



GHIRETTI & PARTNERS
SPORT ADVISOR



Il futuro è già qui

Roberto Ghiretti

Il concetto di 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

- l'unico vero ed efficace mezzo di comunicazione **TRASVERSALE**;
- l'unico ambiente in cui non fanno distinzione colore della pelle, convinzioni religiose, razza, lingua ed età
- è un formidabile **“CONNETTORE SOCIALE”**
- è il luogo contro il non luogo: **ANTIDOTO AL DISAGIO**
- il media più pregnante di **valori, significati ed emozioni: COMUNICAZIONE TOTALE**
- uno straordinario **contenitore e generatore di passioni ed emozioni**;
- ambiente di **pari opportunità** e regole uguali per tutti;
- ambito di **effettiva giustizia e solidarietà**;
- **AMBIENTE SOCIALMENTE SICURO**: attraverso lo sport si impara ad avere fiducia negli altri e ci si tiene lontani dai valori negativi.

Lo sviluppo di politiche sociali reali

Se tutto questo è vero, allora il mondo sportivo, rientra appieno nell'area del **Welfare e delle “politiche sociali”** e diventano uno strumento necessario alla realizzazione di **POLITICHE SOCIALI REALI**.

Per ottenere i massimi risultati è però necessario un doppio passaggio:

Lo sport deve prendere coscienza del proprio ruolo e deve ampliare le proprie conoscenze e competenze

L'Ente pubblico deve credere nel ruolo sociale dello sport, considerando la società sportiva quale partner credibile ed efficace

Come sta cambiando lo sport

Sport destrutturato e nuovi sport

Drop out sportivo

Riduzione dei centri di aggregazione

Aumento dell'età

Coinvolgimento

- Stile di vita
- Responsabilità sociale
- Benessere e qualità della vita
- Economia sociale
- 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

Sport destrutturato e nuovi sport (I)

- Faccio sport quando voglio, come voglio e con chi voglio
- Aumento dell'individualismo e non aumento degli sport di squadra
- Aumento deciso degli Sport “open air”
- Stabilizzazione o calo degli sport tradizionali: si cerca quindi di ideare nuovi prodotti o nuovi format (basket 3c3, TTX, beach games, nuovo format Coppa Davis, rugby a 7, ...)

Sport destrutturato e nuovi sport (II)

- Nuove forme di comunicazione che fanno conoscere nuove discipline: oggi il web e i social diventano i principali mezzi di comunicazione, offrendo a tutti la possibilità di diventare autori del proprio prodotto sportivo
- Gli sportivi “di nicchia” diventano veri e propri influencer e diventano i migliori comunicatori del proprio cosmo sportivo
- App che permettono di organizzare gare/partite/manifestazioni in maniera autonoma
- Aumento degli sport di tendenza (calcio femminile, arrampicata sportiva, parkour ...)

In un momento in cui i più tradizionali centri di aggregazione (politica, parrocchia, centri sociali...) stanno riducendo la loro capacità di coinvolgere e radunare persone, ecco che lo sport diventa un vero e proprio

LIFE STYLE

Ovvero un **MODO DI VIVERE**, in grado di creare **COMMUNITY AUTONOME** di praticanti, appassionati e tifosi che vivono della stessa passione.

Queste community si legano a nuove discipline e nuovi modi di praticare attività motoria, creando un rapporto di **FIDELIZZAZIONE** stesso con lo sport, diventando veri e propri **AMBASSADOR**

I dati demografici dimostrano l'aumento dell'età media della popolazione italiana, e l'aspettativa di vita segna oggi una speranza di vita di 83,1 anni (secondo Paese in Europa dietro solo alla Spagna – 83,4 anni). Ciò significa che avremo sempre di più un aumento di anziani e delle cosiddette nuove età.

Cosa significa?

- Nascita di nuove pratiche sportive → Calcio Camminato
- Nuove opportunità per società sportive e/o Amministrazioni → Giochi d'argento

La sfida attuale è come coinvolgere il fan / praticante / appassionato moderno

La crescita degli sport moderni è anche legata alla capacità di interagire con le proprie community:

- avere un prodotto che racconti una storia,
- creare contenuti divertenti che catturino l'attenzione e l'immaginazione dei nostri interlocutori,
- offrire occasioni continue di interazione e coinvolgimento diretto,

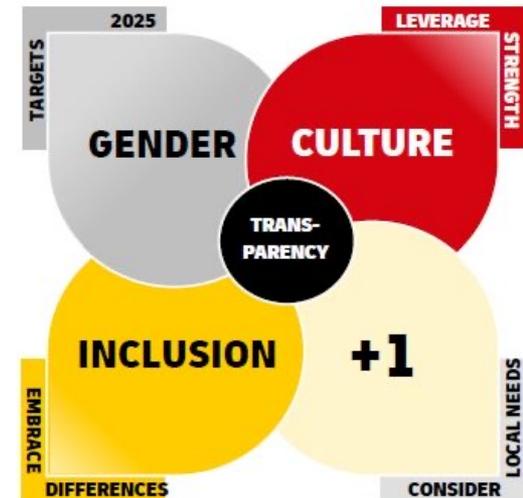
**L'OBIETTIVO È DUNQUE METTERE AL CENTRO IL PROPRIO INTERLOCUTORE
LO SPORT NON È PIÙ AL CENTRO, MA IL FOCUS DIVENTA IL PRATICANTE**

Dove vanno le aziende?

Sempre più le aziende oggi giorno si affacciano al **ESG** (Environmental, Social and Governance) come politica di sostenibilità e responsabilità.

Noi, come società sportive, siamo consapevoli che possiamo essere centrali in tutto questo?

Cosa possiamo fare per andare in questa direzione?



SAPPIAMO CHI SONO I GIOVANI D'OGGI?

QUALI SONO LE LORO PROBLEMATICHE?

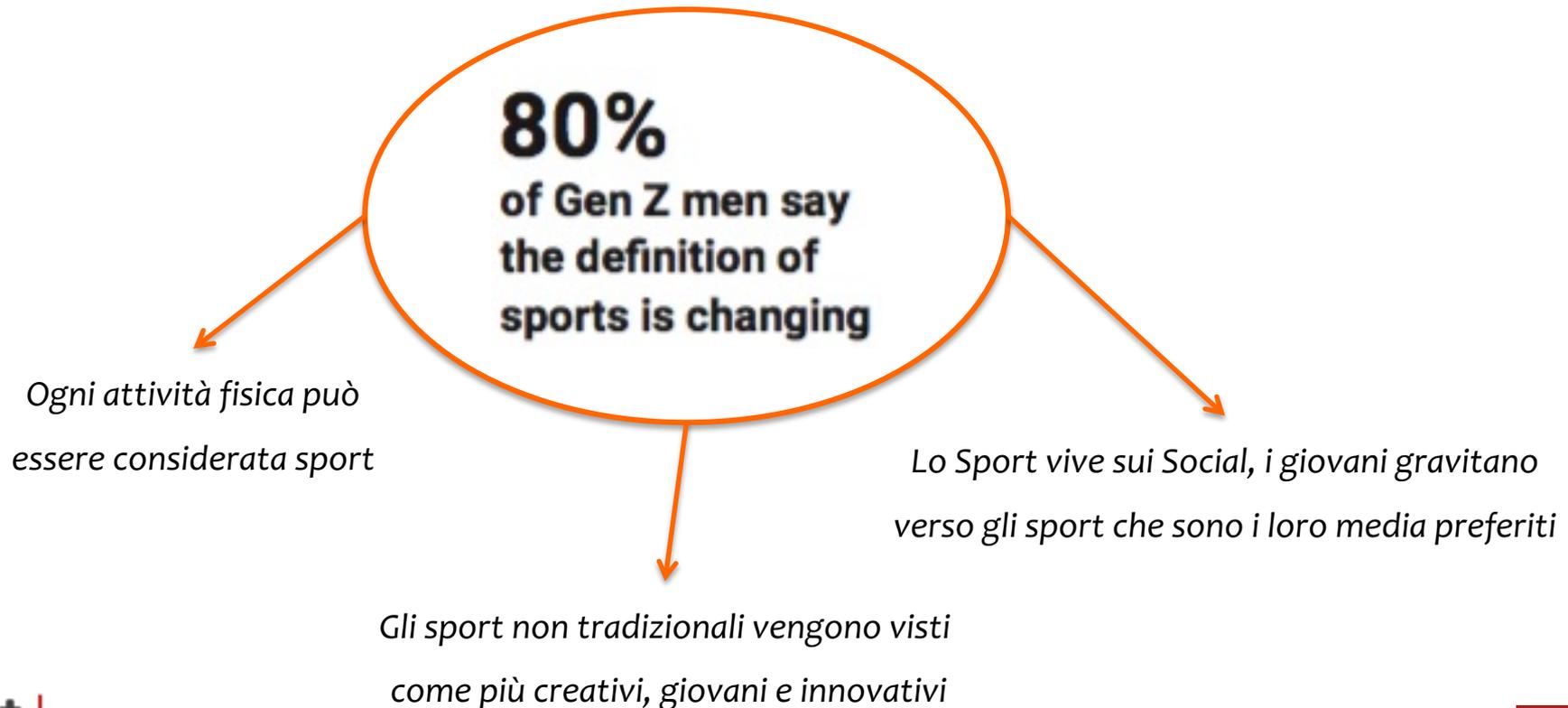
1. Il 50% dei giovani tra i 13 e i 17 anni ha assunto sostanze psicotrope
2. Una percentuale anche più alta fa uso di alcool
3. È in continua ascesa tra i giovani il fenomeno dell'intossicazione digitale
4. Aumento dell'obesità giovanile

QUESTI DATI DIMOSTRANO CHE ESISTE UN NUOVO BISOGNO

SIAMO IN GRADO DI SODDISFARLO?

VOGLIAMO PROVARCICI?

La **Gen Z**, ovvero quelle persone nate dal 1997 in poi, è caratterizzata di un **approccio e una considerazione dello sport** fondamentalmente diversi dalle generazioni precedenti.



Chi sono?– difficilmente clusterizzabili

nativi digitali

non hanno mai visto un mondo senza smartphone e social media

elevate competenze tecnologiche

virtuale e reale, elevata capacità di leggere le immagini, intuitivi

non hanno il timore del cambiamento

poiché abituati a vivere in un presente in continua evoluzione

poco propensi al compromesso

esigenti, curiosi, selettivi

responsabili, impegnati con valori non negoziabili

diritti umani; inclusione; onestà; trasparenza; sostenibilità ambientale



Gen Z e lo Sport – falsi miti e leggende

la Generazione Z non segue lo sport: **FALSO**

- **segue lo sport in modo diverso** rispetto agli adulti
- **non si appassiona al protocollo, al rituale, alla tradizione**
- **non segue più l'intero evento sportivo ma ne gusta i momenti clou**, le frazioni di partite e gli highlights
- **è multiconnesso**
- **ama commentare l'evento con gli amici o con i follower piuttosto che seguire la classica telecronaca**



Gen Z e lo Sport – falsi miti e leggende

la Generazione Z non fa sport: **FALSO**

- **fa più sport della precedente**, è molto più attenta alla alimentazione, al benessere, all'aspetto fisico
- **preferisce attività outdoor** e cerca nuove sfide
- è meno attratta dal risultato sportivo ma **più attenta alla partecipazione**
- **considera sport** «qualsiasi attività fisica»
- considera gli **sport non tradizionali** più creativi e cool



Gen Z e lo Sport – falsi miti e leggende

la Generazione Z non si appassiona a nulla: **FALSO**

- è molto più **responsabile, coinvolta e appassionata** rispetto alla precedente,
- è **meno appassionata alla performance sportiva ma più attenta ai messaggi e ai valori**
- **oltre il 60% segue costantemente uno o più influencer e di questi il 36% segue un atleta**
- **57% di coloro seguono un influencer atleta dichiara di avere maggiore interesse per coloro che sono socialmente impegnati**
- + 5% aumento di interesse rispetto ai temi «uguaglianza di genere e pari opportunità»



Gen Z e lo Sport – progetti innovativi

ma per far ciò

- **servono progetti innovativi** non più focalizzati sulla mera esposizione del brand o sul conteggio delle redemption
- **servono progetti valoriali, di responsabilità sociale e di impegno**
- non è sufficiente «essere a favore di...»
- la **Generazione Z ci chiede di «sporcarci le mani», di prendere posizione, di contribuire concretamente al cambiamento**
- reale e virtuale; virtuale e reale: insieme
- progetti sempre più **interconnessi e coinvolgenti**
- la Generazione Z vuole essere protagonista attiva, non subisce il messaggio, lo commenta, vuole «vivere» esperienze uniche che può raccontare e condividere con la community

Cosa ci riserva il futuro?

Bisogno di **socialità**



Interesse per **applicazioni sportive per le nuove tecnologie**



Nuovi modelli che coniughino **parte fisica con quella mentale**



Attenzione verso **temi di sostenibilità ambientale**



Conciliazione con i tempi di vita



Pratica sportiva come strumento per il **benessere, la cura di sé e la prevenzione sanitaria**



Esigenza di una pratica in **spazi aperti a contatto con la natura**



“È IL FUTURO CHE PILOTA IL PRESENTE”

(G. Piantoni, Diritto allo Stadio, 2005)

*Il futuro non è qualcosa
che ci viene addosso.*

*È invece un'ambizione
che pilotiamo verso il futuro desiderato*

Noi avevamo previsto tutto

- *“Prevedo che Internet esploderà come una supernova e nel 1996 imploderà catastroficamente” (Robert Metcalfe, fondatore della 3Com e inventore di Ethernet, nel 1995 su InfoWorld).*
- *“Sì, c’è un mercato mondiale per i computer. Diciamo 5” (Thomas Watson, presidente dell’IBM, 1943).*
- *“Il cosiddetto ‘telefono’ ha troppi inconvenienti per essere seriamente considerato uno strumento di telecomunicazione” (Memo interno della Western Union, 1876).*
- *“Dopo 6 mesi dalla sua introduzione, la tv non sarà in grado di mantenere nemmeno la sua quota di mercato iniziale. La gente si stancherà presto di guardare tutte le sere una scatola di compensato” (Darryl Zanuck, 20th Century Fox, 1946).*
- *“Tutti si chiedono quando la Apple entrerà sul mercato con un suo telefono. Probabilmente mai” (David Pogue, The New York Times, 2006).*
- *“640K dovrebbero essere abbastanza per chiunque” (Bill Gates, 1981).*

Lo sport assume quindi una grande rilevanza per l'intera cittadinanza, come strumento di socializzazione e inclusione e un'opportunità per migliorare la qualità della vita e il benessere psico-fisico dei cittadini.

L'obiettivo di questa **NUOVA STRATEGIA SOCIALE** condivisa tra tutti gli attori del territorio 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 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.**

UNA SFIDA IMPEGNATIVA MA DA VINCERE INSIEME

Le politiche sportive

PROGETTI SCOLASTICI

DISABILITÀ

PROGETTI NUOVE ETA'

AMBIENTE

IMPIANTISTICA

VOLONTARIATO

DISAGIO

INTEGRAZIONE

CULTURA

INFANZIA

Sport: tra sussidiarietà reale e specificità



Il ruolo della società sportiva

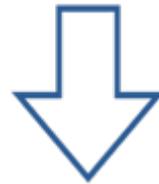
LA SOCIETÀ SPORTIVA RAPPRESENTA OGGI LA 3° AGENZIA EDUCATIVA REALE.

Un soggetto in grado di operare nei diversi territori in maniera:

DIALOGANTE

COMPETENTE

EFFICACE



È necessario **INVESTIRE** sulla crescita delle società favorendo lo sviluppo delle loro competenze e relazioni, affinché possano davvero dialogare con tutti gli attori del territorio

Chi sono i nostri interlocutori



Costruire un sistema d'avanguardia

L'obiettivo è dunque quello di utilizzare lo sport come strumento sociale per creare, con tutti gli attori del territorio un

PATTO SOCIALE

Una collaborazione strategica che deve essere **costruita e comunicata** su tutto il territorio (famiglie, scuole, società sportive, enti pubblici, ...).

Una scelta inclusiva e faticosa ma che diventa l'unica strada percorribile,
l'unica maniera di raggiungere l'obiettivo con successo.

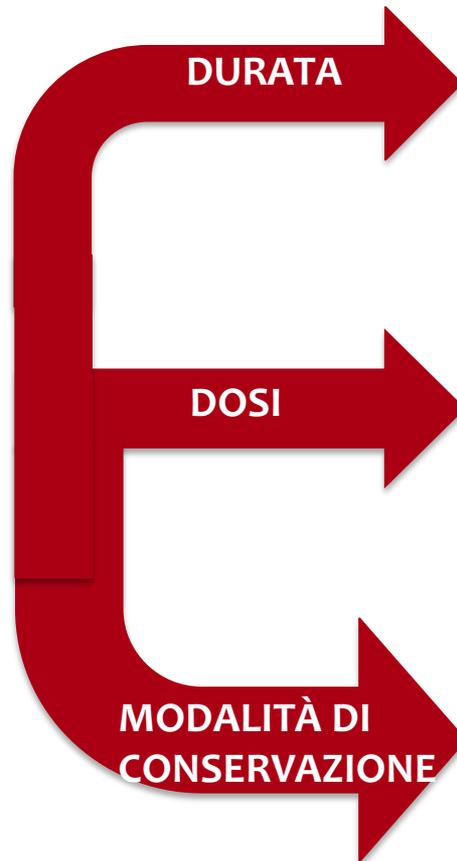
L'unica strategia che ci permetterà di sviluppare politiche sociali attraverso lo sport

Un modello di società evoluta

foglio illustrativo: informazioni per l'utente



POSOLOGIA



Percorso pluriennale

Incontri di confronto e scambio di idee
periodici e ben calendarizzati

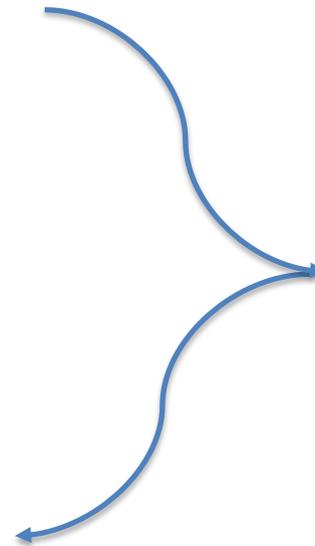
Voglia di costruire nuove progettualità
Capacità di differenziazione dei prodotti

Voglia di migliorare e capacità di benchmarking
Ricerca del confronto e capacità di ascolto

Etimologia: viene dal latino *contentus*, part. pass. di *continēre* "contenere", quindi propr. "contenuto; pago di qualche cosa".

Oggi abbiamo due strade davanti:

Accontentarsi nel senso di farsi andare bene le situazioni dicendosi che di più non si può fare.
È una situazione che non può renderci felici e soddisfatti



Accontentarsi nel senso di accettare ed essere "contenti" di ogni piccolo miglioramento, sapendo che può essere la base per una futura crescita.

Marketing inconsapevole



UNIONE SPORTIVA VILLAGGIO SPOSI

Associazione Sportiva Dilettantistica
sezione Pallavolo GRUMELLINA
via C. Cantù, 1 - 24127 Bergamo



Vi invita a vivere lo sport per vivere in salute e vi ricorda che

ORGANIZZA

nella palestra della Scuola Media "MUZIO"
Via don Bepo Vavassori, 2 (Villaggio degli Sposi) - Bergamo

PALLAVOLO



Partecipazione campionati CSI
categorie:
ESORDIENTI, GIOVANISSIME,
MINI ALLIEVE, ALLIEVE,
LIBERI, LIBERE, AMAT. MISTO

Inizio: Lunedì 17 Settembre

Telefonare per orari e giorni d'allenamento



NOVITÀ: FONDO IN PARQUET AMMORTIZZATO



e per le nostre mamme

Brucia e Rassoda

PIÙ TONO MUSCOLARE
MENO CENTIMETRI DI GRASSO



LUNEDÌ - GIOVEDÌ
dalle 18 alle 19

**Inizio: Lunedì
17 Settembre**

**FACILE
E DIVERTENTE
ALLA PORTATA
DI TUTTI**

In dieci parchi si fa sport con gli allenatori Cus

di Cristina Palazzo • a pagina 14

ALL'ARIA APERTA

Tutti al parco a fare sport con gli allenatori del Cus e gli esperti dell'Università

"Torino On Move" permette di svolgere attività in 10 aree verdi della città. Si va dalla corsa al pilates: "Dimostreremo che il vostro corpo migliorerà"

di Cristina Palazzo

Dalle camminate alla corsa, dopo due anni di Covid c'è voglia di aria aperta e di muoversi. E ora nei parchi torinesi lo sport si potrà fare con i professionisti del Cus. Non solo, grazie all'Università si potrà anche sapere quanto questo abbia un effetto sulla propria salute. È Torino OnMove, il progetto promosso con il bando Muoviamoci della Compagnia di San Paolo.

Con 10 euro al mese (fino a giugno 2023) ci si potrà iscrivere a Torino OnMove scegliendo uno dei 10 parchi torinesi in cui si svolgeranno le attività e seguiti da tutor laureati in Scienze Motorie, quindi chinesiologi, due o tre volte a settimana scoprire la corsa e la camminata ma anche allenamenti, yoga, pilates e altre attività legate al controllo della respirazione. I parchi scelti sono Valentino, Pellerina, Ruffini, Piazza d'Armi, Colonnelli, Dora, Giardini Reali, Mennea, Sempione e Crescenzo, in ogni realtà ci saranno dei tutor.

«È un'idea innovativa che porterà i nostri istruttori, parliamo di una cinquantina di tutor, a contat-

to con i cittadini e farà crescere questa grande palestra a cielo aperto che sono i nostri parchi», spiega Riccardo D'Elcico, presidente del Cus Torino. L'obiettivo del progetto, aggiunge «è affrontare la tematica dell'attività fisica non tanto legata allo sport ma come attività che serve perché regala tempo e benessere». L'intento di avvicinare la cittadinanza all'attività fisica e convincerla a continuarla è chiara già dal kit di benvenuto: con 10 euro oltre al tesseramento Cus con assicurazione inclusa e la partecipazione a tutte le attività, ognuno avrà marsupio, porta cellulare, sacca e telo in microfibra.

Ma non solo. In questo contesto l'Università di Torino si occuperà di fornire ai partecipanti al progetto delle misure per capire quanto modificare il proprio stile di vita possa migliorare le capacità fisiche. L'intento della ricerca, spiega Alberto Rainoldi, vicerettore per il Welfare e lo sport, «è potenziare la consapevolezza delle persone sugli effetti dell'attività fisica. La teoria dice che con l'attività all'aperto le cose migliorano, noi forniremo i dati per accertarlo».

I valori che saranno misurati con una batteria di test in Rettorato sono sei: forza della mano, flessibilità del corpo, forza degli arti inferiori,

capacità cardiovascolari, destrezza fine della mano ed equilibrio su un piede solo. Saranno registrati prima della partecipazione al progetto e alcuni mesi dopo «misureremo i valori con Pic, un indice di capacità fisiche ma anche forma abbreviata di "Picture" per fornire una foto del cambiamento». Il numero che uscirà sarà infatti confrontato con la popolazione di appartenenza, quindi persone con età e sesso simili, e consentirà di quantificare il miglioramento. «Torino OnMove rispecchia gli obiettivi e i valori che il bando intende supportare -», spiega Alberto Anfossi, segretario della Compagnia di San Paolo - «ossia sostenere e diffondere l'attività fisica e sportiva come strumento di prevenzione e di promozione di corretti stili di vita, di inclusione, di educazione e di cittadinanza attiva».

DESIDERAZIONE RISERVATA



IL PROGETTO **MOVE YOUR BODY**



Nato in collaborazione con la **Rugby Parma**



con il patrocinio della **Federazione Internazionale Rugby (FRI)** e della **Federazione Medico Sportiva Italiana (FMSI)** sezione di Parma

ha come scopo proprio l'avviamento al rugby di bambini in sovrappeso o con problemi di obesità.

MYB si avvarrà della consulenza di un team di esperti comprendente medici, psicologi e preparatori atletici, in collaborazione con l'Unità di Nutrizione Umana del Dipartimento di Scienze degli Alimenti e del Farmaco dell'Università di Parma.



**UNIVERSITÀ
DI PARMA**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
DEGLI ALIMENTI E DEL FARMACO

Scuola «Sei Gallo, non sei Bullo» A canestro contro i prevaricatori

Il progetto della Vico Basket: educare i ragazzi grazie ai valori del gioco di squadra. Esercizi in aula e in palestra. Coinvolti cinque istituti, il sostegno di Barilla e Chiesi

VITTORIO ROTOLO

■ La pallacanestro esalta il concetto di gioco di squadra e la capacità, tra compagni, di aiutarsi a vicenda. Ma i valori di questa disciplina possono essere perfettamente applicati, nella quotidianità, anche in altri ambiti della vita. Dai più giovani soprattutto, quando l'avversario da affrontare - leggasi bullismo - tende a prendere il sopravvento.

«Sei Gallo, se non sei Bullo!» è il progetto promosso, nelle scuole di Parma e provincia, dalla società cestistica Vico Basket. Cinque gli istituti coinvolti (Laura Sanvitale, Jacopo Sanvitale, Albertelli-Newton, quello di Varano Melegari e un altro ancora da definire). Gli studenti delle medie e di quinta elementare saranno impegnati in una serie di attività in aula, realizzate con il contributo di esperti, tra cui psicologi, e in palestra, dove i tecnici proporranno esercizi finalizzati a stimolare



SCUOLA La presentazione del progetto promosso dalla società Vico Basket.

il gioco di squadra, il rispetto delle regole e degli avversari. «Nello sport, specie quello giovanile, viviamo un'epoca caratterizzata da una competizione spinta all'eccesso, dalla ricerca del risultato e del talento da costruire e valorizzare. Tutto ciò non va assolutamente bene - ha ribadito Luca Melli, presidente della Vico Basket -.

Prima da bambino e poi da adulto, quando sono diventato insegnante di Educazione motoria, ho sempre avuto nello sport un fedele compagno di crescita: a questi ragazzi vogliamo spiegare che fare attività fisica, in un contesto di gruppo, deve essere un modo per diventare persone migliori». Il progetto «Sei Gallo, se non sei

Bullo!» è sostenuto da Barilla e Chiesi Farmaceutici. «Sposare questa iniziativa - ha detto Noemi Muzzopappa, Shared Value&Sustainability Specialist di Chiesi - ci permette di rafforzare la nostra mission ispirata alla cura del benessere delle persone, fornendo alle nuove generazioni validi strumenti educativi». I contenuti

del progetto - che culminerà in una festa finale per tutti a giugno - sono stati illustrati a 150 ragazzi della Laura Sanvitale, alla presenza tra gli altri della psicologa e psicoterapeuta Monica Zaffanella, del cestista Klaudio Ndoja e della dirigente scolastica Mirella Gonzi.

«Negli incontri cercheremo di rendere l'esperienza coinvolgente, sul piano didattico e formativo. Faremo in modo che i ragazzi si mettano in gioco, imparando a riconoscere le forme di bullismo» ha spiegato Monica Zaffanella. Ndoja, che milita in serie A/2, ha invece osservato: «Far finta che il problema non esista, è l'errore più grande che possiamo commettere. Quando accadono episodi di bullismo, i testimoni possono fare molto: proteggere chi subisce, certamente, ma anche aiutare chi attua simili comportamenti, riportandolo sulla retta via».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Attività fisica Il presidente Michele Ventura illustra il progetto «In-forma al lavoro»

Star bene, si parte dalla scrivania Il Cus Parma entra in azienda



Praticando sport insieme si favorisce una sinergia fra i dipendenti

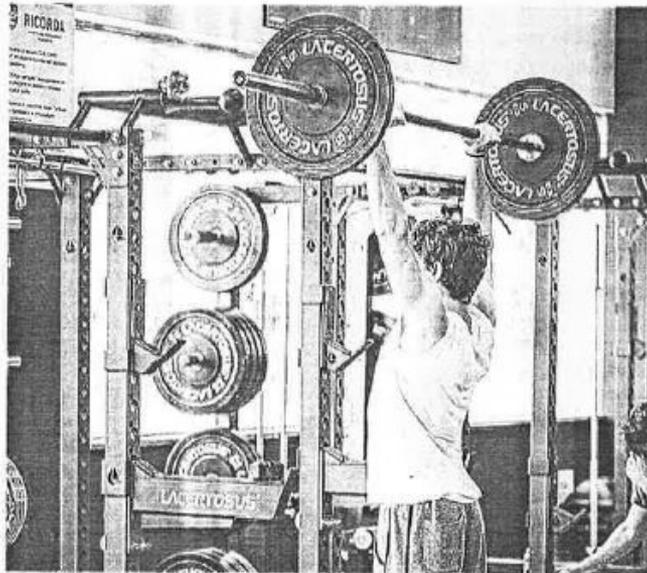


Offriamo una formazione ad hoc anche in termini di nutrizione e stile di vita

«Sono sempre più le realtà imprenditoriali che puntano sulla salute dei dipendenti. Il Cus Parma è un tassello fondamentale nella comunità cittadina, ecco perché abbiamo deciso di offrire questo prezioso servizio alle aziende: nutrizionisti, palestre e programmi di attività assicurano ai lavoratori una vita migliore e alle società risultati eccellenti». Parola del presidente del Centro universitario sportivo, Michele Ventura, che lancia il progetto "In-Forma al lavoro".

«Abbiamo partnership consolidate con tantissime imprese, che ci sostengono durante eventi ed attività annuali - prosegue Ventura -. Imprese di tutti i tipi accomunate dal legame col territorio e dalla condivisione dei valori dello sport e della crescita. Sondando le loro esigenze, abbiamo trovato terreno fertile e molto interesse rispetto a questa nuova proposta di collaborazione che vorremmo far decollare già entro fine anno».

Cus Parma offre la possibilità di corsi di attività fisica "cuciti su misura" e direttamente in azienda, se dotata



degli spazi idonei, in caso contrario in parchi e spazi pubblici o nella sede al Campus Universitario.

Il progetto ideato nell'ambito delle iniziative di welfare aziendale, vede protagonisti istruttori qualificati che proporranno un programma mirato alle esigen-

ze del personale. Dalla corsa all'attività di potenziamento muscoli. Dalla presciistica al fitness.

«Non solo - prosegue il numero uno del Cus -; sempre nell'ottica del benessere a tuttotondo e anche alla luce degli esperti che fanno parte da sempre dell'uni-

verso rosso: intendiamo offrire anche una formazione ad hoc in termini di nutrizione e corretti stili di vita». Personalità di spicco come Gianfranco Beltrami, nelle schiere del Cus Parma da sempre, metteranno a disposizione le loro competenze per offrire un servizio a trecentosessanta gradi. E ancora fisioterapisti, nutrizionisti, mental coach.

Verranno dunque create tabelle di allenamento personalizzato, senza contare il servizio di monitoraggio dei parametri di misura della forma fisica (ad esempio Bmi) e la verifica progressiva dei miglioramenti ottenuti.

Il wellness da scrivania nasce, oltre che da una nuova cultura salutista, dalla consapevolezza che un dipendente sano alleggerisce le spese corporate. Tutto questo senza contare l'affiatamento del team: «Praticare sport insieme favorisce una sinergia tra i propri dipendenti - conclude Ventura - creando le basi di un piacevole contesto relazionale, il tutto calibrato sulle specifiche esigenze aziendali».

r.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Case History: Scuola di pallavolo Anderlini (I)

Anderlini Network: Anderlini è riconosciuta come capofila di una rete di oltre ottanta società sportive in tutta Italia per la condivisione di percorsi e progetti tecnici organizzativi ed educativi nella pallavolo giovanile.

Bilancio di Sostenibilità: è uno strumento imprescindibile al fine di rendicontare i risultati economici, sociali ed ambientali, generati dall'azienda, nello svolgimento delle proprie attività.

Carta Etica: il documento condivide obiettivi, valori e comportamenti utili alla costruzione di una Comunità civile.

Anderlini Lab: è un laboratorio sperimentale capace di valorizzare il capitale umano appartenente alla Società, grazie a percorsi dedicati ai dirigenti e tecnici.

Moma Winter Cup: la manifestazione coinvolge le categorie U15, U17, U19 sia maschili che femminili. Nel 2017, oltre 3.500 atleti hanno partecipato al torneo.



Case History: Volley Team Club San Donà (I)

Jesolo beach volley: Un'iniziativa che ha messo a disposizione, gratuitamente, a giovani e giovanissimi una spiaggia, interamente dedicata al Beach Volley.

Help for Sport: si tratta di un negozio di articoli usati, nata dall'idea di recuperare articoli non più utilizzati o che andrebbero gettati, al fine di ridurre lo spreco di materiali. Gli utili delle vendite vengono utilizzati per autofinanziare la società sportiva e investiti in progetti di carattere sociale.

Tornei: il Club, negli anni, ha organizzato numerosi tornei di Beach Volley, tra cui le Finali Nazionali del Campionato Italiano di Beach Volley assoluto e tornei cittadini di pallavolo, offrendo momenti di aggregazione divertimento anche per chi in estate resta in città.

Beach Volley School: Sviluppa le abilità tecniche, le qualità fisiche e la socializzazione dei giovani atleti attraverso un mix di attività didattiche e attività ludiche.



Case History: Heron S.C.S.D. (I)

Heron School: Heron propone un servizio di doposcuola sia per le scuole d'infanzia, sia per le scuole primarie e secondarie di primo grado.

Psicomotricità: permette di accompagnare e aiutare i piccoli durante il periodo di evoluzione e sviluppo della personalità, attraverso il gioco del movimento.

Attività ludico motoria: coinvolge quattro scuole del territorio offrendo progetti scolastici ludico-motori e creando contenuti affini al Piano Formativo adottato dal corpo docente.

All-in Sport inclusivo: Heron coinvolge le scuole primarie e secondarie nello sperimentare nuove discipline sportive accessibili e, allo stesso tempo, sensibilizzare le classi alla presenza di ragazzi e ragazze con diverse abilità.



Case History: Heron S.C.S.D. (II)

Formazione: gli eventi formativi proposti che riguardano lo staff sportivo ed educativo della cooperativa, sono basati su temi legati ad ambiti operativi quali l'organizzazione interna, la sicurezza e la prevenzione, ma anche socio-educativi con approfondimenti tematici sulle specifiche attività.

Parental school: momenti di incontro e riflessione destinati alle famiglie, sui temi più delicati della genitorialità e del rapporto con i figli.

Centri estivi e residenziali: vengono realizzati centri estivi sul territorio provinciale e campi residenziali al mare o in montagna proponendo ai bambini e ragazzi programmi di educazione allo sport con giochi all'aria aperta, laboratori didattici ed attività espressive, cercando inoltre, di creare non più una squadra ma una vera famiglia.



Case History: Bobcats (I)

GiocosaMente: questo progetto permette attraverso il gioco libero, di acquisire gli schemi motori di base al fine di sviluppare correttamente nei piccoli abilità motorie, preparandoli a qualsiasi tipo di attività sportiva.

Yoga bimbi: l'Associazione Bobcats propone ai giovanissimi della Scuola Primaria attività di yoga nelle ore curricolari, attraverso un'attività basata sul gioco e sulla conoscenza del proprio corpo nello spazio.

Danzare giocando: è un corso di avviamento alla danza offerto a bimbi e bimbe che frequentano la Scuola dell'Infanzia. La danza viene introdotta in forma di gioco, proponendo attività di equilibrio, di coordinazione e agilità.

Racconti animati: in questo percorso viene utilizzata la fiaba come mezzo grazie al quale il bimbo viene non solo coinvolto nella narrazione ma riesce anche a sperimentare nuove sensazioni attraverso il gioco e il movimento.



Case History: Rugby Parabiago (I)

Trofeo del Galletto – «Memorial Luciano Marazzini» : rappresenta uno degli appuntamenti principali del panorama rugby giovanile nazionale ospitando più di **1.300 giovani atleti**.

Rugby Sound Festival: nata come un happening di fine stagione tra Club e i tifosi ma divenuta, nel tempo, un appuntamento atteso per gli amanti della musica e per tutti i giovani dell'alto milanese. Oggi raggiunge cifre da record di **60.000 spettatori**.

Rugby Experience Day e Team building: la società offre corsi di formazione utilizzando il rugby come metafora manageriale sia in aula che in campo, con formatori e allenatori qualificati.

Piano di sostenibilità: il documento rappresenta un impegno formale a costituire, mantenere e sviluppare un dialogo continuo con i principali stakeholders: (atleti, allenatori, tifosi, genitori, sponsor, ...).



Case History: Rugby Paganica (I)

Clubhouse: rappresenta un luogo di aggregazione, generando socialità per tutti ma anche un punto di riferimento per la pratica di attività ludico-ricreative e formative.

Biblioteca: in collaborazione con l'Associazione culturale Bibliopaganica, offre attualmente circa 6.000 volumi tra vocabolari, enciclopedie, testi di arte, storia, storia dell'arte, geografia, salute, fumetti e letteratura

Rugby e liberi: è stato realizzato un accordo con le case-famiglia del territorio, fornendo a ragazzi extracomunitari l'opportunità di essere assistiti attraverso corsi di lingua italiana e offrendo loro la possibilità di praticare sport gratuitamente.

Rugby e non solo: è una manifestazione organizzata in più giornate e prevede puro divertimento, sia attraverso il gioco del rugby sia grazie alla proposta di diverse attività ricreative.



Case History: Rugby Paganica (II)

Corsi di formazione: vengono offerti gratuitamente corsi di affiancamento allo studio, di avviamento alla lingua italiana per i giovanissimi delle case-famiglia dell'Aquila.

Lavori di pubblica utilità: in collaborazione con il Tribunale, la società offre la possibilità di svolgere lavori di pubblica utilità ai ragazzi con difficoltà.

Cineforum: la struttura polifunzionale da anni è promotrice di diverse iniziative culturali, sociali e di aggregazione, tra cui il cineforum.

Progetti scuola: Per sopperire all'emergenza da Covid-19 sono stati ospitati, negli impianti sportivi della società, più di 900 alunni delle scuole di Paganica, al fine di garantire delle ore di attività fisica fuori dalle mura scolastiche.

Figli di nessuno: un documentario che racconta la realtà di Rugby Paganica attraverso le testimonianze dei propri stakeholders.



Case History: Palestra Ginnastica Ferrara (I)

H12: Una delle caratteristiche della società è la ricchezza della proposta formativa sportiva offerta all'interno della palestra “*Palagym Orlando Polmonari*”, una struttura aperta 16 ore al giorno.

Fragile teatro danza e Special Abilities: la società organizza due laboratori nei quali offre dei percorsi di tipo educativo, formativo e sociale rivolti a persone con diversa abilità.

Campi Estivi Educamp: i camp sono caratterizzati da attività di gioco-sport che propongono varie discipline e laboratori di disegno, lettura, musica e cultura generale.

Postulab: il servizio di ginnastica posturale nasce allo scopo di offrire proposte motorie efficaci ed adeguate ai diversi bisogni.



Case History: Palestra Ginnastica Ferrara (II)

Funcional training: sono stati ideati numerosi percorsi per adulti e tra questi un'area GYM che può essere utilizzata per un'ottima preparazione fisica.

Progetto Nazionale #panchinarossa: ha previsto l'installazione di una Panchina Rossa all'ingresso del Palagym al fine di sensibilizzare gli spettatori sul tema delle discriminazioni e delle violenze sulle donne.

La donazione del sangue: tra le varie attività sociali, la Palestra Ginnastica Ferrara si è fatta promotrice della sensibilizzazione della donazione del sangue.



Quali strumenti ci possono aiutare?

Risulta di fondamentale importanza per una società sportiva con un'ottica di crescita e sviluppo, dotarsi di questi cinque strumenti specifici:

1. **PIANO STRATEGICO:** piano che traccia le linee guida della società per raggiungere gli obiettivi;
2. **PATTO SOCIALE:** l'impegno per costruire progettualità sociali ed educative
3. **ALLEANZA EDUCATIVA / CODICE ETICO:** la risposta a giovani e famiglie;
4. **BILANCIO DI IMPATTO SOCIALE:** uno studio volto a rendere note le conseguenze positive a livello sociale generate dall'attività della società;
5. **PIANO MARKETING:** un documento che riflette l'immagine della società, dei suoi obiettivi e delle sue best practice

La società sportiva moderna



Come in un puzzle, le società devono acquisire nuovi “pezzi”, **NUOVE COMPETENZE E CONOSCENZE**, così da dialogare con tutti gli attori e assumere un nuovo ruolo all’interno della società offrendo il proprio contributo alla crescita della comunità di riferimento.

Grazie dell'attenzione
roberto.ghiretti@sgplus.it

