

Corso di Laurea in
**Scienze delle Attività Motorie e
Sportive**

Management dello Sport

Lezione 2

**Introduzione e Analisi degli Stakeholder
Sportivi**

Percorso Tematico



MODULO 1: ANALISI DELL'ORGANIZZAZIONE SPORTIVA

**STAKEHOLDER
MANAGEMENT**

**CONTESTO SPORTIVO
INTERNO ED ESTERNO**

ESERCITAZIONE 1

MODULO 2: STRUMENTI STRATEGICI PER IL MANAGEMENT SPORTIVO

IMPIANTO STRATEGICO

SISTEMA DEL VALORE

ESERCITAZIONE 2

Agenda

- Analisi degli Stakeholder Sportivi
 - Stakeholder Interni
 - Stakeholder Esterni
- Matrice degli Stakeholder
 - A.S.D. Union Rugby



Stakeholder Interni



Stakeholder Interni



Gli **stakeholder interni** sono quei soggetti che operano internamente all'organizzazione sportiva. Alcuni di essi possono essere rappresentati da:

**ASSOCIAZIONI SPORTIVE
DILETTANTISTICHE**

SOCIETÀ SPORTIVE

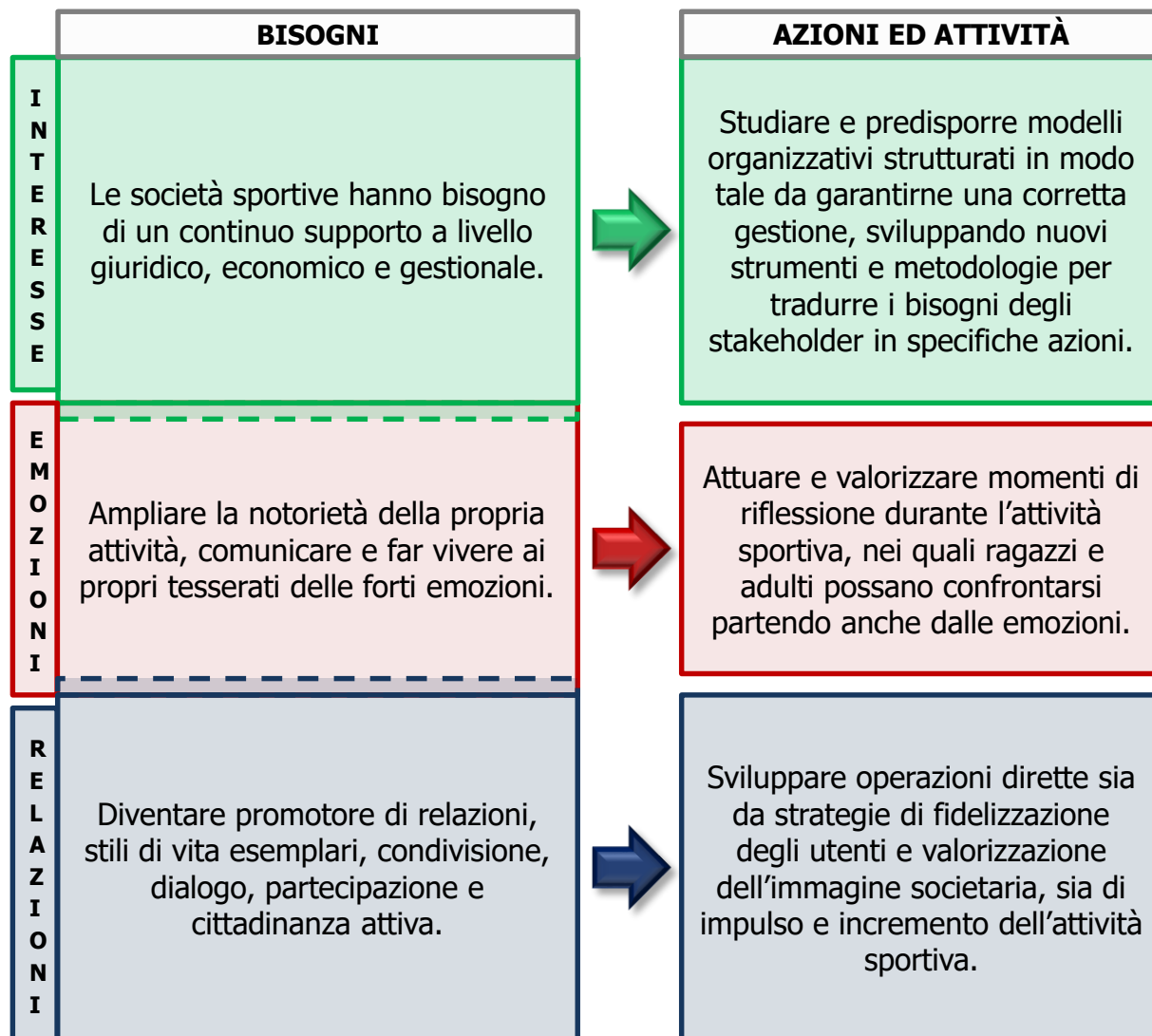
STAFF

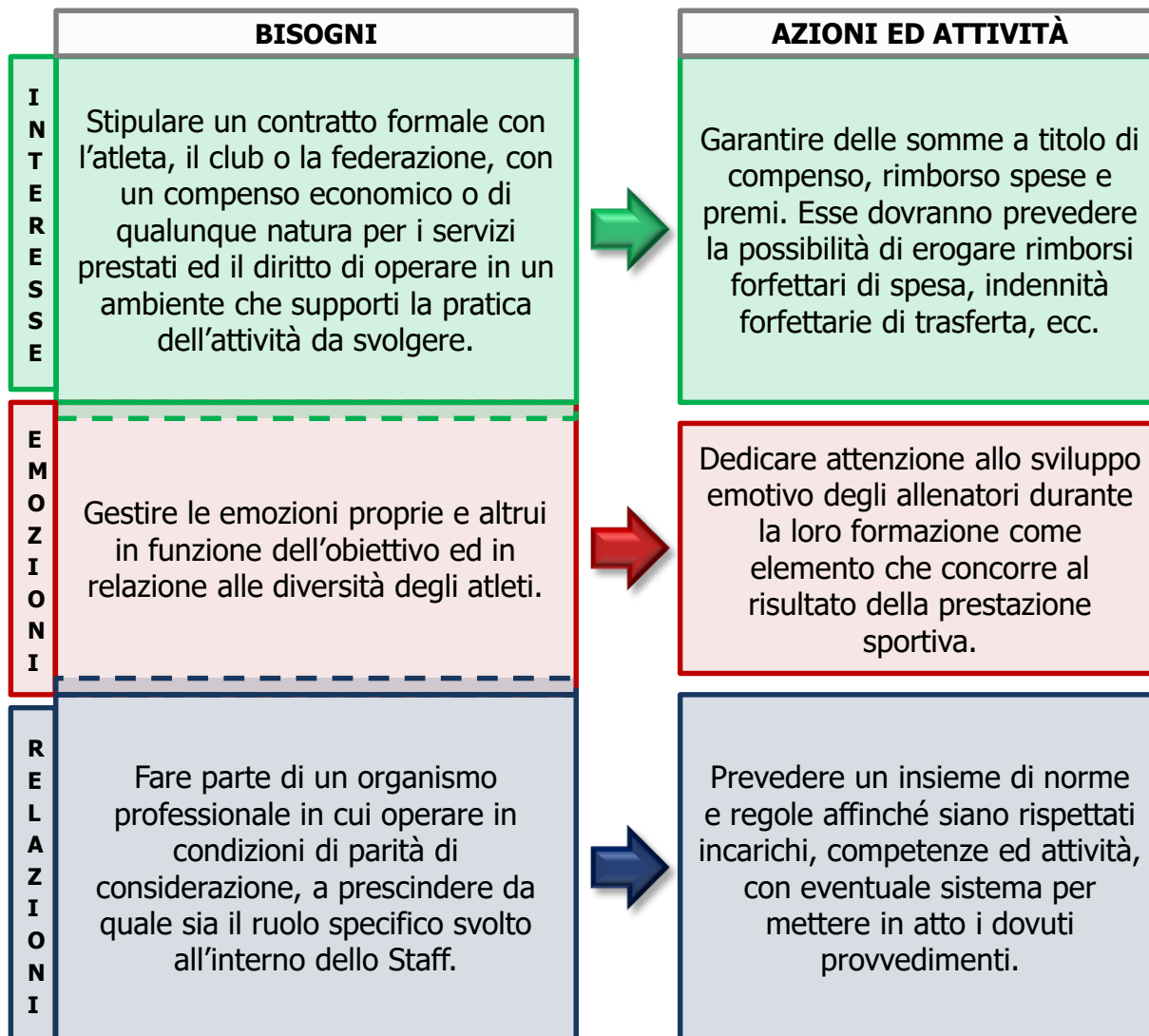
DILETTANTI AMATORIALI

AGONISTI PROFESSIONISTI

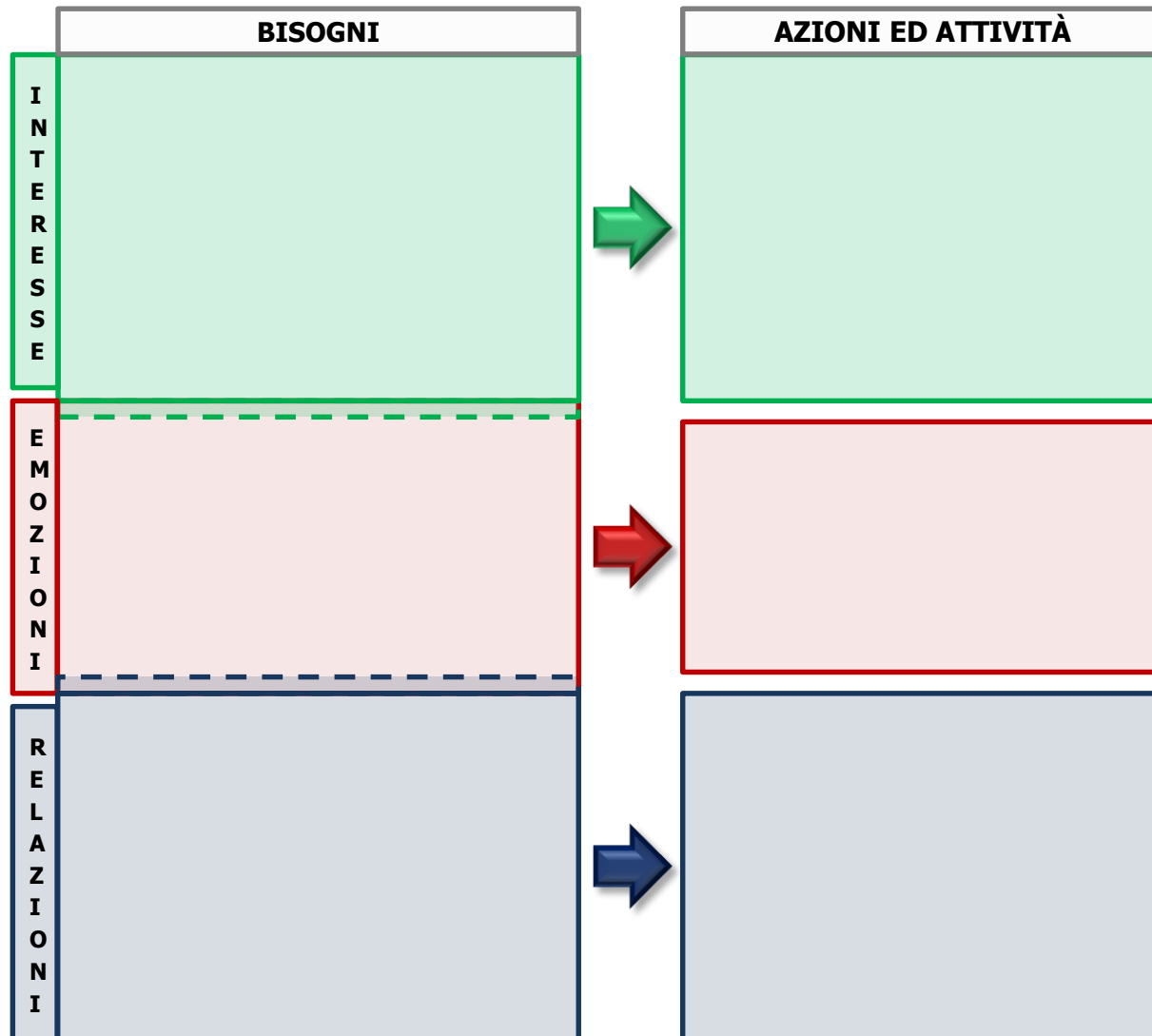


Società Sportive





Dilettanti Amatoriali - Prova tu!



Esempio: A.S.D. Lella Basket – Stakeholder interni (I)



L'**A.S.D. Lella Basket** è un'associazione sportiva dilettantistica di pallacanestro con sede a Pistoia.

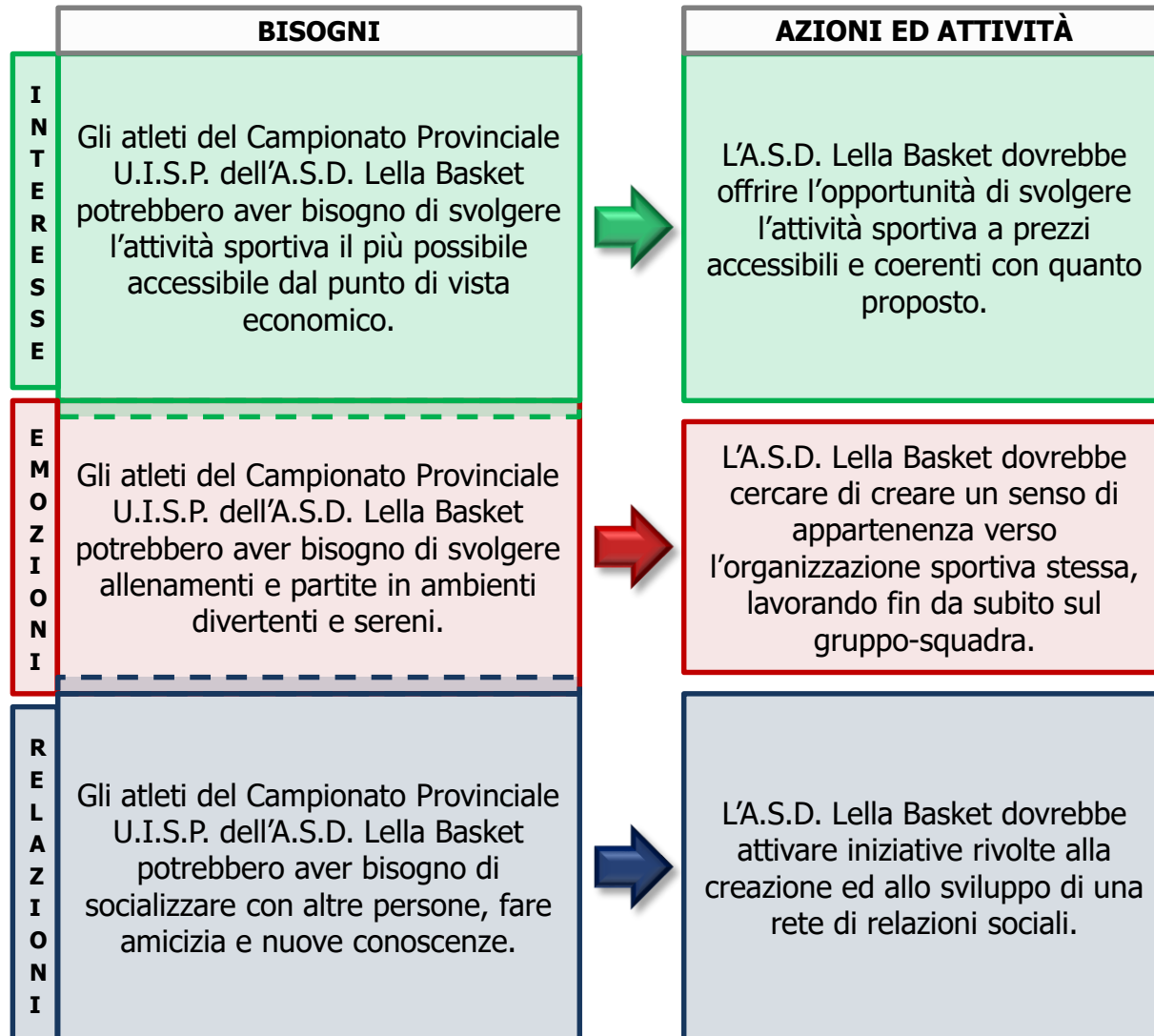
Partecipa al **Campionato Provinciale U.I.S.P.** affrontando compagini di tutta la provincia pistoiese pratese e lucchese, tutte facenti capo al Comitato Provinciale UISP di Pistoia, uno dei più rappresentativi in Italia visto l'altissimo numero di società affiliate e l'elevata qualità delle compagini, sempre protagoniste a livello regionale e anche nazionale.



Tra gli **stakeholder interni** dell'**A.S.D. Lella Basket** ci sono gli atleti che partecipano al Campionato Provinciale U.I.S.P., che si possono definire come **Dilettanti Amatoriali**.

Quali possono essere i bisogni di tali portatori d'interesse?
In che modo l'associazione potrebbe rispondere alle loro necessità?

Esempio: A.S.D. Lella Basket – Stakeholder interni (II)



Stakeholder Esterni



Stakeholder Esterni



Gli **stakeholders esterni** sono tutti quei soggetti, istituzioni o gruppi, che operano al di fuori dell'organizzazione e che, pur non esercitando una "pressione" diretta, sono interessati all'attività della stessa.

A titolo di esempio sono stati individuati i seguenti soggetti:

FAMIGLIE

AZIENDE SPONSOR

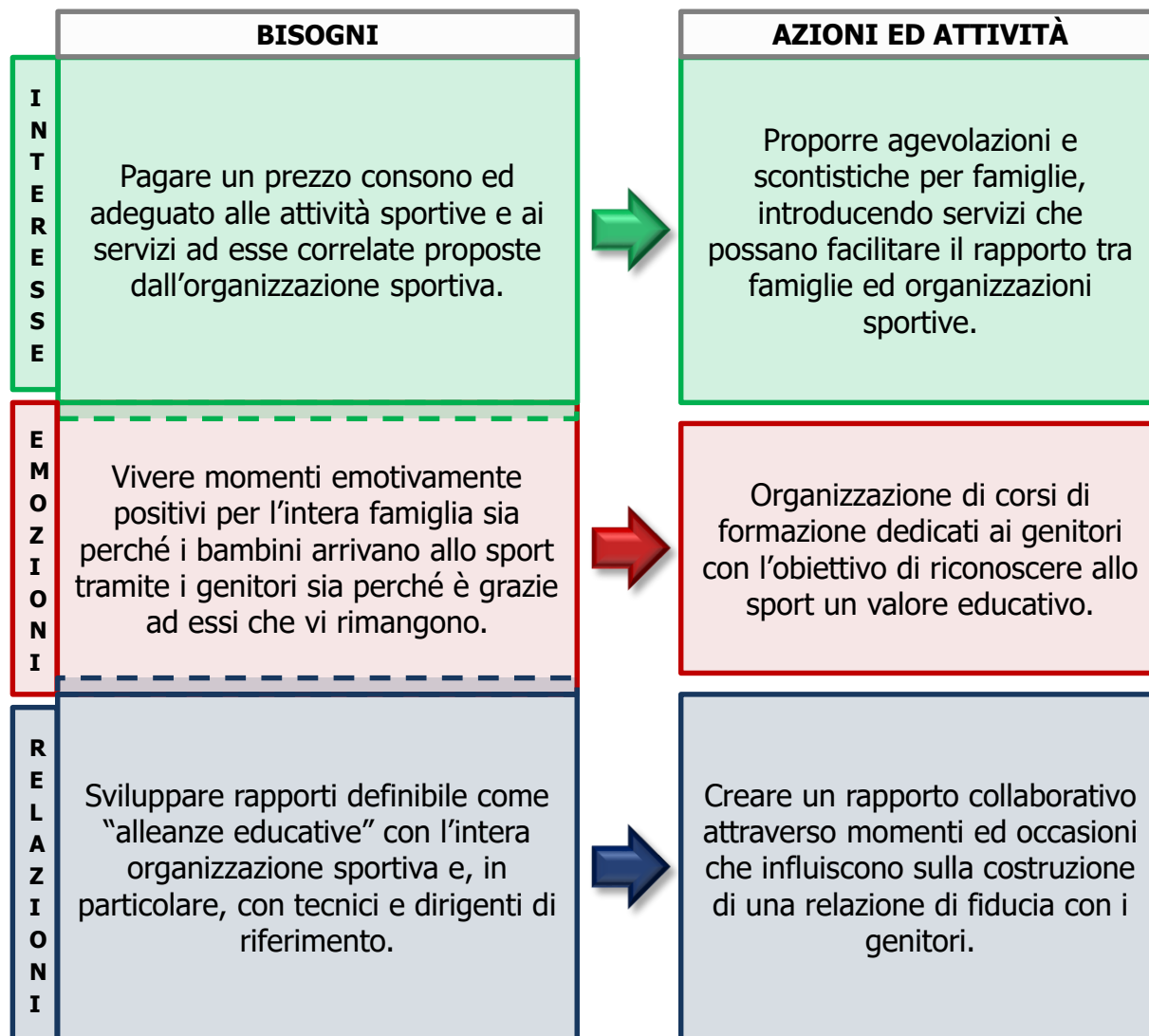
SPETTATORI e TIFOSI

MEDIA

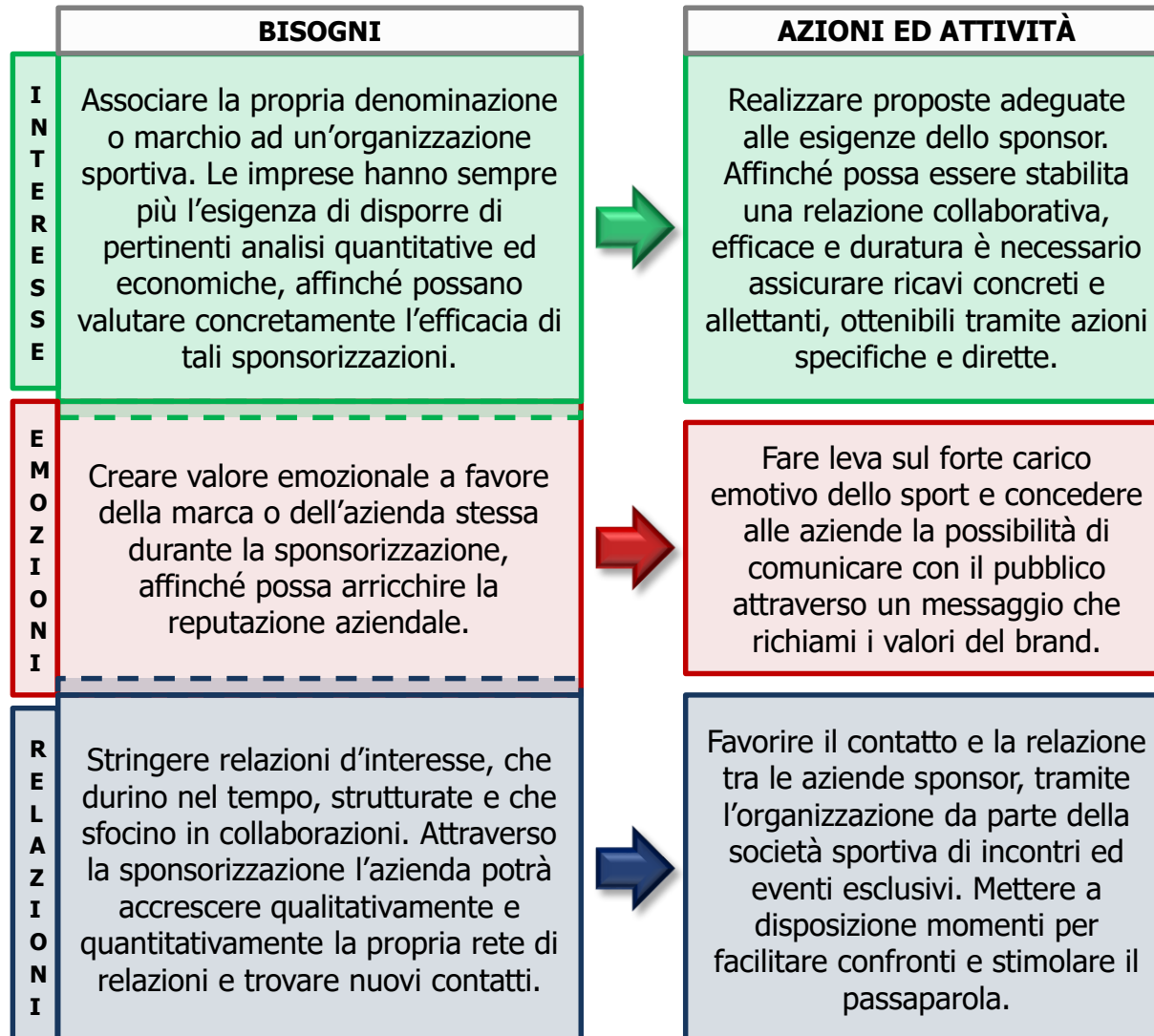
TERRITORIO



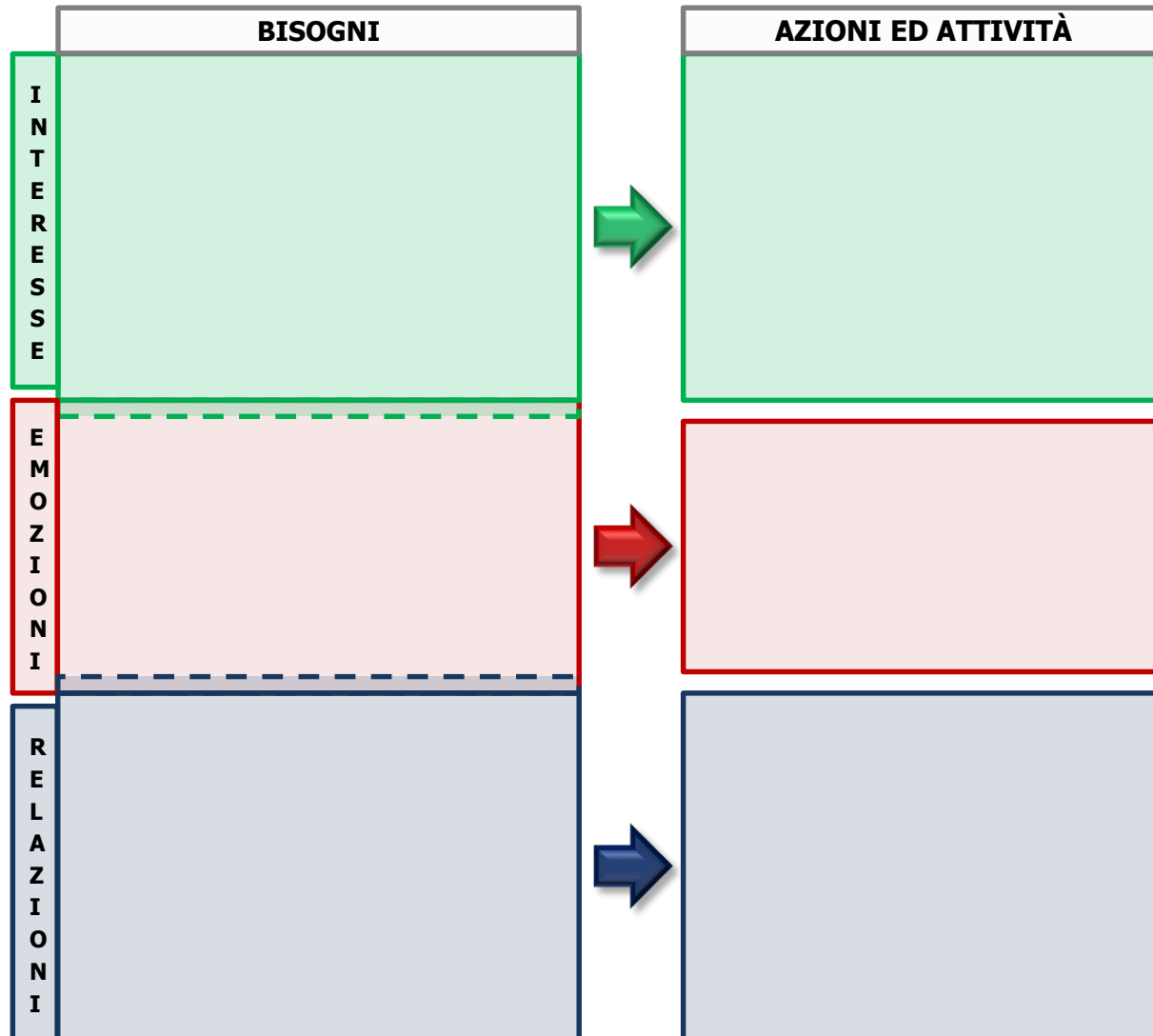
Famiglie



Aziende Sponsor



Territorio – Prova tu!



Esempio: A.S.D. Lella Basket – Stakeholder esterni (I)



L'**A.S.D. Lella Basket** nasce nel 1996, frutto dell'iniziativa di un gruppo di giovani amanti della pallacanestro, consapevoli dell'importanza di promuovere e sviluppare l'attività sportiva dilettantistica e desiderosi di comunicare il loro entusiasmo nel praticare questo "gioco di squadra".

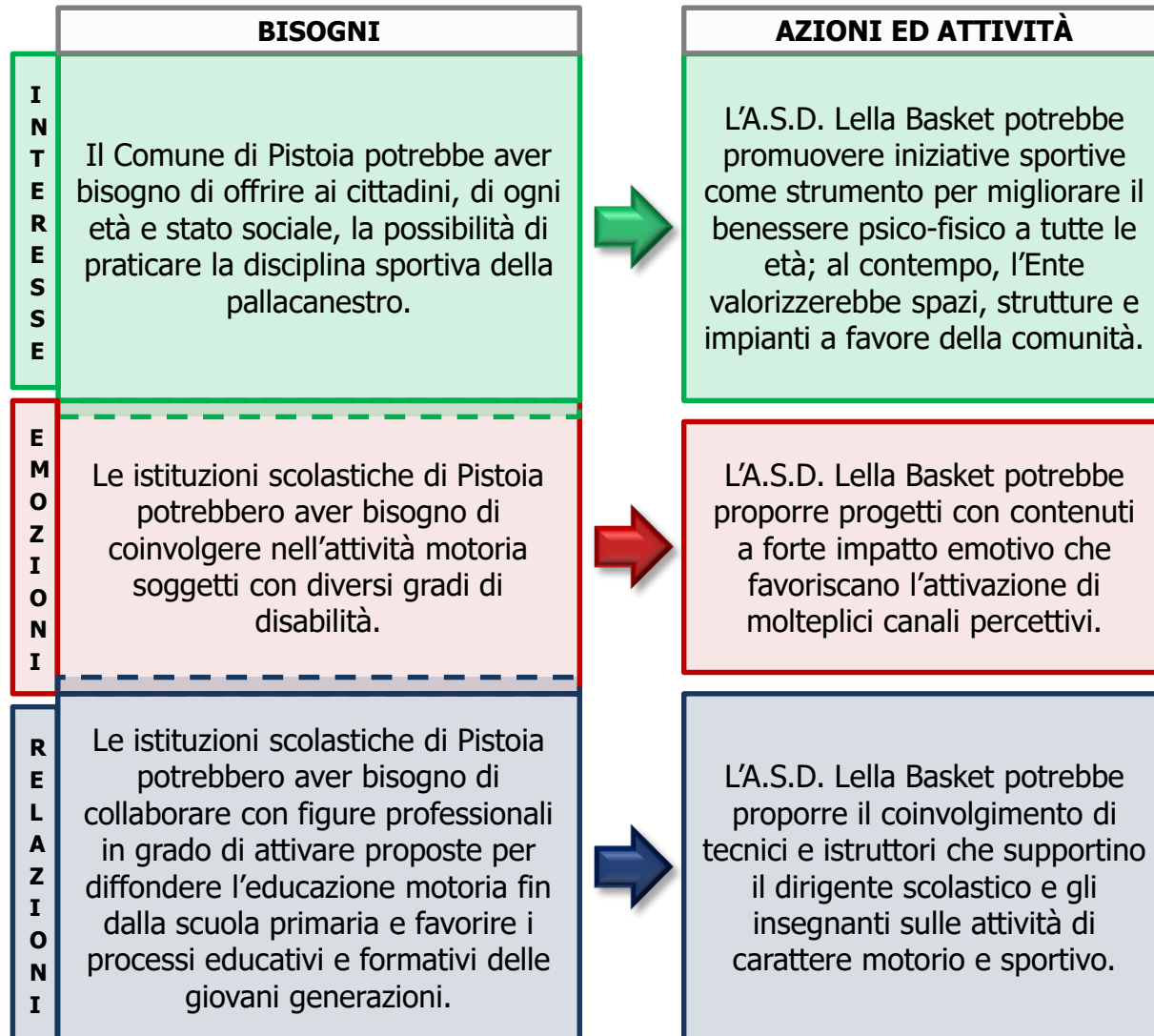


L'associazione è immersa in una **rete di relazioni e rapporti** con le **istituzioni cittadine** e le altre **organizzazioni del territorio**. Ogni anno, l'associazione pubblica un resoconto dei sostegni economici che riceve dalle pubbliche amministrazioni.

Tra gli **stakeholder esterni** dell'**A.S.D. Lella Basket** ci sono le istituzioni cittadine e le altre organizzazioni pubbliche del territorio.

Quali possono essere i bisogni di tali portatori d'interesse?
In che modo l'associazione potrebbe rispondere alle loro necessità?

Esempio: A.S.D. Lella Basket – Stakeholder esterni (II)



Matrice degli Stakeholder



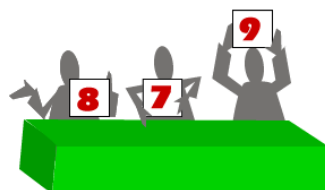
Matrice degli Stakeholder (I)



La **Matrice degli Stakeholder** mette in relazione lo stato di prestazione attuale dell'organizzazione sportiva con i bisogni degli stakeholder.

Tale strumento consente di capire quali stakeholder l'organizzazione è già in grado di soddisfare con ottimi risultati, quali sta soddisfacendo in maniera appena sufficiente, e su quali è carente e deve intervenire.

	Società sportiva A.S.D.	Dilettanti Amatoriali	Agonisti Professionisti	Famiglie	Staff	Sponsor	Spettatori e tifosi	Mass Media	Territorio
	Valutazione	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso
Competenze tecniche									
Adeguatezza impianti									
Ambito Formativo/Sociale									
Redditività Economica									
Economicità									
Reputazione/immagine									
Risultato sportivo									
Qualità del servizio									
Media	0,0	TOT 0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Rapporto Risorse/Bisogni		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00



Matrice degli Stakeholder (II)



La costruzione della **Matrice degli Stakeholder** può essere suddivisa in tre step:

- 1.** **Attribuzione** di un **peso percentuale ai bisogni** degli stakeholder individuati, il totale per ogni stakeholder dovrà sempre essere uguale al 100%.
- 2.** **Assegnazione all'organizzazione sportiva**, per ognuno dei fattori individuati, **di un valore** che oscilla fra 1 e 10.
- 3.** **Incrocio dei dati** della valutazione dell'organizzazione sportiva con il peso che ogni bisogno ha per i diversi stakeholder.

Il risultato ci darà un valore che indica la qualità di soddisfacimento di ogni stakeholder.

Esempio: A.S.D. Union Rugby



L'**A.S.D. Union Rugby** nasce nel 2007 con lo scopo di promuovere sul territorio la diffusione di questa disciplina e l'educazione sportiva attraverso i valori che il rugby veicola.

- Alla prima squadra maschile si è presto affiancato il progetto delle giovanili con l'attività di minirugby rivolta a bambini dai 5 ai 12 anni e con le squadre juniores U14 e U16.
- In questi anni, l'associazione ha conseguito buoni risultati che rispecchiano l'impegno e la passione di staff ed atleti. La prima squadra disputa da 4 stagioni consecutive il campionato nazionale di Coppa Italia e la scorsa stagione si è aggiudicata il 6° posto nazionale.
- In ambito scolastico, l'associazione collabora con alcuni istituti del territorio nell'ambito del progetto scolastico promosso dalla Federazione.



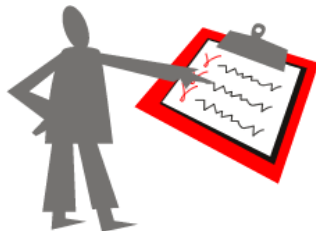
Matrice degli Stakeholder dell'A.S.D. Union Rugby



1. Attribuzione di un peso percentuale ai bisogni degli stakeholder individuati, il totale per ogni stakeholder dovrà sempre essere uguale al 100%.

	Dilettanti Amatoriali	Agonisti Professionisti	Famiglie	Staff	Sponsor	Spettatori e tifosi	Mass Media	Territorio
	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso
Competenze tecniche	8%	24%	7%	21%	4%	4%	0%	5%
Adeguatezza impianti	6%	19%	7%	11%	5%	10%	4%	13%
Ambito Formativo/Sociale	28%	4%	35%	19%	11%	6%	10%	22%
Redditività Economica	0%	12%	0%	20%	20%	0%	5%	5%
Economicità	20%	0%	15%	0%	0%	8%	0%	5%
Reputazione/immagine	6%	10%	7%	4%	29%	15%	38%	31%
Risultato sportivo	10%	22%	3%	20%	22%	35%	31%	5%
Qualità del servizio	22%	9%	26%	5%	9%	22%	12%	14%
Media	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2. Assegnazione all'organizzazione sportiva, per ognuno dei fattori individuati, un valore che oscilla fra 1 e 10.



	Società sportiva A.S.D.
	Valutazione
Competenze tecniche	8
Adeguatezza impianti	5
Ambito Formativo/Sociale	9
Redditività Economica	5
Economicità	6
Reputazione/immagine	6
Risultato sportivo	8
Qualità del servizio	6

Media

6,6

Matrice degli Stakeholder dell'A.S.D. Union Rugby



3. Incrocio dei dati della valutazione dell'organizzazione sportiva con il peso che ogni bisogno ha per i diversi stakeholder.

	Società sportiva A.S.D.	Dilettanti Amatoriali	Agonisti Professionisti	Famiglie	Staff	Sponsor	Spettatori e tifosi	Mass Media	Territorio
	Valutazione	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso	Peso
Competenze tecniche	8	8%	24%	7%	21%	4%	4%	0%	5%
Adeguatezza impianti	5	6%	19%	7%	11%	5%	10%	4%	13%
Ambito Formativo/Sociale	9	28%	4%	35%	19%	11%	6%	10%	22%
Redditività Economica	5	0%	12%	0%	20%	20%	0%	5%	5%
Economicità	6	20%	0%	15%	0%	0%	8%	0%	5%
Reputazione/immagine	6	6%	10%	7%	4%	29%	15%	38%	31%
Risultato sportivo	8	10%	22%	3%	20%	22%	35%	31%	5%
Qualità del servizio	6	22%	9%	26%	5%	9%	22%	12%	14%
Media	6,6	TOT 100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Rapporto Risorse/Bisogni	7,14	6,73	7,18	7,08	6,60	6,86	6,83	6,68

