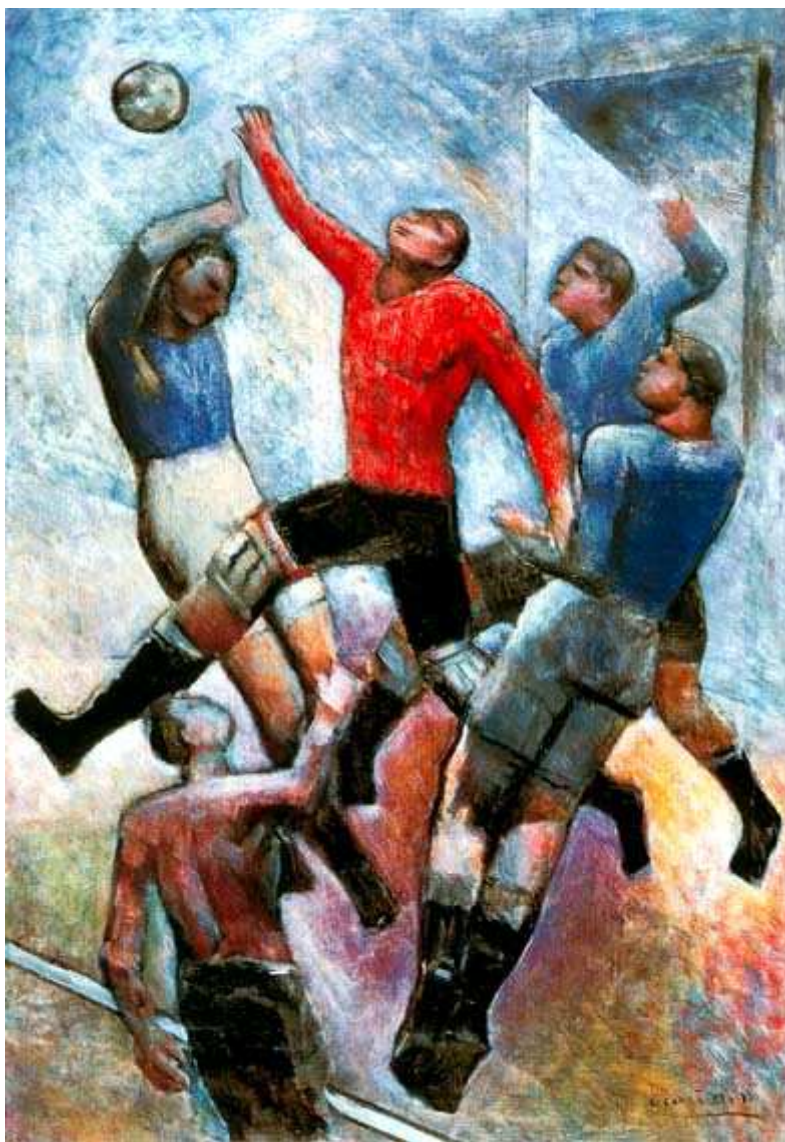


1° RAPPORTO

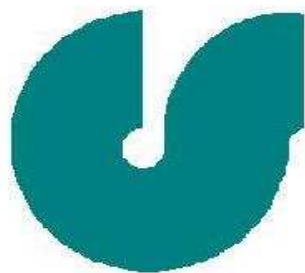
SPORT & SOCIETA'



Carlo Carrà, "Partita di calcio", 1934

1° RAPPORTO

SPORT & SOCIETA'



Censis Servizi S.p.A

*Il I° Rapporto "Sport & Società" è stato redatto da un gruppo di lavoro composto da **Francesco Russo, Simona Maresca, Paolo Santurri, Giulio De Rita, Francesco Galloni, Gabriella Galanti**, diretto da **Roberto Ciampicacigli**.*

*Si ringraziano per la collaborazione ed i suggerimenti: **Michele Barbone, Marcello Marchionni, Antonello Bernaschi, Danilo Di Tommaso, Maurizio Romano, Pierferdinando Palmieri, Laura Perrotta, Anna Ragnoli, Angelo Iezzi, Corrado Beccarini**.*

*Si ringrazia per la collaborazione la Conferenza delle Regioni – Commissione Sport- in particolare l'arch. **Virgilio Basile**.*

*Questo studio non si sarebbe potuto realizzare senza il lavoro che **Alberto Madella** ha negli anni profuso aprendo un sentiero culturale ed investigativo che resta patrimonio di tutti coloro i quali lavorano nella ricerca sociale per lo sport.*

A Lui un sentito ricordo.



Enrico Prampolini, "Angeli della terra", 1936

INDICE

SOMMARIO.....	7
1. Il quadro delle attività fisico-sportive in Italia.....	11
1.1 La diffusione della pratica sportiva in Italia	12
1.2 Le caratteristiche socio demografiche dei praticanti	14
1.3 Le motivazioni	17
1.4 Le attività sportive praticate	19
1.5 La pratica sportiva organizzata	23
1.6 L'attività sportiva promossa da FSN e DSA.....	28
1.7 Gli sport praticati	32
1.8 La polisportività.....	32
1.9 Sport e territorio	37
1.10 Pratica sportiva e sedentarietà	38
1.11 La pratica sportiva promossa da FSN e DSA sul territorio.....	43
1.12 Il rapporto tra la pratica promossa da FSN e DSA e il resto dell'attività sportiva	46
1.13 L'influenza dei fattori di tipo economico e ambientale sulla diffusione della pratica sportiva	48
2. L'impiantistica sportiva in Italia.....	52
2.1 I livelli di offerta.....	53
2.2 La distribuzione tipologica dell'offerta	59
2.3 Proprietà e modalità di gestione	61
2.4 I dati dell'Istituto per il Credito Sportivo.....	63
2.5 Il caso Lazio	70
2.6 Le nuove tendenze dell'impiantistica sportiva	75
3. Le associazioni sportive: trend, struttura, territorio	80
3.1 La struttura territoriale	80
3.2 Le affiliazioni	82
3.3 Tesserati e volontari	83
3.4 L'attività sportiva	85
3.5 Dimensioni economiche e sponsorizzazioni	87
3.6 Le relazioni sociali con il territorio	93
3.7 L'impiantistica sportiva e i servizi connessi.....	96
3.8 Gli obiettivi ed i vincoli degli organismi sportivi.....	98
3.9 Le questioni aperte	103
4. Il vissuto dello sport nell'opinione degli italiani e nel mondo sportivo	105
4.1 I valori dello sport: un'etica trasversale.....	105
4.2 La percezione sociale dell'etica dello sport	106
4.3 Il bello è praticarlo.....	107
4.4 La disciplina	107
4.5 Cosa rappresenta lo sport per gli italiani	110
4.6 Il senso della squadra	111
4.7 I disvalori	112
4.8 Gli anticorpi.....	115
4.9 La funzione sociale dello sport.....	117
5. La spesa pubblica per lo sport.....	121
5.1 La spesa dello Stato Centrale	121
5.2 La spesa di Regioni, Province e Comuni	121
6. I processi formativi per lo sport.....	136
6.1 La formazione per lo sport nelle Università italiane.....	137
6.2 La Scuola dello Sport	145
6.3 La formazione diffusa	151

7.	<i>Sport e scuola: tra antiche criticità e nuovi dinamismi</i>	<i>155</i>
7.1	Il quadro di riferimento: i minus.....	155
7.2	I plus.....	156
7.3	Cosa fare.....	159
8.	<i>Sport e media</i>	<i>160</i>
8.1	La stampa sportiva	160
8.2	La televisione	166
8.3	La radio.....	173
8.4	I nuovi media.....	175
8.5	Lo scenario futuro.....	179
9.	<i>Produzione, servizi, lavoro</i>	<i>181</i>
9.1	Le imprese	181
9.2	Il boom dell'abbigliamento sportivo e la crescita della GDO	183
9.3	L'industria del fitness.....	185
9.4	Le imprese dello sport in esposizione: il sistema fieristico nazionale	185
9.5	Lo scenario futuro: sempre più export per le imprese sportive italiane.....	186
9.6	L'occupazione nello sport: una difficile quantificazione	187
9.7	"L'effetto lavoro" nella filiera sportiva	187
10.	<i>Il turismo sportivo: lo sport protagonista delle vacanze degli italiani</i>	<i>190</i>
10.1	Chi sono i turisti sportivi?	191
10.2	Lo sport Turismo.....	192
10.3	I golfisti: sport-turisti per eccellenza	192
10.4	Il turismo sportivo in senso stretto.....	193
10.5	Il turismo sportivo di loisir	194
10.6	In vacanza per correre: la maratona	194
10.7	Il turismo sportivo di business.....	195
10.8	Il turismo sportivo di spettacolo	195
10.9	Il pubblico dell'automobilismo sportivo.....	196
11.	<i>La medicina sportiva e le sfide da affrontare</i>	<i>197</i>
11.1	La prevenzione.....	197
11.2	La lotta al doping	199
12.	<i>Un nemico (in)visibile: la sedentarietà.....</i>	<i>201</i>

SOMMARIO

0. La redazione di un rapporto Sport & Società ha insita in sé la difficoltà di repertoriare le n dimensioni sociali, economiche, valoriali, territoriali a cui dà vita il fenomeno sportivo nel suo complesso. Pensare ad una sfera della nostra quotidianità non toccata dallo sport è quasi impossibile. Come altrettanto impossibile è pensare ad un luogo, ad un comune – seppur sperduto – che non abbia vissuto un fatto, un evento sportivo.

1. La **pervasività dello sport in Italia** non è un concetto astratto ma assolutamente misurabile. Se ragioniamo anche solo dei punti di offerta (le società sportive di FSN, DSA e EPS) e dei punti di organizzazione territoriali (del CONI, delle Federazioni Sportive, delle Discipline Associate, degli EPS) parliamo di **quasi 95.000 punti dislocati** sul territorio (tab. 1). Si tratta della **più ramificata e ampia rete esistente in Italia**. Un punto sportivo ogni **631** abitanti, superiore alla rete delle tabaccherie e di gran lunga superiore al sistema finanziario, scolastico, sanitario, religioso, della ristorazione, del commercio, etc.

Tab.1 - Pervasività: punti d'offerta sportiva

Categoria	Punti d'offerta	N.° abitanti X punto
Società sportive e organizzazioni territoriali (FSN, DSA, EPS + organizzazioni territoriali)	95.000	631
Tabaccai	73.000	808
Bar	62.629	942
Scuole	55.593	1.061
Panetterie	48.743	1.210
Ristoranti	45.000	1.311
Alberghi	33.480	1.762
Sportelli bancari	31.569	1.869

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su fonti varie, 2008

2. La pervasività dello sport è pervasività materiale ed immateriale.

Nella prima dimensione è sufficiente ricordare:

- la pratica sportiva (agonistica, amatoriale) o attività fisica di **34 milioni di italiani**;
- l'esistenza di **1** spazio elementare sportivo **ogni 379 abitanti**;
- una tiratura media giornaliera di **1.120.000 copie** di giornali sportivi (pari al **12-13%** del totale della tiratura nazionale)
- un fatturato di **7,5-8,0 miliardi** di euro speso dagli italiani (anche dai professionisti dello sport e dalla macchina organizzativa) per vacanze e/o business turistico
- **5,5** milioni di famiglie abbonate a **SKY o digitale terrestre**;
- **22.000** ore annue di **trasmissione televisiva** criptata e non criptata.

3. Se dai prodotti e servizi vendibili ragioniamo di immaterialità non può sfuggire l'impatto dello sport:
- **nella sfera valoriale e dell'etica:** i sondaggi realizzati sulla popolazione italiana, presso le società sportive, tra i soggetti intermedi dell'organizzazione, etc., indicano con chiarezza i principali e fondamentali aspetti valoriali che lo sport genera **spirito di squadra, disciplina, rispetto delle regole**, etc.
 - **nella sfera educativa e pedagogica:** nell'ultimo ventennio lo sport ha rappresentato e rappresenta per le nuove generazioni dell'infanzia e dell'adolescenza, con la famiglia e la scuola, il terzo pilastro educativo. Tra gli **11 ed i 14 anni il 65%** dei ragazzi pratica in modo organizzato una disciplina sportiva e la capacità di trasmissione di principi e di etica rappresenta un valore aggiunto da sostenere con forza (anche rompendo schemi datati, ma ancora presenti, che vedono lo sport in contrasto con gli impegni di studio);
 - **nella sfera della formazione:** corsi finanziati dalla regione, corsi di laurea, master, l'attività professionalizzante della Scuola dello Sport, sono altrettanti **segmenti d'offerta formativa**, culturale, di potenziale inserimento nel mondo del lavoro;
 - **nella sfera della salute e della prevenzione:** **"polimorfismi" generati dalle società opulente**, i nuovi modelli di **consumi alimentari**, l'ausilio delle **tecnologie a "risparmio" di energia fisica**, sono altrettanti motivi di preoccupazione e di impatto sulla spesa sanitaria sia nell'immediato che nel lungo periodo. Il filtro, il setaccio delle **visite sportive** per qualche milione di ragazzi e ragazze è diventato – dopo la fine della leva obbligatoria e della medicina scolastica- l'unico momento nel quale si procede ad una seria analisi epidemiologica della popolazione giovanile italiana sia maschile che femminile.
4. Lo sport è ovviamente anche economia e lavoro: **2,7-3,0 punti di PIL, investimenti** in opere pubbliche, **turismo, trasporti, media** tradizionali e media innovativi, **occupati** diretti ed indiretti, una moltitudine di **piccole e medie imprese** che operano nel manifatturiero (pensiamo al distretto di Montebelluna o alle piccole imprese specializzate nei sistemi di misurazione ...), **made in Italy** (i successi motoristici di Ferrari, Ducati, Aprilia) **organizzazione di micro e macro eventi** (dalle partite in oratorio ai Giochi Olimpici di Torino ai prossimi mondiali di nuoto) **innovazione tecnologica** ed export, etc.
5. Parlare dello sport significa parlare di **volontariato**. Se lo sport è tutto questo la vera leva organizzatrice risiede nel lavoro prestato in modo volontario da centinaia di migliaia di persone. L'analisi condotta presso un campione di **11.000 associazioni sportive** ci dice che mediamente operano 10-12 volontari che prestano in una settimana **5 ore di lavoro** volontario. In complesso quindi **225.000.000** di ore di volontariato per un controvalore complessivo annuo di **3,4 miliardi di euro** di lavoro equivalente (posta un'ora di lavoro pari a €15,00). E' ovvio che questo è un

elemento di **forza del sistema** ma può diventare un suo **elemento di debolezza**. La crescente complessità della macchina sportiva – anche ai livelli dilettantistici – richiede oggi un **bagaglio di conoscenze** che non sempre riesce ad essere soddisfatto all'interno delle piccole società. Il tema della **formazione dei quadri** diventa quindi assolutamente fondamentale.

6. Lungo l'area della piramide della pratica e dell'organizzazione sportiva – dalle scuole di base agli eventi internazionali – lo sport produce **animazione territoriale** (la lega calcio dilettanti ha stimato che nel corso di un anno si giocano almeno **700.000 partite**, nella sola regione **Sicilia** nel 2006 si sono organizzati **600** manifestazioni sportive di carattere **nazionale o internazionale** escludendo i campionati), **relazioni con il sistema d'impresa** (ogni **associazione** sportiva ha in media **5 sponsor commerciali** e/o tecnici (il che si traduce nell'impegno di oltre **400.000 imprese** nel sostegno delle attività di base e dilettantistiche), **marketing del territorio sia in chiave turistica** (scuole estive, tornei, manifestazioni, convegnistica, etc.) **che in chiave di promozione dei brand locali**.

7. Un Rapporto Sport & Società non può ovviamente avere un carattere puramente celebrativo occorre quindi analizzare anche le **criticità** e le **distorsioni** che minano l'etica ed il portato valoriale dello sport. Anche su questi temi i sondaggi presso la popolazione e presso le organizzazioni territoriali danno segnali di uniformità:

- se lo sport è applicazione delle regole il **doping** è il suo avversario più accanito proprio perché altera un principio fondamentale dell'etica sportiva: vinca il migliore;
- la **violenza** agita negli/fuori gli stadi è il secondo motivo di preoccupazione che lede il principio di rispetto degli avversari, altro fondamentale valore di chi fa e promuove sport;
- la **concentrazione di interessi economici** che una parte dello sport spettacolo genera e attrae suona come **distonico** rispetto alla trama del **volontariato** che anima lo sport amatoriale, di base, dilettantistico, creando insieme cesure ed impatti che si riverberano anche su questi segmenti.

8. Né si possono tacere altri due elementi di criticità:

- un **sistema scolastico** che ancora non ha pienamente compreso la valenza sociale e valoriale dello sport e che presenta **lacune** ed **insufficienze nell'impiantistica** (ancor oggi una scuola su quattro non ha uno spazio destinato all'attività motoria o sportiva) e **nell'accoglienza sportiva** della disabilità, visto che una palestra su cinque non era accessibile ai portatori di handicap (anno 2005);
- un **ciclo di spesa** degli enti locali **declinante** in termini reali e spesso astrategica in termini funzionali (con paradossi quali l'erogazione di contributi per eventi o gare inferiori ai 200€)

9. La capacità dello sport di innervarsi nella società – anche come veicolo di comunicazione sociale – è un fatto noto anche se a volte dimenticato. Oltre lo sport spettacolo solidaristico (partite del cuore, manifestazioni sportive di denuncia, etc.) che richiama pubblici e audience esiste una capillare **attività di promozione del sociale** che gli organismi territoriali e le migliaia di società sportive pongono in essere. Sempre dal sondaggio sulle 11.000 società risulta che **1 su 4** organizza **attività scolastiche**, **1 su 3** dà luogo a progetti di **orientamento sportivo**, **1 su 5** promuove lo sport come modello di **integrazione e solidarietà** e sempre **1 su 5** attiva agevolazioni per le **categorie svantaggiate**.

In un bilancio – che non voglia limitarsi solo al conto economico ed allo stato patrimoniale – la rete di relazioni che lo sport genera con l'obiettivo dell'inclusione sociale e della cittadinanza è un patrimonio che va **sostenuto, arricchito, valorizzato**.

10. I contenuti di questo studio, la notevole quantità di dati raccolti e generati nelle diverse linee di lavoro, le letture fenomenologiche, gli elementi di forza e di criticità dello sport italiano, rappresentano una prima ed articolata base di conoscenza della ricchezza dello sport italiano, base sulla quale lavorare per approfondire temi, progetti, suggerimenti... e per dotare il CONI di tutti gli elementi necessari per la redazione di un **bilancio sociale** che travalichi la dimensione finanziaria o quella - comunque fondamentale - dei successi sportivi italiani.

1. Il quadro delle attività fisico-sportive in Italia

Il panorama generale e l'insieme dei comportamenti che caratterizzano la pratica sportiva dei cittadini comprendono **una pluralità di modalità di partecipazione** all'attività fisico sportiva estremamente variegata al proprio interno.

In questo quadro, anche le forme meno strutturate di attività fisica, che includono le azioni più semplici di contrasto alla sedentarietà, debbono essere ricondotte nell'ampio spettro dell'attività fisico sportiva. I diversi profili della pratica sportiva e fisico motoria delineano quindi l'esistenza di **una molteplicità di approcci alla pratica attiva** in cui convivono sia modalità di partecipazione allo Sport che prevedono il sostegno di strutture organizzate, di personale specializzato e il raggiungimento di risultati qualitativamente rilevanti, nonché attività svolte senza alcun supporto organizzativo, finalizzate soprattutto al conseguimento del benessere fisico e psichico.

La concezione dell'attività fisico sportiva, così come viene definita in sede europea dagli organismi presenti all'interno del Consiglio di Europa, risulta in effetti particolarmente estesa, in grado di interessare la grande maggioranza dei cittadini.

La lettura dei fenomeni che contraddistinguono l'attività fisico sportiva, deve dunque trovare criteri di misurazione adeguati, in modo da poter descrivere l'insieme degli atteggiamenti e dei comportamenti sociali e culturali che veicolano le scelte effettuate in materia di pratica sportiva.

In prima approssimazione è opportuno individuare criteri adeguati di definizione in base al **grado di intensità di partecipazione** all'attività fisico sportiva.

In secondo luogo si deve tener conto del ruolo esercitato dagli strumenti di tipo tecnico ed organizzativo di supporto e dalla presenza dei **nuclei associativi e delle strutture che offrono servizi** per l'attività sportiva.

L'evoluzione della pratica delle diverse discipline sportive e dell'attività fisica nel nostro paese appare quindi collegata a molti fattori di diversa origine e natura. L'interpretazione e l'analisi di questi fenomeni presuppongono che vengano presi in considerazione una serie di aspetti connessi con:

- **le diverse modalità di svolgimento della pratica fisico sportiva** e i trend che hanno caratterizzato l'evoluzione temporale delle differenti forme in cui si manifesta la domanda sportiva della popolazione italiana;
- **i fattori di correlazione** esistenti tra i livelli di pratica sportiva e il grado di sviluppo demografico, economico e sociale che caratterizza le diverse aree geografiche del paese.

E' opportuno dunque effettuare confronti mirati tra lo sviluppo della pratica fisico sportiva e gli altri indicatori che possono influenzare la propensione e gli atteggiamenti dei cittadini verso lo sport.

I risultati delle rilevazioni compiute dall'ISTAT, i monitoraggi svolti con cadenza periodica dagli Osservatori Statistici del CONI e l'esistenza di una vasta letteratura su questi argomenti consentono di delineare un quadro generale dell'attività fisico sportiva degli italiani orientando l'attenzione su:

- **l'insieme delle forme** assunte nel corso del tempo dalla pratica fisico sportiva, evidenziando l'evoluzione dei comportamenti della popolazione;
- **il grado di partecipazione** all'attività sportiva organizzata promossa dalle Federazioni Sportive Nazionali e dalle Discipline Sportive Associate, dagli Enti di Promozione Sportiva e da altre strutture e organismi;
- **l'evoluzione temporale** delle scelte e delle opzioni della popolazione in relazione al grado di diffusione dei diversi sport;
- **il rapporto esistente** tra la pratica sportiva organizzata che fa capo a FSN e DSA e il resto delle attività sportive e fisico motorie praticate dai cittadini;
- **il confronto tra i profili sportivi delle regioni italiane**, delineando gli aspetti peculiari che hanno caratterizzato l'andamento dell'attività fisico sportiva nelle diverse aree del paese.

1.1 La diffusione della pratica sportiva in Italia

I dati forniti dalle indagini promosse dall'ISTAT con cadenza periodica costituiscono lo strumento più idoneo in grado di misurare l'entità dell'attività fisico sportiva svolta nel nostro paese.

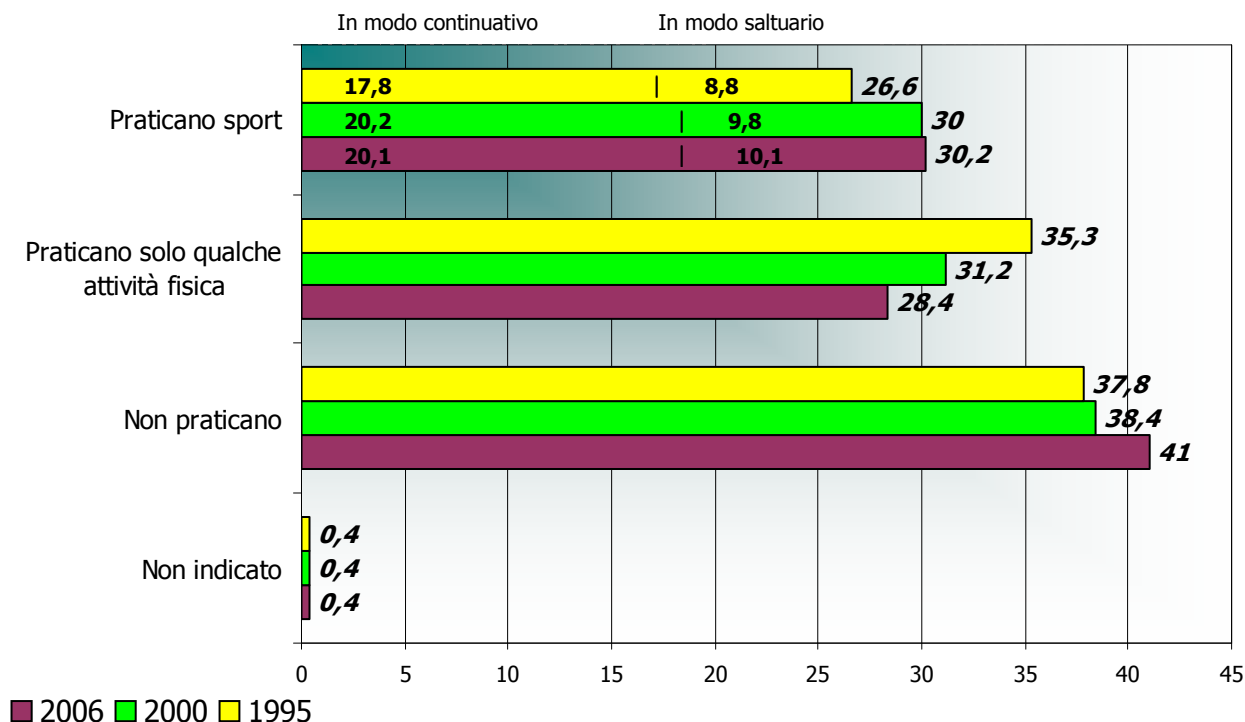
All'interno delle indagini Multiscopo "I cittadini e il tempo libero" svolte nel 1995, 2000 e 2006 è stato infatti dedicato ampio spazio alla rilevazione sui livelli di pratica sportiva della popolazione italiana. Il gran numero di famiglie interessate all'attività di rilevazione testimonia della validità e della qualità dei risultati e dell'attendibilità delle informazioni raccolte.

Il campione predisposto per l'indagine del 2006 comprende **24000 famiglie** per un totale di circa **54000 individui** oggetto di analisi. L'ampiezza del piano di campionamento consente di articolare l'analisi in relazione alle modalità di attuazione della pratica fisico sportiva svolta dai cittadini, sulle caratteristiche socio demografiche dei praticanti, sul grado di diffusione delle diverse discipline sportive, sulle motivazioni all'origine del grado di partecipazione alla pratica sportiva.

Nel 2006 sono stati circa 17 milioni 170.000 i cittadini italiani in età pari o superiore ai tre anni che affermano di aver praticato con continuità o saltuariamente uno o più sport, pari a poco più del 30% del totale della popolazione. Di questi **più di 11 milioni** (il 20.1% del totale della popolazione) lo fanno con continuità, mentre **circa sei milioni** (10.1%) praticano sport saltuariamente (graf.1.1).

Graf. 1.1 Modalità di svolgimento della pratica sportiva

(per 100 persone di 3 anni e più)



Fonte: Indagini Istat Multiscopo "I cittadini e il tempo libero", 2007

16 milioni 120.000 cittadini, circa il 28.4% dell'insieme degli individui di tre o più anni residenti nel nostro paese, non praticano invece nessuna disciplina sportiva ma svolgono comunque attività fisica (fanno passeggiate, escursioni, nuotano, usano la bicicletta ecc.).

Una quota rilevante, infine, **pari a 23 milioni e 300.000**, dichiara di non praticare né sport, né alcuna forma di attività fisica. Costituiscono il popolo dei sedentari che rappresenta il 41% del totale della popolazione italiana.

L'interpretazione dei dati relativi all'evoluzione temporale dei comportamenti dei cittadini nei confronti dell'attività fisico sportiva evidenzia come la quota dei praticanti aumenti significativamente tra il 1995 e il 2000, per poi consolidare ulteriormente le proprie posizioni nel corso del 2006; nel medesimo intervallo di tempo si rileva un **aumento considerevole** sia della quota degli sportivi continuativi, sia, in misura più contenuta, di coloro che svolgono attività sportiva saltuariamente.

Diminuisce costantemente invece la quota di popolazione che, senza praticare sport, svolge soltanto un'attività fisica.

Il numero di chi afferma di non praticare sport, né di svolgere alcuna attività fisico motoria, aumenta costantemente nel corso del tempo: **passa infatti dal 37.8% del 1995, al 38.4 % del 2000, al 41%** rilevato nell'indagine del 2006.

Si registra dunque un **incremento costante** del grado di inattività fisica della popolazione italiana cui corrisponde un andamento positivo del numero dei praticanti, i cui ritmi di crescita hanno subito comunque un rallentamento nel corso dell'attuale decennio; si rileva inoltre una **diminuzione non trascurabile** delle quote di cittadini che si limitano a svolgere esclusivamente forme limitate di attività fisica nel tempo libero.

Ci si trova di fronte a trend che indicano la presenza di tendenze pronunciate verso una **progressiva polarizzazione** degli atteggiamenti dei cittadini verso l'attivazione sportiva ovvero verso l'inattività.

La contrazione dei comportamenti intermedi desta preoccupazioni non trascurabili in quanto denota l'esistenza di quote crescenti di cittadini che, non riuscendo a trovare canali e strumenti idonei per la pratica di forme elementari e non strutturate di attività fisica, rischiano di non svolgere alcuna attività e di andare a dilatare il numero dei sedentari.

E' quindi auspicabile che si presti particolare attenzione a questi segmenti di domanda di attività fisica che si manifesta spesso in forme implicite e non manifeste e che richiede la predisposizione di modelli di offerta specifici e mirati.

Oltre alla realizzazione di **iniziative di tipo promozionale** rivolte a valorizzare l'importanza dell'attività fisica presso le fasce di popolazione interessate, si dovrebbe operare nella direzione di fornire **aree, ambiti e ambienti attrezzati** in grado di favorire lo sviluppo dell'attività fisica all'aria aperta, svolta senza i vincoli propri della pratica sportiva organizzata o comunque soggetta a regole e codici precostituiti.

1.2 Le caratteristiche socio demografiche dei praticanti

Gli uomini dimostrano di possedere una **maggiore propensione** verso la pratica dello Sport. Nel 2006 sono più di 10 milioni gli uomini che dichiarano di praticare uno o più sport con continuità o saltuariamente, quasi il 37% della popolazione maschile in età pari o superiore alla soglia dei tre anni (tab. 1.1).

Nello stesso anno i circa sette milioni di donne che praticano sport rappresentano circa il 24% delle donne di tre e più anni residenti sull'intero territorio nazionale.

Nel decennio compreso tra il 1995 e il 2006 l'ampiezza della forbice che separa il grado di attivazione alla pratica sportiva degli uomini nei confronti delle donne **pare tuttavia restringersi**. Nello stesso arco di tempo si assiste del resto ad un **aumento rilevante** della popolazione inattiva maschile.

**Tab. 1.1 - Modalità di svolgimento della pratica sportiva per sesso
(per 100 persone di 3 anni e più dello stesso sesso)
Anni 1995-2000-2006 -Val.%-**

	Praticano sport			Di cui: in modo						Praticano qualche attività fisica			Non praticano né sport né attività fisica		
				continuativo			saltuario								
	1995	2000	2006	1995	2000	2006	1995	2000	2006	1995	2000	2006	1995	2000	2006
Maschi	35.0	37.8	36.9	23.2	25.1	24.3	11.8	12.7	12.6	33.4	28.8	26.4	30.9	33.0	36.2
Femmine	18.6	22.7	23.9	12.6	15.5	16.1	6.0	7.2	7.7	36.7	33.6	30.2	44.2	43.5	45.5
Totale	26.6	30.0	30.2	17.8	20.2	20.1	8.8	9.8	10.1	35.3	31.2	28.4	37.8	38.4	41.0

Fonte: Elaborazioni su indagini Istat Multiscopo "I cittadini e il tempo libero", 2007

Nel medesimo intervallo di tempo si assiste ad **una contrazione** del numero di cittadini che, senza praticare sport, svolgono tuttavia qualche forma di attività fisica: in questo caso l'entità del decremento pare coinvolgere in misura pressoché analoga tanto la popolazione maschile che quella femminile.

L'indice di inattività, invece, risulta **aumentare** in entità molto **più elevata tra gli uomini che tra la popolazione femminile**.

L'aumento del grado di attivazione alla pratica sportiva che soprattutto nel quinquennio compreso tra il 1995 e il 2000 ha interessato la popolazione femminile ha contribuito quindi a **restringere il gap** che tuttora divide gli uomini dalle donne, per ciò che attiene la propensione dimostrata nei confronti dell'attività sportiva.

Il fattore età rappresenta un altro elemento decisivo in grado di influenzare notevolmente la propensione dei cittadini verso la pratica sportiva.

I maggiori livelli di attivazione si registrano nelle classi di età comprese **tra i 6 e i 14 anni**. In particolare è possibile stimare che nella fascia di età compresa tra gli 11 e i 14 anni si conti la presenza di circa **un milione e mezzo di praticanti**, quasi 1/10 del totale di coloro che svolgono attività sportiva con continuità o saltuariamente. Dopo questa soglia ci si imbatte in **un gran numero di abbandoni** che paiono quindi interessare soprattutto i ragazzi che frequentano o che hanno appena concluso la scuola media superiore, quando l'esistenza di sollecitazioni di vario genere e la presenza di un'offerta di consumi molto più ampia e diffusa entra oggettivamente in concorrenza con la pratica sportiva (tab.1.2).

Gli indici di attivazione verso lo sport **diminuiscono in modo correlato all'aumento dell'età**. E' tuttavia interessante notare come nelle classi di età più avanzate vengano rilevati nel tempo gli incrementi proporzionalmente più significativi per ciò che concerne il grado di partecipazione alla pratica sportiva.

Anche tra i bambini tra i 3 ed i 10 anni si sono però registrati forti aumenti degli indici di attivazione alla pratica sportiva.

**Tab.1.2 - Modalità di svolgimento della pratica sportiva per classi di età
(per 100 persone di 3 anni e più della stessa classe di età)
Anni 1995-2000-2006 -Val. % -**

	Praticano sport			Praticano qualche attività fisica			Non praticano né sport né attività fisica		
	1995	2000	2006	1995	2000	2006	1995	2000	2006
Età									
3-5	11.9	18.3	22.5	30.4	29.0	26.5	53.7	50.5	48.2
6-10	51.7	56.2	59.5	24.8	21.3	17.4	23.3	22.3	22.6
11-14	60.4	64.0	65.0	24.7	21.0	15.6	14.6	14.6	19.0
15-17	52.0	61.5	61.9	28.1	20.3	18.2	19.6	17.8	19.4
18-19	47.1	52.7	57.1	29.3	21.4	18.9	23.1	25.6	23.5
20-24	44.3	50.0	49.6	31.9	22.8	22.8	23.3	26.7	27.2
25-34	37.6	43.0	40.9	33.8	27.1	24.5	28.1	29.3	34.3
35-44	27.0	30.6	32.5	40.6	33.7	29.7	32.1	35.5	37.4
45-54	17.3	21.9	24.9	43.5	36.5	33.7	38.9	41.2	41.2
55-59	12.6	18.0	19.3	42.6	39.5	38.2	44.6	42.3	42.3
60-64	9.0	13.1	16.8	41.2	42.4	38.6	49.6	44.3	44.4
65-74	5.3	7.8	8.9	38.2	40.0	36.3	56.2	51.9	54.7
75 e più	1.3	2.3	2.8	20.1	24.7	21.6	78.2	72.8	75.4
Totale	26.6	30.0	30.2	35.3	31.2	28.4	37.8	38.4	41.0

Fonte: Elaborazioni su indagini Istat Multiscopo "I cittadini e il tempo libero", 2007

L'aumento della sedentarietà, del resto, interessa tutte le fasce di età intermedie ad eccezione dei ragazzi al di sotto dei 10 anni e degli adulti al di sopra della soglia dei 55 anni.

E' probabile, dunque, che si assista alla presenza di una domanda di attività fisico sportiva che inizia a coinvolgere segmenti non trascurabili appartenenti ad aree sociali e generazionali di norma estranee alla pratica fisico sportiva.

Il forte decremento che ha interessato i livelli intermedi dell'attività fisico sportiva durante il decennio compreso tra il 1995 e il 2006, rappresentata da coloro che non praticano sport ma svolgono forme non strutturate di attività fisica, interessa, seppur in misura quantitativamente non omogenea, pressoché **tutte le fasce di età**, ad eccezione dei più anziani.

L'interpretazione dei dati e delle tendenze emerse dai risultati delle indagini ha consentito di verificare la presenza di notevoli difficoltà a fidelizzare alcune fasce di praticanti tradizionalmente coinvolti nella pratica sportiva; nel medesimo tempo pare aumentare la domanda proveniente da **aree sociali e generazionali rimaste finora ai margini della pratica attiva**.

In questo ambito si porrà l'esigenza di intercettare le quote di domanda di attività fisico sportiva provenienti dai **flussi crescenti di popolazione immigrata** presenti nel paese.

1.3 Le motivazioni

Le cause di gran lunga prevalenti che favoriscono la propensione verso la pratica sportiva attengono a **due sfere distinte**: per un verso si richiamano le motivazioni di tipo ludico e la volontà di trovare forme adeguate di utilizzazione del tempo libero, per l'altro si rimanda all'esigenza di cura del proprio corpo, in modo da preservare livelli adeguati di benessere psico fisico.

Quasi i 2/3 dei cittadini che svolgono attività sportiva dichiarano di praticare sport per passione e piacere; per oltre il 50% i motivi principali all'origine della scelta di praticare uno o più discipline sportive debbono essere ricondotti all'esigenza di tenersi in forma e alla possibilità di trascorrere periodi di svago (tab. 1.3).

**Tab. 1.3 - Motivazioni alla pratica sportiva per sesso
(per 100 persone dello stesso sesso
che praticano sport con continuità o saltuariamente)
-Val. %-**

	Motivi per cui si pratica sport								
	Svago	Piacere, passione	Tenersi in forma	Scopo terapeutico	Frequentare altre persone	Stare in mezzo alla natura	Stare al passo con i tempi	Scaricare lo stress	Per i valori che trasmette
Maschi	52.5	71.5	49.3	8.6	26.0	14.6	2.5	30.5	16.0
Femmine	47.5	52.5	59.8	15.7	26.6	9.9	2.6	30.3	10.4
Totale	50.4	63.8	53.6	11.5	25.0	12.7	2.5	30.4	13.7

Fonte: Elaborazioni Censis Servizi su indagini Istat Multiscopo "I cittadini e il tempo libero", 2007

Il ruolo esercitato dalla pratica sportiva per contrastare lo stress e la tensione e le motivazioni collegate con la possibilità di sviluppare le occasioni di incontro e socializzazione vengono indicate rispettivamente da **poco più del 30% e dal 25% dell'insieme dei praticanti**.

Motivazioni di tipo strettamente terapeutico, di carattere ecologico e ambientale o di natura valoriale (il carattere educativo proprio dell'attività sportiva) vengono evocate ognuna da quote di cittadini di poco superiori al 10% del totale.

L'analisi di genere consente di verificare la presenza di **forti differenze tra uomini e donne**. La componente femminile del popolo degli sportivi praticanti è più interessata agli aspetti riconducibili alla cura del corpo e della propria salute (l'importanza di tenersi in forma e finalità di tipo terapeutico); gli uomini evocano maggiormente le motivazioni collegate con la passione e il piacere per la pratica sportiva, con il rapporto con la natura e con i valori positivi che lo sport è in grado di trasmettere.

Le ragioni prevalenti per le quali, viceversa, non si pratica sport risultano essere nell'ordine **la mancanza di tempo libero a disposizione e l'assenza di interesse** (rispettivamente circa il 40% e il 30% del totale dei casi analizzati) (tab.1. 4).

Seguono poi i motivi connessi con l'avanzare dell'età (circa il 25%), stanchezza e pigrizia e i problemi di salute (entrambe attorno al 15%) e motivi di tipo familiare (poco più del 10%).

Soltanto in pochi casi la mancata pratica dello sport può venire attribuita a motivazioni di carattere economico, alle condizioni di disabilità e a disfunzioni riconducibili alla assenza o alle carenze di funzionamento degli impianti sportivi.

**Tab. 1.4 - Fattori ostativi alla pratica sportiva per sesso
(per 100 persone dello stesso sesso che non praticano sport)
Val. %**

	Motivi per cui non si pratica sport									
	Mancanza di tempo	Mancanza di interesse	Età	Stanchezza pigrizia	Motivi di salute	Motivi familiari	Motivi economici	Mancanza di impianti, difficoltà a raggiungerli	Disabilità	Gli orari degli impianti sono scomodi
Maschi	43.6	29.3	22.3	16.2	14.1	7.8	7.0	28.8	2.2	1.7
Femmine	37.5	31.0	25.5	16.2	15.5	16.5	7.2	3.3	2.1	1.7
Totale	40.2	30.3	24.1	16.2	14.9	12.7	7.1	3.1	2.1	1.7

Fonte: Elaborazioni su indagini Istat Multiscopo "I cittadini e il tempo libero", 2007

La mancanza di tempo costituisce un fattore di impedimento alla pratica sportiva più per gli uomini che per le donne, mentre queste ultime sottolineano in misura maggiore l'importanza dei problemi causati dalla difficoltà di conciliare l'attività sportiva con le esigenze della vita familiare.

1.4 Le attività sportive praticate

I praticanti il Calcio e la Ginnastica rappresentano circa la metà del totale dei cittadini che nel 2006 hanno praticato uno o più sport con continuità oppure con cadenza saltuaria (tabb. 1.5;1.6).

Si deve a tale proposito sottolineare che i criteri di rilevazione utilizzati nelle indagini sulla pratica sportiva promosse dall'ISTAT includono tutte le diverse modalità di realizzazione dell'attività sportiva e quindi i dati acquisiti possono risultare anche molto diversi rispetto alle analoghe indagini sulla pratica sportiva organizzata (monitoraggi FSN-DSA, le analisi e le stime sulla attività promossa dal CONI e dagli enti di promozione ecc.).

**Tab.1.5 - Diffusione della pratica sportiva continuativa e saltuaria
per tipo di sport praticato
Persone di tre anni e più che praticano sport
Andamento 2000-2006 (valori assoluti e variazione %)**

	Dati in migliaia		
	2000	2006	Var.%
Calcio, calcetto	4290	4152	- 3.2
Ginnastica, aerobica, fitness	4251	4320	+ 1.6
Sport acquatici e subacquei	3677	3914	+ 6.4
Sport invernali, su ghiaccio e altri sport di montagna	2285	1937	- 15.2
Sport ciclistici	1716	2012	+ 17.2
Atletica leggera, footing, jogging	1497	1947	+ 30.0
Sport con palla e racchetta (tennis)	1347	1109	- 17.7
Danza e ballo	503	1084	+ 115.1
Pallavolo	988	863	- 12.6
Arti marziali e sport combattimento	614	625	+ 1.7
Pallacanestro	606	611	+ 0.8
Caccia	356	261	- 26.7
Pesca	323	327	+ 1.2
Bocce, bowling, biliardo	222	176	- 20.7
Altri Sport	1066	1040	- 2.2

I dati non sono sommabili per colonna perché ciascun individuo può aver praticato più di uno sport

Fonte: Elaborazioni su indagini Istat Multiscopo "I cittadini e il tempo libero", 2007

Nel 2006 il Calcio, che comprende al proprio interno anche il Calcio a cinque, risulta praticato da **4 152.000 persone** (rispettivamente 2 milioni 844000 per il Calcio e un milione 308000 per il Calcetto), il 24.2% del totale dei praticanti; il gruppo di attività in cui sono presenti insieme Ginnastica, Fitness, Aerobica e Cultura fisica ha visto la presenza di **4 milioni 320000 sportivi praticanti**, il 25.2% del totale.

**Tab. 1.6 - Diffusione della pratica sportiva continuativa e saltuaria per tipo di sport praticato per sesso e classi di età
Anno 2006 - (Indici di attività per 100 persone di tre anni e più che praticano sport
con continuità o saltuariamente dello stesso sesso e classe di età) (Val. %)**

	Maschi						Femmine						Totale M+F
	3-10	11-19	20-34	35-59	60 e più	Tot. M.	3-10	11-19	20-34	35-59	60 e più	Tot. F.	
Calcio, calcetto	42.3	60.1	51.5	26.8	2.8	39.7	1.7	3.5	1.8	0.2	-	1.5	24.2
Ginnastica, aerobica, fitness e cultura fisica	6.8	10.9	23.0	15.2	10.2	15.3	15.9	24.5	46.3	48.1	62.1	39.5	25.2
Sport acquatici e subacquei	42.7	16.7	14.8	15.2	11.9	18.0	43.3	23.4	30.5	29.5	20.3	29.9	22.8
Sport invernali, su ghiaccio e altri sport di montagna	9.0	6.4	9.6	15.4	14.3	11.4	10.0	8.2	10.2	14.5	10.1	11.2	11.3
Sport ciclistici	3.5	3.2	10.5	23.7	25.3	14.2	1.6	2.8	10.0	11.9	10.4	8.1	11.7
Atletica leggera, footing, jogging	1.8	5.0	10.9	18.4	14.1	11.7	2.7	6.9	16.4	12.8	5.6	10.8	11.3
Sport con palla e racchetta (tennis)	4.0	5.8	7.1	11.3	8.8	8.2	3.0	3.5	4.7	4.4	2.0	4.0	6.5
Danza e ballo	1.3	1.5	0.9	1.3	3.1	1.4	30.7	24.1	8.1	6.1	6.2	13.5	6.3
Pallavolo	2.5	6.6	3.3	1.6	0.1	3.0	9.2	23.0	7.0	1.0	-	8.0	5.0
Arti marziali e sport combattimento	10.2	7.1	4.1	3.2	0.7	4.7	4.1	4.0	1.4	0.9	0.7	2.1	3.6
Pallacanestro	10.7	11.2	4.3	1.8	-	5.0	3.5	2.3	1.0	0.6	0.4	1.4	3.6
Caccia	-	0.1	1.1	3.9	10.9	2.5	-	-	-	-	-	-	1.5
Pesca	0.1	0.7	1.9	5.0	9.5	3.2	-	-	-	0.2	-	0.1	1.9
Bocce, bowling, biliardo	-	0.2	0.5	1.7	10.0	1.5	-	0.5	-	0.4	0.5	0.3	1.0
Altri sport	2.3	5.9	6.3	8.1	10.3	6.7	6.2	5.0	4.1	4.7	5.2	4.8	5.9

Fonte: Elaborazioni su indagini Istat Multiscopo "I cittadini e il tempo libero", 2007

L'insieme delle attività ginniche ha dunque superato il Calcio e costituisce allo stato attuale l'attività più praticata sull'intero territorio nazionale. Tra il 2000 e il 2006, del resto, la Ginnastica presenta un incremento del numero degli appassionati pari all'1.6%, mentre il Calcio vede una diminuzione di poco superiore al 3%.

Al terzo posto si collocano il **Nuoto, gli sport acquatici e subacquei con 3 milioni 914000 praticanti**, pari al 22.8% del totale (+6.4% rispetto al corrispondente valore rilevato nel 2000).

Seguono poi l'insieme degli **Sport ciclistici, l'Atletica leggera**, che comprende anche footing, jogging e altre attività atletiche, e **gli Sport invernali**, del ghiaccio e di montagna che si posizionano tutti attorno alla quota di due milioni di praticanti presenti a livello nazionale. Tra queste discipline, è opportuno comunque rilevare che tra il 2000 e il 2006 Atletica e Sport ciclistici vedono aumentare i propri praticanti rispettivamente del 30% e di più del 17%; gli Sport invernali, viceversa, accusano una flessione pari a circa il 15%.

Oltre un milione di persone ha dichiarato di avere praticato con continuità o saltuariamente **il Tennis o corsi organizzati di Danza e ballo**. Danza e ballo costituisce la disciplina che può vantare nel tempo **l'incremento più elevato** del numero dei praticanti.

La Pallavolo passa da circa un milione di praticanti del 2000 a poco più 850000 nel 2006, accusando una contrazione pari a circa il 12%. Arti marziali e Pallacanestro mantengono le loro posizioni collocandosi sempre di poco al di sopra della soglia dei 600000 praticanti.

Caccia e Bocce, Bowling e Biliardo rappresentano ciascuna poco più dell'1% dell'insieme dell'attività sportiva che viene svolta in Italia.

L'evoluzione dei modelli di pratica fisico sportiva che ha caratterizzato i comportamenti di consumo degli italiani ha comportato effetti di ricaduta rilevanti anche sulla scelta delle attività praticate. Risulta in questo quadro significativo sottolineare il forte peso raggiunto dall'insieme delle attività di palestra (Ginnastica, Fitness, Aerobica, Cultura fisica, Danza e ballo) che insieme interessano oltre 5 milioni e 300000 soggetti, più del 31% del totale dei praticanti.

Va segnalato inoltre **l'aumento del grado di diffusione delle attività all'aria aperta**: gli oltre 800000 sportivi che, nell'ambito degli Sport ciclistici, si dedicano alla pratica di discipline come Cicloturismo, Cyclett, Mountain byke, passeggiate in bicicletta ecc. e i 600.000 che svolgono attività di jogging e footing nei parchi, in città, sulla spiaggia ecc. rappresentano insieme circa l'8% del totale dei praticanti.

Ci si riferisce in questi casi ad una concezione della pratica sportiva che esce probabilmente dagli schemi tradizionali propri dall'attività sportiva tradizionale, privilegiando **valori più legati al rapporto con l'ambiente e a motivazioni di carattere ecologico e naturalistico**.

E' pur vero, d'altro canto, che il peso delle tradizioni proprie della cultura sportiva del nostro paese vengono ribadite dalla conferma del **ruolo preminente ricoperto dal Calcio**, dalla forte diffusione dei **principali sport di squadra**, dal gran numero di sportivi che praticano discipline tradizionali come **Sci e Ciclismo**. Le modalità attraverso cui si manifesta la pratica di questi sport differiscono tuttavia in molti casi dalle forme assunte in passato: il ruolo crescente del Calcio a cinque, la diffusione di una pluralità di attività ciclistiche rispetto alla pratica del Ciclismo intesa in modo tradizionale, i nuovi strumenti tramite cui viene veicolata la promozione della pratica degli sport di squadra (Minibasket, Basket giocato nei playground, Beach volley ecc.) rappresentano altrettanti elementi che evidenziano l'esistenza di nuove domande e di esigenze inedite.

L'evoluzione dei consumi sportivi e delle opzioni effettuate in questo ambito delineano dunque la presenza di un quadro generale dove paiono coesistere **tradizione ed innovazione**. Si delinea dunque l'esistenza di fenomeni diffusi in cui le trasformazioni di carattere sociale e culturale si sovrappongono ad abitudini e tendenze storicamente consolidate

Il genere e l'età dei praticanti costituiscono variabili fondamentali in grado di connotare sul piano sociologico i caratteri assunti dalla pratica delle diverse attività e discipline sportive.

Gli uomini e le donne si avvicinano alla pratica sportiva in modo molto diverso: alcune discipline si caratterizzano come prevalentemente maschili, altre sono a forte vocazione maschile, in altre ancora il genere non rappresenta un fattore di distinzione degno di nota; esistono inoltre sport praticati pressoché esclusivamente da giovani e giovanissimi ed altri in cui la presenza di praticanti in età più avanzata è invece rilevante.

Ginnastica, Aerobica, Fitness e Cultura fisica **sono praticati in misura preponderante da donne** (39.5% del totale delle praticanti contro il 15.3% rilevato tra gli uomini), come pure il Nuoto e la Pallavolo (rispettivamente 29.9% contro 18.0% e 8.0% contro 3.0%). La Danza e il ballo, infine, sono discipline prettamente femminili (si avvicina a questo sport il 13.5% dell'insieme delle donne che praticano uno o più sport rispetto a tassi di attività che tra gli uomini sono di poco superiori all'1%).

Tutte le altre attività vedono indici di partecipazione tra i maschi superiori ai corrispondenti valori relativi alla pratica femminile. Oltre la Caccia e la Pesca che sono praticate esclusivamente da uomini, altri sport dove la presenza degli uomini è di gran lunga prevalente sono il Calcio e il Calcetto (il 39.7% dell'insieme della popolazione maschile di tre e più anni che pratica sport contro appena l'1.5% registrato tra le donne), il Ciclismo (14.2% contro l'8.1%) e il Tennis (8.2% rispetto al 4%).

Se si orienta l'attenzione sull'età dei praticanti si evince come Nuoto e Sport acquatici siano diffusi soprattutto **tra i giovani e giovanissimi di entrambi i sessi**, mentre Ginnastica, Fitness, Aerobica e Cultura fisica vengano invece praticati in misura di gran lunga più rilevante dalle donne in età avanzata. Le più giovani, d'altro canto, mostrano un'elevata propensione nei confronti della Danza.

Pallavolo e Pallacanestro si confermano attività che raggiungono i più elevati livelli di penetrazione tra i **giovani in età scolastica**; il Basket presenta tassi di attività degni di nota anche tra i maschi in età compresa tra i 3 e i 10 anni. Il Calcio vede la presenza degli indici di attività più alti tra i ragazzi in età compresa tra gli 11 e i 19 anni.

Atletica leggera, Footing e Jogging e Sport ciclistici presentano gli indici di attivazione più elevati alla pratica sportiva nelle fasce di età **al di sopra della soglia dei 35 anni**. La propensione della popolazione in età più avanzata verso la pratica di queste due discipline, come accade del resto per la forte partecipazione delle donne più anziane alle attività ginniche, si giustifica con la crescita della domanda di forme più libere e meno vincolanti di partecipazione all'attività sportiva che interessa soprattutto queste fasce generazionali.

1.5 La pratica sportiva organizzata

L'attività sportiva più strutturata deve fare riferimento a nuclei organizzati in grado di fornire strumenti, ambienti e personale di supporto alla pratica svolta.

Le società sportive costituiscono le unità che di norma veicolano i livelli di pratica sportiva più organizzati e qualificati, ma gli ambiti in cui i cittadini praticano sport possono anche essere costituiti da circoli ricreativi, circoli aziendali, unità scolastiche e universitarie, palestre, piscine e altre realtà associative di vario genere che includono al loro interno la possibilità di promuovere iniziative riconducibili all'attività sportiva.

E' inoltre vero che l'iscrizione a queste associazioni può prevedere anche modalità di partecipazione alla pratica fisico sportiva del tutto sporadiche o addirittura può accadere che all'iscrizione non corrisponda lo svolgimento concreto di nessuna attività.

La grande maggioranza delle società che promuovono la pratica sportiva sul territorio **sono affiliate alle Federazioni Sportive Nazionali e alle Discipline Sportive Associate** che fanno direttamente capo al **CONI, oppure agli Enti di Promozione Sportiva** che sono anch'essi riconosciuti dal Comitato Olimpico Nazionale.

I censimenti che vengono condotti dal CONI con cadenza biennale relativi a FSN e DSA raccolgono dati relativi alle categorie ufficiali di tesseramento che sono composte da società sportive, tesserati praticanti e operatori sportivi (dirigenti, tecnici ed ufficiali di gara), senza tener conto di tutte le altre forme di attività che le federazioni possono promuovere sul territorio.

E' possibile stimare che a questo tipo di iniziative e manifestazioni partecipino **altri 3 milioni di cittadini** che svolgono comunque attività sotto l'egida di FSN e DSA.

I risultati relativi alle categorie del monitoraggio del 2007 sulle Federazioni Sportive Associate e sulle Discipline Sportive Associate, indicano la presenza complessiva di **quasi quattro milioni di praticanti tesserati** (più di tre milioni 800.000 alle FSN e oltre 170.000 alle DSA).

I monitoraggi FSN-DSA, che vengono svolti ogni due anni, hanno l'obiettivo di valutare l'andamento di tutte le categorie di tesseramento che le federazioni registrano con dettaglio individuale e societario, escludendo le attività promosse centralmente dalle federazioni che non prevedono la registrazione analitica da parte delle strutture federali e societarie. I valori del monitoraggio sono dunque in alcuni casi inferiori al totale dei praticanti la cui attività risulta in qualche modo connessa con le federazioni e le società affiliate.

Si deve inoltre tener conto che possono sussistere casi di sovrapposizione tra chi può risultare tesserato a diverse società affiliate a più federazioni, oppure realtà in cui si registra la presenza di tesserati a società affiliate sia alle federazioni che agli enti di promozione; esistono altresì casi in cui i praticanti svolgono anche più funzioni differenti all'interno delle medesime società (tecnici, dirigenti ecc.) e viceversa.

I dati forniti dagli Enti di Promozione sono invece molto più inclusivi e comprendono modalità di tesseramento più estensive.

Anche in questo caso si debbono considerare le sovrapposizioni relative ai tesserati che praticano più sport. E' inoltre sempre importante sottolineare che il campo di azione delle società affiliate agli enti di promozione comprende una gamma maggiore di forme di associazione che spaziano dall'attività sportiva agonistica a quella amatoriale, da partecipazioni saltuarie ad eventi al coinvolgimento ad iniziative di carattere esclusivamente ricreativo e culturale: in molti di questi casi la pratica fisico sportiva rappresenta quindi un'attività complementare e/o intermittente (tornei, eventi, ecc.).

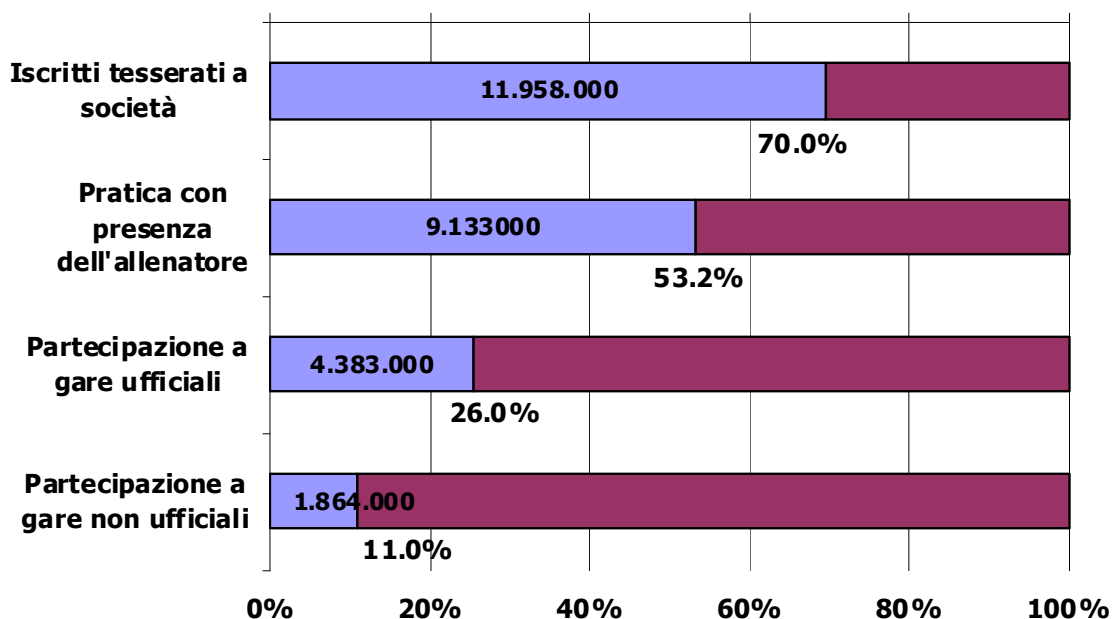
I diversi criteri di iscrizione e/o affiliazione e la presenza di fasce consistenti di praticanti che frequentano solo sporadicamente le strutture societarie, ma la cui attività risulta comunque connessa con le società affiliate, non consente di delineare un quadro sintetico e coerente della pratica sportiva organizzata in Italia.

Ciò nonostante, confrontando i dati delle indagini ISTAT sui praticanti con le informazioni relative ai tesserati FSN-DSA, con la quota di sportivi comunque coinvolti in attività promosse sotto l'egida di FSN e DSA, e con i tesserati agli EPS, è possibile tentare di ricostruire **una mappa complessiva** in grado di descrivere con sufficiente approssimazione **le modalità di effettuazione dell'attività sportiva nel nostro paese**.

Dall'analisi dei dati dell'indagine ISTAT del 2006 emerge che dei **17 milioni 170.000 cittadini** che affermano di praticare con continuità o saltuariamente uno o più sport, **11 milioni 958.000** (il 70% del totale), risulta iscritto a società, circoli, centri sportivi ecc. (graf. 1.2).

All'interno di questi ultimi vanno compresi la somma dei tesserati FSN-DSA, i partecipanti alle altre attività svolte comunque sotto l'egida di FSN-DSA e il totale dei tesserati dichiarati dagli EPS, al netto delle sovrapposizioni esistenti.

Graf. 1.2 - Modalità di realizzazione della pratica sportiva
(iscrizione/tesseramento, presenza dell'allenatore, partecipazione a gare)
su 100 persone che praticano sport con continuità o saltuariamente
-V.A. e Val.% -



Fonte: Elaborazioni su indagini Multiscopo Istat 2006

All'interno dell'insieme degli sportivi che praticano sport con continuità o saltuariamente, inoltre, il 26.0% partecipa a gare ufficiali e l' 11.0% a competizioni non ufficiali (rispettivamente quasi 4 milioni e mezzo e un milione 864.000). In oltre la metà dei casi, infine, l'attività viene svolta con la presenza di tecnici e personale specializzato di supporto (complessivamente oltre 9 milioni di praticanti).

La possibilità di procedere ad una lettura integrata dell'insieme delle informazioni acquisite da fonti differenziate consente di fornire una serie di valori stimati in grado di riassumere l'insieme dei fenomeni già illustrati nel corso dell'analisi, partendo sempre dai risultati dell'indagine ISTAT sulla pratica fisico sportiva del 2006.

La figura 1.1 permette di descrivere in termini sia quantitativi che qualitativi **le modalità di effettuazione della pratica fisico sportiva in Italia.**

Il punto di partenza è rappresentato dal totale di cittadini che praticano sport o svolgono in ogni caso qualche forma di attività fisica (**circa 33 milioni 300.000 unità**). Tra questi **16 milioni 120.000** svolgono soltanto qualche attività fisica, **mentre 5 milioni 750.000** praticano una o più attività sportive in modo saltuario e non continuativo e **11 milioni 420.000** praticano sport con continuità e costanza.

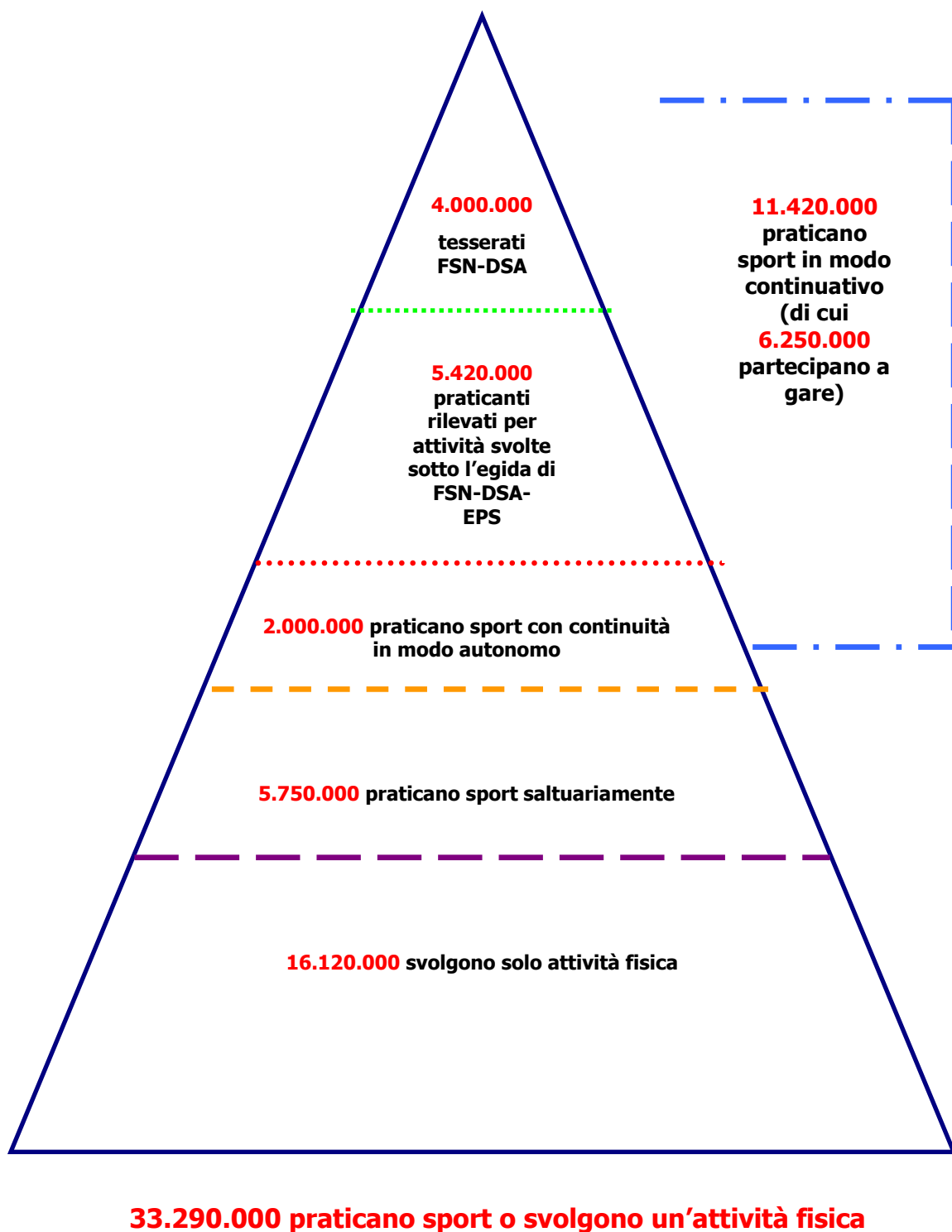
Se si concentra l'attenzione sul sottoinsieme costituito dagli sportivi continuativi, emerge che la pratica di tipo più specificatamente agonistico coincide con **i circa quattro milioni di tesserati** alle società affiliate alle Federazioni e alle Discipline Associate, mentre si stima che altri **5.420.000 praticanti abbiano partecipato ad attività svolte sotto l'egida di FSN e DSA oppure degli EPS**. E' probabile infine che una quota di sportivi continuativi, **stimata attorno ai due milioni di unità**, pratici sport in modo autonomo senza alcun sostegno di tipo organizzativo.

All'interno di coloro che praticano sport con continuità, inoltre, **6 milioni e 250.000 partecipano a gare e competizioni** ufficiali e non ufficiali ed oltre 9 milioni sono tesserati a società. Quest'ultima stima è stata ottenuta prendendo in considerazione sia i dati sui tesserati alle società forniti da CONI ed EPS, nonché le quote sugli iscritti a società e circoli associativi dell'indagine ISTAT: si è tenuto conto per un verso delle possibili sovrapposizioni e/o doppie iscrizioni esistenti tra tesserati FSN-DSA, praticanti delle altre attività promosse in questo ambito e tesserati EPS (complessivamente circa 12 milioni di unità) e si è proceduto a depurare il dato rilevato dall'ISTAT che colloca, come si è visto, attorno a questa cifra il numero degli iscritti a strutture associative, in quanto in molti casi si tratta di unità che offrono servizi per la pratica sportiva ma che non si configurano come vere proprie società sportive.

E' possibile inoltre che anche una quota di cittadini che svolge attività sportiva con cadenza saltuaria possa utilizzare i servizi offerti dalle società.

Risulta di tutta evidenza che le stime realizzate per la costruzione della mappa dell'attività fisico sportiva debbano essere valutate con estrema cautela; l'opportunità di sviluppare ulteriori analisi comparate al fine di aggiornare il quadro finora delineato potrà contribuire a fornire una rappresentazione più circostanziata dei fenomeni descritti.

Figura 1.1 La piramide dell'attività fisico sportiva in Italia
stima dei valori relativi alla modalità di realizzazione della pratica sportiva



Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati FSN, DSA, ISTAT

1.6 L'attività sportiva promossa da FSN e DSA

Il movimento sportivo che fa capo all'attività promossa dalle Federazioni Sportive Nazionali e dalle Discipline Sportive Associate è dunque composto nel 2007 da quasi **quattro milioni di tesserati**, da circa **70.000 nuclei associativi** (65.014 società e 5.311 altri nuclei) e da oltre **860.000 operatori sportivi** (circa 825.000 operatori territoriali e più di 35.000 dirigenti federali o figure professionali che operano ad altri livelli) - tav. 1.1 -.

La pratica organizzata da FSN e DSA rappresenta, come si è già visto, **la parte più importante** dell'insieme dell'attività fisica e sportiva che viene svolta in Italia. Si tratta anche dei segmenti di pratica attiva per cui esistono modelli di rilevazione e misurazione molto più precisi e articolati.

Ci si riferisce in effetti alla pratica sportiva che si caratterizza maggiormente per impegno agonistico, presenza di personale e strutture di supporto all'attività e articolazione organizzativa dell'attività svolta.

E' possibile quindi analizzare i trend che hanno caratterizzato l'evoluzione delle principali categorie di tutte le federazioni e le discipline associate.

A partire dai valori censiti nel 2007, si è proceduto a realizzare confronti specifici con i valori rilevati nel 2005 e nel 1997.

I tesserati

Il totale di tesserati alle FSN è nel 2007 pari a più di **3.800.000 unità**; l'insieme dei tesserati alle DSA nello stesso anno è di oltre **170.000 praticanti**.

L'interpretazione di questi dati deve tener conto che nel 2007 Squash e Danza sono state riconosciute come Federazioni Sportive Nazionali, mentre precedentemente appartenevano al gruppo delle Discipline Sportive Associate.

A partire dall'inizio del presente decennio si rileva la presenza di un incremento costante del numero dei praticanti tesserati sia alle FSN che alle DSA. Rispetto agli anni '90, quando si era registrata una diminuzione costante e sistematica del numero dei tesserati, ci si trova di fronte ad un'inversione di tendenza significativa.

I dati dei monitoraggi dimostrano, in effetti, come il numero dei tesserati alle società affiliate alle Federazioni Sportive Nazionali aumenta sia nel breve che nel lungo periodo: il totale dei praticanti delle FSN passa infatti da meno di 3.590.000 unità del 2005 a più di 3.800.000 censito nel 2007 con un **incremento pari al 6.4%**; rispetto al 1997 quando i tesserati alle FSN erano di poco inferiori alla soglia dei 3.200.000 unità, **l'aumento risulta pari al 20.5 %** (tab.1.7).

TAV. 1.1 QUADRI RIASSUNTIVI 2007

Federazioni Sportive e Discipline Sportive Associate

L'organizzazione delle Federazioni Sportive Nazionali

SOCIETA' SPORTIVE FSN		61.125
- Altri nuclei	5.117	
Per un totale complessivo di		66.242
PRATICANTI TESSERATI FSN		3.816.133
- Dirigenti societari FSN	431.519	
- Tecnici FSN	267.927	
- Ufficiali di gara FSN	97.849	
OPERATORI SPORTIVI TERRITORIALI FSN		797.295
- Dirigenti federali FSN	15.570	
- Altre Figure FSN	18.951	
ALTRI OPERATORI FSN		34.521
Per un totale Operatori FSN di		831.816

L'organizzazione delle Discipline Sportive Associate

SOCIETA' SPORTIVE DSA		3.889
- Altri nuclei	194	
per un totale complessivo di		4.083
PRATICANTI TESSERATI DSA		171.039
- Dirigenti societari DSA	17.970	
- Tecnici DSA	5.971	
- Ufficiali di gara DSA	3.074	
OPERATORI SPORTIVI TERRITORIALI DSA		27.015
- Dirigenti federali DSA.....	1.665	
- Altre Figure DSA	656	
ALTRI OPERATORI DSA.		2.321
per un totale Operatori DSA di		29.336

Federazioni Sportive + Discipline Sportive Associate

SOCIETA' SPORTIVE FSN + DSA		65.014
- Altri nuclei.....	5.311	
per un totale complessivo.....		70.325
PRATICANTI TESSERATI FSN + DSA		3.987.172
- Dirigenti societari	449.489	
- Tecnici	273.898	
- Ufficiali di gara	100.923	
OPERATORI SPORTIVI TERRITORIALI FSN + DSA		824.310
- Dirigenti federali	17.235	
- Altre Figure	19.607	
ALTRI OPERATORI FSN + DSA		36.842
per un totale Operatori FSN + DSA di		861.152

Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

Tab.1.7 - Andamento tesserati FSN e DSA 1997-2005-2007
(valori assoluti e variazioni percentuali)

	V.A.1997	V.A 2005	V.A. 2007	Var.% '05-'07	Var. % '97-'07
Tesserati FSN	3.167.113	3.586.737	3.816.133	6.4	20.5
Tesserati DSA	—	147.916	171.039	15.6	—

Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

Per le Discipline Sportive Associate non si è ritenuto opportuno effettuare confronti sul lungo periodo in quanto queste discipline hanno subito forti processi di ristrutturazione interna (accorpamenti all'interno di altre strutture federali, passaggio dallo status di DSA a quello di FSN ecc.) che non permettono la realizzazione di comparazioni di carattere complessivo. Se ci si limita a focalizzare sul biennio compreso tra il 2005 e il 2007 il totale dei praticanti alle DSA è comunque cresciuto del 15.6 % in termini percentuali, passando da poco meno di 148.000 praticanti a circa 171.000 tesserati.

Le società sportive

Il totale delle società sportive affiliate alle Federazioni Sportive Nazionali rilevato nel 2007 è stato pari a circa **61.000 unità organizzate presenti sul territorio**. A questa quota si debbono aggiungere oltre 5000 unità rilevate come "altri nuclei" per un totale di oltre **66.000 strutture societarie affiliate alle FSN**.

Se si concentra l'attenzione sulle Discipline Sportive Associate emerge la presenza di circa 4100 unità tra società e "altri nuclei".

Tra il 1997 e il 2007 il numero complessivo delle società affiliate alle FSN passa da meno di 59.000 unità a circa 61.000 con una **variazione positiva pari al 4.0 %** (tab. 1.8).

Tab.1.8 - Andamento Società Sportive FSN e DSA 1997-2005-2007
(valori assoluti e variazioni percentuali)

	v.a.1997	v.a. 2005	v.a. 2007	Var.% '05-'07	Var. % '97-'07
Società FSN	58.762	60.395	61.125	1.2	4.0
Società DSA	—	3.970	3.889	-2.0	—

Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

Tra il 2005 e il 2007 l'incremento è stato pari solo allo 1.2%, mentre nel medesimo intervallo di tempo il numero di società affiliate alle Discipline Sportive Associate ha subito una flessione pari al 2.0%.

Anche per le società si assiste quindi complessivamente ad una ripresa del movimento sportivo federale, dopo le difficoltà incontrate nel corso degli anni '90. E' pur vero, tuttavia, che l'incremento della presenza di strutture societarie sul territorio risulta molto più contenuto dei livelli di crescita che hanno caratterizzato l'andamento relativo al grado di diffusione della pratica sportiva promossa da FSN e DSA.

E' probabile, a tale proposito, che dopo **una fase di assestamento**, si stia avviando **una nuova fase di sviluppo** dove l'offerta di strutture e servizi per lo Sport si stanno adeguando alla crescita dell'attività sportiva, tentando di calibrare i modelli organizzativi proposti alle nuove esigenze provenienti dalla domanda.

Gli operatori sportivi

Il numero degli operatori sportivi appartenenti alle Federazioni Sportive Nazionali vede la presenza di **un forte decremento** tra il 2005 e il 2007, pari ad oltre 100.000 unità in valore assoluto **e a -12.9% in termini percentuali**. Nello stesso periodo di tempo gli operatori territoriali delle Discipline Sportive Associate vedono un aumento di circa 1500 unità in valore assoluto, corrispondente ad una variazione di segno positivo pari al 6.0% (tab. 1.9).

**Tab. 1.9 - Andamento Operatori territoriali FSN e DSA 1997-2005-2007
(valori assoluti e variazioni percentuali)**

	V.A. 1997	V.A. 2005	V.A. 2007	Var.% '05-'07	Var. % '97-'07
Operatori FSN	662.772	915.702	797.295	-12.9	20.2
Operatori DSA	—	25.479	27.015	6.0	—

Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

L'analisi di lungo periodo evidenzia tuttavia l'esistenza di variazioni di segno positivo: nel decennio compreso tra il 1997 e il 2007 il numero degli operatori delle FSN presenta una crescita di quasi 140.000 unità in termini assoluti, pari a poco più del 20%.

Dopo un periodo caratterizzato dalla presenza di forti ritmi di crescita, l'inversione di tendenza del biennio 2005-2007 evidenzia l'esigenza di razionalizzare l'organizzazione delle attività di sostegno alla pratica sportiva, evitando di dilatare eccessivamente il numero di personale dedicato all'assistenza e al supporto all'attività sportiva.

1.7 Gli sport praticati

Nel corso della decade compresa tra il 1997 e il 2007 **il Calcio ha sempre confermato il proprio primato** all'interno del movimento sportivo federale.

Subito dopo, si posizionano quasi sempre **Pallacanestro e Pallavolo**; soltanto nella fase iniziale del decennio la Pesca sportiva sopravanzava ancora queste discipline (tab.1.10).

Tuttavia il peso ricoperto dal Calcio all'interno dell'attività promossa dalle FSN **pare progressivamente ridimensionarsi**: nel 1997 rappresentava il 30.7% del totale dei tesserati alle Federazioni Sportive Nazionali, nel 2005 il 29.3%, nel 2007 il 27.0%.

Nel 2007 il Basket ha superato la Pallavolo, collocandosi al secondo posto; nel 2005 era invece il Volley ad occupare la seconda posizione precedendo a sua volta la Pallacanestro.

Nella graduatoria del 2007, dopo **i tre sport di squadra, che insieme rappresentano quasi il 45% di tutta la pratica sportiva federale**, seguono nell'ordine Tennis e Pesca Sportiva (entrambi con il 5.9%) e l'Atletica leggera (4.1%).

Al di sopra della soglia del 3% si trova soltanto un'altra disciplina, il Motociclismo (3.8%); tutti gli altri sport non raggiungono questa quota.

Il ruolo preminente del Calcio e il forte peso ricoperto da Basket e Pallavolo confermano le grandi tradizioni di queste tre discipline che **affondano le proprie radici nella tradizione e nella cultura sportiva della popolazione**.

E' pur vero, d'altro canto, che questi sport hanno dimostrato di saper proporre modelli di offerta innovativi in grado di rispondere adeguatamente alle nuove esigenze provenienti dalla domanda, riuscendo a contenere in tal modo la concorrenza esercitata dalle discipline emergenti.

1.8 La polisportività

La conferma dell'importanza del ruolo svolto dagli sport maggiori viene ribadita dall'entità della quota relativa al numero dei tesserati alle prime tre discipline che guidano la graduatoria della pratica sportiva sul totale dei praticanti FSN: nel 2007 la somma dei tesserati del Calcio, Basket e Pallavolo rappresenta, come si è visto, quasi il 45% dell'insieme del movimento sportivo che fa capo alle Federazioni Sportive Nazionali (graf. 1.3).

Eppure il peso ricoperto dai primi tre sport sul totale dei tesserati FSN **diminuisce nel corso del tempo**: nel 1997 erano il 48.7% dell'insieme dei tesserati, nel 2005 il 45.3% e nel 2007 il 43.0%.

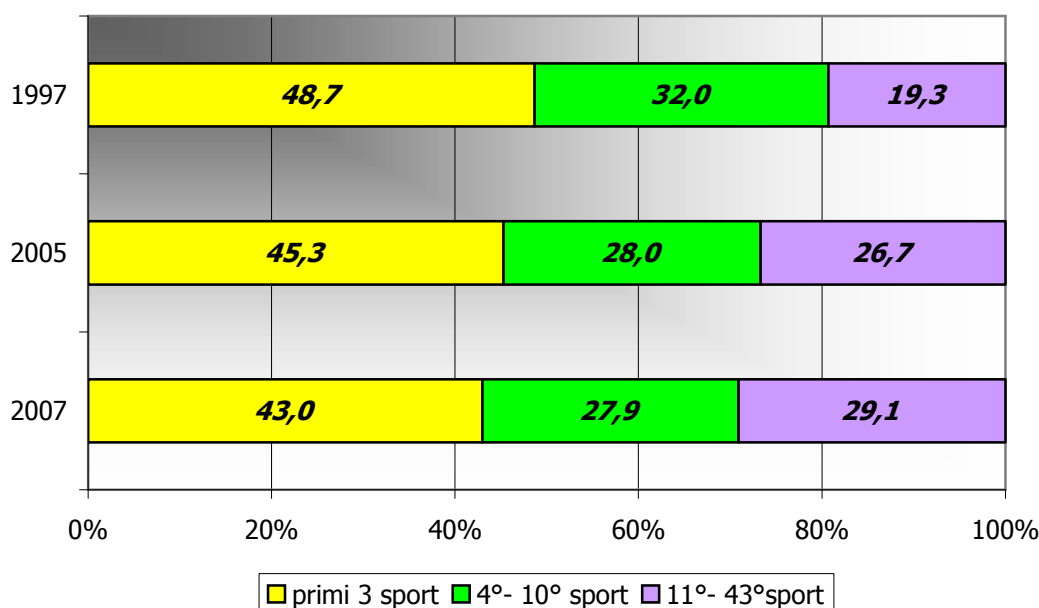
Si registra dunque la presenza di un decremento relativo ma costante della quota di attività sportiva organizzata che fa riferimento agli sport di vertice.

Tab.1.10 - Le discipline praticate
(Numero dei tesserati in valore assoluto e % sul totale dei tesserati FSN)

Federazioni	Tesserati v.a. 1997	Tesserati v.a. 2005	Tesserati v.a. 2007	% 1997	% 2005	% 2007
Aeronautica Sportiva	11 704	9 004	9 412	0.4	0.3	0.2
Atletica Leggera	138 137	136 812	154 793	4.4	3.8	4.1
Automobilismo	13 920	24 568	23 425	0.4	0.7	0.6
Badminton	-	4 618	39 327	-	0.1	1.0
Baseball – Softball	18 226	17 058	23 556	0.6	0.5	0.6
Bocce	111 556	101 714	111 112	3.5	2.8	2.9
Calcio	973 038	1 050 695	1 030 345	30.7	29.3	27.0
Canoa – Kayak	6 086	6 885	7 877	0.2	0.2	0.2
Canottaggio	8 914	8 049	8 315	0.3	0.2	0.2
Ciclismo	67 470	57 552	61 697	2.1	1.6	1.6
Cronometraggio sportivo	-	-	-	-	-	-
Danza Sportiva	-	93 127	76.160	-	2.6	2.0
Discipl. Armi Sportive da Caccia	-	2 960	2 458	-	0.1	0.1
Ginnastica	57 204	79 311	80 123	1.8	2.2	2.1
Golf	50 406	80 617	91 791	1.6	2.2	2.4
Handball / Pallamano	18 674	34 212	37 765	0.6	1.0	1.0
Hockey (prato / indoor)	11 850	6 631	6 871	0.4	0.2	0.2
Hockey e Pattinaggio (a rotelle)	31 864	32 447	37 377	1.0	0.9	1.0
Judo - Lotta - Karate - Arti Marz.	125 907	95 312	99 032	4.0	2.7	2.6
Medicina Sportiva	-	-	-	-	-	-
Motociclismo	71 931	141 015	146 350	2.3	3.9	3.8
Motonautica	6 585	4 734	4 713	0.2	0.1	0.1
Nuoto	47 428	48 340	91 005	1.5	1.3	2.4
Pallacanestro	266 247	278 362	309 182	8.4	7.8	8.1
Pallavolo	210 502	294 446	301 305	6.6	8.2	7.9
Pentathlon Moderno	2 045	1 813	3 718	0.1	0.1	0.1
Pesca Sportiva - Att. Subacquee	307 320	220 903	226 026	9.7	6.2	5.9
Pesi - Cultura Fisica	-	24 629	41 145	-	0.7	1.1
Pugilato	5 246	5 020	5 912	0.2	0.1	0.2
Rugby	27 505	41 934	51 655	0.9	1.2	1.4
Scherma	15 909	11 790	12 916	0.5	0.3	0.3
Sci Nautico	1 933	7 765	8 576	0.1	0.2	0.2
Sport Disabili	6 200	13 706	15 171	0.2	0.4	0.4
Sport Equestri	50 025	104 567	103 692	1.6	2.9	2.7
Sport Ghiaccio	13 874	14 573	18 121	0.4	0.4	0.5
Sport Invernali	171 528	114 266	100 946	5.4	3.2	2.6
Squash	-	9 759	10 951	-	0.3	0.3
Taekwondo	-	14 022	13 354	-	0.4	0.4
Tennis	178 984	185 910	226 443	5.7	5.2	5.9
Tennistavolo	13 403	9 931	9 576	0.4	0.3	0.3
Tiro con l'Arco	19 233	18 603	17 871	0.6	0.5	0.5
Tiro a Segno	10 924	62 999	68 963	0.3	1.8	1.8
Tiro a Volo	18 211	23 732	24 914	0.6	0.7	0.7
Triathlon	-	8 913	11 969	-	0.2	0.3
Vela	77 124	83 433	90 223	2.4	2.3	2.4
Totale	3 167 113	3 586 737	3 816 133	100.0	100.0	100.0

Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

**Graf. 1.3 - La polisportività - Peso % dei tre sport più diffusi,
delle discipline intermedie (dal 4° al 10° posto per numero di tesserati)
e degli sport con più basso grado di diffusione (dall'11° all'ultimo posto per numero di tesserati)**



Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

Diminuisce contestualmente la quota di praticanti degli sport con livelli di diffusione di tipo intermedio, che si collocano tra il quarto e il decimo posto nella graduatoria federale: tale valore era infatti pari al 32.0% nel 1997 al 28.0 e al 27.9 % rispettivamente nel 2005 e nel 2007.

Risulta particolarmente pronunciato, invece, **l'aumento del ruolo svolto dagli sport meno diffusi e popolari** (ci si riferisce alle discipline che si posizionano tra l'undicesimo e l'ultimo posto della classifica dei tesserati FSN). Rappresentavano meno del 20% del totale dei praticanti nel 1997, nel 2005 erano il 26.7%, nel 2007 hanno raggiunto il 29.1%.

La conferma del ruolo ricoperto dalle discipline più diffuse che possono vantare maggiori tradizioni non ha dunque impedito la crescita degli sport emergenti che hanno via via assunto un peso maggiore all'interno del movimento sportivo nazionale.

La diffusione dei livelli di polisportività rappresenta a tale proposito un indicatore importante per misurare il grado di maturità sportiva del nostro paese.

E' ovvio che l'offerta di servizi e strutture per lo sport e l'organizzazione dell'intero sistema sportivo dovrà prestare sempre più attenzione ai mutamenti e alle trasformazioni che hanno interessato nel tempo l'evoluzione della domanda sportiva in Italia.

La presenza di queste tendenze riceve un'ulteriore conferma se si confrontano i dati sulle variazioni registrate dai vari sport relativamente al numero dei praticanti tesserati alle FSN.

Tra il 1997 e il 2007 gli sport che hanno visto la presenza delle massime variazioni di segno positivo sono nell'ordine il Tiro a Segno, lo Sci nautico, gli Sport disabili, gli Sport equestri il Motociclismo e la Pallamano (tab. 1.11).

Ad eccezione del Motociclismo si tratta di tutte discipline che non si caratterizzano per l'esistenza di un elevato grado di partecipazione, ma che dimostrano di possedere un soddisfacente livello di dinamicità e vitalità.

Pur tenendo conto che i mutamenti relativi al numero dei tesserati alle singole federazioni possono essere influenzati da diversi fattori che non sempre sono riconducibili a tendenze di tipo univoco, è pur vero che **l'ascesa di alcuni sport emergenti** costituisce un elemento di primaria importanza nel panorama sportivo italiano.

E' possibile che gli effetti indotti dall'evoluzione generale dei comportamenti di consumo e dalla presenza di nuove domande ed esigenze diffuse sul territorio possano esercitare in futuro un'influenza non trascurabile sulle opzioni sportive dei cittadini.

Tab. 1.11 Tesserati FSN – Variazioni percentuali 1997-2007

Federazioni	Tesserati Var. % 97 - 07
Aeronautica Sportiva	-19.6
Atletica Leggera	12.1
Automobilismo	68.3
Badminton	-
Baseball - Softball	29.2
Bocce	-0.4
Calcio	5.9
Canoa - Kayak	29.4
Canottaggio	-6.7
Ciclismo	-8.6
Cronometraggio sportivo	-
Danza Sportiva	-
Discipl. Armi Sportive da Caccia	-
Ginnastica	40.1
Golf	82.1
Handball / Pallamano	102.2
Hockey (prato / indoor)	-42.0
Hockey e Pattinaggio (a rotelle)	17.3
Judo - Lotta - Karate - Arti Marz.	-21.3
Medicina Sportiva	-
Motociclismo	103.5
Motonautica	-28.4
Nuoto	91.9
Pallacanestro	16.1
Pallavolo	43.1
Pentathlon Moderno	81.8
Pesca Sportiva - Att. Subacquee	-26.5
Pesi - Cultura Fisica	-
Pugilato	12.7
Rugby	87.8
Scherma	-18.8
Sci Nautico	343.7
Sport Disabili	144.7
Sport Equestri	107.3
Sport Ghiaccio	30.6
Sport Invernali	-41.1
Squash	-
Taekwondo	-
Tennis	26.5
Tennistavolo	-28.6
Tiro con l'Arco	-7.1
Tiro a Segno	531.3
Tiro a Volo	36.8
Triathlon	-
Vela	17.0
Totale	20.5

Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

1.9 Sport e territorio

L'evoluzione dell'attività sportiva non presenta trend di sviluppo omogenei nelle diverse aree geografiche del paese: esistono infatti zone ed aree territoriali che si caratterizzano per la presenza di un elevato grado di cultura sportiva e per una forte propensione dei cittadini nei confronti della pratica sportiva e realtà dove i livelli di penetrazione della pratica sportiva presso la popolazione risultano molto più limitati.

Differiscono in molti casi anche le modalità e l'approccio con cui i cittadini delle differenti aree del paese si avvicinano alla pratica fisico sportiva.

L'individuazione degli aspetti più importanti che hanno caratterizzato lo sviluppo della domanda di attività sportiva su base territoriale ha permesso di delineare **un quadro articolato del panorama sportivo del paese** e di evidenziare gli elementi principali che ne hanno caratterizzato l'evoluzione nel corso del tempo.

L'ambito territoriale su cui si è ritenuto opportuno di focalizzare l'attenzione ha coinciso con la dimensione regionale che rappresenta in termini politici ed amministrativi il livello più appropriato per la realizzazione di politiche mirate, finalizzate alla crescita quantitativa e qualitativa della pratica fisico sportiva.

L'analisi e le elaborazioni compiute sui dati disponibili consentono di effettuare alcune considerazioni su una serie di aspetti relativi a:

- le diverse modalità in cui si manifesta la pratica fisico sportiva svolta dai cittadini nelle differenti aree geografiche del paese in modo da evidenziare l'insieme delle forme e dei comportamenti in cui si manifesta la domanda sportiva della popolazione;
- i livelli effettivi di partecipazione alla pratica sportiva organizzata da FSN e DSA rilevati su base territoriale;
- il rapporto esistente tra l'attività che fa capo a FSN e DSA e l'insieme delle forme di pratica sportiva e fisico motoria realizzate dai cittadini.
- il grado di correlazione tra gli indici di attivazione alla pratica sportiva promossa da FSN e DSA e le condizioni socio economiche delle diverse aree geografiche;

L'analisi e l'interpretazione dei dati e delle informazioni acquisite presso diverse fonti ha permesso di individuare **i punti di forza e le aree di criticità** che hanno caratterizzato sul piano territoriale l'evoluzione del panorama sportivo del nostro paese.

Il grado di diffusione della pratica sportiva nelle differenti regioni è stato analizzato illustrando le caratteristiche assunte dall'attività fisico sportiva svolta dalla popolazione, così come vengono illustrate dai risultati delle indagini condotte periodicamente dall'ISTAT.

E' stato in tal modo possibile descrivere **le diverse modalità** in cui si esplicita la domanda sportiva della popolazione sul territorio.

Si è poi focalizzata l'attenzione sulla pratica sportiva promossa da FSN e DSA descrivendo l'andamento degli indici demografici di partecipazione all'attività federale nel corso del tempo.

I dati più recenti cui si fa sempre riferimento nel presente capitolo di riferiscono al 2005 quando sono disponibili i risultati articolati a livello territoriale sia delle indagini ISTAT che dei monitoraggi CONI.

1.10 Pratica sportiva e sedentarietà

I comportamenti di pratica sportiva dei cittadini possono essere sintetizzati **in tre grandi tipologie** che coincidono con altrettante modalità di approccio verso l'attività fisico sportiva da parte della popolazione:

- la pratica sportiva svolta in modo continuativo che comprende quindi anche l'insieme dei tesserati FSN e DSA;
- l'attività sportiva praticata saltuariamente oppure lo svolgimento solo di qualche forma di attività fisica;
- l'assenza di qualsiasi forma di attività fisico sportiva durante il tempo libero.

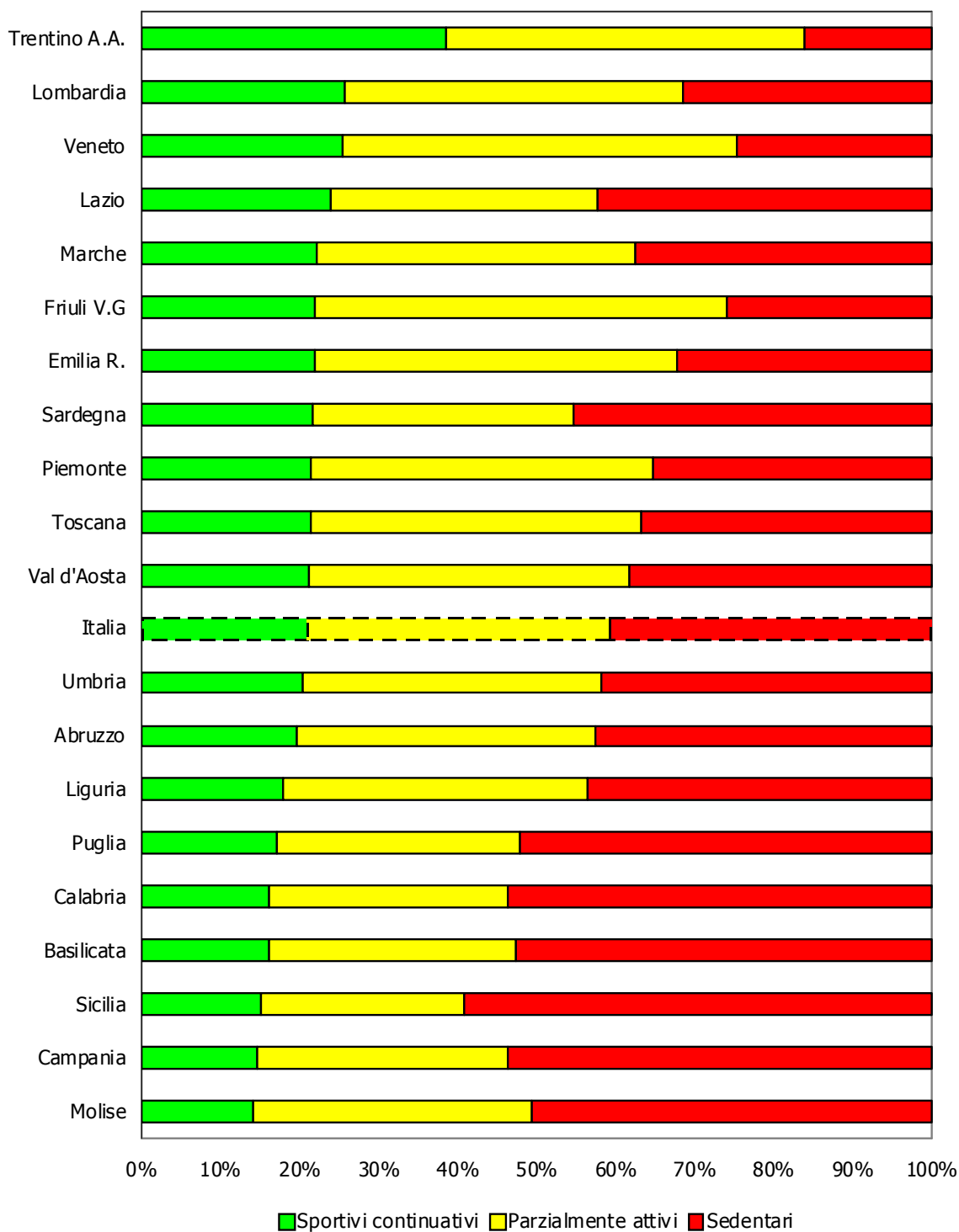
I cittadini in età pari o superiore ai tre anni che nel 2005 hanno praticato sport con continuità sono quasi 12 milioni, il 20.9% del totale; il 38.5% ha praticato sport in modo saltuario oppure ha svolto soltanto qualche attività fisica; il 40.6% ha dichiarato di non aver svolto nessuna attività fisica.

Il confronto dei dati su base regionale consente di effettuare una serie di considerazioni interessanti:

- se si concentra l'attenzione sui praticanti continuativi si evince come il Trentino Alto Adige presenti gli indici di gran lunga più elevati; seguono a distanza Lombardia, Veneto e Lazio; su livelli intermedi, comunque superiori ai valori medi nazionali, si collocano un gran numero di regioni (Marche, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Sardegna, Piemonte, Toscana e Valle d'Aosta); al di sotto della media rilevata sul piano nazionale si trovano tutte le regioni meridionali, ad eccezione della Sardegna (Abruzzo, Calabria, Basilicata, Sicilia, Campania e Molise), oltre all'Umbria e alla Liguria (graf 1.4);
- **i livelli di sedentarietà più estesi**, con indici al di sopra del 50% rispetto al totale della popolazione, si registrano sempre in molte regioni meridionali (Puglia, Calabria, Basilicata, Sicilia, Campania, Molise); Valori superiori alla media nazionale vengono registrati anche in Sardegna, Abruzzo, Liguria, Umbria e Lazio, mentre in Trentino e Veneto, viceversa, il grado di sedentarietà raggiunge i livelli più bassi rilevati sul piano nazionale;
- se si sommano le quote degli sportivi continuativi con i cittadini che affermano di praticare sport saltuariamente o di svolgere solo qualche attività fisica emerge che Trentino Alto Adige, Veneto e Friuli Venezia Giulia costituiscono le regioni con gli indici più elevati di attivazione all'attività sportiva e/o fisico motoria, con valori superiori al 70% del totale della popolazione residente.

L'interpretazione dei dati dimostra quindi per un verso **il primato del Nord Est del paese** e per l'altro l'esistenza di forti ritardi che tuttora interessa la **gran parte del territorio del Mezzogiorno**.

Graf.1.4 - Profili della pratica fisico sportiva in Italia – Dati regionali 2005
(val.% su popolazione al di sopra dei tre anni)



Fonte: Elaborazioni su indagini Multiscopo Istat "I cittadini e il tempo libero", 2007

L'analisi dei trend regionali relativi alla pratica continuativa nel periodo compreso tra il 1997 e il 2005 evidenzia la presenza di una realtà complessiva che può così venire sintetizzata:

- sul lungo periodo ('97-'05) si registra **un incremento delle quote relative ai praticanti continuativi** che interessa tutte le regioni, ad eccezione della Liguria che invece vede diminuire i livelli dell'attività continuativa svolta sul territorio (graf 1.5);
- tra il 1997 e il 2001 alcune regioni, Veneto, Toscana, Valle d'Aosta, Calabria e Molise registrano **un ridimensionamento**, per poi attestarsi nel 2005 di nuovo su valori superiori a quelli rilevati nel 1997;
- Emilia Romagna e Abruzzo, infine, migliorano le loro posizioni tra il 1997 e il 2001, per poi subire una successiva flessione che comunque le colloca nel 2005 sempre su livelli più alti rispetto al 1997.
- in tutte le altre regioni la pratica continuativa aumenta costantemente nel corso dell'intero arco di tempo preso in considerazione.

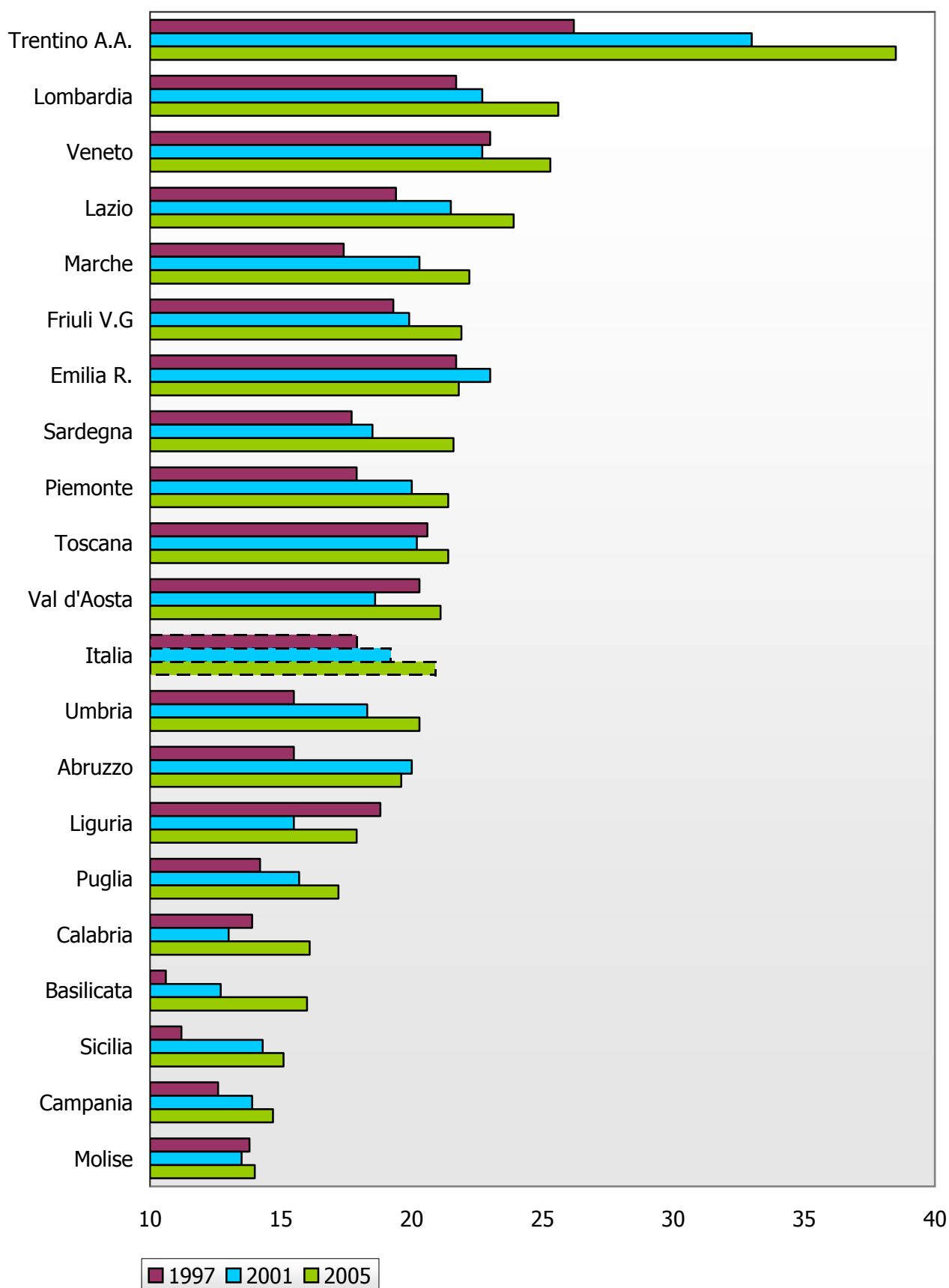
L'aumento della pratica continuativa è stato accompagnato tuttavia da un incremento contestuale della quota di cittadini che non pratica alcuna forma di attività fisico sportiva e da una contrazione del numero di coloro che svolgono attività sportiva in modo saltuario o solo attività fisica. **La quota di sedentari**, in effetti, passa da circa il 35% del 1997 a più del 40% rilevato nel 2005, pur registrando una lieve diminuzione nel periodo compreso tra il 2001 e il 2005 (graf. 1.6).

L'analisi territoriale degli indici di sedentarietà presenta la seguente configurazione:

- tra il 1997 e il 2005 la sedentarietà aumenta in tutte le regioni, eccetto Marche, Umbria e Abruzzo e Friuli Venezia Giulia, dove si rileva una flessione del numero dei cittadini inattivi;
- nell'intervallo di tempo compreso tra il 2001 e il 2005, si registrano tendenze positive che si sono concretizzate in una leggera diminuzione degli indici di sedentarietà che hanno interessato una quota significativa di regioni centro-settentrionali, ma soltanto poche aree dell'Italia meridionale.

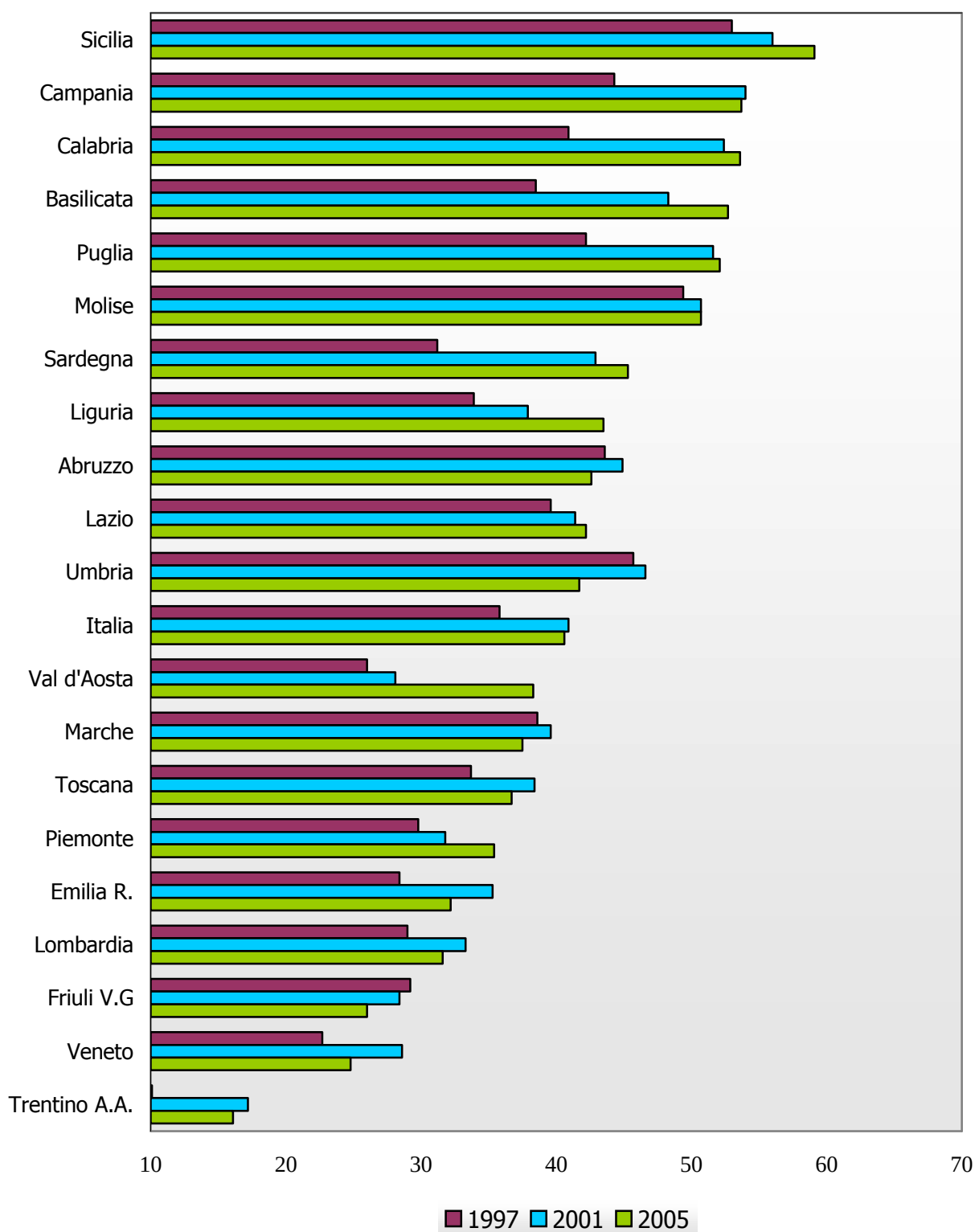
La sedentarietà costituisce dunque **un fattore di criticità rilevante** per le aree territoriali sportivamente meno mature.

**Graf 1.5 - Andamento della quota di praticanti continuativi
sul totale della popolazione oltre i tre anni
dati regionali 1997-2001-2005**



Fonte: Elaborazioni su indagini Multiscopo Istat "I cittadini e il tempo libero", 2007

**Graf.1.6 - Andamento della quota dei cittadini sedentari
sul totale della popolazione di oltre 3 anni
Dati regionali 1997-2001-2005**

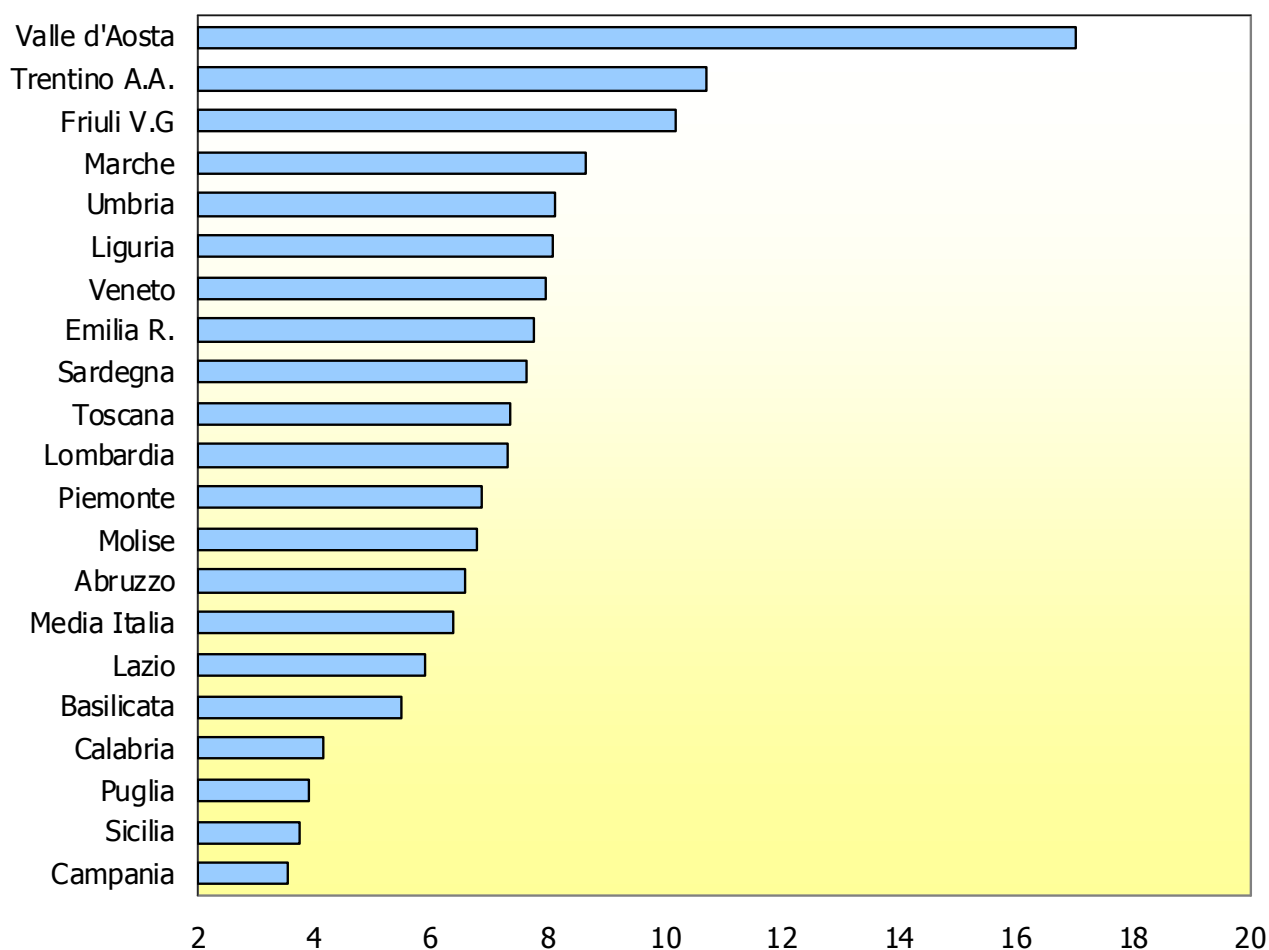


Fonte: Elaborazioni su indagini Multiscopo Istat "I cittadini e il tempo libero", 2007

1.11 La pratica sportiva promossa da FSN e DSA sul territorio

La graduatoria regionale relativa ai livelli effettivi della pratica sportiva organizzata da FSN e DSA vede al primo posto nel 2005 la Valle d'Aosta che vede la presenza di 17 tesserati ogni 100 cittadini residenti. Seguono, distanziate, il Trentino Alto Adige e il Friuli Venezia Giulia con indici di pratica sportiva di poco superiori alle 10 unità per 100 abitanti (graf. 1.7).

**Graf. 1.7 - Quota di tesserati FSN-DSA 2005 sul totale della popolazione residente
dati regionali 2005**



Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

Si trovano poi nell'ordine Marche, Umbria, Liguria e Veneto, tutte con valori superiori agli 8 praticanti tesserati ogni 100.000 residenti.

Sopra la media nazionale si rileva inoltre la presenza di Emilia Romagna, Sardegna, Toscana Lombardia, Piemonte, Molise ed Abruzzo.

Al di sotto di questa soglia si collocano tutte le altre regioni meridionali (Basilicata, Calabria, Puglia, Sicilia e Campagna), oltre al Lazio.

La lettura più attenta dei dati permette di formulare alcune riflessioni:

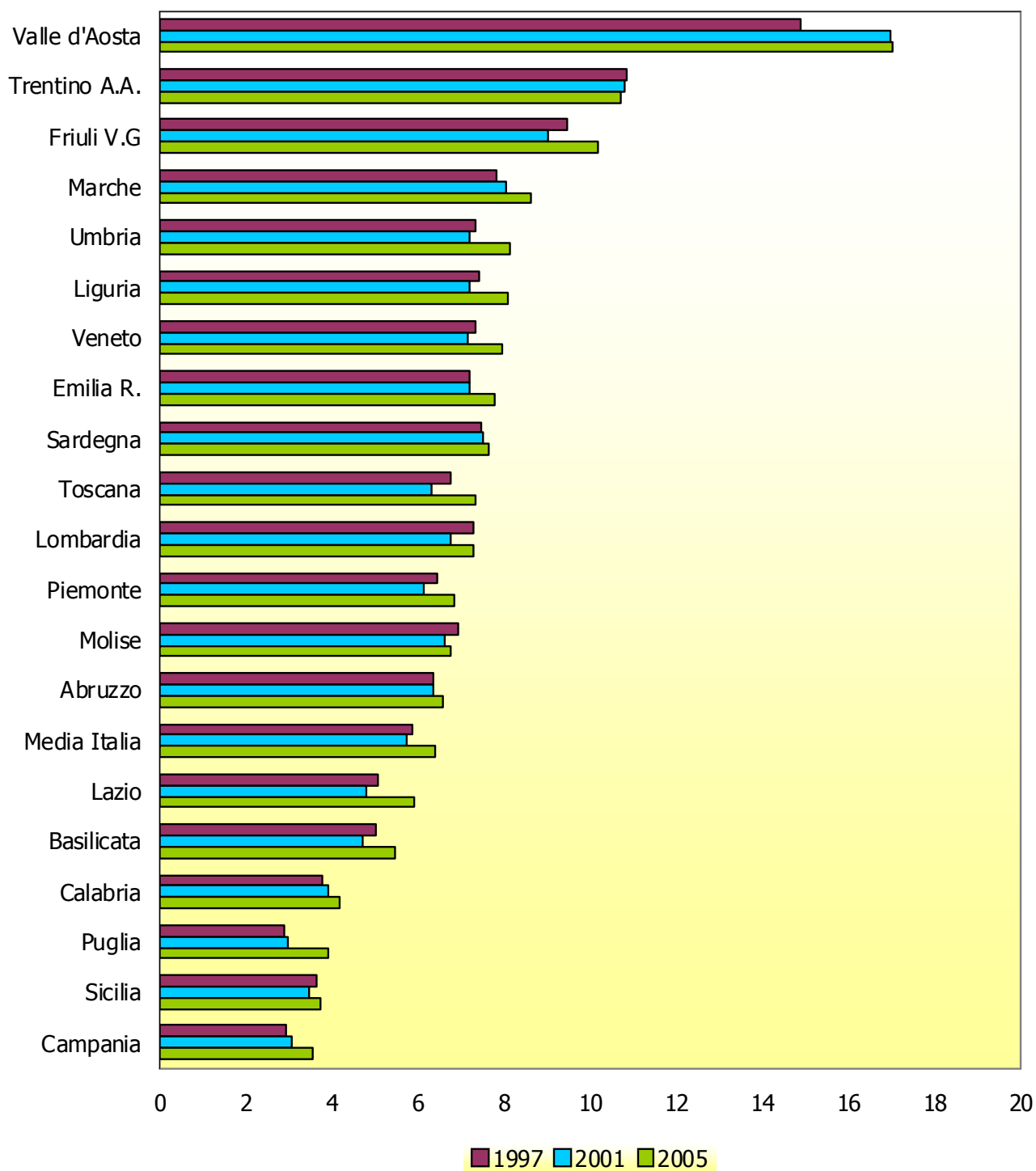
- i livelli di attivazione più elevati verso la pratica federale vengono rilevati nel **Nord del paese**, soprattutto nelle aree montane di dimensioni limitate, localizzate a ridosso dei confini nazionali ed interessate dalla presenza di forti flussi turistici;
- sopra la media nazionale si collocano tutte le regioni dell'Italia Settentrionale, tre regioni del Centro Italia e tre regioni meridionali;
- **la gran parte del territorio del Sud** della penisola presenta valori che confermano l'esistenza di notevoli ritardi per ciò che attiene il grado di diffusione della pratica federale.

Da un primo confronto tra la graduatoria relativa agli indici tesserati FSN-DSA sulla popolazione residente e i dati sulla pratica continuativa rilevati nell'indagine ISTAT emerge la presenza di un contrasto tra il forte livello diffusione della pratica continuativa in alcune grandi regioni italiane (Lombardia, Veneto e Lazio) e i risultati meno lusinghieri raggiunti dai tassi di penetrazione dell'attività promossa dalle federazioni e dalle Discipline Sportive Associate. In Valle d'Aosta si verifica invece il fenomeno opposto.

E' probabile che nel primo caso ci si trovi di fronte all'esistenza di obiettive difficoltà delle strutture federali ad intercettare le diverse tipologie di domanda provenienti da alcune fasce di popolazione, oppure alla presenza di un forte radicamento di altre organizzazioni (enti di promozione, altri organismi non associati che offrono servizi per la pratica ecc.); il dato della Valle d'Aosta dimostra invece come le caratteristiche della pratica sportiva svolta in questa regione siano fortemente correlate all'offerta di servizi e strutture forniti delle federazioni.

I trend rilevati tra il 1997 e il 2005 permettono di sviluppare una serie di considerazioni sull'evoluzione della pratica sportiva organizzata da FSN e DSA nelle differenti aree geografiche (graf. 1.8).

**Graf. 1.8 - Andamento della quota di tesserati FSN-DSA
sul totale della popolazione residente
dati regionali 1997-2005**



Fonte: elaborazioni Censis Servizi-Coni su Monitoraggio FSN-DSA, 2007

Durante l'arco di tempo preso in considerazione i monitoraggi FSN-DSA mostrano la presenza dei seguenti andamenti temporali:

- se si considerano gli estremi dell'intervallo di tempo oggetto di analisi, emerge che gli indici effettivi di partecipazione alla pratica attiva rilevati nel 2005 risultano sempre superiori ai valori del 1997, salvo che in Trentino Alto Adige e in Molise dove la capacità di attrazione delle strutture federali registra una flessione;
- concentrando l'attenzione sui valori relativi all'inizio dell'attuale decade, si evince che nel 2001 i livelli di penetrazione della pratica federale risultino in molte aree più bassi rispetto al 1997; dopo questa data, tuttavia, gli indici tornano quasi sempre a crescere.

E' possibile dunque affermare che nel corso del periodo compreso tra il 1997 e il 2005 si assista ad **un incremento pressoché generalizzato della pratica promossa da FSN e DSA**, ma la crescita della pratica sportiva ha visto nel tempo anche la presenza di battute di arresto da non sottovalutare.

1.12 Il rapporto tra la pratica promossa da FSN e DSA e il resto dell'attività sportiva

Il confronto tra la diffusione della pratica sportiva realizzata all'interno delle strutture federali e il resto dell'attività svolta utilizzando canali e strutture esterni alle Federazioni Sportive Nazionali e alle Discipline Sportive Associate rappresenta un indicatore valido per misurare il ruolo esercitato da FSN e DSA all'interno di uno scenario più vasto.

In questo quadro il rapporto tra il numero di tesserati FSN-DSA e l'insieme dei praticanti continuativi rilevato dall'ISTAT, pur presentando i limiti di un confronto realizzato tra grandezze non del tutto omogenee in quanto i valori dei tesserati si riferiscono a tutta la popolazione residente mentre quelli dei praticanti delle indagini ISTAT solo al totale dei cittadini in età uguale o superiore ai tre anni, costituisce un indicatore importante per verificare la capacità del movimento sportivo federale ad intercettare le domanda proveniente dalla popolazione.

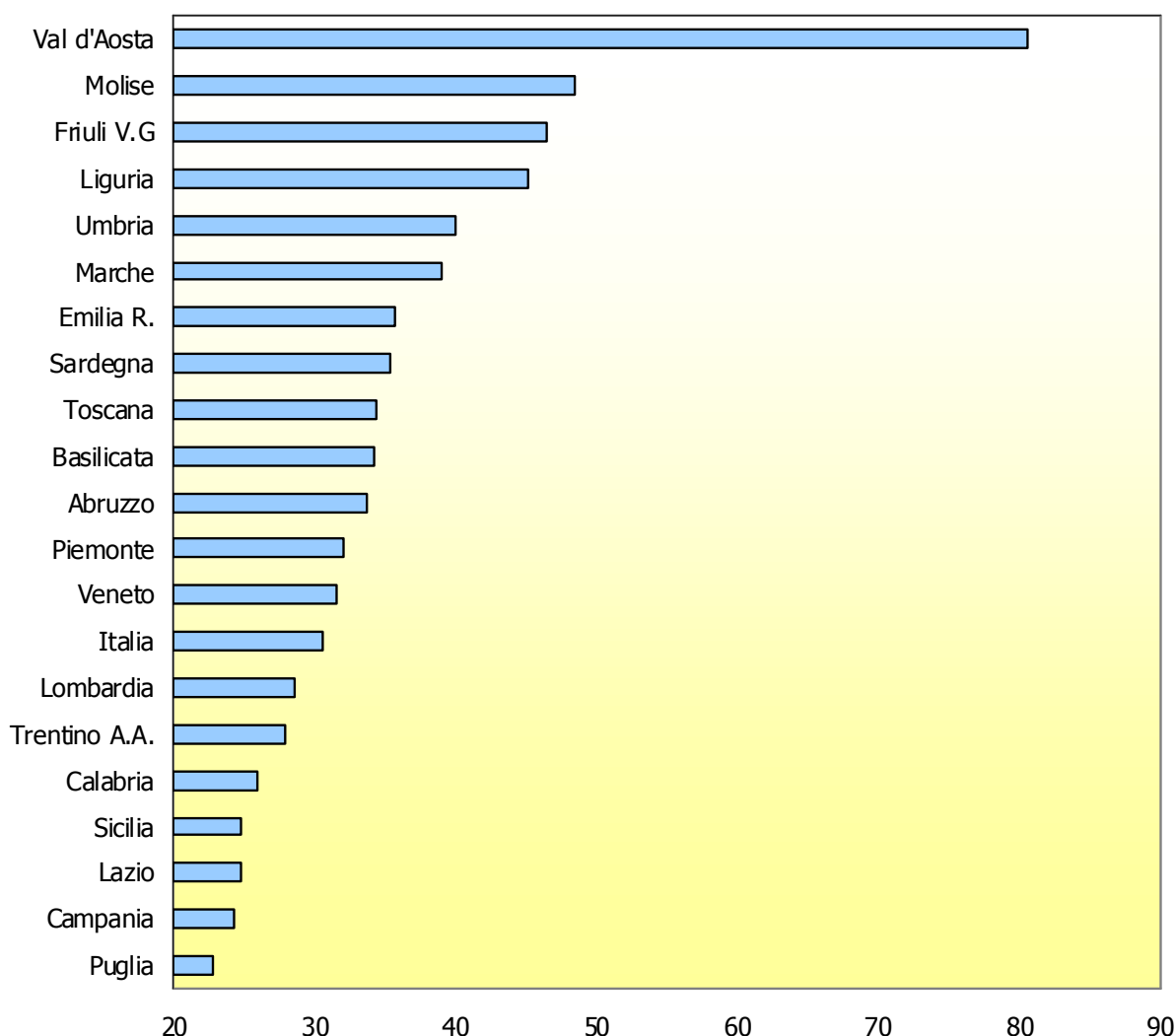
La pratica federale rappresenta circa il 30% dell'insieme dell'attività che viene svolta con continuità (graf. 1.9).

In Valle d'Aosta la pratica sportiva promossa da FSN e DSA costituisce circa l'80% di tutta l'attività che i cittadini svolgono con modalità ed intensità costanti. Altre regioni con valori elevati sono nell'ordine il Molise, il Friuli Venezia Giulia e la Liguria.

Al di sotto della media nazionale si registra la presenza della Lombardia, del Trentino Alto Adige, della Calabria, della Sicilia, del Lazio, della Campania e della Puglia.

E' opportuno sottolineare che le motivazioni che impediscono al movimento sportivo federale di rispondere in modo più adeguato e mirato alle diverse esigenze provenienti dalla domanda sportiva dei cittadini **non sono sempre omogenee in tutte le realtà territoriali considerate**. Nelle regioni meridionali il ritardo generalizzato accumulato nel corso del tempo determina una situazione di stallo che coinvolge sia l'attività sportiva svolta in ambito federale che le altre forme di pratica fisico sportiva. In tali realtà, Calabria, Sicilia, Puglia e Campania, alla scarsa diffusione della cultura sportiva intesa in tutte le sue articolazioni, si accompagnano le difficoltà oggettive che le federazioni incontrano nel potenziare la propria offerta.

Graf.1.9 - Graduatoria del rapporto tra tesserati FSN-DSA Coni e praticanti continuativi Istat nel 2005



Fonte: Monitoraggio FSN-DSA – Indagine Multiscopo Istat "I cittadini e il tempo libero", 2007

In Lombardia e nel Lazio viene registrata invece l'esistenza di una forte propensione verso l'attività sportiva che trova soddisfazione, più che in altre aree del paese, in forme esterne alle modalità offerte da FSN e DSA.

In Trentino Alto Adige, infine, è possibile che l'elevato grado di maturità sportiva conseguito abbia prodotto una vasta gamma di livelli di pratica sportiva che prescinde in molti casi dalle proposte organizzate dal movimento federale.

Oltre gli aspetti particolari che possono contraddistinguere le diverse realtà regionali, la capacità dell'offerta realizzata da FSN e DSA ad intercettare quote specifiche di domanda presuppone che le strutture federali si attrezzino per rispondere in modo adeguato alla **pluralità di esigenze presenti sul territorio**.

1.13 L'influenza dei fattori di tipo economico e ambientale sulla diffusione della pratica sportiva

Il rapporto che sussiste tra il grado di partecipazione della popolazione alla pratica fisico sportiva nelle diverse aree del paese e altri indicatori di natura esogena, rispetto ai parametri normalmente utilizzati per la misurazione della propensione dei cittadini verso lo Sport, rappresenta **un elemento di fondamentale importanza** per verificare il grado di correlazione esistente tra la crescita dei consumi sportivi e altri aspetti connessi con la realtà economica ed ambientale.

L'insieme dei valori regionali relativi alle modalità di realizzazione della pratica sportiva, così come sono rilevati dalle indagini ISTAT (pratica continuativa, pratica saltuaria, pratica solo di attività fisiche ed inattività) e gli indici sui tesserati FSN-DSA per 100.000 abitanti sono stati posti a confronto con una serie di indicatori di tipo demografico e socio economico calcolati anch'essi su base regionale.

Ci si riferisce nello specifico a:

- il valore del PIL a prezzi di mercato per abitante;
- il tasso di disoccupazione sul totale della popolazione attiva;
- il tasso di disoccupazione giovanile (15-24 anni di età);
- la quota di cittadini stranieri residenti sul totale della popolazione;
- la distribuzione percentuale della popolazione residente per fasce di età (popolazione tra i 3 e i 14 anni, 15-24, 25-44, oltre 44 anni) - tab. 1.12 -.

Si è inoltre verificato il livello di correlazione che lega la domanda di pratica sportiva con un indicatore di importanza fondamentale collegato con l'offerta: ci si riferisce alla presenza effettiva sul territorio di impianti e spazi attrezzati per l'attività fisico sportiva confrontata con il numero degli abitanti presenti sul territorio.

Nella tab. 1.13 sono evidenziati tutti i coefficienti che legano i diversi indicatori presi in considerazione. L'indice di correlazione assume significato se compreso tra +0,70 +1 e -0,70 e -1,0. In caso di correlazione positiva il significato è che la crescita di un fenomeno è correlato positivamente ad un'altra variabile. In caso di correlazione negativa si può affermare che le variabili sono legate da comportamenti inversi (ad esempio cresce la pratica al ridursi della disoccupazione, ecc.).

La lettura e l'interpretazione dei dati della tabella mostra quindi come ad un elevato grado di attivazione alla pratica sportiva continuativa si accompagni anche un soddisfacente livello di partecipazione a forme di attività fisico sportiva meno intense e strutturate; in questi casi si registra di norma anche una presenza significativa della pratica sportiva più organizzata che fa capo a FSN e DSA, cui si accompagna spesso anche un livello non trascurabile dell'attività sportiva saltuaria.

Se si concentra l'attenzione sugli indicatori più strettamente riconducibili alla realtà socio economica si evince come l'esistenza di un grado di benessere economico diffuso crei spesso le condizioni necessarie per la crescita della diffusione dell'attività sportiva svolta in forme e modalità differenziate. In concreto si fa più sport in territori **dove maggiore è il benessere economico e dove è inferiore il tasso di disoccupazione.**

Sul versante opposto emerge che alla presenza di bassi livelli di partecipazione all'attività fisico sportiva si accompagni quasi sempre l'esistenza di elevati tassi di disoccupazione che interessano soprattutto le fasce più giovani della popolazione.

Si assiste infine alla esistenza di un elevato indice di correlazione tra il numero di praticanti tesserati a FSN e DSA e l'opportunità di disporre di un'offerta diffusa e articolata sul territorio di spazi e servizi per la pratica sportiva.

In sintesi è possibile ritenere che l'analisi dei dati confermi l'esistenza di un **forte nesso che lega lo sviluppo della pratica sportiva e il livello delle condizioni socio economiche** delle diverse aree territoriali.

Tab. 1.12 - Gli indicatori utilizzati per la costruzione dei coefficienti di correlazione – Valori regionali

	Pratica dello Sport in modo continuativo	Pratica dello Sport in modo saltuario	Pratica solo qualche attività fisica	Non pratica sport né attività fisica	<i>PIL ai prezzi di mercato per abitante - Valori pro-capite - € correnti</i>	Tasso di disoccupazione	Tasso di disoccupazione e giovanile (15-24)	Popolazione e straniera residente per 100mila ab.	% popolaz 3-14	% popolaz. 15-24	% popolaz 25-43	% popolaz 44 e oltre	Tesserati 2005 per 100mila abit.	Impianti per 100mila abit. 2002
Piemonte	21.7	11.7	33.7	32.5	27316.6	4.0	15.5	5796.3	9.94	8.6	27.8	51.1	6 864	411
Valle d'Aosta	25.4	15.8	27.0	30.9	32635.1	3.0	9.4	4433.9	10.55	8.7	29.3	48.6	17 001	889
Lombardia	23.3	11.3	32.4	32.6	32128.4	3.7	12.3	7633.5	10.83	9.1	29.8	47.4	7 293	267
Liguria	20.0	8.4	34.3	36.9	25484.5	4.8	16.7	5021.2	8.91	7.7	25.8	55.3	8 070	493
Trentino Alto Adige	30.5	20.5	33.7	14.9	31 152.4	2.8	8.1	6200.2	12.90	10.4	29.0	44.5	10 722	659
Veneto	24.1	11.4	34.6	29.7	29 225.5	4.0	11.8	7336.6	11.04	9.2	29.7	47.1	7 958	281
Friuli Venezia Giulia	23.2	12.0	35	29.2	28 342.9	3.5	11.5	5975.7	9.61	8.2	27.9	51.8	10 183	350
Emilia Romagna	24.4	10.2	32.2	32.9	30 626.2	3.4	10.7	7527.1	9.89	8.1	28.9	50.3	7 762	308
Toscana	21.4	10.1	30.7	37.7	27 311.8	4.8	15.4	6442.7	9.66	8.5	27.8	51.4	7 346	262
Umbria	21.0	8.6	26.9	43.0	23 703.0	5.1	14.6	7315.4	9.93	9.3	27.4	50.8	8 134	286
Marche	19.2	9.9	30.9	40.0	25 150.1	4.5	11.6	6463.5	10.47	9.6	27.8	49.5	8 641	307
Lazio	21.1	10.5	24.7	43.4	29 731.0	7.5	25.7	6010.0	11.01	9.9	29.2	47.0	5 896	227
Abruzzo	17.1	8.1	25.7	48.4	20 501.1	8.5	21.0	3666.1	10.70	10.7	28.0	48.1	6 590	220
Molise	14.9	8.9	25.2	50.8	18 591.9	10.0	28.0	1510.3	10.79	11.2	27.1	48.6	6 769	344
Campania	13.3	8.8	21.5	55.9	16 294.2	12.9	35.4	1693.4	14.01	13.4	28.8	40.5	3 564	127
Puglia	15.9	8.1	22.9	52.6	16 504.6	12.8	32.2	1259.1	12.65	12.4	28.5	43.6	3 921	139
Basilicata	15.9	8.4	24.2	51.2	17 781.9	10.5	32.0	1137.4	11.67	12.2	27.7	45.9	5 478	166
Calabria	14.9	8.6	21.1	54.3	16 244.1	12.9	35.5	1762.5	12.25	13.0	27.7	44.3	4 172	179
Sicilia	15.1	8.9	21.3	54.2	16 531.5	13.5	39.0	1559.6	12.92	12.7	27.5	43.8	3 744	102
Sardegna	20.9	6.4	27.5	44.7	19 654.3	10.8	31.0	1171.8	10.29	11.2	29.7	46.4	7 634	222
Italia	20.1	10.1	28.4	41	25 031.6	6.8	21.6	4970.2	11.25	10.2	28.6	47.1	6 388	252

Fonte: elaborazione su dati ISTAT, Istituto Tagliacarne, Censimento Impianti CONI, Monitoraggio FSN-DSA

Tab. 1.13 - I coefficienti di correlazione

INDICI DI CORRELAZIONE	Pratica dello Sport in modo continuativo	Pratica dello Sport in modo saltuario	Pratica solo qualche attività fisica	Non pratica sport né attività fisica	PIL ai prezzi di mercato per abitante - Valori pro-capite - € correnti	Tasso di disoccupazione	Tasso di disoccupazione giovanile (15-24)	Popolazione e straniera residente per 100mila ab.	% popolaz 3-14	% popolaz. 15-24	% popolaz 25-43	% popolaz 44 e oltre	Tesserati 2005 per 100mila abit.	Impianti per 100mila abit. 2002
Pratica continuativa	1.0	0.8	0.8	-1.0	0.9	-0.9	-0.9	0.8	-0.4	-0.8	0.4	0.4	0.7	0.5
Pratica saltuaria		1.0	0.5	-0.8	0.7	-0.6	-0.6	0.5	0.0	-0.4	0.3	0.1	0.7	0.6
Pratica qualche attiv.			1.0	-0.9	0.8	-0.9	-0.9	0.8	-0.7	-0.9	0.1	0.7	0.5	0.5
Non pratica				1.0	-0.9	0.9	0.9	-0.8	0.5	0.8	-0.3	-0.5	-0.7	-0.6
PIL					1.0	-0.9	-0.9	0.9	-0.5	-0.9	0.4	0.5	0.7	0.5
Disoccupazione						1.0	1.0	-0.9	0.7	0.9	-0.2	-0.7	-0.7	-0.6
Disoccup. giovanile							1.0	-0.9	0.6	0.9	-0.2	-0.7	-0.7	-0.5
Stranieri residenti								1.0	-0.6	-0.9	0.2	0.6	0.4	0.4
Pop. 3-14 anni									1.0	0.9	0.2	-1.0	-0.4	-0.4
Pop. 15-24 anni										1.0	0.0	-0.9	-0.6	-0.5
Pop. 25-43 anni											1.0	-0.4	0.2	0.1
Pop. 44 e oltre												1.0	0.4	0.4
Tesserati													1.0	0.9
Impianti														1.0

Fonte: elaborazioni Censis Servizi

2. L'impiantistica sportiva in Italia

I forti mutamenti che hanno interessato le modalità e le forme con cui si manifesta la domanda di attività fisico sportiva, di partecipazione agli eventi sportivi, hanno esercitato notevoli effetti di ricaduta anche sulla richiesta di servizi e strutture per la pratica sportiva.

Non sempre tuttavia la tipologia e le caratteristiche strutturali degli impianti e delle aree attrezzate per lo sport sono in sintonia con le esigenze espresse dall'insieme dei praticanti.

Si deve dunque operare per calibrare gli strumenti e le diverse modalità di offerta alle nuove esigenze provenienti da una domanda che si presenta spesso in modo molto segmentato e articolato al proprio interno.

In questo ambito occorre che l'insieme delle istituzioni e degli operatori preposti alla realizzazione delle politiche rivolte alla crescita e allo sviluppo dello Sport siano dotate di un quadro conoscitivo esaustivo su una serie di aspetti fondamentali relativi all'offerta di spazi e strutture per la pratica sportiva.

Ci si riferisce in particolare a:

- la valutazione sulla **presenza effettiva** di attrezzature e impianti presenti sul territorio e sulla qualità dei servizi erogati;
- **le strategie** che orientano le opzioni effettuate in ordine alle modalità operative di gestione e conduzione degli impianti;
- l'individuazione delle priorità e delle esigenze più importanti attraverso cui impostare una **gerarchia degli interventi** e degli investimenti finalizzati allo sviluppo quanti qualitativo dell'offerta.

Allo stato attuale non sono disponibili dati aggiornati, rilevati in tempi recenti, sulla consistenza del patrimonio di impianti sportivi presenti sul territorio.

I dati acquisiti nel censimento sugli impianti sportivi promosso da CONI, ISTAT e ICS nel **1989** e l'aggiornamento effettuato nel **1996** costituiscono le fonti primarie da cui si è potuti partire per formulare una serie di stime che sono state effettuate nel corso della ricognizione generale sullo stato dell'impiantistica sportiva in Italia compiuta dal CNEL nel **2003**.

I valori relativi all'indagine del 2003 sono dunque il risultato di elaborazioni mirate che hanno tenuto conto dei dati dei censimenti CONI-ISTAT-ICS e di alcune indagini specifiche realizzate autonomamente da alcune regioni, province ed enti locali, nonché dei finanziamenti concessi dall'Istituto del credito Sportivo e dalla Cassa depositi e Prestiti nel periodo compreso tra il 1997 e il 2002.

Le indagini e le stime realizzate comprendono tutti gli spazi finalizzati alla attività sportiva, includendo, per gli sport che si possono praticare all'aria aperta, anche gli spazi integrati da appositi servizi in cui si svolge attività fisico sportiva con cadenza sistematica.

Le definizioni adottate per l'individuazione delle unità oggetto di indagine si riferiscono anche in questo caso a quelle utilizzate nel censimento del 1989:

- le unità più elementari, che costituiscono anche quelle maggiormente prese in considerazione nel corso dell'attività di analisi sono costituite dagli *spazi di attività sportiva*, ovvero aree conformate in modo tale da consentire lo svolgimento di una o più attività;
- gli *impianti sportivi* sono costituiti da un insieme di spazi aventi alcuni servizi in comune;
- i *complessi sportivi* vedono la presenza di più impianti che hanno in comune elementi costitutivi, spazi accessori e servizi.

I dati che di seguito si forniscono rappresentano quindi soltanto indicazioni di massima da cui si dovrà partire per la realizzazione di **nuove iniziative di tipo censuario**, sia di carattere nazionale che a livello locale.

E' di tutta evidenza, in effetti, che l'esistenza di profonde lacune sullo stato delle informazioni disponibili sul grado di diffusione dell'impiantistica sportiva a livello territoriale costituisce un fattore che ostacola la realizzazione di interventi mirati in questo ambito.

In questo contesto si dovranno attivare iniziative di **tipo concertato**, coinvolgendo i diversi soggetti interessati (CONI, istituzioni centrali e locali, ICS, operatori privati ecc.), in modo di concordare e omogeneizzare le metodologie e i criteri di analisi ed interpretazione per la conduzione delle rilevazioni.

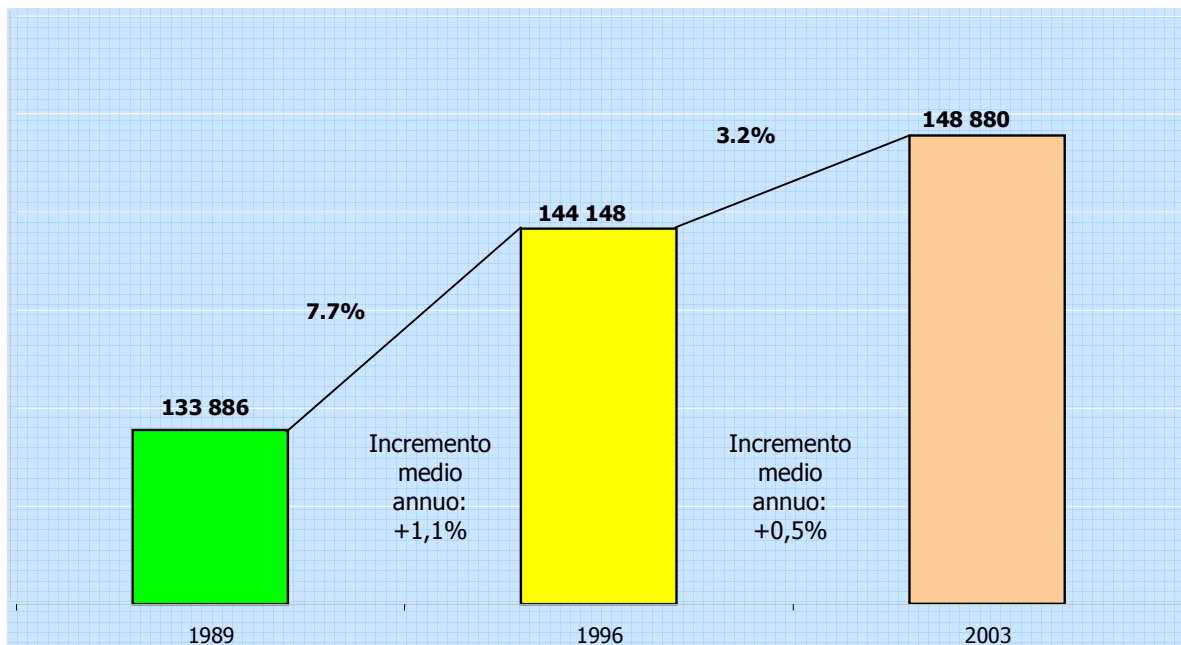
E' infatti necessario che si possa dar vita a **confronti e analisi congiunte** utilizzando tutte le informazioni e l'intero bagaglio di conoscenze disponibili, al fine di sviluppare un sistema informativo in grado di sostenere efficacemente la realizzazione di politiche rivolte alla razionalizzazione, all'adeguamento e allo sviluppo armonico dell'offerta di impianti per l'attività sportiva nelle diverse aree del paese.

2.1 I livelli di offerta

Le stime e le elaborazioni effettuate valutano in circa 149.000 unità il totale degli spazi di attività sportiva presenti sull'intero territorio nazionale. Nel 1996 tale quota era pari poco più di 144.000 unità, mentre nel 1989 si contava la presenza di poco meno di 134.000 spazi elementari.

Nell'intervallo di tempo compreso tra il 1989 e il 1996 e tra il 1996 e il 2003 si sono dunque registrati **incrementi complessivi** pari rispettivamente al **7.7% e al 3.2%** (Graf. 2.1).

**Graf. 2. 1 - Spazi di attività sportiva: andamento dal 1989 al 2003
(v.a. e incrementi %)**

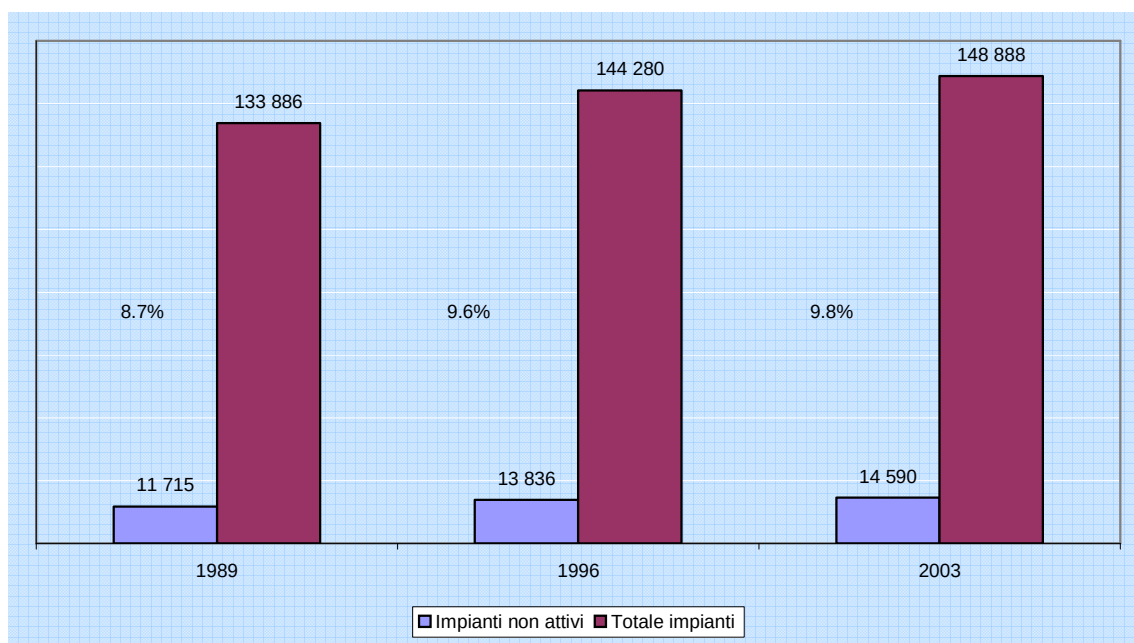


Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

Si è calcolato inoltre il numero di **spazi non attivi**, in cui sono stati ricompresi tutti quegli spazi classificati come "non funzionanti": si tratta per lo più di impianti inagibili per cattivo stato di manutenzione, inadeguatezza tecnica o in disuso per problemi legati alla gestione.

Se si focalizza l'attenzione sui valori relativi alla quota di spazi non attivi sul totale delle strutture effettivamente censite, emerge che il numero di questi spazi è andato aumentando nel corso del tempo: si è infatti passati da circa 12.000 unità pari all'8.7% del totale del 1989 a quasi 14.000 (9.6% sull'insieme degli spazi censiti) del 1996, a oltre 14.500 del 2003 che rappresentano quasi il 10% del totale degli spazi presenti a livello nazionale (graf. 2.2).

**Graf. 2.2 - Impianti sportivi "non attivi": andamento dal 1989 al 2003
(v.a. e incidenza %)**



Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

Il numero considerevole di impianti non utilizzati pone problemi non indifferenti in termini di adeguamento e recupero di queste strutture che, senza la creazione di nuovi spazi per la pratica sportiva, potrebbero sopperire alle carenze esistenti in alcune aree del paese, riequilibrando i livelli effettivi di offerta alle reali esigenze poste dalla domanda.

Orientando l'attenzione sui valori relativi alle differenti macroaree in cui si suddivide il paese si evince come la presenza più estesa ed articolata di spazi localizzati sul territorio si registri nell'insieme delle aree del Nord-Ovest (oltre 52.000 con una densità pari a 354 spazi per 100.000 abitanti), cui segue il Nord Est (più di 37.000 unità per 352 spazi ogni 100.000 residenti), il Centro Italia (più di 29.000 spazi pari a 271 strutture ogni 100.000 abitanti) e il Sud e le Isole che vedono la presenza di 30.000 spazi con una densità demografica di 149 impianti ogni 100.000 cittadini residenti (tab. 2.1).

**Tab. 2.1 - Spazi di attività sportiva e per ripartizione territoriale.
Dati 2003 (v.a. e indici per 100.000 ab.)**

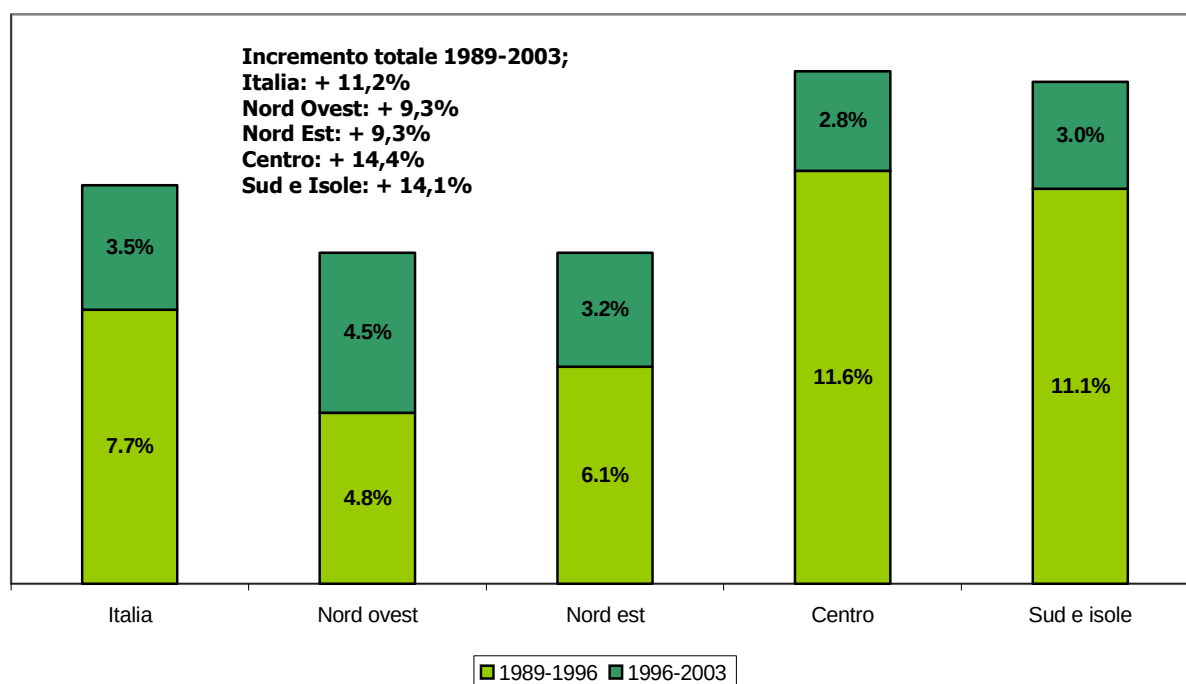
<i>Ripartizioni territoriali</i>	<i>Numero degli spazi di attività sportiva</i>	<i>Numero spazi per 100.000 abitanti</i>
Italia	148.880	264
Nord Ovest	52.330	354
Nord Est	37.200	352
Centro	29.080	271
Sud e Isole	30.280	149

Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

Viene dunque confermato anche in questo caso il **ritardo accusato dal Sud** dove l'offerta effettiva di spazi e strutture per la pratica sportiva risulta di gran lunga inferiore rispetto a quanto avviene nel resto del paese.

L'analisi dei trend temporali sul lungo periodo, relativi all'intero intervallo di tempo compreso tra il 1989 e il 2003 per le diverse ripartizioni geografiche evidenzia in ogni caso la presenza di tendenze che paiono andare nella direzione di un parziale riequilibrio che tuttavia non riesce ancora a colmare il divario rilevante che separa il Nord dal resto della penisola: l'incremento del numero di spazi rilevato nelle aree dell'Italia Centrale e nell'insieme delle regioni meridionali risulta in effetti più esteso rispetto a quanto accade nelle regioni settentrionali (graf. 2.3).

Graf. 2.3 Spazi di attività sportiva: variazioni percentuali 1989-2003 per ripartizione territoriale



Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

Restringendo l'orizzonte di osservazione a tempi più recenti si rileva nuovamente la **prevalenza delle regioni settentrionali** che possono vantare tra il 1996 e il 2003 incrementi maggiori rispetto a quanto accade nel Mezzogiorno e nel Centro Italia.

Se si articola ulteriormente l'analisi su base regionale, emerge che nel periodo compreso tra il 1996 e il 2003 le regioni che presentano le variazioni di segno positivo più consistenti sono nell'ordine Piemonte, Puglia, Valle d'Aosta, Liguria, Molise, Toscana e Friuli Venezia Giulia (tab. 2.2).

Tab. 2.2 - Spazi di attività sportiva per Regione – Dati 1996 e 2003**(v.a. e variazioni %)**

REGIONE	1996	2003	VAR. %
ABRUZZO	2.828	2.880	1,8
BASILICATA	945	980	3,5
CALABRIA	3.422	3.560	3,9
CAMPANIA	7.181	7.320	1,9
EMILIA ROMAGNA	12.606	13.020	3,2
FRIULI VENEZIA GIULIA	4.052	4.220	4,0
LAZIO	12.155	12.370	1,8
LIGURIA	7.596	7.930	4,4
LOMBARDIA	24.616	25.490	3,5
MARCHE	4.577	4.680	2,2
MOLISE	1.045	1.090	4,1
PIEMONTE	16.961	17.800	5,3
PUGLIA	5.402	5.650	4,7
SARDEGNA	3.633	3.680	2,2
SICILIA	5.060	5.130	1,4
TOSCANA	9.161	9.530	4,0
TRENTINO ALTO ADIGE	6.466	6.550	1,3
UMBRIA	2.477	2.500	0,9
VALLE D'AOSTA	1.066	1.110	4,5
VENETO	13.031	13.410	3,2
ITALIA	144.280	148.880	3,2

Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

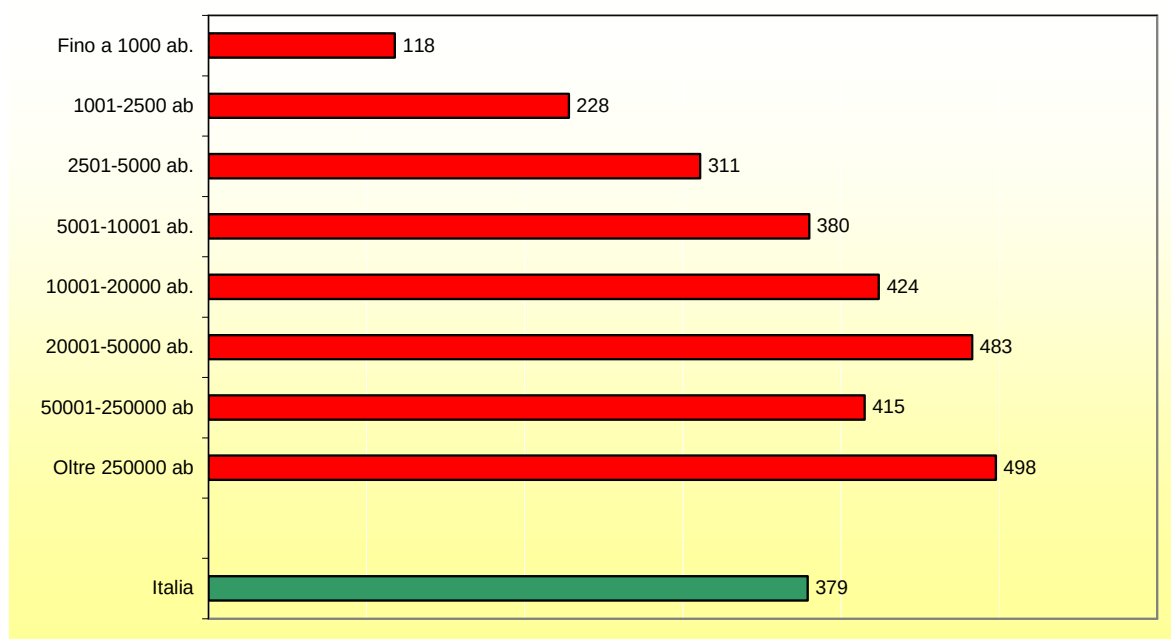
Viceversa le regioni con gli indici di incremento meno elevati sono Umbria, Trentino Alto Adige e Sicilia.

L'offerta di spazi per l'attività sportiva pare essere relativamente più sostenuta nei centri di piccole dimensioni e nelle aree urbane meno grandi. Il confronto tra gli indici relativi al numero medio di abitanti serviti da uno spazio di attività sportiva evidenzia che il carico di potenziali utenti che gravitano su un solo spazio elementare risulta molto più contenuto nei **centri al di sotto dei 5000 abitanti** (118 nei comuni con meno di 1000 residenti, 228 nei centri tra i 1000 e i 2500 abitanti e 311 nei comuni tra i 2500 e i 5000 residenti) di quanto avviene nei **centri più grandi al di sopra dei 10.000 abitanti** - sempre oltre la soglia dei 400 abitanti per ciascuno spazio, con punte che sfiorano le 500 unità per i comuni con più di 250.000 abitanti - (graf. 2.4)

Su questo dato giocano un ruolo non secondario anche ragioni di tipo urbanistico e strutturale che nelle aree metropolitane e nelle città più grandi favoriscono la presenza di modelli di offerta più concentrati.

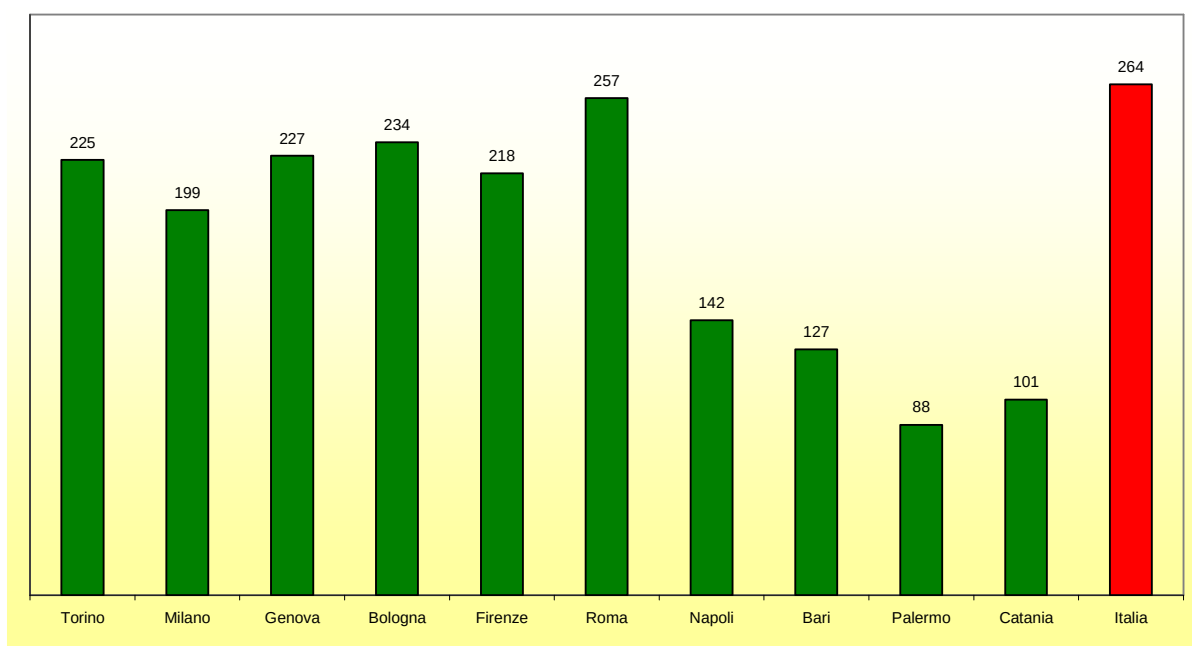
Orientando l'attenzione esclusivamente sulle città italiane al di sopra dei 250.000 abitanti si evince che tutti i centri di dimensioni più ampie localizzati nel nostro paese vedono la presenza di **livelli di offerta inferiori alla media nazionale** (graf.2.5).

Graf. 2.4 - Numero di abitanti serviti da spazi di attività sportiva per classe di ampiezza demografica dei Comuni – anno 2003



Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

Graf. 2.5 - Numero di spazi di attività sportiva ogni 100.000 abitanti anno 2003 (val.%)



Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

L'analisi degli indici spazi di attività sportiva /100.000 abitanti dimostra comunque che Roma e le altre aree urbane del Centro Nord vantano sempre valori molto più positivi rispetto alle città meridionali.

Le aree di criticità che, come si è visto, interessano l'insieme delle regioni meridionali, paiono dunque acuirsi ulteriormente nelle **aree metropolitane del Mezzogiorno**.

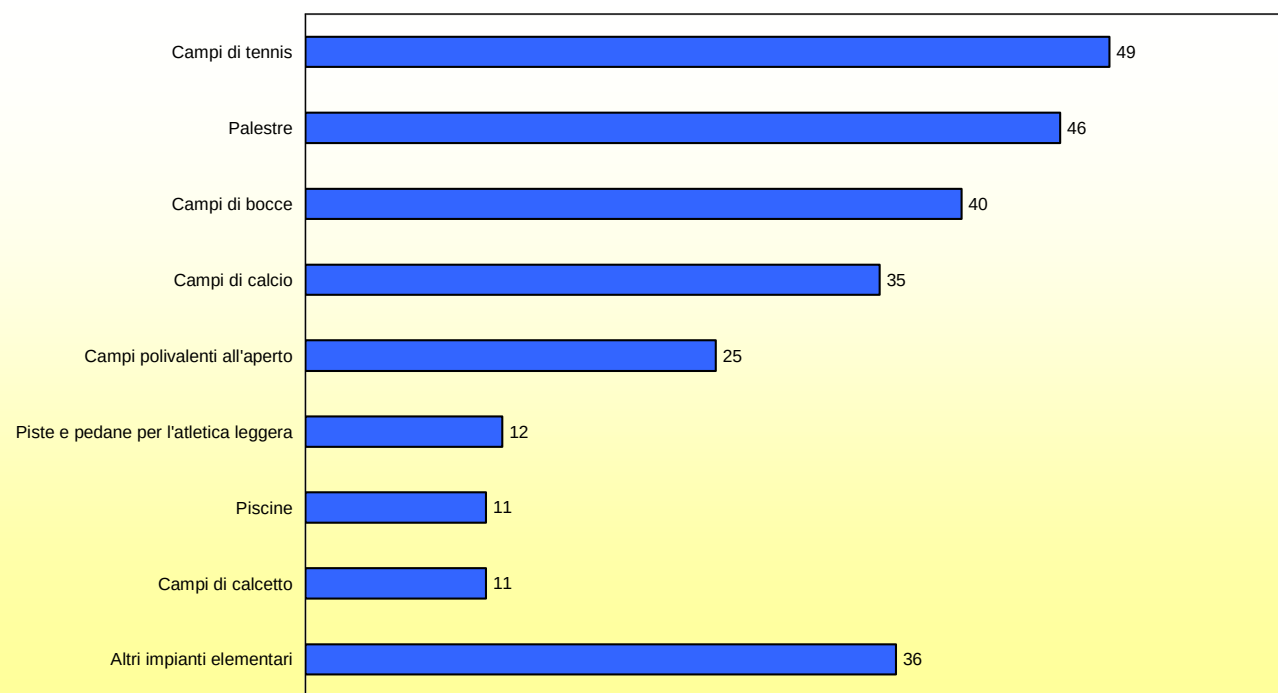
2.2 La distribuzione tipologica dell'offerta

Il grafico 2.6 riporta gli indici demografici per 100.000 abitanti riferiti alle differenti tipologie di attività.

E' di tutta evidenza che l'interpretazione di questi valori debba tener conto delle caratteristiche delle diverse discipline praticate e del numero di soggetti che possono essere ospitati nelle differenti tipologie di impianti prese in considerazione.

E' possibile in ogni caso verificare che nel 2003 i migliori indici riguardano i campi di Tennis e le Palestre.

**Graf. 2.6 - Spazi di attività sportiva ogni 100.000 abitanti per tipologia di attività
Anno 2003**



Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

Seguono nell'ordine i campi di Bocce, i campi di Calcio e gli impianti polivalenti all'aperto. Si deve tener conto che in quest'ultima tipologia è compresa la pratica di più discipline (Basket, Pallavolo, Tennis, Calcetto ecc.): si tratta quindi di modelli di offerta che garantiscono un elevato livello di flessibilità in grado di consentire un grado di utilizzazione molto sostenuto.

Piste e pedane per l'Atletica leggera, Piscine e campi di Calciotto presentano indici che testimoniano un grado di penetrazione sul territorio più contenuto rispetto alle tipologie più diffuse.

Dall'analisi degli incrementi registrati dalle differenti tipologie di offerta tra il 1996 e il 2007 si nota come Campi polivalenti all'aperto e Campi di Calciotto vedano la presenza dei valori più elevati (graf. 2.7).

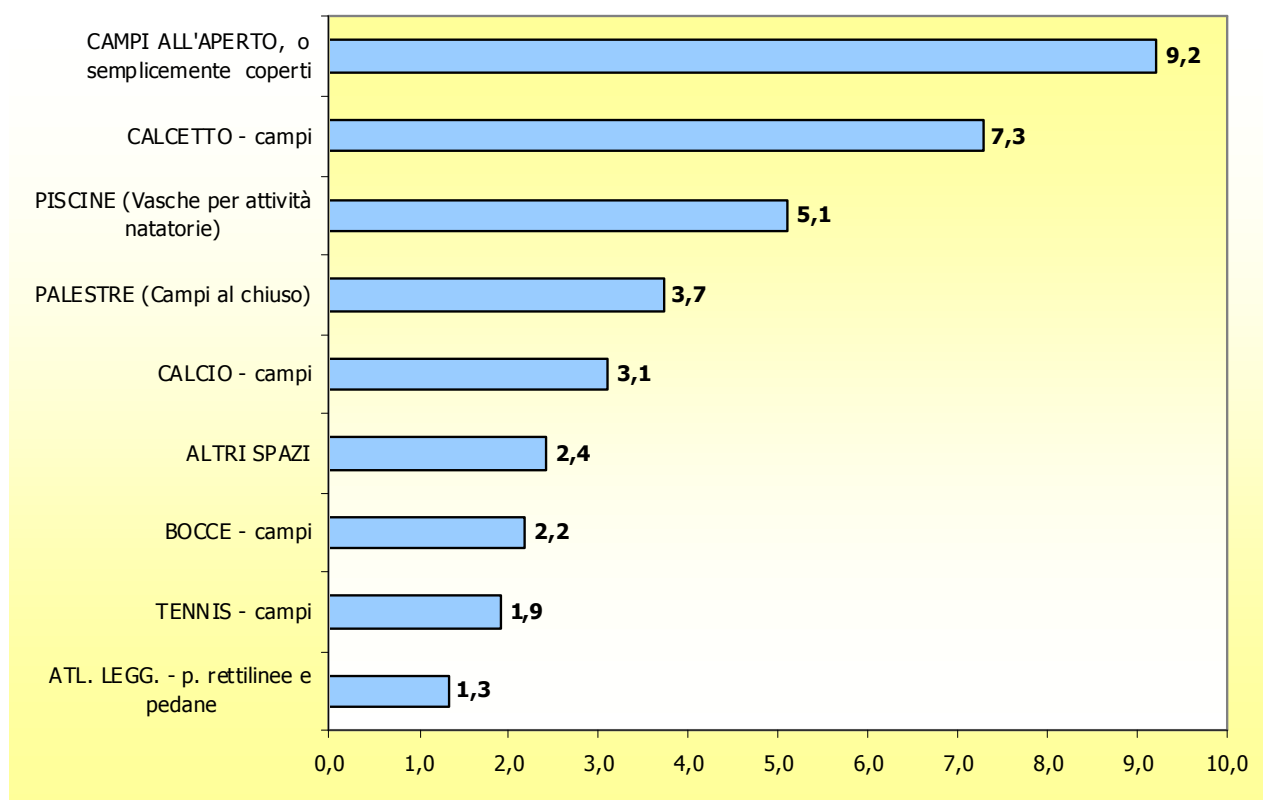
I livelli di crescita più alti interessano quindi le tipologie di offerta dotate di maggiore flessibilità che possono garantire ai gestori livelli di redditività più soddisfacenti.

La crescita relativamente sostenuta anche di Piscine e Palestre è probabilmente correlata al forte aumento della domanda di attività sportiva collegata all'utilizzazione di questo tipo di impianti.

La diffusione sul territorio dei Campi di Calcio continua ad essere capillare e articolata su tutto il territorio.

Campi di Bocce, Campi di Tennis e Piste e pedane per l'Atletica presentano invece valori molto più bassi e ritmi di crescita molto meno sostenuti.

Graf. 2.7 - Incrementi percentuali degli spazi di attività sportiva per tipologia di attività -1996-



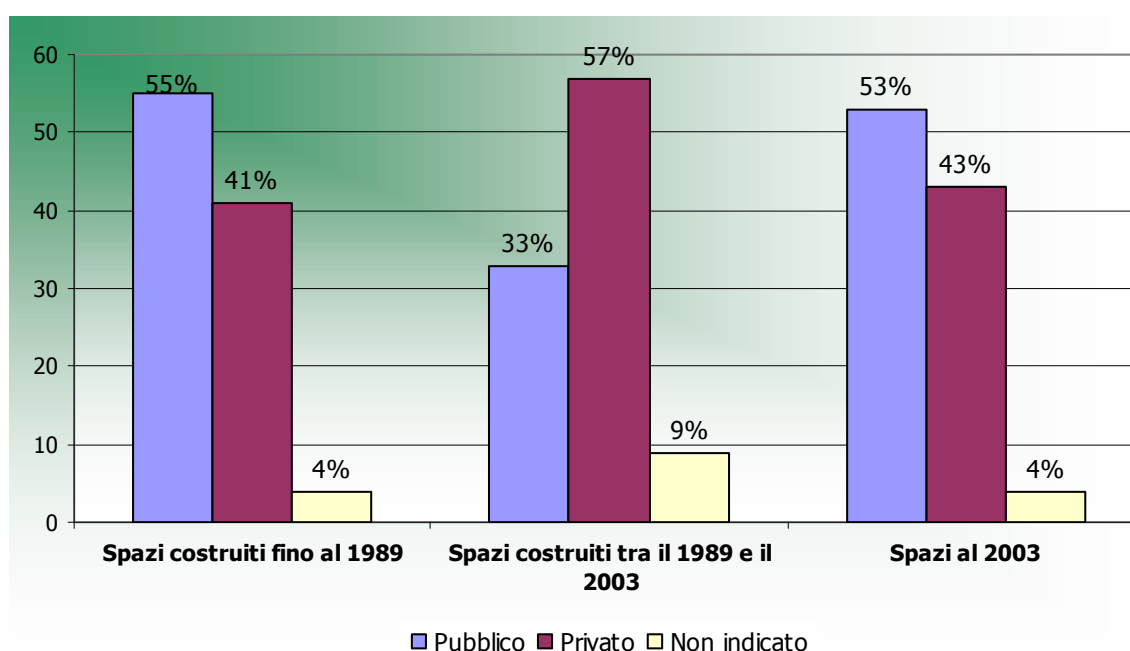
Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

2.3 Proprietà e modalità di gestione

La formulazione di valutazioni appropriate sulle dinamiche relative alla proprietà e gestione degli impianti sportivi esige una lettura dei dati che deve tener conto **dell'evoluzione** che ha caratterizzato questi aspetti nel corso del tempo.

Se si prende in considerazione l'intero periodo di tempo a partire dal censimento del 1989 fino all'analisi dei valori stimati nel 2003, si deve constatare che nel 1989 il 55% degli spazi di attività sportiva rilevati su base nazionale era di proprietà pubblica, mentre il 41% era di proprietà privata (graf. 2.8).

Graf. 2.8 - Proprietà degli spazi di attività sportiva: confronto 1989-2003 (val. %)



Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

Tra il 1989 e il 2003, viceversa, **il 57% dei nuovi spazi costruiti sono privati contro il 33% che è di proprietà pubblica**. Ci si trova di fronte ad una significativa inversione di tendenza che ha indotto anche alcuni mutamenti nella distribuzione complessiva delle tipologie di proprietà del patrimonio dell'impiantistica sportiva italiana: nel 2003, in effetti, gli spazi privati sono saliti al 43% del totale, mentre quelli di proprietà pubblica sono scesi al 53%.

Le dinamiche dei nuovi modelli di pratica delle attività fisico sportive, che hanno spesso travalicato gli ambiti tradizionali, hanno probabilmente favorito la costruzione di tipologie di impianti in cui **l'iniziativa privata** ha corrisposto in modo più adeguato alle esigenze poste dalla domanda (centri polifunzionali, palestre, attività di fitness ecc.).

La distribuzione del totale degli spazi elementari a seconda del tipo di gestione dimostra l'esistenza di una forte prevalenza della gestione privata che resta pressoché immutata nel corso del tempo (poco meno del 70% del totale degli spazi sia prima del 1989 che dopo quella data) (tab. 2.3).

**Tab. 2.3 - Andamento temporale della gestione degli spazi di attività sportiva
(fino al 1989 e dopo il 1989)**

GESTORE	FINO AL 1989		DOPO IL 1989	
	Numero	%	Numero	%
Totale Gestori Pubblici	37.531	28,03	2.791	22,56
Totale Gestori Privati	92.640	69,19	8.487	68,61
Non indicato	3.715	2,77	1.092	8,83
Totale	<i>133.886</i>	<i>100,00</i>	<i>12.370</i>	<i>100,00</i>

Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali, 2003

Nel medesimo tempo si registra una **contrazione** della quota di spazi gestiti dal settore pubblico che è passata da circa il 28% al 22%.

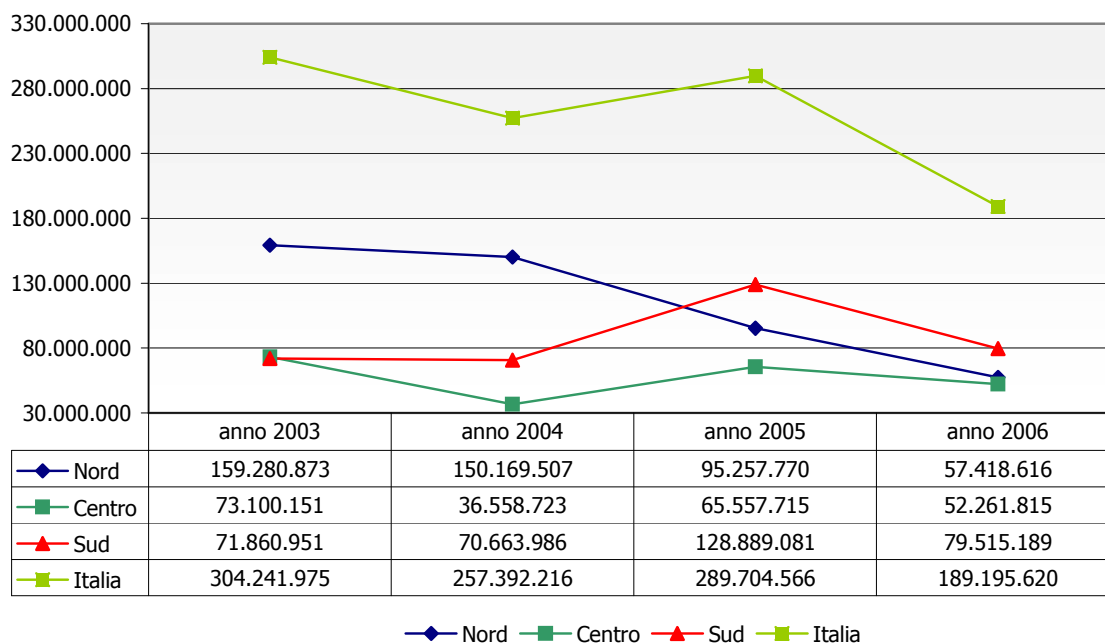
E' possibile a tale proposito che i criteri e le procedure che regolano la gestione delle pubbliche amministrazioni non sempre siano in grado di garantire livelli di dinamicità ed efficienza in modo da soddisfare le esigenze dell'utenza.

In questo contesto appare chiaro che il ruolo degli operatori privati è destinato ad aumentare il proprio peso nel panorama sportivo nazionale.

2.4 I dati dell'Istituto per il Credito Sportivo

In assenza di dati censuari costantemente aggiornati sulla situazione dell'impiantistica sportiva in Italia, può risultare un'utile proxy analizzare i dati relativi ai finanziamenti erogati dall'Istituto per il Credito Sportivo (ICS) nell'ultimo periodo. Se si osserva l'andamento del ricorso ai finanziamenti (mutui erogati) si individua un **trend decrescente** nel periodo 2003-2006 (Graf. 2.9)

Graf. 2.9 - Trend mutui concessi per impianti sportivi nel periodo 2003-2006 secondo la ripartizione geografica. Importi in euro.

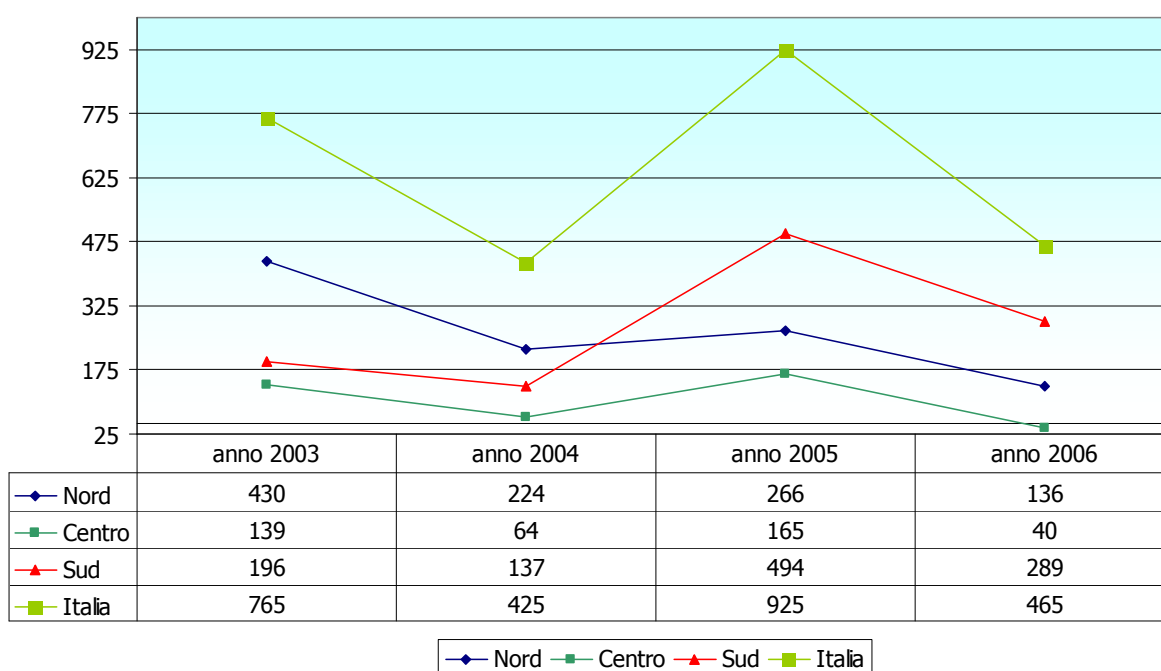


Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

La diminuzione degli importi erogati, a livello nazionale, flette dai circa 300 milioni di euro del 2003 a poco meno di 190 milioni di euro nel 2006 (var.% -60,8) con un'accentuazione del dato per il Nord (var.% -177,4) mentre appare contenuta la contrazione al Centro (var.% -39,9) e addirittura in crescita al Sud (var.% +9,6).

In corrispondenza risultano diminuiti del 64% anche il numero di mutui erogati anche se si osserva un andamento con valori alternati nei quattro anni di riferimento: a livello nazionale si è passati da 765 mutui del 2003 ai 425 del 2004; un picco si è registrato nel 2005 con 925 mutui concessi per poi flettere nuovamente nel 2006 con 465 (Graf. 2.10)

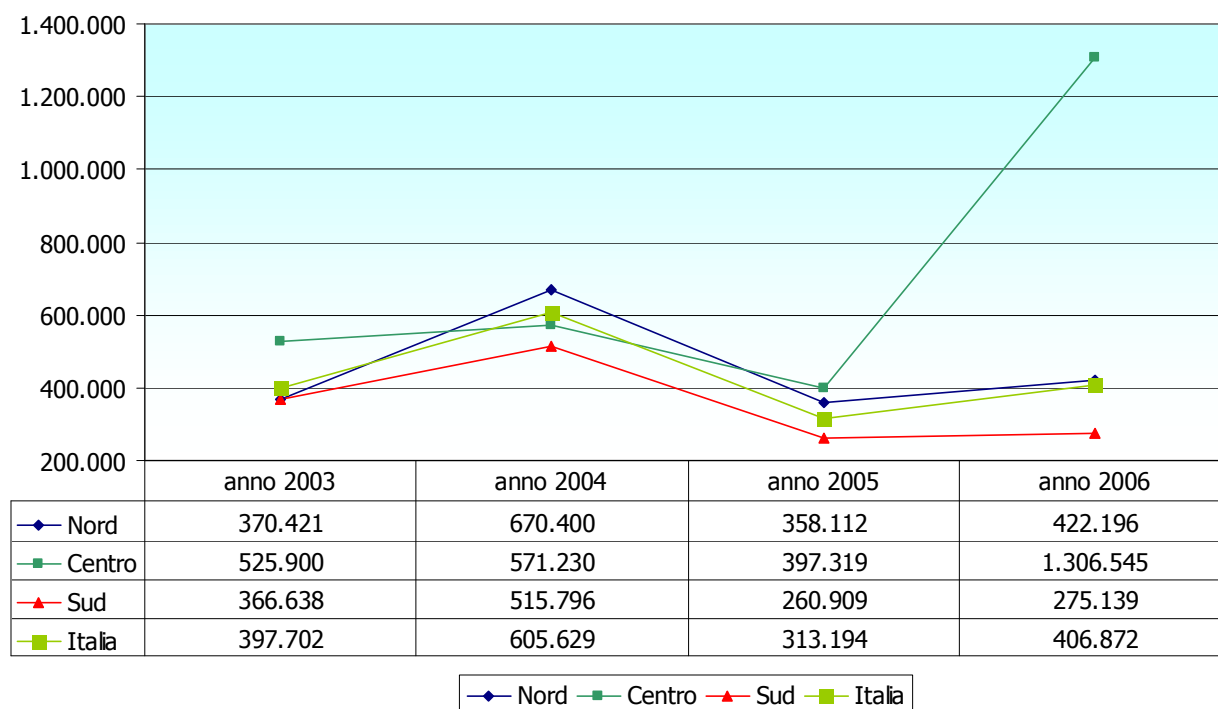
Graf. 2.10 – Numero di mutui concessi per impianti sportivi nel periodo 2003-2006 secondo la ripartizione geografica. Valori assoluti



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

Il dato sugli importi medi (importo erogato/numero di mutui) appare, almeno in parte, in controtendenza: l'aumento del finanziamento medio ricevuto si registra contenuto a livello nazionale e al Nord mentre risultano antitetici i dati del Sud (flessione di oltre 33 punti) e del Centro (+59,7%) con un contributo medio nel 2006 di oltre 1,3 milioni di euro (Graf. 2.11)

**Graf. 2.11 - Mutui concessi nel periodo 2003-2006 per impianti sportivi
nel periodo 2003-2006 secondo la ripartizione geografica.
Importi medi in euro.**



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

La tabella 2.4 riporta in sintesi, l'andamento delle erogazioni dei mutui concessi dall'Istituto per il Credito Sportivo per ripartizione geografica.

Nel Nord diminuiscono sensibilmente il numero dei mutui e, seppure in maniera meno accentuata, gli importi complessivi erogati mentre sale leggermente il valore medio degli importi.

Nel Centro diminuisce più che al Nord il numero dei mutui ma s'incrementa il valore degli importi medi e diminuisce meno della media nazionale quello degli importi erogati complessivamente.

Nel Sud aumentano di poco gli importi complessivi ed in misura più rilevante il numero assoluto di mutui erogati a fronte però di una diminuzione sensibile del valore medio dei finanziamenti.

I diversi comportamenti delle ripartizioni geografiche esprimono un andamento nazionale in cui flettono numero ed importi complessivi dei mutui a fronte di un leggerissimo incremento del rapporto importo complessivo/mutui erogati.

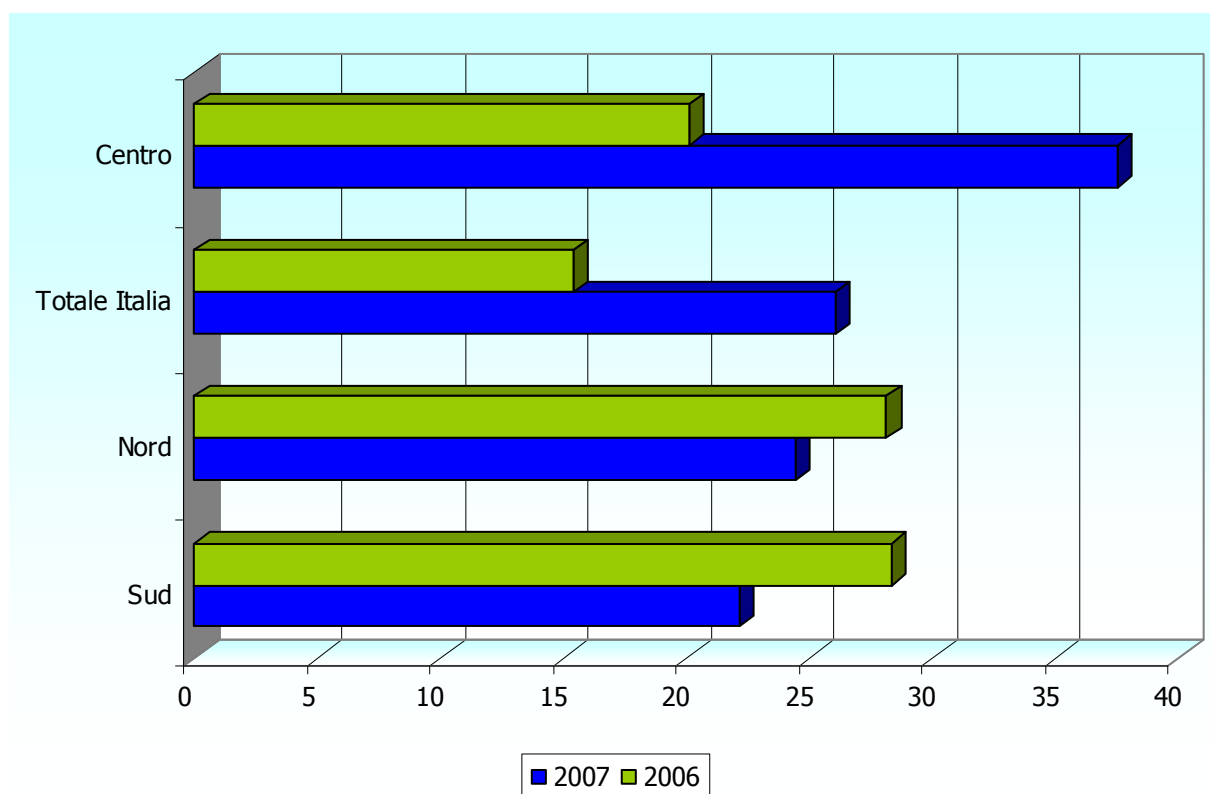
Tab. 2.4 - Variazioni importi e mutui nel quadriennio 2003-2006

Ripartizione geografica	Var.% importi 2003-2006	Var.% N° mutui 2003-2006	Var.% importi medi 2003-2006
Nord	-177,4	-216,2	12,3
Centro	-39,9	-247,5	59,7
Sud	9,6	32,2	-33,3
Italia	-60,8	-64,5	2,3

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

Sempre a scala territoriale si osserva che, negli anni 2006 e 2007, rispettivamente solo il 15% e il 25% è stato utilizzato per la costruzione di nuovi impianti sul territorio nazionale ma nel Centro per l'anno 2007 più di un finanziamento su tre è stato impiegato per la costruzione di nuovi impianti sportivi (Graf. 2.12)

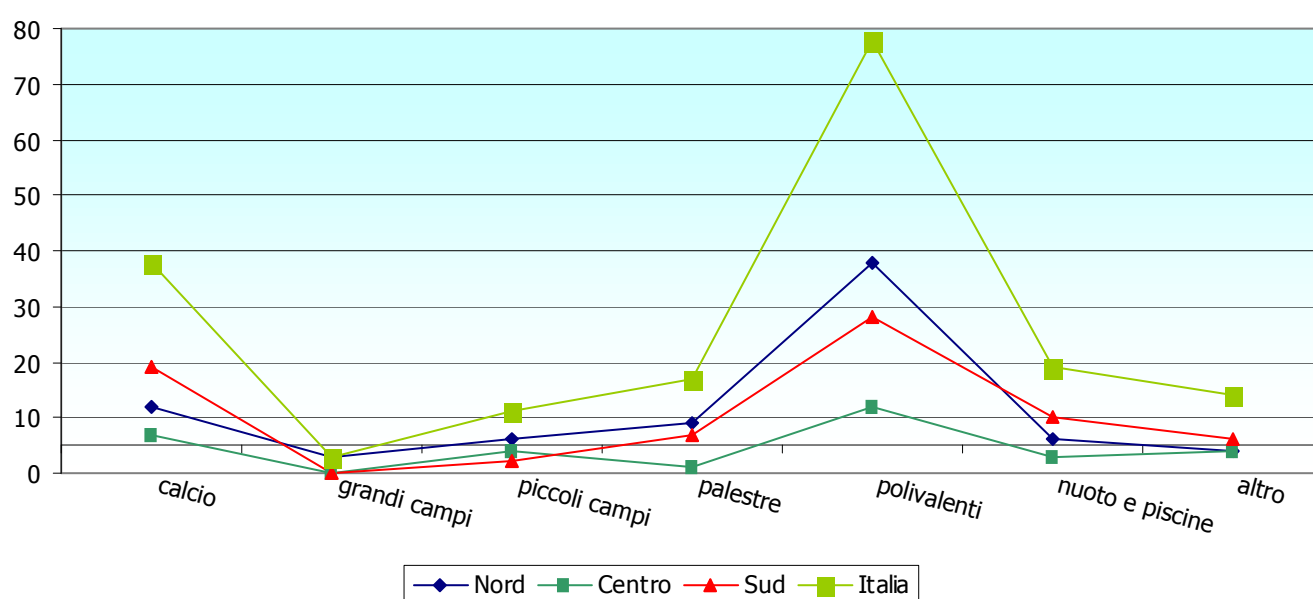
Graf. 2.12 - Nuovi impianti sul totale dei mutui per ripartizione geografica (val. %)



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

Esaminando le tipologie degli impianti finanziati, emerge che in tutte le ripartizioni geografiche le gerarchie risultano spesso identiche con gli **impianti polivalenti e di calcio ad esercitare una prevalenza sulle altre tipologie di impianti** (Graf. 2.13). Va aggiunto che in alcuni casi ad un mutuo contratto corrispondano interventi per diverse tipologie di spazi di attività sportiva. In questi casi si è preferito attribuire l'impianto alla categoria dei polivalenti. Tuttavia, anche accettando tale classificazione, è attendibile ipotizzare una maggior frequenza verso investimenti che privilegino **strutture polifunzionali**, cioè più duttili e flessibili rispetto alla domanda di attività sportiva.

Graf. 2.13 - Tipologie di nuovi impianti finanziati nel biennio 2006-2007 per ripartizione geografica

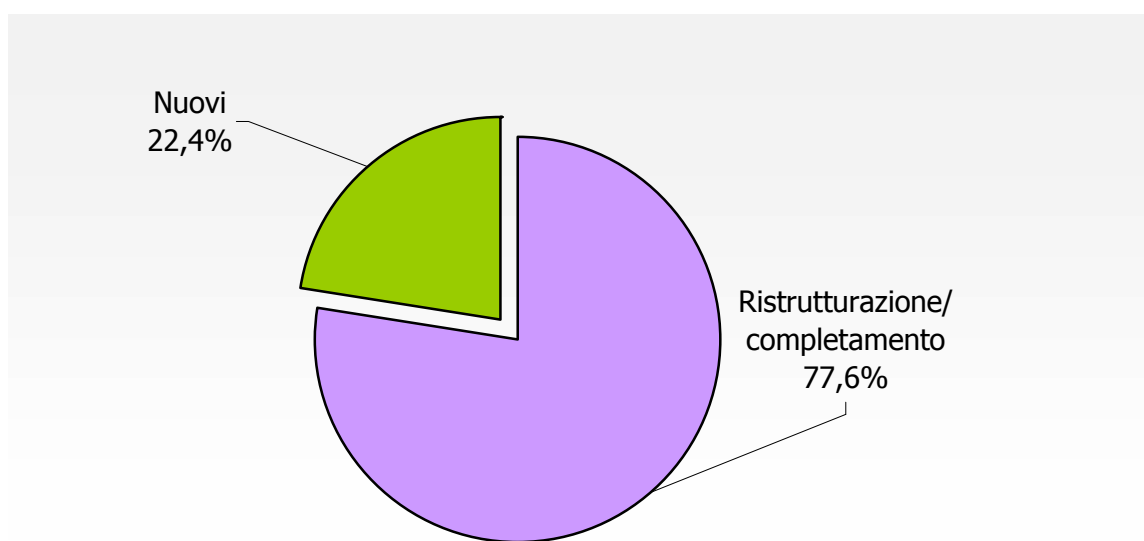


Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

Dalla lettura dei dati emerge inoltre che gli interventi di finanziamento non danno luogo in molti casi alla realizzazione di nuove strutture per lo Sport. Certamente si tratta di un dato parziale che andrebbe verificato con altri indicatori, sebbene sia comunque attendibile che la **stagione del costruire** abbia gradatamente lasciato il posto a quello del **manutenere e completare**.

Aggregando i dati del biennio 2006-2007 si osserva che, su tutto il territorio nazionale, **22 mutui su 100** sono stati finalizzati alla costruzione di nuovi impianti mentre **i restanti 78** sono stati impiegati prevalentemente per completare e/o ristrutturare impianti già esistenti (Graf. 2.14).

Graf.2.14 - Modalità di utilizzo dei finanziamenti ICS 2006-2007

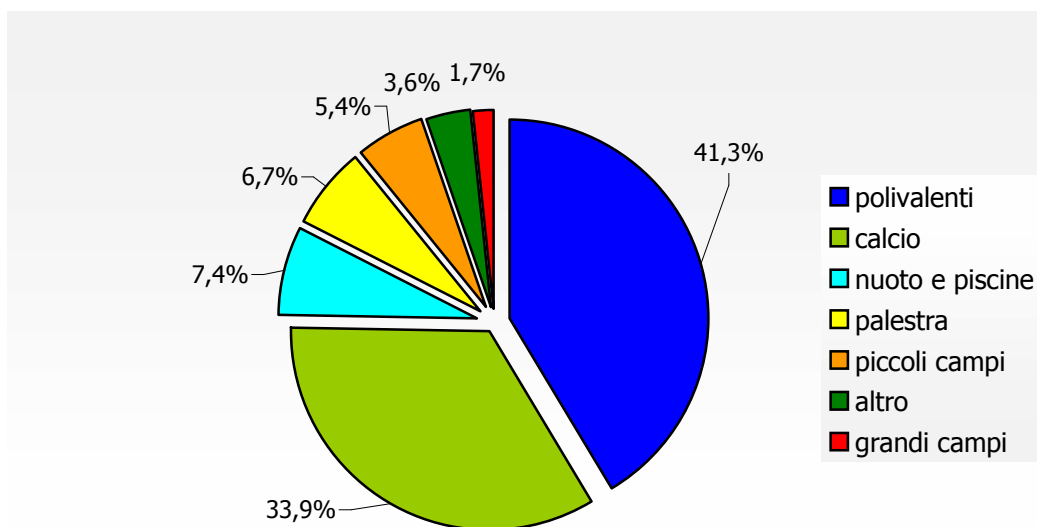


Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

Indipendentemente dalle finalità dei finanziamenti, sempre considerando i dati del biennio in oggetto in forma aggregata, sono stati privilegiati interventi per gli impianti polivalenti (41,3%) seguiti da quelli per il calcio (poco meno del 34%) e dagli impianti natatori (7,4%). **Le prime tre tipologie di impianti rappresentano quindi oltre l'80% dei mutui erogati complessivamente.** Va tuttavia sottolineato che la categoria degli impianti polivalenti (costruita, come le altre categorie di impianti individuati, sulla base delle descrizioni degli interventi per i quali è stato erogato il mutuo – fonte: ICS, 2007), risulta essere molto trasversale rispetto alle tipologie più caratterizzate da un uso prevalentemente esclusivo (2.15).

A titolo esemplificativo vale la pena di segnalare che la categoria degli impianti polivalenti comprende sia impianti per la pratica di basket e pallavolo, che impianti complessi per i quali non è semplice distinguere la portata degli interventi per le tipologie di spazi di attività sportiva che compongono l'impianto.

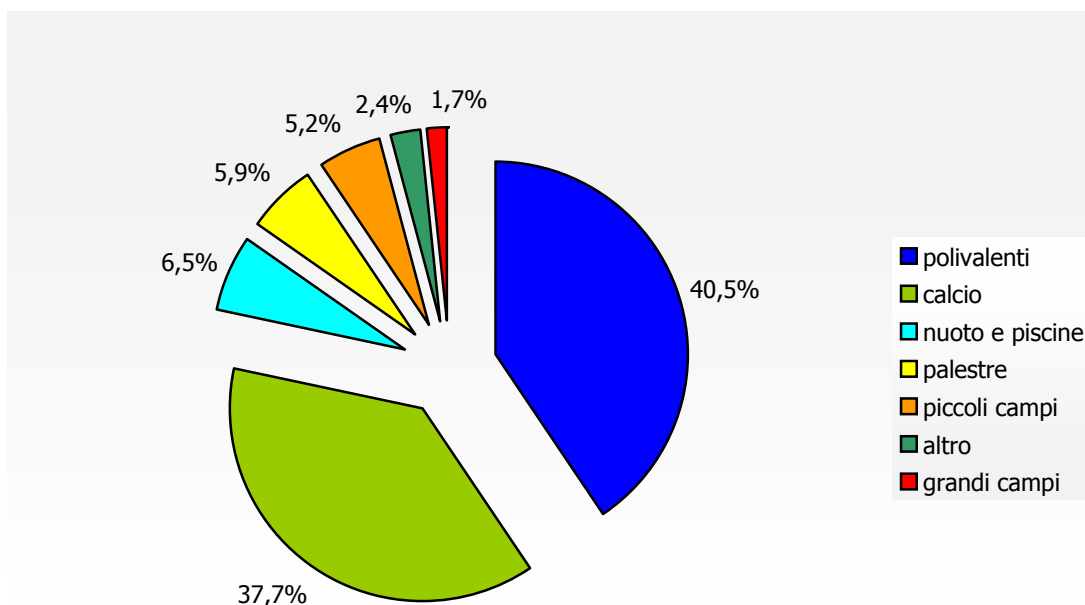
Graf. 2.15 - Tipologia degli impianti finanziati ICS 2006-2007



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

Come già accennato la tendenza risulta essere dunque di ricorrere, almeno analizzando i dati dell'Istituto per il Credito Sportivo il quale finanzia prevalentemente enti pubblici, al ripristino dell'esistente piuttosto che alla costruzione di nuovi impianti. Anche per quanto concerne le tipologie degli impianti in completamento/ristrutturazione si ricalcano comunque le frequenze già osservata nell'elaborazioni grafiche precedenti (Graf. 2.16)

Graf. 2.16 - Gli impianti in completamento/ristrutturazione attraverso mutui ICS 2006-2007



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

2.5 Il caso Lazio

L'Agensport è l'agenzia che promuove le politiche per lo Sport sull'intero territorio regionale.

La Regione si pone l'obiettivo di svolgere un ruolo di indirizzo e coordinamento rispetto all'insieme dei soggetti, pubblici e privati, presenti sul territorio. Ci si riferisce nello specifico alle province, a tutti i comuni del Lazio, all'associazionismo e al sistema di imprese che opera nel settore.

Al fine di alimentare il bagaglio delle conoscenze disponibili su questi temi e per creare sistemi informativi adeguati tra tutti i soggetti attivi nella regione sono state avviate le attività **dell'Osservatorio Regionale sullo Sport**.

Tra le macro aree di attività dell'Osservatorio, il monitoraggio sul sistema sportivo costituisce un aspetto importante che può contribuire in modo decisivo a fornire elementi di conoscenza, in modo di sostenere la realizzazione di politiche adeguate per lo sport, sia sul versante della domanda che per ciò che riguarda l'offerta di servizi e strutture per la pratica sportiva.

In questo ambito nel corso del 2007 è stato promosso un rilevamento capillare degli impianti e delle strutture localizzate sul territorio regionale.

Le tecniche di rilevazione, le metodologie e le definizioni utilizzate risultano inoltre omogenee con il censimento promosso dal CONI su base nazionale nel 1989 e con l'aggiornamento del 1996; ciò ha permesso di effettuare una serie di confronti con le rilevazioni realizzate precedentemente, delineando in tal modo un quadro esaustivo dei trend che hanno caratterizzato nel tempo l'evoluzione dell'offerta di impiantistica sportiva presente sul territorio.

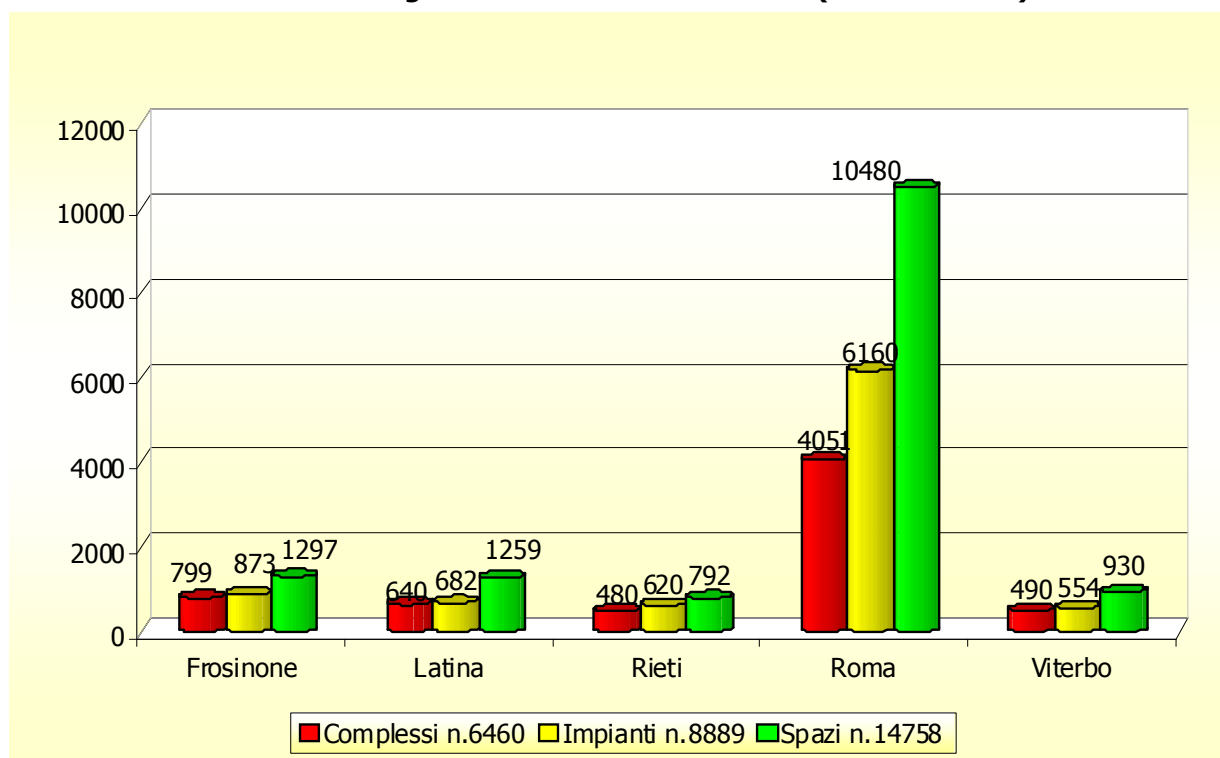
E' probabile che l'adozione di sistemi informativi coerenti ed omogenei da utilizzare per tutte le rilevazioni che hanno per oggetto lo stato del patrimonio di strutture e spazi per lo Sport possa contribuire a creare le condizioni per la definizione di modelli di analisi di carattere universale, in grado di implementare periodicamente il livello delle conoscenze disponibili a tale proposito.

L'offerta di strutture ed aree attrezzate per la pratica fisico sportiva nella regione pare presentare nel 2007 un incremento non trascurabile rispetto a quanto censito nel 1996.

Secondo i risultati del rilevamento effettuato dall'Osservatorio Regionale sullo Sport nel 2007 si registra infatti la presenza di:

- 6460 complessi sportivi;
- 8889 impianti;
- 14758 spazi di attività sportiva (graf. 2.17).

Graf. 2.17 - Regione Lazio Rilevamento 2007 (Valori assoluti)



Fonte: Agensport - Coni - Comitato Regionale Lazio Osservatorio Regionale dello Sport, 2007

In base ai dati acquisiti nel corso delle indagini, tra il 1996 e il 2007 i complessi sono passati da 5.309 a 6.460 unità con un incremento percentuale del 21.7%; gli spazi da 12.047 a 14.758, registrando in questo caso una variazione di segno positivo pari al 22.5%.

Secondo le stime effettuate dal CNEL nel 2003 il totale degli spazi a quella data era di 12.370 unità. Si conferma dunque l'esistenza di incrementi significativi avvenuti nel corso del tempo.

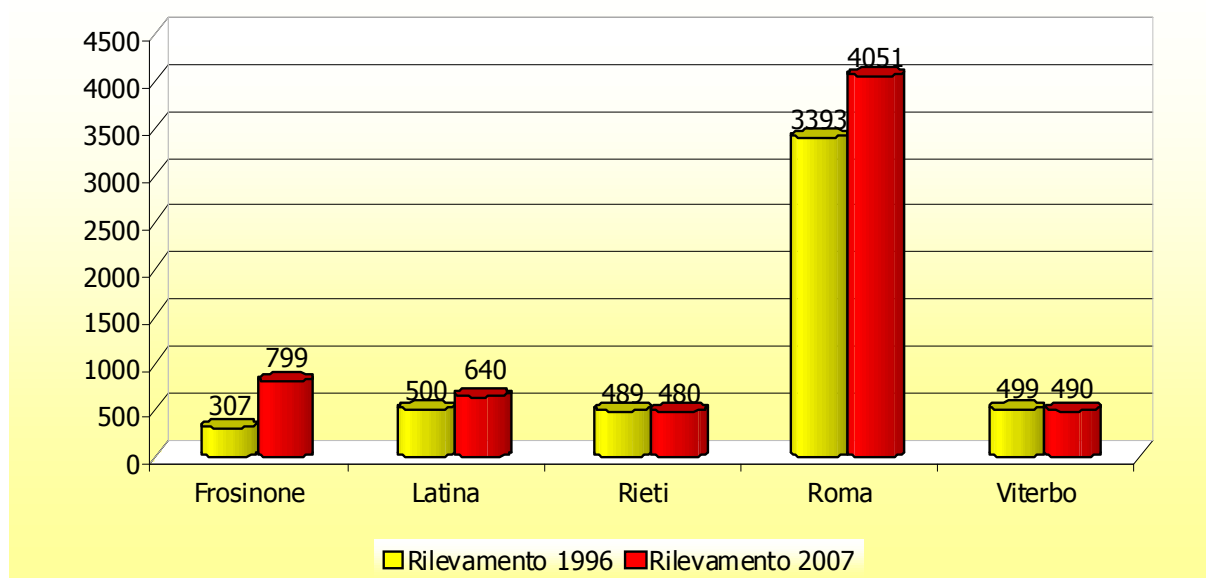
Appare chiaro che, pur presentando le due rilevazioni numerose analogie sotto il profilo metodologico, il confronto tra i due valori deve tener conto delle possibili anomalie e disfunzioni che hanno accompagnato la realizzazione delle indagini (impianti già regolarmente funzionanti ma non rilevati nel censimento del 1996 e conteggiati solo nel 2003, valutazioni non sempre omogenee per le modalità di rilevamento utilizzate, diversi criteri per l'individuazione degli spazi non attivi, ecc.).

Nel comune di Roma e nel territorio che gravita sulla capitale si concentra gran parte del patrimonio di impianti sportivi presenti nella regione: nella provincia di Roma si registra infatti la presenza di circa il 70% degli impianti e degli spazi localizzati nel Lazio e di poco più del 60% dei complessi sportivi della regione. **Viene dunque confermato il ruolo preminente che l'area metropolitana romana esercita all'interno del movimento sportivo della regione.**

Dopo Roma, le altre due province in cui si registra l'esistenza di un numero maggiore di spazi attrezzati per lo Sport sono Frosinone e Latina.

La crescita dell'offerta non pare tuttavia generalizzata a tutte le aree geografiche in cui si articola il territorio regionale: a Frosinone il numero dei complessi sportivi tra il rilevamento del 1996 e quello del 2007 passa da 307 a 799 unità con un incremento pari a circa il 160%, a Latina sono stati censiti 640 complessi rispetto ai 500 del 1996 con una variazione positiva del 28%, nella provincia di Roma sono stati censiti nel 2007 4051 complessi contro le 3393 unità rilevate nel 1996 (+19.4%); a Rieti e Viterbo, viceversa, nel periodo di tempo compreso tra il 1996 e il 2003, si rileva la presenza di lievi contrazioni (graf. 2.18).

**Graf. 2.18 - Complessi sportivi 10 anni a confronto
(valori assoluti e variazioni percentuali 1996-2007)**



Fonte: Agensport - Coni - Comitato Regionale Lazio Osservatorio Regionale dello Sport, 2007

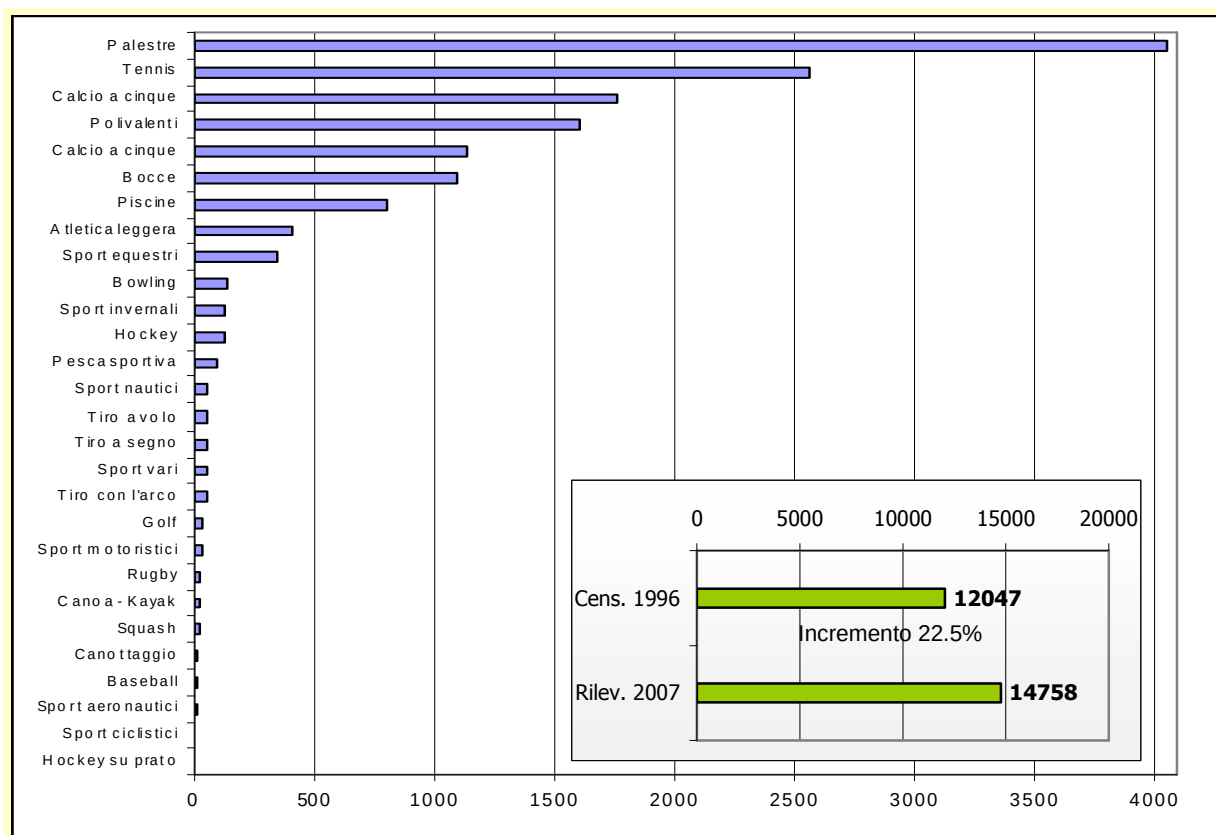
E' evidente che lo sviluppo dei livelli di offerta non può essere misurato soltanto in termini meramente quantitativi; si dovrà in prospettiva operare per acquisire informazioni ed elementi di conoscenza sullo stato e la qualità dei servizi di supporto e sostegno alla pratica sportiva, verificando l'evoluzione degli standard di offerta rispetto alle reali esigenze che in, forma implicita ed esplicita, vengono espresse dai diversi segmenti in cui si manifesta la domanda di pratica fisico sportiva della popolazione.

Le variabili che orientano le caratteristiche tipologiche dell'offerta di impianti e strutture per la pratica sportiva sono correlati in via prioritaria alle esigenze provenienti dalla domanda, nonché dalle opzioni che gli operatori e le imprese del settore possono sviluppare indipendentemente dall'andamento dei comportamenti dei praticanti.

In questo quadro, i risultati del rilevamento realizzato dall'Osservatorio Regionale dello Sport nel 2007 evidenziano come la configurazione generale dell'offerta di spazi di attività sportiva nella regione veda la presenza di notevoli differenze, in riferimento alle discipline che si possono praticare nelle diverse tipologie di impianti esistenti.

Esistono in effetti discipline che vedono la presenza di oltre mille spazi: ci si riferisce nell'ordine alle palestre (oltre 4000 sull'intero territorio regionale), campi di Tennis (più di 2500), Spazi polivalenti (più di 1600), campi di Calcio a cinque e campi di Calcio (rispettivamente quasi 1800 e circa 1150 unità), campi di Bocce (circa 1100) - graf. 2.19 -.

Graf. 2.19 - Tipologia degli spazi sportivi nella regione (valori assoluti)



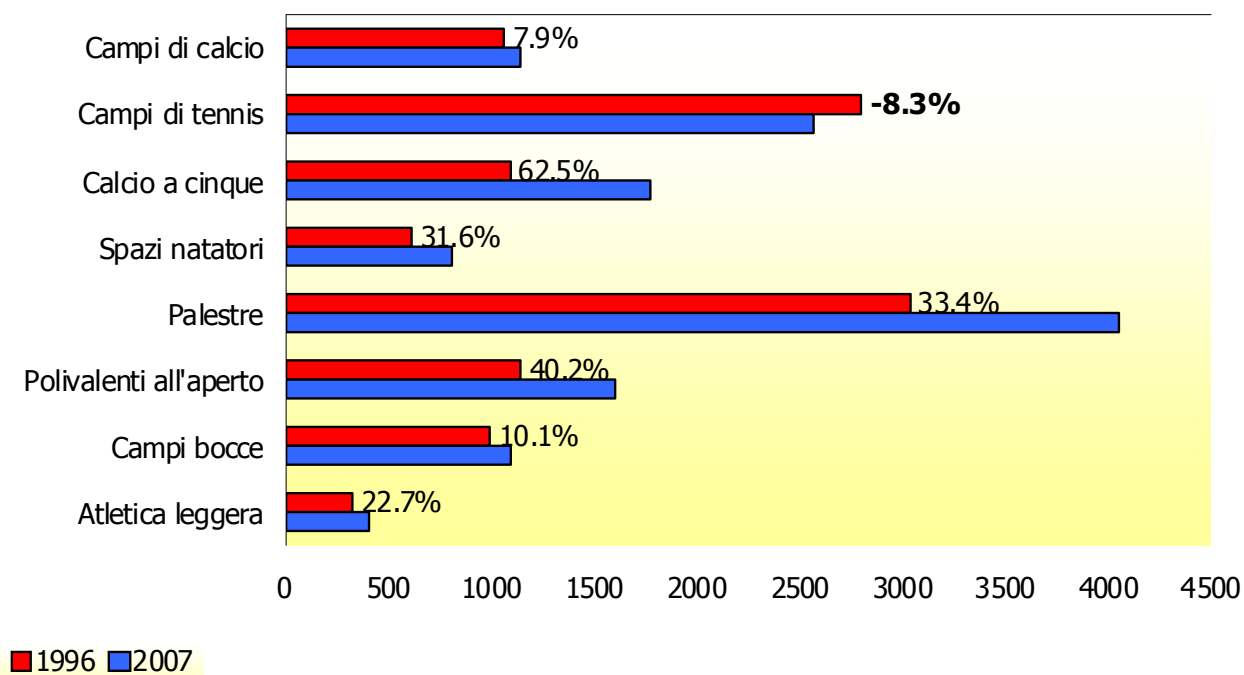
Fonte: Agensport - Coni - Comitato Regionale Lazio Osservatorio Regionale dello Sport, 2007

Si registra inoltre la presenza di più di 800 piscine e di oltre 400 aree attrezzate per l'Atletica Leggera.

La presenza delle altre tipologie di impianti risulta invece di gran lunga più contenuta.

Dal confronto tra i dati censiti nel 1996 e il rilevamento del 2007 emerge che tutte le tipologie di impianti più importanti **hanno visto aumentare il numero di unità presenti nella regione**, con la significativa eccezione dei campi da Tennis che sono invece diminuiti di circa l'8% in termini percentuali (graf. 2.20).

**Graf. 2.20 - Tipologia degli spazi di attività sportiva nella Regione Lazio
(valori assoluti e variazioni percentuali 1996-2007)**



Fonte: Agensport - Coni - Comitato Regionale Lazio Osservatorio Regionale dello Sport, 2007

Le variazioni più significative hanno riguardato i campi di Calcio a cinque (+62.5%), gli spazi polivalenti all'aperto (+40.2%), le palestre e le piscine (rispettivamente + 33.4% e + 31.6%), le piste e le pedane per l'Atletica leggera (+22.7%), i campi di Bocce (+10.1%) e i campi di Calcio (+7.9%).

Dall'analisi più approfondita dei dati, e facendo riferimento anche ad altri elementi acquisiti nel corso dell'indagine, è possibile effettuare una serie di considerazioni che emergono dai risultati della rilevazione:

- si è registrato **un forte incremento di alcune tipologie di spazi (palestre e piscine)** in cui risulta prevalente il ruolo assunto dagli operatori privati nell'attività di conduzione e gestione degli impianti;
- si tratta in questi casi di attività che privilegiano spesso **modalità di pratica non agonistiche**;
- si rileva la presenza di **significativi processi di ristrutturazione** degli spazi esistenti che hanno visto molti campi di Tennis trasformarsi in spazi polivalenti o in campi di calcio a Cinque;
- viene ribadita la presenza generalizzata a quasi tutti i comuni della regione dei campi di Calcio che spesso sono stati sottoposti ad **interventi di adeguamento e/o ristrutturazione**;
- una parte non trascurabile degli impianti disponibili risulta ancora **inattiva o sottoutilizzata**;
- si dovrà dunque operare per **migliorare la qualità delle strutture e dei servizi offerti**.

L'interpretazione dei risultati del rilevamento induce quindi a ritenere che i livelli e le caratteristiche assunte dall'offerta di attrezzature sportive e di impianti localizzati nella regione stia subendo alcune **trasformazioni importanti**, in sintonia con i mutamenti che hanno interessato l'evoluzione delle modalità di realizzazione della pratica fisico sportiva.

Questi fenomeni presentano specifiche peculiarità nel Lazio e nell'area metropolitana di Roma ma paiono interessare, seppur con modalità e manifestazioni non sempre univoche, anche il resto del territorio nazionale.

2.6 Le nuove tendenze dell'impiantistica sportiva

Le economie occidentali o, se si preferisce economicamente più avanzate, esprimono in questi anni stili di consumo e di reddito ben diversi rispetto anche solo agli ultimi venti anni. Mentre negli anni '60-'70 si destinava l'80% del proprio tempo al lavoro ed il 20% all'economia del tempo libero, il nuovo secolo si presenta con il 60% dedicato "al tempo prescritto" ed il 40% al tempo libero in senso lato, con proiezione 50% e 50% nel prossimo decennio.

Lo sport è probabilmente uno dei segmenti – per capillarità, quote di mercato, trasversalità – più significativi nel paniere di attività del tempo libero. Entra nel turismo, nei media, nello shopping, nella socializzazione, nelle scuole, ecc. e questa caratteristica della multidimensionalità si riverbera anche nell'impiantistica sportiva ed in quella dell'intrattenimento.

L'evoluzione del concept dello spazio sportivo è riassumibile:

- **anni '50-'70:** piccoli e medi investimenti prevalentemente pubblici, destinati al calcio (stadi, campi di periferia) ed ai palazzetti;
- **anni '70-'80:** si afferma un modello che inizia ad integrare lo sport con altre attività del tempo libero (piccola ristorazione, sale conviviali, ecc.) e mescola tra loro diverse discipline sportive (nuoto e tennis, palestre polifunzionali, ecc.);
- **anni '80-2000:** si iniziano a progettare e realizzare grandi contenitori che ruotano intorno alla polisportività ed aggiungono shopping, ristorazione, club house, spazi benessere; il peso dell'imprenditoria privata è crescente mentre tende a ridursi la capacità di investimento pubblica;
- **oggi:** tendono ad affermarsi due modelli ma con un tratto comune. Da un lato lo **"specialismo"** (pensiamo alle reti in franchising che si sviluppano sul fitness) dall'altro il **contenitore multisportivo** e dell'intrattenimento con la presenza di innumerevoli **spazi elementari multidisciplinari** (calcio, calcetto, tennis, piscina, fitness) ma con la coesistenza di ristorazione di livello, shopping sportivo e non, club house, sala TV, spazi per i giochi e gli sport da tavolo, ecc; seppure con sviluppi di business differenziati i due modelli trovano la loro radice comune nella parola d'ordine **"biggest" (grande è meglio):** le superfici e le volumetrie diventano sempre maggiori, gli investimenti sempre più onerosi, la partecipazione dei privati praticamente immancabile.

Come si orienterà l'impiantistica nei prossimi anni? Ad analizzare quello che potrà accadere in Italia viene in soccorso il repertorio sui "grandi progetti di investimento immobiliare" che conduce Nomisma Real Estate con l'Anci.

Dall'analisi dei dati relativi al triennio 2005-2007 si evidenziano quattro linee di tendenza:

- **l'intreccio sempre più stretto tra turismo "alto di gamma" e sport;** tra i progetti o le idee progetto repertorate i grandi investimenti delle catene alberghiere pongono al centro del prodotto turistico il golf (ampliamenti, nuovi campi) facendo leva su un'attrattività internazionale attraverso la quale altri paesi europei ed extraeuropei hanno già operato con rilevanti ritorni; sempre l'attrattività golfistica fa da proscenio ad investimenti privati "residenziali" (tav. 2.1);
- una seconda tendenza che scaturisce da investimenti in **grandi centri commerciali o del tempo libero** nei quali sono inseriti – come complemento di funzioni – spazi legati all'area benessere al fitness ed al golf (tav. 2.2);
- una terza tendenza è quella degli investimenti pubblici o privati orientati a grandi interventi con al centro la realizzazione di **nuovi stadi "contenitori" o di "città dello sport"**, veri e propri poli architettonici di notevoli dimensioni (tav. 2.3);
- ed infine una quarta tendenza che è data da investimenti privati – non legati al turismo – pensati per **complessi sportivi di notevoli dimensioni che fanno da contenitori ad altre funzioni commerciali** (tav. 2.4).

La linea di demarcazione sport vs *leisure*/shopping è oggi sostanzialmente superata: le attività sportive all'interno di spazi *leisure* o il viceversa sembra rappresentare il nuovo segno concettuale degli investimenti della nostra contemporaneità: **non più e non solo gli spazi per l'attività fisica ma spazi per il consumo integrato del tempo libero.**

Tav. 2.1 - Area 1: turismo & sport, residence & sport

ANNO	COMUNE	PROV.	TIPOLOGIA	PROMOTORE	VALORE INVESTIMENTO (mil. di euro)	STATO DI AVANZAMENTO	DESCRIZIONE
2005	Santa Teresa di Gallura	SS	Struttura turistica	Privato	n.d.	n.d.	Progetto approvato per campo da golf di 18 buche, albergo e residenze
2006	Settime	AT	Struttura turistica	Privato	50	In fase di realizzazione	Realizzazione campo da golf, ristorante, residenze
2006	Pula	CA	Struttura turistica	Privato	180	Fase progettuale	Costruzione di prestigiose ville, ampliamento percorso golfistico (18 buche oltre le 27 già esistenti)
2006	Tirrenia	PI	Complesso turistico	Privato	60	In fase di realizzazione	Espansione e ammodernamento del Cosmopolitan Golf Club, residenze, spa, ecc.
2007	Licata	AG	Porto turistico	Privato	115	Avvio lavori	Costruzione di un porto turistico, piscina, campi da tennis, minigolf, centro fitness, beauty, farm, centro fitness
2007	Marina velca	Viterbo		Privato	46,8	Iter autorizzativi concluso	Ampliamento di un campo da golf, residenze
2005	Sciacca	AG	Complesso turistico	Catena alberghiera	124	n.d.	3 campi da golf, hotel, residenze

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati Nomisma RE

Tav. 2.2 - Area 2: *leisure* & sport

ANNO	COMUNE	PROV.	TIPOLOGIA	PROMOTORE	VALORE INVESTIMENTO (mil. di euro)	STATO DI AVANZAMENTO	DESCRIZIONE
2007	Regalbuto	EN	Parco divertimenti	Privato	600	In corso la stipula dei contratti preliminari per l'acquisizione dei terreni	Realizzazione, di un campo da golf da 18 buche
2005	Valmontone	RM	Leisure	Privato	n.d.	n.d.	Distretto moda, centro congressi, parco giochi, campo da golf

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati Nomisma RE

Tav. 2.3 - Area 3: investimenti pubblici e/o privati per stadi, grandi impianti, etc.

ANNO	COMUNE	PROV.	TIPOLOGIA	PROMOTORE	VALORE INVESTIMENTO (mil. di euro)	STATO DI AVANZAMENTO	DESCRIZIONE
2005	Afragola	NA	Parco sportivo complessi sportivi	Privato	n.d.	n.d.	Parco sportivo con campi di calcetto e pallamano, pista atletica, giardini tematici e pista ciclabile
2005	Carloforte	CA	Impianto sportivo	n.d.	1,2	n.d.	Realizzazione di un impianto sportivo che prevede una palestra polivalente, campi da tennis e calcetto
2005	Siena	SI	Stadio	Amministrazione comunale	40	Progetto esecutivo	Nuovo stadio della città
2005	Ancona	AN	Centro sportivo polifunzionale	Pubblico-privato	21	Progetto preliminare	Piscina olimpionica ed una piscina da 25 metri; grande palestra all'aperto con spazi per attività sportive
2005	Vari	GE,BO RM,MI, TO	Centri fitness	Privato	70	In parte realizzati, in parte in realizzazione	Si tratta di contenitori di 5.000 mq dotati di palestra, piscine coperte e molti altri servizi e strutture per il fitness
2005	Roma	RM	Parco acquatico	Privato	85	Fase progettuale	Realizzare una città dell'acqua, con piscina olimpionica, 4 piscine di allenamento, altre piscine e zona riabilitazione motoria
2005	Brescia	BR	Centro sportivo polifunzionale e stadio	Pubblico-privato	450	Approvazione urbanistica con accordo di programma	Il nuovo stadio ospiterà 25.000 posti a sedere
2007	Parma	PR	Centro polisportivo	Pubblico-privato	11	Avvio lavori	La struttura si articolerà in 5 padiglioni, tre dei quali saranno dedicati agli sport di terra, mentre 2 agli sport acquatici
2007	Salerno	SA	Palasport	Amministrazione comunale	n.d.	In fase di realizzazione	Plurimodalità polifunzionale
2007	Villafranca	VR	Cittadella della salute	Privato	n.d.	n.d.	Terziario polivalente, direzionale, sport e tempo libero
2005	Prato	PO	Stadio e leisure	Privato	65	n.d.	Stadio, piscina, fitness center,

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati Nomisma RE

Tav. 2.4 - Area 4: sport & leisure

ANNO	COMUNE	PROV.	TIPOLOGIA	PROMOTORE	VALORE INVESTIMENTO (mil. di euro)	STATO DI AVANZAMENTO	DESCRIZIONE
2005	Roma	RM	Stadio e leisure	n.d.	n.d.	n.d.	Progetto "Lo Stadio delle Aquile" nuova struttura sportiva polifunzionale, con negozi, cinema e parcheggio (8.000 posti auto). Lo stadio avrà 55.000 posti a sedere
2007	Bologna	BO	Parco divertimenti, sportivo e stadio	Privato	500	Master plan in fase di definizione	Realizzazione di un parco divertimenti, uno acquatico, uno dell'auto, una pista per le prove su strada, un nuovo stadio del Bologna da 25mila posti
2007	Milano	MI	Villaggio sportivo e divertimento	Comune di Milano	700	Gare internazionali	Villaggio dello sport: stadio olimpico, palazzotto dello sport, attrezzature sportive di quartiere, spazi commerciali, ecc.

Fonte:elaborazioni Censis Servizi su dati Nomisma RE

3. Le associazioni sportive: trend, struttura, territorio

La rete delle associazioni sportive in Italia rappresenta, di fatto, una delle istituzioni maggiormente rappresentata sul territorio.

Il ruolo delle associazioni sportive di intercettare la domanda di sport, di avviare centinaia di migliaia di bambini, giovani e meno giovani all'attività fisica, se non sportiva nel senso più stretto del termine, merita di essere osservato con una particolare attenzione poiché le associazioni rappresentano davvero per il mondo sportivo, quello che il sistema venoso rappresenta per l'organismo umano. Con arterie più o meno ampie, alcuni piccolissimi capillari, le associazioni sportive molto spesso assolvono a molteplici funzioni sociali, dall'avviamento alla pratica all'integrazione sociale e culturale, alla trasmissione di valori e principi della convivenza civile. Purtroppo non sempre questo enorme potenziale riesce ad essere parte attiva e propositiva per gli alti compiti formativi a cui prima si accennava: le associazioni sportive possono essere anche luoghi dove non sempre si educano i più giovani ad un corretto concetto di competitività e dove le finalità sociali finiscono per costituire un valido alibi per generare piccoli business (sponsorizzazioni, redditi grigi, ecc.) sfruttando le agevolazioni fiscali di cui lo sport è destinatario.

Per scattare una fotografia più nitida di quel che oggi rappresenta il sistema degli organismi sportivi in Italia è stata realizzata dal Censis Servizi una grande indagine sulle associazioni sportive dilettantistiche iscritte al registro del CONI.

Attraverso un questionario semi-strutturato inviato via web sono state raccolte informazioni su un campione di oltre 11.000 associazioni sportive in seguito filtrato (sono stati eliminati i record incompleti) e riaggregato in due sottocampioni rispettivamente di 8.500 associazioni affiliate sia a Federazioni Sportive Nazionali che ad Enti di Promozione Sportiva e 2060 associazioni affiliate unicamente ad Enti di Promozione Sportiva.

Il report che segue dà conto dei principali risultati scaturiti dall'indagine. I commenti sono riferiti, salvo diversa indicazione, al campione più ampio costituito dalle 8500 associazioni sportive affiliate almeno ad una Federazione Sportiva Nazionale/Disciplina Associata ed eventualmente ad un Ente di Promozione Sportiva.

3.1 La struttura territoriale

Dal primo sottocampione estratto – circa 8.500 associazioni sportive affiliate a Federazioni Sportive Nazionali/Discipline Associate ed Enti di Promozione Sportiva – è possibile tracciare un quadro, a livello territoriale, delle strutture associative.

Più diffuse nel Nord del Paese (oltre il 55% dei rispondenti appartiene a regioni settentrionali), le associazioni sportive si distribuiscono sul territorio con una discreta presenza anche nelle altre ripartizioni geografiche con il Sud e Isole che "pesa" per circa un quarto del campione (Tab. 3.1).

Tab 3.1 - Associazioni sportive per ripartizione geografica: valori assoluti

Ripartizione geografica	v.a.	Val. %
Nord Ovest	2563	30,2
Nord Est	2227	26,2
Centro	1608	18,9
Sud e Isole	2099	24,7
Totale	8497	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

La maggior parte delle associazioni vede la propria costituzione nel periodo che va dal 1976 al 2000 mentre nel Sud e Isole si assiste ad un incremento notevole delle associazioni sportive negli ultimi anni. Oltre un terzo risulta, infatti, costituitosi nel periodo 2001-2008 contro una media nazionale del 30,8% e il 24,9% del Nord Est (Tab. 3.2).

Indice di una maggiore vivacità dell'associazionismo nel meridione che, probabilmente, va ascritto alla necessità del Mezzogiorno di recuperare un gap con il resto del Paese poiché, al 1975, le associazioni costituite nel meridione erano solo il 12,1 contro una media nazionale del 21,7% e il 27,7% del Nord Est.

La struttura societaria delle compagini è in larga parte di tipo dilettantistico senza personalità giuridica (associazioni semplici) mentre solo l'11,5% dichiara di essersi costituita con personalità giuridica (che consiste nell'avere il diritto all'esercizio della capacità giuridica espressamente richiesta, ad esempio, per ottenere finanziamenti). Rare le associazioni sportive dilettantistiche che si sono costituite nella forma di società di capitali – meno del 2% - a testimonianza di una struttura societaria di tipo elementare (Tab. 3.3).

Tab. 3.2 – Distribuzione delle società per anno di costituzione e grandi ripartizioni territoriali (valori %)

Anno di costituzione	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Media Italia
fino al 1950	6,6%	6,5%	4,0%	1,4%	4,8
dal 1951 al 1975	18,8%	21,2%	15,8%	10,7%	16,9
dal 1976 al 2000	46,3%	47,4%	46,6%	49,7%	47,5
dal 2001 al 2008	28,3%	24,9%	33,6%	38,2%	30,8
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Tab. 3.3 – Distribuzione delle società per forma giuridica (valori %)

Tipologia	Val.%
Associazione sportiva dilettantistica senza personalità giuridica	86,6
Associazione sportiva dilettantistica con personalità giuridica	11,5
Società di capitali	1,9
Totale	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

3.2 Le affiliazioni

Il sistema delle affiliazioni alle Federazioni Sportive Nazionali ed alle Discipline Associate evidenziato dal sondaggio, mostra che ogni associazione sportiva è affiliata, mediamente, ad 1,15 tra Federazioni e Dsa. Il 90% circa ha una sola affiliazione mentre nella classe 2-3 affiliazioni ricade l'8,3% delle associazioni e solo 1 associazione su cento ne conta più di tre (Tab. 3.4).

Tab. 3.4 – Distribuzione delle società per numero di affiliazioni (valori %)

Numero di affiliazioni FSN/DSA	Val%
1 affiliazione	90,6
2-3 affiliazioni	8,3
oltre 3 affiliazioni	1,1
Totale	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Il 28,7% delle associazioni del campione di 8.500 organismi sportivi è associato, oltre che ad una Federazione o Dsa, anche ad un Ente di Promozione Sportiva (Tab. 3.5)

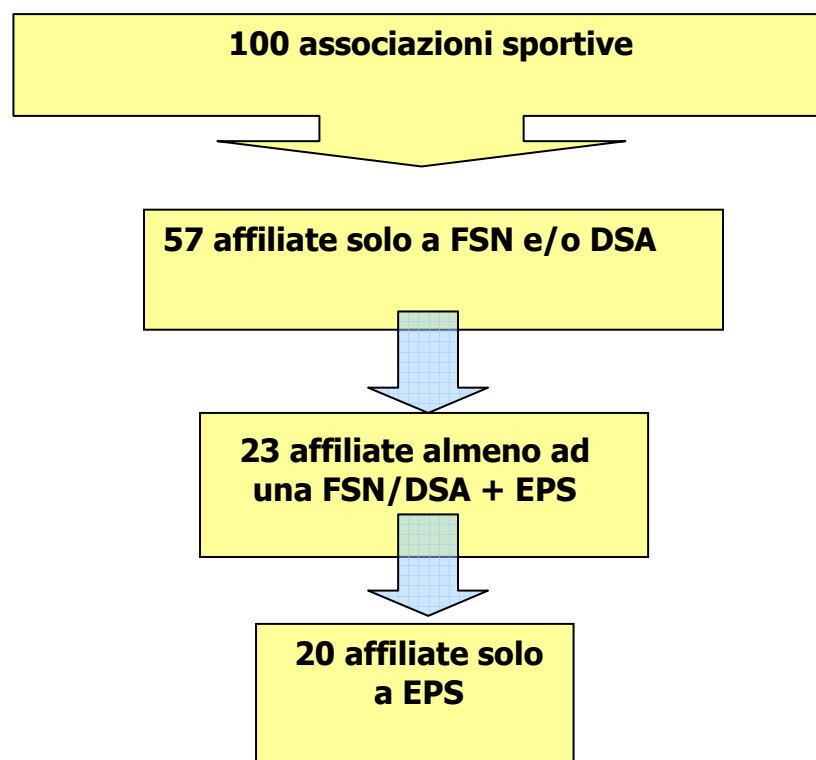
Tab. 3.5 – Distribuzione delle società per affiliazioni a FSN e EPS (valori %)

Affiliazioni EPS	Organismi sportivi affiliati a FSN/DSA (val.%)
0	71,2
1	25,1
2	3,2
3	0,3
4	0,1

Fonte: Censis Servizi, 2008

Volendo rappresentare in un quadro sinottico la situazione complessiva delle associazioni sportive dilettantistiche che hanno partecipato all'indagine (**8500 affiliate a FSN/DSA + EPS e 2060 affiliate solo a EPS**) in relazione alle affiliazioni presso strutture dello sport organizzato, si può fare riferimento alla seguente figura 3.1

Fig. 3.1 - La distribuzione del campione di associazioni sportive per livello di affiliazione



3.3 Tesserati e volontari

All'interno degli 8500 organismi sportivi del campione agiscono, in forma di tesserati o non tesserati, circa 142.000 addetti che ricoprono una serie di funzioni. Per tutte le categorie di addetti la quota dei tesserati risulta maggiormente rappresentata rispetto a quella dei non tesserati: in particolare si può osservare (Tab. 3.6) che, in media, ogni associazione sportiva sia costituita da 8,3 dirigenti di cui 7,2 tesserati e 1,1 non tesserati. La figura del dirigente è quella che risulta essere più numerosa seguita dai tecnici, addetti alle funzioni di segreteria, manutenzione ed altre tipologie di addetti (Tab. 3.7).

Tab. 3.6 – Tesserati e non tesserati negli organismi sportivi.

Numero medio per tipologia di addetti

Tipologia addetti	tesserati	non tesserati
Dirigenti	7,2	1,1
Tecnici	4,3	0,7
Add. Segreteria	1,0	0,3
Manutenzione	0,7	0,4
Altro	0,8	0,2

Fonte: Censis Servizi, 2008

Tab. 3.7 - Quota del personale all'interno delle associazioni sportive (val.%)

Dirigenti	49,8
Tecnici	30,2
Add. Segreteria	7,4
Manutenzione	6,7
Altro	5,9
Totale	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Il fenomeno più rilevante dell'esito dell'indagine sugli aspetti relativi al personale addetto è rappresentato dall'alta quota di volontari, soggetti cioè che prestano la propria opera o a titolo completamente gratuito o ricevendo un compenso sotto forma di rimborso spese nei limiti di 7.500 euro annui, come previsto dalle norme vigenti.

Come si può vedere dalla tabella sottostante (Tab. 3.8), su 100 addetti presenti in un'associazione sportiva più di 85 risultano appartenere alla categoria dei volontari. Anche in questo caso la quota più elevata si registra tra i dirigenti dove i non volontari rappresentano solo il 6% sul totale.

La figura dove invece è maggiore la quota di addetti retribuiti è quella dei tecnici (allenatori, istruttori, ecc.) con 30 retribuiti su 100 addetti in complesso.

La questione del volontariato all'interno delle strutture organizzative dello sport (non solo associazioni sportive ma anche federazioni, comitati territoriali ed altri enti intermedi) è nota ed ha da sempre caratterizzato lo sport italiano rappresentando sicuramente un positivo fenomeno di passione civile ma anche un vincolo allo sviluppo di un approccio professionale necessario nell'affrontare tematiche complesse che riguardano non solo gli aspetti tecnici ma culturali e psicologici (si pensi, ad esempio, al delicato tema dell'avviamento allo sport dei soggetti più giovani per i quali oltre all'insegnamento dei fondamentali tecnici bisogna ragionare di aspetti afferenti alla crescita, alla maturazione, all'orientamento, ai rapporti con la famiglia, ecc.).

Tab. 3.8 – Il volontariato negli organismi sportivi. val.% per tipologia di addetti

Tipologia addetti	% volontari
Dirigenti	94,0
Tecnici	69,3
Add. Segreteria	80,7
Manutenzione	74,3
Altro	84,1
Totale	85,6

Fonte: Censis Servizi, 2008

In termini di impegno e di carichi di lavoro l'indagine ha privilegiato l'osservazione delle ore di lavoro degli addetti volontari che, come sottolineato in precedenza, costituiscono la maggioranza degli addetti all'interno delle associazioni sportive.

Il numero medio di ore lavorate settimanalmente (Tab. 3.9) risulta maggiore per i tecnici – poco meno di 38 – e per chi si occupa di mansioni di tipo amministrativo e segretariato – circa 30 – mentre l'impegno dei dirigenti appare più diluito.

Tab. 3.9 – N° medio ore settimanali di lavoro volontario

Tipologia addetti (volontari)	N° medio ore
Dirigenti	2,9
Tecnici	37,6
Add. Segreteria	29,7
Manutenzione	9,1
Altro	2,8

Fonte: Censis Servizi, 2008

3.4 L'attività sportiva

Tra le 8.500 associazioni del campione circa il 26% dichiara di gestire un centro CAS (Centro di Avviamento allo Sport) con poco più di 200 mila iscritti (Tab. 3.10) con una percentuale maggiore di iscritti maschi.

**Tab. 3.10 - Società sportive che organizzano CAS e distribuzione degli iscritti
(valori assoluti e valori %)**

Rilevazione campione	V.A.	Val. %
ASD con centri CAS	2.432	26,87
Iscritti maschi	122.600	61,2
Iscritti femmine	77.628	38,8
Totali	200.228	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Dal campione si rileva, inoltre, che i praticanti delle associazioni sportive iscritti almeno ad una federazione sportiva nazionale e/o ad una disciplina associata sono oltre 550 mila; in questo caso la quota "rosa" è del 43,7% (Tab. 3.11).

Tab. 3.11 – Tesserati per genere (valori assoluti e valori %)

Tesserati FSN+DSA	V.A.	Val. %
Iscritti maschi	313.051	56,3
Iscritti femmine	242.506	43,7
Totali	555.557	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Risulta significativo che su 100 iscritti presso le associazioni sportive 41 appartengano alla classe d'età 11-14 anni (Tab. 3.12). Va dunque sottolineata, ancora una volta, l'importanza del ruolo degli organismi sportivi come scuole di sport che costituiscono lo sbocco naturale per le famiglie che intendano avviare alla pratica sportiva i propri figli. Proprio per questo nesso tra pratica sportiva dei giovanissimi ed approdo alle associazioni sportive è necessario, come già espresso in precedenza, che si sviluppi un percorso di attenzione alle esigenze dei praticanti più giovani, alle loro fasi di crescita e maturazione.

Progressivamente all'aumento dell'età diminuisce la quota percentuale di iscritti tesserati per stabilizzarsi intorno alla quota del 18-19% tra gli ultra ventenni siano essi agonisti che praticanti a livello amatoriale.

Tab. 3.12 – Tesserati per classe di età e livello (valori %)

Età	Val. %
11-14 anni	40,9
15-19 anni	21,4
20 anni e oltre (agonisti)	18,8
20 anni e oltre (amatori)	18,9
Totali	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

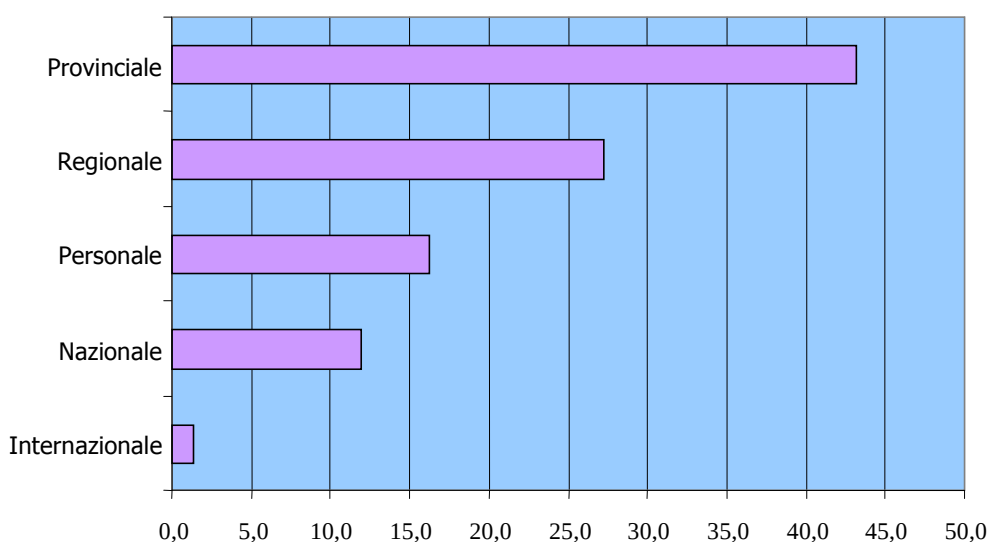
E' possibile, utilizzando i dati provenienti dal sondaggio, fornire un'altra chiave interpretativa relativamente alla pratica agita territorialmente (Graf. 3.1).

La maggioranza relativa dei tesserati si muove all'interno dei confini provinciali ma un quarto dei praticanti allarga gli orizzonti della propria attività – partecipazione a manifestazioni, tornei, gare, campionati – a scala regionale.

Una quota di poco superiore al 15% è invece praticante a livello personale, includendo in questa categoria coloro i quali svolgono un'attività che non prevede la partecipazione a gare o che svolgono un'attività agonistica poco rilevante.

Circa il 13%, infine, realizza la propria partecipazione sportiva a carattere nazionale ed internazionale.

Graf. 3.1 – Tesserati alle FSN e/o DSA per livello territoriale di pratica (val.%)



Fonte: Censis Servizi, 2008

Come si può notare quindi la pratica sportiva innesca una serie di relazioni territoriali – oggetto del prossimo paragrafo - che dai confini di prossimità si allarga, concentricamente, verso dimensioni distrettuali più ampie generando non solo turismo sportivo ma animazione territoriale e relazioni economiche a diversa scala.

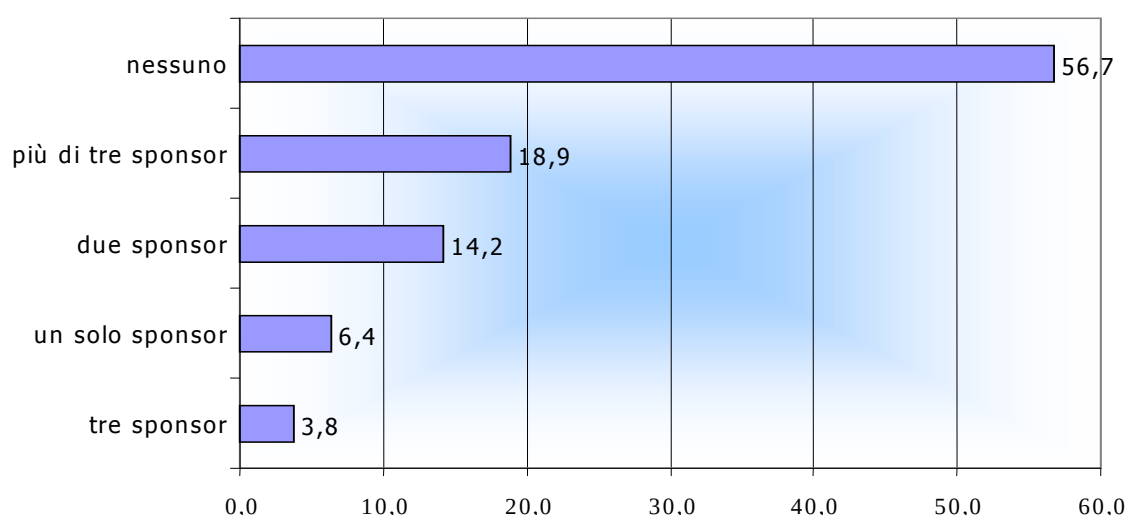
3.5 Dimensioni economiche e sponsorizzazioni

Non solo grandi eventi o importanti operazioni di marketing territoriale attraverso lo sport. Anche le organizzazioni sportive oggetto d'indagine – ricordiamo che si tratta di associazioni sportive dilettantistiche – costruiscono, a scala diversa, una serie di legami con il territorio in cui operano: dalle pratiche di sponsorizzazione e micro sponsorizzazione, alla promozione e partecipazione di eventi con il mondo della scuola, delle organizzazioni sociali preposte ai progetti di integrazione culturale, ai progetti finalizzati per il recupero all'attività fisica per la terza età, alla lotta al doping, ecc.

Dal sondaggio emerge che, nel 2007, le associazioni sportive che hanno inviato il questionario, hanno contratto oltre 41.000 sponsorizzazioni; in pratica si possono stimare, prudenzialmente, circa 5 sponsorizzazioni per ogni associazione sportiva. Certamente si tratta di sponsorizzazioni per importi molto variabili: si va dalle poche centinaia di euro ad importi più consistenti. In alcuni casi si tratta non di vere e proprie sponsorizzazioni ma di azioni di comunicazione anche minute (inserzioni, apposizioni di striscioni nell'impianto, ecc.).

Di fatto circa 43 associazioni sportive su 100 hanno dichiarato di avere almeno una sponsorizzazione tecnica o commerciale (Graf. 3.2) con poco meno di 2 su 10 che raccolgono più di tre sponsor.

**Graf.3.2 – Associazioni sportive sponsorizzate per numero di sponsor
(tecnico + commerciale – Val. %)**

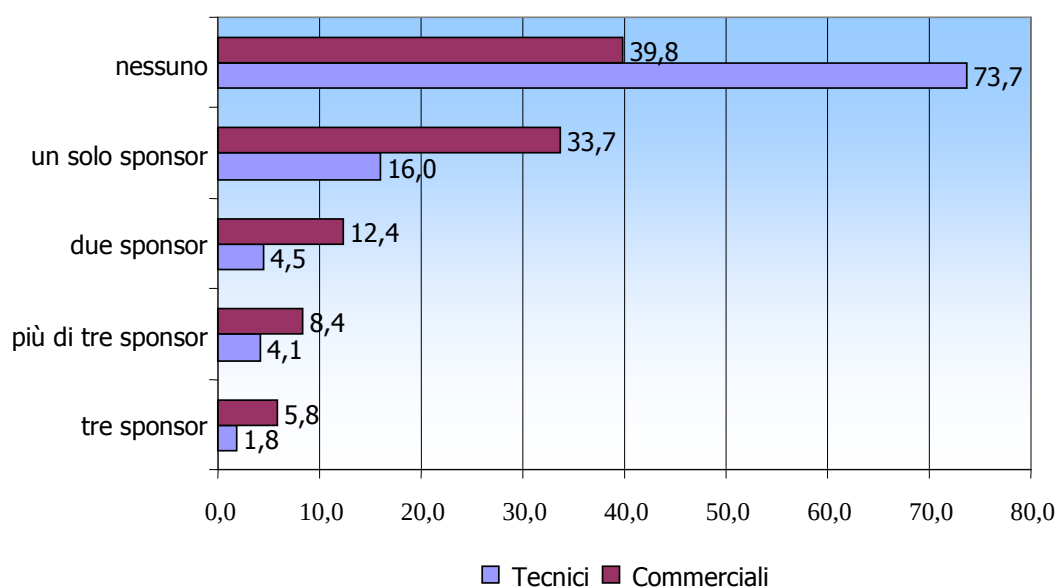


Fonte: Censis Servizi, 2008

In dettaglio si può osservare (Graf. 3.3), che le sponsorizzazioni commerciali superano quelle tecniche (fornitura di materiale sportivo) con un rapporto circa di uno a quattro.

Le associazioni sportive con almeno uno sponsor commerciale risultano essere una su tre mentre con almeno uno sponsor tecnico salgono ad un rapporto di uno a sei. Anche tra chi dichiara di avere due, tre o più di tre sponsor, il rapporto è sempre favorevole agli sponsor commerciali.

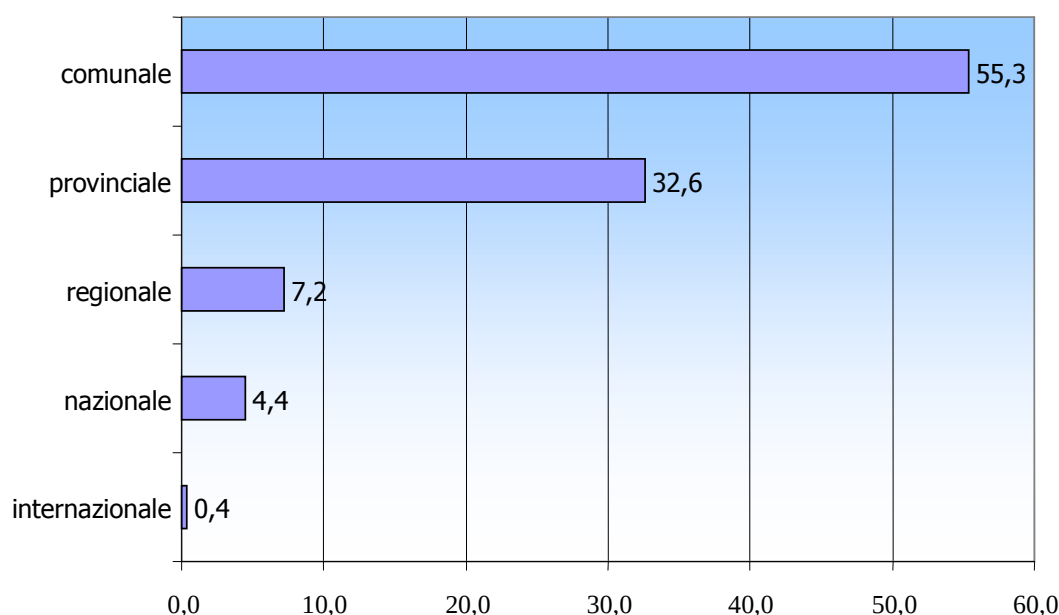
Graf. 3.3 – Associazioni sportive e sponsorizzate per numero e tipologia di sponsor (val. %)



Sempre in tema di sponsorizzazioni e del rapporto tra associazioni sportive ed il contesto territoriale in cui agiscono, è interessante notare l'ambito territoriale di provenienza delle sponsorizzazioni (Graf. 3.4).

Distribuendo le oltre 41.000 sponsorizzazioni dichiarate dalle associazioni sportive appartenenti al campione, si ottengono i seguenti risultati: più di una sponsorizzazione su due proviene da aziende/esercizi commerciali che si collocano all'interno dei confini comunali; il 32% proviene invece, da sponsor di ambito provinciale mentre le restanti sponsorizzazioni provengono da aziende regionali – il 7% - nazionali – poco più di 4 su 100 – ed una quota marginale da ambiti internazionali.

Graf. 3.4 – Ambito territoriale di provenienza delle sponsorizzazioni



Fonte: Censis Servizi, 2008

Analizzando gli stessi dati a scala di ripartizione geografica (Tab. 3.13) non si notano differenze sostanziali ad eccezione della quota di sponsorizzazioni in ambito comunale che mostrano quote minori nel Nord Ovest rispetto al Sud e Isole (circa 16 punti di differenza) ma anche rispetto al Nord Est e Centro. Al contrario l'ambito provinciale, più pronunciato nel Nord Est con valori sopra la media nazionale. Un breve accenno, infine, al dato delle sponsorizzazioni in ambito regionale fatto registrare dal mezzogiorno dove, probabilmente, la quota leggermente più elevata è dovuta ai contributi sotto forma di sponsorizzazioni erogati dalle regioni a statuto speciale Sicilia e Sardegna.

Tab. 3.13 – Ambito di provenienza territoriale degli sponsor

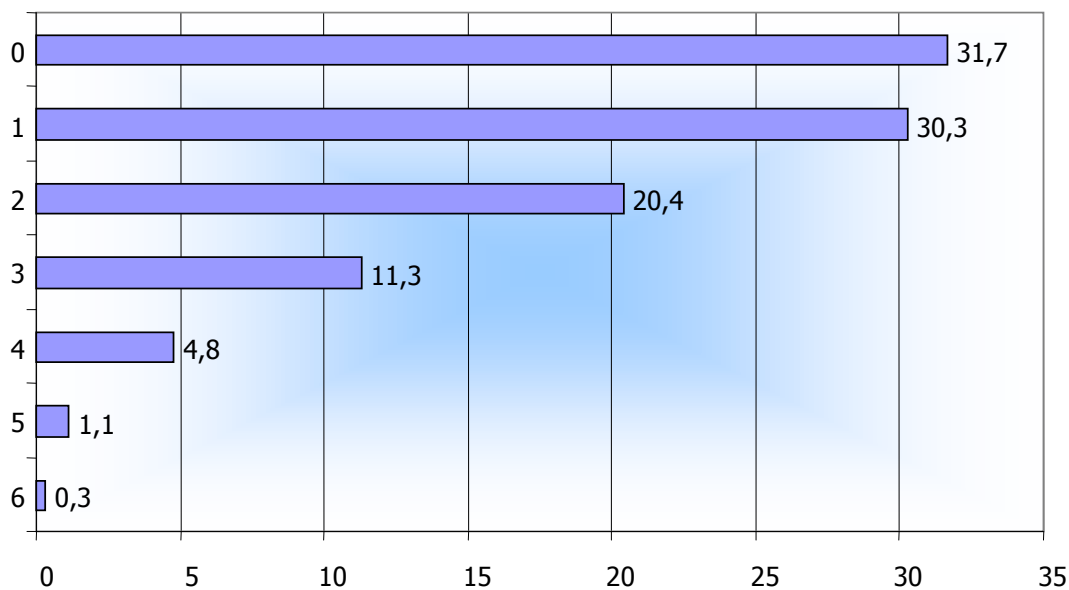
Ripartizione Geografica	Comunale	Provinciale	Regionale	Nazionale	Internazionale	Totale
Nord-ovest	48,7	38,8	7,8	4,3	0,5	100,0
Nord-est	55,2	33,8	6,2	4,3	0,5	100,0
Centro	59,3	27,2	7,7	5,3	0,5	100,0
Sud + isole	64,0	23,8	8,1	4,0	0,2	100,0
Media	55,3	32,6	7,2	4,4	0,4	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Oltre allo strumento delle sponsorizzazioni, le associazioni sportive raccolgono risorse attraverso contributi sia da Enti Locali che da privati e, in tempi recenti, dalla fiscalità generale.

In complesso risulta che poco meno di 7 associazioni sportive su 10 ricevano una qualche forma di contributo con un 17% che riceve tre o più tipologie di contributo annuo (Graf. 3.5).

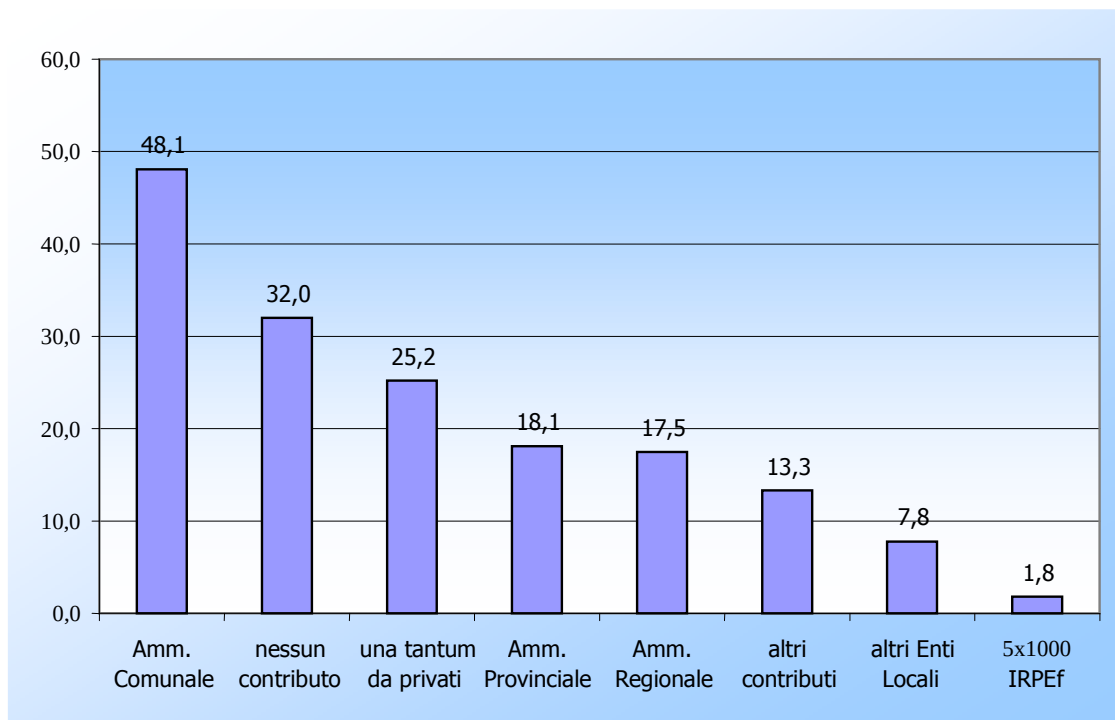
Graf. 3.5 – Associazioni sportive per numero di contributi ricevuti (val.%)



Fonte: Censis Servizi, 2008

In dettaglio si può osservare che l'apporto delle amministrazioni comunali risulta più rilevante rispetto a quello delle altre amministrazioni locali. Da sottolineare il dato "contributi/donazioni una tantum da privati" che riguarda 1 associazione su 4. Ancora poco diffusa la pratica di autofinanziamento attraverso il 5x1000 dell'Irpef dovuto probabilmente anche ad un eccesso o ad una non conoscenza delle pratiche burocratiche necessarie (Graf. 3.6).

Graf. 3.6 – Contributi ricevuti (val. %)



Fonte: Censis Servizi, 2008

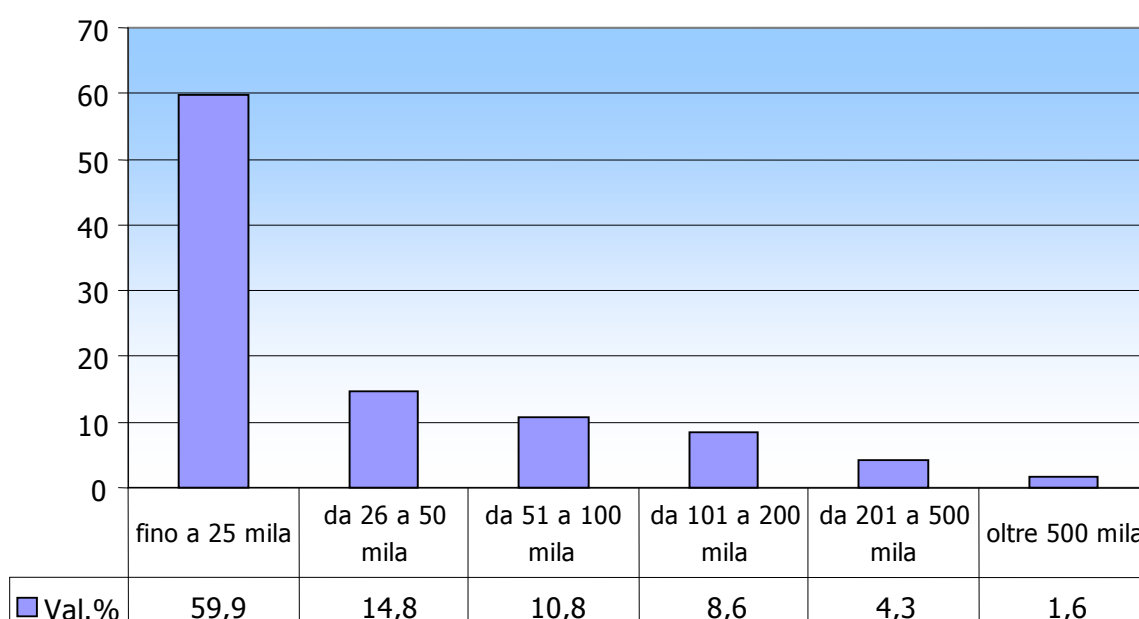
Sebbene, per non rendere gravoso il questionario e pregiudicare il tasso di rientro delle risposte non sia stato rilevato il valore economico relativo a sponsorizzazioni e contributi ricevuti, è ipotizzabile che le dimensioni finanziarie di tali interventi sia spesso di modesta entità.

Un indicatore indiretto può essere individuato nei volumi delle entrate complessive delle associazioni sportive (Graf. 3.7).

Come si può osservare la maggioranza assoluta delle associazioni sportive (6 su 10) ricade nella classe di entrate più bassa – fino a 25 mila euro.

Nello scaglione tra i 26-50 mila euro si colloca il 14,8 dei rispondenti ed una quota analoga dichiara entrate superiori a 100 mila euro mentre 10 associazioni su 100 si ritrova nella classe di entrate intermedia, ovvero tra i 50 mila ed i 100 mila euro .

Graf. 3.7 – Dimensione economica delle associazioni sportive (classi in val. %)



Fonte: Censis Servizi, 2008

Incrociando i dati delle classi d'entrata per la ripartizione geografica si evidenziano gli squilibri tra il Mezzogiorno e le altre regioni del Paese.

La quota delle associazioni sportive con entrate fino a 25 mila euro è marcatamente sopra la media nelle regioni meridionali mentre quelle centrali fanno registrare percentuali più elevate della media sia per la classe d'entrata da 201 a 500 mila euro sia per quella che riguarda associazioni che superano i 500 mila euro (Tab. 3.14).

Tab. 3.14 – Dimensione economica delle associazioni per ripartizione geografica (val. %)

Ripartizione geografica	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud + isole	Media
Classi di entrata (in euro)	Val. %	Val. %	Val. %	Val. %	Val. %
fino a 25 mila	59,2	50,5	49,5	78,6	59,9
da 26 a 50 mila	15,5	17,4	16,5	10,0	14,8
da 51 a 100 mila	11,3	13,2	13,6	5,5	10,8
da 101 a 200 mila	8,1	12,1	11,1	3,6	8,6
da 201 a 500 mila	4,0	5,0	7,3	1,6	4,3
oltre 500 mila	1,9	1,9	2,1	0,7	1,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Complessivamente si ha, però, la sostanziale conferma che la base costituente il movimento associativo sportivo in Italia si configuri, al pari della maggioranza delle aziende appartenenti anche ad altri settori del Paese, su una dimensione ridotta in cui alcuni volontari portano avanti il compito di offrire un punto di riferimento per la pratica sportiva soprattutto per i più giovani.

Appare dunque necessario ricercare anche le altre funzioni che animano le associazioni sportive prescindendo dalla natura economica che, come visto, risulta essere marginale ad eccezione di quanto avviene per organismi diversamente strutturati e, in alcuni casi, per un uso disinvolto delle agevolazioni fiscali.

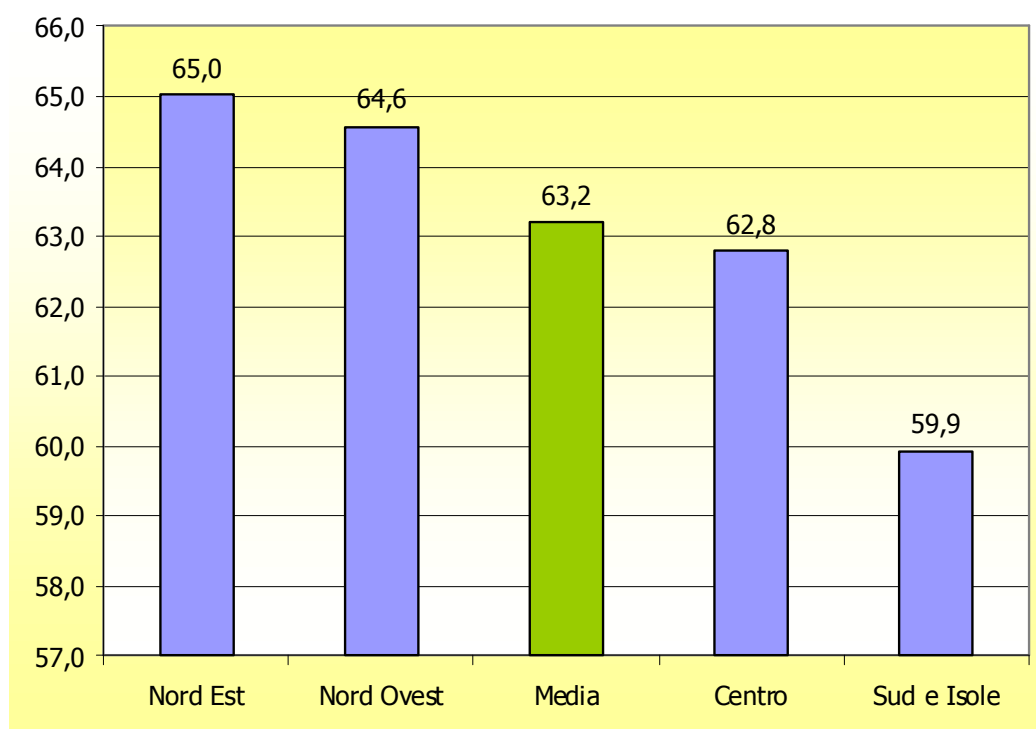
3.6 Le relazioni sociali con il territorio

A questo proposito sono state rilevate le iniziative portate avanti dalle associazioni sportive in campo sociale intendendo con tale termine non solo i progetti finalizzati alle categorie svantaggiate e/o tutelate ma anche le azioni orientate alla salvaguardia del benessere e della salute come la lotta al doping, i progetti per la corretta alimentazione, la promozione di turismo sportivo, ecc.

Dall'analisi dei dati raccolti risulta che in media ogni associazione sportiva ha realizzato 1,5 iniziative e partecipato (organizzate da altri) a 0,8 mentre sul totale del campione, il 63% dei rispondenti dichiara di avere realizzato almeno un'iniziativa. La percentuale delle associazioni attive in tema di progetti sociali scende al 41% per le iniziative partecipate.

La lettura per ripartizione geografica della percentuale di associazioni sportive che hanno realizzato almeno un progetto di carattere sociale, evidenzia un maggiore dinamismo delle regioni del Nord rispetto a quelle centrali e meridionali (Graf. 3.8).

Graf. 3.8 – Associazioni sportive che hanno realizzato iniziative di carattere sociale per ripartizione geografica (val. %)



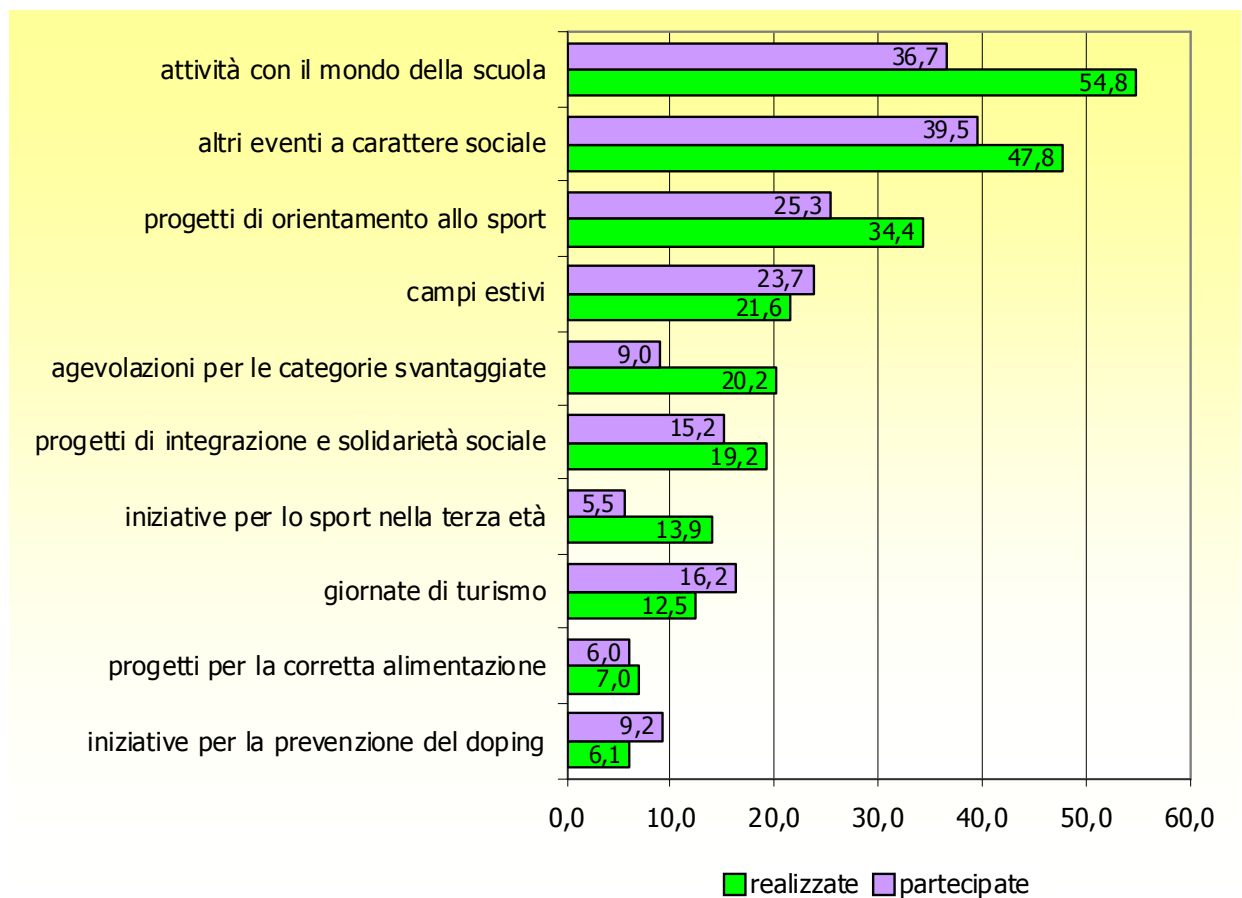
Fonte: Censis Servizi, 2008

Tali dati rappresentano comunque una ulteriore riprova delle articolate relazioni territoriali poste in essere dagli organismi di base, che possono essere comprese in maniera più approfondita leggendo con attenzione le tipologie e le frequenze delle iniziative avviate.

Come è possibile rilevare dal grafico seguente (Graf. 3.9) i progetti realizzati con maggiore frequenza sono stati, nel corso del 2007, quelli attivati con il mondo della scuola seguiti da altri eventi a carattere sociale e dai progetti di orientamento. La gerarchia si inverte per le iniziative partecipate dove le uniche tre voci con una quota maggiore alle iniziative realizzate direttamente dall'associazione sportiva, riguardano i campi estivi, le giornate di turismo sportivo e le iniziative per la prevenzione del doping a cui ha partecipato il 9,2 delle associazioni mentre la quota di chi ha realizzato direttamente tale iniziativa scende al 6,1%.

Proprio questo dato potrebbe rappresentare un aspetto critico dell'impegno degli organismi di base anche in considerazione dell'alto pericolo avvertito da tutti gli operatori dello sport – responsabili delle associazioni sportive comprese – nei confronti della minaccia del doping anche tra i praticanti amatoriali.

Graf. 3.9 – Iniziative sociali delle associazioni sportive (val. %)



Fonte: Censis Servizi, 2008

Anche analizzando i dati sulla base delle ripartizioni geografiche la quota di iniziative per la prevenzione del doping rimane stabilmente quella più bassa insieme ai progetti per la corretta alimentazione, altro importante tema di allarme sociale delle società industrializzate su cui pesa il rischio di un grave problema di obesità diffusa (Tab. 3.15).

Tab. 3.15 – Iniziative realizzate per ripartizioni territoriali (val. %)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Media
Attività con il mondo della scuola	57,6	57,3	53,5	49,4	54,8
Altri eventi a carattere sociale	44,5	46,3	48,9	52,8	47,8
Progetti di orientamento allo sport	35,8	36,6	33,5	30,5	34,4
Campi estivi	21,1	25,9	24,0	15,1	21,6
Agevolazioni per le categorie svantaggiate	18,5	17,9	25,8	20,5	20,2
Progetti di integrazione e solidarietà sociale	16,8	17,3	23,9	21,0	19,2
Iniziative per lo sport nella terza età	14,2	14,1	16,8	11,1	13,9
Giornate di turismo	12,9	12,9	13,9	10,3	12,5
Progetti per la corretta alimentazione	6,8	7,1	7,0	7,2	7,0
Iniziative per la prevenzione del doping	6,6	6,5	5,5	5,6	6,1

Fonte: Censis Servizi, 2008

3.7 L'impiantistica sportiva e i servizi connessi

In media ogni associazione sportiva dispone di **1,6 – 1,7** spazi sportivi per lo svolgimento dell'attività. La maggior parte degli impianti è utilizzato in affitto (38,3%) o in affidamento in gestione con spese di funzionamento a carico dell'associazione (23,7%). Solo il 5,4% risulta essere di proprietà dell'associazione (Tab. 3.16).

Tab. 3.16 – Gli impianti delle associazioni sportive per modalità di gestione

Titolo di utilizzo	Val. %
Proprietà	5,4
Concessione a titolo gratuito	21,8
In affidamento	23,7
In affitto	38,3
Altro	10,8
Totale	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Il numero medio di utilizzo settimanale degli impianti raggiunge le 16 ore con medie più elevate per gli impianti in affidamento – oltre le 22 ore – e di proprietà – 18 ore – (Tab. 3.17)

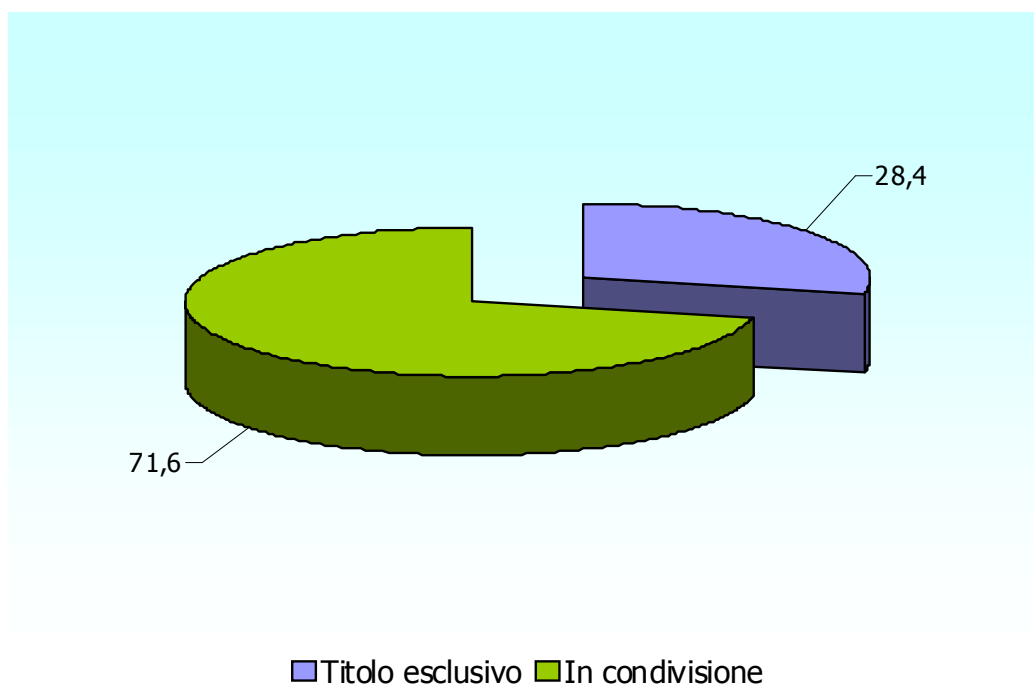
Tab. 3.17 – Numero medio di ore settimanali di utilizzo degli impianti per titolo di utilizzo

Titolo di utilizzo	N° medio ore di utilizzo
Proprietà	18,16
Concessione a titolo gratuito	14,04
In affidamento	22,66
In affitto	14,04
Altro	13,66
Totale	16,27

Fonte: Censis Servizi, 2008

La maggioranza assoluta degli impianti è utilizzata in condivisione con altri utenti (7 su 10) mentre i restanti sono impegnati a titolo esclusivo dall'associazione (Graf. 3.10)

Graf. 3.10 – Modalità di utilizzo degli impianti sportivi (val. %)



Fonte: Censis Servizi, 2008

E' stato chiesto agli intervistati di specificare se all'interno degli impianti sportivi adoperati per lo svolgimento dell'attività sussistessero alcune funzioni di servizio quali la disponibilità di spazi adibiti a bar/ristoro e spazi per la vendita/noleggio di attrezzature e abbigliamento sportivo.

Il 21% dei rispondenti ha dichiarato la presenza di servizi di bar/ristoro all'interno delle strutture per la pratica di cui il 45% gestiti direttamente dall'organismo sportivo ed il restante 55% da terzi; la disponibilità di punti vendita/noleggio di attrezzature ed abbigliamento sportivo è segnalata da poco più del 5% degli intervistati ma in questo caso la gestione in proprio dell'attività si verifica in 7 casi su 10.

3.8 *Gli obiettivi ed i vincoli degli organismi sportivi*

Una sezione del questionario d'indagine è stata dedicata all'ascolto degli intervistati riguardo i fattori di successo ed i vincoli dell'attività delle associazioni sportive.

In relazione all'importanza attribuita al raggiungimento di obiettivi necessari per il conseguimento del successo delle associazioni, gli intervistati pongono al primo posto l'incremento dell'attività di base e, a seguire, il reperimento di nuove forme di finanziamento. La vocazione prevalentemente sportiva in senso stretto – decoubertiniano – espressa dalle associazioni sportive, può essere dedotta dalla minore importanza attribuita al miglioramento dei risultati agonistici (Tab. 3.18).

**Tab. 3.18 – Importanza degli obiettivi strategici
per il successo delle associazioni sportive
(punteggi medi: 1=obiettivo poco importante; 10= obiettivo molto importante)**

Obiettivi	Punteggio medio
Incrementare l'attività di base	8,72
Trovare nuove forme di finanziamento	8,27
Migliorare il grado di qualificazioni di istruttori e tecnici	8,12
Ridurre i costi gestione	8,03
Incrementare il numero di sponsor	7,89
Altro	7,87
Migliorare il livello qualitativo dei corsi	7,82
Usufruire impianti/turni allenamento migliori	7,41
Incrementare l'attività agonistica	6,92
Migliorare i risultati agonistici	6,84

Fonte: Censis Servizi, 2008

Si può osservare che tutti gli obiettivi enunciati realizzano punteggi medi elevati, ovvero sopra il punteggio di 5,5 che può essere considerato il limite inferiore per considerare l'importanza di un obiettivo. La declinazione del dato sia per ripartizione geografica che per dimensione economica delle associazioni sportive (Tabb. 3.19 e 3.20) conferma l'espressione di un comune sentire da parte degli intervistati indipendentemente dalla collocazione geografica e dalla capacità economica degli organismi sportivi.

Anche in tema di ricerca di nuovi canali di finanziamento i punteggi medi registrati risultano molto simili come del resto le gerarchie degli obiettivi.

Tab. 3.19 –Importanza degli obiettivi strategici per il successo delle associazioni sportive per ripartizione geografica (punteggi medi: 1=obiettivo poco importante; 10= obiettivo molto importante)

Obiettivi	Punteggi medi				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud + isole	Media
Incrementare l'attività di base	8,66	8,57	8,79	8,90	8,72
Trovare nuove forme di finanziamento	8,10	8,14	8,23	8,63	8,27
Migliorare il grado di qualificazioni di istruttori e tecnici	7,96	7,85	8,24	8,50	8,12
Ridurre i costi gestione	7,91	7,85	8,07	8,33	8,03
Incrementare il numero di sponsor	7,64	7,68	7,88	8,42	7,89
Altro	7,72	7,59	7,72	8,37	7,87
Migliorare il livello qualitativo dei corsi	7,69	7,51	7,99	8,17	7,82
Usufruire di impianti/turni allenamento migliori	7,09	7,06	7,38	8,19	7,41
Incrementare l'attività agonistica	6,72	6,62	6,94	7,47	6,92
Migliorare i risultati agonistici	6,58	6,56	6,84	7,45	6,84

Fonte: Censis Servizi, 2008

**Tab. 3.20 – Importanza degli obiettivi strategici
per il successo delle associazioni sportive per classe di entrate in euro
(punteggi medi: 1=obiettivo poco importante; 10= obiettivo molto importante)**

Obiettivi	Punteggi medi						Media
	fino a 25mila	da 26 a 50mila	da 51 a 100mila	da 101 a 200mila	da 201 a 500mila	oltre 500mila	
Incrementare l'attività di base	8,56	8,85	9,05	8,97	8,91	9,27	8,72
Trovare nuove forme di finanziamento	8,08	8,42	8,61	8,67	8,69	8,17	8,27
Migliorare il grado di qualificazioni di istruttori e tecnici	7,87	8,34	8,48	8,62	8,65	8,50	8,12
Ridurre i costi gestione	7,79	8,16	8,37	8,50	8,77	8,86	8,03
Incrementare il numero di sponsor	7,76	8,00	8,11	8,18	8,21	7,58	7,89
Altro	7,79	7,68	8,33	8,15	8,41	-	7,87
Migliorare il livello qualitativo dei corsi	7,60	7,99	8,23	8,19	8,23	8,53	7,82
Usufruire di impianti/turni allenamento migliori	7,45	7,37	7,45	7,48	7,00	6,51	7,41
Incrementare l'attività agonistica	6,81	6,99	7,09	7,15	7,12	7,36	6,92
Migliorare i risultati agonistici	6,72	6,90	7,03	7,07	7,09	7,50	6,84

Fonte: Censis Servizi, 2008

I fattori ostativi e di freno allo sviluppo dell'attività sportiva trovano i rispondenti, ancora una volta compatti nell'esprimere i propri giudizi.

Come osservato nell'esposizione dei risultati sull'importanza degli obiettivi, così per gli elementi vincolanti si possono interpretare i dati come indice di una forte componente trasversale che accompagna il movimento degli organismi di base.

Il primo fattore di freno e preoccupazione è rappresentato dalla difficoltà di reperire nuovi sponsor a sostegno dell'attività. Al secondo posto come elemento di difficoltà, gli intervistati hanno indicato un altro tema correlato con la necessità di aumentare i canali di approvvigionamento finanziario per le associazioni: la scarsità di contributi/sovvenzioni pubbliche ricevuti. All'ultimo posto viene indicata la pressione fiscale, un altro tema legato alla gestione economica, che però sembra non rappresentare un limite per lo sviluppo dell'attività (Tab. 3.21).

**Tab. 3.21 – Fattori di vincolo per lo sviluppo delle associazioni sportive
(punteggi medi: 1=vincolo poco rilevante; 10= vincolo molto rilevante)**

Vincoli	Punteggio medio
Difficoltà nel reperimento sponsor	8,33
Contributi/sovvenzioni pubbliche insufficienti	8,09
Disponibilità impianti	6,63
Insufficienza disponibilità reperimento lavoro volontario	6,56
Adempimenti burocratici	6,36
Altro	6,30
Costo utilizzo impianti	6,25
Insufficiente assistenza Organi federali	5,94
Mancanza di servizi finanziari assicurativi specifici	5,52
Mancanza di atleti alto livello	5,08
Pressione fiscale	4,91

Fonte: Censis Servizi, 2008

Anche per questo dato vengono riportati i risultati degli incroci con le ripartizioni geografiche e la dimensione economica (Tabb. 3.22 e 3.23) per evidenziare il carattere trasversale - a cui prima si è accennato - in relazione a forze e debolezze dello sport di base sebbene si possano rilevare alcune differenze:

- i problemi connessi alla disponibilità degli impianti ed alla insufficienza dei contributi pubblici ottengono un punteggio più elevato tra gli intervistati appartenenti alle regioni meridionali;
- le associazioni sportive che movimentano volumi economici elevati (oltre i 200 mila euro) lamentano una maggiore pressione fiscale rispetto agli organismi sportivi che ricadono nelle classi d'entrata più basse;
- i vincoli derivanti dalla disponibilità degli impianti è inversamente proporzionale alla dimensione economica delle associazioni sportive.

**Tab. 3.22 - Fattori di vincolo per lo sviluppo delle associazioni sportive
per ripartizione geografica
(punteggi medi: 1=vincolo poco rilevante; 10= vincolo molto rilevante)**

Vincoli	Punteggi medi				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud + isole	Media
Difficoltà nel reperimento sponsor	8,18	8,25	8,33	8,62	8,33
Contributi/sovvenzioni pubbliche insufficienti	7,79	7,79	8,13	8,73	8,09
Disponibilità impianti	6,18	6,26	6,60	7,59	6,63
Insufficienza disponibilità reperimento lavoro volontario	6,40	6,81	6,53	6,52	6,56
Adempimenti burocratici	6,30	6,46	6,14	6,49	6,36
Altro	6,11	6,31	6,14	6,63	6,30
Costo utilizzo impianti	6,18	6,10	6,46	6,34	6,25
Insufficiente assistenza Organi federali	5,78	5,84	6,13	6,11	5,94
Mancanza di servizi finanziari assicurativi specifici	5,22	5,38	5,59	5,99	5,52
Mancanza di atleti alto livello	4,75	4,84	5,04	5,77	5,08
Pressione fiscale	4,74	5,01	4,95	5,00	4,91

Fonte: Censis Servizi, 2008

**Tab. 3.23 - Fattori di vincolo per lo sviluppo
delle associazioni sportive per classe di entrate in euro
(punteggi medi: 1=vincolo poco rilevante; 10= vincolo molto rilevante)**

Vincoli	Punteggi medi						
	fino a 25mila	da 26 a 50mila	da 51 a 100mila	da 101 a 200mila	da 201 a 500mila	oltre 500mila	Media
Difficoltà nel reperimento sponsor	8,24	8,53	8,49	8,56	8,43	7,57	8,33
Contributi/sovvenzioni pubbliche insufficienti	8,04	8,21	8,25	8,06	8,12	7,57	8,09
Disponibilità impianti	6,85	6,45	6,34	6,43	5,94	4,88	6,63
Insufficienza disponibilità reperimento lavoro volontario	6,34	6,92	6,92	6,90	7,18	5,58	6,56
Adempimenti burocratici	6,24	6,35	6,58	6,60	6,76	6,89	6,36
Altro	6,12	6,01	7,21	6,47	7,42	5,50	6,30
Costo utilizzo impianti	6,11	6,29	6,50	6,62	6,70	6,24	6,25
Insufficiente assistenza Organi federali	5,89	6,08	6,14	5,96	5,99	5,15	5,94
Mancanza di servizi finanziari assicurativi specifici	5,44	5,60	5,65	5,71	5,88	5,13	5,52
Mancanza di atleti alto livello	5,06	5,17	5,14	5,12	4,99	5,00	5,08
Pressione fiscale	4,57	5,07	5,37	5,60	6,06	6,55	4,91

Fonte: Censis Servizi, 2008

3.9 Le questioni aperte

Le trasformazioni socio-economiche, le mutazioni demografiche, l'evoluzione della domanda, la diffusione dello sport per tutti, l'utilizzo del tempo libero dei cittadini che sempre più manifestano interesse e cura per la propria persona pongono l'esigenza di un adeguamento della pratica sportiva alle nuove esigenze.

E' aumentata, soprattutto da parte delle donne e degli anziani, la richiesta di attività fisico-motorie individualizzate, svolte anche al di fuori delle tradizionali associazioni o società sportive, mirate al raggiungimento di un maggiore equilibrio interiore, al benessere psicofisico e alla voglia di socializzazione, al divertimento, e in ultima analisi, a un modo nuovo di vivere e praticare lo sport.

L'associazionismo sportivo, in questi anni, è cresciuto anche in supplenza del ruolo della scuola che non ha saputo intercettare le esigenze della domanda di sport presso gli studenti italiani, molte volte costretti ad abbandoni forzosi dell'attività sportiva usciti dalla scolarità elementare per i crescenti carichi didattici (ma su questo aspetto si leggano le considerazioni contenute nel capitolo sulla scuola del presente rapporto).

Il modello italiano dello sport di base costruito sulla pervasività di organismi sportivi basati sul volontariato e sulla bassa fiscalità, fino ad ora ha retto bene l'urto con i cambiamenti e le trasformazioni in atto.

Ma indicare quali saranno i possibili scenari evolutivi degli organismi sportivi solo alla luce dell'indagine presentata in questo rapporto appare difficile; occorrerà, infatti, dare seguito ad azioni di ricerca sia di tipo quantitativo che qualitativo, per monitorare costantemente i processi in atto nel mondo dello sport di base. In questo senso l'istituzione del Registro delle associazioni sportive dilettantistiche rappresenta sicuramente un passo in avanti rispetto al passato. La vasta partecipazione al sondaggio promosso da Coni e Censis Servizi presso gli organismi sportivi nell'ambito del presente lavoro costituisce un altro elemento a sostegno della necessità di procedere su iniziative che prevedano l'ascolto delle esigenze del mondo associativo e, nello stesso tempo, siano in grado di stimolare gli interlocutori ad un'attenta riflessione sul proprio ruolo sia presente che futuro.

Dal sondaggio tuttavia emergono alcune considerazioni di fondo che andranno verificate in un prossimo futuro. Innanzitutto bisognerà riscontrare quale sarà la tendenza al costituirsi di nuovi organismi sportivi. In altre parole, si assisterà ad un trend crescente di organismi sportivi con le caratteristiche analizzate nel presente capitolo – piccole dimensioni, alto ricorso al lavoro volontario, ecc. – oppure si verificheranno fenomeni di concentrazione con riduzione del numero complessivo di organismi e aggregazioni in forme associative più strutturate? Sarà interessante monitorare costantemente il tasso di natalità e di mortalità delle associazioni sportive così come accade per le altre imprese italiane; come detto, il Registro delle associazioni sportive può, almeno in parte, aiutare questo tipo di analisi che andrebbe allargata anche al di fuori delle strutture federali e degli enti di promozione. Un secondo spunto di riflessione emerge dalle difficoltà di tipo creditizio e finanziario denunciato dagli intervistati. A questo proposito potrebbe essere utile e necessario studiare meccanismi di mutualità fiscale sul modello "Confidi Sport" promosso già da alcuni enti (amministrazioni comunali, enti camerali, Comitati provinciali del Coni, solo per citare alcuni esempi), in grado di costituire un fondo di garanzia per le associazioni sportive senza personalità giuridica (la maggioranza delle associazioni) all'atto della richiesta di mutui e finanziamenti per lo sviluppo dell'attività.

4. Il vissuto dello sport nell'opinione degli italiani e nel mondo sportivo

4.1 I valori dello sport: un'etica trasversale

Se c'è una cosa che attraversa trasversalmente il mondo dello sport, che accomuna una manifestazione sportiva di interesse planetario con un piccolissimo evento di periferia, che unisce lo sportivo pluripremiato e acclamato con il praticante della domenica, che lega non solo i praticanti di tutti gli sport, ma anche questi ultimi con gli appassionati consumatori dello sport spettacolo, fino al più accanito telespettatore sedentario: questo è **l'aspetto valoriale dello sport**.

La passione, la gioia per il risultato o comunque il gusto della competizione leale (in molte lingue "con sportività" è sinonimo di lealtà e correttezza anche in ambiti non sportivi), le emozioni e la forza aggregante, quando non addirittura identitaria, di alcuni eventi, costituiscono davvero un filo in grado di tener unito il grande campione, con il più remoto telespettatore, il bambino che torna a casa con la medaglia di latta con l'olimpionico che scioglie nelle lacrime anni di impegno e di duro lavoro.

È un filo sottile, spesso teso, forse oggi più che mai a rischio, ma comunque esiste ed è vitale,. Non dev'essere né svilito né visto con sufficienza, anche perché non sono molte le istituzioni a poter vantare ancora un tessuto di valori tanto condiviso, in grado di tener uniti realmente il vertice e la base della piramide.

Certo, nessuno può negare che il settore stia incontrando serissime difficoltà morali, soprattutto negli ultimi anni, ma il comune riconoscersi in certi valori, l'affinità di sentimenti che unisce tutto il mondo dello sport esiste ancora e ha ancora la sua vitalità. Anzi, i dati che emergono dalla presente ricerca lasciano intravedere un sistema di valori forti e "in buona salute".

Lo sport, come valore, ha una sua consistenza innegabile, a dispetto di molto scetticismo e ha certamente, al suo interno, gli anticorpi in grado di correggere tutte quelle "distorzioni" che rischiano di avvelenarlo.

L'immagine dello sport nel suo insieme, o meglio ancora dello sport in quanto tale, è un'immagine decisamente **positiva**; alla parola sport vengono associati, nella stragrande maggioranza dei casi, concetti positivi come il benessere fisico e il divertimento, mentre i **disvalori**, ancorché presenti e rilanciati spesso dai media, come il doping e i troppo facili guadagni dei professionisti, vengono associati solo secondariamente al concetto di sport.

Per quanto riguarda la capacità pedagogica, sembra che il mondo dello sport in buona parte riesca ancora a trasmettere i suoi valori tradizionali. Non solo: dai risultati emerge una **forza ispirazionale ed emozionale**, che permette, o meglio, potrebbe permettere allo sport di essere un traino di sviluppo civile.

L'attenzione però deve rimanere alta, prima di tutto perché i segnali di immoralità, ancorché individuali e non "di sistema", ci sono e hanno grande risonanza, ma anche perché gli stessi valori possono rischiare di venir fraintesi, di essere snaturati (ad esempio il successo può finire per prendere il posto della gioia di vincere).

Molti oggi si pongono la domanda se lo sport possa essere considerato lo specchio della società italiana, è una domanda suggestiva e può aiutare nella riflessione. Dalla ricerca emerge che in parte è così, nel bene e nel male le dinamiche che girano attorno allo sport possono rappresentare il Paese: la forza delle identità locali, alcuni eccessi di protagonismo, ma anche una società che ha voglia di guardare oltre, di trovare ed affrontare nuove sfide, di darsi regole più stringenti, ma anche più chiare.

Da questo punto di vista si potrebbe dire che lo sport rispecchia ciò che la società italiana vorrebbe essere, senza riuscirci. Non ci riesce certamente perché la vita "reale" è più complicata e lo sport rimane pur sempre un gioco, ma anche perché la società manca oggi di analoghe passioni e di movimenti aggreganti che invece nello sport ritroviamo ancora forti.

4.2 La percezione sociale dell'etica dello sport

Una lettura assai diffusa e un po' stereotipata dell'etica dello sport, suddivide grossomodo in tre livelli di differente intensità etica la pratica sportiva:

- **un livello amatoriale**, dilettantistico in cui i valori di riferimento sono il benessere, la forza del gruppo, la voglia di socializzazione, lo spirito di squadra, la voglia di superarsi;
- un **secondo livello semi professionistico**, in cui i valori tendono a diminuire, cresce la competitività che mina il senso sportivo e la salute passa in secondo piano, ma rimane almeno la componente del gruppo, il senso della squadra e della solidarietà;
- a **livello professionistico** alto, invece, i valori scemano decisamente e conta solo il successo e i guadagni, il campione cerca la sua affermazione e l'individualismo vince sullo spirito di collaborazione.

Ma è una lettura un po' rigida, anche se non del tutto errata, non bisogna infatti dimenticare che il livello più elevato, quello dei campioni, fa anche da traino e da esempio per tutto il movimento sportivo. È il livello "olimpico" che contribuisce in maniera determinante ad alimentare, anche dal punto di vista etico, tutto il sistema. Il comportamento dei singoli, che si tratti di campioni, dirigenti o tecnici certamente ha il suo peso, ma è il "sistema sport" a essere il vero riferimento etico; è la gestione del team Ferrari, ad esempio, a trasmettere passione e valori, più che il singolo campione. E così è l'intero movimento sportivo che riesce a mantenere il mito, a suscitare l'emulazione nei più giovani, il campione trasmette valori quando è in sintonia con il movimento a cui appartiene, se è un "battitore libero" trasmette più facilmente dei disvalori.

Sembra di assistere ad un paradosso, da un lato lo sport ad altissimo livello, quello che rientra nello *show business*, tende a trasmettere valori non sempre sportivi: la ricerca del successo e del guadagno facile, ma dall'altro la forza di fascinazione di quel mondo riesce a trasmettere anche valori positivi come il sacrificio e la sana competizione. È come se a dispetto dei comportamenti di molti singoli, il messaggio centrale dello sport riesca a perdurare e a proliferare anche in situazioni di criticità e di ambiguità.

Potremmo dire che è lo sport in quanto tale a trasmettere valori, senza personalismi o protagonismi, la fatica, la disciplina... sono valori che lo sport riesce a trasmettere anche al di là dei limiti dei singoli campioni. Da questo punto di vista si può considerare finita l'epoca della mitizzazione degli sportivi.

4.3 *Il bello è praticarlo*

Per chiarire quali siano i valori dello sport è necessario, preliminarmente, chiarire cosa realmente si intenda con il termine sport, se cioè ci si riferisce alla pratica o allo spettacolo sportivo. Ebbene solo il **16,4%** degli italiani ritiene che lo sport sia più bello da vedere che da praticare (tab.4.1), anche tra i non praticanti incalliti tale percentuale non supera il **20%**, segno che per tutti lo sport come spettacolo è solo una rappresentazione, l'emblema ad altissimo livello di una realtà che invece deve essere praticata e che solo nella pratica ha il suo vero valore. Questo passaggio è fondamentale, lo spettacolo ha valore non in sé, ma perché in esso viene rappresentato un gesto, quello atletico, che richiama a dei valori più alti come la salute e perché tutto ciò avviene all'interno di una disciplina, di un insieme di regole, che possono costituire un esempio per la società nel suo insieme.

Tab. 4.1 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport (val. %)

	Pratica sportiva				Media
	Pratico attualmente sport in modo regolare	Pratico attualmente sport ma in maniera saltuaria	Ho praticato sport in passato	Non ho mai praticato sport	
Lo sport è più bello da vedere che da praticare					
Piuttosto in accordo	13.8	9.4	16.9	20.0	16.4
Piuttosto in disaccordo	85.8	86.8	80.8	70.4	79.6
Non sa/non risponde	0.4	3.8	2.3	9.6	4.0
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

4.4 *La disciplina*

Aldilà dei sentimenti che lo sport riesce a suscitare e della carica emotiva che è in grado di trasmettere, valori importanti se ben incanalati, ma pur sempre valori che possono spegnersi altrettanto rapidamente di come si sono accesi, lo sport ha anche valori che potremmo definire "strutturali", presenti nel suo DNA e trasmessi di generazione in generazione.

Due spiccano tra tutti (tab.4.2): lo spirito di squadra - indicato tra i principali dal 35% del campione - e la disciplina, indicato dal 34,5%, a cui possiamo sommare coloro che indicano il rispetto delle regole (il 29,6%),

ciò vuol dire che più della metà degli italiani mettono regole e disciplina al primo posto tra i valori dello sport. Con l'autocontrollo, indicato dal **22,1%** della popolazione, si completa il quadro di una visione dello sport particolarmente **"inquadrata"**.

Almeno dal punto di vista ideale si guarda allo sport come ad una disciplina – appunto – capace di insegnare il **rispetto delle regole** ad una società troppo ripiegata **sulla libertà dell'individuo**. Le regole non sono una limitazione della libertà individuale, ma anzi possono esaltarla. Ad un pensiero diffuso che mal digerisce le regolamentazioni, lo sport sembra dire che solo all'interno di un sistema di regole l'individuo può crescere e migliorarsi.

Può essere interessante notare che, anche se con sfumature diverse, l'atteggiamento è sostanzialmente identico nelle diverse classi di età, **l'autocontrollo** è più sentito dai **giovani** e il rispetto delle regole più dagli anziani, ma nella sostanza il concetto è lo stesso: o tramite le regole o tramite l'autocontrollo, solo nella disciplina c'è miglioramento e anche soddisfazione.

Anche l'amicizia e il rispetto per gli altri hanno la loro importanza, rispettivamente indicate dal 25% e dal 26,6% del campione, ma non sono centrali. Altri concetti come la forza, l'onestà o l'uguaglianza, sembrano assolutamente marginali, evidentemente non corrispondono più alla pratica sportiva di massa.

Tab. 4.2 - Valori maggiormente espressi dallo sport (val. %)

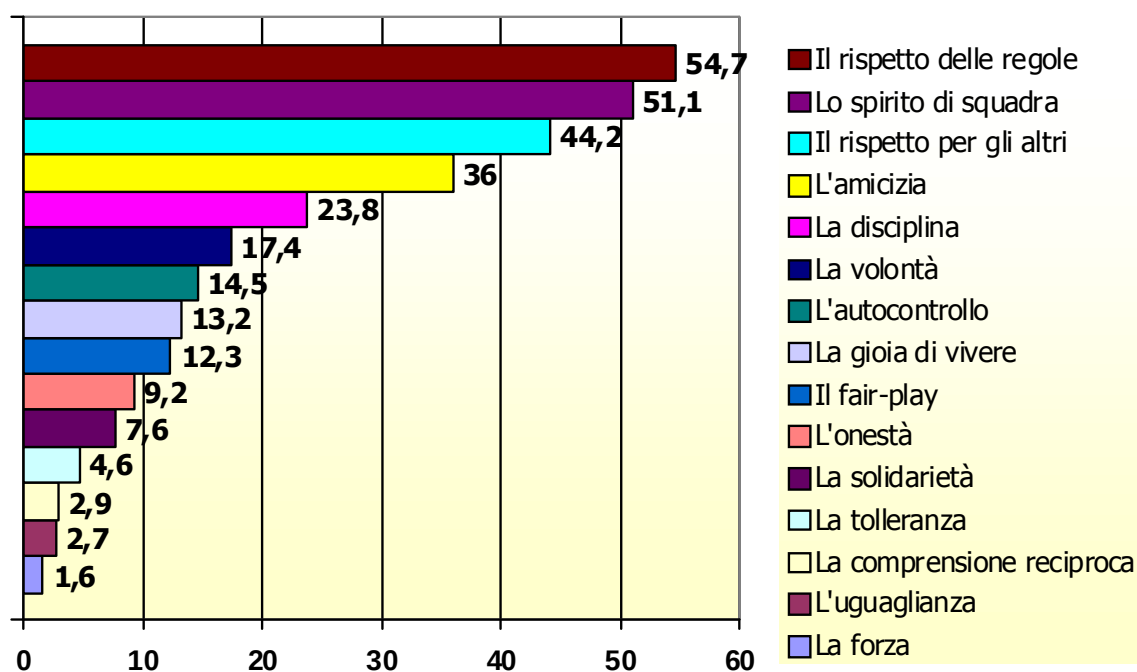
Valore	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Lo spirito di squadra	40.8	38.3	28.3	36.0	35.0
La disciplina	33.6	33.0	30.8	42.9	34.5
Il rispetto delle regole	24.0	33.5	27.5	31.7	29.6
Il rispetto per gli altri	29.6	25.2	27.5	24.8	26.6
L'amicizia	29.6	22.2	25.9	24.8	25.2
L'autocontrollo	21.6	22.6	25.5	16.8	22.1
La tolleranza	15.2	17.0	21.9	14.9	17.8
Il fair-play	13.6	11.7	11.7	11.2	11.9
La solidarietà	10.4	12.2	10.5	9.3	10.7
La gioia di vivere	7.2	8.7	11.3	9.3	9.4
La volontà	2.4	11.3	10.9	8.7	9.2
L'uguaglianza	4.0	7.0	5.7	3.1	5.2
L'onestà	3.2	3.9	2.0	8.1	4.1
La forza	4.8	3.9	4.5	1.9	3.8
La comprensione reciproca	7.2	3.9	2.4	2.5	3.7

Il totale non è uguale a 100 perchè erano possibili più risposte

Fonte: Censis Servizi, 2008

Confrontando poi le risposte della popolazione con quelle date dalle **società sportive**, (Graf. 4.1), ci si accorge quanto **“la squadra”** sia ancora più importante per chi lo sport lo deve gestire, per il 51,1% delle società sportive intervistate lo spirito di squadra è uno dei valori essenziali dello sport, ancor più (54,7%) il rispetto delle regole e per gli altri (44,2%). Se si aggiunge, lievemente staccata, l'amicizia, indicata dal 36% dei rispondenti, emergono proprio gli elementi che compongono l'etica di un gruppo sportivo.

Graf. 4.1 - Valori maggiormente espressi dallo sport nel giudizio delle società sportive (val. %)



Fonte: Censis Servizi, 2008

4.5 Cosa rappresenta lo sport per gli italiani

A differenza di quanto ci si potrebbe aspettare la prima cosa a cui gli italiani pensano quando sentono la parola "sport", non riguarda lo spettacolo o il successo, ma alla **salute psicofisica**: la maggior parte di loro associa allo sport il benessere fisico (l'81,4% lo pone tra le prime tre scelte) assieme al divertimento, il 38,6% (tab. 4.3).

La competitività e quindi l'agonismo, è solo al terzo posto con 16,5%, mentre solo un italiano su dieci lega lo sport a concetti "negativi" come il **doping** o i guadagni elevati. Ma la cosa che fa più riflettere è il ridimensionamento, almeno rispetto alle aspettative, dello sport come fenomeno mediatico e degli sportivi protagonisti dello sport system, solo il 3,1% degli italiani associa sport e tv e soli il 7,3% lo associa ad un famoso campione.

È particolarmente interessante rilevare come questa non immediata associazione tra sport e spettacolo sia trasversale tra praticanti e non praticanti, tra chi non ha mai fatto sport infatti la percentuale di chi lo associa alla televisione è solo di un 1% maggiore rispetto a chi pratica sport in modo regolare.

Una differenza che invece esiste, tra praticanti e non praticanti, quando si parla di competitività associata allo sport (8% in più tra i praticanti) e alla **forza socializzante dello sport** (11% in più tra i praticanti).

Tab. 4.3 - Aspetto associato alla parola sport (val. %)

Aspetto	Pratica sportiva				Media
	Pratico attualmente sport in modo regolare	Pratico attualmente sport ma in maniera saltuaria	Ho praticato sport in passato	Non ho mai praticato sport	
Al benessere fisico	85.8	84.9	79.2	78.6	81.4
Al divertimento	44.4	54.7	35.5	32.3	38.6
Alla competitività	21.8	17.0	14.7	13.1	16.5
Alla partecipazione e al rapporto con gli altri	21.3	15.1	15.8	10.5	15.9
A guadagni elevati	10.0	13.2	13.9	11.4	11.9
Al gioco	14.6	7.5	11.6	10.0	11.8
Alle Olimpiadi	7.9	9.4	13.5	12.7	11.3
Al doping	7.9	5.7	7.7	11.4	8.7
Ad un famoso campione	7.9	5.7	6.2	8.3	7.3
Alla televisione	2.1	1.9	4.2	3.1	3.1
Alla stanchezza	0.4	3.8	2.3	5.2	2.7

Il totale non è uguale a 100 perchè erano possibili più risposte
Fonte: Censis Servizi, 2008

4.6 Il senso della squadra

Non sembra un caso che in questi ultimi anni molti rappresentanti delle istituzioni abbiano usato l'espressione **"fare squadra"** per richiamare gli italiani alla necessità di riscoprire il valore della collaborazione e in parte della solidarietà. Gli sport di squadra rappresentano l'ultimo esempio a cui rifarsi per identificarsi in processi collettivi: il 54,7% degli intervistati (tab. 4.4) si dice d'accordo con l'affermazione che solo gli sport di squadra educano davvero alla solidarietà.

Merita una riflessione a parte il confronto tra le differenti fasce d'età, tale convinzione infatti è più forte nelle persone anziane che nei giovani, la pensa così il 60% degli oltre sessantacinquenni contro il 44% di coloro che hanno meno di 30 anni. In parte si può credere che l'importanza dello sport come scuola di solidarietà cresca con la maturità personale, ma al tempo stesso non si può negare che alcuni eccessi competitivi degli ultimi decenni abbiano indebolito agli occhi dei giovani la **funzione solidaristica** dello sport.

Tab. 4.4 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport (val. %)

	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Solo gli sport di squadra educano davvero alla solidarietà					
Piuttosto in accordo	44.4	53.5	57.3	60.2	54.7
Piuttosto in disaccordo	50.0	42.7	36.3	31.0	39.3
Non sa/non risponde	5.6	3.8	6.4	8.8	6.0
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Ciononostante lo sport rimane un **riferimento etico**, palestra anche del vivere sociale, esempio di come incanalare passioni, emozioni, ambizioni collettive. In altre parole è capace di soddisfare l'esigenza dell'individuo di essere qualcosa di più della sua individualità isolata, lo sport permette di essere altro da sé con altri da sé, è rimasto l'unico antidoto reale all'individualismo imperante della nostra società. Anche gli sport individuali non isolano le persone, (tab. 4.5) la pensa così il 62,4% degli italiani con una punta del 76,2% proprio tra i più giovani.

Tab.4. 5 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport (val. %)

	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Gli sport individuali tendono ad isolare le persone					
Piuttosto in accordo	17.5	29.9	31.5	35.1	29.5
Piuttosto in disaccordo	76.2	65.8	60.9	49.7	62.4
Non sa/non risponde	6.3	4.3	7.6	15.2	8.1
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

In un mondo sempre più caratterizzato **dall'individualismo**, ma alla continua ricerca di esperienze di socializzazione, lo sport si impone come **luogo in cui poter vincere l'egoismo**, il 56,7% delle persone intervistate (tab. 4.6) crede che nello sport la solidarietà prevalga sull'egoismo. Anche in questo caso la convinzione cresce con l'età, ma almeno in tutte le fasce d'età supera il 50%.

Tab. 4.6 - Grado di accordo con la seguenti affermazioni sullo sport (val. %)

	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Nello sport la solidarietà prevale sull'egoismo					
Piuttosto in accordo	50.8	53.8	57.7	63.2	56.7
Piuttosto in disaccordo	44.4	34.2	32.3	22.8	32.7
Non sa/non risponde	4.8	12.0	10.0	14.0	10.6
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Questo primato, che come cittadini dovrebbe creare apprensione più che soddisfazione, è solo il risultato dell'uscita di scena di altri datori di etica e non il frutto dell'irruenza pervasiva dello sport.

4.7 I disvalori

Ma una riflessione sui valori dello sport non può non analizzare anche i disvalori che, purtroppo in modo almeno apparentemente crescente, convivono con i valori fin qui esaminati.

Il **doping** è il principale male che il movimento sportivo si trova ad affrontare; è considerato il vero "cancro" dello sport sia dai giovani che dagli anziani (tab. 4.7). Mediamente quasi il **66%** degli italiani lo mette ai primissimi posti tra i fenomeni negativi dello sport, segue a ruota, 61,7% la violenza negli stadi, dove forse i fatti drammatici degli ultimi 12 mesi hanno avuto un peso rilevante nella formazione di tale giudizio.

Gli **eccessi economici** dello sport professionistico invece sembrano preoccupare molto meno e sembrano indicati più come seconda opzione tra le emergenze; così come anche la corruzione, indicata solo dal **21,1%** del campione.

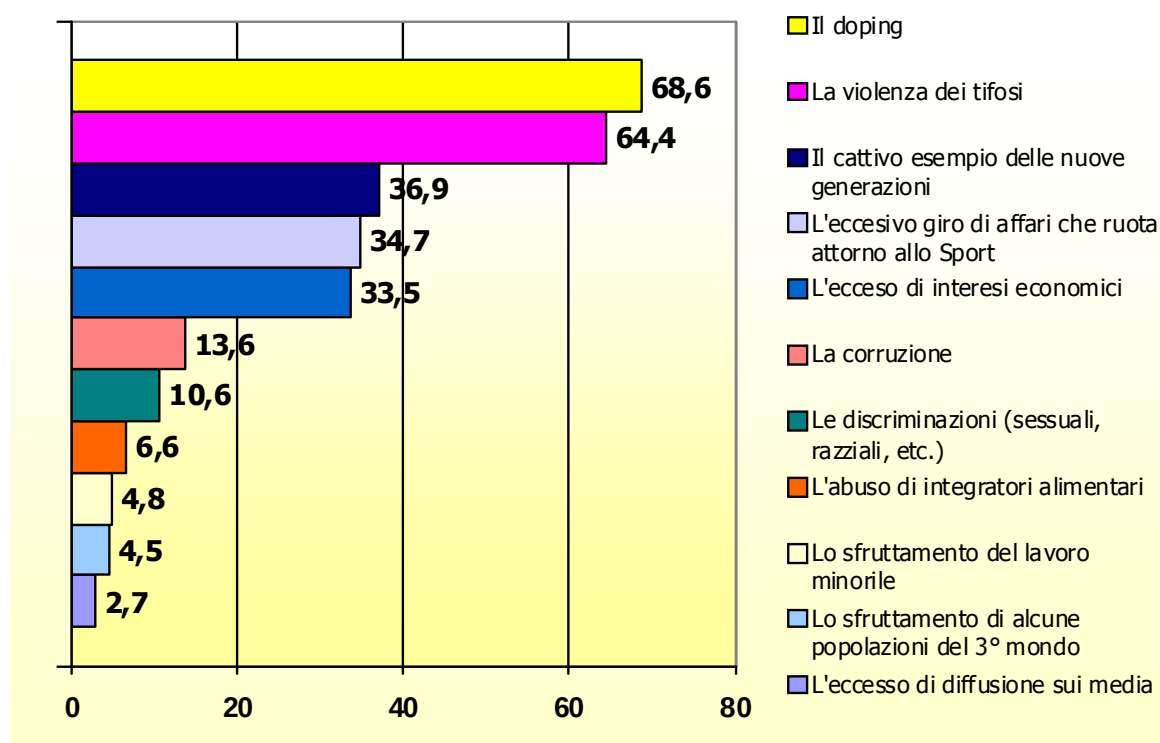
Tab. 4.7 - Fenomeni negativi associati allo sport (val. %)

Fenomeno	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Il doping	71.8	64.5	64.0	66.5	65.9
La violenza dei tifosi	60.5	62.4	62.0	61.2	61.7
L'eccesso di interessi economici	25.0	34.2	26.4	25.3	28.3
L'eccessivo giro di affari che ruota attorno allo sport	32.3	28.2	28.4	22.4	27.6
La corruzione	18.5	20.9	19.6	25.3	21.1
Le discriminazioni	11.3	6.0	6.8	5.9	7.1
Il cattivo esempio per le nuove generazioni	4.8	7.3	7.6	7.1	6.9
Sfruttamento lavoro minorile da parte di alcune industrie	6.5	7.3	6.4	4.1	6.2
L'abuso di integratori alimentari	4.8	6.8	4.8	6.5	5.8
L'eccesso di diffusione sui media	4.0	5.6	3.2	4.1	4.2
Sfruttamento di alcune popolazioni del terzo mondo	3.2	3.4	1.6	2.4	2.6
Altro	0.8				0.1

Il totale non è uguale a 100 perchè erano possibili più risposte
Fonte: Censis Servizi, 2008

È assai significativo il fatto che la stessa domanda, sui fenomeni negativi associati allo sport, posta al mondo dello sport "istituzionale", abbia prodotto delle risposte simili (Graf. 4.2), con un'importante differenza: "il cattivo esempio" che certi comportamenti suscitano nelle nuove generazioni, è posto al terzo posto tra i fenomeni più negativi, è cioè visto dal mondo sportivo organizzato con molto più allarme rispetto al cittadino comune (36,9% contro 4,8%).

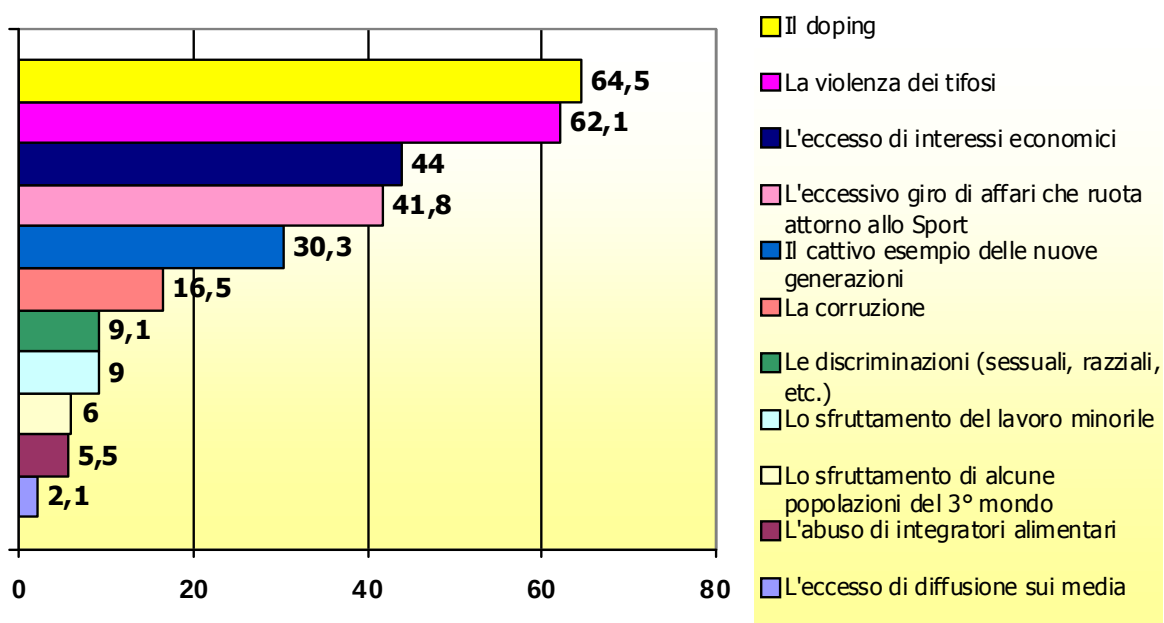
Graf. 4.2 - Fenomeni negativi associati allo sport nel giudizio delle organizzazioni sportive (val. %)



Fonte: Censis Servizi, 2008

Il doping e la violenza dei tifosi sono in cima alle preoccupazioni anche delle società sportive (graf. n. 4.3). Il sondaggio è stato effettuato presso 8.500 società sportive italiane e i fenomeni ritenuti più pericolosi sono sempre gli stessi, almeno per quanto riguarda i primi due posti, mentre al terzo posto in questo caso compare l'eccesso di interessi economici, che turba quasi la metà delle società sportive e che invece preoccupava "solo" il 28% dei normali cittadini. E' evidente quindi che l'aspetto economico non solo diventa sempre più un problema per chi manda avanti, spesso con pochi mezzi, le società sportive, ma prende la forma di una faccenda etica: "non solo abbiamo pochi soldi per andare avanti, per garantire il funzionamento delle attività- sembrano voler dire- ma anche per competere in un mondo in cui sempre più per vincere serviranno anche i soldi".

Graf. 4.3 - Fenomeni negativi associati allo sport nel giudizio delle associazioni sportive (società sportive)



Fonte: Censis Servizi, 2008

4.8 Gli anticorpi

A riprova che il vero riferimento valoriale dello sport sia il movimento sportivo in quanto tale, malgrado il **protagonismo** di cui lo sport si alimenta, è la fiducia che gli italiani ripongono nella capacità del mondo sportivo di sviluppare degli anticorpi in grado di recuperare anche le sue degenerazioni peggiori (tab. 4.8). E' il caso del doping, senza dubbi il fenomeno più negativo associato allo sport, ma che per più del 60 % degli intervistati non è una componente indelebile dello sport, si ripone cioè ancora fiducia nelle possibilità che il movimento sportivo ha di curare se stesso, anche dalle sue degenerazioni più pericolose.

Tab. 4.8 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport (val. %)

	Pratica sportiva				Media
	Pratico attualmente sport in modo regolare	Pratico attualmente sport ma in maniera saltuaria	Ho praticato sport in passato	Non ho mai praticato sport	
Il doping è una componente indelebile dello sport					
Piuttosto in accordo	36.8	24.5	29.2	25.2	30.1
Piuttosto in disaccordo	59.9	69.8	66.2	60.5	62.7
Non sa/non risponde	3.3	5.7	4.6	14.3	7.2
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Lo sport è anche in grado di combattere le **discriminazioni**. Quasi il **60%** del campione ne è convinto, anche se, ancora una volta, i giovani appaiono un po' più disincantati, il 45% di loro non crede che con lo sport si possano riequilibrare situazioni di disagio sociale (tab.4.9).

Tab. 4.9 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport (val. %)

	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Attraverso lo sport si combattono forme di discriminazione					
Piuttosto in accordo	46.9	55.5	63.7	66.7	59.2
Piuttosto in disaccordo	45.2	38.9	29.1	22.2	33.1
Non sa/non risponde	7.9	5.6	7.2	11.1	7.7
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

D'altronde è abbastanza condiviso il parere che nello sport regni una certa **imparzialità**, è vero che (tab 4.10) la percentuale di persone che si dicono favorevoli all'affermazione per cui: "solo nello sport le regole sono uguali per tutti" non è molto alta: il 42,3% del totale, ma perché la frase era posta in modo esclusivo. Esiste evidentemente una buona percentuale di persone che ritiene che anche in altri abiti le regole siano uguali per tutti; mentre per poco meno della metà degli italiani solo lo sport rappresenta l'esempio a cui rifarsi per capire come dovrebbero essere delle regole davvero imparziali.

Tab. 4.10 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport (val. %)

	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Solo nello sport le regole sono uguali per tutti					
Piuttosto in accordo	37.3	37.6	45.8	47.4	42.3
Piuttosto in disaccordo	57.9	58.1	46.6	44.4	51.4
Non sa/non risponde	4.8	4.3	7.6	8.2	6.3
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

4.9 La funzione sociale dello sport

- Previene la criminalità**

Non solo benessere e divertimento, ma per gli italiani lo sport ha anche un grande valore sociale. Si è sempre ritenuto che lo sport avesse una grande capacità preventiva per quanto riguarda la devianza giovanile e che anzi contro di questa fosse l'antidoto privilegiato. Si potrebbe pensare che questa sia un'immagine un po' arcaica, legata ad un modo di vedere lo sport antico e invece il **51,4%** degli italiani ritiene ancora che lo sport possa costituire un antidoto contro la criminalità (tab. 4.11). Certo, i giovani sono un po' più scettici, il **45%** infatti non ci crede, ma forse perché sentono più impari la lotta contro la criminalità organizzata, nei confronti della quale le armi dello sport sono purtroppo meno efficaci che nel passato.

Tab. 4.11 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport (val. %)

	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Lo sport è un antidoto contro la criminalità					
Piuttosto in accordo	43.7	48.3	55.3	55.5	51.4
Piuttosto in disaccordo	45.2	38.0	33.1	28.1	35.4
Non sa/non risponde	11.1	13.7	11.6	16.4	13.2
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

- **Favorisce l'integrazione culturale**

Ma lo sport ha anche una funzione di integrazione culturale. Quasi al 90% gli italiani pensano che sia in grado di favorire il dialogo tra le culture (tab. 4.12); è un dato netto, molto positivo e può avere una doppia lettura:

- dal punto di vista delle grandi competizioni lo sport viene visto evidentemente come il luogo in cui le differenze etniche possono confrontarsi pacificamente;
- mentre dal punto di vista dello sport praticato, la squadra in cui giocano persone provenienti da vari paesi, che siano grandi campioni o giovanissimi compagni di scuola, rappresenta un esempio, quasi un emblema di quella società multiculturale, ma collaborativa che dovremmo tutti sforzarci di diventare.

Tab. 4.12 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport
(val. %)

	Pratica sportiva				
	Pratico attualmente sport in modo regolare	Pratico attualmente sport ma in maniera saltuaria	Ho praticato sport in passato	Non ho mai praticato sport	Media
Lo sport favorisce il dialogo fra culture differenti					
Piuttosto in accordo	87.9	90.6	87.7	85.7	87.3
Piuttosto in disaccordo	9.6	7.5	9.6	3.9	7.8
Non sa/non risponde	2.5	1.9	2.7	10.4	4.9
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Fonte: Censis Servizi, 2008					

- **Previene la vecchiaia**

Il benessere è un concetto vago e molto ancorato al presente, mentre prevenire la vecchiaia è un investimento per il futuro. Per il 38,1% degli intervistati lo sport è l'unico modo per rimanere giovani; vuol dire che più di un terzo degli italiani considera l'attività fisica come un vero e proprio elisir di giovinezza (tab. 4.13). È interessante notare poi che la percentuale tra i non praticanti è solo poco più bassa che tra i praticanti: 34 contro 41, segno che ormai la coscienza di quanto lo sport faccia bene sia un dato radicato.

Tab. 4.13 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport
(val. %)

	Pratica sportiva				
	Pratico attualmente sport in modo regolare	Pratico attualmente sport ma in maniera saltuaria	Ho praticato sport in passato	Non ho mai praticato sport	Media
Fare sport è l'unico modo per rimanere giovani					
Piuttosto in accordo	41.0	43.4	37.7	34.3	38.1
Piuttosto in disaccordo	57.3	52.8	59.6	61.8	59.1
Non sa/non risponde	1.7	3.8	2.7	3.9	2.8
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

- **Contribuisce allo sviluppo tecnologico**

Un aspetto che spesso non fa notizia quando si parla di sport è il contributo che la ricerca sportiva dà allo sviluppo tecnologico. Eppure la metà degli italiani (tab. 4.14) si mostra consapevole di questo apporto, senza sostanziali differenze tra le varie generazioni.

Tab. 4.14 – Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport
(val. %)

	Età				
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Media
Lo sport utilizza progressi in campo scientifico-tecnologico					
Piuttosto in accordo	49.2	49.2	51.4	53.2	50.8
Piuttosto in disaccordo	39.7	29.9	21.9	18.1	26.3
Non sa/non risponde	11.1	20.9	26.7	28.7	22.9
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

- **Lo sport include**

Lo sport è ancora un grande movimento di inclusione sociale, il 46,3% degli italiani ritiene che possa abbattere le barriere socio-economiche (tab. 4.15). È da notare però che questa convinzione è molto più forte nelle persone anziane che nei giovani: il 58% degli ultra sessantacinquenni contro il 32% di chi ha meno di 30 anni. Questo è anche il risultato dei cambiamenti che lo sport ha subito negli ultimi decenni, come l'aumento della competitività e dei costi legati alla pratica sportiva che hanno fatto aumentare i rischi di esclusione sociale che si annidano nello sport.

Tab. 4.15 - Grado di accordo con le seguenti affermazioni sullo sport
(val. %)

	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Con lo sport si abbattano le barriere socio-economiche					
Piuttosto in accordo	32.5	42.7	48.2	58.5	46.3
Piuttosto in disaccordo	56.4	46.2	37.1	23.4	39.9
Non sa/non risponde	11.1	11.1	14.7	18.1	13.8
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2008

5. La spesa pubblica per lo sport

5.1 La spesa dello Stato Centrale

E' noto che il sistema sportivo nel suo complesso trova alimento finanziario dalla spesa delle famiglie (iscrizioni, biglietti degli spettacoli sportivi, acquisto di prodotti e servizi sportivi, turismo, attrezzature, ecc.) spesa che incide per oltre il 70% sul fatturato complessivo dello sport.

La spesa centrale resta sostanzialmente residuale in relazione alla spesa pubblica (meno dell'1% del PIL) senza calcolare i ritorni fiscali dell'occupazione sportiva, della Siae, di tutto l'indotto dei media (stipendi, Irap, ecc.) e le consistenti entrate derivante dai giochi sportivi.

Gli impegni più gravosi per lo Stato si indirizzano:

- alla **quota assegnata annualmente al Comitato Olimpico Nazionale** (450 milioni di euro);
- per i **contributi "una tantum"** per di grandi eventi internazionali (Olimpiadi di Torino 2006, Mondiali di nuoto 2009, ecc.).

Si tratta di sostegni quindi limitati che storicamente hanno accompagnato l'originalità del modello organizzativo dello Sport italiano, legato per molti anni alle entrate derivanti dai concorsi pronostici sportivi.¹

In uno scenario evolutivo c'è da chiedersi se non sia matura una scelta "sulla certezza" del finanziamento pubblico che non generi intermittenza ed incertezza con ovvi impatti sui progetti e strategie di medio e lungo periodo.

5.2 La spesa di Regioni, Province e Comuni

Molto diverso è il modello di spesa per gli enti territoriali e per gli enti locali. Tra obiettivi di promozione del territorio, necessità di adeguamento dell'impiantistica sportiva di proprietà comunale, sostegno alle attività "di base" e di promozione sportiva, competizione sul versante turistico nell'organizzazione di eventi e in affermazione dei brand, Regioni, Province e Comuni finiscono per trasferire sullo sport circa 1,9 miliardi di euro, una cifra in assoluto non stratosferica ma certamente significativa come leva finanziaria e gestionale.

A) La spesa delle regioni

Il Censis ha realizzato con il contributo della Conferenza delle Regioni uno studio sui bilanci delle Amministrazioni Regionali sulla base di una scheda questionario condivisa con la stessa Conferenza.²

1 Seppur legati al tema dell'educazione motoria e fisica non si possono inglobare spese sostenute per l'edilizia scolastica e per gli stipendi degli insegnanti di educazione fisica che afferiscono alla spesa per l'istruzione.

2 I dati sono riferiti ai bilanci preventivi delle regioni e non tengono conto dei reali flussi di spesa, né degli investimenti che possono avere cicli pluriennali. Le analisi che ne derivano hanno quindi un grado di approssimazione che non inficia comunque le linee di tendenza né le scelte qualitative delle Amministrazioni Regionali.

In complesso le **19 regioni** e le **2 province autonome** che hanno risposto al sondaggio hanno impegnato in bilanci per l'anno 2007 la somma complessiva di **195 milioni di euro** in leggera flessione rispetto a quanto speso nel 2006 (tab. 5.1).

Tab. 5.1 - Spesa delle Regioni nel 2006 e nel 2007 (in euro)

REGIONI	TOTALE SPESA 2006 (€)	TOTALE SPESA 2007 (€)
ABRUZZO	14.789.867,0	5.310.700,0
BASILICATA	970.000,0	671.000,0
BOLZANO	12.320.632,0	13.357.686,0
CALABRIA	400.241,3	941.000,0
CAMPANIA	9.555.000,0	9.075.140,0
EMILIA ROMAGNA	2.550.986,2	2.671.997,5
FRIULI VENEZIA GIULIA	20.083.924,4	18.862.804,9
LAZIO	17.028.000,0	17.051.000,0
LIGURIA	3.151.575,3	3.495.971,1
LOMBARDIA	7.877.201,6	8.224.441,6
MARCHE	1.940.000,0	1.914.060,0
MOLISE	2.280.684,1	2.233.594,3
PUGLIA	21.306.272,2	5.893.744,2
SARDEGNA	14.714.723,0	23.661.234,0
SICILIA	7.281.585,0	6.705.000,0
TOSCANA	2.844.799,7	2.700.000,0
TRENTO	8.738.000,0	11.047.000,0
UMBRIA	927.363,0	1.335.969,1
VALLE D'AOSTA	7.252.630,7	10.352.052,0
VENETO	24.049.269,0	28.702.739,0
TOTALE	180.062.754,8	174.207.134,0
PIEMONTE		21.267.000,0
TOTALE		195.474.134,0

Fonte: Elaborazioni Censis Servizi SpA su dati delle Regioni con il contributo della Conferenza Stato-Regioni, 2008

I **modelli di spesa** sono molto differenziati (tab. 5.2 e graf. 5.1):

Tab. 5.2 - Spesa sostenuta dalle Regioni nel 2006 e nel 2007 per destinazione delle risorse³

REGIONI	EPS	FSN, Coni	Società sportive	Trasferimenti o ad EE.LL., Provincia-Comuni	Contributi per impianti sportivi	Sponsorizzazioni	Altre spese sostenute
ABRUZZO	0,58%	5,03%	14,91%		63,63%	14,03%	1,82%
BASILICATA	3,05%	10,97%	11,94%	16,45%	42,35%	15,23%	
BOLZANO ^(*)	0,32%	1,42%	26,45%	65,56%(1)	3,24%	3,01%	
CALABRIA	4,47%	7,43%	71,40%	8,43%			8,28%
CAMPANIA	2,71%	4,07%	2,71%		90,50%		
EMILIA ROMAGNA	5,62%	1,81%	0,64%	44,72%	46,10%		1,11%
FRIULI ^(**)	0,51%	2,72%	17,73%	3,19%	75,85%		
LAZIO	1,82%	3,32%	23,06%	3,11%	61,35%		7,34%
LIGURIA	2,42%	0,91%	17,18%	13,32%	64,36%		1,81%
MOLISE	2,90%	1,19%	27,02%		32,55%	29,02%	7,31%
PIEMONTE ^(***)	2,82%	5,50%	56,32%		19,37%	9,40%	6,58%
PUGLIA			15,66%		80,06%	0,52%	3,76%
SARDEGNA	2,57%	3,33%	52,59%	12,67%	26,32%		2,53%
SICILIA	18,34%	9,51%	72,15%				
TOSCANA	0,80%	2,66%	6,56%	12,80%	74,75%		2,42%
TRENTO ^(*)	1,22%	6,38%	20,97%	21,32%(1)	50,10%		
UMBRIA	5,24%	4,75%	35,30%	7,39%	41,98%		5,35%
VALLE D'AOSTA	1,12%	0,76%	27,72%		3,14%	2,72%	64,53%
VENETO	0,50%	0,81%	4,45%	5,43%	80,68%		8,14%
MARCHE	0,72%	1,32%	16,99%	63,66%	14,41%		2,90%
LOMBARDIA	4,02%	6,35%	34,78%		54,86%		
TOTALI	2,94%	3,82%	26,50%	13,24%	44,08%	3,52%	5,90%

Fonte: Elaborazioni Censis Servizi SpA su dati delle Regioni con il contributo della Conferenza Stato-Regioni, 2008

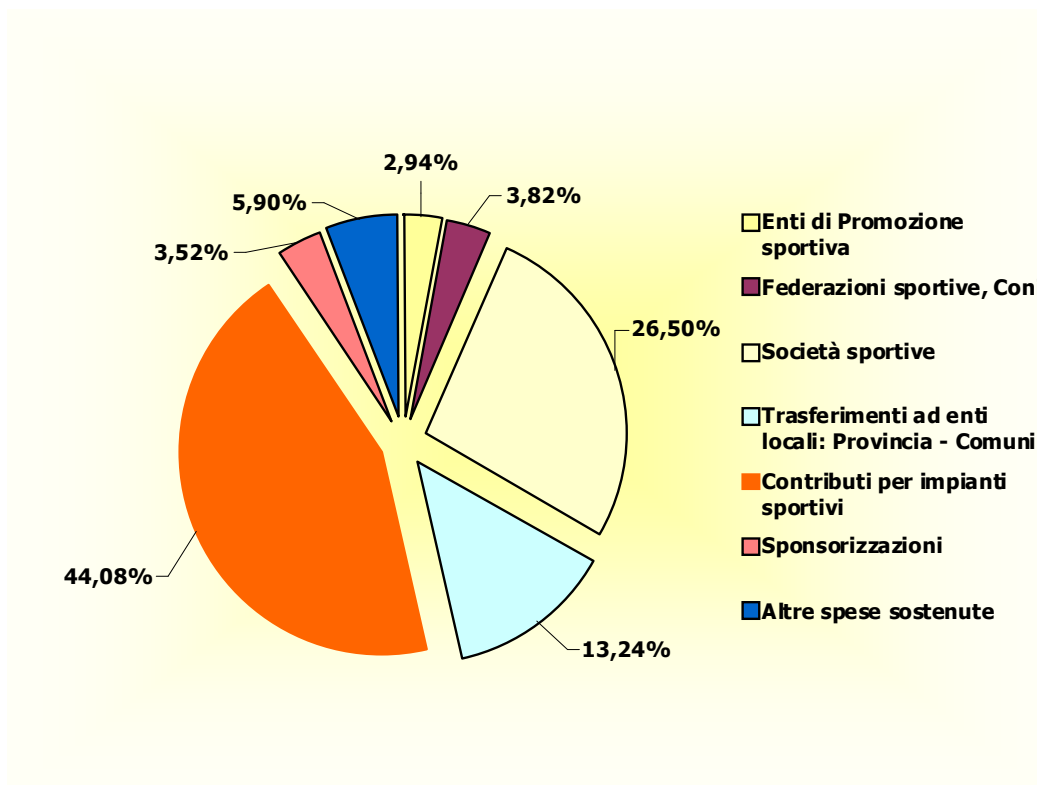
(*) ai soli Comuni

(**) dati ricavati dal sito internet della regione sulla previsione di bilancio 2005-2007

(***) dati riferiti esclusivamente all'anno 2007

³ Le destinazioni delle spese sono elaborate sulla somma dei bilanci 2006 e 2007 per smussare andamenti non lineari della spesa.

Graf. 5.1 - Spesa delle Regioni - 2006-2007 (val.%)



Fonte: Censis Servizi, 2008

- regioni che trasferiscono ad Amministrazioni Provinciali una parte rilevante delle proprie risorse;
- altre che finanziano sia le attività di funzionamento che le attività sportive;
- regioni che sponsorizzano eventi o squadre partecipanti a campionati di rango nazionale;
- regioni con propria impiantistica e con propri investimenti.

I **tratti comuni** che si individuano sono sostanzialmente due:

- l'erogazione alle società sportive (in media il 26%) con punte molto elevate in Sardegna, Sicilia, Calabria;
- l'erogazione per gli impianti sportivi che assorbono oltre il 40% delle destinazioni di bilancio.

Il **quadro normativo** ed il **quadro analitico** delle destinazioni è contenuto nelle tavv. 5.1 e 5.2.

Tav.5.1 - Quadro delle normative regionali vigenti

REGIONI	NORMATIVE
ABRUZZO	L.R. 7-3-2000 N°20 "TESTO UNICO IN MATERIA DI SPORT E IMPIANTISTICA SPORTIVA"
BASILICATA	L. R. n. 26/04 "Nuove Norme in materia di sport"
CALABRIA	L.R. 31/1984 art. 24, L.R. 5/1998(Trasferita alla Provincia), <u>L.R. 17/92</u>
CAMPANIA	L.R. 42/79 ; L.R. 46/82
EMILIA ROMAGNA	LR 25 FEBBRAIO 2000, N.13 "NORME IN MATERIA DI SPORT"
LAZIO	L.R. n. 15/2002
LIGURIA	L.R. 5.2.2002 n. 6 "Norme per lo sviluppo degli impianti e delle attività sportive e fisico-motorie" L.r. 3.5.2006 n. 10 "Disciplina della diffusione dell'esercizio cinematografico, istituzione della Film Commission regionale e istituzione della mediateca regionale" - art.11 promozione di iniziative di particolare rilievo nell'ambito dello sport
LOMBARDIA	L.R. 26/2002- L.R. 50/86 - LR 27/2006 - REGOLAMENTO N.10/2004 - LR 33/91
MARCHE	LR 1 AGOSTO 1977 N 47 "INTERVENTI PER LA PROMOZIONE E SVILUPPO DELLA PRATICA SPORTIVA E DELLE ATTIVITA' MOTORIO RICREATIVE"
PUGLIA	Legge Regionale 16.05.1985 n. 32 fino al 31.12.2006- Legge Regionale 04.12.2006 n. 33
SARDEGNA	L.R. n° 17 del 17 maggio 1999
SICILIA	L.R. 16.05.1978, n. 8 "Provvedimenti per favorire la pratica delle attività sportive ed il potenziamento degli impianti sportivi nell'ambito della Regione Siciliana" (Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS – n.22 del 20.05.1978
TOSCANA	L.R. n.72 del 31.8.2000 "Riordino delle funzioni e delle attività in materia di promozione della cultura e delle attività motorie" L:R. n.6 del 3.1.2005 "Disciplina delle modalità di affidamento di impianti sportivi da parte degli enti pubblici territoriali della Toscana-Deliberazione C.R n.245 del 23/12/2003 "Piano Regionale per la promozione della cultura e della pratica delle attività motorie triennio 2004-2006 (prorogato al 31.12.2008) - Decreto del presidente della Giunta Regionale 13 febbraio 2007, n.7/r "Regolamento di attuazione della legge regionale 31.12.2000, n.72 (regolamento palestre)
TRENTO	Legge provinciale 16 luglio 1990, n. 21 e s.m.
UMBRIA	Legge 4 luglio 2007, n. 21 – regolamento n. 16
VALLE D'AOSTA	Legge regionale 3/2004 "Nuova disciplina degli interventi a favore dello sport"-Legge regionale 45/1986 "Interventi per la realizzazione di infrastrutture ricreativo- sportive"-Legge regionale 43/1999 "Interventi regionali per favorire lo sviluppo della pratica del golf in Valle D'Aosta"-legge regionale 23/2004 "Interventi a favore del Comune di Saint Oyen per la gestione della pista di slittino in località Flassin. Abrogazione delle Legge Regionale 3 maggio 1993 , n.26"-legge regionale 16/2007"nuove disposizioni per la realizzazione infrastrutture ricreativo- sportive di interesse regionale..Modificazioni di leggi regionali in materia di turismo e trasporti"
VENETO	L.R. 12/1993 - L.R. 17/2003 – L.R. 2/2006, art. 28 – L.R. 5/2000. art. 91

Fonte: elaborazioni Censis Servizi SpA su dati delle Regioni con il contributo della Conferenza Stato-Regioni , 2008

Tavola 5.2 – Destinazione delle risorse regionali

REGIONI	Enti di Promozione sportiva (per funzionamento)	Enti di Promozione sportiva (per attività, gare, manifestazioni, progetti)	Federazioni sportive, Coni (per funzionamento)	Federazioni sportive, Coni (per manifestazioni, attività, eventi, progetti)	Scuola dello Sport	Società sportive (per funzionamento)	Società sportive (per attività, eventi, gare)	Trasferimenti ad enti locali: Provincie	Trasferimenti ad enti locali: Comuni	Contributi per Impianti sportivi propri	Contributi per Impianti sportivi di terzi	Sponsorizzazioni (esclusi gara, grandi eventi, ecc. che devono essere ricompresi nei contributi)	Altre spese sostenute (specificare)
Abruzzo	x	x			x	x	x				x	x	x
Basilicata		x	x				x			x			
Bolzano		x	x			x	x		x		x	x	
Calabria	x	x	x	x		x	x	x					x
Campania	x	x	x	x	x	x	x				x		
Emilia	x	x		x			x	x	x		x		x
Friuli	x		x		x	x	x	x	x	x	x		
Lazio		x		x			x				x		x
Liguria	x	x		x			x	x	x		x		x
Lombardia		x		x			x		x		x		
Marche		x		x	x		x				x		x
Molise	x	x		x			x				x	x	x
Piemonte	x		x			x	x			x		x	x
Puglia						x	x				x	x	x
Sardegna	x	x	x	x			x	x		x	x		x
Sicilia		x		x	x		x						
Toscana		x		x			x	x			x		x
Trento	x	x	x	x	x		x		x		x		
Umbria		x		x			x		x		x		x
Valle d' Aosta	x		x			x	x			x	x	x	x
Veneto		x		x			x	x			x		x

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati Amministrazioni Regionali con il contributo della Conferenza delle Regioni, 2008

L'analisi dei **flussi aggregati** (tab. 5.3) testimonia una sostanziale **stabilità** delle scelte regionali.

I pesi percentuali infatti testimoniano una **stabilità di scelta** nell'ultimo biennio, con l'unica eccezione di una riduzione verso l'impiantistica sportiva che può essere influenzata da fatti congiunturali legati ad eventi di particolare rilevanza.

Tab 5.3 - Risorse e destinazioni: valori assoluti e val. % (in euro)

SPESE	SPESE ANNO 2006	SPESE ANNO 2007	PERCENTUALI ANNO 2006	PERCENTUALI ANNO 2007
Enti di Promozione sportiva (per funzionamento)	1.043.654,93	920.677,17	0,58	0,53
Enti di Promozione sportiva (per attività, gare, manifestazioni, progetti)	2.919.876,93	2.425.638,22	1,62	1,39
Federazioni sportive, Coni (per funzionamento)	1.506.904,43	1.563.362,99	0,84	0,90
Federazioni sportive, Coni (per manifestazioni, attività, eventi , progetti)	2.644.144,95	3.030.898,72	1,47	1,74
Scuola dello Sport	1.140.571,43	685.305,72	0,63	0,39
Società sportive (per funzionamento)	6.877.852,28	6.498.461,43	3,82	3,73
Società sportive (per attività, eventi, gare)	35.501.658,64	33.054.537,77	19,72	18,97
Trasferimenti ad enti locali: Provincia	3.119.042,00	6.618.294,00	1,73	3,80
Trasferimenti ad enti locali: Comuni	13.094.470,10	15.233.608,60	7,27	8,74
Contributi per Impianti sportivi propri	4.535.049,66	10.078.049,66	2,52	5,78
Contributi per Impianti sportivi di terzi	96.291.349,44	78.262.165,51	53,48	44,91
Sponsorizzazioni (esclusi gara, grandi eventi, ecc. che devono essere ricompresi nei contributi)	3.253.668,00	2.520.876,41	1,81	1,45
Altre spese sostenute (specificare)	8.132.506,08	13.363.250,83	4,52	7,67

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati Amministrazioni Regionali con il contributo della Conferenza delle Regioni, 2008

E' invece interessante notare (tab. 5.4) come in **11 regioni** la spesa per lo sport veda protagonisti altri assessorati o altri dipartimenti.

In particolare:

- in **otto casi** la stessa presidenza della regione;
- ed in **cinque casi** gli assessorati alla sanità.

Tav. 5.4 - Spese delle Regioni sostenute da altri dipartimenti – assessorati (in euro)

REGIONI	SPESA PRESIDENZA REGIONE	SPESA SANITA'	SPESA ISTRUZIONE	AMBIENTE	ALTRE SPESE	TOTALE SPESE
ABRUZZO						
BASILICATA	30.000,00					30.000,00
BOLZANO						
CALABRIA	n.d.					
CAMPANIA	n.d.				n.d.	
EMILIA ROMAGNA	52.500,00	n.d.	n.d.	150.000,00		202.500,00
FRIULI (*)						
LAZIO						
LIGURIA	10.000,00					10.000,00
MOLISE	n.d.	n.d.				
PIEMONTE						
PUGLIA						
SARDEGNA	100.000,00	400.000,00				500.000,00
SICILIA						
TOSCANA		150.000,00				150.000,00
TRENTO					1.700.000,00	1.700.000,00
UMBRIA						
VALLE D'AOSTA			90.000,00			90.000,00
VENETO						
MARCHE						
LOMBARDIA	n.d.	n.d.				

**dati ricavati dal sito internet della regione sulla previsione di bilancio 2005-2007*

Fonte: elaborazioni Censis Servizi SpA su dati delle Regioni con il contributo della Conferenza Stato-Regioni

La **Regione Emilia Romagna** è quella nella quale le risorse per lo sport affluiscono – oltre che dalla Presidenza – dagli assessorati alla sanità, all'ambiente, all'istruzione.

E' il sintomo che in alcuni territori si stia consolidando un **concetto "allargato"** di sport per cui la spesa non è finalizzata esclusivamente al fatto sportivo ma ad un ventaglio di effetti sociali ad esso collegati.

Infine una considerazione sulle **risorse umane** (tab. 5.5):

- nella amministrazioni regionali lavorano direttamente nel "servizio sportivo" circa 400 persone;
- che rappresentano lo 0,70 del personale complessivo delle amministrazioni regionali⁴.

⁴ Il dato è riferito a 14 Regioni che hanno fornito informazioni sia sul personale "sportivo" che sul totale del personale.

**Tab. 5.5 - Dipendenti Assessorato Sport delle
Amministrazioni Regionali nel 2007**

REGIONI	DIPENDENTI SPORT	DIP.TOTALI REGIONE	%
ABRUZZO	6	1374	0,44
BASILICATA	3	998	0,30
BOLZANO	7	1890	0,37
CALABRIA	7		
CAMPANIA	23	7525	0,31
EMILIA ROMAGNA	10	3067	0,33
FRIULI			
LAZIO	12		
LIGURIA	13	1070	1,21
LOMBARDIA	80	3571	2,24
MARCHE	2	1453	0,14
MOLISE	6		
PIEMONTE	12		
PUGLIA	14	3149	0,44
SARDEGNA	8	4328	0,18
SICILIA	160	14400	1,11
TOSCANA	4	2488	0,16
TRENTO	7		
UMBRIA	4		
VALLE D'AOSTA	6	1656	0,36
VENETO	11	2772	0,40
TOTALI	395	49741	0,7

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati Amministrazioni Regionali con il contributo della Conferenza delle Regioni, 2008

B) La spesa delle Province

Ad esclusione di poche regioni (Emilia, Toscana, Liguria) che trasferiscono risorse regionali alle Amm. Provinciali, il ruolo delle **province** – ed il budget destinato allo sport – risulta sostanzialmente marginale nelle politiche sportive.

Gli ultimi dati disponibili – fonte ISTAT – pongono in evidenza (tab. 5.6):

- una **diminuzione** secca del 13% delle uscite per il settore sportivo nel passaggio tra il 2005 ed il 2004. La spesa complessiva del 2005 è di 89 mln. di euro pari allo 0,76 delle spese complessive delle Amministrazioni provinciali. L'anno precedente la spesa era di 103 mln. di euro pari allo 0,86 della spesa complessiva;
- il **63%** della spesa confluisce nelle spese correnti (stipendi, gestione propri impianti, manutenzione, etc.) ed il 37% in conto capitale. Nell'anno precedente le spese correnti ammontano al 60,2%.

Tab. 5.6 – Spesa delle amministrazioni provinciali per lo sport (in euro) Anni 2004-2005

Totale uscite	Totale spese correnti	Totale in conto capitale	TOTALE
AMMINISTRAZIONI PROVINCIALI 2004			
Settore sportivo escluso turismo	62.760.633	40.704.786	103.465.419
Incidenza delle spese per il settore sportivo sul totale delle uscite	0,82	0,93	0,86
AMMINISTRAZIONI PROVINCIALI 2005			
Settore sportivo escluso turismo	56.083.578	33.268.838	89.352.416
Incidenza delle spese per il settore sportivo sul totale delle uscite	0,73	0,82	0,76

Elaborazioni Censis Servizi su dati Istat 2007

C) La spesa dei comuni

I dati quantitativi

Sempre partendo dai dati ISTAT nel bilancio 2005-2004 la spesa delle amministrazioni comunali subisce una contrazione del 8,6% passando da 1,70 miliardi di euro del 2004 ad 1,57 mld del 2005.

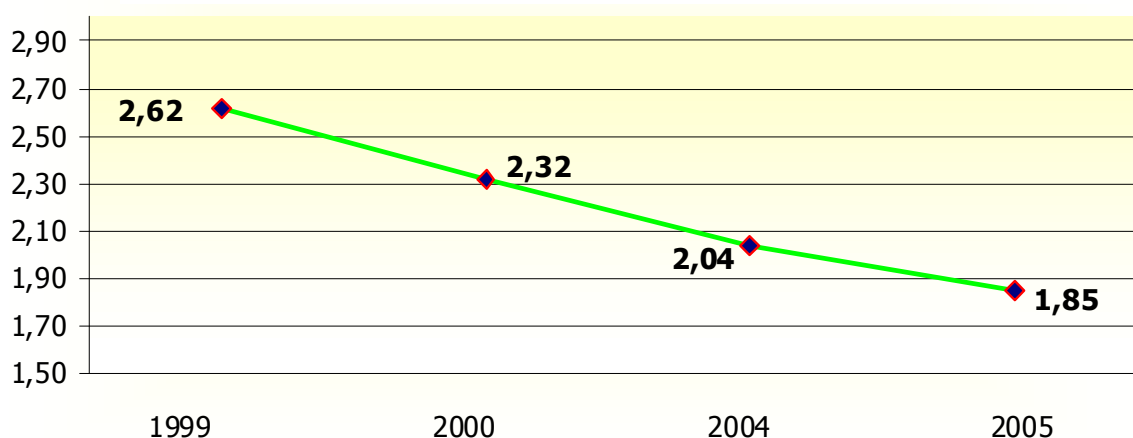
Osservando le tab. n. 5.7 ed il grafico 5.2 si evince che:

- vi è stata una diminuzione a prezzi costanti (1999) del 21% della spesa delle amministrazioni comunali;
- un' incidenza sul totale della spesa delle amministrazioni costantemente in regresso negli ultimi 6 anni: nel 1999 veniva speso il 2,6%, nel 2005 è 1,85% del totale. In concreto una perdita secca di un punto percentuale d'incidenza.

Tab. 5.7 - Spesa dei Comuni (migliaia di Euro)

	1999	2000	2004	2005
Spesa corrente per settore sportivo e ricreativo	1.723.933	1.541.623	1.694.935	1.575.610
Incidenza % sul totale	2,62	2,32	2,04	1,85
Spesa a prezzi costanti (2005=1)	1.976.317	1.723.226	1.723.749	1.575.610
N. indice 1999=100,0 a prezzi costanti	100,0	88,0	87,2	79,7

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Istat 2007

Graf. 5.2 – Incidenza della spesa sportiva sul totale delle spese delle Amministrazioni Comunali

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati Istat 2007

Non sono ancora stati resi pubblici i dati del 2006 e 2007 ma la congiuntura degli enti locali (restrizioni delle diverse finanziarie) fa pensare che la tendenza regressiva sia andata consolidandosi.

In termini di destinazione delle risorse c'è però da notare un notevole incremento delle spese in conto capitale che nel 2000 (Tab. n.5.8) incidevano per il **25,4%** mentre nel biennio 2004-2005 si attestano stabilmente **oltre il 50%**.

Tab. 5.8 - Spesa in C/Corrente e in C/Capitale dei Comuni
(*migliaia di Euro e val. %*)

	2000	2004	2005
Spesa corrente	1.149.743	748.961	733.727
Spesa in conto capitale	391.880	945.974	841.882
Spesa totale	1.541.623	1.694.935	1.575.610
<i>Val. %</i>			
<i>Spesa corrente</i>	<i>74,6</i>	<i>44,2</i>	<i>46,6</i>
<i>Spesa in conto capitale</i>	<i>25,4</i>	<i>55,8</i>	<i>53,4</i>
<i>Spesa totale</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Istat, 2007

E' quindi molto probabile che le amministrazioni abbiano modificato le loro politiche gestionali attraverso sistemi di convenzionamenti e concessioni a terzi del proprio patrimonio impiantistico, precedentemente gestito in economia.

Sulla base di primi dati resi pubblici dal Ministero dell'Interno sui comuni capoluoghi di regione è comunque possibile stilare una graduatoria della **spesa pro-capite** (Tab.5.9):

- al primo posto si collocano le province autonome di Trento e Bolzano con 114,5 e 104,5 euro/pro-capite;
- agli ultimi posti i Comuni di Roma (3,0 euro/pro-capite) e Catanzaro (3,5 euro/ pro-capite)

Il grado di assorbimento delle spese comunali in relazione alla gestione dei grandi-medi impianti si attesta in media al 44,6%, con punte massime a **Venezia** (50%) e a **Bologna** (49,9%). Roma, al contrario, fa registrare livelli di gran lunga inferiori alla media, 3,4%.; in questo caso la bassa incidenza può derivare dal modello gestionale applicato dall'Amministrazione Comunale e dagli accordi per i grandi impianti con il CONI.

Tab. 5.9 - Spesa sportiva nei comuni capoluoghi di regione (2006)

	Spesa totale	<i>di cui: piscine comunali, palazzo sport e altri impianti</i>	Spesa pro-capite sul totale in euro	Incidenza spese impianti sul totale (val.%)
Trento	12.796.816	6.167.905	114,5	48,2
Bolzano	10.421.063	4.484.273	104,5	43,0
Torino	63.612.902	30.957.978	70,6	48,7
Trieste	9.934.618	4.428.553	48,4	44,6
Ancona	4.232.366	1.658.559	41,7	39,2
Firenze	14.698.226	6.120.765	40,2	41,6
Potenza	2.554.474	1.266.612	37,4	49,6
Venezia	8.247.134	4.123.567	30,7	50,0
Campobasso	1.421.891	693.125	27,8	48,7
Bologna	9.317.724	4.645.632	25,0	49,9
Genova	12.152.481	5.866.153	19,7	48,3
Perugia	2.746.393	1.326.170	17,0	48,3
Cagliari	2.319.381	891.822	14,6	38,5
Napoli	12.876.619	6.264.306	13,2	48,6
Palermo	7.972.399	2.310.543	12,0	29,0
Milano	13.477.318	6.440.735	10,3	47,8
Bari	3.084.821	1.393.066	9,5	45,2
L'Aquila	629.210	313.572	8,7	49,8
Catanzaro	649.341	159.767	3,5	24,6
Roma	8.197.742	278.120	3,0	3,4
Totale	201.342.919	89.791.223	14,6	44,6

Fonte: Banca dati Ministero degli Interni

I modelli gestionali

I modelli gestionali della grande impiantistica finiscono per determinare le politiche sportive delle amministrazioni comunali.

Il trasferimento di risorse dalla spesa corrente alla spesa in conto capitale sembra orientare l'attività degli enti locali verso nuovi modelli di gestione del proprio patrimonio sportivo.

I **comuni** – secondo gli ultimi dati disponibili – sono proprietari di **oltre il 50%** degli spazi elementari. Un patrimonio ingente per la cui gestione non è più sufficiente un modello in economia da parte degli enti locali.

I cambiamenti intervenuti nella pratica sportiva, l'innovazione tecnologica nei materiali, nelle superfici, ecc., l'impianto normativo e regolatorio della gestione richiedono competenze, profili professionali, scelte organizzative via via più complicate.

Non esiste una mappatura dei modelli gestionali con i quali gli EE.LL. gestiscono i propri impianti. Trascurando la gestione in economia ci si può però soffermare su quattro modelli reali (tav. 5.3):

Tav. 5.3 – Caratteristiche di alcuni modelli gestionali applicati da alcune Amministrazioni comunali

	Caratteristiche
Milano S.p.A. Trento S.p.A.	Modello "aziendalista" con gestione in proprio di medi e grandi impianti
Viareggio	Interfaccia tra erogatori di servizi e operatori sportivi
Genova	Fissa obiettivi di efficacia per gli operatori per lo sport sociale

Fonte: Siti Internet

- **il modello S.p.A.** il cui paradigma è dato dal Comune di Milano e dal Comune di Trento. Si trasferisce ad una società - a prevalente partecipazione pubblica - sia il patrimonio che la gestione di tutto o parte il patrimonio comunale (ad esempio Milano S.p.A. ha 31 impianti comunali). Alla società competono i compiti di conduzione degli impianti sia sul versante manutenzione e della valorizzazione che su quello dell'offerta sportiva, amatoriale, ludica, agonistica;
- **il modello Viareggio** che prevede - da parte dell'Amministrazione comunale - la concessione in uso a privati dell'impiantistica sportiva ma con un supporto economico finanziario, attraverso l'erogazione a "prezzi convenzionati" di energia, acqua, ecc. in quanto il Comune acquista all'ingrosso dalle aziende municipalizzate e rivende a tariffa scontata;
- **il modello di Genova** che ha impostato un piano regolatore sociale all'interno del quale lo sport ha un rilevante peso specifico. La gestione degli impianti - indipendentemente dal soggetto concessorio (società sportive, EPS, FSN, ecc.) deve porsi l'obiettivo - attraverso indicatori di efficacia - di raggiungere risultati di tipo sociale (integrazione, disabilità, anziani, ecc.) che l'ente comune ha indicato nel proprio piano regolatore sociale;
- **il modello Roma** - comune proprietario del più alto numero di impianti sportivi d'Italia - che prevede la concessione a privati e/o società sportive imperniato sulla politica delle tariffe. Se il concessionario applica alla propria utenza una tariffa concordata con il Comune, i canoni di affitto vengono abbattuti del 90% (piena applicazione del piano tariffario comunale) o del 30% (parziale applicazione del piano tariffario comunale). Gli impianti che utilizzano tariffe fuori dal piano tariffario pagano il 100% del canone concessorio.

Si tratta di modelli organizzativi sufficientemente differenziati sui quali forse occorrerebbe realizzare valutazioni di efficacia economica e sociale capace di rispondere a quesiti:

- quale redditività e quale valorizzazione del patrimonio immobiliare;
- quale crescita quantitativa della pratica sportiva;
- quale crescita qualitativa della pratica sportiva;
- quali impatti sociali e quali risultati duraturi nel tempo.

Un repertoriamento più vasto ed articolato delle politiche degli Enti locali – in un momento di restrizione delle risorse e di pressione e differenziazione della domanda – può forse generare modelli esportabili di buone pratiche.

Gli scenari

Seppure declinanti le spese degli EE.LL. (Province + Comuni) risultano pari a 3,5 volte le spese dirette centrali e sette volte le spese regionali.

Si tratta quindi di **risorse rilevanti** che possono modificare le politiche d'offerta pubblica. E' di tutta evidenza che maggiori sono i costi per la gestione in economia della propria impiantistica sportiva di livello (sostanzialmente orientata allo sport-spettacolo) minori saranno le risorse destinate allo sport di base e a valenza sociale.

Appare quindi interessante proseguire il lavoro di analisi – attraverso l'Anci e l'UPI – per una verifica della qualità della spesa sportiva e dei modelli organizzativi, gestionali, operativi delle amministrazioni.

Il tema della **finanza locale** è di grande attualità e le Amministrazioni – in particolare i Comuni – possono applicare politiche e leve finanziarie per incrementare la propria capacità di spesa oltre che incentivare modelli di pratica sportiva "di cittadinanza".

La **detrazione fiscale** per le spese sportive sostenute dai cittadini apre un nuovo scenario di spinta alla pratica che i comuni possono raccogliere, attraverso tariffe energetiche, di smaltimento, di ICI, etc. più favorevoli per coloro i quali erogano servizi sportivi (ovviamente attraverso politiche di controllo sulle tariffe e sulla qualità dei servizi erogati).

Sono la sfida e lo scenario dei prossimi anni.

6. I processi formativi per lo sport

I **cambiamenti** in atto nella società, nell'economia e nei **modelli di consumo** degli individui hanno determinato un aumento della complessità dei modelli organizzativi, degli adempimenti gestionali, dell'articolazione dell'offerta, del sistema di relazione esterne e, conseguentemente, del numero e del livello degli interlocutori con cui i manager dello sport, professionisti, ma anche dilettanti, sono chiamati a cimentarsi.

Questi stessi interlocutori esterni, professionisti della comunicazione, del marketing o dell'organizzazione aziendale, avvertono in molti casi l'esigenza di rapportarsi al sistema sportivo con strumenti specifici ed adeguati.

La necessità di una formazione completa e specifica, di un'effettiva **professionalizzazione** di tutti gli operatori dello sport (dai quadri tecnici - allenatori, istruttori, preparatori - ai dirigenti, ai quadri medico-sanitari, al mondo degli arbitri, ai gestori di impianti sportivi, ecc.) negli ultimi anni è stata, infatti, al centro di numerosi dibattiti sia nel sistema CONI, che nel mondo universitario, che tra i competenti organismi internazionali.

In tal senso nel libro **Bianco sullo Sport** (luglio 2007), sulla base dell'esperienza acquisita nel 2004, Anno europeo dell'educazione attraverso lo sport, la Commissione Europea ha promosso la necessità di sostenere lo sport e l'attività fisica attraverso diverse iniziative proprio nel campo dell'istruzione e della formazione poiché "in virtù del suo ruolo nell'istruzione formale e non formale, lo sport rafforza il capitale umano dell'Europa".

Nello specifico la **Commissione Europea** ha ribadito che la promozione della partecipazione alle opportunità d'istruzione offerte dallo sport deve essere un argomento prioritario per i partenariati scolastici sostenuti dal programma Comenius, per le azioni strutturate nel campo della formazione professionale nel quadro del programma Leonardo Da Vinci, per le reti tematiche e la mobilità nel settore dell'istruzione superiore sostenute dal programma Erasmus e per i progetti multilaterali in materia di formazione degli adulti sostenuti dal programma Grundtvig.

La Commissione ha inoltre posto l'attenzione sulla questione del reinserimento degli sportivi professionisti nel mercato del lavoro alla fine delle loro carriere sportive, evidenziando l'esigenza di preparare i giovani sportivi a una "duplice carriera" e di istituire centri di formazione locali di alta qualità per tutelare i loro interessi morali, educativi professionali.

Dal lato dell'offerta in campo formativo, dunque, **l'istituzione sportiva** relazionandosi con validi interlocutori esterni (università, ricerca scientifica applicata allo sport ...) ha notevolmente incrementato la sua portata. Occorrerà vedere nel tempo se il mercato sarà in grado di assorbire questi nuovi, sempre più numerosi professionisti dello sport e se la formazione erogata sarà effettivamente concordante con ciò che il mercato del lavoro richiederà.

6.1 La formazione per lo sport nelle Università italiane

Un primo **polo di formazione** può essere individuato nel mondo accademico che, nel corso degli anni, ha accentuato l'interesse verso il mondo dello sport articolando l'offerta sia di primo che di secondo livello e post universitaria.

Gli **studenti iscritti ai corsi universitari con contenuti "sportivi" e "fisico- motori"**, sia di primo che di secondo livello, hanno superato le **23 mila unità** nell'anno accademico 2006-2007, con un incremento del 4,5% rispetto all'anno precedente mentre per gli immatricolati si registra un sostanziale mantenimento (Tab. 6.1).

Tab. 6.1 - Gli studenti universitari dei corsi a tema sportivo e fisico-motorio

Studenti Universitari	Iscritti	Immatricolati
a.a. 05-06	22.601	4.856
a.a. 06-07	23.626	4.894
var. %	4,5	0,8

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati MUR, 2007

Fino al 2000 concentrati prevalentemente all'interno delle facoltà di **Scienze Motorie** e nei corsi delle facoltà di **Medicina e Chirurgia**, oggi gli studenti, pur rimanendo in quota maggiore iscritti a Scienze Motorie e Medicina, possono scegliere tra più opzioni poiché sono diverse le tipologie di facoltà che offrono "qualcosa" di sportivo in cui laurearsi (Tab. 6.2).

Tab. 6.2 - I corsi a tema sportivo e fisico-motorio per livello e facoltà di appartenenza

Facoltà	corsi con iscritti a.a. 2006-07				
	CDL	L	LS	totale	% corsi
Scienze Motorie	8	14	19	41	41,8
Medicina e Chirurgia	6	15	14	35	35,7
Interfacoltà	3	6	5	14	14,3
Scienze della Formazione	1	2	0	3	3,1
Scienze del Benessere		1	1	2	2,0
Scienze Politiche		1	1	2	2,0
Scienze Mat.Fis.Nat.			1	1	1,0
Totale complessivo	18	39	41	98	100,0

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati MUR, 2007

In complesso si possono contare **98 corsi universitari** - divisi tra vecchio ordinamento, lauree triennali e lauree specialistiche – distribuiti in sette tipologie di facoltà compresi i corsi organizzati interfacoltà dove è più accentuato il taglio interdisciplinare dell'insegnamento⁵.

Ad alcuni anni di distanza dall'avvio della riforma dei corsi universitari (3+2), il numero dei corsi di laurea specialistica ha superato, in offerta, quello delle lauree triennali anche se gli iscritti alle specialistiche coprono solo il 10,6% degli iscritti in totale.

Analizzando il complesso degli iscritti universitari a corsi con contenuti di interesse sportivo e fisico-motorio, la percentuale più alta sia di corsi che di iscritti, si registra per il corso di Scienze Motorie che assorbe rispettivamente, il 55,8 degli iscritti ed il 42,9% dei corsi (Tab. 6.3); segue il corso di Scienze Motorie e Sportive che con oltre 3 mila iscritti distribuiti in 3 atenei rappresenta il 13,1% sul totale degli iscritti mentre, per numero di corsi offerti, il secondo in termini percentuali è Scienze e tecniche delle attività motorie preventive e adattative, presente in sette atenei (7,1% dell'offerta).

Al di là di tassonomie poco differenti ispirati alle Scienze Motorie, va comunque evidenziata la presenza di **un'offerta segmentata** che va dai corsi di taglio economico-manageriale a quello orientato alle Scienze e tecniche psicologiche applicate al turismo sport e tempo libero.

⁵ Come nell'Ateneo di Padova dove il corso di laurea specialistica in Scienze e Tecniche dello Sport afferisce a ben 5 facoltà: Economia, Ingegneria, Medicina e Chirurgia, Psicologia, Scienze della Formazione.

Tab. 6.3 – L'offerta universitaria in tema di sport. Iscritti e corsi a.a. 2006-2007

Nome - Corso	iscritti aa 06-07	n. corsi	% iscritti	% corsi
Scienze motorie	13.187	42	53,1	36,5
Scienze motorie e sportive	3.084	3	12,4	2,6
Scienze delle attività motorie e sportive	2.260	5	9,1	4,3
Scienze motorie e sport	757	1	3,1	0,9
Scienze motorie e dello sport	744	1	3,0	0,9
Scienze e tecniche delle attività motorie preventive ed adattative	563	8	2,3	7,0
Scienze delle attività motorie	475	1	1,9	0,9
Scienze giuridiche, economiche e manageriali dello sport	401	1	1,6	0,9
Scienze e tecniche delle attività motorie preventive e adattate	270	6	1,1	5,2
Scienze e tecniche dell'attività motoria preventiva e adattata	240	2	1,0	1,7
Scienza e tecnica dello sport	225	5	0,9	4,3
Scienze delle attività motorie preventive e adattative	178	1	0,7	0,9
Organizzazione e gestione dei servizi per lo sport e le attività motorie	160	2	0,6	1,7
Scienze e tecnologie del fitness e dei prodotti della salute	141	1	0,6	0,9
Scienze e tecniche delle attività fisiche adattate	118	1	0,5	0,9
Educazione fisica e tecnica sportiva	97	1	0,4	0,9
Management dello sport e delle imprese sportive	88	1	0,4	0,9
Scienze e tecniche dello sport e dell'allenamento	86	1	0,3	0,9
Scienze e tecniche dell'attività sportiva	82	3	0,3	2,6
Scienza dello sport	79	2	0,3	1,7
Scienze delle attività motorie preventive e adattate	79	1	0,3	0,9
Management dello sport e delle attività motorie	61	2	0,2	1,7
Scienze e tecniche delle attività motorie e sportive preventive e adattative	58	1	0,2	0,9
Manager delle attività fisiche e sportive	57	1	0,2	0,9
Educazione motoria e sport	45	1	0,2	0,9
Chimica clinica, forense e dello sport	40	1	0,2	0,9
Scienze e tecniche dello sport e gestione delle attività motorie e sportive	28	1	0,1	0,9
Scienze e tecniche psicologiche applicate al turismo sport e tempo libero	20	1	0,1	0,9
Scienze e tecniche dello sport	3	1	0,0	0,9
Totale	24.814	115	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati MUR, 2007

Se si prendono in esame unicamente le facoltà di Scienze Motorie (Tab. 6.4), che da sole ospitano circa il 55% degli studenti dei corsi "sportivi e fisico-motori", si può tracciare un profilo più preciso sull'utenza che nel corso dell'ultimo biennio analizzato, è cresciuta sia in termini di iscritti (+ 2,4%) che di immatricolati (+1,1%).

Nello specifico si può notare che gli immatricolati provenienti da maturità classica e scientifica sono cresciuti più della media degli immatricolati a testimonianza di una scelta universitaria che è ormai nel menù d'opzione anche da parte di chi esce dal mondo della scuola non da istituti tecnici o professionalizzanti.

Tab. 6.4 – Facoltà di Scienze Motorie

Iscritti Facoltà Scienze Motorie	2005-2006	2006-2007	var. %
iscritti totali	12640	12953	2,4
iscritti fuori corso	4396	4333	-1,5
immatricolati totali	2506	2534	1,1
immatricolati maturità scientifica	648	806	19,6
immatricolati maturità classica	106	114	7,0

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati MUR, 2007

I **punti d'offerta universitari** risultano **omogenei** sul territorio nazionale. Sono trentaquattro gli atenei che ospitano corsi o facoltà inerenti con la formazione sportiva (Tab. 6.5).

Il maggior numero di iscritti si riscontra **all'Università Parthenope di Napoli** con circa **2.500 unità** seguita da Torino ed Urbino. In termini di incidenza percentuale degli iscritti a corsi "sportivi" sul totale degli iscritti, a parte il caso dell'Istituto Universitario di Scienze Motorie (IUSM) di Roma, si segnala Napoli Parthenope (15,0%) Enna – Kore (10,9%) e Urbino (8,4%).

Nel complesso dei trentaquattro atenei presi in esame, l'incidenza percentuale degli iscritti a corsi "sportivi" è pari al 2,2% mentre sul totale degli iscritti universitari (oltre 1,8 milioni di studenti per l'anno accademico 2006-2007) risulta essere dell'1,3%.

Tab. 6.5 – I punti d’offerta universitari

ATENEIO	iscritti ai corsi "sport" aa06-07	iscritti totale ateneio	% degli iscritti ai corsi "sport" sul totale dell'ateneio	Imma-tricolati aa06-07
Napoli - Parthenope di Napoli	2.467	16.413	15,0	459
Torino	1.550	60.220	2,6	333
Urbino - Pesaro	1.389	16.515	8,4	270
Bologna	1.326	91.886	1,4	295
Roma - Iusm	1.298	1.298	100,0	197
Chieti	992	33.599	3,0	173
Milano 1	949	59.320	1,6	142
Milano - Cattolica	903	38.637	2,3	175
Perugia	895	34.391	2,6	161
Palermo	879	63.136	1,4	189
Firenze	873	59.729	1,5	91
Catanzaro	814	12.472	6,5	246
Cassino	760	12.550	6,1	157
Verona	748	20.286	3,7	184
L'Aquila - Scienze motorie	635	18.602	3,4	135
Roma 2 - Tor Vergata	533	36.010	1,5	172
Padova	520	60.803	0,9	89
Foggia	518	10.664	4,9	99
Teramo	489	9.623	5,1	66
Parma	475	26.608	1,8	119
Cagliari	470	33.994	1,4	76
Ferrara	441	16.404	2,7	82
Catania	435	62.528	0,7	63
Messina	422	35.349	1,2	108
Molise	420	9.584	4,4	86
Enna - Kore	383	3.500	10,9	221
Genova	364	35.494	1,0	65
Brescia	344	13.748	2,5	99
Insubria - Varese	332	8.839	3,8	75
Udine	283	16.407	1,7	65
Pisa	270	47.154	0,6	61
Pavia	224	22.118	1,0	35
Camerino	141	9.035	1,6	75
Bari	84	58.352	0,1	31
Totale	23.626	1.055.268	2,2	4.894

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati MUR, 2007

La quota maggiore dei laureati proviene dalle facoltà di Scienze Motorie (58,5% sul totale), seguita da Medicina e Chirurgia e dai corsi Interfacoltà.

In complesso la quota dei laureati si è incrementata dell'11,8% passando dalle 3.219 unità nell'anno 2005 ai circa 3.600 l'anno successivo (Tab. 6.6). E' probabilmente ancora presto per verificare se si tratti di un trend destinato ad aumentare nel prossimo futuro.

Va inoltre ricordato che la trasformazione degli **ISEF** (Istituti Superiori di Educazione Fisica) in facoltà universitarie con equiparazione del titolo a quelle delle altre facoltà, è avvenuta a partire dall'anno accademico 1999-2000 e pertanto bisognerà attendere ancora qualche anno per valutare il ruolo che occuperà la formazione universitaria in tema di sport.

Tab. 6.6 – Laureati anni solari 2005 e 2006

Facoltà	Laureati anno solare. 2005	Laureati anno solare 2006	% sul totale	variazione su anno precedente
Scienze Motorie	1.908	2.106	58,5	10,4
Medicina e Chirurgia	933	1.005	27,9	7,7
Interfacoltà	245	366	10,2	49,4
Scienze Politiche	16	47	1,3	193,8
Scienze del Benessere	17	37	1,0	117,6
Scienze della Formazione	96	34	0,9	-64,6
Scienze Mat.Fis.Nat.	4	4	0,1	0,0
TOTALE	3.219	3.599	100,0	11,8

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati MUR, 2007

L'offerta formativa universitaria si compone anche di **master** di primo e di secondo livello a cui vanno affiancati i corsi post – laurea proposti da soggetti privati.

Limitandosi ai master offerti all'interno degli atenei presenti sull'archivio MUR che riferisce di master con iscritti, si possono contare 22 master tra primo e secondo livello all'anno accademico 2006-2007 con poco meno di 500 iscritti (Tab. 6.7).

Il numero di master offerti, sebbene si registi un incremento degli iscritti del 46,6% nel 2006-2007 rispetto all'anno accademico precedente, sembra rimanere contenuto in ragione di alcune fenomenologie emergenti:

- l'introduzione delle **lauree di secondo livello** (lauree specialistiche) che di fatto crea una situazione di concorrenza interuniversitaria ai master anche in ragione della leva prezzo a volte più vantaggiosa;
- la concorrenza di **altri corsi formativi** al di fuori delle accademie che si configurano o come vere e proprie alternative ai master universitari o come corsi professionalizzanti con spendibilità immediata sul mercato del lavoro;
- una stabilizzazione dell'offerta dei **master universitari** dovuta, probabilmente, anche ad una saturazione della domanda, in passato, concentrata in pochi punti d'offerta.

Tab. 6.7 – L'offerta di master universitari a.a. '05-'06 e '06-'07

Master Universitari (fonte MUR)	Iscritti 2005-2006 e diplomati 2005	Iscritti 2006-2007 e diplomati 2006	Var. %
1° livello (n° master)	12	13	7,7
2° livello (n° master)	7	9	22,2
Totale n° master	19	22	13,6
Iscritti Maschi	173	294	41,2
Iscritti Femmine	89	197	54,8
Iscritti Totale	262	491	46,6
Diplomati maschi	126	258	51,2
Diplomati femmine	79	146	45,9
Diplomati totale	205	404	49,3

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati MUR, 2007

In termini di facoltà proponenti è quella di Scienze Motorie la più dinamica, con quasi la metà dei master offerti. Seguono Giurisprudenza con tre master e Medicina e Chirurgia con due. Il carattere interdisciplinare della formazione a tema sportivo si caratterizza con la presenza di facoltà proponenti molto diversa tra loro (Tab. 6.8).

Tab. 6.8 – I master universitari "sportivi" proposti nell'a.a. '06-'07 per tipologia di facoltà

Facoltà	N° Master
Scienze motorie	10
Giurisprudenza	3
Medicina e chirurgia	2
Scienze della formazione	2
Economia	1
Interfacoltà	1
Medicina veterinaria	1
Psicologia	1
Sociologia	1
Totale complessivo	22

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati MUR, 2007

L'analisi dei nomi dei master offerti per l'anno 2006-2007 conferma eterogeneità delle proposte (Tab. 6.9).

Tab. 6.9 – I master universitari "sportivi" proposti nell'a.a. '06-'07 per tipologia di facoltà e nome del master

Facoltà	Nome master
Economia	Economia e gestione dello sport
Giurisprudenza	Diritto ed economia nel fenomeno sportivo
Giurisprudenza	Diritto ed economia dello sport
Giurisprudenza	Diritto dello sport
Interfacoltà	Management delle attività e delle strutture motorio-sportive (magesport)
Medicina e Chirurgia	Scienze motorie e preventive adattate e riavviamento alla pratica sportiva
Medicina e Chirurgia	Sport come prevenzione e terapia
Medicina Veterinaria	Patologia sportiva equina
Psicologia	Sport e management psicosociale: gestire la cooperazione, mediare conflitti
Scienze della Formazione	Psicobiologia dell'attività motoria e sportiva
Scienze della Formazione	Metodologie didattiche per le scienze motorie
Scienze Motorie	Strategia e pianificazione delle organizzazioni e degli eventi sportivi
Scienze Motorie	Economia e gestione del settore nautico sportivo - yachting management
Scienze Motorie	Educazione e integrazione delle persone con disabilità' disagio sociale e anziane
Scienze Motorie	Preventive and adapted physical activity
Scienze Motorie	Processi di integrazione in attività motorie e sportive
Scienze Motorie	La traumatologia da sport: le scienze motorie applicate al recupero funzionale
Scienze Motorie	Rieducazione funzionale e management del paziente traumatizzato
Scienze Motorie	Progettazione multimediale e video
Scienze Motorie	Sport di squadra e settore giovanile: la preparazione atletica e tecnica
Scienze Motorie	Psicologia dello sport
Sociologia	Organizzazione e sociologia dello sport

Fonte: Elaborazione Censis Servizi Su Dati Mur, 2007

6.2 La Scuola dello Sport

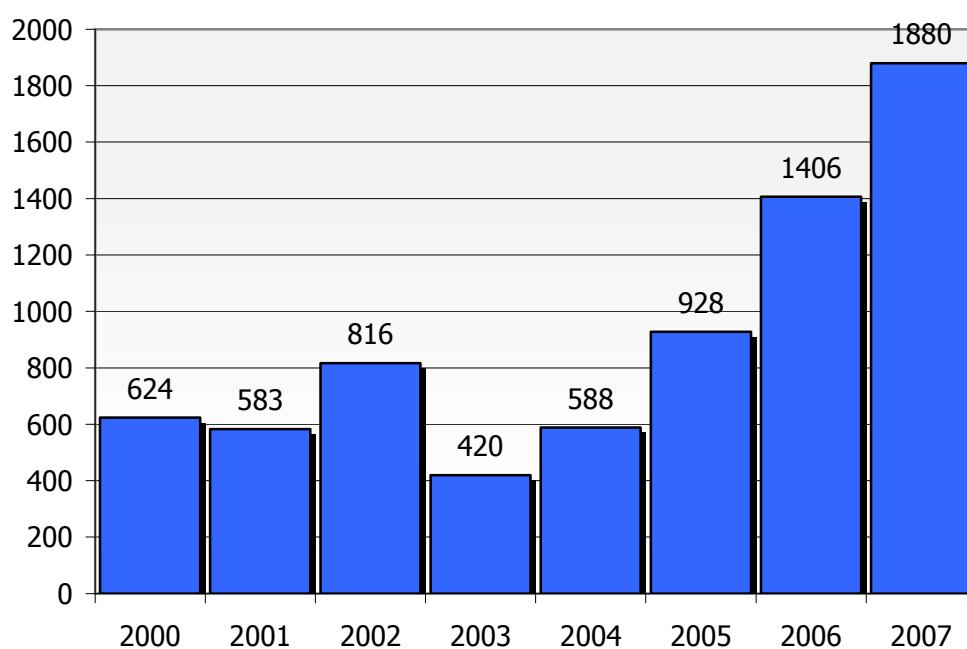
La **Scuola dello Sport centrale del CONI** ha ormai superato i 40 anni di vita. Nata come struttura permanente del Comitato Olimpico Nazionale è **un'agenzia formativa** per i **quadri dirigenti** (tecnici, manageriali, medico-sanitari) oltre ad essere **centro di ricerca scientifica** applicata alla pratica sportiva.

Attualmente tutte le Regioni sono dotate di una Scuola dello Sport (ad eccezione della Calabria, in via di attivazione) secondo polo formativo preso in esame nel presente rapporto dopo quello universitario.

Dall'analisi degli ultimi dati disponibili, l'attività della Scuola dello Sport centrale del CONI si dimostra in forte crescita sia sotto il profilo delle ore di formazione erogata che di partecipanti (Graff. 6.1 e 6.2).

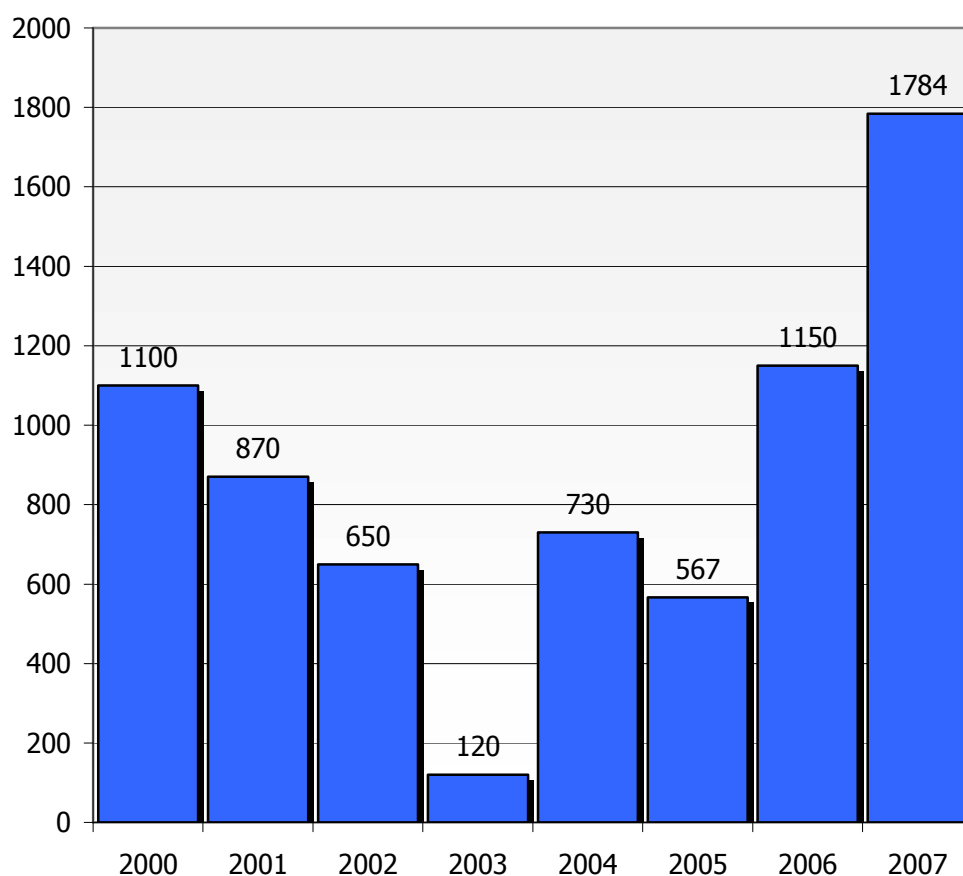
Le **ore di lezione** si sono incrementate di circa il **67%** tra il 2000 ed il 2007 mentre, nello stesso periodo, i **partecipanti** sono passati da **1100** a **1784** con un incremento superiore al 38%.

**Graf. 6.1 – Numero di ore di lezione erogate dalla Scuola dello Sport centrale del CONI
Serie storica 2000-2007**



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Scuola dello Sport, 2007

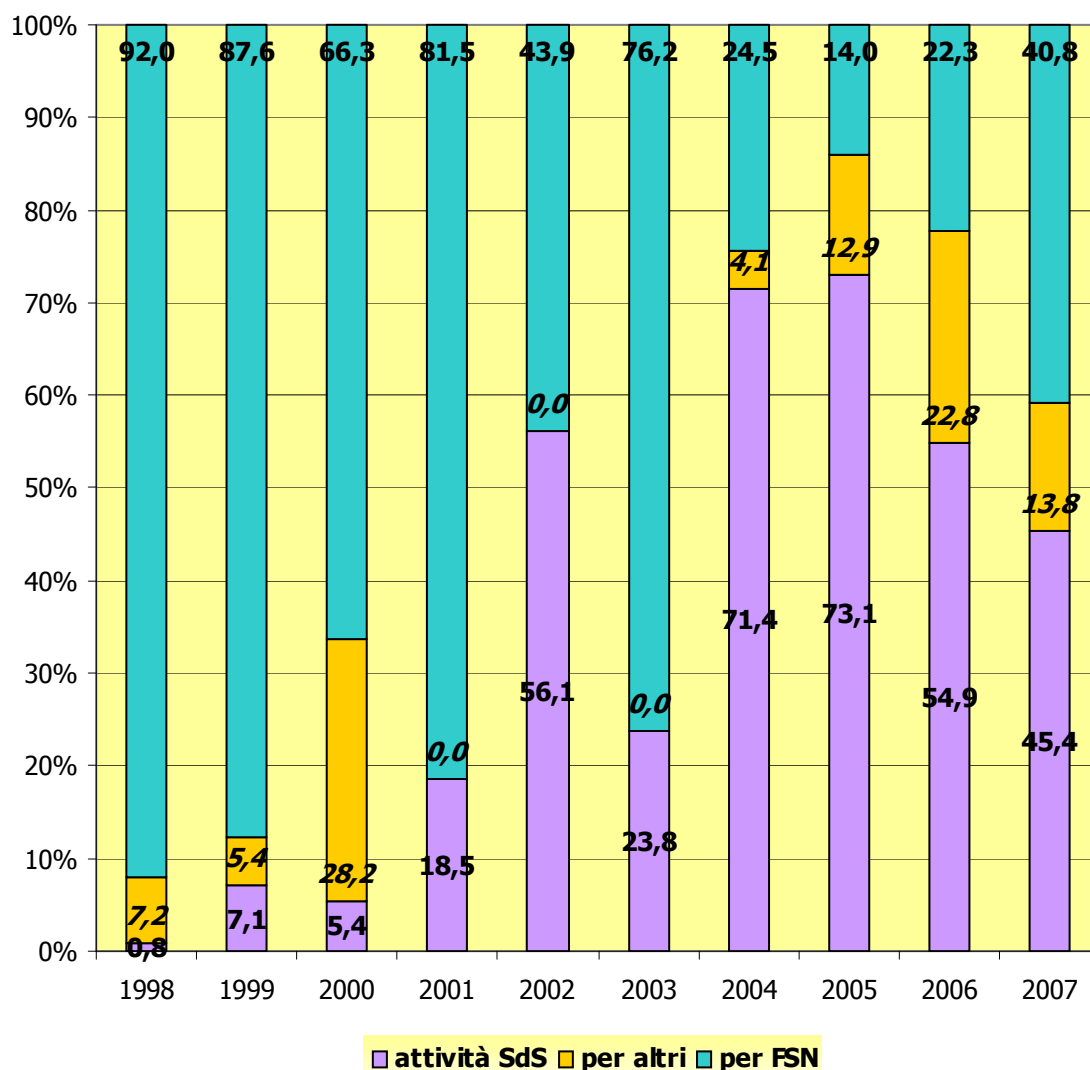
**Graf. 6.2 – Numero di partecipanti ai corsi della Scuola dello Sport centrale del CONI
Serie storica 2000-2007**



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Scuola dello Sport, 2007

La **composizione dei clienti** della Scuola dello Sport del CONI ha di fatto mutato fisionomia nel corso del tempo sebbene le Federazioni Sportive Nazionali siano sempre state degli interlocutori privilegiati per la Scuola (Graf. 6.3).

**Graf. 6.3 – La composizione dei clienti della Scuola dello Sport centrale del CONI
in serie storica 1998-2007**



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Scuola dello Sport, 2007

Oltre ai dati che testimoniano dell'attività della Scuola dello Sport centrale del CONI è possibile tracciare un primo bilancio, seppure parziale poiché in molte Regioni sono state attivate in tempi recenti o recentissimi, riguardo le attività ed i docenti delle **Scuole Regionali dello Sport**: in complesso sono stati organizzati circa **300 corsi** (Tav. 6.1) che hanno visto coinvolti circa **450 tra docenti** (Tav. 6.2) ed esperti mentre i partecipanti hanno superato le **9.000 unità** (Tav. 6.3).

Tav. 6.1 – Le attività delle Scuole Regionali dello Sport nel 2007

Scuola Regionale dello Sport	Esperti Giocosport	Ins. Scuola primaria x Giocosport	Insegnanti Scuola media x GdG	Insegnanti Scuola dell'infanzia	Dirigenti	Tecnici FSN/ DSA/ EPS	Tecnici attività giovanile	Docenti/ Esperti SRdS	Staff tecnici	Risorse Umane Coni	Risorse Umane FSN/ DSA/ EPS/BA	Risorse Umane Locali	Gestione Impianti	Altre Attività	Totale Corsi
Valle d'Aosta	Non costituita														
Piemonte	1					10						1		2	14
Liguria						8									8
Lombardia	1	(1)			2	11								2	16
Bolzano/ Trento	1					4									5
Veneto	1				3	9	5							3	21
Friuli V.Giulia	0	14			1	11								6	32
Emilia Romagna	0	4			4	17			3		1				29
Toscana	8	(5)			7	21	9		2			2		11	60
Umbria	1					4		1							6
Marche	5					2								2	9
Lazio	2				9	24									35
Abruzzo	1				1	5								1	8
Molise	Non ha svolto attività (istituita nel febbraio 2007)														0
Campania	1				1	10								3	15
Puglia	1					12	1	1						3	18
Basilicata	0														0
Calabria	Non ancora costituita nel 2007														0
Sicilia	1			2	1	13	5							3	25
Sardegna	Non ha svolto attività														0
Totale	22	18	0	2	27	161	20	2	5	0	1	3	0	36	297

Fonte: Scuola dello Sport, 2007

Tav. 6.2 - I docenti e gli esperti delle Scuole Regionali dello Sport

Scuola Regionale dello Sport	DOCENTI delle SRdS	Docenti utilizzati nel 2007	Esperti utilizzati nel 2007	Totale (Docenti + Esperti)
Valle d'Aosta	Non costituita			
Piemonte	41	7	12	19
Liguria	25	6	3	9
Lombardia	55	19	2	21
Bolzano/Trento	10	6	1	7
Veneto	39	15	7	22
Friuli V.Giulia	19	11	19	30
Emilia Romagna	26	5	17	22
Toscana	46	19	6	25
Umbria	12	10	25	35
Marche	11	7	16	23
Lazio	47	18	21	39
Abruzzo	24	5	5	10
Molise	7	5	1	6
Campania	37	20	36	56
Puglia	35	14	24	38
Basilicata	8	Ha svolto attività con altra SRdS		
Calabria	16	Costituita nel 2008		
Sicilia	62	37	38	75
Sardegna	20	Non ha svolto attività nel 2007		
Totale	540	204	233	437

Fonte: Scuola dello Sport, 2007

Tav. 6.3. – I partecipanti ai corsi delle SRdS nel 2007

Scuola Regionale dello Sport	Numero partecipanti ai corsi
Valle d'Aosta	Non istituita
Piemonte	443
Liguria	N.D.
Lombardia	939
Bolzano/Trento	185
Veneto	781
Friuli Venezia Giulia	654
Emilia Romagna	1074
Toscana	485
Umbria	99
Marche	296
Lazio	1927
Abruzzo	235
Molise	Istituita nel 2007.Non ha svolto attività
Campania	546
Puglia	640
Basilicata	Non ha svolto attività
Calabria	Istituita nel 2008
Sicilia	624
Sardegna	Non ha svolto attività
Totale partecipanti ai corsi	8928

Fonte: Scuola dello Sport, 2007

Un altro indicatore relativo alle attività delle Scuole Regionali dello Sport è desumibile dai **contributi** che le Amministrazioni Regionali e delle Province Autonome hanno erogato nell'ultimo triennio.

Dall'indagine sulla spesa delle Amministrazioni Regionali e delle Province Autonome per lo sport realizzata dal Censis Servizi, risulta che Campania, Abruzzo, Marche, Sicilia e la provincia autonoma di Trento hanno erogato un contributo per la Scuola Regionale dello Sport.

Nel 2007 il totale corrisposto ammonta a **685 mila euro** con un'incidenza dello **0,39%** sul totale delle spese regionali per lo sport (Tab. 6.10).

**Tab. 6.10 – I contributi delle Amministrazioni Regionali e delle Province Autonome per la Scuola dello Sport
V.A. e incidenza percentuale sul totale delle spese per lo sport**

Anno	Contributi regionali erogati (Importi in euro)	Quota sul totale delle spese regionali in materia di sport
2005	707.000	0,35
2006	1.145.000	0,63
2007	685.000	0,39

Fonte: Censis Servizi su dati forniti dalle Regioni, 2008

6.3 La formazione diffusa

Un **terzo polo** della formazione sportiva può essere individuato nell'offerta da parte di una serie di soggetti, sia pubblici che privati, che erogano corsi di formazione professionale e di perfezionamento, master, corsi di aggiornamento, ecc.

A causa della molteplicità dei soggetti proponenti – si va dalle università private a consorzi misti pubblico-privati, dalle società sportive alle società di consulenza e management sportivo, dagli enti locali alle organizzazioni professionali, ecc.- è estremamente difficile tracciare una mappa organica ed esaustiva dei percorsi formativi offerti.

Anche per quanto riguarda la domanda si registra un'articolazione complessa di soggetti destinatari: dagli istruttori e tecnici ai manager degli impianti sportivi, dai giuristi del diritto sportivo agli esperti per l'organizzazione di eventi e, ancora, dai gestori di palestre e centri fitness agli psicologi dello sport.

Per tentare una prima descrizione di questo fenomeno che si potrebbe definire della **formazione diffusa**, è possibile, rovesciando la prospettiva, citare alcuni dati raccolti dai sondaggi effettuati presso le associazioni sportive dilettantistiche e gli enti intermedi del CONI (Comitati Regionali e Provinciali, Federazioni Nazionali, Regionali e Provinciali).

Analizzando i dati provenienti da un campione di oltre 8 mila Associazioni Sportive Dilettantistiche (A.S.D.) risulta che, complessivamente e ad esclusione degli atleti, hanno partecipato a corsi di formazione oltre **31.600 soggetti** tra dirigenti, tecnici, istruttori, ecc. (Tab. 6.11). In media ogni associazione ha visto in formazione **4,4 soggetti**. Il dettaglio per ripartizione geografica evidenzia che in media, al Nord Est e al Nord Ovest si fa maggiore ricorso alla formazione del personale delle associazioni sportive mentre al Sud e Isole la quota dei soggetti in formazione per A.S.D. si attesta sotto la media nazionale.

Tab. 6.11 - Partecipanti a corsi di formazione (campione A.S.D.)

Ripartizione geografica	Totale soggetti in formazione	Media soggetti in formazione per A.S.D.
NORD OVEST	10.183	4,75
NORD EST	9.337	4,89
CENTRO	5.952	4,57
SUD E ISOLE	6.187	3,42
TOTALE ITALIA	31.659	4,42

Fonte: Censis Servizi, 2008

Il campione di Comitati territoriali Coni (77 tra provinciali e regionali che rappresentano il 62% dell'universo di riferimento) indica che la formazione muove numeri importanti anche presso gli enti intermedi che organizzano la pratica sportiva a livello territoriale (Tab. 6.12).

Su circa **500 corsi organizzati** si possono contare oltre **20 mila partecipanti** con una media di **41,1** partecipanti per corso.

Tab. 6.12 – Corsi e partecipanti per ripartizione geografica (campione comitati territoriali CONI)

Totale corsi			
Ripartizione geografica	N° Corsi	N° Partecipanti	Media Partecipanti/Corsi
NORD OVEST	69	3.282	47,6
NORD EST	181	7.430	41,0
CENTRO	119	4.468	37,5
SUD E ISOLE	133	5.445	40,9
TOTALE	502	20.625	41,1

Fonte: Censis Servizi, 2008

I soggetti presso i quali si orientano maggiormente i corsi di formazione sono quelli per i quadri tecnici e gli istruttori (poco meno di un addetto su due posto in formazione appartiene a questa categoria), seguono i dirigenti e le altre figure presenti negli organici degli enti territoriali (amministrativi, informatici, ecc.) ed infine gli arbitri (Tab. 6.13).

Tab. 6.13 – Il personale in formazione. Corsi e partecipanti per tipologia di soggetti (val.% - campione comitati territoriali CONI)

Soggetti	% Corsi	% Partecipanti
Dirigenti	22,3	26,0
Tecnici/Istruttori	53,8	47,2
Arbitri	1,4	1,1
Altro corso	22,5	25,8
Totale corsi	100,0	100,0

Fonte: Censis Servizi, 2008

Infine si può rilevare l'attività di formazione realizzata all'interno delle **Federazioni Sportive Nazionali**. Prendendo in esame il campione di 21 FSN che hanno risposto all'indagine (Tab. 6.14), si rilevano, anche in questo caso, oltre **550 corsi effettuati** per poco meno di **20 mila partecipanti**. Va specificato che possono essere possibili sovrapposizioni tra i corsi indicati dai diversi enti (associazioni sportive, comitati territoriali e federazioni) così come è plausibile che un addetto abbia partecipato a più corsi.

Anche il campione di FSN evidenzia che lo strumento della formazione è maggiormente utilizzato per i tecnici/istruttori. Circa due soggetti su dieci invece appartengono alla classe arbitrale.

Tab. 6.14 – Il personale in formazione. Corsi e partecipanti per tipologia di soggetti. (V.a. e val.% - campione Federazioni Sportive Nazionali)

Soggetti	Corsi		Partecipanti	
	v.a.	%	v.a.	%
Dirigenti	13	2,3	372	1,9
Tecnici/Istruttori	324	58,1	14.211	72,2
Arbitri	191	34,2	3.763	19,1
Altro	30	5,4	1.341	6,8
Totale	558	100	19.687	100

Fonte: Censis Servizi, 2008

Un ultimo indicatore indiretto dell'attenzione posta alla formazione da parte del **sistema sportivo nel suo complesso** è fornito dall'analisi dei bilanci delle Federazioni Sportive Nazionali che, al 2006, spendevano oltre **11 milioni di euro** in formazione tra spese delle attività centrali e degli organi territoriali (Tab. 6.15) corrispondenti a circa il 3% sul totale delle spese.

L'incidenza maggiore dei costi si registra per i corsi di formazione dei quadri tecnici per i quali si destinano poco più di **40 euro su 100**.

Tab. 6.15 – Spese per formazione delle Federazioni Sportive Nazionali – 2006

Soggetti	Importi	%
Corsi di formazione quadri tecnici	3.228.221	40,7
Corsi di formazione per ufficiali di gara	2.821.525	35,6
Corsi di formazione per altri soggetti	1.882.599	23,7
Totale Spese per Formazione Attività Centrale	7.932.345	100,0
Spese formazione degli Organi Territoriali	3.688.915	
Totale spese formazione FSN	11.621.260	

Fonte: Censis Servizi, 2008 su bilanci FSN 2006

A termine di questo capitolo probabilmente il quadro delle attività formative in materia di sport apparirà ancora confuso perché il contesto e le figure professionali per i quali occorre pianificare un percorso formativo disegnano degli scenari complessi ed estremamente frammentati.

Da un lato, come abbiamo visto, c'è l'offerta universitaria che, a partire dalla trasformazione dell'Isef in facoltà universitarie ha in parte sdoganato lo sport come insegnamento accademico.

D'altro lato si assiste ad un considerevole numero di corsi di formazione erogato e gestito da e per gli enti di gestione dello sport organizzato (Comitati territoriali del CONI, Federazioni Sportive, Scuola dello Sport).

In mezzo si è radicato un certo spontaneismo dell'offerta formativa governata da soggetti eterogenei (associazioni e società sportive, privati, enti pubblici, ecc.) per un target imprecisato di attori.

Va inoltre focalizzato l'interesse di analisi su quale sviluppo abbiano oggi le professioni; sembra non essere più significativo parlare di semi-professione, perché le competenze sono apprese molto con l'esperienza; sembra emergere una continua specializzazione delle singole professioni, in una sorta di frammentazione dei saperi minimi; si pensa all'esperienza pratica con la stessa importanza delle competenze più teoriche.

Questa è certamente la tendenza in atto: una professione esiste quando si ha una competenza sia teorica sia esperienziale. Oggi si vuole evitare infatti di creare una professionalità che nella realtà lavorativa non avrebbe spazio d'esistere, oppure non c'è. Rispetto a ciò dovremo dunque osservare se l'offerta formativa risponda alle necessità del mercato, come detto in precedenza, oppure si vada generando un mercato senza professionalità.

7. Sport e scuola: tra antiche criticità e nuovi dinamismi

7.1 Il quadro di riferimento: i minus

Come spesso accade nei dibattiti fortemente ideologizzati e poco attenti ai fatti ed ai numeri, l'interrelazione sport e scuola viene rubricata come ampiamente insufficiente se non addirittura insignificante. Giocano in questi giudizi elementi certamente veritieri:

- la **scarsità** di **risorse** assegnate al sistema scolastico (Tab. 7.1);
- l'**appesantimento** di nuove e sempre **diverse funzioni** assegnate al sistema scolastico in special modo alla scuola primaria;
- l'impietoso **confronto** con altri paesi europei (tab. 7.2) sul numero di ore curriculari assegnate allo sport .
- uno stato **dell'edilizia scolastica** e dell'edilizia sportiva non esaltante (Tavola 7.1) - seppur si sia in attesa di dati ufficiali ed esistano solo studi locali-.

Tab. 7.1 – Risorse assegnate allo sport in alcuni paesi europei

Paesi	Milioni di Euro	Numero di studenti
Germania	300	11.000.000
Francia	150	9.000.000
Italia	15	7.000.00

Fonte: Sole 24 Ore, 2006

Tab.7.2 – Ore di attività motoria/educazione fisica in alcuni paesi europei

Italia	810
Francia	1.680-2.600
Austria	1.500
Germania	1.440-1468

Fonte: Quaderno CNEL, 2003

Tavola 7.1 – Stato dell’edilizia sportiva nelle scuole italiane

1993	63% delle scuole con spazi per lo sport
2005	76% delle scuole con spazi sportivi ➤ 44% palestre proprie (delle quali 10% impianti polivalenti) ➤ 14% in condivisione ➤ 15% locali adattati

Fonte: stima Censis Servizi. su dati parziali anagrafe dell’edilizia scolastica

Ma l’output di queste criticità non impedisce che il 65% dei ragazzi tra gli 11 ed i 14 anni svolga un’attività sportiva frequente e/o saltuaria, rappresentando la fascia di età con la percentuale più bassa di sedentarietà. Dietro questa elevata partecipazione sportiva si celano fenomeni non sempre positivi come l’avvio precoce allo sport (22% di avvio tra i 3 ed i 5 anni) e, superati i 14 anni, un allarmante fenomeno di dispersione sportiva. Mentre il ciclo della scuola primaria e dell’obbligo sembra quindi accogliere culturalmente e “nella pratica” l’attività motoria e lo sport, il passaggio alla scuola superiore segna un significativo momento di rottura.

La classe di età 14-17 anni ha un’incidenza di pratica sportiva pari al 61% ancora elevata, ma con una perdita di 5 punti rispetto alla precedente fascia d’età e quella 18-19 anni un tasso di sportività del 57,1 (8 punti in meno rispetto alla fascia 11-14 anni).

Non vi è dubbio che non si possa imputare alla sola istituzione scolastica questo fattore "di disturbo", molti altri fattori incidono nell'abbandono dello sport (altri modelli di tempo libero, la stessa selezione "agonistica" della pratica sportiva, nuovi interessi adolescenziali, ecc.), ma si ha la percezione che il sistema scolastico - nel suo segmento di scuola superiore non ponga particolare attenzione all'altra gamba del modello educativo delle nuove generazioni, appunto lo sport.

7.2 I plus

Scarse risorse, infrastrutture carenti, poche ore curricolari.... ma il mondo sportivo – in tutte le sue componenti – ed il mondo della scuola – in molte sue componenti – hanno manifestato in questi ultimi anni una forte volontà di recupero e di dinamismo. I dati – di fonte ufficiale e tratti dai sondaggi realizzati in questi mesi – segnalano l’esistenza di una solida **base di progettualità** e di **operatività** nell’intreccio tra sistema scolastico e sistema sportivo.

Per il **sistema scolastico**:

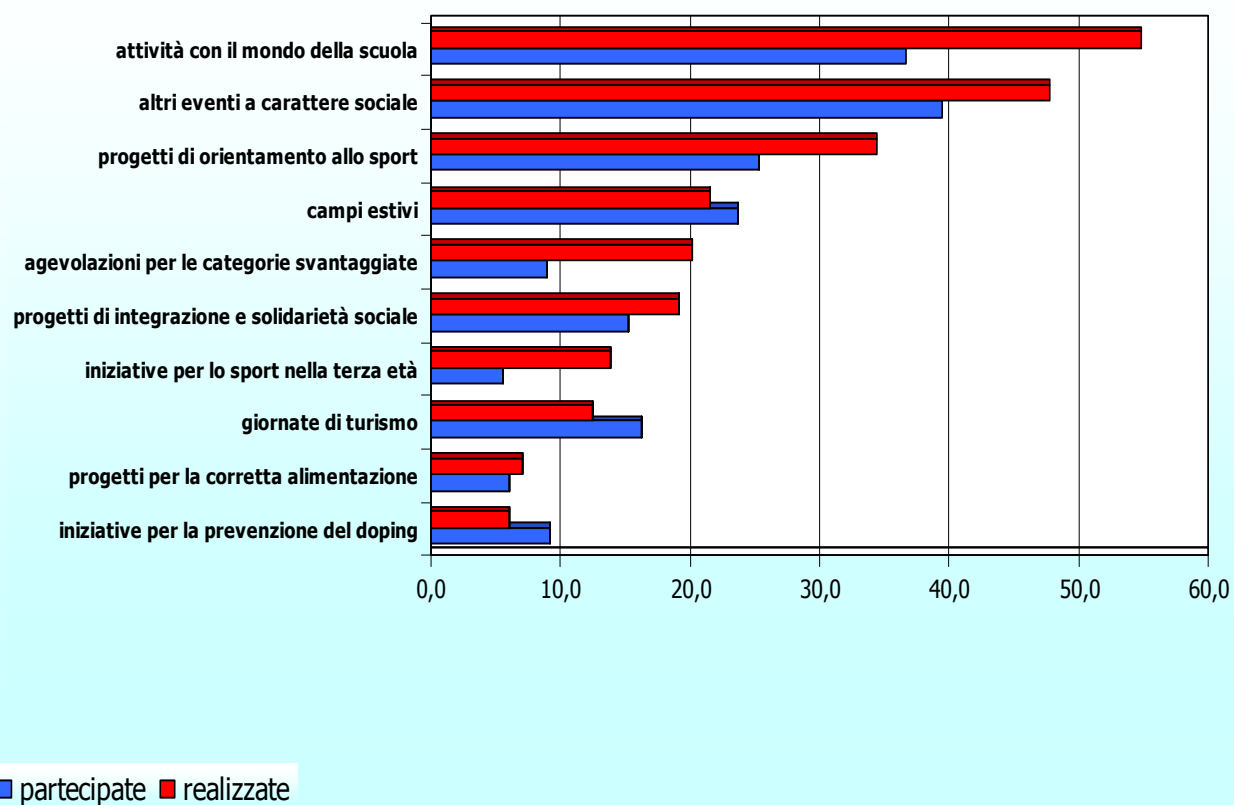
- in primo luogo la destinazione di circa **2 miliardi di euro** per **l'edilizia scolastica** con impatti previsti anche per le **palestre scolastiche** (è in fase di conclusione l'analisi sugli impegni e sugli effetti da parte del Ministero dell'Istruzione);
- la realizzazione di **4.363 progetti** realizzati nella **scuola primaria** nell'anno 2003-2004 che hanno visto la partecipazione di **980.000 alunni** (pari al 30% degli iscritti). Si è trattato nell'80% di progetti di attività ludico-sportive, nel 41% di attività pre-sportive, nel 21% di formule integrate di attività ludico-sportive e pre-sportive;
- un nuovo ciclo di **sperimentazione** per le scuole primarie e secondarie finanziato con **5,4 milioni di euro** dal MIUR;
- un **finanziamento aggiuntivo di 2,0 milioni** di euro per la consulenza ai docenti della scuola primaria (per complessive 50.000 ore di accompagnamento), con la partecipazione di 100.000 alunni;
- un finanziamento di **1 milione** di euro per attività nella scuola delle **città a rischio** di devianza giovanile attraverso l'utilizzo della leva sport.

Per il **sistema sportivo**:

- circa **15milioni** di euro⁶ spesi in attività di promozione sportiva nella scuola da Coni, FSN, organismi territoriali;
- la **pervasività di una progettazione** delle società sportive (il 55% ha realizzato proprie attività con il mondo della scuola, il 37% ha partecipato ad attività proposte dalla scuola o da terzi) -graf. 7.1-;
- la spinta locale dei **Coni provinciali**: su 63 organismi intervistati 53 hanno avviato progetti prima del 2007 e 41 hanno avviati nuovi progetti nel corso del biennio 2007-2008.

⁶ Dato tratto dai bilanci 2007 delle FSN e del CONI

Graf. 7.1 - Iniziative poste in essere dalle associazioni sportive sul territorio



Fonte: Censis Servizi ,2008

7.3 Cosa fare

I dati ed i fatti sinteticamente enunciati ovviamente non pareggiano gli elementi strutturali carenti ma non possono essere rubricati come iniziative pulviscolari. E' un sistema che sembra muoversi più dal **basso verso l'alto** che viceversa, in sintonia, spesso, con la storia sociale ed economica di questo Paese. Forse occorrerebbe approfondire progettualità, percorsi, efficacia delle azioni per trarne modelli virtuosi da esportare nei territori non ancora lambiti dallo sviluppo.

E' però indubbio che la progettualità di un **piano strategico scuola-sport** genererebbe spinte virtuose sul piano **educativo, sociale, di cittadinanza, di prevenzione sanitaria**, ecc. In concreto appare necessario condensare esperienze e progetti per rilanciare un grande ciclo di iniziative che vedano la "scuola" non solo nel ruolo di "polo logistico" ma in quello di attore protagonista.

Le diverse esperienze nazionali promosse dal CONI attraverso il mondo della Scuola (Giosport, Giochi della Gioventù e Giochi Sportivi Studenteschi) devono innervarsi in modo esteso e capillare per far sedimentare tra i protagonisti (studenti, famiglie, docenti) la cultura educativa e formativa dello sport. L'obiettivo non è solo quello di suscitare ed accompagnare la domanda di sport ma anche di dare risposte efficaci a fenomeni e patologie che già oggi appaiono estese e preoccupanti (35% di sovrappeso e 10-12% di obesità tra i bambini).

Il tavolo MUR-CONI e le azioni in esso contenute (aggiornamento insegnanti, interventi formativi su progetti mirati, piano nazionale per i docenti delle primarie, etc.), può rappresentare una prima concreta risposta ai bisogni attuali e futuri della società italiana.

8. Sport e media

Il rapporto che si è venuto a costituire nel corso del tempo tra sport e mezzi di comunicazione è, attualmente, basato su un patto di mutua e reciproca convenienza: da un lato, i mezzi di comunicazione hanno trovato con lo sport dei contenuti con cui riempire i palinsesti televisivi o le pagine dei quotidiani; d'altro lato lo sport ha trovato negli strumenti di comunicazione di massa una straordinaria cassa di risonanza da sfruttare per incrementare la propria diffusione a livello planetario.

Le tesi socio-antropologiche sui rapporti tra media e sport hanno prodotto, nel corso degli anni, una cospicua bibliografia volta sia a demonizzare tale intreccio di interessi sia a glorificare i media come aedi fondamentali per la mitizzazione degli eventi sportivi.

Il discorso diventa ancora più interessante se ci si focalizza sul rapporto tra sport e nuovi media la cui crescita deve molto anche allo sport che ha stimolato la diffusione delle nuove tecnologie anche in virtù di un'utenza sempre più affamata di consumi di eventi sportivi.

In Italia, gli scenari evolutivi del rapporto tra media e sport procedono con dinamiche "globalizzate" in cui i nuovi media stanno sicuramente erodendo quote di mercato a quelli tradizionali anche se, per il nostro Paese, bisogna evidenziare alcune differenze sostanziali rispetto ai ritmi con cui questo sta avvenendo.

8.1 La stampa sportiva

I dati disponibili sulla diffusione della carta stampata dedicata allo sport (Tab. 8.1) evidenziano che la **quota di mercato dei quotidiani sportivi** è pari al **15%** del totale dei quotidiani venduti in Italia con oltre 250 milioni di copie vendute annualmente. La serie storica dei dati delle copie vendute in media (Tab. 8.2) mette in risalto una sostanziale tenuta dei quotidiani sportivi nel periodo 2004-2006 con una flessione marcata nel 2007 che porta ad una variazione negativa del 13,6% tra 2004 e 2007.

**Tab. 8.1 - DATI RIASSUNTIVI MEDI -
Media mobile di 12 mesi - da Gennaio 2007a Dicembre 2007
(dati dichiarati dall'editore e pubblicati sotto la sua responsabilità)**

Quotidiani	N.ri nel periodo	Tiratura media *	Diffusione media *	Totale vendite annue *
CORRIERE SPORT - STADIO	307	395.642	242.303	73.419.050
CORRIERE SPORT-STADIO LUN.	51	462.397	287.857	14.499.300
GAZZETTA SPORT (LA)	307	518.478	374.662	99.533.084
GAZZETTA SPORT-LUNEDI (LA)	51	655.101	473.553	21.547.704
TUTTOSPORT	307	196.065	118.934	35.867.117
TUTTOSPORT LUNEDI'	51	209.883	130.842	6.551.460
totale quotidiani		9.256.286	6.837.948	1.673.556.905
totale quotidiani sportivi		1.119.242	743.632	251.417.715
% quotidiani sportivi /totale quotidiani		12,6	10,9	15,0

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ADS, 2007

*Sono state ponderate le edizioni del Lunedì

Tab. 8.2 – Media copie vendute e variazione % 2004-2007

	Media copie vendute/giorno				var% 04/07
	2004	2005	2006	2007	
Quotidiani sportivi	782.709	741.565	751.062	688.816	-13,6

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ADS, FIEG, 2007

Alle copie vendute dai quotidiani vanno aggiunte le copie dei settimanali. Le principali testate sportive con frequenza settimanale (Tab. 8.3) nel corso del 2007 hanno fatto registrare un dato complessivo di poco superiore a **6 milioni di copie** vendute mentre, dai dati ADS per il 2006 elaborati dal Censis, si quantifica rispettivamente in **447.570** la diffusione media dei settimanali a tema sportivo e in **317.152** quella dei mensili.

**Tab. 8.3 - DATI RIASSUNTIVI MEDI - Media mobile di 12 mesi
da Gennaio 2007 a Dicembre 2007
(dati dichiarati dall'editore e pubblicati sotto la sua responsabilità)**

Settimanali	N.ri nel periodo	Tiratura media	Vendite settimanali	Totale vendite annue
GAZZETTA DEL LUNEDI' (LA)	51	21.744	15.108	770.508
GUERIN SPORTIVO	50	82.715	43.489	2.174.450
MOTOSPRINT	50	116.957	62.500	3.125.000
Totali settimanali sportivi		221.416	121.097	6.069.958

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ADS, 2007

Ma per i quotidiani sportivi, a fronte di una flessione delle vendite si registra un incremento dei ricavi da **pubblicità** nel periodo 2004-2006 pari a **10,8%** passando dagli **80,7 milioni** di euro del 2004 ai **90,6** del 2006.

Dalla tabella 8.4 si evince come sia aumentata nel corso dell'ultimo triennio la percentuale delle pagine destinate alla pubblicità sui quotidiani sportivi rispetto al totale delle pagine stampate. Sempre costantemente sopra la media nell'ultimo triennio, la quota delle pagine pubblicitarie sui quotidiani sportivi ha raggiunto nel 2006 il **39,4%**, secondo valore più elevato dopo quello relativo ai quotidiani classificati "Altri".

La performance della raccolta pubblicitaria dei quotidiani sportivi può trovare una spiegazione nella quota dei lettori che, nei dati dell'indagine Multiscopo dell'Istat relativi al confronto tra 2000 e 2006, passa dal **25,1%** al **28,7 %** (Tab. 8.5). maggiori incrementi si registrano per le classi di età comprese tra i 25 e i 44 e per gli over 64.

Nel giudizio degli operatori del settore c'è però la consapevolezza che il mercato pubblicitario della stampa sportiva in Italia sia molto legato alle prestazioni sportive per cui un buon risultato della Ferrari o della nazionale di calcio può, evidentemente, incrementare i lettori e di conseguenza la raccolta pubblicitaria.

Analizzando i risultati dell'indagine Audipress relativa a circa 40.000 interviste sulle abitudini di lettura della popolazione italiana nel periodo autunno 2006-primavera 2007, (Tab. 8.7) **"La Gazzetta dello Sport"** si conferma il primo quotidiano italiano per numero di lettori sia rispetto alla popolazione (7,0%) sia rispetto al sottoinsieme costituito dal popolo dei lettori (16,0%). E' interessante notare – attraverso la lettura dei dati di fonte Istat (Tabb. 8.5 e 8.6) - che la **stampa sportiva**, diversamente dagli altri quotidiani, sembra rimanere un terreno di frequentazione soprattutto per la **popolazione maschile**, mentre le **donne**, sebbene protagoniste negli ultimi anni di successi notevoli in campo agonistico, rimangono **lettrici fredde** a testimonianza di un prodotto pensato e scritto per lo più per una platea di uomini.

Un elemento favorevole alla buona diffusione della stampa quotidiana dedicata allo sport consiste nel riscuotere un interesse trasversale rispetto alle categorie sociali ed economiche. Tra i maschi le notizie sportive fanno registrare un'alta quota di lettori (il 71,1% le legge almeno una volta a settimana), mentre nel complesso risultano essere lette dal 46,8% delle persone che leggono quotidiani con 15 anni e più. Da evidenziare che tra gli studenti maschi l'informazione sportiva sui quotidiani costituisce la prima scelta rispetto alle altre tipologie di notizie (Graf. 8.1).

Tab. 8.4 - Percentuale pagine di pubblicità sul totale delle pagine stampate (2004-2006)

Classificazione dei quotidiani	2004	2005	2006
Provinciali	28,5	28,6	29,4
Regionali	30,9	31,5	34,7
Pluriregionali	24,6	24,5	22,2
Nazionali	40,9	38,2	37,7
Economici	26,6	26,6	30,0
Sportivi	36,3	35,4	39,4
Politici	3,5	4,6	5,3
Altri	57,5	56,2	55,8
Totale	34,6	33,5	34,7

Fonte: Fieg, 2007

**Tab. 8.5 - Persone di 11 anni e più che leggono quotidiani sportivi
almeno una volta a settimana per sesso e classe di età
Confronto 2000 - 2006
(per 100 persone di 11 anni e più che leggono quotidiani almeno una volta a settimana
della stessa età e dello stesso sesso)**

Classe di età	2000	2006
11-14	49,5	55,8
15-17	52,2	51,1
18-19	42,4	42,2
20-24	36,7	37,8
25-34	28,3	34,5
35-44	23,0	29,1
45-54	22,6	25,4
55-59	22,8	23,1
60-64	19,0	22,2
65-74	15,8	21,7
75 e più	10,4	14,8
Totale	25,1	28,7

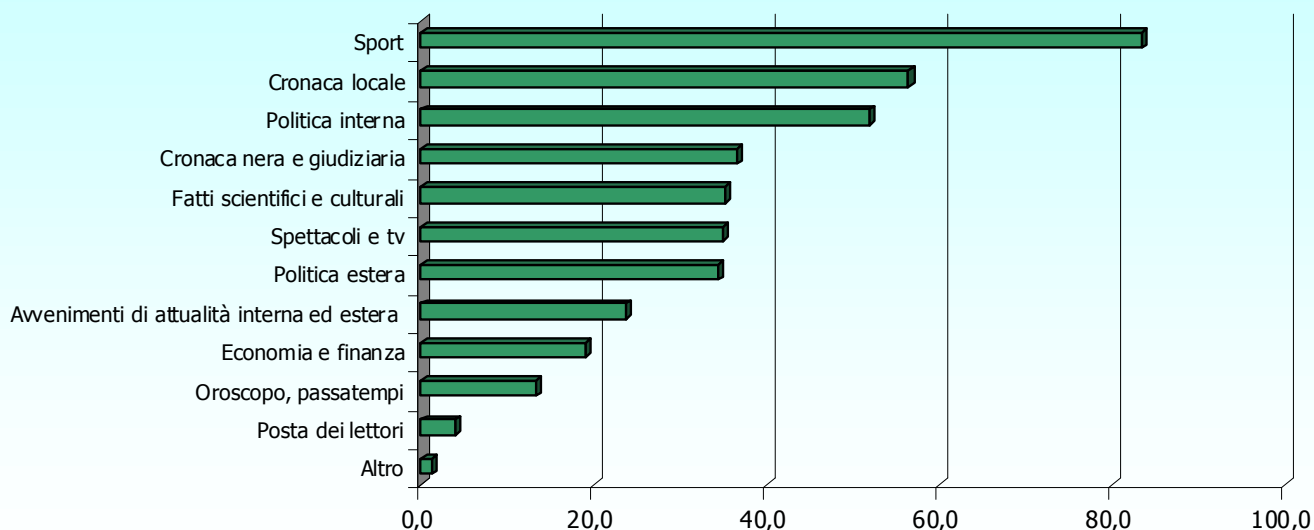
Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Istat, 2007

**Tab. 8.6 - Persone di 15 anni e più che leggono quotidiani
almeno una volta a settimana per tipo di notizie lette
sesso e condizione e posizione nella professione
Anno 2006
(per 100 persone di 15 anni e più che leggono quotidiani almeno una volta a settimana
con le stesse caratteristiche)**

Condizione e posizione nella professione	Maschi	Femmine	Totale
Occupati	71,7	17,3	51,8
Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti	63,3	15,7	51,6
Direttivi, Quadri, Impiegati	69,3	16,7	43,2
Operai, Apprendisti	78,1	18,9	61,9
Lavoratori in proprio e Coadiuvanti	71,9	18,8	56,7
In cerca di nuova occupazione	77,4	15,4	54
In cerca di prima occupazione	81,4	17,3	52,2
Casalinghe	nd	12,5	12,5
Studenti	83,4	31,3	57,3
Ritirati dal lavoro	64,3	12,3	45,5
Altra condizione	64,5	14,4	41,2
Totale	71,1	16,6	46,8

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Istat, 2007

Graf. 8.1 - Le preferenze di lettura di notizie nei quotidiani degli studenti maschi con 15 anni e più



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Istat, 2007

Tab. 8.7 – Lettori per alcuni quotidiani. V.A. per 1000 e percentuali

Quotidiani	Totale Lettori	Uomini	Donne	Lettori/Popolazione in Val. %	Lettori/Lettori quotidiani in Val. %
La Gazzetta dello sport	3.592	3.219	372	7,0	16,0
La Repubblica	2.944	1.671	1.273	5,8	13,1
Corriere della sera	2.615	1.551	1.065	5,1	11,6
Leggo	2.031	1.068	962	4,0	9,0
Metro	1.688	862	826	3,3	7,5
Corriere dello sport - stadio	1.396	1.253	143	2,7	6,2
Il sole 24 ore	1.208	800	407	2,4	5,4
Tuttosport	920	813	107	1,8	4,1

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Audipress, 2007

Un'indagine del Censis Servizi realizzata nei primi mesi del 2008 stima in circa **180** le riviste sportive che, a scadenze differenti, raggiungono le edicole italiane (Tab. 8.8). A queste riviste vanno aggiunti i bollettini informativi dei Comitati Territoriali del Coni, delle Federazioni Sportive ed Enti di Promozione Sportiva. Sempre dall'analisi di una specifica rilevazione effettuata dal Censis Servizi presso tali Enti intermedi si stima che il 90% delle Federazioni Sportive Nazionali pubblichi un *house organ*.

Tab. 8.8 – Le riviste sportive per disciplina

SPORT	RIVISTE
calcio	21
automobilismo	18
motociclismo	14
ciclismo	13
sci	9
ginnastica	8
vela	8
motonautica	8
multi-sport	8
nuoto	6
atletica	6
pallacanestro	6
sport equestri	6
caccia	6
aeronautica	6
alpinismo	5
danza ballo	4
carte	4
tennis	3
arti marziali	3
pattinaggio	3
golf	2
pallavolo	2
sub-immersioni	2
altro	7
TOTALI	178

Fonte: Censis Servizi, 2008

Un aspetto critico a tutt'oggi si può leggere nella mancata diffusione della **free press** a carattere sportivo nel panorama dell'editoria italiana rispetto agli altri Paesi europei. Le esperienze avviate in questo settore negli ultimi anni sono state quasi sempre fallimentari.

Se la *free press* generalista sembra ormai avviata ad una costante e duratura ascesa (è di circa 2 milioni il bacino d'utenza stimato), più accidentato è stato il percorso della stampa gratuita per lo sport. Verso la fine del 2006 si è registrato un boom delle testate sportive *free* ("Sport24", "Lo Sport", "Dieci", per citare alcuni esempi) che hanno fatto registrare altrettanti insuccessi editoriali. Uno dei motivi e dei vincoli che contraddistingue il mercato italiano della stampa sportiva è probabilmente da ricercare proprio nell'esistenza e nella concentrazione di un numero di quotidiani sportivi a pagamento non riscontrabile in altri Paesi europei. Ma prima che altri tentativi di lanciare un prodotto *free press* per lo sport vedano la luce potrebbe avvenire quel che per alcuni rappresenta più che un'eventualità: la scomparsa della carta stampata a favore del web seguendo le orme del *NY Times*. Nonostante questo è possibile individuare alcuni esempi fortunati di diffusione, anche nel settore sportivo, di giornali distribuiti gratuitamente all'interno di circuiti commerciali di settore o dalle catene di palestre e centri fitness o ancora nei golf club e nei circoli di tennis. Un tentativo di spostare la stampa gratuita dalla categoria mass-market a quella di nicchia pensata per un target di livello alto.

8.2 La televisione

L'unica trasmissione televisiva che ha sempre trovato posto nei palinsesti TV da quando in Italia si diede il via alle trasmissioni televisive è la **"Domenica Sportiva"** il cui primo numero andò in onda il 3 gennaio 1954. A distanza di 54 anni **l'offerta televisiva** si è molto **modificata**. Sono nati, nel corso degli anni nuovi soggetti d'offerta così come si è andata sempre più articolando la piattaforma tecnologica che porta sui teleschermi delle famiglie italiane le immagini delle competizioni sportive. Ma il proliferare di piattaforme e canali, in cui i contenuti sportivi continuano a ricoprire un ruolo prioritario, non necessariamente riescono a sopperire ad una lenta ma progressiva emorragia di telespettatori. Dai dati AGB-Auditel emerge infatti che, a fronte dell'aumento di potenziali utenti televisivi, la quota d'ascolto medio scende di circa un punto passando dal 16,2 del 2004 al 15,4 del 2007.

La concorrenza di altre forme di tempo libero e di altri media, internet su tutti, sta di fatto modificando la dieta mediatica degli italiani così come avviene in altri Paesi del mondo.

Nonostante ciò lo sport rimane un formidabile contenuto da veicolare attraverso il mezzo televisivo come dimostra la tabella delle 15 **"Top Audience"** del 2007 in cui compaiono addirittura **tre trasmissioni sportive** ai primi quattro posti (Tab. 8.9).

Tab. 8.9 – Top audience del 2007

PROGRAMMI 2007: TOP 15 (target individui)		Audience Media x.000	Share%
23/5	Coppa dei Campioni Milan-Liverpool	13.020	47,6
27/2	57 ^{mo} Festival di Sanremo (I parte)	12.452	43,8
15/4	F1 – GP Bahrain	11.079	57,8
28/3	Qual. Europei 2008 Italia Scozia	11.005	39,6
29/11	Il quinto dell'inferno	10.076	35,7
26/11	La situazione di mia sorella... (Celentano)	9.209	32,3
30/1	Striscia la notizia	9.200	33,2
21/2	TG1 sera	9.099	36,0
3/12	Affari tuoi	8.809	31,3
10/1	Butta la luna	8.412	32,5
25/3	MotoGP (Spagna-Jerez)	8.406	40,6
30/5	Maria Montessori (II parte)	8.184	34,6
23/1	Chi vuol essere milionario (ultima parte)	8.038	35,1
29/11	Il capo dei capi	7.995	28,6
21/2	L'eredità (ultima parte)	7.931	34,0

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Auditel, 2007

Come accennato, il bouquet d'offerta sportiva in televisione si è andato arricchendo nel corso degli ultimi anni soprattutto con l'irruzione dei network commerciali. Ma il percorso è stato senz'altro accidentato e non sempre contrappuntato da successi economici (è il caso di "Stream" o "Tele+" che non sono riuscite a raggiungere gli obiettivi prefissati ed hanno passato la mano).

Sembra scontato affermare, ma va comunque ribadito, che il rapporto tra TV e sport si sia andato consolidando soprattutto intorno a pochi grandi sport capaci di attrarre numeri considerevoli di telespettatori.

Oggi sembrano delinearsi **due scenari prevalenti**: da un lato si assiste, da parte dei media, ad una **crescente concentrazione**, in termini di acquisizioni dei diritti televisivi, verso i grandi **eventi planetari** (Olimpiadi, Mondiali di calcio, ecc.); d'altro lato cercano di trovare spazio **nuovi segmenti e nuovi tematismi** sportivi verso **pubblici di nicchia** (tribù), appassionati di determinati sport disponibili ad acquistare programmi a loro dedicati trasmessi dai canali pay tv e pay per view.

Che lo **sport** resti **uno dei contenuti preferiti dalle televisioni** trova conferma dai dati sulle **ore di sport** in TV pubblicati da Sport System Europe (Tab. 8.10). La gerarchia delle discipline sportive più presenti sul piccolo schermo vede il **calcio** assorbire oltre il **34%** del totale di ore trasmesse seguito, a molta distanza, da **basket** e **volley maschile**. Rilevante anche la quota spettante allo sport internazionale a testimonianza dell'appeal degli eventi globalizzati. In questo senso si sta assistendo a tentativi strategici di rendere transnazionali eventi locali o comunque continentali: è il caso del campionato di basket NBA per il quale si parla di un futuro sbarco in Europa mentre è sempre potenzialmente possibile l'istituzione di un vero e proprio campionato europeo di calcio per club.

Ma, come detto in precedenza, il piano globale sembra intersecarsi, senza però entrarne in conflitto, con quello settoriale o, per meglio definirlo, tribale. E' il caso dei **canali tematici** dedicati interamente a squadre di calcio o l'esperienze dei canali digitali tematici come Sailing Channel che si rivolge agli appassionati di vela.

Il futuro sviluppo di questo filone personalizzato di fruizione della programmazione televisiva sportiva, strettamente collegato con lo sviluppo tecnologico, appare oggi ancora incerto a giudicare dai dati di audience che delle emittenti che usufruiscono delle piattaforme satellitari (Tab. 8.11).

Tab. 8.10 – Ore di sport trasmesse in televisione in v.a. e percentuali per disciplina

Ore di sport in TV		
Sport	Ore trasmesse	%
Calcio	7665	34,5
Basket maschile	1904	8,6
Volley maschile	1126	5,1
Formula 1	803	3,6
Rugby	441	2,0
Ciclismo maschile	440	2,0
Motociclismo	355	1,6
Vela	341	1,5
Atletica	339	1,5
Volley femminile	330	1,5
Sci alpino	223	1,0
Basket femminile	165	0,7
Pattinaggio	156	0,7
Nuoto	136	0,6
Sport equestri	118	0,5
Tennis	115	0,5
Pallanuoto	108	0,5
Pugilato	102	0,5
Sci nordico	90	0,4
Scherma	62	0,3
Altri sport italiani	1931	8,7
Sport internazionale	5243	23,6
Totale	22193	100,0

Fonte: Elaborazione Censis Servizi su dati Sport System Europe e banca dati FEEDBACK
 Emittenti analizzate: RAIUNO, RAIDUE, RAITRE, RAISPORT SAT, RETE4, CANALE5, ITALIA1
 LA7, ODEON, SKY SPORT1, SKY SPORT2
 Periodo di rilevazione: Aprile 2007 - Marzo 2008

Tab. 8.11 - Dati di ascolto medio. Audience e contatti netti**Dati di ascolto giorno medio**

Canale	Audience media	Contatti netti
Rai Uno	1.934.614	30.700.573
Rai Due	899.522	26.532.073
Rai Tre	790.112	24.157.540
Canale 5	1.796.643	30.284.965
Italia 1	970.653	25.153.294
Rete 4	761.573	20.620.724
La7	263.820	11.979.548
Odeon	17.421	2.447.287
7Gold	47.689	5.053.933
Rai Sport Satellite	8.104	609.778
Sky Sport 1	39.173	1.441.589
Sky Sport 2	9.108	520.602
Sky Sport 3	6.258	460.186

Fonte: Elaborazione Sport System su dati AGB-AUDITEL

Periodo di rilevazione: Aprile 2007 - Marzo 2008

Ma se questi dati sanciscono, per ora, la primazia della televisione generalista in chiaro su quelle che utilizzano piattaforme differenti e/o canoni mensili e a consumo, le nuove generazioni sembrano costituire il traino allo sviluppo ed alla diffusione dello sport sui canali a pagamento.

Il sondaggio demoscopico realizzato dal Censis Servizi per la redazione del presente rapporto, evidenzia (Tab. 8.12) come la penetrazione dei servizi sportivi disponibili sulle reti Pay TV e Pay Per View, sia maggiore tra le classi d'età giovane mentre va progressivamente scemando tra la popolazione adulta. Tra i giovani compresi fra i 18 e i 29 anni, oltre il 32% dichiara di possedere un abbonamento specifico per Sky Sport mentre è il 20,6% chi afferma di usufruire di una carta pre-pagata per le trasmissioni criptate diffuse dai decoder digitali.

La scomposizione della frequenza d'uso con la quale viene seguito lo sport in televisione mostra che i possessori di servizi a pagamento risultano *frequent users* in quota maggiore a chi guarda solo programmi sulle televisioni generaliste (Tab. 8.13).

Tab. 8.12 – Servizi televisivi sportivi posseduti (val.%)

	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Abbonamento Sky Sport					
Sì	32.5	23.9	21.5	13.5	22.3
No	67.5	76.1	78.5	86.5	77.7
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Carta pre-pagata per digitale terrestre					
Sì	20.6	14.1	12.4	4.7	12.5
No	79.4	85.9	87.6	95.3	87.5
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2007

Tab. 8.13 – Frequenza con la quale viene seguito lo sport in TV (val.%)

	%
Tv in chiaro	
Tutti i giorni o quasi	7.5
4-5 volte la settimana	7.3
2-3 volte la settimana	18.0
1 volta la settimana	21.5
2-3 volte al mese	9.2
1 volta al mese	5.2
Meno di una volta al mese	8.3
Solo in occasioni particolari	12.3
Non sa/non risponde	10.7
Totale	100.0
Pay Tv/Pay per view	
Tutti i giorni o quasi	10.1
4-5 volte la settimana	11.3
2-3 volte la settimana	18.2
1 volta la settimana	13.1
2-3 volte al mese	3.6
1 volta al mese	2.1
Meno di una volta al mese	27.6
Solo in occasioni particolari	2.4
Non sa/non risponde	11.6
Totale	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2007

Ma lo sport sulle televisioni sia a pagamento che in chiaro, in Italia significa soprattutto calcio.

Sempre grazie ai dati AGB-AUDITEL, che dal primo d'aprile 2008 comprendono anche i dati SKY, è possibile tracciare un quadro chiaro riguardo agli sport che gli italiani guardano in televisione.

La "Top 5" dell'audience per i programmi sulle reti generaliste (Tab. 8.14) vede il calcio occupare quattro posizioni su cinque.

Più spazio agli altri sport su SKY ma con notevoli differenze in termini di audience (Tab. 8.15).

**Tab. 8.14 - Top Audience sport (prime 5 posizioni TV generaliste)
2007**

Canale	Sport	Evento
Rai Uno	Calcio	Milan – Liverpool Champions League
Rai Uno	Formula 1	GP del Bahrein
Rai Uno	Calcio	Milan – Manchester United Champions League
Rai Uno	Calcio	Italia – Francia Qualificazioni Campionato Europeo
Rai Uno	Calcio	Italia – Ucraina Qualificazioni Campionato Europeo

Fonte: Elaborazione Sport System su dati AGB-AUDITEL
Periodo di rilevazione: Aprile 2007 - Marzo 2008

**Tab. 8.15 –Top Audience sport (prime 5 posizioni TV satellitari)
2007**

Canale	Sport	Evento	Audience media
Sky Sport 1	Calcio	Campionato Serie A	494.108
Sky calcio	Calcio	Campionato Serie A	142.122
Sky Sport 2	Basket	Serie A	29.286
Sky Sport 2	Volley	Serie A1 Maschile	16.604
Rai Sport Sat	Volley	Serie A1 Femminile	15.956

Fonte: Elaborazione Sport System su dati AGB-AUDITEL
Periodo di rilevazione: Aprile 2007 - Marzo 2008

Il rapporto tra lo sport e la televisione comporta, necessariamente, una riflessione sui diritti televisivi.

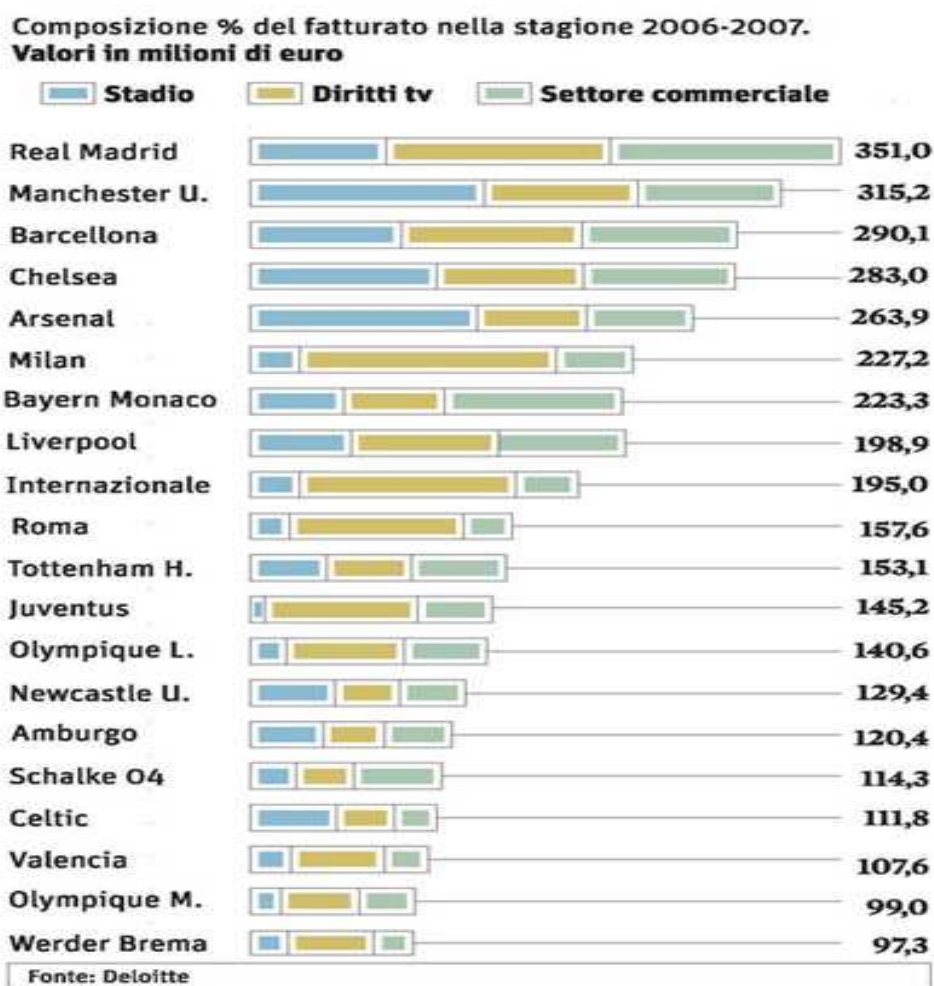
Negli ultimi anni, il volume d'affari prodotto dalla vendita dei **diritti televisivi** ha contribuito potentemente a mutare i palinsesti dell'offerta mediatica sportiva generando quel fenomeno che, a detta di molti studiosi dello sport, completa la **spettacolarizzazione** in chiave commerciale di un evento sempre più soggetto alla logica del marketing che a quella ludica, forma originaria alla base del concetto di sport.

Considerando oramai acquisite le transizioni che, partendo dallo sviluppo di un interesse collettivo primario agli inizi del secolo scorso hanno trasformato lo sport in fenomeno industriale, si assiste, a iniziare dagli anni '90, a quel fenomeno che l'inglese John Bale (autore tra l'altro di *Landscapes of Modern Sport*) ha etichettato come **mallification** adattando allo sport il concetto dello **shopping mall**, ovvero il centro commerciale in cui il consumo viene trasformato da pratica in esperienza.

In effetti il modello di riferimento sembra essere quello dettato dal calcio e precisamente dalla *Premier League* inglese dove i diritti televisivi rappresentano una componente importante, ma non esaustiva, sul complessivo volume d'affari del movimento. Nel modello del calcio inglese, a cui anche in Italia si guarda con interesse, una voce di ricavi essenziale è data dall'uso "commerciale" degli stadi privati dei club che, nel caso del Manchester United ad esempio, rappresenta una quota superiore al 50% del totale mentre i diritti televisivi "pesano" nel fatturato del club solo il 29% (Fig. 8.1).

Come si può notare le **squadre italiane** devono la maggior parte del proprio **fatturato** ai **diritti televisivi** mentre, in Inghilterra, la voce "Stadio" è prevalente.

Fig. 8.1 - Le Top 20 dei ricavi



In Italia il calcio ha sicuramente un ruolo di primo piano per quel che riguarda il valore dei diritti televisivi (poco meno di 600 milioni di euro è il valore complessivo della stagione 2006 2007 di Serie A) ma, come accennato prima, altri grandi eventi sportivi generano interesse da un punto di vista mediatico (Tab. 8.16).

**Tab. 8.16 – Il mercato dei diritti televisivi in Italia
Principali eventi sportivi per diritti TV incassati**

Canale	Diritto	Durata	Fee annuo
Rai	Formula 1 Automobilismo	2005 - 2007	50.000.000 \$
Rai	World Cup - Calcio	2010	165.000.000 €
Rai	World Cup - Calcio	2014	175.000.000 €
Rai	Champions League - Calcio	2006 - 2009	55.000.000 €
Sky	Champions League - Calcio	2006 - 2009	32.000.000 €
Mediaset	Moto GP - Motociclismo	2006 - 2009	6.300.000\$
Rai	Giro d'Italia - Ciclismo	2005 - 2008	8.000.000 €
La7	American's Cup - Vela	2007	2.200.000€

Fonte: 24Ore Sport, 2007

Attualmente è comunque evidente il divario tra pochi grandi eventi sportivi che drenano quasi la totalità delle risorse e il resto del panorama sportiva che brilla su alcuni istanti di popolarità in occasione delle Olimpiadi estive o invernali (paradigmatico a questo proposito il risultato del curling alle recenti Olimpiadi invernali di Torino con oltre 4 milioni di telespettatori il 14 febbraio 2006).

Come la *free press* di segmento alto potrebbe correre in soccorso degli sport con minore visibilità così i nuovi media potrebbero dare una mano alle disciplina di nicchia in termini d'ascolto.

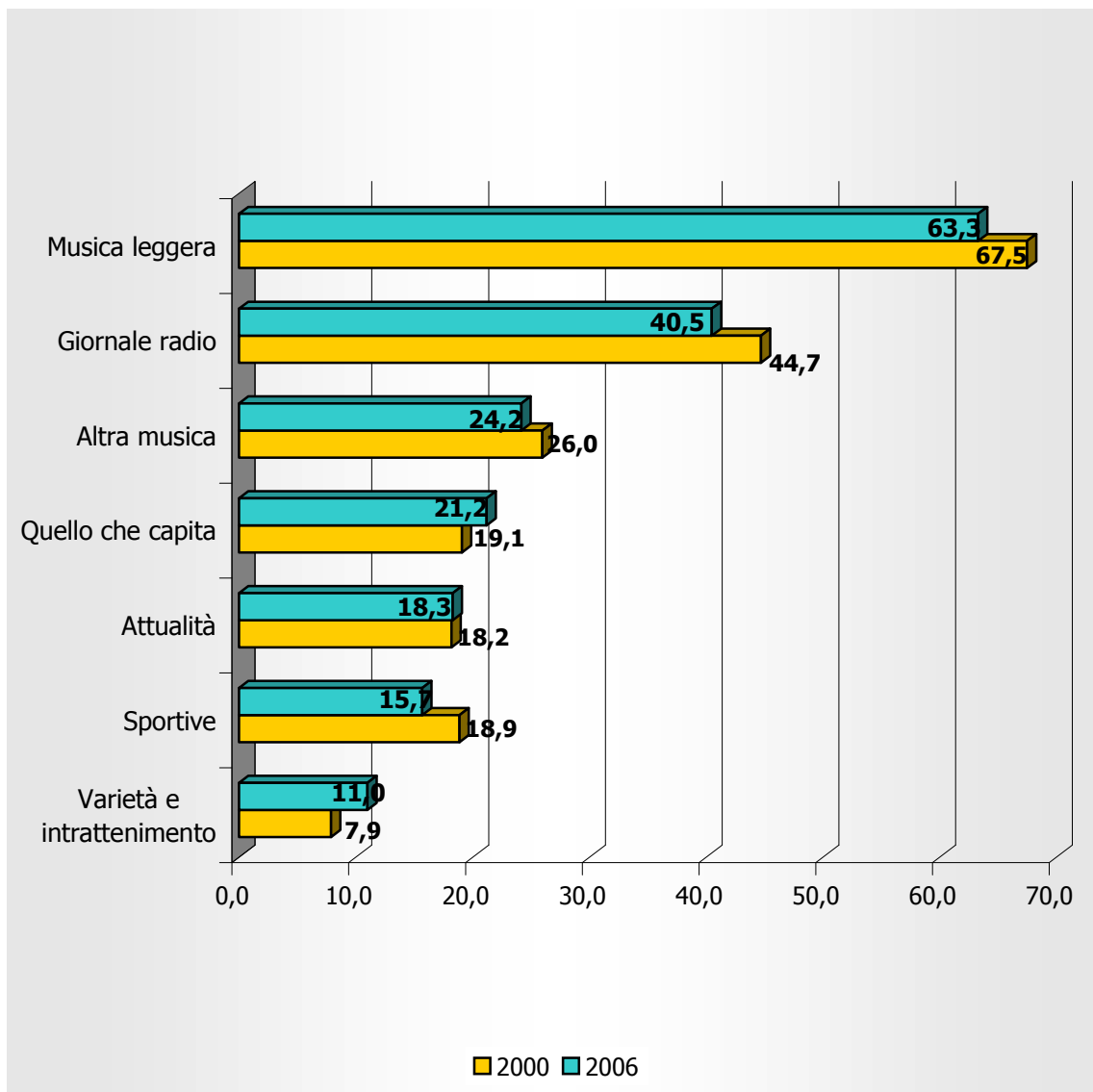
8.3 La radio

La radio è stata per molti anni una fedele compagna delle vicende sportive del nostro Paese. Soprattutto le gesta del calcio e del ciclismo, i due sport più popolari nell'Italia degli anni '50 e '60 sono raccontate dalle celebri voci di Carosio e di Mario Ferretti (famosa la sua frase: "c'è un solo uomo al comando, la sua maglia è gialla" pronunciata alla radio per il Giro del 1949) . Nel gennaio del 1960 iniziano le trasmissioni di "Tutto il calcio minuto per minuto". Trentadue anni prima la Eiar aveva trasmesso, per la prima volta, l'arrivo della tappa conclusiva del 20° Giro d'Italia.

Molto tempo è passato da allora e la radio ha faticato ad inseguire la rivoluzione mediatica che ha investito il mondo dello sport.

Gli ultimi dati disponibili (Indagine Multiscopo Istat, 2007) indicano che il 28,2% delle persone con 3 anni e più ascoltano mediamente la radio. Di queste il 15,7% dichiarano di ascoltare programmi sportivi. Nell'analoga rilevazione Istat riferita al 2000, la quota degli utenti radiofonici di programmi sportivi era fissata al 18,9% (Graf. 8.2).

**Graf. 8.2 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio
per alcuni tipi di trasmissione seguita
Anni 2000 - 2006**



Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Istat, 2007

Oggi il fenomeno emergente per il **settore radiofonico** è costituito dalla diffusione di emittenti locali, soprattutto in aree metropolitane, con una programmazione dedicata principalmente al calcio: è il caso di "Centro Suono Sport " e "Rete Sport", ad esempio, due emittenti romane dedicate alla squadra della Roma, che secondo le ultime rilevazioni Audiradio riferite al 2007, sono accreditate in media rispettivamente di 154.000 e 275.000 ascoltatori con più di 11 anni.

8.4 I nuovi media

L'affermazione delle **tecnologie digitali** ha certamente trovato nello sport un partner ideale configurando una perfetta complementarità tra mezzo e contenuto. Abbiamo già accennato alla proliferazione dei canali televisivi in grado di offrire sport ad una platea sempre più ampia di utenti ma l'intreccio new media e sport va oltre, offrendo al telespettatore un menu di opzioni in grado di personalizzare l'evento: dalla scelta dell'angolazione di gara, alla telecronaca del giornalista/tifoso, alle statistiche. E' quella che il sociologo Pippo Russo chiama self-tv nel saggio "Sport e Società" pubblicato nel 2004.

Ma quando si parla di nuovi strumenti di comunicazione viene immediato il collegamento con il **web**, la rete delle reti, internet ed anche su questo nuovo mezzo di comunicazione lo sport occupa un posizione di rilievo.

Quantificare quanti siano i siti internet di argomento sportivo risulta essere un esercizio molto arduo ma si può rovesciare il problema: quanti sono gli italiani che cercano notizie di sport sulla rete? Con quale frequenza ?

Dal sondaggio demoscopico del Censis Servizi realizzato sulla popolazione maggiorenne, risultano essere oltre il 20% gli italiani che navigano in internet per lo sport (Tab. 8.17). Di questi il 7% dichiara un'alta frequenza di navigazione.

Anche in questo caso, come già osservato per il possesso dei servizi televisivi sportivi a pagamento, sono soprattutto i più giovani a costituire la platea dei navigatori "per sport" (Tab. 8.18).

**Tab. 8.17 – Frequenza di utilizzo di internet per informazioni sportive
(val. %)**

Frequenza	%
Spesso	7.2
Qualche volta	13.3
Mai	79.5
Totale	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2007

**Tab. 8.18 – Frequenza di utilizzo di internet
per informazioni sportive e classi di età (val. %)**

Frequenza	Età				Media
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Spesso	20.6	8.5	3.6	0.6	7.2
Qualche volta	30.2	14.5	10.0	4.1	13.3
Mai	49.2	77.0	86.4	95.3	79.5
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2007

Analizzando con maggiore attenzione i dati sulla frequenza d'uso di internet per contenuti sportivi sembrerebbe non sussistere la dicotomia tra "sportivi praticanti" e "sportivi sedentari", indicando con tale ossimoro la categoria degli appassionati di sport non attivi.

Come si può leggere nella tabella seguente (Tab. 8.19), chi dichiara di non avere mai praticato sport si dimostra scarsamente attratto anche dai contenuti mediatici mentre tra i praticanti, sia regolari che saltuari, si raggiungono concentrazioni superiori alla media.

**Tab. 8.19 – Frequenza di utilizzo di internet per informazioni sportive
e pratica/non pratica (val. %)**

Frequenza	Pratica sportiva				Media
	Pratico attualmente sport in modo regolare	Pratico attualmente sport ma in maniera saltuaria	Ho praticato sport in passato	Non ho mai praticato sport	
Spesso	13.4	13.2	5.4	1.3	7.2
Qualche volta	21.8	17.0	13.8	3.0	13.3
Mai	64.8	69.8	80.8	95.7	79.5
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Censis Servizi, 2007

Per dare una dimensione approssimativa della pervasività che lo sport raggiunge anche sul web, è interessante citare le statistiche di navigazione del sito internet della "Gazzetta dello Sport" (www.gazzetta.it) che, nel mese di maggio 2008, ha superato i 7 milioni di utenti unici nel mese con oltre 215 milioni di pagine visitate (Tab. 8.20) e una prevalenza di utenti maschi (Tab. 8.21).

**Tab. 8.20 – Le statistiche del sito gazzetta.it
Maggio 2008**

Dati di traffico	
Utenti unici mese	7.002.619
Pagine viste mese	215.176.406

Fonte: Nielsen SiteCensus, maggio 2008

Tab. 8.21 – Profilo dell'utenza del sito gazzetta.it

Profilo dell'utenza	
Uomini	77%
Donne	23%
Fascia 18-34	35% dell'utenza

Fonte: Nielsen NetRatings

La dimensione del fenomeno può essere colta analizzando le rilevazioni della Nielsen (relativi al maggio 2007) dove il sito della Gazzetta con 3 milioni di utenti unici (meno della metà del maggio 2008 quindi) raccoglieva un indice di penetrazione sui navigatori attivi del 13,5%, praticamente alla pari con il sito di Trenitalia (13,7%).

Negli ultimissimi anni si sta assistendo ad una progressiva trasformazione anche dell'utilizzo della rete: da emittente di contenuti prevalentemente di tipo informativo, internet è diventata, grazie alla diffusione della banda larga, un canale aggiuntivo per la trasmissione di eventi sportivi in diretta e un enorme serbatoio di immagini e filmati immediatamente fruibili dagli utenti. La web TV è una realtà già esistente anche in relazione ad esperienze dedicate allo sport e sembra essere destinata a progredire man mano che il "vecchio" parco televisori sarà sostituito da apparecchi in grado di trasferire la tecnologia della rete su monitor domestici.

Le opportunità concesse dal web possono essere sfruttate anche dall'organizzazione sportiva a fini commerciali per sviluppare canali diretti di vendita non solo delle gare ma di biglietti, materiale sportivo, gadget, ecc. In quest'ottica molte società sportive utilizzano il proprio sito internet per raccogliere informazioni sugli utenti e realizzare ed aggiornare banche dati sui propri tifosi.

Il potenziale della rete ha suggerito l'Unione Europea, nel quadro del **programma e-learning**, di approfondire il rapporto tra sport e nuovi media per individuarne opportunità e minacce. Tra le prime si riconoscono ai *new media* alcune funzioni positive sia sul piano organizzativo che sociale:

- **gestire le competizioni sportive:** l'utilizzazione delle nuove tecnologie autorizza una gestione più flessibile e personalizzata del mondo dello sport, facilitando la circolazione dell'informazione;
- **migliorare la tecnica sportiva:** grazie alle nuove tecnologie, i vari protagonisti dell'ambiente sportivo possono apprendere e migliorare costantemente le loro conoscenze tecniche, poiché hanno accesso più facilmente alle varie fonti d'informazioni esistenti;
- **sensibilizzare il linguaggio dell'immagine:** attraverso lo sport, i cittadini, in particolare i giovani, possono accedere alle nuove tecnologie e, familiarizzandosi con la loro utilizzazione, acquistare una vera cultura dell'immagine;
- **facilitare i contatti tra i sostenitori:** attraverso Internet, i sostenitori delle varie squadre e dei vari paesi possono conoscersi e scambiare le buone prassi sull'organizzazione delle manifestazioni sportive;
- **promuovere l'integrazione sociale:** l'accesso alle nuove tecnologie e la loro utilizzazione in collegamento col mondo dello sport possono contribuire a promuovere una politica d'integrazione sociale, ad esempio una politica più giusta e più efficace di gestione dei flussi migratori.

D'altro lato si intravedono anche potenziali pericoli insiti nelle nuove tecnologie:

- **togliere valore al discorso etico:** la tecnologia non può sostituire lo sforzo personale;
- **paralizzare l'istinto e l'intuizione:** è opportuno confidare in primo luogo nella persona, e poi nella macchina. Occorre promuovere il giocatore, l'allenatore, l'arbitro;
- **demotivare i giovani:** deve essere trovato un giusto equilibrio tra il tempo che i giovani dedicano alle nuove tecnologie e quello che dedicano alla pratica sportiva; nessuna di queste attività deve penalizzare l'altra o nuocerle;
- **promuovere la violenza:** è un fatto che, nel mondo dello sport, alcuni gruppi di sostenitori violenti, si servono della rete per comunicare e darsi appuntamenti per le loro lotte;
- **fare la pubblicità di prodotti farmaceutici o parafarmaceutici:** è noto che alcuni contengono in molti casi sostanze dopanti che sono in tal modo facilmente messe a disposizione degli sportivi, e in particolare dei giovani.

Un accenno conclusivo merita l'ultimo supporto tecnologico, in termini di sviluppo, ad interfacciarsi con il mondo dello sport: la telefonia cellulare e l'utilizzo della tecnologia *wireless* come strumento di comunicazione per le *community* sportive. Considerando che già nel 2004, in Italia, il numero dei telefoni cellulari in uso aveva superato quello degli abitanti, si possono intravedere opportunità di incremento dei terminali per veicolare contenuti sportivi. Già oggi, grazie alle tecnologie digitali le aziende di telecomunicazioni offrono servizi differenziati legati allo sport come immagini e notizie sugli avvenimenti sportivi, acquisto di gadget ecc. In questo senso si è ora mai giunti alla fusione tra telefono ed internet portatile in cui l'unico limite reale sembra essere costituito dalle dimensioni ridotte dei visori. Una recente indagine condotta dell'Ispo per conto dell'osservatorio dell'Associazione Italiana Editori (AIE) evidenzia che il 10% degli intervistati utilizza il telefono cellulare per accedere a contenuti editoriali, in particolare per quelli di argomento sportivo (39% del totale).

8.5 Lo scenario futuro

Lo scenario delle future relazioni tra sport e media sarà probabilmente caratterizzato da una polarizzazione sempre più forte che vedrà eventi sportivi di carattere planetario accrescere la propria presenza sui mezzi di comunicazione e, d'altro lato, il continuo processo di segmentazione e personalizzazione dell'offerta dell' "altro sport" quello meno globale, con pubblici di nicchia caratterizzati da un forte carattere identitario degli appassionati.

Da un'indagine realizzata a fine 2007 da Censis Servizi e Acciari Consulting su un panel di opinion leader legati al mondo dello sport (manager di aziende che sponsorizzano attraverso lo sport, giornalisti, consulenti e media planner), risulta (Tab. 8.22) che le piattaforme utilizzate dalle Pay TV e l'interazione tra internet e televisione, vedranno accrescere il proprio spazio come contenitori della comunicazione sportiva. La televisione generalista, nell'opinione del panel di esperti, cederà progressivamente terreno all'avanzata dei nuovi media ritagliandosi, probabilmente, un ruolo di secondo piano attivato solo per alcuni grandi eventi bisognosi di audience planetarie a copertura degli investimenti per l'acquisizione dei diritti d'immagine.

Una prima verifica di tale scenario è già fissata in coincidenza delle prossime Olimpiadi Invernali di Vancouver nel 2010 e quelle di Londra nel 2012 i cui diritti televisivi sono stati acquistati interamente da Sky che però sarà costretta a rivendere in parte ad altri operatori.

Tab. 8.22 – Gli scenari della comunicazione sportiva

Mezzi che verranno più utilizzati nel prossimo futuro. Valori medi (1=basso utilizzo; 9=alto utilizzo)	
Mezzi	Punteggio medio
Pay TV	7,2
Web TV	6,5
Quotidiani	5,8
Canali tematici	5,5
Periodici	5,4
Telefonia	5,4
Carta stampata	5,3
Affissioni tecnologiche	5,2
Radio	5,2
TV generalista	4,8

Fonte: Lavori in Corsa, Censis Servizi e Acciari Consulting, 2007

9. Produzione, servizi, lavoro

9.1 Le imprese

L'universo delle imprese che operano nel settore sportivo si presenta altamente variegato: si va dalle imprese di articoli sportivi di tipo prettamente tecnico, all'abbigliamento sportivo, alle palestre, ai centri fitness, alle aziende attive nei servizi per lo sport (consulenza, organizzazione eventi, comunicazione ...).

I dati Infocamere a dicembre 2007 parlano di oltre **13.300** imprese attive nel comparto sportivo. Di queste, **5.969** rientrano nella categoria "attività sportive" e **7.373** in quella della "gestione degli impianti".

Il confronto dei dati degli ultimi tre censimenti Istat dell'industria e dei servizi (l'ultimo censimento è del 2001 -tab.9.1-) consente di cogliere alcuni **cambiamenti nel settore dell'industria sportiva** che, iniziati una decina di anni fa, vedono oggi piena realizzazione.

- Le imprese attive nel settore della **fabbricazione degli articoli sportivi**, dopo una notevole riduzione tra il 2001 e il 2006 (pari al 22%), sono tornate nuovamente a crescere (+ 122 unità), soprattutto grazie allo sviluppo del settore dell'abbigliamento sportivo che ha ormai perso la sua connotazione di capo "tecnico" per abbracciare quella di articolo di uso comune.

Permangono, poi, nel nostro paese importanti realtà nella produzione di abbigliamento ed articoli sportivi come il distretto di **Montebelluna** situato in provincia di Treviso, leader nella realizzazione di calzature sportive (scarponi da sci, doposci, stivali da moto, scarpe da ciclismo, da basket, pattini da ghiaccio ed a rotelle) e di abbigliamento sportivo.

Nella produzione di calzature sportive operano **4391** aziende, tra industriali e artigianali, con **7876** addetti, per un fatturato di **1.745 milioni di euro**.

Il *Made in Montebelluna* è significativo sia in qualità che in quantità. Nell'area vengono lavorate, in riferimento alla **produzione italiana**:

- il 60% delle scarpe da ciclismo
- l' 80% dei pattini da ghiaccio e a rotelle

Per quanto concerne invece la **produzione mondiale** vengono realizzati:

- il 25% dei pattini in linea
- il 50% delle scarpe da montagna tecniche
- il 65% dei doposci
- il 75% degli scarponi da sci
- l'80% degli stivali da motociclismo.

- Continua il leggero calo nell'industria della **costruzione delle biciclette** (gli addetti si sono ridotti di circa il 20% nel periodo 1996-2001) anche se è bene ricordare che l'Italia è il secondo paese in termini di produzione con circa **2,5 milioni di biciclette prodotte** e il primo in termini di esportazione in Europa con quasi **1,4 milioni di pezzi esportati** (Fonte: Ancma 2007).
- Dopo le difficoltà dei primi anni '90 il mercato interno **delle imbarcazioni da diporto**, motori e componentistica ha ripreso notevole vigore (il numero delle imprese è costantemente aumentato; la percentuale degli addetti dal 1996 al 2001 è cresciuta del 16% - dati Istat- e ha raggiunto nel 2005 le **1.200 unità** - dati Ucina). Il valore della produzione italiana d'imbarcazioni da diporto nel 2005 si attestava intorno **2 miliardi di euro**. Nel 2006, confermando il trend positivo degli ultimi anni (Fonte: Ucina), ha raggiunto i **3,5 miliardi di euro**.
L'Italia si riconferma, inoltre, buona esportatrice di imbarcazioni per la nautica da diporto, vendendo all'estero oltre il **50%** del valore della produzione. Sulla base dei dati ISTAT sul commercio estero si può sottolineare che il 48% delle esportazioni è diretto verso l'Europa, compresi i nuovi paesi entrati nel corso del 2006.
- Il numero dell'impresie attive nel commercio al dettaglio di articoli sportivi si va via via riducendo (-3,6 punti percentuali) come chiaro segnale della progressiva sostituzione della piccola attività commerciale con le nuove grandi catene **multinazionali**. Il giro d'affari europeo di questi moderni *retailer* sportivi è stimato in circa **37,4 miliardi di euro** (+ 2,3% rispetto al 2006); se consideriamo esclusivamente il mercato italiano i primi 5 gruppi d'acquisto - Intersport, Cisalfa, Decathlon, Sport Alliace, Sport Point Group - (che comprendono tutte le catene della GDO) detengono il 48% del mercato della grande distribuzione con un fatturato di circa **2 mld** di euro annui.

Tab. 9.1 - Imprese ed addetti nel comparto "sportivo" (n° indice: 1991=100)

Categoria di attività economica	IMPRESE			ADDETTI		
	1991	1996	2001	1991	1996	2001
Industria degli articoli sportivi	100	77,8	98,3	100	105,6	121,3
Industria di costruzione e riparazione di barche	100	106,5	119,3	100	88,9	103,6
Industria di costruzione di biciclette	100	99,3	90,8	100	115,0	90,3
Commercio all'ingrosso di articoli sportivi (comprese le biciclette)	100	114,8	126,7	100	98,1	105,2
Commercio al dettaglio di articoli sportivi (comprese le biciclette)	100	68,8	65,2	100	72,9	77,3
Commercio al dettaglio di natanti ed accessori	n.p.	""	""	""	""	""
Totale industria	100	98,9	107,6	100	100,7	102,7
Totale commercio	100	73,1	69,3	100	79,0	82,7

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati Istat Censimento dell'Industria e dei Servizi, 2001

9.2 Il boom dell'abbigliamento sportivo e la crescita della GDO

In questo scenario **due** fenomeni meritano particolare attenzione:

- **la crescita di appeal dell'abbigliamento sportivo**
- **lo sviluppo della GDO.**

Rispetto al **primo fenomeno** è da rilevare che la spesa degli italiani nel settore dello *sportsware*, è passata dai **13,1** mld di euro del 2001 ai **14,1** mld di euro del 2006. E' bene sottolineare che questa crescita ha riguardato esclusivamente lo *sportsware* (+5%) e non i consumi tecnici (attrezzature ed abbigliamento non suscettibili di un utilizzo *lifestyle*) che hanno fatto registrare una dinamica di consumo praticamente ferma (2,2 mld di spesa nel 2001; 2 mld nel 2006).

Si tratta di un ulteriore segnale di quanto lo sport pervada ormai quasi ogni aspetto del vivere sociale; si va via via diffondendo una "mentalità sportiva" nel nostro paese, che vede nello sport un modo di vivere la propria vita puntando su valori come il benessere, l'estetica, la velocità.

Le imprese che hanno fatto propria questa nuova tendenza in atto ne stanno vedendo i risultati: nel periodo 2001-2006 la vendita dell'abbigliamento da neve è cresciuta del 29%, dell'abbigliamento da spiaggia del 12%, dell'abbigliamento fitness del 5%, delle calzature del 18%, degli accessori del 2,5% (Fonte: Assosport, Osservatorio Moda e Sita ricerca, 2007) .

Prossima frontiera da conquistare nel settore degli articoli sportivi è quella della vendita online. Secondo recenti stime di Anee il mercato online degli articoli sportivi ha fatturato in Italia nel 2007 circa **16,6 mln** di euro, rimanendo però ancora largamente sotto il suo potenziale, rappresentando "solo" il 2,8% dell'intero mercato delle vendite online. Le aziende che stanno puntando su questo mercato riescono a registrare ritorni interessanti: per un rivenditore può rappresentare fino al 12% delle sue vendite.

Lo scontrino medio dell'acquirente online si aggira tra gli 85 e i 150 euro ed il prodotto maggiormente venduto è il tapis roulant.

Rispetto al **secondo fenomeno** è ormai evidente che negli ultimi anni l'offerta nel settore degli articoli sportivi si è andata molto **concentrando**, grazie alla comparsa di alcune grandi catene nazionali e straniere di megastore (Cisalfa, Decathlon, Giacomelli sport), che hanno riproposto nel loro settore di attività quanto già verificatosi nella grande distribuzione alimentare. Il mercato appare ormai diviso tra pochi grandi centri commerciali, da un lato, forti di un'autonoma politica di marca, assortimenti straordinariamente ricchi e curati, politiche di prezzo aggressive, vaste superfici di vendita e il superamento della specializzazione mono marca e mono sport e, dall'altro, che puntano sulla superspecializzazione di nicchia e la cura del rapporto con il cliente. Una terza via è rappresentata dal moltiplicarsi dei punti vendita in franchising delle multinazionali del settore, anche se in quest'ultimo caso la distribuzione sul territorio appare molto più selettiva.

Il mondo della GDO sportiva che domina oramai il panorama della vendita di articoli sportivi si presenta, dunque, articolato secondo diverse tipologie.

Si va:

- dalle grandi catene multinazionali ad es. Intersport il più grande network mondiale con più di **4900** negozi di articoli sportivi in **32** paesi differenti; **Decathlon** che distribuisce in **14** paesi del mondo (comprese Cina ed India) che ha in Italia **48** negozi con oltre **4000** dipendenti;
- alle catene di medie dimensioni presenti su tutto il territorio italiano con un potenziale di crescita in Europa. Pensiamo ad esempio a Sport Alliace **260** negozi; a Cisalfa **160** negozi in Italia, con **2500** dipendenti (rispetto ai 360 del 1994 ed ai 1360 del 2000); a Sportler **20** negozi in Italia ed Austria; a Non Solo Sport **50** punti vendita diffusi su tutto il territorio italiano.
- alle catene più "piccole" estremamente specializzate e "concentrate" in determinate zone/regioni (ad esempio Sport Specialist con **13** punti vendita tutti in Lombardia).

Il giro d'affari europeo di questi moderni retailer sportivi è stimato in circa **37,4** miliardi di euro (+ 2,3% rispetto al 2006); se consideriamo esclusivamente il mercato italiano i primi 5 gruppi d'acquisto - Intersport, Cisalfa, Decathlon, Sport Alliace, Sport Point Group- (che comprendono tutte le catene della GDO) - detengono il **48%** del mercato della grande distribuzione con un fatturato di circa **2 mld** di euro annui (tab. 9.2).

Tab. 9.2 – Fatturato dei primi 5 gruppi d'acquisto sportivi

Gruppo d'acquisto	Fatturato 2006 in mln di euro (IVA esclusa)
Intersport	681
*Cisalfa	375
Decathlon**	400
Sport Alliace	283
Sport point group	183

Fonte: Il Sole 24 Ore su dati Outdoor magazine

*I dati Cisalfa sono inclusi nelle vendite Intersport italiane

** (Stime)

9.3 L'industria del fitness

Le statistiche sul numero di palestre e centri fitness privati presenti in Italia, sono assai disomogenee, probabilmente per la diversa classificazione delle strutture inserite in circoli che svolgono, prevalentemente, un'altra attività; tennis, nuoto, golf ecc. E' possibile, tuttavia, stimare la presenza sul territorio nazionale di circa **6.500/7000** palestre (stime: Federpalestre e Databank).

Secondo recenti dati Databank il valore della domanda generato dai soli centri italiani di fitness era pari nel 2006 a 2 mld di euro con un incremento rispetto al 2005 del 1,9%.

E' da evidenziare che nel corso degli ultimi anni, così come è avvenuto nel settore degli articoli sportivi, lo scenario dell'offerta del fitness si è trasformato in modo consistente in seguito all'ingresso di operatori internazionali e all'espansione del numero di centri da parte delle catene italiane più evolute che sono cresciute nell'ultimo quinquennio del **5-7%** (stime Databank).

9.4 Le imprese dello sport in esposizione: il sistema fieristico nazionale

L' Italia con **1000** manifestazioni fieristiche organizzate in media ogni anno si colloca al terzo posto in ambito europeo, come numero di fiere internazionali organizzate, dopo Spagna e Germania.

Tra queste **39** sono state le fiere a contenuto strettamente sportivo o che, pur presentando prodotti diversi, hanno proposto al loro interno espositori sportivi. Esse rappresentano il **4%** dell'intero movimento (Fonte: Fiere nel mondo.it, 2007).

Il settore sportivo, visto come sistema economico a tutto tondo, è dunque protagonista anche di uno dei momenti più importanti nella comunicazione aziendale, luogo di contatto privilegiato tra chi espone e il suo target: l'esposizione fieristica.

E' il Fitness ad affermarsi come il tema più gettonato tra le manifestazioni fieristiche a carattere sportivo con **9** fiere ed una stima di circa **2.025** espositori; al secondo posto troviamo la nautica e le attività marine in generale, con **7** fiere ed una stima di circa **1.602** espositori; al terzo posto a pari merito i motori e gli sport invernali con **6** fiere (Tab. 9.3).

In termini di visitatori è il settore auto- moto a risultare "vincente" con una stima di oltre **1.255.999 visitatori** (pari al 40% del tot. visitatori di tutti i settori), grazie soprattutto al **Motor Show di Bologna** che si attesta sui 1.150.000 visitatori in dieci giorni di esposizione.

Se confrontiamo questi dati con quelli di una ricerca curata dal Censis Servizi insieme all' Università di San Marino notiamo che il settore è in crescita: gli espositori sono aumentati del 65% ed i visitatori del 61% con "sole" 3 manifestazioni in più (nel 1999 le fiere di carattere sportivo erano, infatti, **36**)

Tab. 9.3 – Le fiere sportive in Italia

Settore Fiera	N° Fiere	N° Espositori	N° Visitatori
Fitness	9	2.025*	917.397*
Nautica – Sub-Pesca	7	1.602*	182.000
Sport Invernali	6	1.666	153.922
Auto – Moto	6	1371*	1.255.999*
Armi Sportive	2	418	90.000
Ippica	2	236	41.000
Sport in generale	2	1.122*	2.000*
Ciclismo	2	978*	160.000*
Volo	1	110	50.000
Golf	1	100	5.000
Danza	1	250	100.000
TOTALI 2007	39	9.878	2.957.318
TOTALI 1999**	36	6480	1.800.000

Fonte: elaborazioni Censis servizi su dati forniti da "Fiere nel mondo.it"

* stime Censis Servizi su fonti varie

**Fonte: Censis Servizi- Università di San Marino, 1999

9.5 Lo scenario futuro: sempre più export per le imprese sportive italiane

La competitività del sistema Italia- almeno in chiave esportativa- si gioca su un marchio ombrello noto nel mondo: **MADE IN ITALY**. Sotto questo marchio trovano collocazione prodotti del lusso, del design, della moda, dell'enogastronomia, etc.

Esiste uno spazio, una dimensione commerciale per costituire un sottomarchio specializzato: **"SPORT IN ITALY"** ? Esistono aziende top della produzione, dei servizi che possano andare a costituire un basket di prodotti e servizi da promuovere nel mondo ?

Una seria analisi del sistema produttivo italiano nei settori che costituiscono l'immensa filiera del sistema sportivo farebbe, probabilmente, emergere un reticolo di PMI di assoluta eccellenza:

- dalle macchine per il fitness ai manti erbosi
- dalle imprese di misurazione ai telai per il karting
- dai servizi antincendio negli autodromi ai servizi per gli eventi (pensiamo al successo delle Olimpiadi di Torino)
- dai pattini in linea (nati in Italia) all'abbigliamento sportivo con gusto italiano.

E' un'ipotesi di lavoro sulla quale – in una congiuntura difficile, in un mercato globalizzato, con una concorrenza esasperata nelle produzioni low-profile- forse occorrerebbe investire idee, risorse, impegno.

9.6 *L'occupazione nello sport: una difficile quantificazione*

Non esistono statistiche ufficiali che consentano di dire quanti siano, oggi, in Italia coloro che svolgono un'attività professionale legata allo sport. Anche limitandoci all'esame delle professioni stabili e/o prevalenti, senza affrontare i temi specifici del lavoro precario, temporaneo, non esclusivo, volontario che pure nello sport hanno una diffusione enorme, l'esercizio è impedito da tre problemi principali:

- l'appartenenza naturale di molti nuovi mestieri legati allo sport a settori di attività che non vengono normalmente classificati come "sportivi", ma di volta in volta registrati come servizi di pubblicità, attività connesse all'informatica, consulenze alle imprese, turismo (pensiamo, ad esempio, che dei 2,4 milioni di addetti nel turismo circa 160.000 lavorano nell'ambito del turismo sportivo che incide per il 6/7% sul totale della spesa complessiva per il turismo in Italia - stime Censis Servizi, 2007);
- la natura non esclusiva del business realizzato nello sport dalle aziende in questione;
- la presenza di condizioni di professionalizzazione e di carriera variabili, stagionali, atipiche, non comparabili con i modelli "tradizionali" di lavoro.

Lo sport, inoltre, vista la crescente e costante diversificazione dell'offerta di attività sportiva genera costantemente nuove e più numerose opportunità professionali (pensiamo ad esempio all'enorme crescita del settore del fitness e a tutti gli istruttori che lavorano, nelle 7000 palestre italiane insegnando le più diversificate discipline dallo *spinning*, al power yoga, al *pilates* ...); opportunità che non sempre si traducono in occasioni lavorative, regolari, stabili, durature nel tempo e che, quindi, continuano a "sfuggire" ad un'analisi approfondita da parte delle fonti ufficiali.

9.7 *"L'effetto lavoro" nella filiera sportiva*

Per poter definire la **dimensione quantitativa** dell'occupazione nel settore sportivo è necessario rivolgersi ad una **pluralità di fonti** senza poter definire un quadro completo ed esaustivo. Per questo preferiamo parlare di "**effetto lavoro**" piuttosto che di "occupazione nello sport".

Nonostante i dati raccolti con un complesso lavoro di reperimento ed analisi (Tav. 9.1), le zone d'ombra rimangono, infatti, ancora numerose. **Molto interessante sarebbe poterle svelare attraverso uno studio ad hoc sulla dimensione economica dello sport.**

- I dati del sondaggio Coni- Censis Servizi su un campione di 8.500 società sportive presenti sul territorio italiano consentono di individuare circa **23.000** addetti **non tesserati** tra dirigenti, tecnici, addetti alla manutenzione e ad altre funzioni (segreteria, amministrazione...). Sulla base di questo dato è possibile stimare, estendendo il risultato all'universo delle società sportive italiane, in **190.000** gli addetti **non tesserati** che lavorano all'interno delle società sportive italiane.
- Per quanto riguarda, invece, i tesserati, il movimento sportivo che fa riferimento alle Federazioni sportive nazionali e alle Discipline sportive associate conta poco più di 800mila operatori sportivi tra tecnici, dirigenti ed ufficiali di gara (Fonte: monitoraggio Coni-Censis Servizi sulle FSN e le DSA, 2007). . Più difficile è arrivare a stimare quanti tra tutti questi operatori sportivi, tesserati e non, percepiscano effettivamente uno stipendio/reddito per l'attività da loro prestata. Aldilà della massiccia presenza di lavoratori volontari, fondamentali per il funzionamento del sistema sportivo, esistono, infatti, numerosi addetti dello sport che pur non percependo un 'effettivo "stipendio" ricevono comunque rimborsi spese, diarie, piccole cifre per l'attività da loro svolta (pensiamo ad esempio all'arbitro non professionista che percepisce 30 euro per ogni partita arbitrata). In questo caso non possiamo parlare concretamente di occupati ma senza dubbio di soggetti che contribuiscono con il loro apporto alla gestione della filiera sportiva.
- I dipendenti del CONI Servizi sono complessivamente **1.434** di cui **43** impiegati presso Organismi regionali e **171** presso Organismi provinciali.
- Secondo i dati del censimento Istat dell'industria e dei servizi 2001 (l'ultimo disponibile) sono **15.700** gli addetti alla gestione di infrastrutture sportive (piscine, stadi, campi da tennis...); **2.241** gli addetti alla promozione e organizzazione di manifestazioni sportive, **3260** gli addetti all'interno di attività professionali sportive indipendenti; **3550** gli addetti di enti ed organizzazioni sportive. La fabbricazione di articoli sportivi coinvolge, invece, circa **5000** dipendenti ed il commercio al dettaglio di articoli sportivi **38.000** addetti.
- A questi numeri possiamo aggiungere tra gli occupati del settore sportivo i **24.000** insegnanti di educazione fisica e i **285** docenti delle facoltà italiane di Scienze Motorie.

Tavola 9.1 – “L'effetto lavoro” nello sport		
Le società sportive		Le fonti
(1) Dirigenti	700.00	(1) elaborazioni Censis Servizi su dati del sondaggio Censis Servizi sulle società sportive 2008, e monitoraggio Coni-Censis Servizi sulle FSN e le DSA, 2007.
(1) Tecnici	303.700	
(2) Ufficiali di gara	99.910	(2) Monitoraggio Coni-Censis Servizi sulle FSN e le DSA, 2007.
(3) Segreteria/Amministrazione	87.100	(3) sondaggio Censis Servizi sulle società sportive 2008
(3) Addetti alla manutenzione	78.000	
(3) Altro	69.000	
<i>totale</i>	1.337.710	
Il mondo Coni		
(5) Dipendenti CONI Servizi complessivi	1.434	(5) CONI Servizi, 31/12/2007
(5) <i>di cui impiegati presso organismi regionali</i>	43	
(5) <i>di cui impiegati presso organismi provinciali</i>	171	
Enti locali e pubblica Amministrazione dello sport		
(4) Dirigenti e Amministratori pubblici dello sport	3.000	(4) OPOS.EOSE 2003
(4) Dirigenti, funzionari e addetti ai servizi sportivi degli enti locali	14.000	(4) OPOS.EOSE 2003
<i>totale</i>	17.000	
Insegnamento		
(6) Insegnanti di educazione fisica	24.000	(6) Elaborazioni Censis Servizi su dati Ministero Pubblica istruzione, 2007
(7) Docenti facoltà di Scienze Motorie	285	(7) Elaborazioni Censis Servizi su dati MIUR, 2007
<i>totale</i>	24.285	
Filiera produttiva e terziario		
(8) Fabbricazione articoli sportivi	5.000	(8) Istat Censimento dell'industria e dei servizi , 2001
(8) al dettaglio	38.000	
(8) Addetti alla gestione di infrastrutture sportive	15.700	
(8) Promozione e organizzazione di manifestazioni sportive	2.241	
(8) Addetti all' interno di attività professionali sportive indipendenti	3.260	
(8) Addetti di enti ed organizzazioni sportive	3.550	(4) OPOS.EOSE 2003
(4) Giornalisti sportivi	5.400	
(4) Esperti di comunicazione e TV	3.600	(4) OPOS.EOSE 2003
<i>totale</i>	76.751	

10. Il turismo sportivo: lo sport protagonista delle vacanze degli italiani

Il turismo sportivo rappresenta: un'estensione dello sport alle attività di *loisir*/vacanza (**sportivizzazione** della vacanza); un modo per sfruttare alcune valenze "attrattive" di un territorio tutto l'anno così da allungare la stagione turistica (**destagionalizzazione** della vacanza); un'alternativa alla tradizionale vacanza "spiaggia, sole, mare" (**diversificazione** della vacanza).

Si tratta di un fenomeno che sta progressivamente acquisendo una chiara e distinta identità rispetto alle più tradizionali e diffuse forme di turismo - culturale, balneare, termale - visti gli interessanti risultati sia in termini economici che di movimento turistico che è in grado di generare.

L'ammontare complessivo del business legato ad esso legato è, oramai stimabile, tra i **7 e gli 8 mld di euro** in crescita rispetto ai **5mld di euro** del 2003 (*stime Nomisma*) e la spesa per turismo sportivo ha un'incidenza del **6/7% sul totale della spesa complessiva per il turismo in Italia** (*stime Censis Servizi, 2007*).

Lo sport è, d'altra parte, sempre più "protagonista" delle vacanze degli italiani affermandosi tra le prime **5 attività a cui i vacanzieri nostrani** si dedicano maggiormente nel loro periodo di ferie. Secondo gli ultimi dati Isnat relativi al turismo nel 2007, complessivamente gli italiani in vacanza:

1. hanno visitato le bellezze naturali del luogo (50,4%);
2. degustato i prodotti dell'enogastronomia locale (25,7%);
3. ammirato i monumenti ed i siti di interesse archeologico (21,8%);
4. fatto shopping (18,3%);
5. **praticato attività sportive (15,2%)** e nel **2,8%** dei casi **assistito a spettacoli sportivi**.

Da rilevare, inoltre, che l'appartenenza ad un Circolo/Associazione sportivo/a comincia, seppur lentamente, ad affermarsi come uno dei canali attraverso i quali organizzare/prenotare la propria vacanza sia in Italia (0,4%) che all'estero (0,2%).

Siamo di fronte ad un fenomeno che, se ben gestito dagli addetti ai lavori (tour operator; Regioni ed Enti locali; società e FSN sportive ...), può costituire una leva importante per lo sviluppo sia dello sport che del turismo in Italia.

10.1 Chi sono i turisti sportivi?

E' possibile individuare **4 diverse tipologie di turismo sportivo** (tav.10.1) rientranti in due macro categorie:

A) lo **sport-turismo**, B) il **turismo sportivo in senso stretto**.

Ognuna delle due presenta precise **peculiarità nelle modalità di gestione e sfruttamento della vacanza** e conseguentemente diverse tipologie di **turisti sportivi** (sport turisti, turisti sportivi per business, turisti sportivi per *loisir*, turisti sportivi per spettacolo)

Tavola 10.1 – Tipologie di turismo sportivo e soggetti coinvolti

	<u>4 tipologie di turismo sportivo</u>	<u>Principali soggetti coinvolti</u>
S P O R T T U R I S M O	Sport Turismo	Tutti i viaggiatori che condizionano la meta del proprio viaggio in virtù della possibilità o meno di praticare un determinato sport.
	Turismo sportivo/business Alla componente sportiva si aggiunge quella professionale - lavorativa	<u>Attivo</u> : atleti professionisti delle FSN e delle società sportive professionistiche <u>Passivo</u> : Dirigenti e dipendenti CONI, FSN e delle società sportive professionistiche
	Turismo sportivo di loisir La pratica di un determinato sport, a livello amatoriale , rappresenta la base, il perno, dello spostamento	Praticanti a livello amatoriale che si spostano per partecipare a: gare, allenamenti, stages, ecc.
	Turismo sportivo di spettacolo	Pubblico live dello sport sia di livello amatoriale che professionistico

10.2 Lo sport Turismo

Le forme definibili di "SPORT-TURISMO" sono quelle in cui la possibilità di abbinare al proprio relax la pratica di uno o più sport condiziona inevitabilmente la scelta della meta, della destinazione del proprio viaggio, anche dal punto di vista delle strutture ricettive (presenza o meno di impianti sportivi) e delle caratteristiche naturali (montagne per praticare l'arrampicata o sciare, fiumi in cui praticare il *rafting* ...). Pensiamo a quegli italiani (1 su 4) che scelgono la meta delle proprie vacanze soprattutto in virtù dell'offerta sportiva, che vivono la loro vacanza di piacere/svago non solo secondo la tradizionale formula mare/crociera (la più frequente con il 46,4%), bensì come una vacanza sportiva (1,9% del totale delle vacanze per piacere/svago-Fonte Istat "Viaggi in Italia e all'estero" 2008, dati 2005).

10.3 I golfisti: sport-turisti per eccellenza

Rientra a pieno titolo in questa tipologia il turismo legato alla pratica del golf. Sono circa 25milioni i turisti che ogni anno scoprono i percorsi del golf, nel 1989 erano 7,9 milioni, nel 2000 13milioni; circa 250mila (pari all'1% del totale mondiale), sono le presenze annue in Italia di turisti golfisti che arrivano dall'estero (fonte: IAGTO-International Association Golf Tour Operators, 2006) ed il numero sembra destinato a crescere.

Il golf in virtù di alcune sue caratteristiche intrinseche e dei caratteri distintivi dei suoi praticanti si rivela, infatti, un potente attivatore di turismo.

Nello specifico:

- coniuga ambiente e sport (due metalinguaggi della contemporaneità)
- outdoor e indoor (la club house)
- è insieme luogo e non luogo
- genera una sorta di "effetto ciliegia" in quanto il golfista desidera conoscere e provare il maggior numero di campi possibile, come un vero collezionista. Mediamente il 75% dei giocatori che effettua vacanze all'estero dichiara di scegliere campi sempre diversi. Il desiderio di provarsi su nuovi percorsi, abbinato alla voglia di conoscere nuovi paesi o nuove località dello stesso paese, vince dunque sulla comodità del già conosciuto. Questo desiderio si abbina perfettamente alla volontà di poter giocare durante tutti i periodi dell'anno (non solo d'estate) e, conseguentemente, stimola la ricerca di località con clima temperati (mediterraneo, paesi arabi, etc.).

I campi da golf devono essere considerati, dunque, delle opportunità per **aumentare** la qualità dell'offerta turistica territoriale ed accrescere **l'indotto** anche perché la presenza media di un turista golfista è **7** giorni, superiore a quella dei turisti "tout court" (3,4 giorni per gli stranieri) e la spesa procapite generata dai turisti del golf è 150/180 euro, maggiore di quella generalmente sostenuta dai turisti (50/55 euro).

Il business generato dai 25milioni di turisti golfisti è stato stimato in circa **40miliardi di dollari** spesi secondo le seguenti ripartizioni percentuali:

- 29% Alloggio
- 25% Trasporto
- 21% Cibo
- 9% Divertimento
- 7% Spese golf
- 5% Gadget
- 1% Lezioni di golf

Il turista golfista, quindi, spende "solo" **l' 8%** direttamente sul suo hobby dedicando il **92%** della spesa all'indotto.

Deve, inoltre, essere considerata la spesa effettuata dagli **accompagnatori**, normalmente la famiglia, del turista golfista che appartiene generalmente ad un profilo socio-culturale medio alto.

Chi viaggia con il golfista non essendo direttamente coinvolto nel gioco spende la propria vacanza "consumando" le attrattive ambientali- culturali- gastronomiche che si trovano nell'area del polo golfistico. Il tutto ad ulteriore vantaggio dell'intero polo turistico di riferimento.

L'Italia, in tal senso, può rivelarsi il territorio ideale: il mix di enogastronomia arte, cultura e divertimento per cui il nostro paese è conosciuto nel mondo unito a campi di golf attrezzati e funzionali potrebbe risultare senza dubbio vincente.

10.4 Il turismo sportivo in senso stretto

Rientrano nel **turismo sportivo in senso stretto** tutti quei casi in cui lo sport, in alcuni casi la competizione, nelle sue molteplici forme di, **pratica attiva, spettacolo, formazione e/o aggiornamento** ecc., costituisce il punto focale, la **conditio sine qua non dello spostamento**. All'interno di questa macro-categoria è possibile individuare 3 diverse forme di turismo sportivo: di *loisir*, di business, di spettacolo.

10.5 Il turismo sportivo di loisir

Il segmento dei turisti sportivi di *loisir* è rappresentato da tutti quei **praticanti sport** a livello **amatoriale/dilettantistico** allorquando si **spostano** per partecipare **attivamente** a **gare** locali, nazionali, internazionali e ad **eventi** sportivi come maratone, competizioni di fitness, stage e master di specializzazione e pensiamo anche ai ragazzi ospiti d'estate nei **camp estivi** promossi dalle FSN.

Si tratta di un gruppo molto numeroso ed eterogeneo con un **potenziale turistico** molto alto.

Basti pensare che **il sistema CONI** (FSN; FS provinciali e FS regionali), senza considerare il calcio, organizza in media in un anno **400mila gare**, per un totale di circa **770 gare** settimana lungo tutta la penisola italiana (stime Censis Servizi, 2007). A questo dato possono essere aggiunte le **700mila** partite di calcio organizzate dalla LND (Fonte: Centro Studi Ghiretti, 2007), e le **660** manifestazioni a carattere sportivo di stampo locale/regionale indicate tra le 5 più importanti organizzate nel corso dell'anno da un campione di **65** FS regionali e **137** FS provinciali (Sondaggio Censis Servizi sulle FS provinciali e regionali, 2007).

Queste 660 manifestazioni sportive di carattere regionale/ locale sono in grado di coinvolgere, in media in un anno, all'interno delle province italiane **98.000 atleti** (**260** atleti in media per manifestazione) e a livello regionale **74.350 sportivi** (**250** atleti in media per manifestazione).

Il che si traduce in un movimento di oltre **172.000 atleti**, solo considerando le 5 manifestazioni sportive più importanti in un campione di 65 FS regionali e 137 provinciali.

10.6 In vacanza per correre: la maratona

Per avere un'idea dell'impatto in termini turistici (spese di trasferta, vitto, alloggio, pernottamento in albergo; spese sostenute dagli accompagnatori ...) che queste miriadi di gare, tornei, manifestazioni sono in grado di generare sul nostro territorio è utile considerare "il caso maratona". La più classica delle competizioni sportive si è trasformata, infatti, nel "pretesto" ideale, non solo per fare sport, ma anche per conoscere nuove località turistiche. Considerando a titolo paradigmatico una delle più importanti gare podistiche che si svolgono in Italia, la **Maratona di Roma**, occorre sottolineare che si è registrata una crescita annuale costante del numero degli atleti partecipanti. A quest'ultima edizione si sono iscritti in **14.500**, (8.800 italiani e 5.700 provenienti da 76 nazioni diverse); nel 2007 gli iscritti erano stati **12.500**, nel 2003 **8000** (di cui 4000 stranieri). L'indotto economico della manifestazione (edizione 2007) è stato stimato dagli organizzatori dell'evento in **30 milioni di euro**, 45.000 sono stati i soggiorni nella città di Roma, 70.000 i biglietti dei mezzi pubblici venduti, migliaia gli ingressi nei musei, nei giorni in prossimità dell'evento.

Non sono da meno i numeri registrati da Venicemarathon, Maratona di S. Antonio (Padova) e Treviso Marathon che riescono a muovere verso la regione Veneto nella stagione autunnale circa **15mila** runners, di cui il 20% provenienti dall'estero, generalmente "accompagnati" da due o più persone.

Visti gli interessanti flussi turistici che riescono a generare ed un indotto economico attualmente stimato nell'ordine dei **13 milioni** di euro, la regione Veneto ha deciso che i tre eventi podistici diventeranno uno strumento essenziale per la valorizzazione del territorio regionale, rappresentando una passerella di grande richiamo per gli sportivi, attirati dalla fama delle tre manifestazioni, ma anche dalla bellezza del territorio.

10.7 Il turismo sportivo di business

Possiamo parlare di un TURISMO SPORTIVO DI BUSINESS quando alla motivazione strettamente sportiva si aggiunge quella lavorativa-professionale : il calciatore di Serie A, ad esempio, ha fatto dello sport la sua professione è, quindi può essere visto come un turista sportivo (è per gareggiare o per allenarsi che si sposta) ma insieme come un turista "per business" (gareggiare è il suo mestiere). Allo stesso modo rientra in questo stesso ambito, il movimento turistico "**passivo**" (in quanto non centrato sulla pratica attiva di un'attività sportiva) dei professionisti dello sport. Parliamo dei dirigenti e dei dipendenti delle FSN, delle società sportive professionistiche, degli Enti di promozione sportiva ecc., allorquando si spostano per partecipare a Congressi o a Fiere sportive, corsi di formazione e/o di aggiornamento ecc. Si tratta del movimento turistico più difficile da quantificare, soprattutto per quanto attiene agli spostamenti dei professionisti non praticanti, ma non certamente trascurabile.

Basti considerare che le spese sostenute dalle FSN per la partecipazione a gare, allenamenti e manifestazioni sportive degli atleti e del personale FSN è pari a **64.000.000 di euro** (analisi bilanci 2006 di un campione di 38 FSN, Censis Servizi 2007) a cui andrebbero, ovviamente, aggiunte le spese sostenute dagli atleti e dal personale FSN individualmente e quelle a carico delle Società sportive.

10.8 Il turismo sportivo di spettacolo

Si tratta di un settore del turismo sportivo molto interessante in grado di generare una ricaduta economica diretta sul territorio e di costituire una buona opportunità per i tour operator di tutto il mondo. E' molto difficile riuscire ad averne una quantificazione completa. Esso riguarda, infatti, sia gli spettatori che si spostano per seguire **dal vivo** un grande evento sportivo di rilevanza nazionale ed internazionale (gare di Formula1, Olimpiadi, serie A calcio) sia quello delle miriadi di gare tornei e manifestazioni sportive che si svolgono ogni anno sull'intero territorio nazionale.

Proprie queste ultime, se solo consideriamo le manifestazioni sportive indicate nel nostro sondaggio dalle FS provinciali e Regionali come le 5 più importanti, sono in grado di attrarre in un anno oltre **630.000** spettatori dal vivo (in media **950** spettatori ad evento).

10.9 Il pubblico dell'automobilismo sportivo

Una buona fetta di turismo sportivo di spettacolo è alimentata dal pubblico dell'automobilismo.

Secondo stime attendibili, infatti, il Gran Premio di Monza attiva oltre **200.000 presenze** nell'arco di tre giorni, per il 41% provenienti dall'estero (Germania). Il giro d'affari complessivo si stima dell'ordine di **50-60 milioni** di euro in buona parte (45-50%) destinati al **sistema turistico** (alberghi, ristoranti, shopping, ecc.).

Ma sotto il vertice della piramide – qual è il Gran premio di Formula 1 – si celano fenomeni altrettanto vasti e significativi nei segmenti sottostanti: corse in salita, auto d'epoca, corse di regolarità, auto elettriche, rally, ecc.. Nel 1998 una ricerca realizzata dal Censis Servizi per CSAI stimava in **1,3 miliardi** il giro d'affari dell'automobilismo sportivo cosiddetto minore (esclusa la Formula 1).

E' lecito ritenere che nel decennio – anche a seguito del change-over il fatturato complessivo si sia ormai raddoppiato e possa essere stimato in **2,4-2,5 miliardi di euro**. Indipendentemente dai volumi è interessante notare come gli impatti si riversino in una filiera estremamente ampia e differenziata nella quale il comparto turistico – in senso stretto – rappresenta quasi il **15% dell'intero giro d'affari**, quindi una cifra vicino ai **400-420 milioni** di euro (Tab. 10.1).

Tab. 10.1 – Ripartizione % dell'impatto dell'automobilismo sportivo non Formula 1 sull'economia italiana

mondo dell'automobilismo (scuderie, organizzatori, piloti, autodromi, CSAI, etc.)	29,0
sistema produttivo automobilistico	27,8
sistema dei trasporti	14,7
turismo e commercio	14,7
sistema produttivo non automobilistico	7,6
altri	4,5
comunicazione	1,7

Fonte: stime Censis Servizi per ACI-CSAI

Concorrono a determinare il fatturato – secondo stime fornite dagli organizzatori delle competizione agonistiche – **oltre 10.000.00 di spettatori "live"**, spesso residenti nei territori dove hanno luogo le gare o dove sono localizzati gli autodromi, ma anche provenienti da aree meno prossime.

11. La medicina sportiva e le sfide da affrontare

Lo sport è certamente fonte di benessere per chiunque lo pratichi, dalla primissima infanzia fino alla terza e quarta età, ma questo non vuol dire assolutamente che chiunque possa fare qualsiasi tipo di attività fisica. Occorre, infatti, che il movimento sia commisurato alle possibilità fisiche dell'individuo, ed è bene che, specialmente a livello agonistico, in presenza di alcune patologie e nella terza età, l'attività fisica sia svolta solo a seguito di un controllo medico.

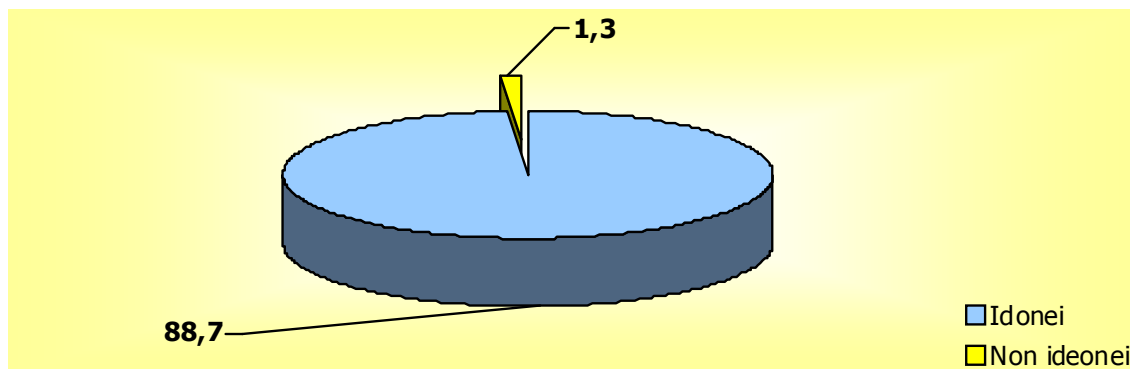
11.1 La prevenzione

In Italia la medicina dello sport ha una grandissima tradizione e ha contribuito a tutti i livelli alla diffusione di uno sport sano e sicuro.

Nel nostro Paese sono attivi circa **5.200 medici sportivi** (dati CONI), di questi circa 3.800 fanno parte della Federazione Medici Sportivi Italiana (FMSI). A questi, oltre alle attività di ricerca e all'impegno per lo sport professionistico, è affidato l'importante compito di effettuare annualmente le visite di idoneità, ai circa **3.950.000** atleti che a vario livello praticano lo sport agonistico (la visita è obbligatoria, ma molti osservatori attendibili ne denunciano purtroppo **l'evasione**).

Normalmente le visite danno esito positivo (Graf. 11.1): nell'88% dei casi l'idoneità viene concessa, nel 12% dei casi vengono prescritti degli accertamenti, a seguito dei quali l'atleta viene o definito idoneo, o reindirizzato ad altro sport (solo nel 1,3% dei casi gli viene impedito di fare attività agonistiche).

Graf. 11.1 Esiti delle visite Medico Sportive per l'idoneità agonistica



Fonte: Federazione Medici Sportivi, 2007

La visita medico sportiva ha almeno tre conseguenze positive non sempre sufficientemente riconosciute e sfruttate:

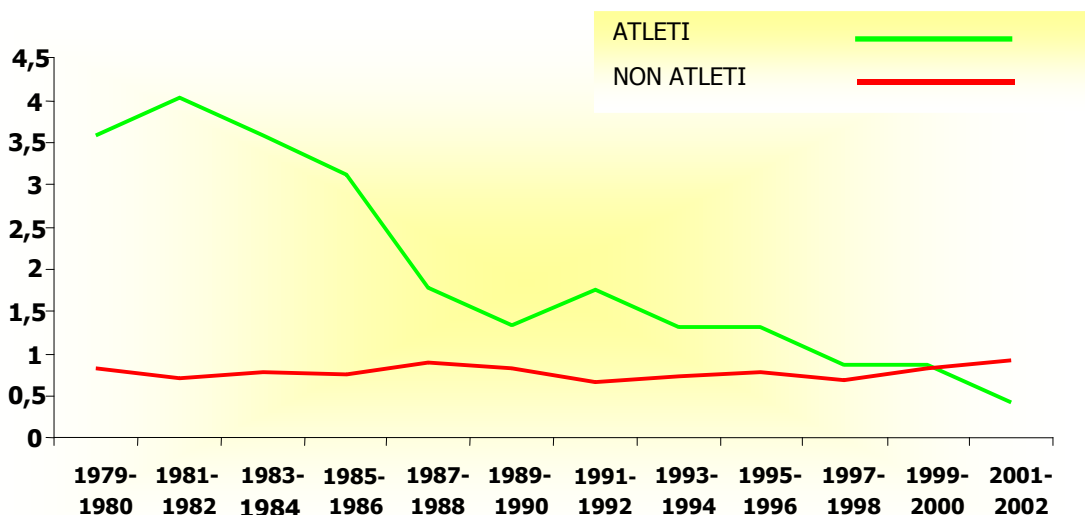
1. previene **rischi** collegati alla pratica sportiva;
2. indirizza alla **giusta pratica** sportiva per il benessere individuale;
3. effettua uno **screening** su alcuni milioni di individui, rappresentando l'unico momento di verifica sanitaria di massa oggi presente in Italia.

Un dato fra tutti esemplifica l'importanza delle visite medico - sportive: la pratica dello sport agonistico è associata ad un **aumento del rischio di morte improvvisa, con un fattore di moltiplicazione pari a 2,5**. Vale a dire che chi pratica sport agonistico corre un rischio di morte improvvisa 2,5 volte superiore rispetto a chi invece non pratica sport. Ovviamente lo sport non rappresenta di per sé la causa di aumento di mortalità, ma può costituire un fattore scatenante, specialmente per le malattie cardiovascolari.

Per capire l'importanza preventiva delle visite medico - sportive vale la pena soffermarsi sulla rilevazione fatta negli ultimi 25 anni dalla **Regione Veneto**, in collaborazione con la **Federazione Italiana Medici Sportivi** (Graf. 11.2). Grazie all'applicazione stringente della norma che prevede l'obbligo della visita di idoneità a tutti coloro che praticano uno sport a livello agonistico, l'incidenza delle morti improvvise negli sportivi è passata dal **4 ogni 100.000 praticanti del 1981, allo 0,2 del 2002, addirittura inferiore alla percentuale "fisiologica" che è di circa 1 individuo ogni 100.000 abitanti**.

Questo risultato può far dire al presidente della FMSI che "grazie al modello italiano si è ridotta la mortalità negli atleti dell'89%, e l'esperienza italiana è stata presa a modello dal Comitato Olimpico Internazionale e da altri Pesi Europei".

Graf. 11.2 – Morti improvvise in Veneto, confronto tra chi pratica sport a livello agonistico e il resto della cittadinanza



Fonte: Federazione Medici Sportivi, 2005

11.2 La lotta al doping

Dal punto di vista fisico il doping è simile alla tossicodipendenza, perché mina l'organismo e crea dipendenza, ma dal punto di vista dell'atteggiamento psicologico ha delle caratteristiche profondamente diverse, quasi speculari: se l'abuso di droghe è dettato dal rifiuto della società e da una tendenza autolesionista, il doping invece ha una forte valenza narcisistica, è il risultato della società del successo, nasce dal bisogno di essere accettati dalla società.

Dal punto di vista sociale il **danno del doping** è quasi esclusivamente **sportivo**, non viene percepito a sufficienza l'aspetto più deleterio del doping che è il **danno per la salute**. È un aspetto collettivamente quasi rimosso e sostituito dal danno sportivo, che invece è indubbiamente minore, prevale cioè l'etica sportiva: chi si "dopa" commette una frode sportiva, inganna gli avversari e gli appassionati.

Anche le sanzioni che la giustizia sportiva commina vanno in questa stessa direzione; le varie forme di squalifica, sembrano più una condanna per chi ha leso l'etica sportiva che non per chi ha un comportamento nocivo per la salute. Gli interessati vengono così allontanati, espulsi, in molti casi, dall'unico mondo che conoscono e amano, da cui vogliono essere accolti e in cui vogliono primeggiare.

Lo sport invece dovrebbe saper sconfiggere il doping, soprattutto a livello giovanile, non solo con una maggiore sensibilizzazione culturale e con un efficace sistema di controlli e sanzioni, ma anche con ben visibili percorsi di recupero. È lo sport che sconfigge il doping con lo sport!

E in questo i medici sportivi possono dare un contributo straordinario: sono i primi ad accorgersi delle sostanze prese dall'atleta, possono indicargli i rischi a cui va incontro e aiutarlo nella scelta di un percorso alternativo per migliorare le sue prestazioni.

Bisogna distinguere nettamente i piani su cui la piaga del doping purtroppo sta crescendo:

- **all'interno** dello **sport professionistico**, l'uso del doping è scientifico e su questo la medicina, a livello planetario, ha delle responsabilità;
- **al di fuori** del **circolo professionistico** invece esiste un "**sottobosco**" fatto di improvvisazioni, auto-somministrazioni, consigli di pseudo preparatori, etc.

Per quanto riguarda l'ambiente professionistico o comunque le competizioni che si svolgono sotto il controllo delle federazioni, il livello di attenzione è, per quanto possibile, sempre alto. Un solo dato rende l'idea dello sforzo in atto: **nel 2007** sono stati effettuati **11.250 controlli** (con un tasso **di positività dello 0,6**), **negli USA** i controlli sono stati **14.000**, a fronte però di un movimento sportivo almeno 10 volte più vasto.

Durante i Giochi Invernali di Torino le non conformità tra il primo controllo effettuato dai laboratori e quelli successivi di verifiche e controverifiche, è stata pari a 0, evento più unico che raro in una manifestazione sportiva di questa portata.

Questo considerevole sforzo non solo contribuisce notevolmente a salvaguardare la salute di tutti gli atleti, che è la principale finalità della medicina dello sport, ma anche a diffondere una sana cultura sportiva e a tutelare la credibilità dello sport.

Molto più complesso e difficile è combattere la diffusione del doping nello sport non regolamentato, un fenomeno decisamente più vasto di quello in ambito professionistico e anche più pericoloso. Quasi sempre, infatti, le sostanze vengono prese senza alcun controllo, in dosi spesso eccessive e da soggetti magari già a rischio perché non allenati o non più giovanissimi.

Nel caso dello sport non regolamentato i controlli anti-doping sono impensabili, occorre prima di tutto agire sui flussi di queste sostanze: a fronte della produzione di alcuni farmaci non vi è una diffusione della patologia a cui sono destinati, tale da giustificare la quantità prodotta.

12. Un nemico (in)visibile: la sedentarietà

I dati dell'indagine Multiscopo dell'ISTAT del 2006 dimostrano che **due italiani su cinque non svolgono alcuna attività fisica o sportiva**.

Il numero dei cittadini in età pari o superiore alla soglia dei tre anni che conducono una vita sedentaria, ovvero di coloro che affermano di non praticare sport né attività fisica nel tempo libero, ammonta ad oltre 23 milioni 300 mila unità.

L'evoluzione della domanda di attività fisico sportiva della popolazione italiana mostra la presenza di una crescita concomitante dei livelli attivazione alla pratica sportiva e della sedentarietà.

Nel periodo compreso tra il 1995 e il 2006 si assiste in effetti all'incremento costante sia della quota dei praticanti che del numero dei cittadini inattivi (tab. 12.1).

**Tab. 12.1 - La pratica sportiva in Italia per sesso.
Anni 1995-2000-2006
(val. % sul totale della popolazione di tre anni e più)**

	1995			2000			2006		
	Maschi	Femmine	Totale	Maschi	Femmine	Totale	Maschi	Femmine	Totale
Praticano Sport	35.0	18.6	26.6	37.8	22.7	30.0	36.9	23.9	30.2
Praticano qualche attività fisica	33.7	36.7	35.3	28.8	33.6	31.2	26.4	30.2	28.4
Non praticano sport e nessuna attività fisica	30.9	44.2	37.8	33.0	43.5	38.4	36.2	45.5	41.0

* Per ciascun anno la somma della percentuale è uguale a 100.0 se si considera la quota di coloro che non hanno risposto.

Fonte: Elaborazione Censis Servizi su indagini Istat

Nel medesimo intervallo di tempo **si restringe progressivamente invece la fascia di attività fisica intermedia**.

L'andamento complessivo nel medio periodo evidenzia una tendenziale **polarizzazione degli atteggiamenti** verso la pratica sportiva organizzata o comunque condotta con un grado di relativa regolarità e/o frequenza da una parte, e verso l'inattività dall'altra.

Le dinamiche che descrivono l'evoluzione dei comportamenti degli italiani nei confronti della pratica fisico-sportiva si caratterizzano dunque per la presenza di **un'erosione rilevante** dei livelli di attività fisica svolta liberamente senza vincoli organizzativi e strutture di supporto cui si accompagna un aumento del numero dei praticanti e l'incremento della sedentarietà.

Quest'ultimo fenomeno desta allarme e preoccupazione e deve essere analizzato nei suoi diversi aspetti e nelle sue differenti manifestazioni.

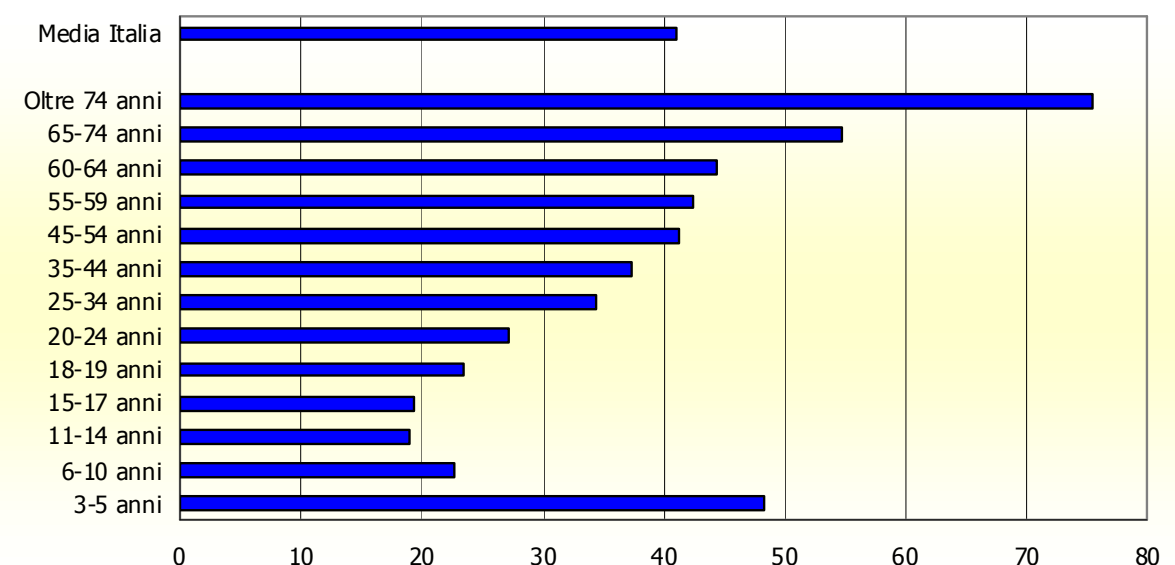
L'analisi di genere evidenzia la maggiore propensione degli uomini nei confronti della pratica sportiva. La distanza tra maschi e femmine pare tuttavia diminuire nel corso del tempo: negli intervalli di tempo compresi tra il 1995 e il 2000 e tra il 2000 e il 2006 i ritmi di crescita della pratica sportiva degli uomini risultano inferiori a quelli registrati per la popolazione femminile; nel corso del medesimo periodo, d'altro canto, il numero uomini in età pari o superiore ai tre anni che dichiara di non praticare sport e non svolgere alcuna attività fisica è passato da circa il 30% al 33% fino ad oltrepassare il 36% nel 2006, mentre la quota delle donne inattive non ha registrato variazioni di rilievo, attestandosi sempre attorno al 45% del totale.

La contrazione del numero di cittadini non praticanti ma che affermano comunque di svolgere attività fisica interessa invece in misura pressoché analoga sia gli uomini che le donne.

All'aumento degli indici di inattività degli uomini corrisponde dunque una sostanziale stabilità dei valori relativi alla popolazione femminile.

La passione per lo Sport e la propensione verso forme di attività fisica comunque praticata risultano essere fortemente collegate con l'età. La partecipazione alla attività fisico sportiva raggiunge i massimi livelli tra gli adolescenti che frequentano la scuola media inferiore e tra i giovani del primo biennio della scuola media superiore. In queste fasce di età si registrano gli indici di sedentarietà più bassi; tassi di inattività molto contenuti si rilevano anche tra i bambini al di sotto dei 10 anni e tra i ragazzi di 18 e 19 anni (graf. 12.1).

Graf. 12.1 - La sedentarietà per classi di età-2006 (val. %)



Fonte: elaborazione Censis Servizi su indagini Istat, 2007

A partire dai 25 anni il livello di diffusione della pratica fisico - sportiva diminuisce progressivamente **fino a diventare residuale nelle fasce di età più anziane**. La sedentarietà aumenta dunque costantemente fino a interessare oltre i 3/4 del totale della popolazione in età pari o superiore ai 75 anni.

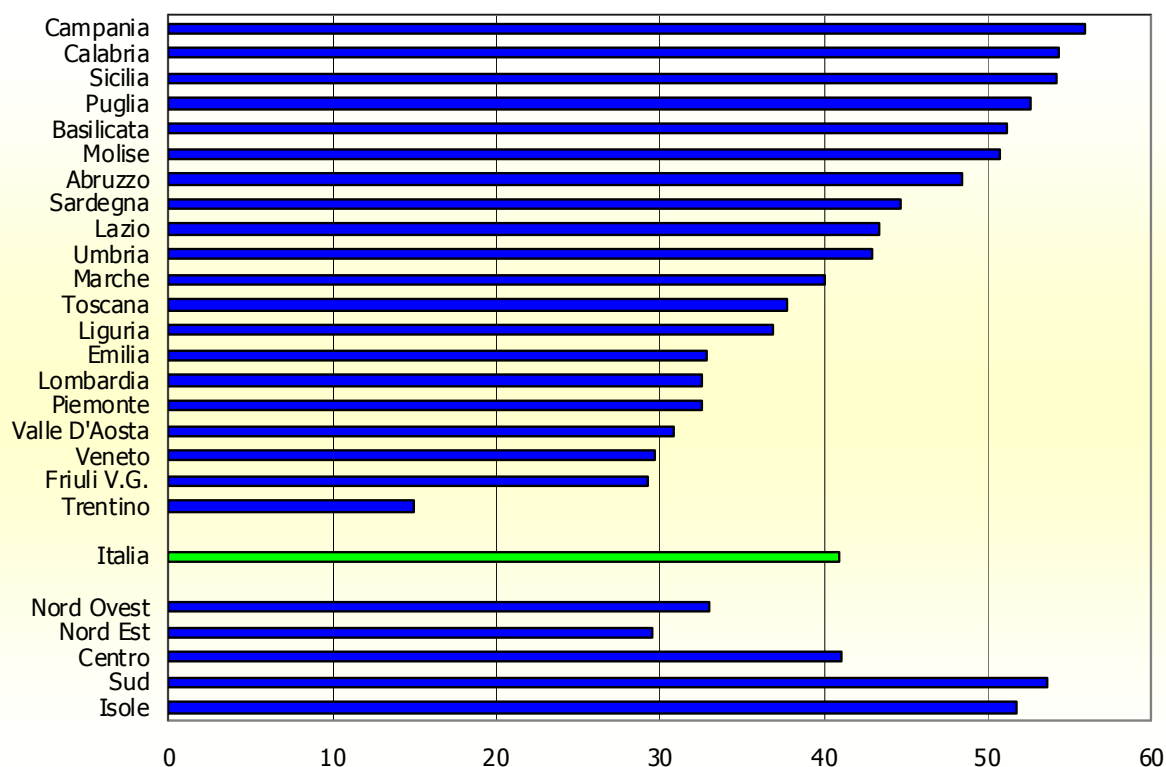
Si assiste inoltre alla presenza di **una forte correlazione tra frequenza scolastica e partecipazione all'attività fisico sportiva**. Nel periodo a cavallo tra l'ultimo ciclo della formazione scolastica e l'ingresso all'università o nel mondo del lavoro risulta particolarmente pronunciato il numero degli abbandoni della pratica sportiva e fisico - motoria: l'indice di sedentarietà infatti si colloca attorno al 25% tra i ragazzi tra i 18 e i 24 anni e raggiunge addirittura circa il 35% nella fascia di età compresa tra i 25 e i 34 anni, rispetto a valori inferiori alla soglia del 20% rilevati tra i giovani al di sotto dei 18 anni.

Le motivazioni che determinano questi comportamenti sono da ricercare probabilmente:

- nell'allentarsi dei rapporti e dei vincoli di tipo familiare che spesso concorrono ad incentivare la pratica sportiva tra i giovani;
- nella forte concorrenza esercitata dalle numerose opzioni che orientano le scelte dei giovani verso altre modalità di consumo del tempo libero;
- nelle difficoltà incontrate dai sistemi di offerta a proporre ai giovani in età post adolescenziale forme di partecipazione allo Sport meno agonistiche e competitive.

I livelli di inattività fisica più elevati vengono registrati in Italia meridionale. Tutte le regioni del Sud vedono la presenza di indici di sedentarietà superiori al 50% del totale dei cittadini residenti, con la parziale eccezione di Abruzzo e Sardegna che si collocano comunque al di sopra della media nazionale (graf. 12.2).

Graf. 12.2 - La sedentarietà per regioni e ripartizioni geografiche-2006 (val. %)



Fonte: Elaborazione Censis Servizi su indagini Istat, 2007

La sedentarietà è di gran lunga al di sotto dei valori medi dell'intero paese nelle aree del Nord Est. Quasi tutte le regioni nord-orientali presentano in effetti quote di inattività fisica inferiori al 30%, con il Trentino Alto Adige che si colloca addirittura sotto la soglia del 15%. La diffusione della sedentarietà raggiunge indici di poco superiori nel Nord-Ovest, mentre le regioni dell'Italia Centrale si posizionano su valori intermedi analoghi alla media generale.

Le differenze territoriali relative al grado di attivazione alla pratica fisico - sportiva rimangono dunque molto pronunciate, **con il Sud che denuncia tuttora l'esistenza di notevoli ritardi e forti aree di criticità.**

La presenza una vasta area di sedentarietà diffusa sul territorio produce **impatti rilevanti di segno negativo sulla salute della popolazione** e sui costi sanitari dell'intera comunità.

Le aree sociali maggiormente interessate dalla presenza di ampie sacche di sedentarietà possono essere individuate:

- nell'esistenza di aree residuali **di disagio sociale e giovanile** che risultano spesso estranee alla diffusione dell'attività sportiva;
- nella **mancata consapevolezza dell'importanza assunta dallo sviluppo dell'attività fisico sportiva** che, soprattutto in alcune aree meridionali, si coniuga con la presenza di un'offerta inadeguata di strutture e impianti per lo Sport;

- nella popolazione anziana ed, in misura più contenuta, nelle fasce generazionali di mezza età che **non trovano canali di offerta adeguati** in grado di intercettare questi segmenti potenziali di domanda;
- nella popolazione femminile in cui, nonostante la riduzione del divario che la distanzia dagli uomini per ciò che attiene al grado di partecipazione alla pratica sportiva, persistono tuttora **fattori ostativi di natura socio culturale** che ostacolano la diffusione dell'attività fisico - sportiva;

Le cause all'origine di tali fenomeni debbono essere ricercate nella mancata presenza di modelli di offerta adeguati, nella concorrenza esercitata dalla esistenza di un gran numero di attrazioni per il tempo libero presenti sul mercato, dalla insufficienza di strutture, impianti funzionali allo sviluppo della pratica sportiva e dell'attività fisica per alcune fasce di popolazione.

In questo quadro la costante riduzione dell'attività fisica non organizzata, svolta spesso in plein air senza l'ausilio di strutture e personale specializzato, costituisce **un elemento di preoccupazione** da non sottovalutare, in quanto si tratta di modalità di svolgimento dell'attività fisico-sportiva che riguardano in misura preponderante i segmenti di popolazione, donne e fasce di età più avanzate, più esposti alla sedentarietà.

Occorre dunque mettere in campo una pluralità di iniziative finalizzate a rimuovere gli ostacoli che impediscono lo sviluppo della pratica sportiva presso determinate fasce di popolazione

L'avvio di **azioni mirate di promozione e comunicazione** e la programmazione sul territorio di sistemi di offerta mirati e funzionali costituiscono altrettanti momenti significativi su cui costruire politiche dell'offerta in grado di coinvolgere istituzioni ed operatori del settore.

In questo ambito **la valorizzazione del ruolo della scuola come strumento di divulgazione e diffusione dell'attività sportiva** rappresenta uno strumento di fondamentale importanza per la crescita dei livelli di pratica sportiva e per il contrasto della sedentarietà.

Il CONI potrà svolgere a tale proposito un ruolo determinante di catalizzazione ed indirizzo dell'insieme delle iniziative promosse sul territorio.

In questo quadro si deve inoltre concepire lo **sviluppo della attività fisica sul territorio in termini sistemici**, attivando sinergie in grado di coinvolgere gli enti locali, la sanità pubblica, gli operatori pubblici e privati, le istituzioni preposte all'offerta dei servizi di welfare.