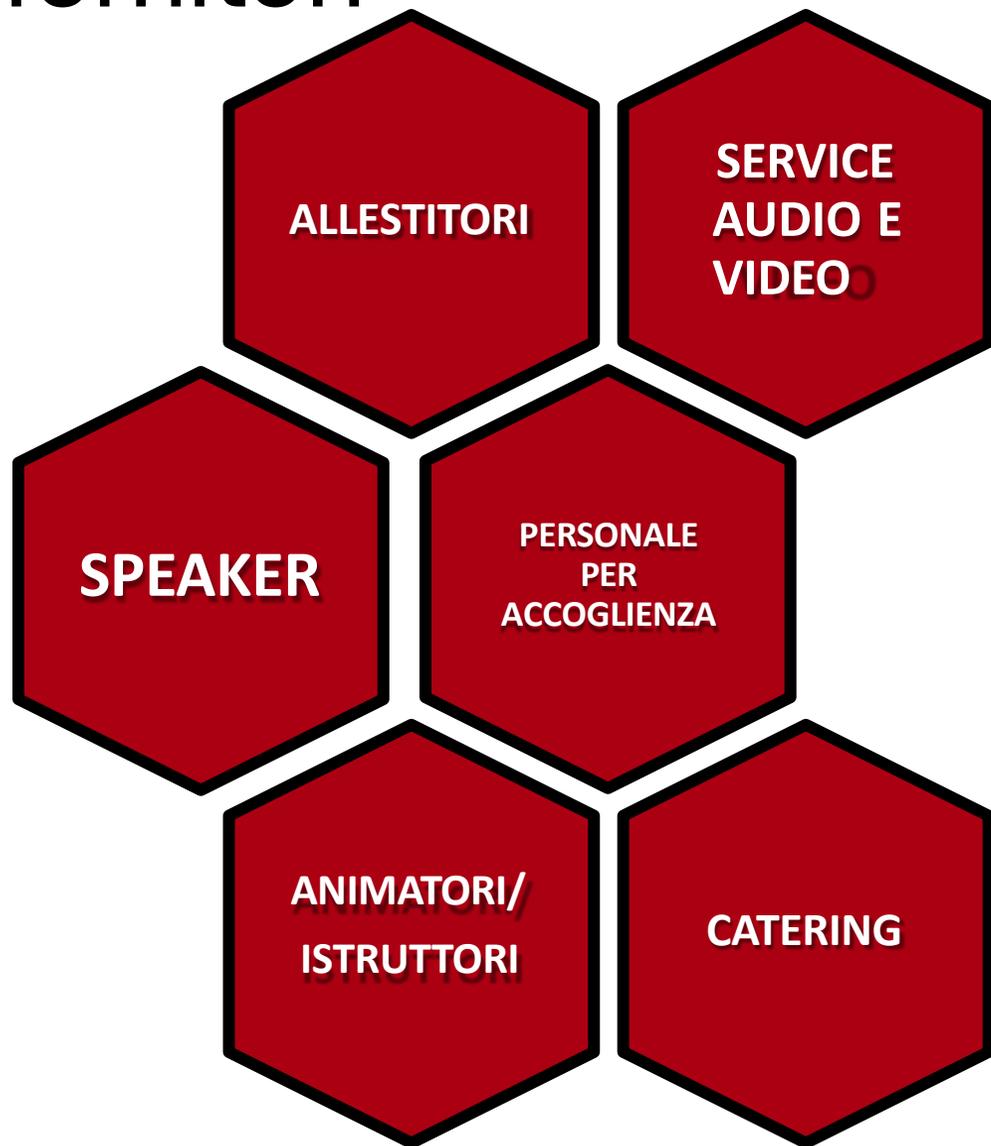


Le documentazioni richieste

1. **Relazione descrittiva dell'evento** [*importante la stima dei partecipanti*]
2. **Relazione tecnica** (planimetria, progetto impianto elettrico, servizi igienici, etc.)
3. **Planimetria** degli spazi che verranno occupati
4. **Informativa e caratteristiche dei materiali** che verranno installati
5. **Informativa sulla tipologia e sulle dimensioni dei materiali di visibilità** che verranno posizionati [in funzione delle dimensioni verranno applicate le tariffe comunali vigenti]
6. **POS (Piano operativo di Sicurezza)** – *documento che il datore di lavoro dell'impresa esecutrice obbligatoriamente redige in riferimento al singolo cantiere*
7. **SCIA (segnalazione certificata di inizio attività)** – *in caso di distribuzione di food e beverage e vendita di prodotti al pubblico*



Il rapporto con i fornitori



Altri servizi da Prevedere

1. Energia Elettrica
2. Raccolta rifiuti
3. Bagni chimici
4. Ambulanza con medico a bordo
5. Security
6. Fotografo/Videomaker
7. SIAE



Assicurazioni e Liberatorie

Per quanto riguarda gli Eventi a larga partecipazione, importante prevedere

1. Assicurazioni

- Assicurazione RC
- Assicurazione infortuni (definizione massimali)

2. Liberatorie per scarico responsabilità [in caso di partecipazione di minori]

3. Liberatorie in relazione all'utilizzo delle immagini e al materiale audio, video e fotografico e al trattamento dei dati personali forniti

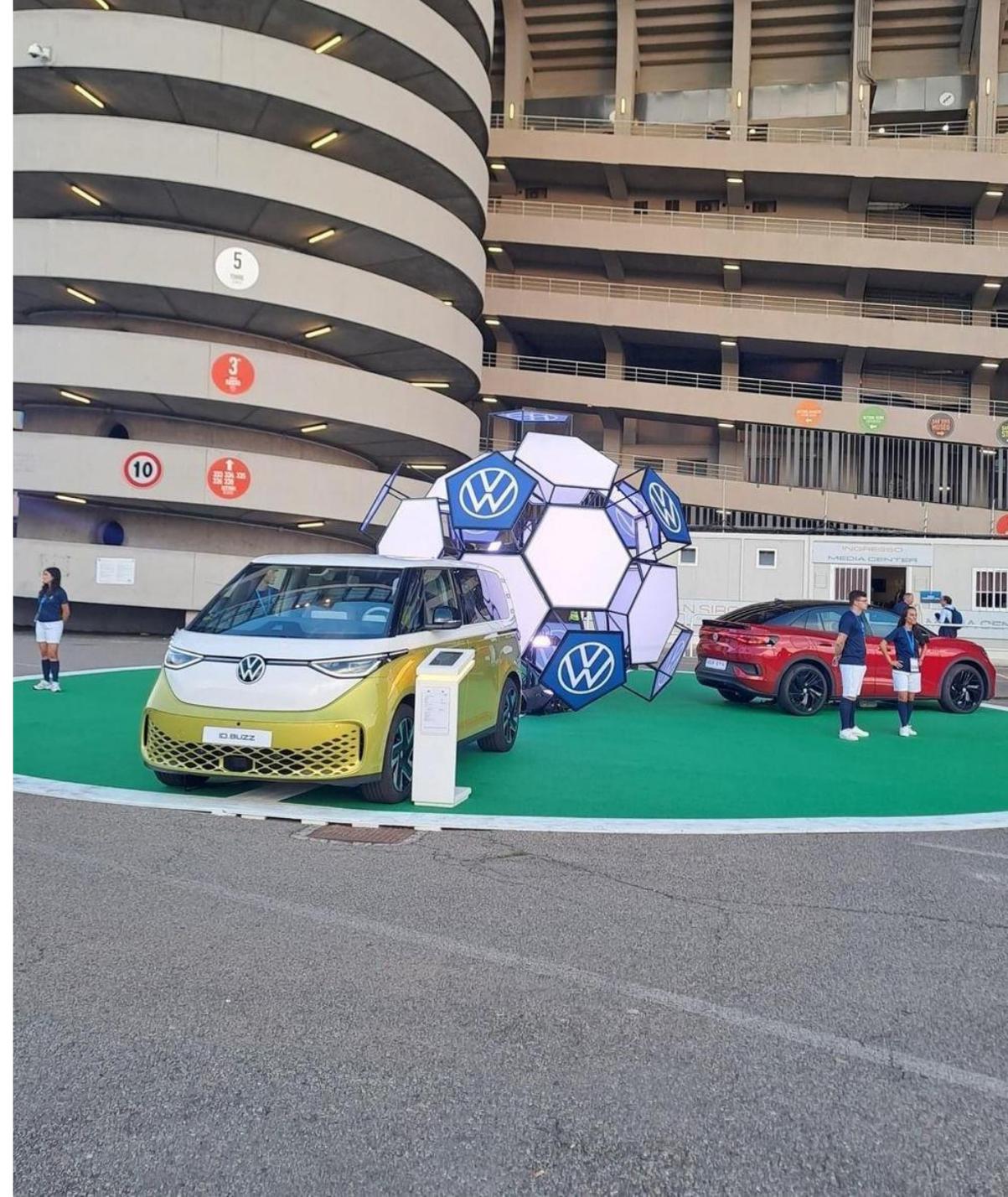


Aziende Partner

Durante l'Evento occorre garantire anche la **visibilità e/o attività delle aziende partner.**

Può essere funzionale richiedere ai partner, al fine di **rendere** sempre più **VIVA la location dell'Evento**, di sviluppare delle attività che possano coinvolgere ed attirare quante più persone possibili. Alcuni esempi:

- **Area bimbi**
- **Attività ludico sportive**
- **Aree gastronomiche**
- **Distribuzione sampling**



6

PROBLEM SOLVING

Affrontare i problemi, gli imprevisti e la complessità



Problem-Solving

Per quanto vi sforzerete di pianificare, organizzare e coordinare, dobbiamo essere consapevoli che gli imprevisti potranno giungere e potranno essere anche indipendenti da voi:

- Maltempo
- Fornitore in ritardo con una consegna
- Una Squadra si ritira una settimana prima dell'evento
- Gestione dell'infortunio di un'atleta

Il Problem-Solving sarà l'approccio migliore che vi permette di risolvere / tamponare la situazione. **È necessario che si accetti la possibilità che possano capitare degli imprevisti e si abbia le energie mentali per affrontarlo costruttivamente, soprattutto quando sotto-stress potremmo essere stanchi e meno propensi al dialogo con il nostro staff.**

Le difficoltà come opportunità di crescita delle persone e dello gruppo coinvolto



La vita è per il 10 % ciò che ti accade ed il 90 % come tu reagisci

Charles R. Swindoll

Monitoraggio

Gli imprevisti possono capitare, il nostro compito è quello di limitarli per numero e impatto che possono avere sull'evento. Per questo è fondamentale che **Project Manager e Team Leader di funzione siano sempre allineati sullo stato di avanzamento delle attività con l'obiettivo di:**

- **Riconoscere gli eventuali rischi,**
- **Monitorare la probabilità che si possano presentare,**
- **Avere dei piani di riposta preventivi,**
- **Poterli applicare in tempi rapidi.**

Trasparenza, condivisione e confronto sono 3 alleati per gestire bene un evento sportivo. Nascondere o posporre alcuni problemi che insorgono nell'organizzazione dell'attività potrebbe creare danni ben più gravi durante l'evento



Coordinare l'evento

Può essere sia un file excel che una tabella in word, viene riportata la scaletta dell'evento con le informazioni utili a comprendere i diversi momenti dell'evento in relazione al luogo in cui si sta svolgendo ed al responsabile:

- **Programma dell'evento – area sportiva (live)**
 - Orari, Luoghi, attività e staff coinvolto
 - Trasporto con navette, pranzi, cene, pernottò..
- **Programma dell'evento – area pubblico/spettatori**
 - Orari, luoghi e staff coinvolto nell'accoglienza degli spettatori
 - Verifica degli allestimenti e servizi per il pubblico
- **Programma attività logistiche, allestimento e disallestimento**
 - Orari, luoghi e staff coinvolto nella ricezione del materiale di allestimento
 - Orari e luoghi per montaggio attrezzature
 -

ESEMPIO PROGRAMMA SPORTIVO DAY 1

Orario	Attività	Luogo	Staff Coinvolto
9:00 – 12:00	Arrivo delle squadre in hotel e Check-in	Hotel Verdi	XXX; ...
12:00 – 12:45	Pranzo 1 turno squadre (riportare elenco Squadre)	Hotel Verdi	XXX; ...
12:45 – 13:30	Pranzo 2 turno squadre (riportare elenco squadre)	Hotel Verdi	XXX; ...
14:00 – 15:30	Primo ciclo partite riportare elenco squadre che si sfidano e relativo campo, es: <ul style="list-style-type: none">• Campo 1 – Rossi vs Gialli• Campo 2 – Marroni vs Arancioni• Campo 3 – Azzurri vs Blu	Centro Sportivo La Fiorita	XXX; ...
16:00 – 17:30	Secondo ciclo partite [...]	Centro Sportivo La Fiorita	XXX; ...
19:00 – 20:00	Cena 1 turno squadre (riportare elenco Squadre)	Hotel Verdi	XXX; ...
20:00 – 21:00	Cena 2 turno squadre (riportare elenco Squadre)	Hotel Verdi	XXX; ...

La “gerarchia d’intervento”

Durante un evento ci possono essere degli imprevisti, dall’esaurimento dell’acqua al palazzetto per gli atleti alla mancanza di un pullman per trasportare una squadra dall’hotel al campo di gioco o un problema di una transenna che risulta instabile e necessita di un rapido intervento.

È fondamentale definire internamente il processo di comunicazione che permetta di contattare la persona giusta. **Il Project Manager deve ricevere solo le chiamate di emergenza reale, delegando agli altri responsabili gli imprevisti che per natura non richiedono il coinvolgimento della figura più alta in carica.**

È inoltre necessario che ci sia un corretto brief pre-evento che permetta di chiarire chi sono i referenti da contattare in relazione dell’aspetto da gestire.

ESEMPI AREE DI RESPONSABILITA’



7. AFTER DOING

Rendicontare l'attività



Post Evento

Post Evento

Finito un evento, il nostro lavoro non è concluso.

Anzi, indipendentemente dal risultato, è il momento in cui cominciamo a costruire il nostro prossimo evento.

ANALISI

Confronto interno, analisi delle criticità, valutazione nostra e dei partecipanti, redemption ottenuta, ...

ATTIVITÀ DI REPORTING

Abituiamoci a dimostrare e comunicare a tutti i nostri interlocutori i risultati attraverso:

- Reportistica finale (*fondamentale soprattutto per sponsor*)
- Budget consuntivo
- Rassegna Stampa e analisi media



Post Evento

Una manifestazione sportiva è in grado di generare molteplici benefici:

INDOTTO DIRETTO

- Spese per il personale
- Spese per allestimenti
- Spese per produzione materiali
- Investimenti degli sponsor
- Spese di promozione dell'Evento
- Contributi Enti Pubblici

INDOTTO DERIVATO

- Spese di trasporto (aerei, treni, ...)
- Spese per vitto e alloggio
- Spese per acquisti personali e regali
- Spese connesse all'Evento
- Spese per visite a musei, mostre
- Altro...

Studio Regione Emilia-Romagna

RISULTATI DELLO STUDIO:

- **Ricaduta sociale ed economica**
- Questa ricerca dimostra l'impatto sociale ed economico che lo sport e i grandi eventi sportivi hanno per un territorio. Si tratta di un documento di analisi che fornisce dati certi e oggettivi.
- **Diffusione capillare**
- La scelta della Regione di coinvolgere l'intero territorio regionale dimostra come sia possibile organizzare eventi in diverse località ed aree geografiche. Ne deriva uno stimolo per tutti gli ambiti territoriali ad investire su questa prospettiva
- **Strategia di successo**
- Il dati evidenziano il successo sociale, turistico ed economico, del progetto avviato anni fa dalla Regione, fondato sullo sviluppo e sull'implementazione di rapporti con una moltitudine di soggetti, pubblici e privati.
- **Guida per il futuro**
- È possibile delineare un chiaro perimetro di strategie future in termini di potenziamento dell'impiantistica e delle strutture ricettive e congressuali, al fine di favorire un'ulteriore crescita delle ricadute generate dall'eventistica sportiva di alto livello.

Emerge che sul territorio regionale, grazie allo svolgimento di grandi eventi sportivi, è stato generato un **indotto economico corrispondente a oltre 150 milioni di euro**. Perciò, è veritiero affermare che le risorse economiche messe a disposizione dalla Regione Emilia-Romagna abbiano generato un **rilevante ritorno per tutto il territorio**. **L'effetto moltiplicatore è stato di pari a 17,98**.



Ricerca

EFFETTI ECONOMICI
E REPUTAZIONALI
GENERATI DAI GRANDI
EVENTI SPORTIVI
IN EMILIA-ROMAGNA



Realizzazione a cura di:



L'Eredità di un Evento Sportivo

VERSO L'EUROPEO 2032 I dubbi sulla kermesse in coppia con la Turchia

«L'Italia non abbia paura dei grandi eventi Ma devono lasciare un'eredità al Paese»

Il manager Roberto Ghiretti: «I casi di organizzazione virtuosa ci sono, quello che fa la differenza è la capacità di incidere sul futuro»



di Leo Turrini

«L'Italia come Paese non deve aver paura di proporsi come sede per i grandi eventi dello sport mondiale. Ma a un patto: che sappia trasformarli in eventi grandi.»

Roberto Ghiretti (nella foto in alto), parmigiano, 68enne, è uno dei migliori manager d'Italia. Ha inventato dal nulla Volleyland, ha cercato di portare da noi la Coppa del Mondo di nuoto



Il presidente Sergio Mattarella premia a Roma gli azzurri secondi agli Europei

iniziative hanno un senso solo se lasciano una eredità».

Tradotto?

«Lo sport ha una enorme valenza sociale. L'Italia non è il Qatar

fetto carrozzone, gli sprechi di denaro pubblico e bla bla bla.

«Sono perplessità legittime soprattutto se mancano visione e



La premiazione della Ryder Cup di golf, andata in scena quest'anno a Roma

«L'Olimpiade invernale del 2006 ha cambiato Torino, rendendola città pienamente europea, molto per merito del CONI di allora. Il top dei modelli è Ita-

Fra meno di tre anni avremo un'altra Olimpiade italiana, tra Milano e Cortina. Che cosa ci dobbiamo aspettare?

«Spero provino visione e mo-

EVENTI SOSTENIBILI

Un evento è sostenibile quando è ideato, pianificato e realizzato in modo da minimizzare l'impatto negativo sull'ambiente e da lasciare un'eredità positiva alla comunità che lo ospita

United Nations Environment Programme - UNEP 2009



La Sostenibilità nello Sport: Opportunità di crescita, riqualificazione e sviluppo a Lungo termine

- ❑ **Economico** (diretto e indiretto): ticketing/quota d'iscrizione, indotto locale (fornitura/erogazione servizi e acquisti)
- ❑ **Sociale**: occupazione lavorativa, formazione, trasferimento di know-how, consolidamento delle relazioni, coesione sociale, promozione di comportamenti positivi
- ❑ **Ambientale**: riqualificazione area dismessa (parco, zona residenziale, ...), riqualificazione impianto (ristrutturazione, ampliamento, efficientamento energetico, gestione delle risorse idriche..),
- ❑ **Governance**: Costituzione di un comitato, presenza di un Sustainability Manager, definizione di procedure, processi e gestioni volte a definire le modalità di lavoro e di presa delle decisioni, sinergia tra i diversi attori del territorio..

Eredità: lasciare il proprio territorio in una condizione migliore rispetto al momento precedente. Avviare un circolo virtuoso attraverso i **principi del miglioramento continuo**

Pericolo / Rischio se manca metodo o l'obiettivo è di breve periodo

- ❑ **Economico**: creare un danno economico, posizionare in un target errato la località
- ❑ **Sociale**: impoverire il tessuto sociale
- ❑ **Ambientale**: costruzione "White Elephants"
- ❑ **Governance**: gestire in modo esclusivo l'evento

Agenda ONU 2030

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un **programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità**. Essa ingloba **17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile** – Sustainable Development Goals, SDGs – in un grande programma d'azione per un totale di **169 “target” o traguardi**. L'avvio ufficiale degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile ha coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla **strada da percorrere nell'arco dei prossimi 15 anni**: i Paesi, infatti, si sono impegnati a raggiungerli **entro il 2030**.



LA SCELTA DEGLI SDGs PER UN ASSOCIAZIONE O EVENTO SPORTIVO

- Devono essere selezionati solo gli **obiettivi che siano coerenti con il vostro agire**
- **NON** devono essere selezionati tutti
- Meglio **pochi ma precisi**, rispetto a molti con motivazioni forzate o poco chiare

Perché l'evento «sostenibile»

- ✓ **RESPONSABILITÀ SOCIALE – ETICA** - perché è occasione virtuosa per creare un impatto positivo sulle persone, la comunità locale (impatto sulla comunità – welfare)
- ✓ **INIZIANO A CHIEDERLO LE AZIENDE & POTENZIALI PARTNER**, la sostenibilità è un tema importante e strategico nelle aziende, investire nello sport deve essere allineato e coerente alle loro attività

MARKETING



REPUTAZIONE

Aumenta credibilità e valore dell'evento (deve esserci una corretta gestione del tema ed una buona comunicazione)



POSIZIONAMENTO

ci differenzia, crea attenzione e opportunità di visibilità nuove. Può essere leva d'impatto sociale ed economico



COMUNICAZIONE

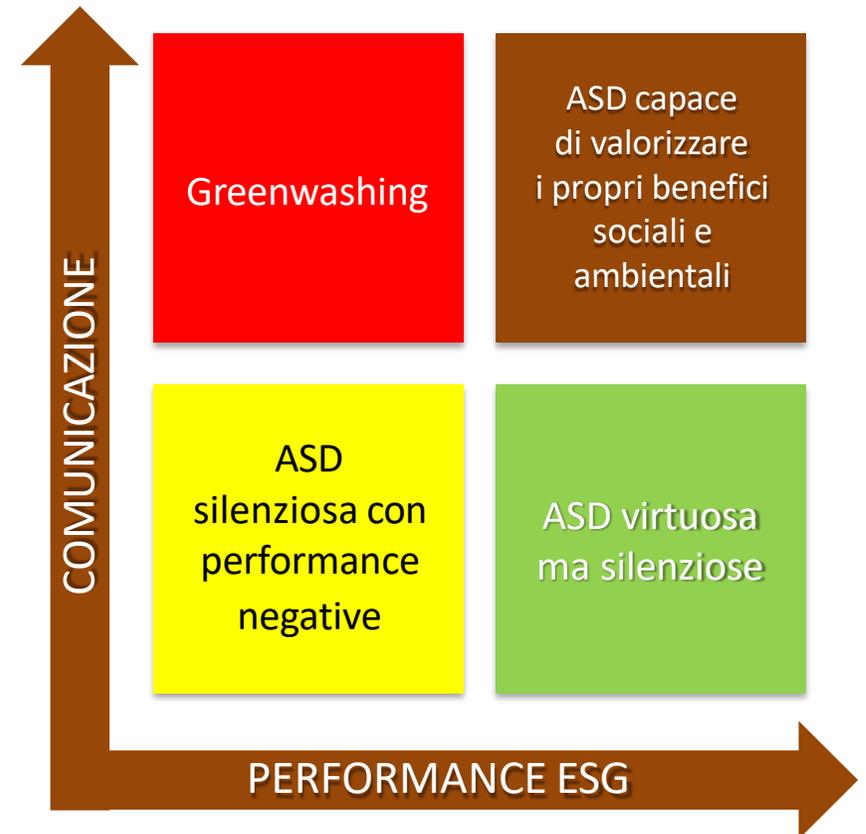
Ci permette di fare uno storytelling di qualità, aumenta l'opportunità di creare sinergie e PR esterne

Prima d'iniziare | Il nostro profilo di sostenibilità

Prima di progettare il nostro evento o attività, abbiamo valutato il nostro «profilo di Sostenibilità»?

- Facciamo la raccolta differenziata?
- Abbiamo un codice etico per allenatori, atleti e famiglie?
- Per accedere al nostro evento o palazzetto è possibile usare il trasporto pubblico?
- È possibile riempire delle borracce con acqua potabile?
- Ho fornito ai miei tesserati una borraccia?
- La nostra struttura ha un impianto fotovoltaico?
- L'impianto è accessibile a persone con ridotta o limitata mobilità?
- Abbiamo un servizio bar all'interno dell'impianto?
- Le divise e l'abbigliamento delle nostre squadra è stato prodotto utilizzando un consumo responsabile delle risorse?

In base a queste, ed ulteriori domande, saremo in grado di valutare il nostro il nostro livello di sostenibilità per iniziare a impostare la nostra attività

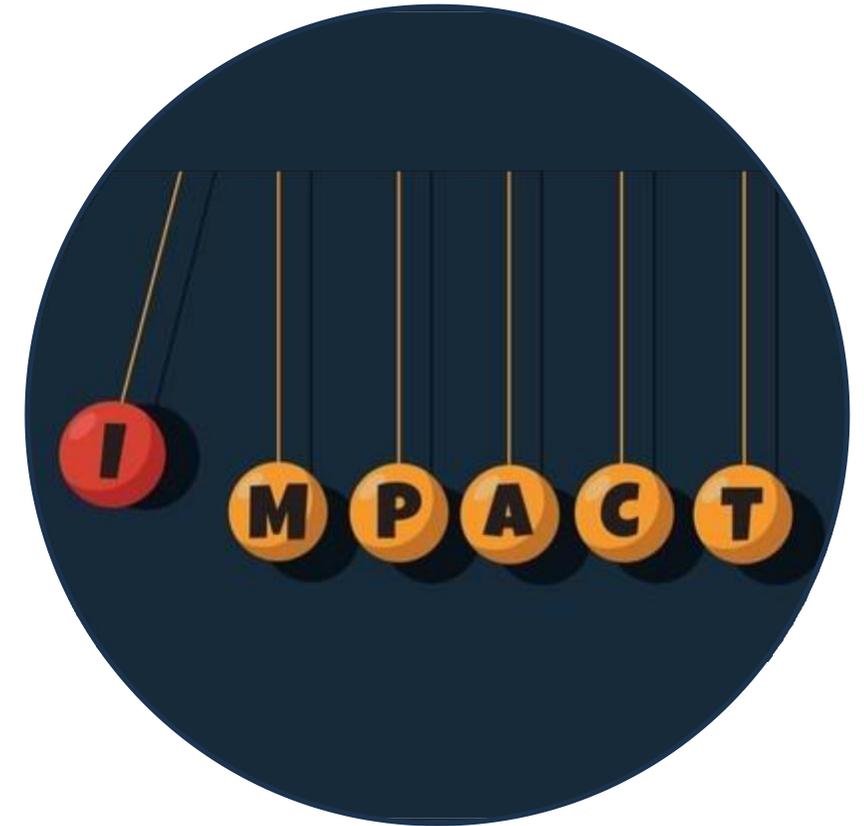


Fonte: Rielaborazione da Delmas, Cuereil Burbano, 2011

La Progettazione | Social Impact

- **Il nostro evento in che modo contribuisce al bene comune?**
- **In che modo il nostro evento diventa utile per la comunità locale o i partecipanti?**
 - Valorizzazione
 - Rilancio
 - Educazione
 - Promozione
- **Lo sport che abbiamo scelto per l'evento a quali dinamiche sociali o ambientali si può associare?**
 - Energia pulita: Vela, ciclismo, corsa...
 - Innovazione: Formula E, competizione di e-bike...
 - Aggregazione Sociale: Skateboard, Surf, Climbing..
 - Benessere: Yoga, Mindfulness
- **Quali valori sono associabili allo sport prescelto?**
- **Quale/i SDGs possiamo perseguire con la nostra iniziativa?**

FASE DI ASCOLTO: Affinché il nostro evento crei un impatto positivo, dobbiamo **costruirlo sui bisogni e le esigenze dei nostri stakeholders e territorio.**



La Progettazione | Prevenzione impatto ambientale

L'80 % dell'impatto ambientale dei prodotti, dei servizi e delle infrastrutture che ci circondano è determinato dalla fase di progettazione

Thakara J., In the bubble : Designing in a complex world (2005). Cambridge MIT Press

ALCUNI ERRORI CLASSICI:

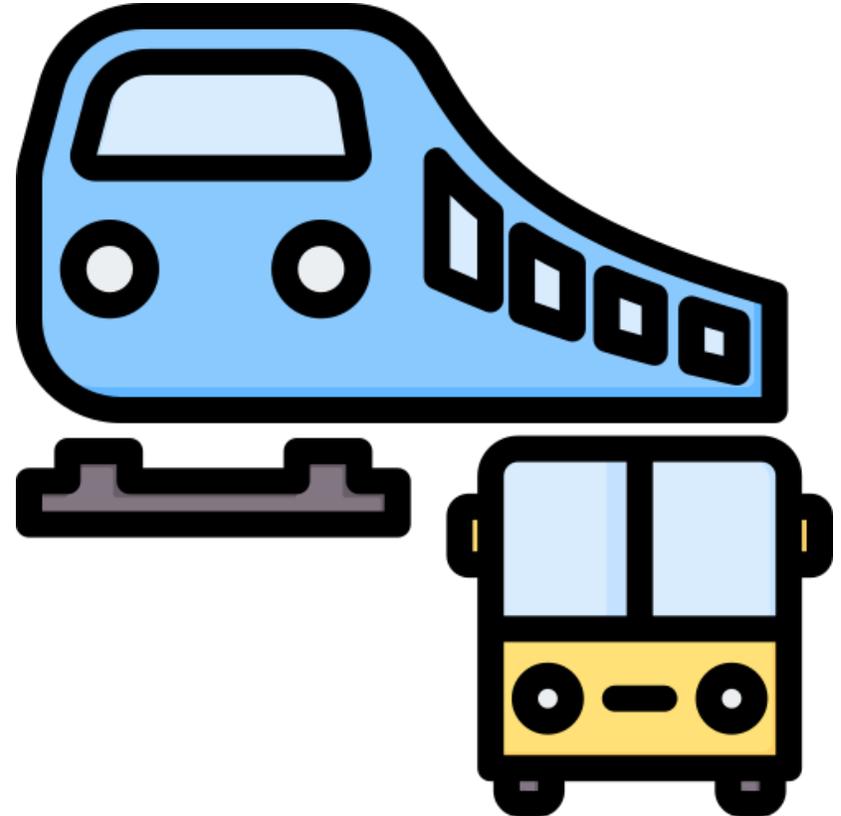
- **Prevedere bidoni per la raccolta differenziata ma non aver avvisato il gestore** dello smaltimento rifiuti che arriva solo con il camion dell'indifferenziata. Oppure, NON mappare tutte le aree dell'evento o della società e rendere difficile la gestione dei dello smaltimento rifiuti per il pubblico;
- Mezza maratona dove vengono **consegnati bicchieri di plastica** ai rifornimenti, senza aver predisposto dei contenitori per il rilascio
- **Promuovere l'uso di borracce** e non aver predisposto un adeguato e capillare sistema per il rifornimento
- **Promuovere la raccolta differenziata per riciclare i materiali** e non parlare con i ristoratori su quali materiali monouso utilizzare



La Progettazione | Mobilità

Se il numero di partecipanti è significativo, è opportuno:

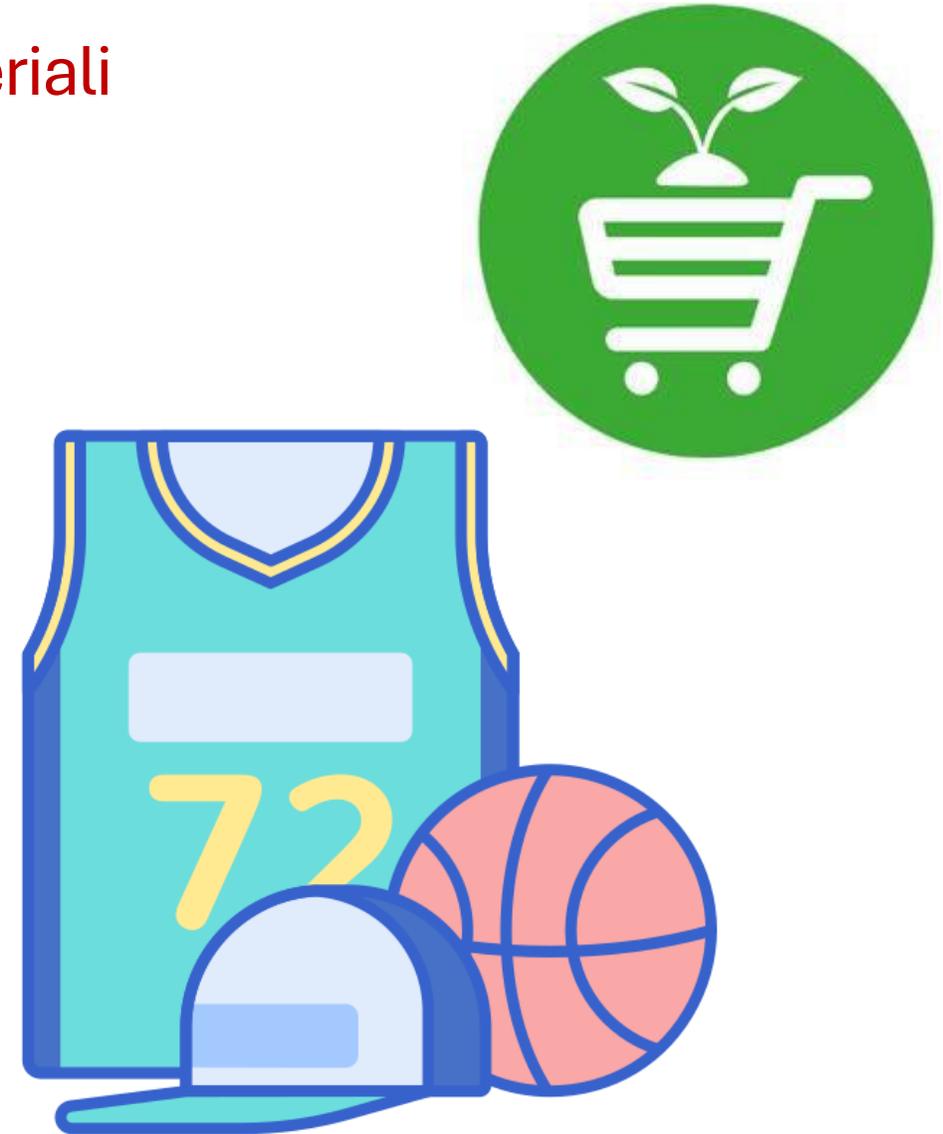
- **Predisporre l'evento in orari utili** al raggiungimento della sede di evento utilizzando **trasporto pubblico**
- Se possibile, fare una **convenzione** con l'agenzia locale dei trasporti per rendere «**gratuito**» o «**scontato**» il **biglietto**
- **Dare un «premio» a chi raggiunge l'evento in bicicletta o con un mezzo di trasporto «green»**
 - **Va comunicato prima, durante e dopo l'evento**
- Predisporre navette gratuite da/per l'evento in modo tale da ridurre l'afflusso di auto
- **Informare su tutti i canali di comunicazione** a disposizione le modalità per arrivare in evento in modo più sostenibile
- Predisporre un **accesso agevole e sicuro per persone con limitata o ridotta mobilità**



La Progettazione | Approvvigionamento Materiali

Può essere un'opportunità per l'organizzatore al fine di rendere più «sostenibile» l'evento:

- **Fornire una borraccia** (almeno da 0,5 l e di buona qualità)
- **Kit iscrizione**, prediligiamo la qualità alla quantità. I prodotti di qualità vengono usati anche dopo l'evento, ci danno visibilità e sono prodotti rispettando standard più «rigorosi»
 - **“Kit iscrizione annuale”** - il genitore ha un “portafoglio di spesa limitato” forniamo il Kit ogni 2 anni. Al secondo anno pagando la stessa quota “offriamo una settimana di Camp”
- **Allestimento e Visibility** – approcciamo a TNT e Banner senza ripotare l'anno. Prediligendo il riutilizzo e personalizzando solo quanto necessario a garantire visibilità ai Partner”
- **“Stand 2nd hand”** durante l'evento, diamo la possibilità ai partecipanti di “vendere-scambiare” i loro vecchi capi sportivi (soprattutto se l'evento è giovanile, es. scarpe)
- **Trofei** – predisponiamoli «green» unendoli a qualche altra iniziativa di comunicazione



La Progettazione | Raccolta Differenziata

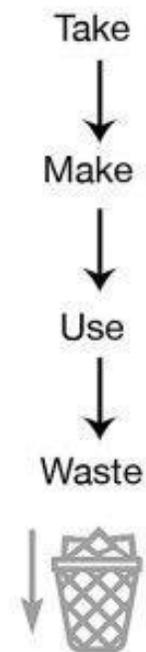
La plastica NON è un male!!

Lo diventa se non viene inserita in un corretto sistema di raccolta differenziata.

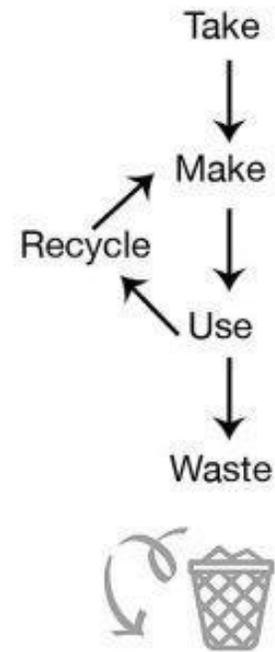
Al fine di gestire in modo efficace la gestione dei rifiuti, si suggerisce quanto segue:

- Inviare a tutti i fornitori una **guideline di Food & Beverage** per informarli circa le modalità più corrette nella gestione dello smaltimento dei rifiuti
- **Predisporre corretta segnaletica** (simboli e poche «parole»)
- Predisporre una **gestione univoca degli articoli mono-uso**, se possibile al massimo di due tipologie (stesso tipo bicchieri, posate, piatti, ecc...)
- Abbinare alle aree di consumo dei prodotti i corretti **contenitori della differenziata**

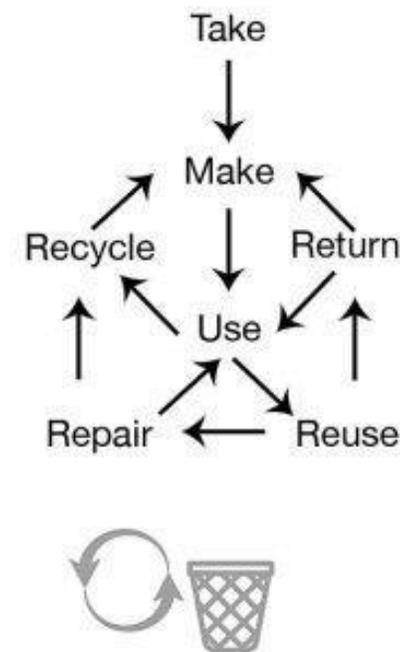
LINEAR
ECONOMY



RECYCLING
ECONOMY



CIRCULAR
ECONOMY

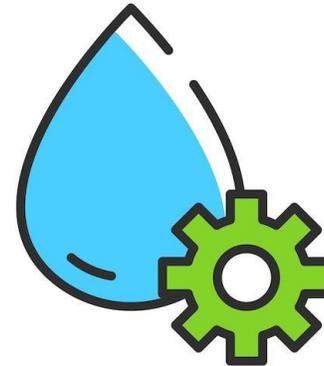


5 R

**#Ridurre #Recuperare #Riciclare
#Riutilizzare #Riparare**

La Progettazione | Food & Beverage e Gestione Idrica

- **Coinvolgere gli esercizi comm.li locali**
- **Ridurre al minimo gli sprechi** derivanti le eccedenze alimentari e **prevedere un accordo con un Associazione locale** per la raccolta del surplus
- **Fornire menù in grado di soddisfare vincoli** religiosi, intolleranze o scelte valoriali individuali
- Se l'obiettivo è ridurre il consumo di acqua in bottiglia **accertarsi che il luogo sia provvisto di rifornimenti adeguati**
- In caso di Campi in Erba, al pari della gestione rinnovabile, valutare l'installazione di una **vasca per la raccolta dell'acqua piovana**



Case Study Borussia Dortmund: Bicchieri riutilizzabili

Monitorare per Rendicontare

Monitorare per Rendicontare

01

In fase preventiva definire gli obiettivi economici, ambientali e sociali da perseguire.

02

Durante l'organizzazione monitorare lo stato di avanzamento e correggere eventuali scostamenti

03

Al termine della manifestazione rendicontare gli impatti e produrre un bilancio dell'attività relativo alle 3 dimensioni

GOVERNANCE

ECONOMICO

SOCIALE

AMBIENTALE

CASE STUDY

Eventi interessanti da cui prendere ispirazione



Junior Tim Cup

Nato nel 2013, La Junior TIM Cup è il torneo di calcio a 7 tra oratori riservato agli under 14 e organizzato grazie alla partnership tra Centro Sportivo Italiano, Lega Serie A e TIM.

Ma la Junior TIM Cup non si gioca unicamente nei match 7 vs 7.

Una partita parallela viene portata avanti attraverso gli incontri e le iniziative che mirano a coinvolgere i ragazzi e le ragazze in momenti di riflessione e approfondimento. La decima e nona edizione si sono fatte portavoce della campagna **Keep Racism Out**, volta a sensibilizzare le giovani generazioni – e non solo – sull'importanza della lotta al razzismo e ad ogni tipo di discriminazione. Numerose le attività e gli argomenti approfonditi nel corso degli anni; tra questi, il tema del **bullismo** e del **cyberbullismo**.

Nelle precedenti edizioni, il progetto ha coinvolto più di **83mila ragazzi** e **6mila oratori** in tutta Italia, oltre ad aver fatto disputare più di **32mila partite**. È possibile vivere o rivivere le emozioni della Junior TIM Cup seguendo i profili social del Centro Sportivo Italiano e interagendo con l'hashtag **#JuniorTIMCup**.



Grand Prix della Ginnastica

- Il **Grand Prix di Ginnastica** è un appuntamento fisso per gli appassionati della disciplina e di sport in generale.
- **Vede all'opera i migliori ginnasti italiani confrontarsi contro alcuni dei migliori ginnasti mondiali nelle varie discipline che costituiscono il mondo della Federazione: Ginnastica Artistica Maschile e Femminile, Ginnastica Ritmica, Aerobica e Acrobatica.**
- La gara prevede l'attribuzione di un titolo per la migliore o il miglior atleta partecipante per ciascuna prova in calendario presente e un titolo per la migliore squadra.
- Questa formula è unica poiché significa che la gara è tra l'Italia e il resto del mondo, basata su delle sfide in cui un ginnasta italiano affronterà un avversario straniero. Chi otterrà il miglior punteggio assegnato dalla giuria tecnica porterà un punto alla propria squadra. Al termine delle competizioni, la squadra che avrà il maggior numero di punti conquisterà il trofeo.

