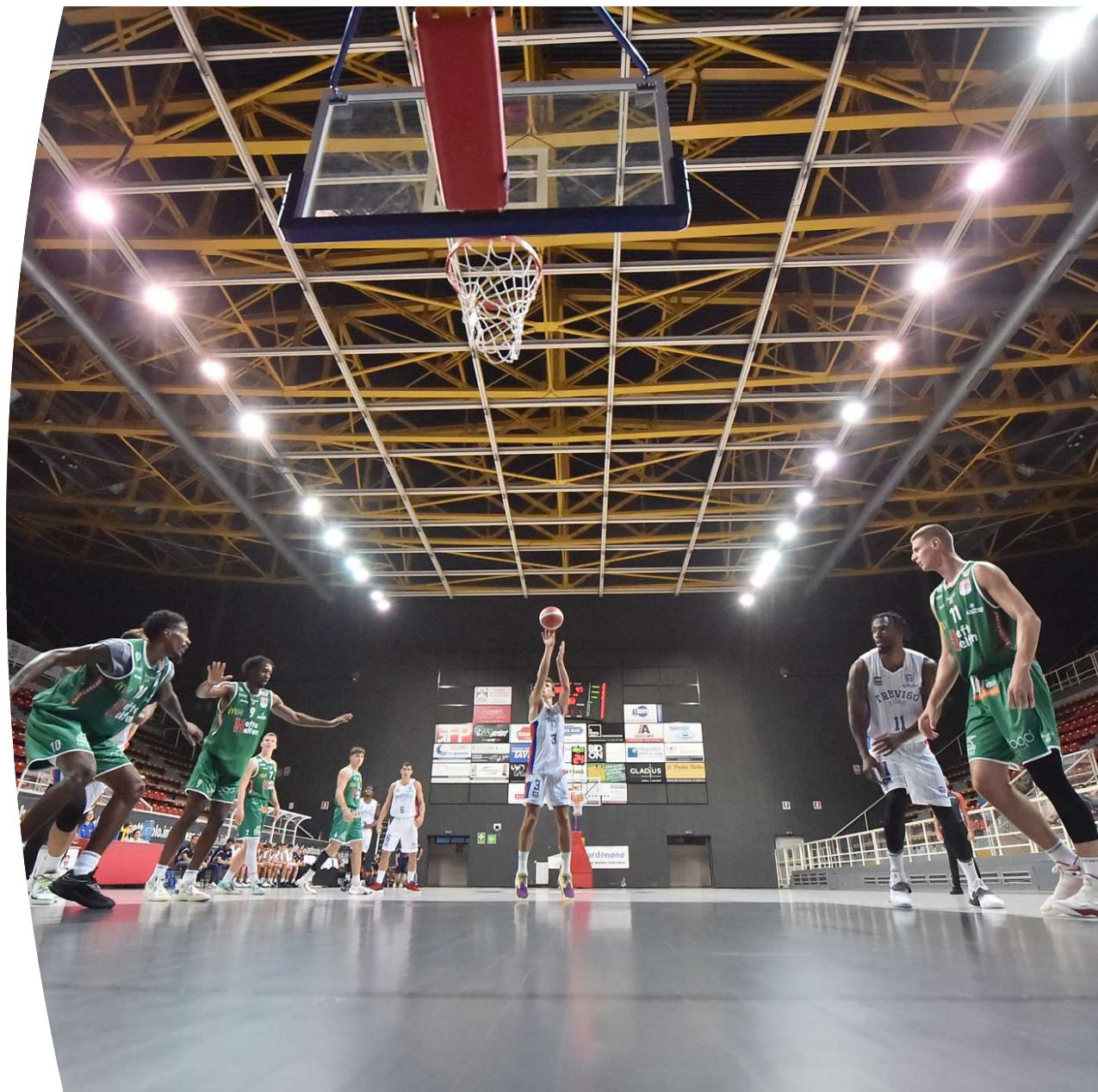


# L' AUTOFINANZIAMENTO DI UNA ASSOCIAZIONE SPORTIVA

attraverso  
l'organizzazione  
del campionato,  
d'iniziative ed eventi

dalla ideazione  
al post realizzazione





LE REGOLE (vademecum)

LA BUROCRAZIA

---

conoscerle molto bene





## STRATEGIE PER RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO

---

## L'OBBIETTIVO DELL' AUTOFINANZIAMENTO

L'autofinanziamento quale forma di sostenimento della propria attività statutaria, agonistica in primis, in un momento storico nel quale è sempre più difficile reperire risorse economiche da aziende private o finanziamenti da enti pubblici.

L'autofinanziamento attraverso una serie di iniziative e attività online e offline, durante, in parallelo o collateralmente sia alle gare del proprio campionato, spesso inutilizzato contenitore di proposte, che durante eventi organizzati con l'obiettivo primario di «fare cassa» per la propria associazione dilettantistica o società professionistica.

*Un chiosco molte volte rende più di una biglietteria  
Gli spettatori sono i primi potenziali sostenitori da intercettare*

## LA FATTIBILITA' QUALE PRIMA PIETRA

Ogni associazione «deve» redigere, a inizio stagione, un budget previsionale della propria attività statutaria e di fronte a risorse insufficienti può ipotizzare di produrre delle iniziative di autofinanziamento, non senza prescindere da alcune fondamentali valutazioni relative alle proprie reali competenze e capacità.

La conoscenza del settore logistico-organizzativo e del marketing con attitudine alla creatività e all'innovazione.

La presenza, o creazione, di uno staff interno (più economico) o esterno (più dispendioso), cui assegnare i vari compiti per il raggiungimento dell'obiettivo finale.

*Conoscenze e capacità messe al servizio della propria associazione*

## IL CAMPIONATO, LE GARE QUALI TAPPE DI UN EVENTO

Quando si parla di attività di autofinanziamento non si può dimenticare che il proprio campionato, con le gare interne ogni due settimane, deve essere il primo evento da organizzare con mirate iniziative che fidelizzino la presenza degli spettatori che sono i primi potenziali sostenitori dell'attività dell'associazione, dall'acquisto del biglietto d'ingresso, passando per le consumazioni al chiosco, alle libere offerte di denaro, servizi e strutture per arrivare fino a vere e proprie sponsorizzazioni.

*La gara di campionato quale specchio della propria attività  
Progettare iniziative con un concreto risultato commerciale*



POCHI INVENTANO

---



SAPER  
PRENDERE SPUNTO  
DAI PIU' BRAVI

---





NON COPIARE!

SAPER ADATTARE,  
CON CREATIVITA'

---

valutando  
lo specchio  
della propria realtà





## L' IMPEGNO ECONOMICO

---

## DOVE E COME REPERIRE LE RISORSE ECONOMICHE

Il reperimento di risorse economiche deve trovare garanzia di accettazione - commerciale o politico/sociale che sia - da parte degli erogatori.

Il «prodotto» alla base degli aiuti, di qualsivoglia natura, deve strategicamente mirare alla continuità, e possibilmente alla crescita dei finanziamenti nel tempo, per donare futuro all'attività dell'associazione.

I finanziatori sono più vicini alla società di quanto non si creda, sempre che si sappia proporre concrete e gratificanti situazioni.

*Molti partner di valore medio valgono più di pochi di valore altol  
pareggio quale obiettivo della prima edizione*





## LA GESTIONE DELLE RISORSE

---

PROMETTERE  
QUANTO  
E' CERTO

---

PROGRAMMANDO  
DI GARANTIRE  
DI PIU'

PER DIVENTARE  
PIU' FORTI  
AL RINNOVO



# LA CREAZIONE DEL POOL PARTNER

# SOLLECITARE L'EGO DEL SINGOLO PARTNER







## LA MIRATA SCELTA DEL CONTENITORE

---

PRIVILEGIARE  
LA  
SEMPLIFICAZIONE







## LA FORZA LAVORO

---





VOLONTARIA  
E  
PROFESSIONALE



# IL COORDINAMENTO A COMPARTIMENTI STAGNI

pro e contro





L'IMPORTANZA DI FARE SQUADRA





## LA CURVA DELLE SINGOLE EDIZIONI

---

## L'INNOVAZIONE QUALE GARANZIA DI COSTANTE CRESCITA

Un evento con storicità medio-lunga traccia la propria curva del «successo» quale risultato di diverse situazioni contingenti.

Un evento può generare, senza specifica applicazione di attività innovative, una spontanea crescita fino, al massimo, la sua quinta edizione, se si è fortunati più che capaci.

L'innovazione, edizione dopo edizione, è la principale strategia che garantisce una costante crescita del «successo» ovvero del sempre maggiore interesse da parte dei soggetti coinvolgibili: atleti, pubblico ma soprattutto i partner.

*Cercare stimoli per sapersi rinnovare di edizione in edizione*



## LE TRE FASI STRATEGICHE DI UN EVENTO SPORTIVO

---



## IL PRE EVENTO: IL BUDGET DIVENTA PRO MEMORIA

Un evento ha inizio dalla sua ideazione, dalla valutazione della fattibilità sia logistico organizzativa che finanziaria.

Il budget è un aspetto fondamentale che nella sua stesura diventa un immediato pro memoria per chi è il responsabile organizzativo di qualsivoglia iniziativa.

Un semplice file in formato excell è il miglior alleato per la puntuale strategica organizzazione di un evento.

*Percorrere e ripercorrere le attività da svolgere, quantificandole*

## BUDGET EVENTO "X" 2023

BUDGET EVENTO "X" 2023				
SPESE	n°	costo	tot.	NOTE
IMPIANTO	13	8,00	104,00	contattare il Comune
AUTORIZZAZIONE FEDERALE			0,00	ricevuto OK il 31.03.23 mezzo mail
AMBULANZA	9	30	270,00	OK mail del 20.02.23
km ambulanza	2	36	72,00	
MEDICO	3	100	300,00	da reperire
RAGAZZINI PULIZIA CAMPO			0,00	ok società locale
T SHIRT EVENTO	100	7,32	732,00	ordinate il 02.04.23
ARBITRI	12	90,00	2336,35	ipotesi su dati anno 2022
SEGNAPUNTI	12	20,00		
LORO RIMBORSO VIAGGI VARI				
SPEAKER	2	100,00	200,00	in attesa di ok definitvo Stefano
DJ			0,00	NON PREVISTO
ADDETTI ALLE STATISTICHE			150,00	OK CONFERMATI
FOTOGRAFO	2	100,00	200,00	ipotesi su dati anno 2022
ADDETTI SICUREZZA e CONTR.	33	23,18	764,94	3x5hx2x23,18€
LORO SPESE TRASFERTA	2	152,5	305,00	
ADDETTI VARI LOCALI	5	50,00	250,00	da reperire
FACTOTUM			150,00	Paolo
HOSTESS servizio ospiti	20	10	200,00	Evelin e Marta
RESPONSABILE VIVATICKET			250,00	2 persone + hotel 1 notte
UFFICIO STAMPA			200,00	Luigi in attesa conferma
COPPE E TARGHETTE			281,82	ordinate 1 trofeo 3 coppe 1 coppa MVP
PALLONI			0,00	ok squadre
ACCOGLIENZA ( DATI EDIZIONE 2022)				
VIAGGI SQUADRE			0,00	a loro carico
PIZZE STAFF IN PALASPORT	9	6,00	54,00	3 venerdì
CENE STAFF 23.09	6	15,00	90,00	
CENE OSPITI + MAX 24/09	9	15,00	135,00	
CENE ARBITRI	9	18,00	162,00	
CENA TRIESTE 23.09			274,50	18x15 + 4,5 extra
autisti	2	15,00	30,00	
PIZZA TRIESTE 24.09	18	15,00	270,00	
CENE TREVISO 23.09	21	16,50	346,50	
CENE TREVISO 24.09			270,00	16x15 + 5x6
CENE VENEZIA 23.09			324,00	20x15 + 24 extra
CENE VENEZIA 24.09	33	15,00	495,00	
CENA NAPOLI 23.09			344,00	20x15 + 44 extra
CENA NAPOLI 24.09	22	15,00	330,00	
SCONTO RISTORANTE			-35,00	
ALLOGGIO NAPOLI	20	42,00	840,00	acc. 300,00 17.06.22 700,00 25.07.22
	10	54,00	540,00	il resto a loro carico
ALLOGGIO TRIESTE	12	42,00	504,00	
	3	54,00	162,00	il resto a loro carico
ALLOGGIO VENEZIA	12	42,00	504,00	
	3	54,00	162,00	il resto a loro carico
ALLOGGIO STAFF	6	54,00	589,00	

PROMOZIONE E COMUNICAZIONE			
GRAFICA		350,00	OK
STAMPA LOCANDINE		0,00	NON PREVISTE
STAMPA VOLANTINI		0,00	COMUNE 5000 PEZZI
STAMPA FORMAZIONI		0,00	COMUNE
DISTRIBUZIONE E PROMOZIONE		2196,00	da contrattualizzare
RIPRESE TV E MESSA IN ONDA		1427,00	mail del 18.01.23

LOGISTICHE e AMMINISTRATIVE			
FEDERAZIONE		0,00	OK
ASSICURAZIONE		0,00	RINNOVO 1 SETTEMBRE
QUESTURA e POLIZIA LOCALE		0,00	PEC OK
ACQUA		0,00	sponsor
ROLL UP LUCA		0,00	comprato nel 2022
% SU BIGLIETTI SIAE		250,00	
IVA SU BIGLIETTI SIAE		177,40	
% VIVATICKET		135,00	
FIORI PREMIAZIONI		38,00	
SIAE MUSICA		0,00	MAIL 8 AGOSTO
MARCHE DA BOLLO E BOLLI		0,00	
PALLONI		0,00	OK TEAM
COLLABORAZIONE SOCIETA'		854,00	
TRATTENUTE E TASSAZIONI		600,00	
VARI. EVENTUALI. ARROTONDAM.		388,04	bar 6,00 + 9,30 ferramente 36,70

**TOTALE SPESE** -19572,55

**INCASSI**

	NUM.	VALORE	TOTALE	NOTE
CONTRIBUTI PUBBLICI			14.500,00	
BIGLIETTI SOCIETA' LOCALE	41	8,00	328,00	
PREVENDITE	167	10,00	1670,00	IPOTESI DATI 2022
VENDITE	188	10,00	1880,00	
PARTNER			1220,00	
			<b>19598,00</b>	

**RISULTATO FINALE EVENTO**

**25,45**

NOTE OPERATIVE - VARI DA PORTARE IN SEDE EVENTO	
BORRACCE	SCOTCH GRANDE E PICCOLO
DIVISE STAFF	PROLUNGHE E CIABATTE
ROLL UP	BANDINA BIANCO-ROSSA
PENNE	CASSA ROSSA E PORTAFOGLIO NERO
MODULI RIMBORSI SPESA	CESSETTA ATTREZZI
CONTANTI	IMPIANTO FONICO
ASSEGNI	TONER
TELEFONO x MUSICA	PILE
PC x LAVORO	
STAMPANTE	
CARTA	
LISTA INVITI E ACCREDITI	
CARTELLI INGRESSO	
COPPE	



## DURANTE L'EVENTO

L'EVENTO COMINCIA GIORNI PRIMA CON LE VERIFICHE INTERNE ED ESTERNE ALLA PROPRIA ORGANIZZAZIONE

Arrivare in loco con ampio anticipo

Ipotizzare la sua realizzazione attraverso il budget / pro memoria

Controllare ogni posizione operativa e struttura necessaria

Coordinare l'operatività dei vari collaboratori

Vigilare senza sosta su ogni singola situazione/attività

Garantire la risoluzione delle eventuali criticità

## IL FONDAMENTALE POST EVENTO

### L'EVENTO NON FINISCE ALLA SUA CONCLUSIONE FISICA

Oltre allo sgombero delle strutture, spesso obbligatorio nell'immediato post iniziative, il post evento richiede una serie di operatività non solo di carattere burocratico e di puntuale riconoscimento dei dovuti pagamenti a collaboratori e fornitori.

Il post evento è fondamentale per la fidelizzazione di tutti i soggetti coinvolti, a maggior ragione chi è stato motivo di autofinanziamento, dal pubblico – campagne social - ai partner commerciali e agli enti finanziatori i quali non potranno che gradire ricevere - in forma digitale - nel breve periodo i dimostrativi del positivo riscontro l'investimento ha garantito loro.

INFINE E' STRATEGICO  
RIVIVERE LE FASI DELL'EVENTO  
CREANDO UNA LISTA  
DEGLI ASPETTI POSITIVI  
MA SOPRATTUTTO  
DELLE MIGLIORIE DA APPORTARE  
ALLA PROSSIMA EDIZIONE

*Tra un anno non ricorderemo tutto  
come lo ricordiamo il giorno dopo l'evento*





## DIVAGAZIONE SUL TEMA

---

L'imprenditore "tifoso"  
quale  
pericolosa variabile



## IL FUTURO E' DEI GRANDI EVENTI

Enzo Cainero,  
cit.  
inizio anni duemila





**chespettacolo.info**

Grazie per la vostra attenzione