

***“Organizzazione di manifestazioni e
micro-eventi”***

Premessa



Per uno sport maker l'organizzazione di un evento deve innanzitutto rappresentare l'opportunità di consolidare il proprio ruolo sociale e sportivo sul territorio ed essere parte integrante dell'attività abituale.

Un evento non è di SERIE A quando ci sono Squadre o Atleti professionisti

Un evento è di SERIE A quando è ben riuscito ed ha centrato gli obiettivi prefissati

La riuscita di un evento

- IL COMITATO ORGANIZZATORE
- LA PARTECIPAZIONE (qualità tecnica dei partecipanti)
- LA PARTECIPAZIONE (quantità partecipanti)
- L'INFORMAZIONE DIVULGATA ED I CONTATTI GENERATI
- IL PUBBLICO
- L'ATTENZIONE DEI MEDIA (prima, durante e dopo)
- IL TESSUTO SOCIALE
- IL COINVOLGIMENTO DELLE ISTITUZIONI
- LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO
- L'EQUILIBRIO DI COSTI/RICAVI
- L'EQUILIBRIO DI COSTI/OBBIETTIVI REALIZZATI
- LA COOPERAZIONE

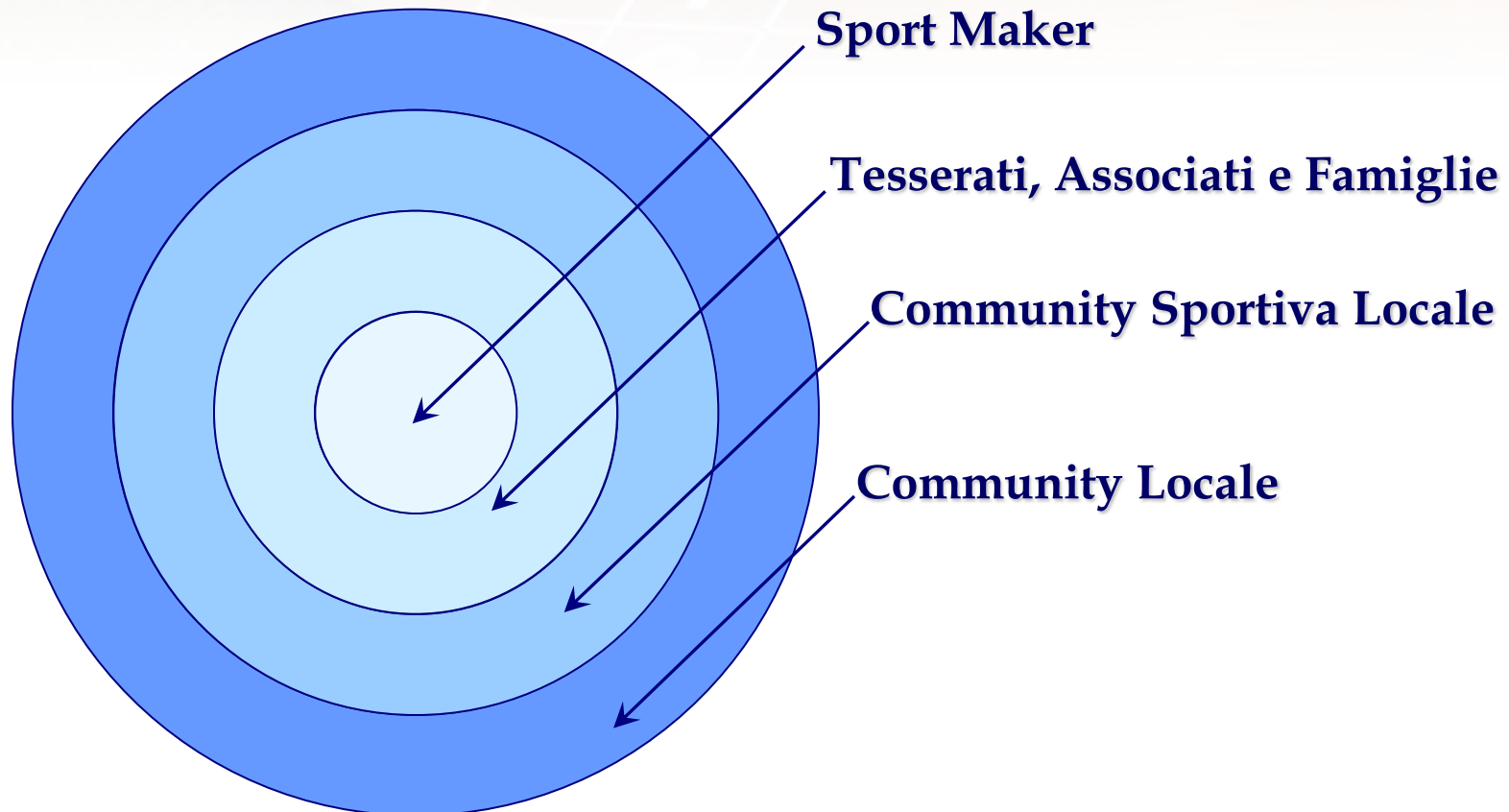
Il Valore dell'Evento

The background of the slide features a composite image of sports-related elements. On the left, a soccer ball is visible. In the center, there is a running track with lane numbers 2, 4, 5, 6, and 7. On the right, a basketball is shown. A yellow brushstroke-like line runs horizontally across the middle of the slide, partially overlapping the track and the text area.

- È UNA VETRINA
- LASCIA TRACCE
- CREA RELAZIONI
- OFFRE CONTATTI (diretti ed indiretti)

Radicalamento Territoriale

Uno degli obiettivi principali è dunque quello di diventare il punto di riferimento sul territorio non solo in ambito sportivo, attraverso azioni volte ad accreditarsi nei confronti di quanti operano a stretto contatto con la nostra società



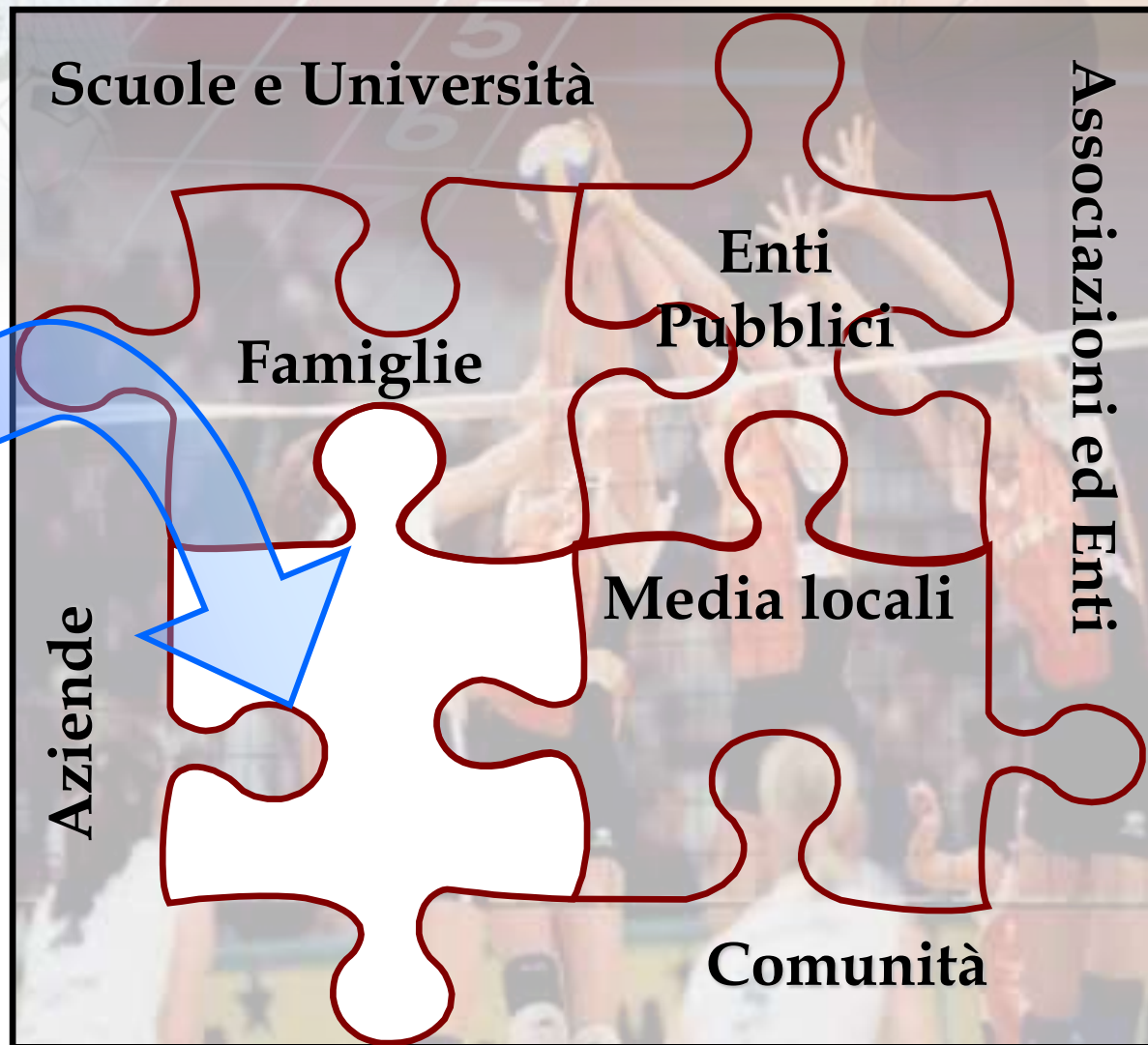
L'evento e la Community

L'organizzazione di eventi



permette

di coinvolgere i diversi
stakeholder della nostra
comunità di riferimento



Non solo eventi agonistici

The background of the slide features a collage of sports-related images. On the left, there is a soccer ball on a green field. In the center, a running track with lane numbers 4, 5, and 6 is visible. On the right, a basketball is shown. A thick yellow brushstroke-like line runs horizontally across the middle of the slide, partially overlapping the text and the background images.

In quest'ottica si dovrà pensare non solo ad EVENTI legati alla pratica sportiva prettamente agonistica, ma anche a MANIFESTAZIONI ed ATTIVITÀ che permettano di raggiungere gli obiettivi prefissati per consolidare il radicamento territoriale della società sportiva.

È in quest'ottica, quindi, che parliamo di
MICRO-EVENTI

Possibili Benefici

- **Uscire dall'ottica della Autoreferenza** utilizzando il lavoro svolto a favore della comunità ed il credito sociale che ne deriva
- Incrementare l'attenzione di un pubblico diverso da quello abituale, coinvolgendo fasce quanto più larghe possibile di persone, senza distinzione di età, razza, sesso o capacità
- Coinvolgere in modo più diretto e partecipato chi già segue le attività della società
- Diffondere la cultura sportiva in ambienti meno sensibili, sviluppando nuove platee e nuovi praticanti
- Stimolare direttamente e indirettamente l'ingresso di nuove aziende come partner della società, proponendo percorsi non strettamente legati allo sport praticato ma ad aspetti sociali e culturali
- Garantire l'accreditamento della società, prescindendo dal risultato sportivo

Alcune caratteristiche

- Gli eventi devono essere di **buona qualità, facilmente gestibili ed accessibili** a tutti.
- I progetti devono essere rivolti e possibilmente gestiti in collaborazione, con i partners “chiave” locali: comune, famiglie, provveditorato, università, associazioni, etc.
- Tutti i programmi dovranno essere socialmente rilevanti e dovranno mostrare l’essenza dei valori del Volley: sportività, impegno, aggregazione, familiarità, onestà ed amicizia
- Coinvolgere nei progetti i soggetti particolarmente bisognosi di aiuto [*zona e scuole disagiate, disabili*]
- Gli investimenti necessari per attivare ogni singolo progetto dovranno essere visti in prospettiva, e quindi messi in relazione con i ritorni che, si sostanzieranno nel tempo
- Appropriarsi degli spazi di vita quotidiana: i parchi, le aree pubbliche urbane, la strada, per portare lo sport all’interno della quotidianità, verso la comunità territoriale.
- Formare e informare, fare network e mettersi in rete, con tutti, indistintamente (anche con altre società, anche di altri sport). Progettualità diffuse e circolazione delle idee.

La creazione di una Community

UN OBIETTIVO AMBIZIOSO:

Una community nasce dove nessuno l'ha ancora concepita. Nasce dove c'è qualcuno che ha qualcosa da dire e/o da fare e sceglie di condividerla

Produrre qualcosa di nuovo e di personale, per far aumentare gli “**utenti consapevoli e partecipi**” della vita della nostra società, per farli diventare membri attivi di una rete di persone interconnesse e accomunate dalla stessa passione

Focalizzarsi sui contenuti, motivare e stimolare le comunità ad attivarsi attraverso il Volley in azioni che qualifichino e consolidino anche le loro realtà e nello stesso tempo riempire di vissuto il contenitore della nostra Società.

Un programma di azioni sul territorio che creino i presupposti per una effettiva crescita di una Community legata al Volley.

ad accrescere la notorietà e la pratica del volley sul territorio, proponendo attività volte a far aumentare la familiarità dei clubs, e puntando a far parte integrante ed apprezzata della vita e del funzionamento delle comunità territoriali [famiglie, scuole, associazioni locali, enti pubblici, etc.]

Alcune idee

Di seguito presentiamo alcune idee e progetti, che vi possano servire come traccia per programmare azioni legate al vostro territorio che possano toccare diversi temi



Progetti scolastici

Eventi di comunicazione

Progetti sociali

Educazione e rispetto dell'ambiente

Azioni di fund rising

OPEN SUNDAY



Promotore: Foundation idée:sport

Periodo: dal 2006 – in corso

Target età: dai 6 ai 12 anni

COS'E'

“Open Sunday” è un programma che prevede l’apertura, per tutte le domeniche pomeriggio da ottobre a marzo, delle palestre svizzere. I ragazzi sono invogliati a venire per svolgere attività fisica sotto l’occhio attento di istruttori specializzati.

OBIETTIVI

- Promuovere lo sviluppo dell’attività fisica e dello sport
- Aiutare persone disagiate
- Migliorare la salute dei giovani

COME SI SVILUPPA

Il programma permette ai bambini di età compresa tra i 6 e i 12 anni di accedere alle palestre del territorio ogni Domenica pomeriggio per praticare sport e attività fisiche. Non è richiesta alcuna prenotazione, iscrizione o tassa; il programma è infatti aperto a chiunque all'interno di questo gruppo di età. In palestra, in questi veri e proprio «punti di incontro sportivi» vengono offerte molteplici attività sportive, guidati da un gruppo misto di tecnici professionisti, volontari e giovani allenatori che monitorano e seguono il programma per i bambini.

Kunniakierros - Un giro d'onore per finanziare lo sport -

Promotore: Federazione di Atletica Leggera Finlandese
Club di Atletica Leggera presenti sul territorio



Periodo: dal 1980 - in corso

Target età: Aperto a tutti

COS'E'

"Kunniakierros" è un evento per raccogliere fondi destinati ai giovani atleti, agli allenatori e alle società affiliate alla Federazione di Atletica Leggera. Una tradizione che dura da 28 anni e che ha generato oltre 25 milioni di euro.

OBIETTIVI

- Sport & Raccolta fondi

COME SI SVILUPPA

L'idea è semplice: durante l'evento, ogni partecipante corre i 400 metri del giro di pista mentre le aziende sponsorizzano ciascun giro percorso, con una somma fissa stabilita che viene guadagnata dalla Società Sportiva del tesserato.

Come proporlo:

Abbinare la raccolta fondi alla performance sportiva, ancorché non agonistica. Coinvolgere aziende ed altri investitori pubblici e privati per sponsorizzare manifestazioni sportive cittadine in maniera originale e innovativa sulla falsariga dell'esempio finnico

Sport Tag - La fiera dello sport -

Promotore: Città di Innsbruck

Periodo: 2 volte all'anno (estate/inverno) da vari anni

Target età: Aperto a tutti



COS'E'

“Sport Tag ” è un evento “fieristico” per promuovere gli sport e le associazioni sportive, ognuna delle quali ha un proprio stand o area in cui i cittadini – sia bambini che adulti – possono cimentarsi gratuitamente, senza limitazioni.

OBIETTIVI

- Promozione attività sportive sul territorio

COME SI SVILUPPA

L'evento è promosso dall'Amministrazione Comunale in stretta collaborazione con le associazioni sportive che mettono a disposizione il proprio personale tecnico e dirigenziale per offrire ai cittadini un'esperienza di una manifestazione sportiva di alta qualità.

Come proporlo:

Può essere promosso direttamente dalla Vostra società all'inizio della stagione sportiva. ed offerto all'Amministrazione o coinvolgendo le altre società dimostrandovi così propositivi e collaborativi. Riuscire ad abbinare anche alcuni momenti culturali, formativi, musicali contribuirà a portare valore aggiunto.

The morning after

Promotore: Città di Dallas

Periodo: da vari anni

Target età: Aperto a tutti



COS'E'

Programma della città di Dallas che unisce la promozione sportiva al rispetto per l'ambiente.

OBIETTIVI

- Sport & Ambiente
- Attività sociale e volontariato

COME SI SVILUPPA

Il programma fornisce agevolazioni a chi fa sport nei numerosi parchi pubblici cittadini (campi gratis, diritto di prelazione nella prenotazione dei campi) e si impegna in operazioni di volontariato nei "morning after", nei lunedì mattina dopo gli eventi sportivi organizzati nei parchi nel weekend.

Come proporlo:

Durante eventi organizzati all'aperto dalla vostra associazione (feste del minivolley, green volley o altro) promuovere azioni di ripulitura del luogo in cui si disputa e/o azioni di raccolta differenziata in collaborazione con Amministrazione e Società di riferimento.

AK-Active

Promotore: City of Auckland

Periodo: attivo dal 2009

Target età: Aperto a tutti



COS'E'

Programma globale che incentiva i residenti della città a fare sport, sia adulti che bambini.

OBIETTIVI

- I genitori al fianco dei ragazzi nella pratica sportiva e nell'educazione motoria

COME SI SVILUPPA

- "Walking bus" - una sorta di marcia collettiva guidata a turno da genitori, che raccoglie casa per casa i ragazzi e li porta a scuola camminando.

"Play with your kids", programma formativo per genitori che offre competenze negli sport praticati dai figli. E poi previsto che giochino con i figli supportando le società sportive.

Come proporlo:

Fare sport non è solo competere: una vita sana è una vita in cui l'attività fisica è distribuita su tutto l'arco della giornata. Coinvolgere i genitori, anche dal punto di vista agonistico, nello sport praticato dal figlio e in un'educazione ad una vita attiva.

Premier Touch rugby

Promotore: Premier Rugby League

Periodo: attivo dagli anni 90

Target età: Aperto a tutti



COS'E'

Manifestazione di rugby "a tocco" che si svolge nei mesi estivi.

OBIETTIVI

- I genitori giocano insieme ai ragazzi.

COME SI SVILUPPA

Feste organizzate dai singoli club che hanno permesso di raggiungere anche la fascia adulta della comunità che ha aderito con entusiasmo alla possibilità di svolgere un'attività ludica a loro riservata o di poter giocare insieme ai propri figli.

Come proporlo:

All'inizio o al termine della stagione pensare ad un "family day", una giornata in cui viene alle famiglie data la possibilità di conoscersi e di entrare in contatto con la società, praticando attività ludiche semplificate a cui tutti possano partecipare, momenti conviviali e presentazione dello staff societario.

Eventi di comunicazione sui social

Promotore: Varie federazioni, società, organizzazioni

Target età: Aperto a tutti



facebook

COS'E'

Concorsi, sondaggi, promozione attività

OBIETTIVI

- Raggiungere e coinvolgere il proprio pubblico di riferimento in modo diretto e proattivo

Alcuni esempi

Calcio Padova:

Sulla pagina facebook, sondaggio tra i tifosi per la scelta della terza maglia. Quella con più "Mi piace" diventerà la maglia ufficiale.



World League Firenze 2013

15 giugno 2013 nei pressi di Casellina

Sulla pagina facebook, concorso "Posto anch'io" e "striscioni" con possibilità di vincere biglietti e materiale sportivo. Oltre 200 proposte, con migliaia di visualizzazioni

... e aspettate quelli del 2014



#iocimettolafaccia:

Hashtag utilizzato dalla federazione pugilistica che ha chiamato così anche il nuovo sito. Collegamento a tutti i social: facebook, twitter, youtube, instagram per un coinvolgimento a 360 °



#facedarugby:

Hashtag utilizzato dalla federazione rugby. Anche in questo caso un coinvolgimento diretto dei tifosi che potevano fotografarsi e ritrovarsi sull'album on-line.



iVolleygram è il contenitore di immagini che racconta la pallavolo, i suoi protagonisti e tutti gli appassionati di ogni livello, su Instagram. Oltre a foto e immagini è possibile condividere anche i filmati . L'hashtag è #iVolley.

