

- Il CONI regionale è l'autorità di governo dello sport in regione e dialoga alla pari con la Regione Emilia-Romagna, in quanto lo sport è materia concorrente;
- Il CONI regionale include tutti: abbandonare le vecchie logiche degli orticelli e partecipare ad un unico disegno per contare di più e incidere sulle scelte politiche ai vari livelli: divisi non contiamo nulla anche se apparentemente possiamo godere di piccoli ma effimeri vantaggi di posizione;

Le nuove sfide: *la Scuola dello Sport*

La sfida dell'essere attenti nei confronti dei nuovi cambiamenti della società e delle nuove tecnologie:

- Quali sono i bisogni formativi del nostro mondo?
- Come possiamo offrire un servizio di qualità e che sia realmente utile alle nostre società?
- Quali sono gli strumenti più adatti?



The logo features the word "Scuola" in a large, bold, blue sans-serif font. The letter "o" is replaced by the Italian flag's tricolor (green, white, red) and the Olympic rings. Above the "o" is the word "Italia" in a smaller blue font. Below "Scuola" is the text "dello Sport Coni" in a bold blue font, and "Emilia Romagna" in a smaller grey font.

Scuola
Italia
dello Sport Coni
Emilia Romagna

La Scuola dello Sport

La Scuola Regionale dello Sport è una risposta certa.

La Scuola dello Sport Regionale è infatti l'emanazione territoriale della Scuola dello Sport centrale, e con essa lavora su nuove progettualità basate sulle reali necessità e bisogni territoriali.

La Scuola dello Sport è di tutti e al servizio di tutti!

Usiamola!