

**SEMINARIO DI STUDIO
PER DIRIGENTI DI SOCIETÀ SPORTIVE E MAESTRI DI CANOA**

L'organizzazione dell'evento sportivo



RELATORE: ANDREA BEDIN

Castel Gandolfo, 20 novembre 2011



Iniziamo con due quesiti interessanti:





- **Quando si può cancellare un evento?**
- **Come ci si comporta se arriva una spesa imprevista durante l'evento?**



Chi sono

Andrea Bedin

Sposato, una bimba
residente a Marcon (VE)

atleta per le Fiamme Gialle (1990-1997), allenatore di canoa dal 2003
dirigente sportivo dal 2002

Sottufficiale GdiF in congedo a domanda

Consulente aziendale e fiscale per organizzazioni non profit

andrea_bedin@libero.it

presidente@venetocanoa.it

noprofitconsulting@gmail.com

cell. 335.8177188



Evento sportivo



Il termine “evento” ha generalmente il significato di “qualcosa che accade in un certo punto ad un certo momento”. (fonte: Wikipedia 2011)

Nell’ambito sportivo, quando si parla di “evento”, ci si riferisce al “ciclo di vita di un evento sportivo” (CVES), cioè lo spazio temporale tra il punto di partenza ed il punto di arrivo del progetto stesso.

Le fasi che costituiscono il CVES sono:

- **l’ideazione**
- **la pianificazione**
- **l’esecuzione**
- **il completamento**

(fonte: prof. Paolo Del Bene)

Organizzazione

- **Un'organizzazione** (dalla lingua greca antica - *organon* – strumento) è un gruppo di persone formalmente unite per raggiungere uno o più obiettivi comuni che individualmente riuscirebbero difficilmente a raggiungere.
(fonte: Wikipedia 2011)
- **To organize – to plan** (organizzare, pianificare, programmare, progettare)
Additional translations: stabilire – disporre/predisporre – formare – istituire – mettere in scena – sistemare – programmare – preparare – commettere – eseguire – orchestrare (fonte: WordReference English-Italiano Dictionary 2011)



ORGANIZZARE UN EVENTO

=

REALIZZARE UN PUZZLE



La data

- **1° aspetto: scegliere la data dell'evento sportivo**
(perché la motivazione ad organizzare dovrebbe essere già intrinseca)
 - **verificare la concorrenza interna ed esterna**
 - **prestare attenzione alle concomitanze “particolari”**
(es. partita di calcio della Nazionale, festa santo patrono, ecc.)





Motivazione

Perché organizzo, o meglio, perché organizziamo?

Il successo di un evento si raggiunge con:

- una visione chiara e differenziata della concorrenza
- la progettazione (attenta)
- un team competente e motivato

(fonte: prof. Franco Ascani – Seminario Dirigenti FICK 2007)



Il luogo



- **2° aspetto: scegliere dove si svolgerà l'evento sportivo**

Prima della candidatura, verificare e chiedere:

- **uso degli spazi** (a chi può darne la concessione)
- **uso suolo pubblico**
- **servizi al Comune** (o ai Comuni)
- **autorizzazione riprese TV superiori a 3 minuti** (diritto di cronaca)
- **autorizzazione proprietario impianto** (anche se in concessione)

Ricordarsi che:

- **3 gg. prima va notificato l'evento all'Autorità di P.S.**
- **vanno informati gli Organismi di competenza**
- **il merchandising è considerato attività commerciale**

Il tipo di evento

- 3° aspetto: scegliere la tipologia dell'evento sportivo

Input economico



Input motivazionale

Il tipo di evento (2)

Un evento sportivo E':

- garanzia di vita dell'associazione
- ottenere la soddisfazione dei "clienti"

Un evento sportivo NON E' quella manifestazione che:

- non si identifica nel territorio
- non coinvolge Soggetti Privati e Pubblici
- non ha creato **attenzione e curiosità**





Tipo di evento (3)

Entrate ed Uscite ...

... perché si hanno sempre grandi aspettative di denaro ...

ma sarebbe meglio dire **Uscite ed Entrate**

???

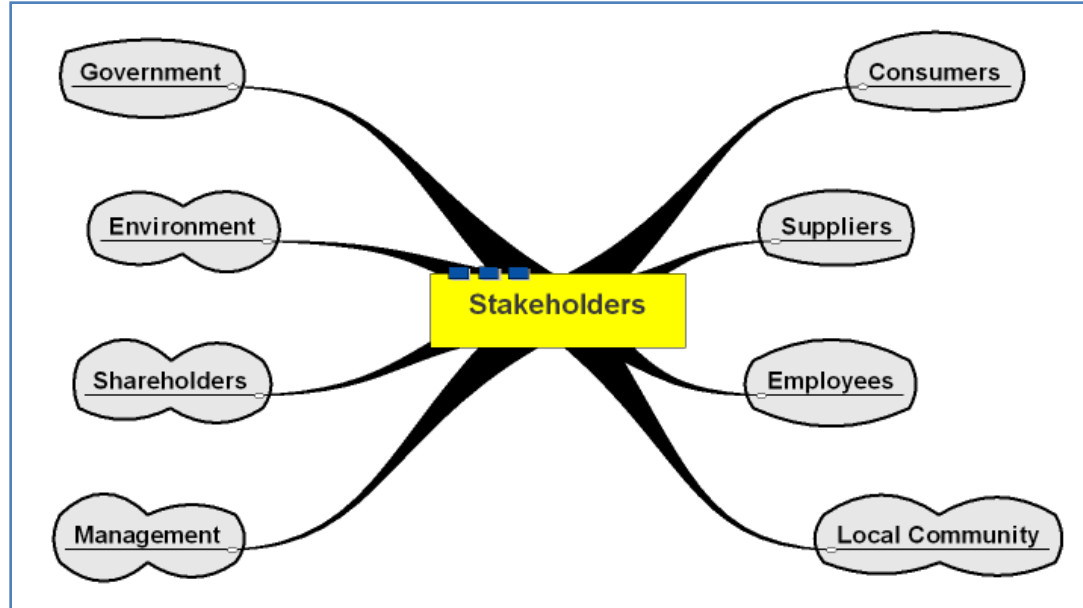
In fase di bilancio preventivo **redigete il vostro conto, poi**

moltiplicate X 2 le USCITE

dividete X 2 le probabili ENTRATE

sarebbe buona norma **stimare prima i COSTI**
e poi pensare ai RICAVI per compensarli

Gli interessati



A chi “interessa” che venga realizzato l’evento?

Gli “interessati” sono disposti ad investire:

1. Tempo
2. Denaro
3. rinunciare ad altro

che manifestazione o gara voglio organizzare

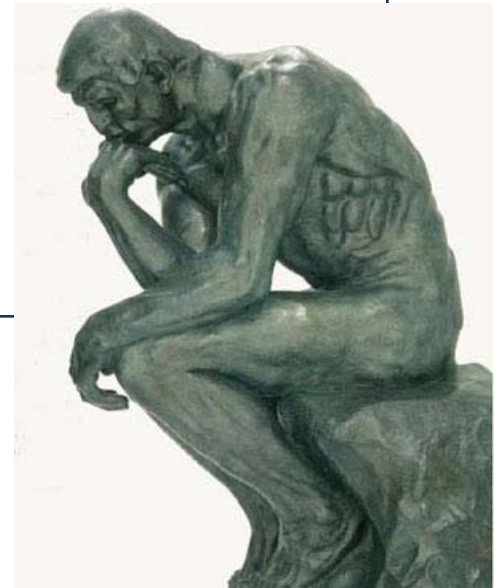
➤ **UNA “CLASSICA”?**

OLTRE ALLA “DATA”, IL REGOLAMENTO DELLA 1[^] EDIZIONE è MOLTO IMPORTANTE. Se già organizziamo una “classica”? **Possiamo migliorarla** (esistono edizioni simili ma non uguali) **o inserire “l’evento nell’evento” o mettere l’evento in rete con altri** (rete nazionale e/o internazionale), ecc.

➤ **UNA GARA DI “CALENDARIO”?**

E’ INDISPENSABILE l’idoneità dell’evento in relazione a quanto richiesto dai regolamenti federali

➤ **UNA GARA O UNA MANIFESTAZIONE?**





Quesiti complessi, risposte semplici



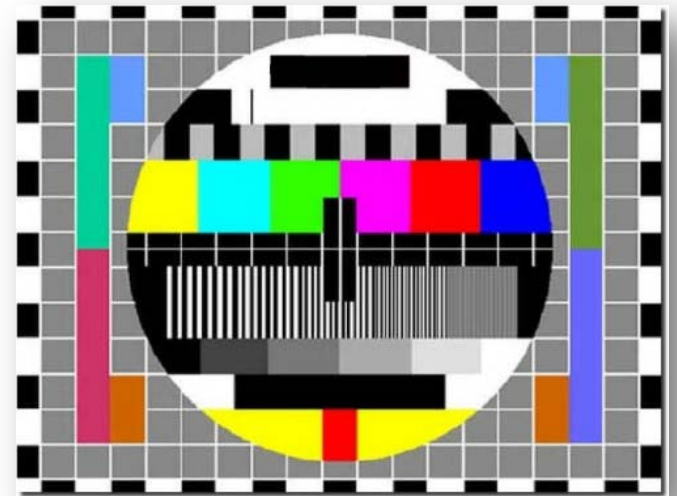
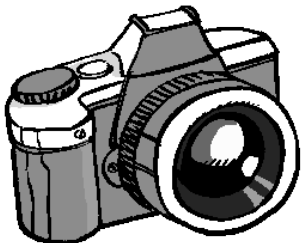
ANALISI del MERCATO PROFITTEVOLE

- **tipologia dei partecipanti**
- **circuito di riferimento**
- **tipologia di pubblico (pagante, accompagnatori)**
- **idoneità alle riprese TV**
- **location**
- **aspetti fiscali**

Le entrate di un evento

Le cinque macro aree che rappresentano le entrate di un evento sportivo sono:

1. iscrizioni;
2. contributi (Pubblici e Privati) e sponsorizzazioni (Privati)... anche il “volontariato” è un contributo
3. diritti TV e di immagine
4. merchandising
5. biglietti spettatori paganti



L'analisi dell'evento

Analisi Swot

Si basa su una matrice divisa in quattro campi

La matrice si usa in gruppo, e si applica a qualsiasi soggetto: azienda, prodotto, iniziativa e progetto



<p>Punti di forza (strengths)</p>	<p>Punti di debolezza (weaknesses)</p>
<p>Opportunità (opportunities)</p>	<p>Minacce (threats)</p>



I primi passi



Come inizia un evento sportivo

Per non trovarsi “spiazzati” bisogna:

- effettuare molti sopralluoghi prima, dopo e durante
- conoscere la tipologia di evento
- pianificare all'indietro



Comitato organizzatore (1)



Il Comitato Organizzatore (può essere anche Comitato Promotore fino a quando la candidatura viene assegnata):

- **organizza e gestisce la manifestazione ed al termine dell'evento si può sciogliere**
- **può essere "interno" o "esterno" all'associazione**
- **è un Soggetto composto da più individui**, ognuno dei quali responsabili di e per un certo settore
- **per eventi che abbiano contenuti economici rilevanti** è auspicabile che sia costituito come una **struttura dotata di un proprio patrimonio** destinato unicamente alla realizzazione della manifestazione sportiva.
- **l'atto costitutivo** dovrà fondamentalmente contenere l'indicazione dei componenti promotori, dei componenti organizzatori, i criteri e le modalità di scioglimento. **L'atto deve essere sottoscritto dai membri organizzatori**

Il Comitato Organizzatore:

- **segue tutti i momenti organizzativi precedenti l'evento** (fissando i tempi che cambiano al variare della tipologia della manifestazione ed alla sua importanza)
- **redige il bilancio economico-preventivo della manifestazione** utilizzandolo come strumento di verifica durante l'organizzazione e come consultivo dell'iniziativa
- **riassume "che cosa fare" e gestisce la manifestazione realizzando uno scadenario organizzativo adeguato alle necessità dell'evento**



Scadenziario

in funzione di manifestazioni di particolare rilievo



(fonte: Prof. Franco Ascani – “Management e gestione dello sport”)

La pianificazione (1)

➤ Dieci - dodici mesi prima dell'evento

Definizione del programma di impegno del gruppo

Primi contatti

- con le Istituzioni Pubbliche e con gli Organismi sportivi locali
- altre associazioni sportive (per concordare le fasi operative comuni)

non dimenticare

- ufficializzazione della casella e-mail
- progettazione pagine web o eventuale sito web

La pianificazione (2)

➤ Sette mesi prima dell'evento

- definizione della data e del luogo di svolgimento della singola iniziativa (qualora non siano già stati stabiliti)
- prenotazione degli impianti e delle strutture
- individuazione del gruppo organizzatore e distribuzione dei compiti definiti nel programma





La pianificazione (3)



➤ Quattro mesi prima dell'evento

- definizione dettagliata del programma** (bando gara, bollettino informativo, ecc.) **e del regolamento**

- contatti per eventuali finanziamenti** (prestare attenzione ai bandi regionali e provinciali ed ai termini di presentazione delle domande. Si suggerisce di consultare periodicamente le pagine web di riferimento dall'inizio dell'anno in cui si svolgerà l'evento)

- pubblicazione pagine web ed eventuale sito internet**

La pianificazione (4)

➤ Tre mesi prima dell'evento

- preparazione per il lavoro di promozione

- ricerca e produzione **di premi, manifesti e/o attestati ricordo, conio di medaglie**, produzione di **altro materiale utilizzabile come promozione e/o vendita** durante la manifestazione

- eventuale appello alle altre organizzazioni sportive per la partecipazione dei propri aderenti

La pianificazione (5)

➤ Due mesi prima dell'evento

- produzione dei manifesti** da distribuire nei luoghi pubblici
- fare il punto sulle questioni organizzative** (reperimento del materiale, contatto con il personale dell'impianto, ecc.)
- contatti per la partecipazione di **operatori, tecnici, giudici di gara** (se già designati, contattarli per la conferma della presenza)



Logo of Lago di Bardine, Italia Coni, Federazione Italiana Canoa Kayak, and Venice Canoe & Dragon Boat.

DRAGON BOAT
CAMPIONATO ITALIANO 500 e 200 metri
Festival per equipaggi Amatori - Universitari - Donne in rosa
Spresiano (TV), 2 e 3 luglio 2011



Sabato 2 luglio - dalle ore 14:30
batterie e finali metri 500
Domenica 3 luglio - dalle 8:30
batterie e finali metri 200

in collaborazione con



Info gare: 334.9566321 - e-mail info@venicecanoe.com - website www.venicecanoe.com

La pianificazione (6)

➤ Cinque-sei settimane prima dell'evento

- riunione organizzativa per assegnare gli incarichi di massima
- diffusione di un primo comunicato stampa
- consegna delle domande agli organismi competenti (di autorizzazione, concessione, ecc.)
- stipula delle assicurazioni
- richiesta del medico, degli infermieri, dell'ambulanza
- richiesta polizia stradale (eventuale) e vigili urbani
- controllo di eventuali installazioni
- invito ad autorità per una loro partecipazione all'iniziativa

La pianificazione (7)

- Due settimane prima dell'evento
 - ❑ riunione organizzativa **DEFINITIVA** per assetti in campo, sul percorso, ecc.





La pianificazione (8)



➤ Tre giorni prima dell'evento

- conferenza stampa
- verifica organizzativa dei ruoli e delle mansioni nonché della disponibilità dello staff organizzativo

Durante la manifestazione

I componenti del Comitato organizzatore devono essere pronti a risolvere ogni situazione

La pianificazione (9)

- **Una o due settimane dopo l'evento**
 - bilancio economico dell'attività svolta**
 - valutazione generale sui risultati dell'iniziativa**
 - annotazione delle cose negative da modificare nella successiva attività**
 - comunicato stampa sui risultati dell'iniziativa**
 - ringraziamento a organizzatori e collaboratori, organi di informazione, patrocinatori, ecc.**





Aspetti precauzionali



ISCRIZIONI

Avere a disposizione l'elenco completo e costantemente aggiornato dei partecipanti è molto importante:

- **per la copertura assicurativa della manifestazione** (sia per la responsabilità civile sia per gli infortuni)
- **per verificare che il partecipante si sia sottoposto ai necessari controlli medici**

RICHIESTE E CONVENZIONI

Chiarire sempre all'interno delle richieste e convenzioni chi si occuperà di:

- **pulizia dello spazio**
- **assicurazione su danneggiamenti e responsabilità civile**
- **fornitura dell'energia elettrica**

Il Cerimoniale (1)

Il Cerimoniale riguarda:

- la cerimonia di apertura
- le premiazioni
- la cerimonia di chiusura



Il Cerimoniale (2)

Durante le premiazioni non bisogna trascurare:

- allestimento palco (e/o sala, se al chiuso)
- inviti autorità
- cura dei premiati
- impianto voce
- scaletta per lo speaker
- eventuali pannelli pubblicitari
- premi
- richiesta premi di rappresentanza
- scelta del momento di premiazione

**La presenza del pubblico è fondamentale,
in modo particolare per lo sponsor e le autorità.**

Si consiglia di leggere il testo “Cerimoniale per eventi sportivi” – di Marcello Marchioni e Maria Daniela De Rosa – Ed. Coni Servizi/Scuola dello Sport



Pillola fiscale

La normativa fiscale riserva un trattamento del tutto particolare a quelle associazioni sportive dilettantistiche che esercitano l'opzione per l'applicazione delle disposizioni di cui alla **Legge 16 dicembre 1991, n. 398**.

Possono accedere a questo regime i **soggetti** che nel periodo di imposta precedente, hanno conseguito **proventi dall'esercizio di attività commerciale per un importo non superiore a 250.000,00 euro**.

Non entrano nel computo del predetto limite i proventi realizzati dalle associazioni nello svolgimento di attività commerciali connesse agli scopi istituzionali pur se nei limiti di due eventi per anno e fino all'importo stabilito annualmente per decreto (attualmente 51.645,00 euro).



Perché fare un evento

L'evento sportivo rappresenta un condensato dell'attività, delimitato nel tempo, capace di esprimere tutte le potenzialità dell'associazione

L'evento rappresenta quell'unico contenitore in cui mettere insieme le idee e trasformarle in una realtà "vendibile" e "quantificabile"

IMPORTANTE

Durante la realizzazione dell'evento il Comitato Organizzatore è diverso dall'Associazione, anche se hanno la stessa identificazione



Il valore dell'evento

**Cosa deve rappresentare
l'evento sportivo?**

**La straordinarietà
(fuori dall'ordinario)**



- **Quando si può cancellare un evento?**

Un evento non andrebbe mai cancellato se non per notevoli avverse cause meteo o di forza maggiore. Se si arriva a cancellare un evento, non ha funzionato la pianificazione e sono scaduti gli input economici e motivazionali. La giusta tempistica di cancellazione deve essere valutata con i rischi connessi al budget (mancata copertura delle spese) ed alla partecipazione (pochi atleti partecipanti).

- **Come ci si comporta se arriva una spesa imprevista durante l'evento?**

Sarebbe opportuno effettuare la spesa, anche se potrebbe creare un deficit rilevante all'evento (spesso gli organizzatori si muovono nella direzione contraria). Gli imprevisti devono essere preventivati come momento ordinario dell'evento. Il compito dell'organizzatore è ridurli al minimo o non farli manifestare. E' per tale motivo che la spesa andrebbe fatta, in modo da non vanificare quanto realizzato e per vedere soddisfatti i nostri "clienti".

Grazie per l'attenzione!

Se utilizzate le informazioni contenute in questa pubblicazione, siete pregati di citare la fonte: "Relatore Andrea Bedin - Seminario Dirigenti FICK 2011"



I miei contatti:

Andrea Bedin

Consulente aziendale e fiscale per organizzazioni non profit

andrea_bedin@libero.it (personale)

presidente@venetocanoa.it (istituzionale)

noprofitconsulting@gmail.com (professionale)

Mobil phone: +39.335.8177188