

# L'offerta di sport in Italia



- ◆ Dimensione sociale
- ◆ Pervasività dell'attività sportiva
- ◆ Valorizzazione del "tempo libero"

# Interazione tra sport e...

◆ Impresa

◆ Politica

◆ Massa

◆ Mercato

◆ Media


Domanda

incrementata

differenziata



# Valore aggiunto prodotto dallo sport



◆ Settore pubblico	5%
◆ Settore sportivo (in senso stretto)	15%
◆ Industria sportiva	19,1%
◆ Indotto legato allo sport	60,5%

# Offerta pubblica di sport

- ◆ Impianti sportivi (manutenzione e costruzione)
- ◆ Finanziamento associazioni e società sportive
- ◆ Potenziamento delle strutture pubbliche



*Nel decennio 1979-1989 la crescita del numero degli impianti è stata del 182%*



# Proprietà e gestione degli impianti

- ◆ 36% enti locali
- ◆ 39% privati
- ◆ 25% gestione mista



◆ *Project financing*

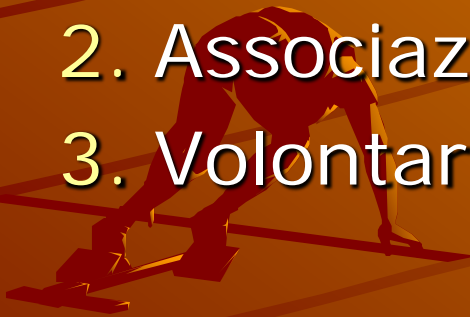
# Offerta sportiva

## ◆ Non profit

1. Strutture pubbliche
2. Associazioni
3. Volontariato

## ◆ For profit

1. Imprese private
2. Società sportive
3. Media
4. Produttori di abbigliamento e attrezzature



# Ruolo delle istituzioni

- ◆ Strategie di promozione e diffusione valori dello sport

- ◆ Strategie *market oriented*

*co-technology*

*co-marketing*





*"il numero di praticanti è diventato un indicatore della qualità della vita di un paese, per cui l'obiettivo degli enti locali è valorizzare le risorse esistenti per garantire a chiunque lo voglia il diritto di fare sport"*



# Attività sportiva

◆ Professionismo

◆ Dilettantismo

◆ Amatoriale



FIGC



```
graph TD; FIGC[FIGC] --- LNP["LEGA NAZIONALE PROFESSIONISTI (Serie A- B)"]; FIGC --- LND["LEGA NAZIONALE DILETTANTI"]; FIGC --- LEP["LEGA PRO (serie C)"];
```

LEGA NAZIONALE  
PROFESSIONISTI  
(Serie A- B)

LEGA NAZIONALE  
DILETTANTI

LEGA PRO  
(serie C)

Lega nazionale  
Dilettanti

Calcio Femminile

Settore giovanile  
scolastico

Settore tecnico

Associazione italiana  
arbitri

Divisione Nazionale  
Calcio a 5

Comitato attività  
interregionale

Comitato regionale

# Offerta non profit

- ◆ Circa il 73% dell'offerta sportiva italiana è costituito da organizzazioni non profit
- ◆ Valorizzazione dell'associazionismo
- ◆ Produttori/ fruitori della pratica sportiva



# Offerta privata

◆ Rivolta alla pratica sportiva

◆ Rivolta allo spettacolo sportivo

Centri fitness

Palestre

Centri polifunzionali

Spettacolo

Entertainment

Organizzazione  
eventi

“paralleli”

