

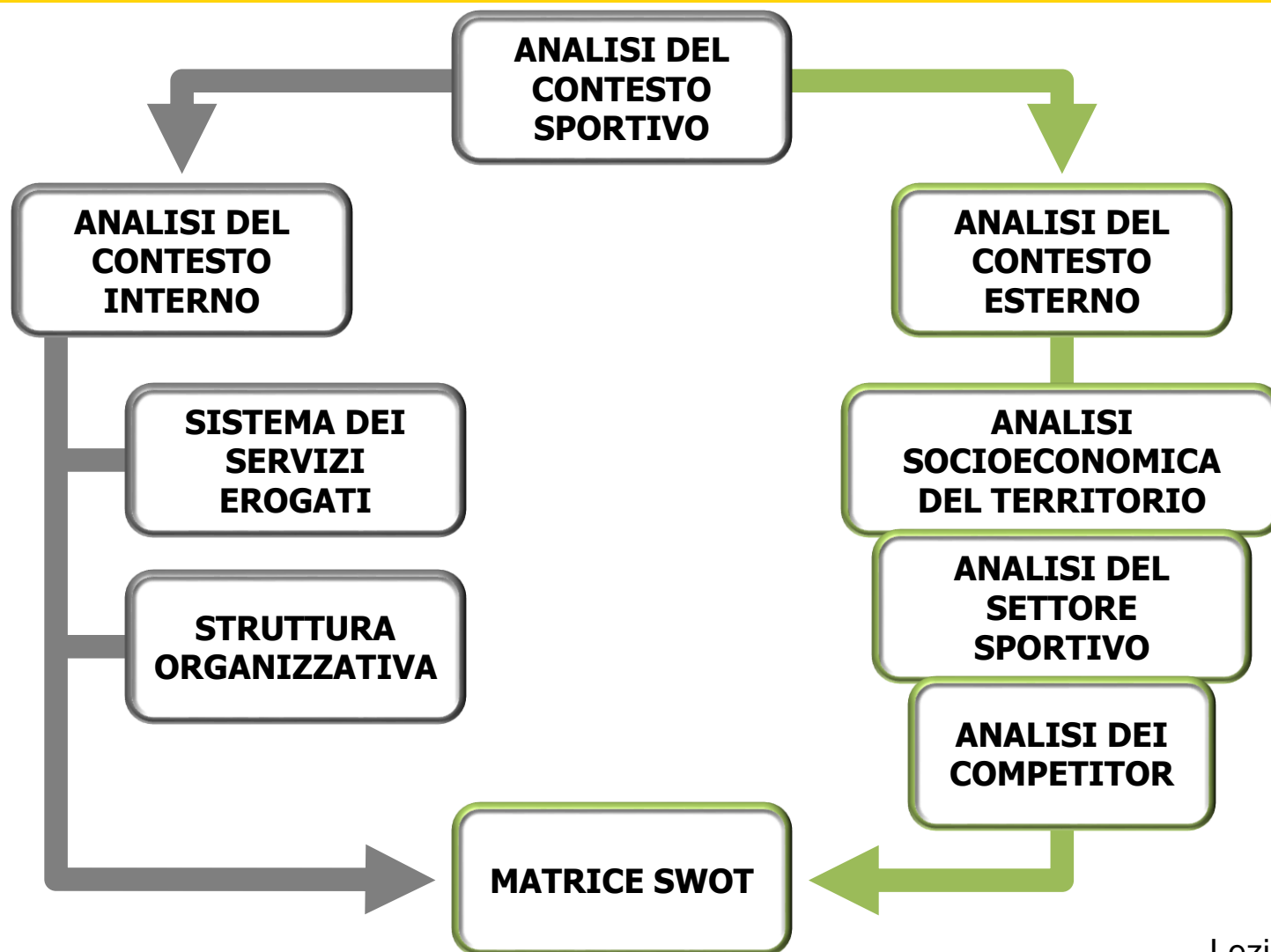
Corso di Laurea in
**Scienze delle Attività Motorie e
Sportive**

Management dello Sport

Lezione 5

**Analisi del Contesto Esterno
e Analisi SWOT**

Percorso Tematico (II)



Agenda



- ▣ Analisi del contesto esterno
 - ▣ Analisi Socioeconomica del Territorio
 - ▣ Analisi del Settore Sportivo

Analisi del Contesto Esterno



Il contesto esterno



Il **contesto esterno** di un'organizzazione sportiva è composto da tutte quelle variabili esterne che ne influenzano le scelte e i risultati.

Nello specifico, l'ambiente esterno sarà esaminato attraverso:

ANALISI SOCIOECONOMICA DEL TERRITORIO

Ha l'obiettivo di approfondire alcuni elementi che condizionano l'organizzazione sportiva ma riesce difficilmente a controllare.

ANALISI DEL SETTORE SPORTIVO

Esamina i fattori e le forze che esercitano un maggiore influsso sulle decisioni dell'organizzazione sportiva.

ANALISI DEI COMPETITOR

Individua chi sono i «rivali» dell'organizzazione sportiva e indaga ulteriormente il contesto in cui avviene la «competizione».

Analisi Socioeconomica del Territorio



Il contesto esterno: il macro ambiente



Le variabili esterne che influenzano le scelte e i risultati di un'organizzazione possono essere classificate secondo il grado di prossimità: il «**microambiente**» può essere distinto da quelle più ampie influenze che formano il «**macroambiente**».

Il «**macroambiente**»:

- è costituito da un insieme di **variabili** che **condizionano** la **dinamica** e lo **sviluppo** dei **settori** e sulle quali ci sono scarse possibilità di gestione;
- ha un **impatto** sui **comportamenti** e sulle **performance** delle organizzazioni e nei confronti del quale l'organizzazione non può far altro che porre in atto **comportamenti adattivi**.

Analisi Socioeconomica del Territorio



L'analisi socioeconomica del territorio è un valido strumento per:

- **individuare** quali **variabili** dell'ambiente esterno abbiano il **maggiore impatto** sul futuro di un'organizzazione sportiva;
- **definire** il **contesto esterno** nel quale l'organizzazione sportiva opera osservandone le sue **caratteristiche socioculturali**;
- **identificare** i **fattori** che influenzano l'organizzazione ma sui quali si ha un'**influenza ridotta**, mediata o talvolta nulla.

Per quanto l'organizzazione sportiva riesca raramente a modificare direttamente tali situazioni contestuali, la loro comprensione permetterà, nel **lungo periodo**, di **massimizzare le opportunità** e **minimizzare le minacce**.



Analisi Socioeconomica del Territorio

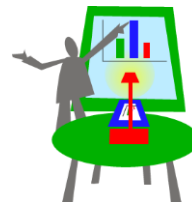


Nell'analisi vengono osservate due componenti:

ANALISI SOCIOECONOMICA DEL TERRITORIO

CARATTERISTICHE SOCIOECONOMICHE

Fattori che possono produrre effetti significativi sulla consistenza e sulle caratteristiche della domanda reale e potenziale di un'organizzazione sportiva.



CARATTERISTICHE CULTURALI

Fattori che possono influenzare le decisioni degli stakeholder dell'organizzazione sportiva e che, di conseguenza, ricadono sulle dinamiche della stessa.

Caratteristiche socioeconomiche



Tali caratteristiche possono riguardare:

CARATTERISTICHE SOCIOECONOMICHE

ASPETTI DEMOGRAFICI

Indicazioni sulle persone che praticano sport, sulle modalità, sul tipo di attività sportiva e sulle motivazioni di interruzione della pratica sportiva nella fascia giovanile.

ASPETTI ECONOMICI

Dati sulla spesa delle famiglie per le attività sportive, sul valore economico dello sport e sugli stili di vita degli individui del territorio.

SISTEMA IMPIANTISTICO

Informazioni sullo stato e sulle prospettive degli impianti sportivi comunali, altre dotazioni sportive presenti in città e il loro livello di utilizzo.

Caratteristiche culturali



Tali caratteristiche possono riguardare:

CARATTERISTICHE CULTURALI

SISTEMA SCOLASTICO

Dati sul numero di istituti scolastici, sul numero degli iscritti, sul numero di ore che ogni istituto dedica all'attività fisica e relative modalità di svolgimento.

CULTURA SPORTIVA TERRITORIALE

Informazioni sul «livello» di cultura sportiva del territorio di riferimento, grado di attenzione rivolta ai temi della promozione della salute e dell'attività fisica.

TRADIZIONE SPORTIVA

Pratiche sportive popolari che fanno parte della tradizione o discipline sportive a cui la città è storicamente «vicina».

Analisi del Settore Sportivo



Il contesto esterno: il micro ambiente



Le variabili esterne che influenzano le scelte e i risultati di un'organizzazione possono essere classificate secondo il grado di prossimità: il «**microambiente**» può essere distinto da quelle più ampie influenze che formano il «**macroambiente**».

Il «**microambiente**»:

- è costituito dalle **variabili** che **interagiscono direttamente** con l'**organizzazione**.
- ha un **impatto** sui **comportamenti** e sulle **performance** delle organizzazioni e nei confronti dei quali l'organizzazione possiede **manovre d'intervento attive**.

Il concetto di «*settore*»



Il **nucleo centrale** del **microambiente** di un'organizzazione è costituito dalle sue **relazioni** con tre insiemi di attori: **clienti**, **operator** e **concorrenti**. Questi interlocutori caratterizzano l'**ambiente settoriale**.

L'**analisi di settore** serve a:

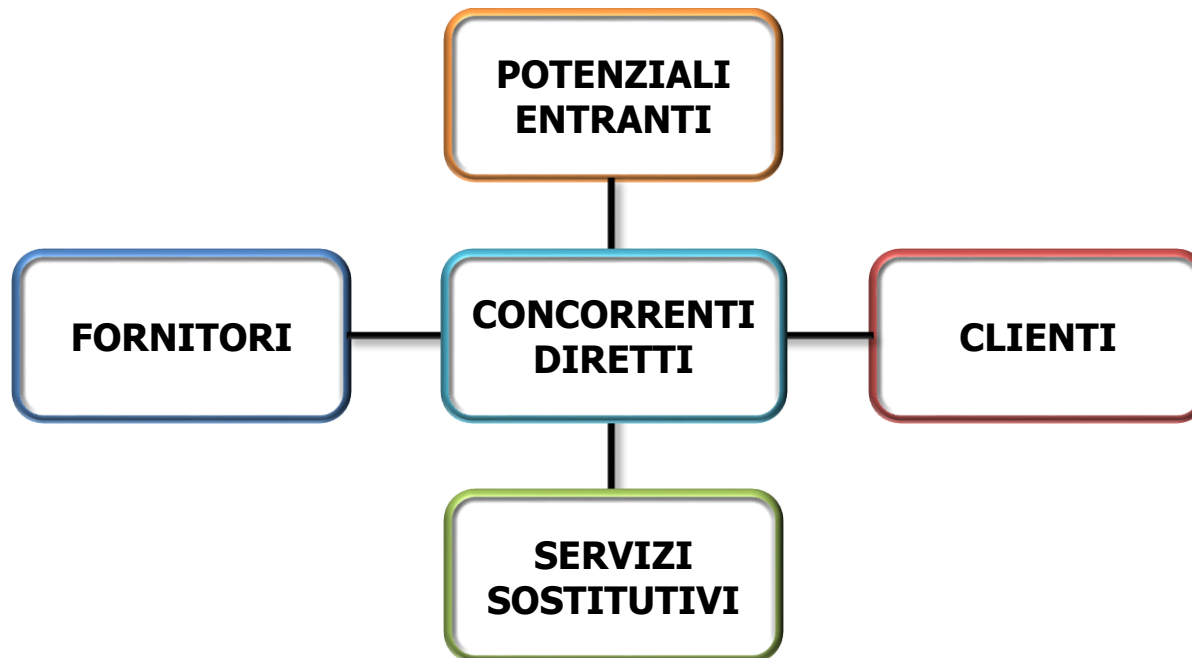
- **definire la situazione passata o presente del settore:** analizzare gli andamenti delle forze del settore permette di capire la situazione attuale;
- **prevedere il futuro del settore:** individuare in che direzione tende a cambiare la struttura del settore;
- **organizzare le contromisure:** individuare e preparare le modalità con cui cambiare la struttura di un settore.

Modello delle Cinque Forze Competitive



Nella teoria aziendale, uno schema molto diffuso di classificazione e di analisi di settore è quello sviluppato da **Michael Porter**, che prende il nome di ***Modello delle Cinque Forze Competitive***.

Secondo tale impostazione teorica l'ambiente competitivo non è delineato solo dai competitor diretti ma anche da altri soggetti.



Il settore sportivo



Per il contesto sportivo è possibile fare un'analisi che parte dal modello di M. Porter e va a evolversi in uno ad hoc, con l'obiettivo di approfondire gli **elementi** e le **forze** che **esercitano maggiore influenza** sulle **scelte dell'organizzazione sportiva**.



Organizzazioni sportive



Sono le altre organizzazioni sportive della **stessa disciplina sportiva** (o analoghe) che competono per il raggiungimento di un determinato **obiettivo sportivo** e/o per un determinato **fine socioculturale**.

Occorre **suddividere l'arena competitiva** in base agli obiettivi: non è possibile ritenere in competizione organizzazioni con obiettivi e, probabilmente, anche risorse differenti.

Nelle discipline sportive **la numerosità dei concorrenti** è condizione necessaria per garantirne **l'esistenza** e il **prestigio**.



Sport e pratiche sostitutive



Discipline sportive e attività alternative che possono spostare l'attenzione dei customer sportivi.

La presenza di discipline sportive sostitutive e di attività alternative limita il campo di manovra dell'organizzazione in quanto il **customer sportivo può passare da una disciplina a un'altra** che la sostituisca.

La minaccia competitiva di sport e attività sostitutivi deriva dalla presenza o meno di difficoltà e costi che i customer sportivi affrontano per passare da un'attività all'altra.



Customer sportivi



Sono **spettatori, praticanti** e **aggregati istituzionali** come famiglie e scuole.

Gli spettatori sono coloro che desiderano **essere presenti** all'**evento sportivo** fisicamente o attraverso i media.

I praticanti prendono parte in **maniera attiva** all'**atto sportivo**.

Famiglie e altri soggetti vedono lo sport con la prospettiva del cliente, con **interessi** di natura sociale ed **emotiva**, e si attivano di conseguenza anche per conto dei soggetti direttamente interessati alla pratica.



Technical operator



Sono i partner che **forniscono** il **materiale** e/o l'intero **abbigliamento tecnico** al sodalizio sportivo, acquisendo il diritto di esporre il proprio marchio su tutta la fornitura destinata alla stessa compagine.

Non sono quasi mai legati ad una sola realtà sportiva. Il loro potere contrattuale è influenzato dal **numero** di **imprese fornitrici**, dal **prestigio** e dalla **visibilità** dell'organizzazione sportiva.

Mirano a trarre **beneficio economico**, di **posizionamento** e di **visibilità** dalla collaborazione con l'organizzazione sportiva.

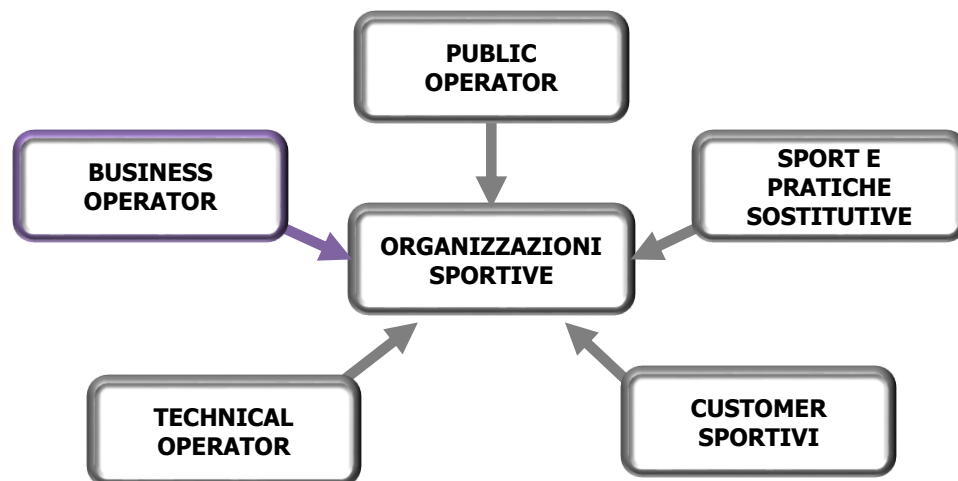


Business operator



Sono i soggetti che potenzialmente possono fornire **supporto, finanziario** e/o di **altra natura**, all'organizzazione sportiva, al fine di permettere alla stessa di svolgere le proprie attività e allo stesso tempo di **ottenere un beneficio** in ritorno di immagine, di ritorno mediatico attraverso una migliore commercializzazione dei loro prodotti e/o servizi, oppure in termini di visibilità sul territorio.

Tali soggetti si aspettano dalla realtà sportiva **occasioni d'incontro privilegiato** con **customer sportivi** ed altri **business operator**, che consentano loro di presentare ed offrire i loro prodotti e servizi a soggetti spesso già fidelizzati con l'organizzazione stessa.



Public operator



Sono **Istituzioni** ed **Enti Pubblici** che, a vario titolo, possono esercitare forza nei confronti delle organizzazioni sportive.

Il loro primo obiettivo è **incrementare** il **benessere generale** di chi vive sul territorio; ad esempio, favorendo la pratica sportiva di ragazzi e ragazze che vivono in situazioni di disagio.

Il secondo è quello di **promuovere** il **territorio** per **attrarre** altre **persone** e **generare nuove economie**; ad esempio, sviluppando percorsi di turismo e marketing territoriale.



Esempio: Pallamano Modena A.S.D. - Analisi del Settore Sportivo (I)



La Pallamano Modena A.S.D. è un'associazione sportiva dilettantistica di pallamano con sede nella città di Modena, fondata nel 1970. Milita in Serie B, la terza serie del campionato italiano di pallamano maschile. Disputa le proprie gare interne al PalaMolza di Modena.

Nel 2007 nasce, da una costola della società stessa, la Scuola Pallamano Modena con l'obiettivo di valorizzare e dare spazio al movimento giovanile, anche secondo una logica di sostenibilità economica. Negli anni, la Scuola Pallamano Modena è diventata protagonista sul proprio territorio, anche grazie alla riqualificazione e all'adeguamento del PalaMolza.



Esempio: Pallamano Modena A.S.D. - Analisi del Settore Sportivo (II)

