

1° RAPPORTO

SPORT & SOCIETA'

Sintesi

Guida alla lettura

Il rapporto Sport & Società è organizzato in 12 capitoli per oltre 300 pagine di testo, tabelle, grafici. In questa sintesi sono riportati i dati ed i risultati più significativi delle diverse linee di lavoro (indagini desk, sondaggi, interviste ad opinion leader, panel, etc.) che **Censis Servizi** – con l’ausilio delle strutture **Coni** – ha condotto e realizzato.

Una versione completa dello studio sarà presto disponibile sul sito Coni e sul sito Censis Servizi.

Indice

| | |
|---|---------|
| SOMMARIO | Pag. 1 |
| 1. Il quadro delle attività fisico sportive in Italia | Pag. 5 |
| 1.1 La diffusione della pratica sportiva | Pag. 5 |
| 1.2 Le caratteristiche socio demografiche dei praticanti | Pag. 6 |
| 1.3 Le motivazioni | Pag. 7 |
| 1.4 Le attività sportive praticate | Pag. 7 |
| 1.5 La pratica sportiva organizzata | Pag. 8 |
| 1.6 L'attività sportiva promossa da FSN e DSA | Pag. 11 |
| 1.7 I tesserati alle FSN e DSA | Pag. 13 |
| 1.8 Le società sportive | Pag. 13 |
| 1.9 Gli operatori sportivi | Pag. 14 |
| 1.10 Gli sport praticati | Pag. 14 |
| 1.11 La polisportività | Pag. 15 |
| | Pag. 17 |
| 2. L'impiantistica sportiva in Italia | Pag. 18 |
| 2.1 I livelli d'offerta | Pag. 19 |
| 2.2 La distribuzione tipologica dell'offerta | Pag. 20 |
| 2.3 La proprietà degli impianti | Pag. 21 |
| 2.4 Le dinamiche più recenti | Pag. 22 |
| 2.5 Il caso Lazio | Pag. 24 |
| 2.6 Le nuove tendenze dell'impiantistica sportiva | |
| 3. Il tessuto connettivo del sistema sportivo italiano: le associazioni sportive | Pag. 26 |
| 3.1 La ricerca di campo | Pag. 26 |
| 3.2 Le affiliazioni | Pag. 27 |
| 3.3 Tesserati e volontari | Pag. 27 |
| 3.4 I legami con il territorio: attività, sponsorizzazioni | Pag. 28 |
| 3.5 Le risorse | Pag. 29 |
| 3.6 Le iniziative locali | Pag. 30 |
| 3.7 La gestione degli impianti | Pag. 30 |
| 3.8 Il futuro: strategie e vincoli | Pag. 31 |
| 4. Il vissuto dello sport nell'opinione degli italiani e nel mondo sportivo | Pag. 33 |
| 4.1 I valori | Pag. 33 |
| 4.2 Disvalori | Pag. 35 |
| 5. La spesa per lo sport (Stato Centrale, Regioni, EE.LL.) | Pag. 36 |
| 5.1 La spesa dello Stato | Pag. 36 |
| 5.2 La spesa di Regioni, Province e Comuni | Pag. 36 |
| 5.3 La spesa delle Regioni | Pag. 36 |
| 5.4 La spesa delle Province | Pag. 40 |
| 5.5 La spesa dei Comuni | Pag. 40 |
| 5.6 Uno sguardo al futuro | Pag. 42 |

| | |
|---|---------|
| 6. I processi formativi per lo sport | Pag. 43 |
| 6.1 La formazione per lo sport nelle Università italiane | Pag. 43 |
| 6.2 Le attività della Scuola dello Sport | Pag. 44 |
| 6.3 La formazione diffusa | Pag. 45 |
| 7. Sport e scuola: tra antiche criticità e nuovi dinamismi | Pag. 47 |
| 7.1 Il quadro di riferimento : i minus | Pag. 47 |
| 7.2 I plus | Pag. 48 |
| 7.3 Cosa fare | Pag. 50 |
| 8. Sport e media | Pag. 51 |
| 8.1 La carta stampata | Pag. 51 |
| 8.2 La(e) televisione(i) | Pag. 52 |
| 8.3 Web, Internet, New media | Pag. 53 |
| 9. Produzione, servizi, lavoro | Pag. 55 |
| 9.1 Le imprese | Pag. 55 |
| 9.2 "L'effetto lavoro" nella filiera sportiva | Pag. 56 |
| 10. Il turismo sportivo | Pag. 59 |
| 10.1 Chi sono i turisti sportivi? | Pag. 59 |
| 11. La medicina sportiva e le sfide da affrontare | Pag. 61 |
| 11.1 La prevenzione | Pag. 61 |
| 11.2 La lotta al doping | Pag. 62 |
| 12. Un nemico (in)visibile: la sedentarietà | Pag. 64 |
| 12.1 La crescita della sedentarietà | Pag. 64 |
| 12.2 I caratteri distintivi | Pag. 65 |

Indice della tabelle, tavole e grafici

| | | |
|---|--|---------|
| 1. Il quadro delle attività fisico sportive in Italia | Grafico 1 – <i>Modalità di svolgimento della pratica sportiva (per 100 persone di 3 anni e più)</i> | Pag. 5 |
| | Figura 1 – <i>La piramide dell'attività fisico sportiva in Italia</i> | Pag. 10 |
| | Tavola 1 – <i>Quadro riassuntivo 2007</i> | Pag. 12 |
| | Tabella 2 – <i>Andamento tesserati, società sportive ed operatori territoriali FSN e DSA 1997-2005-2007</i> | Pag. 13 |
| | Grafico 2 – <i>La polisportività</i> | Pag. 15 |
| 2. L'impiantistica sportiva in Italia | Grafico 3- <i>Spazi di attività sportiva: andamento dal 1989 a l 2003</i> | Pag. 18 |
| | Grafico 4 – <i>Numero di abitanti servizi da spazi sportivi per classe di ampiezza demografica dei comuni</i> | Pag. 19 |
| | Grafico 5 – <i>Proprietà degli spazi di attività sportiva : confronto 1989-2003(val%)</i> | Pag. 20 |
| | Grafico 6- <i>Trend delle erogazioni dei mutui per impianti sportivi</i> | Pag. 21 |
| | Grafico 7 – <i>Modalità di utilizzo dei finanziamenti ICS 2006-2007</i> | Pag. 22 |
| | Grafico 8 – <i>Tipologia di spazi di attività sportiva nella Regione Lazio (2006-2007)</i> | Pag. 23 |
| 3. Il tessuto connettivo del sistema sportivo italiano: le associazioni sportive | Tabella 3 – <i>Associazioni sportive per ripartizione geografica</i> | Pag. 27 |
| | Tabella 4 – <i>Distribuzione delle società per affiliazioni a FSN e EPS</i> | Pag. 27 |
| | Grafico 9 – <i>Dimensione economica delle associazioni sportive</i> | Pag. 29 |
| | Tabella 5 – <i>Importanza degli obiettivi strategici per il successo delle associazioni sportive</i> | Pag. 31 |
| | Tabella 6 – <i>Fattori di vincolo per lo sviluppo delle associazioni sportive</i> | Pag. 32 |
| 4. Il vissuto dello sport nell'opinione degli italiani e nel mondo sportivo | Tabella 7 – <i>Valori maggiormente espressi dallo sport</i> | Pag. 33 |
| | Tabella 8 - <i>Valori maggiormente sviluppati dallo sport nel giudizio delle società sportive</i> | Pag. 34 |
| | Tabella 9 – <i>Fenomeni negativi associati allo sport</i> | Pag. 35 |
| 5. La spesa per lo sport (Stato Centrale, Regioni, EE.LL.) | Grafico 10 – <i>Spesa delle Regioni 2006-2007</i> | Pag. 37 |
| | Tavola 2 – <i>Destinazione delle spese regionali</i> | Pag. 38 |
| | Tabella 10 – <i>Risorse e destinazioni: valori assoluti e percentuali per gli anni 2006-2007</i> | Pag. 39 |
| | Tabella 11 – <i>Spesa delle amministrazioni provinciali (in migliaia di euro) per lo sport anni 2004-2005</i> | Pag. 40 |
| | Tabella 12 – <i>Spesa dei comuni (migliaia di euro) negli anni 1999, 2000, 2004, 2005, incidenza sul totale delle spese, e numeri indice</i> | Pag. 41 |
| | Tabella 13 – <i>Spesa in C/Corrente e in C/Capitale dei Comuni</i> | Pag. 41 |
| 6. I processi formativi per lo sport | Tabella 14 – <i>Gli studenti universitari dei corsi a tema sportivo e fisico-motorio</i> | Pag. 43 |
| | Tabella 15 – <i>Il personale in formazione. Corsi e partecipanti per tipologia di soggetti</i> | Pag. 45 |
| 7. Sport e scuola: tra antiche criticità e nuovi dinamismi | Tabella 16 – <i>Ore di attività motoria/ educazione fisica in alcuni paesi europei</i> | Pag. 47 |
| | Tavola 3- <i>Stato dell'edilizia sportiva nelle scuole italiane</i> | Pag. 47 |
| | Grafico 11 – <i>Iniziative poste in essere dalle associazioni sportive sul territorio delle associazioni sportive</i> | Pag. 49 |

| | | |
|--|--|---------|
| 8. Sport e media | Tabella 17 – <i>Media copie vendute testate sportive (2004-2007)</i> | Pag. 51 |
| | Tabella 18 – <i>Le prime cinque trasmissioni sportive per audience nel 2007 in chiaro</i> | Pag. 53 |
| 9. Produzione, servizi, lavoro | Tabella 19 – <i>Imprese ed addetti nel comparto "sportivo"</i> | Pag. 56 |
| | Tavola 4 – <i>L' "effetto lavoro" nello sport</i> | Pag. 58 |
| 10. Il turismo sportivo | Tavola 5 – <i>Turismo sportivo : tipologia, soggetti, fenomenologie</i> | Pag. 60 |
| 11. La medicina sportiva e le sfide da affrontare | Grafico 12 – <i>Morti improvvise in Veneto, confronto tra chi pratica sport a livello agonistico e il resto della cittadinanza</i> | Pag. 62 |
| 12. Un nemico (in) visibile: la sedentarietà | Tabella 20 – <i>La pratica sportiva in Italia per sesso . Anni 1995-2000-2006</i> | Pag. 64 |
| | Grafico 13 – <i>La sedentarietà per classi d'età</i> | Pag. 65 |
| | Grafico 14 - <i>La sedentarietà per regioni e ripartizioni geografiche</i> | Pag. 66 |

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

L'evoluzione della pratica delle diverse discipline sportive e dell'attività fisica nel nostro Paese appare 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:

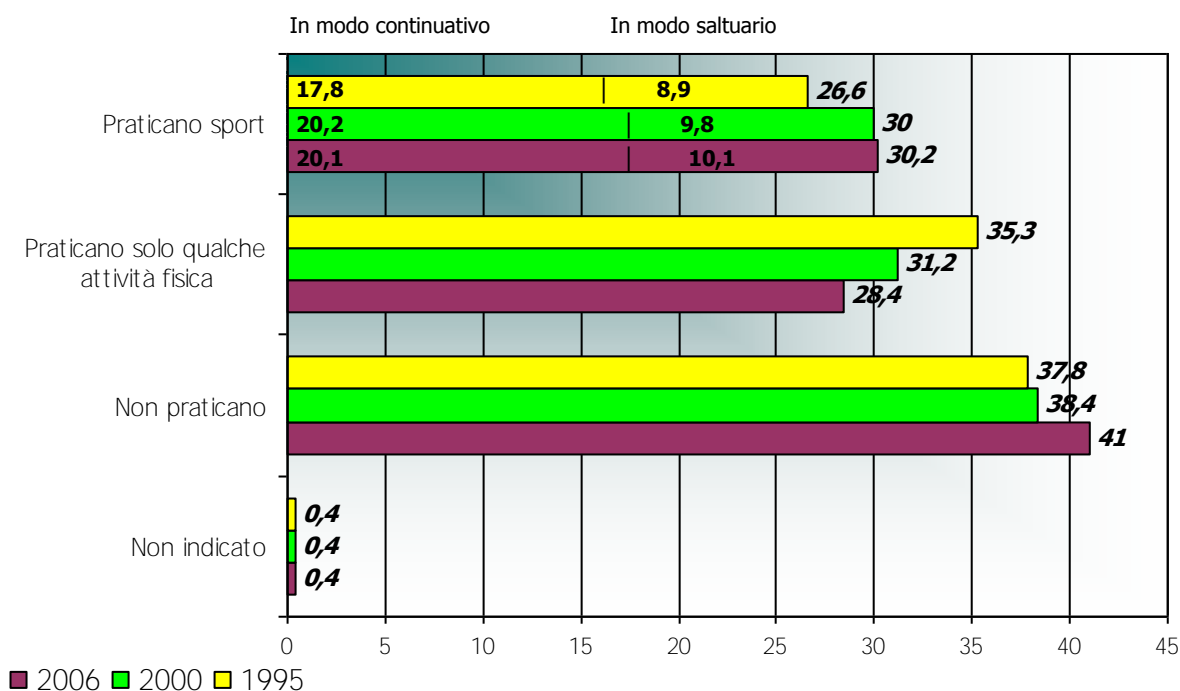
- le diverse **modalità di svolgimento** della pratica fisico sportiva;
- i **trend** che hanno caratterizzato l'evoluzione **temporale** delle differenti forme in cui si manifesta la domanda sportiva della popolazione italiana;

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 sulle differenti forme e modalità con cui si manifesta la domanda di pratica sportiva della popolazione.

1.1 La diffusione della pratica sportiva

Nel 2006 sono stati circa 17 milioni 170.000 mila 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%) lo fanno con continuità, mentre circa sei milioni (10.1%) praticano sport saltuariamente (graf.1).

Graf. 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", 2006

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'evoluzione dei valori nel corso del periodo compresa tra il 1995 e il 2006 evidenzia la presenza di 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** durante gli ultimi intervalli di tempo; si registra 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.

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. Nello stesso anno i circa **7 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. 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 registrano forti aumenti degli indici di attivazione alla pratica sportiva.

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.

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 vengono evocate motivazioni di tipo **ludico** e la volontà di trovare forme adeguate di **utilizzo 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.

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**.

Seguono poi i motivi connessi con l'avanzare dell'età, stanchezza e pigrizia e i problemi di salute e motivi di tipo 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.

Nel 2006 il Calcio, che comprende al proprio interno anche il Calcio a cinque, risulta praticato da 4.152.000 persone, il 24.2% del totale dei praticanti; il gruppo di attività in cui sono presenti insieme Ginnastica, Fitness, Aerobica e Cultura fisica hanno visto la presenza di 4.320.000 di sportivi praticanti, il 25.2% del totale.

L'insieme delle **attività ginniche** ha dunque **superato il Calcio** e costituisce allo stato attuale l'attività **più praticata** sull'intero territorio nazionale.

Al terzo posto si collocano il **Nuoto**, gli sport acquatici e subacquei con 3.900.000 di praticanti . 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.

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

Arti marziali e **Pallacanestro** mantengono le loro posizioni collocandosi sempre di poco al di sopra della soglia dei 600.000 praticanti.

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 e il grado di diffusione raggiunto dalle attività sportive **all'aria aperta**.

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

Il peso delle tradizioni proprie della cultura sportiva del nostro Paese vengono d'altro canto ribadite dalla conferma del ruolo preminente ricoperto dal Calcio, dalla grande diffusione dei principali sport di squadra, dal gran numero di sportivi che praticano discipline con forti tradizioni come Sci e Ciclismo.

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.

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.

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 risultati relativi alle categorie del monitoraggio del 2007 sulle Federazioni Sportive Nazionali e sulle Discipline Sportive Associate, indicano la presenza complessiva di quasi **4.000.000** di praticanti **tesserati** (più di 3.800.000 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. E' possibile stimare che a questo tipo di iniziative e manifestazioni partecipino altri **3 milioni** di cittadini che vengono comunque rilevati per attività svolte sotto l'egida FSN o DSA.

I diversi criteri di iscrizione e/o affiliazione che contraddistinguono FSN e DSA per un verso e gli EPS per l'altro, 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 consentono 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 e alla 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 **17.170.000** i cittadini che affermano di praticare con **continuità o saltuariamente** uno o più sport, **11.970.000** (il 69.7% del totale), risultano **iscritti a società, circoli, centri sportivi** ecc.

All'interno di questi ultimi vanno compresi i **tesserati FSN-DSA**, l'insieme dei **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 (doppio tesseramento).

La possibilità di procedere ad una lettura integrata di tutte le 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.

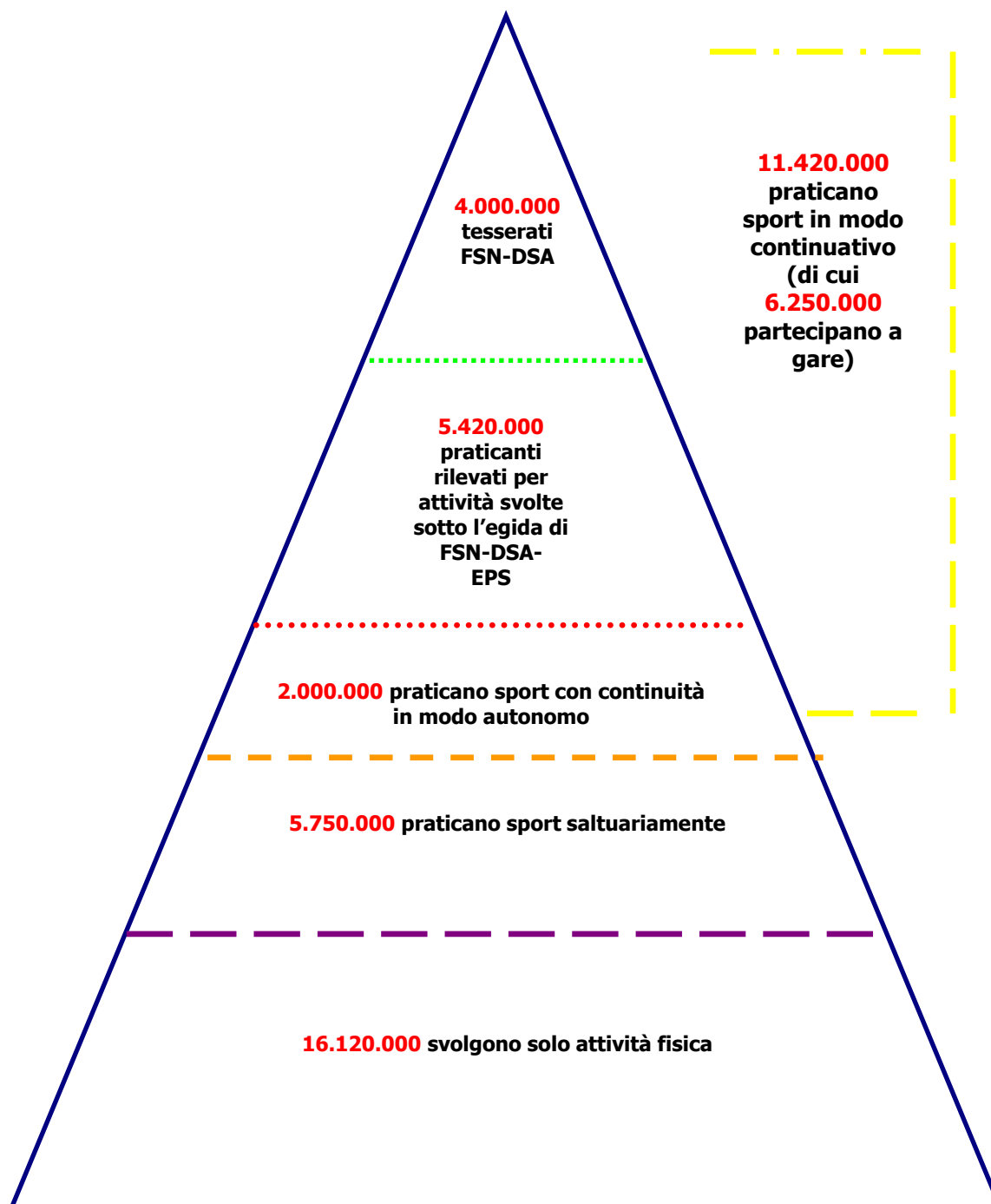
Il punto di partenza è rappresentato dal totale di cittadini che praticano sport o svolgono in ogni caso qualche forma di attività fisica (circa 33.300.000 unità). Tra questi 16.120.000 svolgono soltanto qualche attività fisica, mentre 5.750.000 praticano una o più attività sportive in modo saltuario e non continuativo e 11.420.000 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 circa 4 milioni di tesserati alle società affiliate alle Federazioni e alle Discipline Associate e che quasi 5.500.000 praticanti sono stati rilevati per attività svolte comunque sotto l'egida delle FSN-DSA oppure degli EPS. (Figura 1).

All'interno di coloro che praticano sport con continuità, inoltre, è possibile stimare che circa 6.250.000 partecipano a gare e competizioni ufficiali.

Si stima, inoltre, che circa 2 milioni di persone praticano sport in modo autonomo senza alcun sostegno di tipo organizzativo.

Figura 1 – La piramide dell'attività fisico sportiva in Italia
(stima dei valori relativi alla modalità di realizzazione della pratica sportiva)



33.290.000 praticano sport o svolgono un'attività fisica

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 **4 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) (Tavola 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.

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.

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

Tavola. 1 - QUADRO RIASSUNTIVO 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

1.7 I tesserati alle FSN e DSA

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.

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 (tab. 2).

Tab.2 - Andamento tesserati, società sportive ed 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 |
|---------------|-----------|-----------|-----------|---------------|----------------|
| Tesserati FSN | 3.167.113 | 3.586.737 | 3.816.133 | 6.4 | 20.5 |
| Tesserati DSA | — | 147.916 | 171.039 | 15.6 | — |
| Società FSN | 58.762 | 60.395 | 61.125 | 1.2 | 4.0 |
| Società DSA | — | 3.970 | 3.889 | -2.0 | — |
| 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

1.8 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 5.000 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 **4.100** unità tra società e "altri nuclei".

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 sembra adeguarsi alla crescita dell'attività sportiva, tentando di calibrare i modelli organizzativi proposti alle nuove esigenze provenienti dalla domanda.

1.9 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 quasi -13% in termini percentuali. Nello stesso periodo di tempo gli operatori territoriali delle Discipline Sportive Associate vedono un aumento di circa 1.500 unità in valore assoluto, corrispondente ad una variazione di segno positivo pari al 6.0%.

L'analisi di lungo periodo evidenzia 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.

1.10 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. 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 la pallacanestro ha superato la Pallavolo, collocandosi al secondo posto; nel 2005 era invece il Pallavolo 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%).

Il ruolo preminente del Calcio e il forte peso ricoperto da Pallacanestro e Pallavolo, discipline leader nel mondo della scuola, 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.

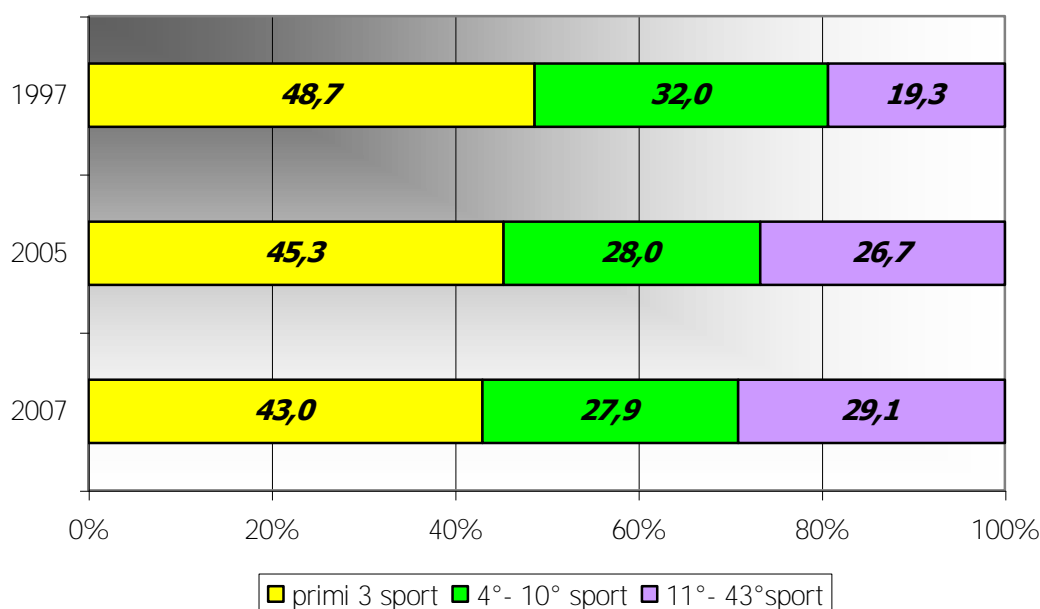
1.11 La polisportività

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, Pallacanestro e Pallavolo** rappresenta il 43% dell'insieme del movimento sportivo che fa capo alle Federazioni Sportive Nazionali .

Eppure il peso ricoperto dai primi tre sport sul totale dei tesserati FSN diminuisce nel corso del tempo: nel 1997 era il 48.7% dell'insieme dei tesserati, nel 2005 il 45.3% e nel 2007 il 43.0% (graf.2).

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

Graf. 2 – 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 sostanziale 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 fattore importante che evidenzia la crescita del 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.

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 e consumo agli eventi sportivi ha esercitato notevoli effetti di ricaduta anche sulla richiesta di servizi e strutture per la pratica sportiva.

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, alle caratteristiche assunte dalla proprietà e gestione degli impianti.

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

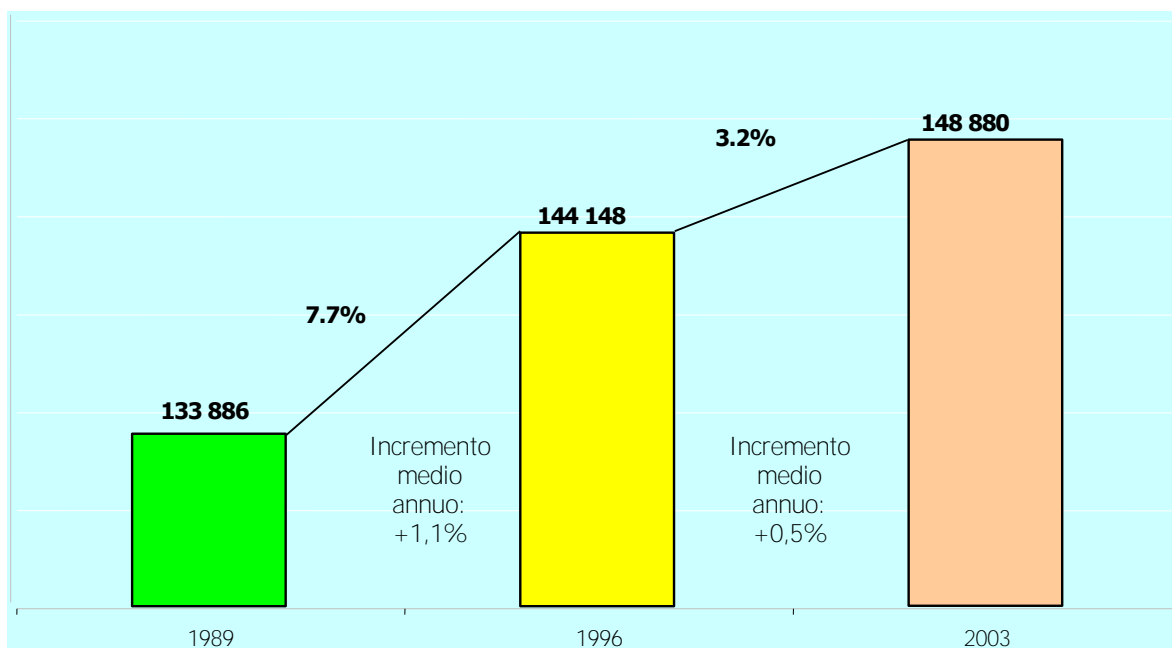
Le informazioni disponibili sono il risultato della ricognizione compiuta dal **CNEL** nel **2003** che ha tenuto conto dei censimenti **CONI-ISTAT-ICS** del **1989** e del **1996** e di alcune indagini specifiche realizzate autonomamente da alcune regioni, province ed enti locali, nonché dei finanziamenti concessi dall'Istituto del **Credito Sportivo** e dalla **Cassa Depositi e Prestiti** nel periodo compreso tra il **1997** e il **2002**.

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. 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 da concordare e omogeneizzare le metodologie ed i criteri di analisi ed interpretazione per la conduzione delle rilevazioni.

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 (graf. 3).

**Graf. 3 – Spazi di attività sportiva: andamento dal 1989 al 2003
(valori assoluti e variazioni percentuali %)**



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

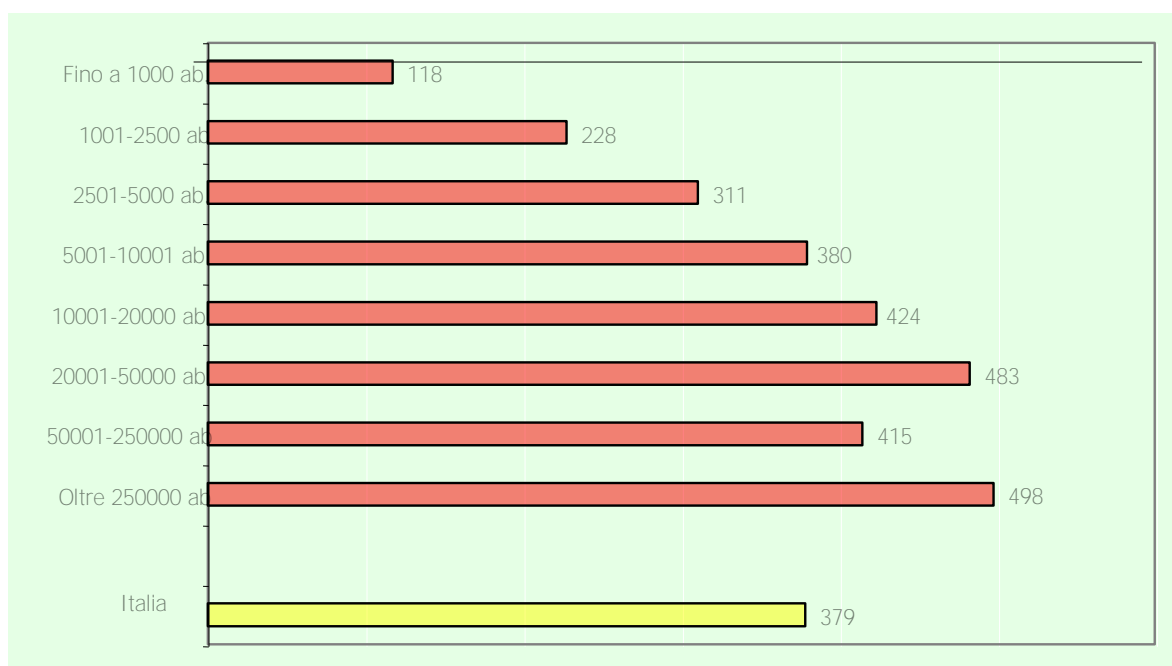
All'interno dell'insieme degli spazi censiti, si rileva la presenza di un forte numero di **spazi non attivi** che passa dall' **8.7% del totale nel 1989 al 9.8% del 2003**. Il numero considerevole di impianti non utilizzati pone problemi non indifferenti in termini di adeguamento e recupero di queste 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 l'esistenza più estesa ed articolata di spazi localizzati sul territorio si registri nel Nord, cui segue l'Italia centrale e poi il Sud che denuncia la presenza delle maggiori difficoltà in questo ambito.

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 tuttavia 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.

L'offerta di spazi per l'attività sportiva pare essere relativamente più sostenuta nei centri di piccole dimensioni e nelle aree urbane medio-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. 4-.

Graf. 4 – Numero di abitanti serviti da spazi sportivi 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

2.2 La distribuzione tipologica dell'offerta

Dall'analisi dell'andamento della presenza sul territorio delle diverse tipologie di impianti tra il 1996 e il 2003 si nota come **Campi polivalenti all'aperto** e **Campi di Calcetto** vedano la presenza dei valori più elevati. 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.

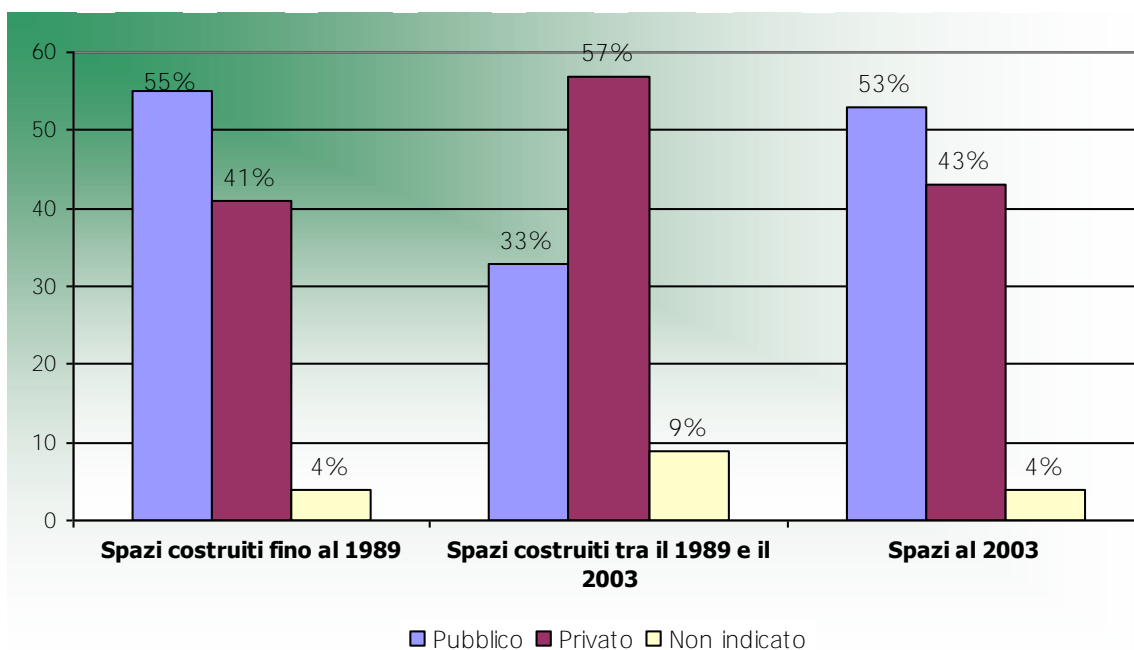
La diffusione sul territorio dei **Campi di Calcio** continua ad essere capillare e articolata su tutto il territorio.

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.

2.3 La proprietà degli impianti

Le dinamiche relative alla proprietà degli impianti hanno visto nel tempo una significativa inversione di tendenza: 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. 5), dal 1989 in poi si assiste ad una forte crescita degli investimenti privati (57% del costruito)

Graf. 5– Proprietà degli spazi di attività sportiva: confronto 1989-2003 (valori %)



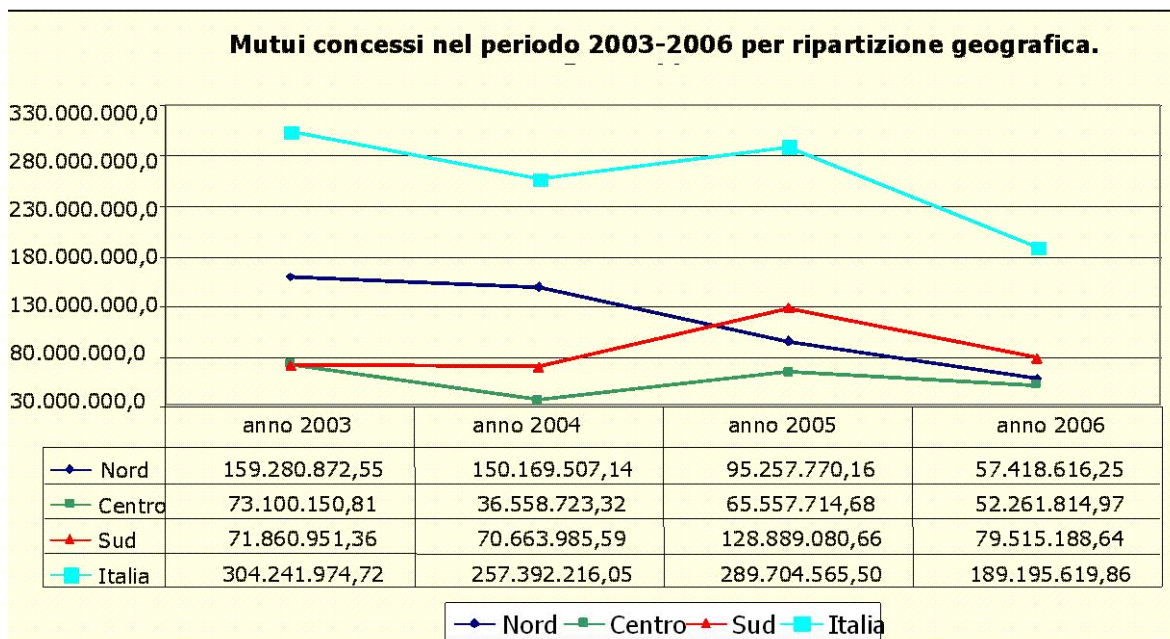
Fonte: elaborazione CNEL su dati delle Regioni, CONI, ICS, Cassa DD.PP. e altre fonti istituzionali

2.4 Le dinamiche più recenti

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 **decescente** nel periodo **2003-2006** (graf. 6).

Graf.6 – Trend delle erogazioni dei mutui per impianti sportivi



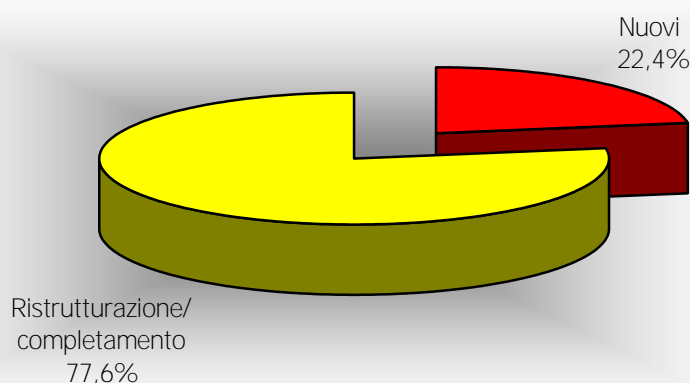
Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ICS, 2007

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 con un accentuazione del dato per il Nord mentre appare contenuta la contrazione al Centro e addirittura in crescita al Sud.

Nel medesimo intervallo di tempo diminuisce su base nazionale anche il numero dei mutui erogati e l'importo medio dei medesimi.

Se si aggregano 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. 7).

Graf.7 – 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.

Le tendenze più recenti, almeno analizzando i dati dell'Istituto per il Credito Sportivo, il quale finanzia prevalentemente enti pubblici, paiono dunque privilegiare attività rivolte al ripristino dell'esistente piuttosto che alla costruzione di nuovi impianti.

2.5 Il caso Lazio

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

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

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

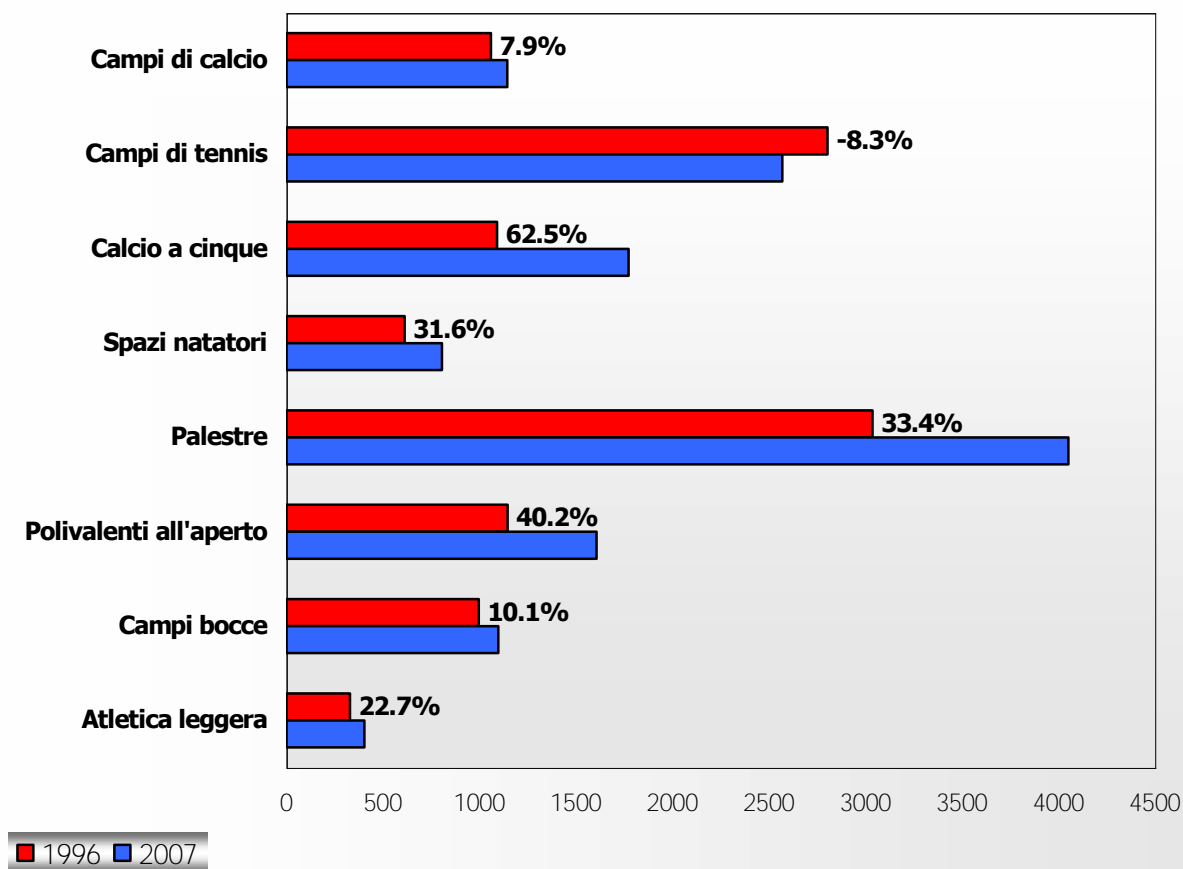
Secondo i risultati del rilevamento effettuato dall'Osservatorio Regionale sullo Sport nel 2007 si registra infatti la presenza di:

- 6460 complessi sportivi;
- 8889 impianti;
- 14758 spazi di attività sportiva.

In base ai dati acquisiti nel corso delle indagini, **tra il 1996 e il 2007 i complessi sono passati da 5309 a 6460** unità con un incremento percentuale del 21.7%; **gli spazi da 12047 a 14758**, 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 12370 unità. Si conferma dunque l'esistenza di incrementi significativi avvenuti nel corso del tempo. 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. 8).

**Graf. 8 – 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

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.

2.6 Le nuove tendenze dell'impiantistica sportiva

Nell'evoluzione del concept dello spazio sportivo si stanno affermando due modelli distinti.

Da un lato lo "**specialismo**" (pensiamo alle reti in franchising che si sviluppano nel 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.: in entrambi i casi le **superfici e le volumetrie diventano sempre maggiori**, gli **investimenti** sempre più **onerosi**, la **partecipazione dei privati praticamente immancabile**.

Secondo i dati del repertorio sui grandi progetti di investimento immobiliare nel triennio 2005-2007, condotto da Nomisma Real Estate, è possibile individuare le linee principali su cui si orienterà l'impianistica nel prossimo futuro:

- 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'attrattiva internazionale attraverso la quale altri paesi europei ed extraeuropei hanno già operato con rilevanti ritorni. Sempre l'attrattiva golfistica fa da proscenio ad investimenti privati "residenziali";
- una seconda tendenza 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;
- 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;
- 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.

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 spazi per l'attività fisica ma spazi per il consumo integrato del tempo libero.

3. Il tessuto connettivo del sistema sportivo italiano: le associazioni sportive

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.

3.1 La ricerca di campo

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 alle associazioni iscritte nel Registro CONI 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.

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).

Tab. 3 - Associazioni sportive per ripartizione geografica (valori assoluti e valori percentuali)

| Ripartizione geografica | v.a. | val. % |
|--------------------------------|-------------|---------------|
| Nord Ovest | 2.563 | 30,2 |
| Nord Est | 2.227 | 26,2 |
| Centro | 1.608 | 18,9 |
| Sud e Isole | 2.099 | 24,7 |
| Totale | 8.497 | 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.

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.4)

Tab. 4 – 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

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 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.

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. 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.

3.4 I legami con il territorio: attività, sponsorizzazioni

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 e una percentuale maggiore di iscritti maschi. 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%.

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, appositioni di striscioni nell'impianto, ecc.).

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

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 .

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.

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.

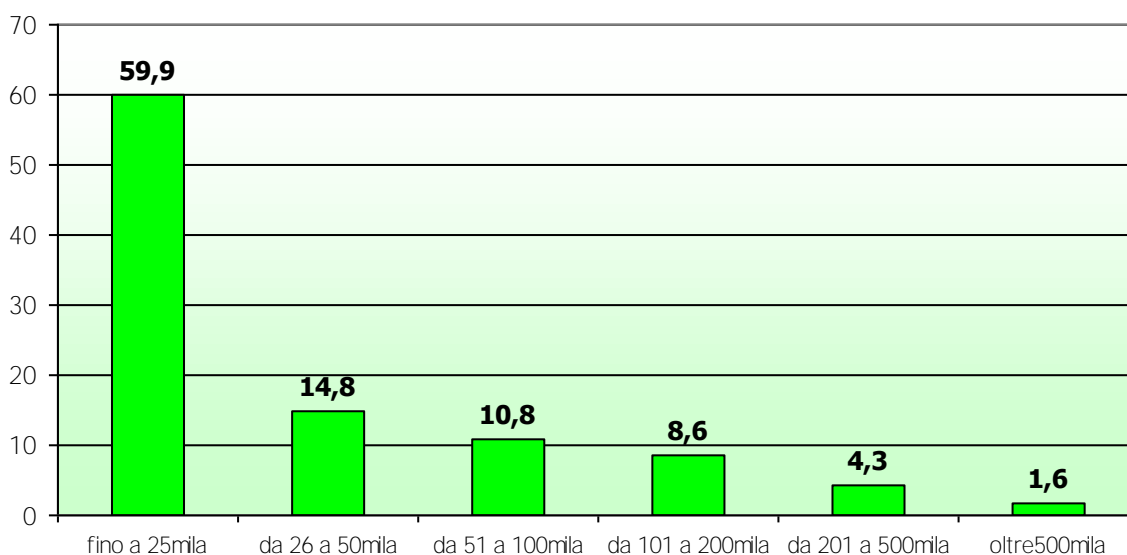
In complesso risulta che poco meno di **7 associazioni sportive su 10** ricevano una qualche forma di contributo con un 17% che riceve tre o più tipologie di contributo annuo.

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.

3.5 Le risorse

Un indicatore indiretto può essere individuato nei volumi delle entrate complessive delle associazioni sportive (graf. 9).

Graf. 9– Dimensione economica delle associazioni sportive (classi in val. %)



Fonte: Censis Servizi, 2008

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 ritrovano nella classe di entrate intermedia, ovvero tra i 50 mila ed i 100 mila euro .

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 iniziative locali

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.

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%.

3.7 La gestione degli impianti

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.

3.8 Il futuro: strategie e vincoli

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 letta dalla minore importanza attribuita al miglioramento dei risultati agonistici (tab. 5)

Tab. 5 – 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

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. 6)

**Tab. 6 – 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

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

L'immagine dello sport è 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, dal questionario ⁽¹⁾ emerge una forza aspirazionale ed emozionale, che permette, o meglio, potrebbe permettere allo sport di essere un traino di sviluppo civile.

4.1 I valori

Molti oggi si pongono la domanda: lo sport può essere considerato lo specchio della società italiana? E' 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.

Potremmo dire che è lo sport in quanto tale a trasmettere valori quali lo spirito di squadra, il rispetto, indipendentemente da personalismi e mitizzazione di atleti.(tab. 7)

Tab. 7 - Valori maggiormente espressi dallo sport (val. %)

| Valore | Età | | | |
|---------------------------|------------|------------|------------|-----------------|
| | 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 |
| La tolleranza | 15.2 | 17.0 | 21.9 | 14.9 |
| Il rispetto per gli altri | 29.6 | 25.2 | 27.5 | 24.8 |
| Il fair-play | 13.6 | 11.7 | 11.7 | 11.2 |
| L'autocontrollo | 21.6 | 22.6 | 25.5 | 16.8 |
| Il rispetto delle regole | 24.0 | 33.5 | 27.5 | 31.7 |
| La disciplina | 33.6 | 33.0 | 30.8 | 42.9 |
| La comprensione reciproca | 7.2 | 3.9 | 2.4 | 2.5 |
| La solidarietà | 10.4 | 12.2 | 10.5 | 9.3 |
| L'amicizia | 29.6 | 22.2 | 25.9 | 24.8 |
| L'uguaglianza | 4.0 | 7.0 | 5.7 | 3.1 |
| La forza | 4.8 | 3.9 | 4.5 | 1.9 |
| L'onestà | 3.2 | 3.9 | 2.0 | 8.1 |
| La gioia di vivere | 7.2 | 8.7 | 11.3 | 9.3 |
| La volontà | 2.4 | 11.3 | 10.9 | 8.7 |
| | | | | |

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

Fonte: Censis Servizi, 2008

(1) sondaggio su 1000 italiani realizzato da Censis Servizi, 2008

Confrontando poi le risposte della popolazione con quelle date dalle società sportive, (tab. 8), 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%) e, lievemente staccata, **l’amicizia**, indicata dal 36% dei rispondenti, elementi che compongono **l’etica** di un gruppo sportivo. È interessante notare come le risposte date dalle società sportive si concentrino più su alcuni item, mentre quelle della popolazione sono più variegate; evidentemente in chi fa sport quotidianamente anche come attività manageriale, si è consolidata un’etica forte, ma soprattutto condivisa da chi fa, magari in tutt’altro luogo e in tutt’altro ambito, un’attività sportiva o fisica.

Tab.8 - Valori maggiormente sviluppati dallo sport nel giudizio delle società sportive (val. %)

| | |
|---------------------------|------|
| Il rispetto delle regole | 54,7 |
| Lo spirito di squadra | 51,1 |
| Il rispetto per gli altri | 44,2 |
| L'amicizia | 36,0 |
| La disciplina | 23,8 |
| La volontà | 17,4 |
| L'autocontrollo | 14,5 |
| La gioia di vivere | 13,2 |
| Il fair-play | 12,3 |
| L'onestà | 9,2 |
| La solidarietà | 7,6 |
| La tolleranza | 4,6 |
| La comprensione reciproca | 2,9 |
| L'uguaglianza | 2,7 |
| La forza | 1,6 |

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

Fonte: Censis Servizi, 2008

4.2 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. 9). 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 9 - Fenomeni negativi associati allo sport (val. %)

| Fenomeno | Età | | | | Totale |
|---|---------------|---------------|---------------|--------------------|-------------|
| | 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 |
| Le discriminazioni | 11.3 | 6.0 | 6.8 | 5.9 | 7.1 |
| L'eccesso di interessi economici | 25.0 | 34.2 | 26.4 | 25.3 | 28.3 |
| 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 |
| La corruzione | 18.5 | 20.9 | 19.6 | 25.3 | 21.1 |
| Sfruttamento lavoro minorile da parte di alcune industrie | 6.5 | 7.3 | 6.4 | 4.1 | 6.2 |
| Sfruttamento di alcune popolazioni del terzo mondo | 3.2 | 3.4 | 1.6 | 2.4 | 2.6 |
| Il cattivo esempio per le nuove generazioni | 4.8 | 7.3 | 7.6 | 7.1 | 6.9 |
| L'eccessivo giro di affari che ruota attorno allo sport | 32.3 | 28.2 | 28.4 | 22.4 | 27.6 |
| Altro | 0.8 | | | | 0.1 |

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

Fonte: Censis Servizi, 2008

5. La spesa per lo sport (Stato Centrale, Regioni, EE.LL.)

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 (stipendi, Irap, ecc.) , della Siae, di tutto l'indotto dei media e le consistenti entrate derivante dai giochi sportivi.

5.1 La spesa dello Stato

Gli impegni più gravosi per lo Stato si indirizzano:

- > alla **quota** assegnata **annualmente al Comitato Olimpico Nazionale (450 milioni di euro)**;
- > i contributi **"una tantum"** per 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 attraverso un meccanismo automatico di attribuzione delle risorse 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.

5.3 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

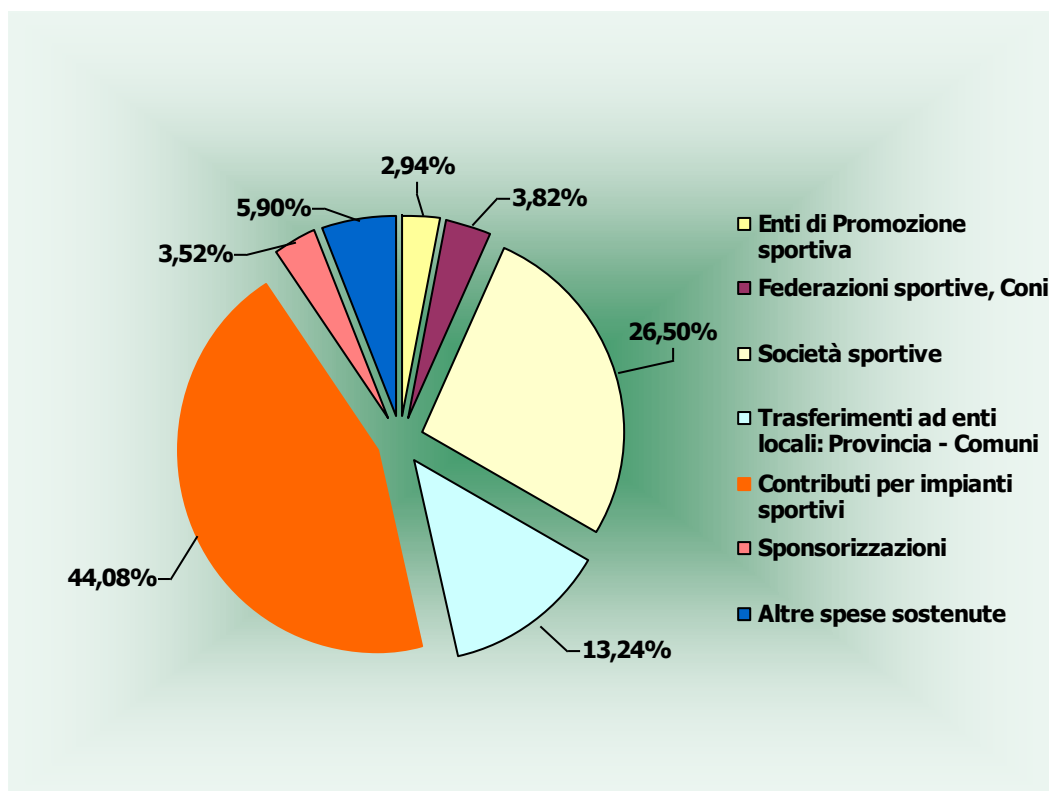
¹ Seppur legati al tema dell'educazione motoria e fisica non si possono inglobare spese sostenute per l'edilizia scolastica e per gli stipendi degli insegnanti di educazione fisica che afferiscono alla spesa per l'istruzione.

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 bilancio per **l' anno 2007** la somma complessiva di **195 milioni** di euro in leggera flessione (-3,3%) rispetto a quanto speso nel 2006.

I modelli di spesa sono molto differenziati (graf. 10):³

Graf. 10 – Spesa delle Regioni –2006-2007 (val. %)



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

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

Il quadro analitico delle destinazioni è contenuto nella Tavola 2.

Tavola 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: Provincia | 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. 10) 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.

E' invece interessante notare 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;
- in cinque casi gli assessorati alla sanità.

Tab. 10 - Risorse e destinazioni: valori assoluti e percentuali per gli anni 2006 e 2007

| 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: Provincie | 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

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:

- nelle **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.

5.4 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. 11):

- una diminuzione secca del 13% delle uscite per il settore sportivo tra il 2004 ed il 2005. 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.11 – Spesa delle amministrazioni provinciali (valori in euro) per lo sport.
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 |

Fonte: elaborazioni Censis Servizi su dati ISTAT

5.5 La spesa dei comuni

Sempre partendo dai dati ISTAT nel bilancio 2005-2004 la spesa delle amministrazioni comunali subisce una contrazione del 8,6% passando da 1,7 miliardi di euro del 2004 ad **1,57 mld del 2005**.

Osservando la tab. n. 12 si evince che:

- vi è stata una diminuzione a prezzi costanti (1999) del 21% della spesa delle amministrazioni comunali;

Tab. 12 - Spesa dei Comuni (valori in migliaia di Euro) negli anni 1999, 2000, 2004, 2005, incidenza sul totale delle spese, e numeri indice (1999=100,0)

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

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati Istat

- un' incidenza sul totale della spesa delle amministrazioni costantemente in regresso negli ultimi 6 anni: nel 1999 veniva speso il 2,6%, **nel 2005 1,85 del totale**. In concreto una perdita secca di un punto percentuale d'incidenza.

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. 13) incidevano per il 25,4 mentre nel biennio 2004-2005 si attestano stabilmente oltre il 50%.

Tab.13 - Spesa in C/Corrente e in C/Capitale dei Comuni (val. in 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>%</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

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.

5.6 Uno sguardo al futuro

Seppure leggermente 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 per una verifica della qualità della spesa sportiva e dei modelli organizzativi, gestionali, operativi delle amministrazioni. In tal senso si muove il protocollo tra CONI e ANCI (2008) e CONI ed UPI (2005) teso ad identificare ambiti di collaborazione sulla gestione, la conoscenza dei modelli, la formazione, etc.

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).

6. I processi formativi per lo sport

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"**.

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.14).

Tab. 14 - Gli studenti universitari dei corsi a tema sportivo e fisico-motorio

| Studenti Universitari | Isritti | 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 .

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'insegnamento.

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.

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.

6.2 Le attività della Scuola dello Sport

La **Scuola dello Sport** di Roma 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, etc.) 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).

Dall'analisi degli ultimi dati disponibili – limitatamente alla sede di Roma - l'attività della Scuola si dimostra in forte crescita sia sotto il profilo delle ore di formazione erogata che di partecipanti.

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 **1.100 a 1.784** con un incremento superiore al 38%.

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 620 mila euro con un'incidenza dello 0,4% sul totale delle spese regionali per lo sport.

Oltre ai dati che testimoniano dell'attività della Scuola dello Sport di Roma 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 dalle Scuole Regionali dello Sport: in complesso sono stati organizzati oltre **300 corsi** che hanno visto coinvolti circa **450 tra docenti** ed esperti mentre i **partecipanti** hanno superato le **9.000 unità**.

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.

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.15) 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. 15 – Il personale in formazione. Corsi e partecipanti per tipologia di soggetti
(val.assoluti e val. %)

| 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 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.

In conclusione se 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.

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;
- l'**appesantimento** di nuove e sempre **diverse funzioni** assegnate al sistema scolastico in special modo alla scuola primaria;
- l'impietoso **confronto** sul numero di ore curriculari assegnate allo sport con altri paesi europei (tab. 16);

Tab.16 – 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

- uno stato **dell'edilizia scolastica** e dell'edilizia sportiva non esaltante (Tavola 3) -seppur si sia in attesa di dati ufficiali ed esistano solo studi locali-.

Tavola 3 – Stato dell'edilizia sportiva nelle scuole italiane

| | |
|-------------|---|
| 1993 | 63% delle scuole con spazi per lo sport |
| 2005 | 76% delle scuole con spazi sportivi <ul style="list-style-type: none">➤ 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 questa fenomenologia non sia immediatamente da mettere in relazione con l'istituzione scolastica ma certamente si può pensare che la scuola sia - forse involontariamente - un fattore di freno alla pratica.

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.

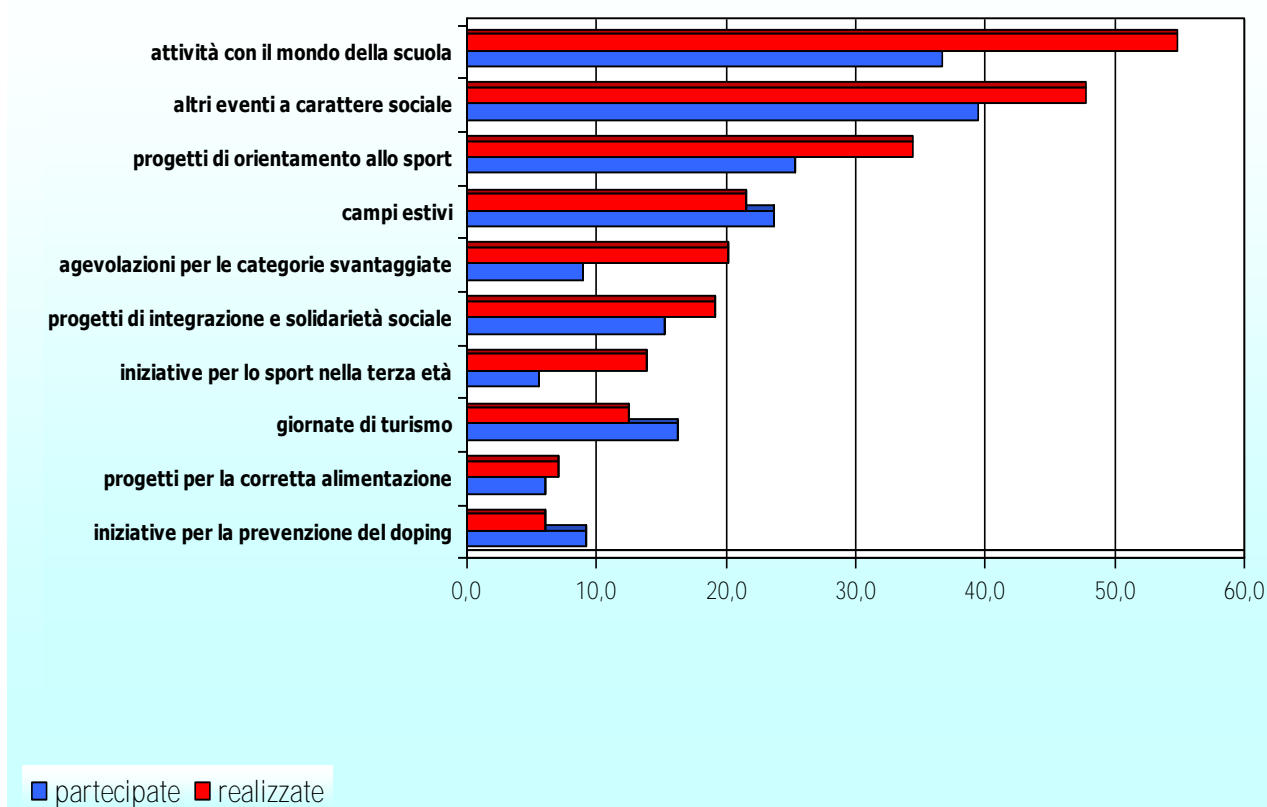
Per il **sistema scolastico**:

- 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 euro⁵ 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)⁶ (graf. 11);
- 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.

Graf. 11 - Iniziative poste in essere dalle associazioni sportive sul territorio



Fonte: Censis Servizi ,2008

⁵ Dato tratto dai bilanci delle FSN e del CONI

⁶ Cfr.: Le associazioni sportive: trend, struttura, territorio.

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 MIUR 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 i **contenuti** con i quali 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.

8.1 La carta stampata

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.

I dati disponibili sulla diffusione della carta stampata dedicata allo sport 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. 17) 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.17 – Media copie vendute testate sportive
(valori assoluti e variazione 2004-2007)

| | Media copie vendute/giorno | | | | Variazioni 2004-2007 |
|---------------------|----------------------------|---------|---------|---------|-------------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | var % |
| Quotidiani sportivi | 782.709 | 741.565 | 751.062 | 688.816 | -13,6 |

Fonte: elaborazione Censis Servizi su dati ADS, FIEG, 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.

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, **"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 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 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.

8.2 La(e) televisione(i)

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.

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** (Giochi Olimpici, 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.

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. 18) vede il calcio occupare quattro posizioni su cinque.

Tab. 18 – Le prime cinque trasmissioni sportive per audience nel 2007 in chiaro

| Top Audience sport (prime 5 posizioni TV generaliste) | | |
|---|-----------|--|
| 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

L'affermazione delle tecnologie digitali ha certamente trovato nello sport un partner ideale configurando una perfetta complementarietà 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.

8.3 Web, Internet, New media

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 una 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**. Di questi il 7% dichiara un'alta frequenza di navigazione.

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.

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 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 dall'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 per cento del totale).

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 nelle categorie "attività sportive" e **7.373** in quelle della "gestione degli impianti".

Il confronto dei dati degli ultimi tre censimenti Istat dell'industria e dei servizi (l'ultimo censimento è del 2001) consente di cogliere alcuni **cambiamenti nel settore dell'industria sportiva** che, iniziati una decina di anni fa, vedono oggi piena realizzazione (tab.19).

- 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 (**4391** aziende per un fatturato di **1.745 milioni di euro**) e di abbigliamento sportivo.

- 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 3,5miliardi 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.

- il numero dell'impresa attive nel commercio al dettaglio di articoli sportivi si va via via riducendo 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. 19 - Imprese ed addetti nel comparto "sportivo" (n° . indice: 1991=100)

| <i>Categoria di attività economica</i> | 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 | <i>n.p.</i> | "" | "" | "" | "" | "" |
| <i>Totale industria</i> | 100 | 98,9 | 107,6 | 100 | 100,7 | 102,7 |
| <i>Totale commercio</i> | 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 "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 (tavola 4), 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, **3.260** gli addetti all'interno di attività professionali sportive indipendenti; **3.550** gli addetti di enti ed organizzazioni sportive. La fabbricazione di articoli sportivi coinvolge, invece, circa **5.000** dipendenti ed il commercio al dettaglio di articoli sportivi **38.000** addetti.
- Il mondo dell'informazione legata allo sport vede coinvolti, solo per fare alcuni esempi, nella televisione di Stato **96** giornalisti, presso la rete SKY **120** giornalisti.
- Il principale quotidiano sportivo "La Gazzetta dello sport" impiega a tempo pieno **175** giornalisti sportivi e il "Corriere dello sport" **85**. E' possibile stimare in circa **540** i collaboratori delle 180 riviste a tema strettamente sportivo distribuite nelle edicole italiane.
- 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 4 – "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 | | |
| totale | 1.337.710 | | |
| Il mondo Coni | | | |
| (11) Dipendenti CONI servizi complessivi | 1.434 | (11) CONI Servizi, 31/12/2007 | |
| (11) di cui impiegati presso organismi regionali | 43 | | |
| (11) di cui impiegati presso organismi provinciali | 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 | |
| totale | 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 | |
| totale | 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) Giornalisti sportivi | 5.400 | | (4) OPOS.EOSE 2003 |
| (4) Esperti di comunicazione e TV | 3.600 | (4) OPOS.EOSE 2003 | |
| totale | 76.751 | | |

10. Il turismo sportivo

Il turismo sportivo rappresenta: un'estensione dello sport alle attività di loisir /vacanza (**sportivizzazione** della vacanza); un modo per sfruttare alcune valenze "attraenti" 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 è stimabile, tra i **7 e gli 8mld 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 Isart 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, dunque, ad un fenomeno che se ben gestito dagli addetti ai lavori (tour operator; Regioni ed Enti locali; società ed FSN sportive) può sicuramente essere 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** (tavola 5) 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 5 - Turismo sportivo: tipologia, soggetti, fenomenologie

| | <u>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. |
| T U R I S M O S P O R T I V O I N S E N S O S T R E T T O | 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 |

Fonte: Censis Servizi su fonti varie

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**).

La visita medico sportiva ha almeno tre conseguenze positive non sempre sufficientemente riconosciute e sfruttate:

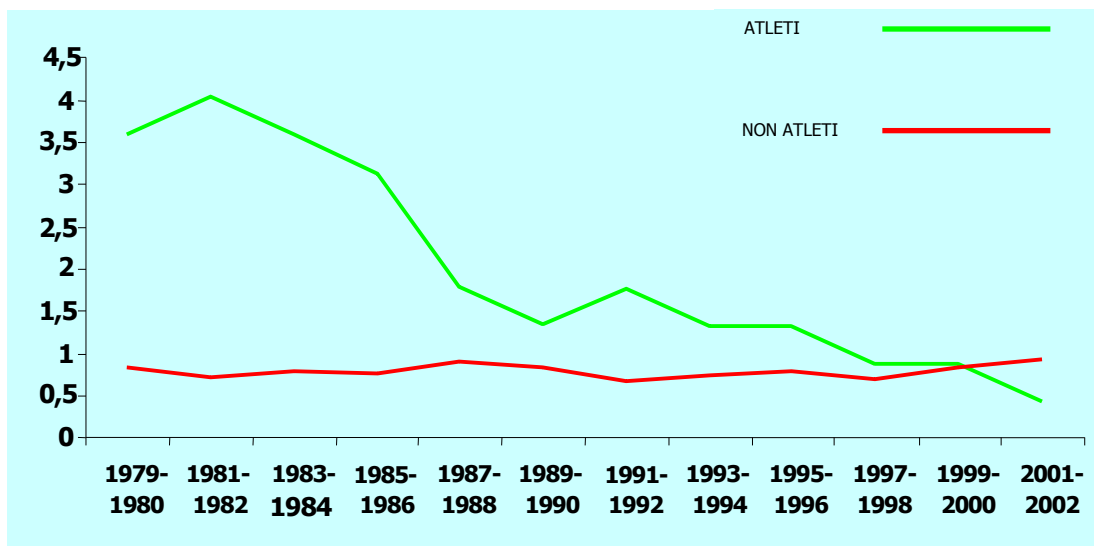
1. previene **rischi** collegati alla pratica sportiva;
2. indirizza alla **giusta pratica** sportiva per il benessere individuale;
3. effettua uno **screening** su alcuni milioni di individui, rappresentando l'unico momento di verifica sanitaria di massa oggi presente in Italia.

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. 12). Ebbene, 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 Paesi Europei".

Graf. 12 – Morti improvvise in Veneto, confronto tra chi pratica sport a livello agonistico e il resto della cittadinanza.



Fonte: FMSI

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 e di amici degli amici.

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 la 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

12.1 La crescita della sedentarietà

I dati dell'indagine multiscopo dell'ISTAT del 2006 dimostrano che due italiani su cinque non svolgono alcuna attività fisica o sportiva.

L'evoluzione della domanda di attività fisico sportiva della popolazione italiana nel decennio compreso tra il 1995 e il 2006 mostra la presenza di una crescita concomitante dei livelli d'attivazione alla pratica sportiva e della sedentarietà.

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.

L'incremento della sedentarietà 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: **aumenta** infatti la quota di **uomini inattivi**, mentre restano sostanzialmente **stazionari i livelli di sedentarietà registrati tra le donne** (tab. n. 20)

Tab.20 - 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

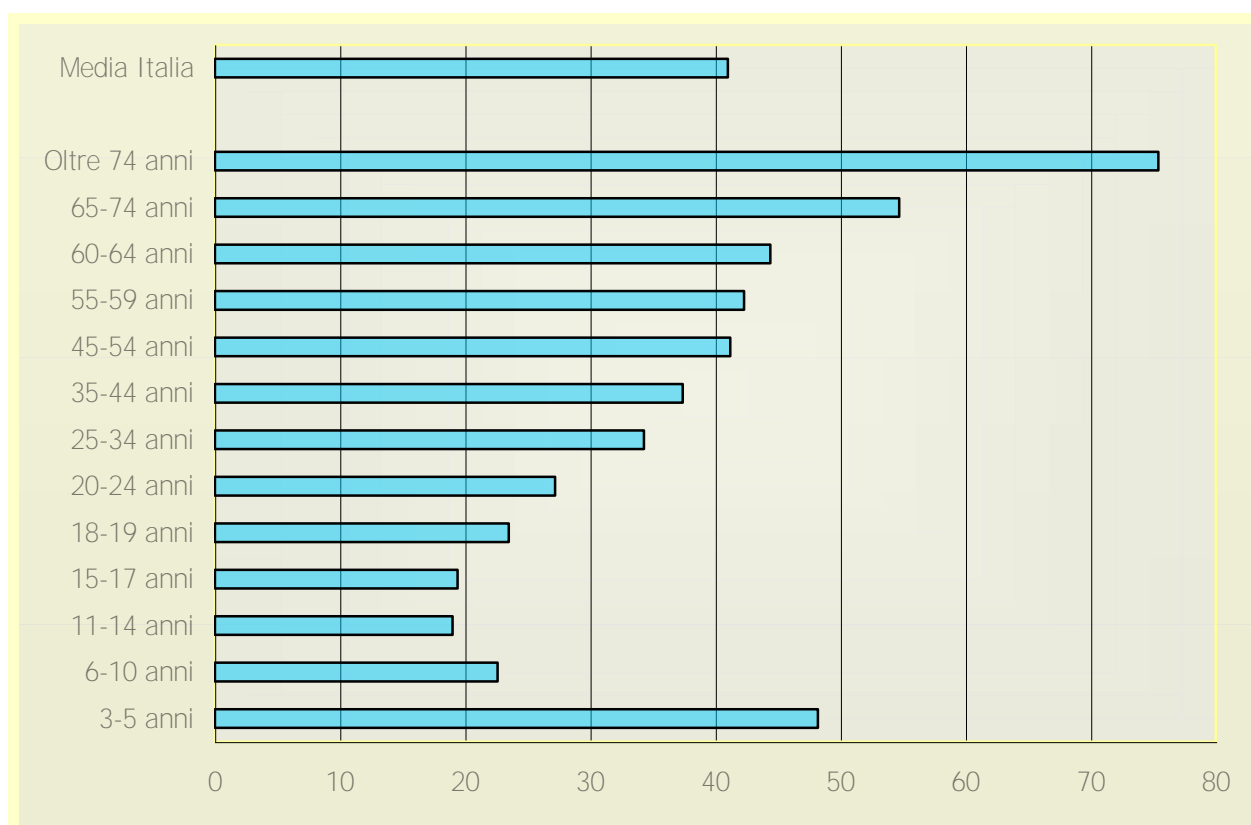
La contrazione del numero di cittadini non praticanti ma che affermano comunque di svolgere attività fisica interessa invece in misura pressoché analoga sia gli uomini che le donne.

12.2..I caratteri distintivi

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.

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 (graf. 13).

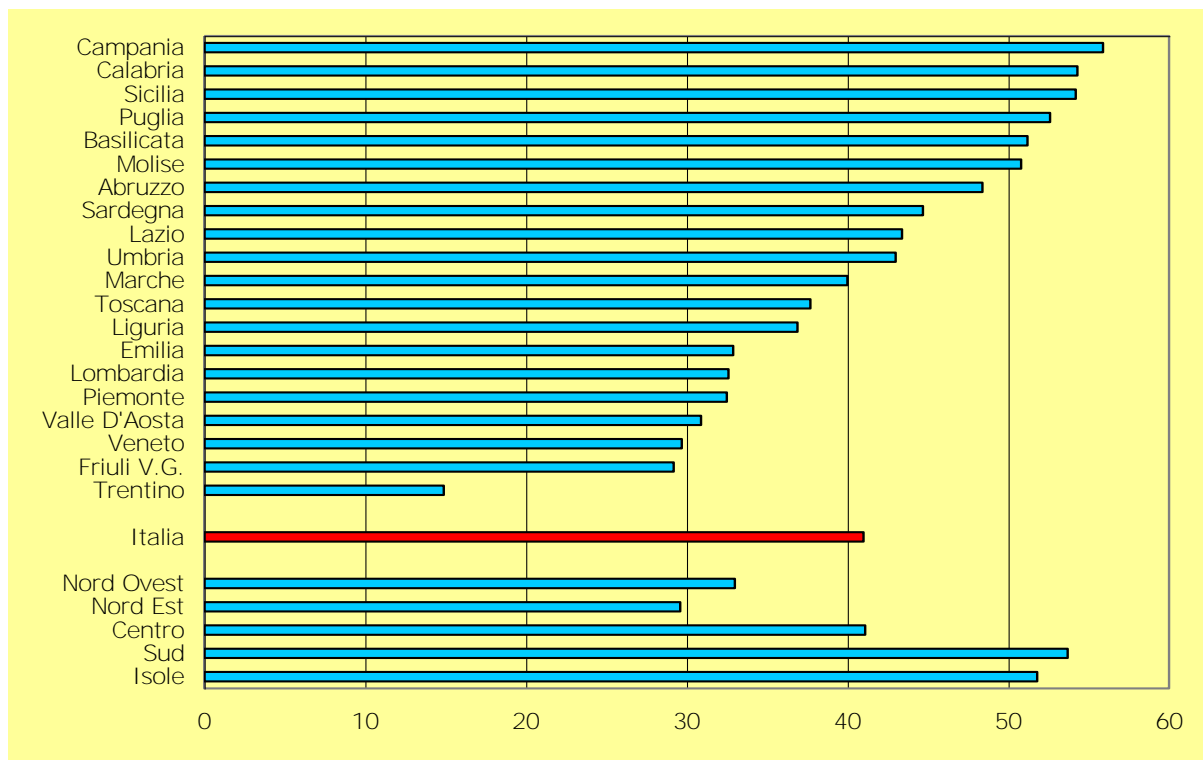
Graf. 13 - La sedentarietà per classi di età- (val. %)



Fonte: elaborazione Censis Servizi su indagini Istat, 2006

I livelli di **inattività fisica** più elevati vengono registrati nelle **regioni dell'Italia meridionale** che denunciano l'esistenza di notevoli ritardi e di forti aree di criticità (graf. 14).

Graf.14 - La sedentarietà per regioni e ripartizioni geografiche- (val.%)



Fonte: elaborazione Censis Servizi su indagini Istat, 2006

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 frenano la diffusione dell'attività fisico-sportiva;

In questo quadro la costante riduzione dell'attività fisica non organizzata, svolta spesso *en plein air* senza l'ausilio di strutture e personale specializzato, costituisce un elemento di preoccupazione da non sottovalutare: si tratta infatti di modalità di svolgimento dell'attività fisico-sportiva che riguardano in misura preponderante i segmenti di popolazione, donne e fasce di età più avanzate, potenzialmente 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

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 contrastare la sedentarietà.