



FEDERAZIONE ITALIANA GIUOCO CALCIO

presenta



KICKOFF 2015

CESENA, 19-21 GIUGNO 2015

FOREVER **FASTER** **PUMA** 





COSA

KickOff è un evento annuale, residenziale sul gioco del calcio.

Un luogo di elaborazione e produzione di idee e contenuti, che ha nella visione prospettica e nella trasversalità culturale, politica e professionale dei suoi partecipanti le sue caratteristiche fondanti. Uno spazio informale, interattivo, trasversale e coerente rispetto alle esperienze e alle dinamiche contemporanee.

KickOff promuove un confronto laico, equilibrato, libero, con una modalità di discussione aperta, spontanea e priva di tic ideologici.

CHI

In 250 partecipano a KickOff2015. I suoi protagonisti sono selezionati dai mondi delle professioni, della politica, dell'economia, della cultura, della scienza.

A connetterli è il filo rosso della passione per il calcio e l'amore per l'immaginazione.

COME

KickOff è articolato in:

- sedute plenarie, riservate a momenti di analisi "scenaristica" e alla definizione del quadro di riferimento;
- 11 tavoli di lavoro più ristretti, i Play Team, che approfondiscono temi cruciali e producono contenuti e idee;
- momenti conviviali (presentazioni di libri, spettacoli teatrali, visite culturali, cene-degustazione);
- progetti speciali.



DOVE

KickOff2015 si svolge sul manto erboso debitamente allestito dell'Orologel Stadium "Dino Manuzzi" di Cesena, il più importante e capiente impianto sportivo della Romagna.

PERCHÉ

L'obiettivo di KickOff è quello di:

- puntare i riflettori su tutte le zone del campo, raccontando anche un altro calcio. O il calcio anche in un altro modo;
- contaminare il mondo del calcio con diverse professionalità, esperienze, competenze. Unico fil rouge: la passione per il pallone e la capacità di sognare, di osare, di pre-vedere;
- raccogliere contributi importanti in termini di idee e suggestioni innovative;
- proiettare un'organizzazione e un sistema in un contesto che guardi al futuro che – come diceva Eleanor Roosevelt – "appartiene a coloro che credono nella bellezza dei propri sogni".



PROGRAMMA

VENERDÌ 19 GIUGNO 2015

- h 18:00 *Sfide* - La partita di calcio di KickOff2015
all'Orologel Stadium Dino Manuzzi
via dello Stadio, 124
- h 20:30 Aperitivo e cena di benvenuto al Technogym Village
via Calcinaro 2861, Cesena

SABATO 20 GIUGNO 2015

- h 9:00 Partenza delle navette dagli alberghi
- h 9:15 Arrivo dei partecipanti all'Orologel Stadium Dino Manuzzi
via dello Stadio, 124
- Registrazione e consegna materiali
Apertura dei lavori della plenaria in Curva Nord
Monologo di **Enrico Lo Verso** attore
Il calcio dà i numeri
Michele Uva direttore generale FIGC
Il calcio sostenibile
Carlo Alberto Carnevale Maffè SDA Bocconi
Il DNA del pallone
Edoardo Boncinelli genetista
Il calcio divertente e vincente
Lecture di **Arrigo Sacchi**
Monologo di **Cristiana Capotondi** attrice
- h 11:30 Apertura dei lavori nei Play Team (PT)
sul manto erboso dell'Orologel Stadium Dino Manuzzi
- h 13:30 Pranzo



PROGRAMMA

- h 14:30 Ripresa dei lavori nei PT
h 18:30 Chiusura dei lavori nei PT
h 18:45 Trasferimento agli alberghi con le navette
h 19:30 Aperitivo al Teatro Verdi via Luigi Sostegni 13, Cesena
h 20:30 *Ironicamente illese le ruote. La storia del Grande Torino*
Monologo di **Antonello Piroso** giornalista
h 22:00 Light dinner
DJ set

DOMENICA 21 GIUGNO 2015

- h 9:00 Arrivo dei partecipanti all'Orologio Stadium Dino Manuzzi
h 9:30 Ripresa dei lavori nei PT
h 11:30 Seduta plenaria in Curva Nord
Monologo di **Dino Giarrusso** Mediaset, Le Iene
Artegoal
Francesco Cascino art consultant
Il calcio è filosofia!
Vittorio V. Alberti filosofo, Pontificia Università Lateranense
È solo un gioco...?
Enrico Bertolino formatore
Campioni del mondo!
Pierluigi Collina e **Nicola Rizzoli**
intervistati da **Riccardo Cucchi**
Presentazione delle idee dei PT
h 13:30 Pranzo



PROGETTI SPECIALI

STREET ART

Performance live durante l'evento KickOff

COSA Alcuni tra i più rinomati street artists si esibiranno dentro l'Orogel Stadium Dino Manuzzi di Cesena realizzando opere che si relazioneranno con la conformazione e la storia del luogo che li ospita, in un'ottica di rispetto, condivisione e divulgazione della memoria, delle caratteristiche e dell'identità dello stesso.

QUANDO La performance live avverrà durante i giorni di KickOff2015, da venerdì 19 a domenica 21 giugno.

PERCHÉ Lo Stadio come un museo a cielo aperto, dove l'Arte di strada ha la possibilità di interagire con cittadini e tifosi. Lo stadio come un luogo in cui esporre l'arte contemporanea offrendola a un pubblico vastissimo, più numeroso di quello di una tradizionale galleria d'arte.

Responsabile del progetto: **Angelo Argento** avvocato
in collaborazione con **999CONTEMPORARY**.





PROGETTI SPECIALI

RETE!

Un torneo di calcio fattore di inclusione sociale

COSA Il Progetto Rete! prevede la realizzazione di una ricerca scientifica sulle condizioni psicologiche dei minori per identificare e valutare, ai fini della promozione dell'inclusione sociale, i modi in cui lo sport agisce in contesti con una maggiore "vulnerabilità" e predisposizione al disagio psichico.

DESTINATARI Minori stranieri non accompagnati accolti presso centri di accoglienza SPRAR e, per facilitare l'interazione tra pari e i processi di inclusione sociale e interculturale, minori italiani.

COME Il progetto Rete prevede un torneo di calcio tra i minori e una fase di screening specifica, con la somministrazione di questionari creati ad hoc.

CHI Il progetto verrà realizzato dal Centro di Ricerca Universitario Health Human Care and Social Intercultural Assessments (H.E.R.A.) dell'Università Cattolica di Roma, con la FIGC, il Servizio di Protezione per Richiedenti Asilo e Rifugiati del Ministero dell'Interno e l'ANCI.

Responsabile del progetto:

Emanuele Caroppo Università Cattolica Roma





PLAY TEAM

11 PLAY TEAM (PT)

Idee, suggestioni, emozioni. Contaminazione, incontro, confronto. Elaborazione, ideazione, ricerca. Tutto questo sono i Play Team, che si svolgono contemporaneamente nelle giornate del 19 e 20 giugno: gruppi di lavoro cui prendono parte coloro che intervengono a KickOff2015.

Ogni partecipante può assistere ai lavori di un solo gruppo. I PT si aprono durante i giorni del KickOff, ma già nelle settimane precedenti si riuniscono in formati più ristretti per predisporre la documentazione base da inviare a tutti i partecipanti e per elaborare le linee guida dell'idea oggetto di discussione del tavolo.

11 VALORI

Responsabilità, Condivisione, Pre-visione, Partecipazione, Creatività, Spettacolarità, Benessere, Rigore, Equilibrio, Valore, Futuro.

Queste le 11 parole, questi gli 11 valori di riferimento, uno per Play Team, individuati per KickOff2015.

11 IDEE

I portavoce degli 11 Play Team, domenica mattina a chiusura di KickOff 2015, in seduta plenaria, in Curva Nord, presenteranno i risultati dei loro lavori.



PLAY TEAM KICKOFF2015





RESPONSABILITÀ

ETICA / EDUCAZIONE / CAMPETTO / INCLUSIONE / SOLIDARIETÀ / GIOVANI
IUS SOLI / PARI OPPORTUNITÀ / CENTRI DI ACCOGLIENZA / FELICITÀ
VULNERABILITÀ / MARGINALITÀ / INTERCULTURA / RESILIENZA



1. RESPONSABILITÀ IL CALCIO AL SERVIZIO DEGLI ALTRI

Il calcio partecipa alla definizione del “senso comune”, di quel “giudizio senz’alcuna riflessione, comunemente sentito da tutto un ordine, da tutto un popolo, da tutta una nazione o da tutto il genere umano” (Giambattista Vico). In altre parole il calcio concorre alla costruzione identitaria di individui, società, culture, stili di vita.



Lo sviluppo sociale, il progresso educativo e i cambiamenti culturali di intere aree geografiche del pianeta, che coinvolgono in particolar modo bambini e adolescenti, sono fortemente influenzati dal sistema calcio.

Da qui la maggiore responsabilità che si chiede al mondo del calcio: esempi, non opinioni. È un impegno sociale capace, al di là dei finanziamenti spot a singole attività, di individuare policies e azioni concrete che rendano il calcio protagonista di un cambiamento culturale che coinvolge schiere di bambini e adolescenti. Gli adulti di domani.

Non è infatti eccessivo affermare che il sistema calcio può contribuire a incrementare il livello di “felicità” delle generazioni a venire e, attraverso una condivisione di risorse e obiettivi, a implementare la tendenza alla sostenibilità, non soltanto “empatica”, ma anche economica. Così come è auspicabile, ad esempio, la collaborazione tra sistema calcio e sistema sanitario nazionale o una sinergia con il sistema scolastico per ridurre fenomeni di dispersione, uso di droghe e criminalità.

E torniamo, anche in questi casi, a parlare di un incremento dei livelli di felicità e benessere per i ragazzi meno fortunati.

E di ciò, soprattutto i governi, dovrebbero prendere atto, sia a livello centrale, che territoriale.

Infine il calcio, come potente veicolo d’inclusione sociale per migranti, potrebbe, attraverso l’implementazione di progetti ad hoc, sconfinare la “solitudine” degli stranieri, ancora oggi tra i principali responsabili della vulnerabilità dei popoli in transito.

Insomma, prescrivere, promuovere e includere il calcio sono alcuni dei goal con cui questo play team intende vincere la partita della responsabilità.



STAFF ALLENATORE

Nicola Barone giornalista, Il Sole 24 Ore
Emanuele Caroppo psichiatra,
Università Cattolica del Sacro Cuore
Roberto Rosetti dirigente arbitrale

PREPARATORE

Fiona May dirigente Sportivo

CALCIO DI INIZIO

Andrea Anastasi allenatore di pallavolo



PARTECIPAZIONE

PIATTAFORME DIGITALI INNOVATIVE / DIRITTI TV
NUOVI MERCATI / SOCIAL MEDIA / SITI UFFICIALI / APP
E-COMMERCE / RISCHI E OPPORTUNITÀ



2. PARTECIPAZIONE UN FUTURO DA CONDIVIDERE

Il calcio è sport, il calcio è cultura, il calcio è business. Nella parola partecipazione sta quindi l'essenza del calcio: nello sport persone diverse partecipano a un gigantesco gioco collettivo; nella cultura,

molte identità differenti si compongono in un disegno comune, che tutti accoglie e tutti invita a partecipare; nel business si generano continuamente flussi economico-finanziari, cui partecipano diversi soggetti, formando una filiera complessa e rilevante.

Il calcio poggia su una rete aperta di relazioni, dove ciascun punto della rete è interdipendente con qualche altro, a propria volta connesso ad altri ancora: media e dilettanti, tesserati e giornalisti, professionisti e intellettuali, politici e sponsor, spettatori e imprenditori, istituzioni centrali e territoriali, ciascuno si sente (ed è) partecipe di questo gigantesco castello di valore.



Nella capacità del calcio di costruire e realizzare una vera e viva partecipazione di chiunque lo desideri, sta la sua capacità di creare valore sostenibile, nel tempo e nello spazio.

La Rivoluzione Digitale promette di esplodere il potenziale partecipativo e generativo di valore naturalmente insito nel calcio: la produzione del gioco, anche a livello dilettantistico, potrà giovare del supporto sociale dei nuovi media e della rete; l'estensione spazio-temporale dell'esperienza che il calcio offre consentirà la partecipazione diretta del tifoso a tutto il ciclo di vita dell'evento; il mondo dei diritti tv potrebbe esserne influenzato, e via dicendo.

Siamo all'alba di una trasformazione che, grazie alla tecnologia, modificherà il perimetro esistenziale del calcio, rendendolo permeabile a una partecipazione attiva, pervasiva e continuativa di tutte le persone che lo amano.

La partita da vincere sarà quella di cavalcare e indirizzare questo flusso di valore, verso una nuova idea di partecipazione, includendo la periferia del sistema e modificandone i confini stessi.



STAFF ALLENATORE

Lorenza Bonaccorsi deputato

Massimiliano Magrini venture capitalist

Alberto Mattiacci Università La Sapienza

Laura Mirabella managing director uFirst

PREPARATORE

Marco Brunelli DG Lega A

CALCIO DI INIZIO

Luigi De Siervo

amministratore delegato RaiCom



PRE-VISIONE

LEADER / ORGANIZZAZIONE / MANAGEMENT
INNOVAZIONE / R&S / CONDIVISIONE
TEAM / CAPACITÀ DI ANTICIPAZIONE



3. PRE-VISIONE

LEADER DI UNO SPOGLIATOIO UNITO

L'utilizzo dei dati del mondo del calcio può portare alla strutturazione di uno schema matematico.

In questo schema, che prende corpo grazie all'analisi sistemica di enormi flussi di dati, vanno individuati ed evidenziati diversi hub, influencer e collegamenti, i quali possono essere indifferentemente sia luoghi sia cose o persone (per esempio la tribuna d'onore di un impianto sportivo, il presidente della Lega A, un capo ultras come Genny 'a carogna o una giornalista come Ilaria D'Amico).

Il network visibile che deriva dal disegno dello schema individua e stabilisce una leadership più diffusa, orizzontale e distribuita tra i vari settori sociali, sportivi, economici, legali.

In tal senso, per consolidare l'unità del network e il legame tra i vari hub e influencer, sarebbe auspicabile immaginare la creazione di una moneta matematica interna al mondo del calcio, il cui valore verrebbe stabilito dalla reputazione degli hub e degli influencer stessi; ad esempio se un capo degli ultras riesce a far alzare lo

striscione "peace & love" ai tifosi mentre gettano margherite, lo stesso guadagna credito e valore. Le monete potrebbero essere "spese" in qualsiasi settore del mondo del calcio.

Sfruttando i dati del passato, il network progetterà le mosse future in maniera più certa. Gli schemi previsionali seguono le regole dei sistemi di network che presentano le stesse dinamiche in ogni settore al quale vengono applicati.

Lo stesso Obama, per esempio, ha utilizzato questi schemi per la campagna elettorale ma gli stessi sono stati sfruttati anche per cambiare la ricerca sul tumore, la prevenzione dei reati, le indagini giudiziarie, il gioco in borsa.

La sfida è quella di estenderne l'applicazione anche al mondo del calcio, utilizzando le più avveniristiche tecniche sistemiche d'analisi di network, con l'obiettivo di anticipare il futuro per migliorarlo.



STAFF ALLENATORE

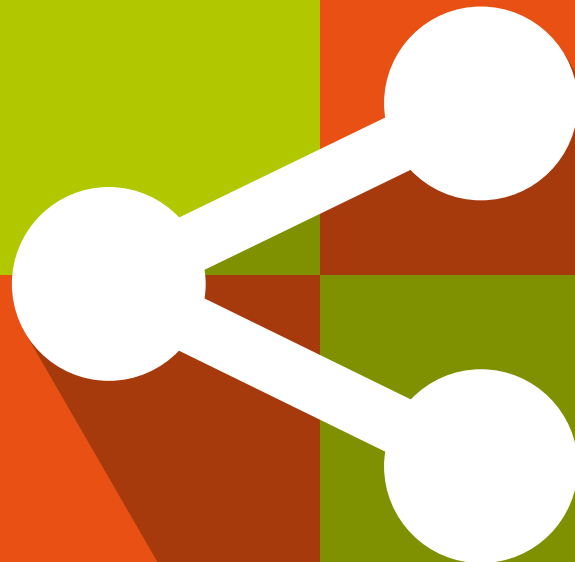
Barbara Carfagna giornalista, Rai TG1
Andrea Pezzi imprenditore

PREPARATORE

Antonio Cabrini commissario tecnico della Nazionale italiana femminile di calcio

CALCIO DI INIZIO

Pedro Pinto
capo Ufficio Stampa della Presidenza UEFA



CONDIVISIONE

SOCIOLOGIA / STILI DI CONSUMO / TEMPO LIBERO
EDUCAZIONE AL CONSUMO / CULTURA DELLO SPORT
FITNESS / WELLNESS / TURISMO SPORTIVO



4. CONDIVISIONE PANEM ET CIRCENSES

Lo sport in Italia rappresenta uno dei primi aggregatori sociali, in grado di catalizzare passioni, scambi e una grande dedizione personale. Il calcio riveste un primato da questo punto di vista, associando ai valori positivi della pratica, amatoriale e professionale, quelli della fruizione di contenuti. Si

va da un interesse quasi tecnico, che stimola un'attenzione costante e analitica al mondo del calcio, a uno emotivo, che supporta una vita da tifoseria accesa e partecipata, caratterizzata da legami personali solidi e duraturi.

Come fenomeno nel suo insieme, il calcio rappresenta un vero e proprio tessuto connettivo, un medium relazione che veicola una molteplicità di aspetti e valori: principi etici, convinzioni profonde, norme di condotta esemplari, così come passioni e attitudini ludiche.

Si tratta di componenti che rivestono un ruolo non secondario nell'equilibrio individuale e delle diverse comunità di riferimento. Un ruolo che non può essere consegnato allo spontaneismo di

un andamento casuale, ma deve essere incentivato e indirizzato per promuovere uno sviluppo corretto della nostra società, avvicinando le giovani generazioni a valori educativi sani e a solidi principi.

Nulla come il calcio ha la proprietà di far incontrare e mettere a sintesi polarità opposte, generazionali, ideologiche, socioculturali. E come altre fondamentali componenti antropologiche delle nostre vite - il denaro, il sesso, il potere - lo sport, e in particolare il calcio, entra in modo diretto o indiretto in molti momenti della quotidianità e rappresenta uno straordinario facilitatore che consente di parlare e trasmettere sentimenti "difficili" quali la motivazione, lo sconforto, la capacità di costruire una visione o sopportare una sconfitta.

Il lavoro sarà quello di mappare questa sorta di "fenomenologia del calcio", nelle diverse comunità in cui essa prende forma, per arrivare a individuare indicazioni e azioni utili a estrarne il "valore aggiunto positivo".

Valore e valori da intercettare e promuovere a tutti i livelli, sia istituzionali sia di sponsorship e di comunicazione.



STAFF ALLENATORE

Monica Fabris presidente Episteme
Simonetta Giordani

manager, ex sottosegretario al Turismo

Renzo Cotarella enologo

PREPARATORE

Salvatore Sanzo giornalista, Oro Olimpico

CALCIO DI INIZIO

Paolo De Paola direttore Corriere dello Sport



BENESSERE

SALUTE / MEDICINA / EXPO2015 / ALIMENTAZIONE
STILI DI VITA / PREVENZIONE / SCIENZA E SPORT
PRATICA SPORTIVA E SEDENTARIETÀ / METODOLOGIE DI ALLENAMENTO



5. BENESSERE DIFESA SOLIDA CON INTERVENTI CORRETTIVI

Il play team rappresenta un ponte con le iniziative che in tutto il mondo occidentale si stanno mobilitando per contrastare quella che l'Organizzazione mondiale della sanità considera un'epidemia globale silenziosa: l'obesità infantile.

Il numero di bambini obesi e in sovrappeso con meno di 5 anni potrebbe passare dagli oltre 42 milioni del 2013 a 70 milioni nel 2025. Con un aumento per le spese d'assistenza sanitaria in Europa pari a oltre il 6%, cui vanno sommati i relativi costi indiretti.

Secondo gli ultimi dati del sistema di sorveglianza nazionale "Okkio alla Salute" (Istituto superiore di sanità, Ministero dell'Istruzione, Regioni e Aziende sanitarie locali), l'Italia si colloca ai primi posti in Europa per sovrappeso e obesità infantile. In particolare i dati evidenziano che i bambini in sovrappeso sono il 20,9%, i bambini obesi sono il 9,8% e le prevalenze più alte si registrano nelle Regioni del Sud del Centro.



Per arrestare la crescita del sovrappeso e dell'obesità nei bambini e nei giovani, il programma europeo "Action Plan on Childhood Obesity 2014" richiama la partecipazione attiva di una vasta gamma di stakeholder tra cui la società civile. Le linee guida sollecitano interventi per promuovere stili di vita salutari già a partire dai primi anni di vita e naturalmente suggeriscono l'incremento dell'attività fisica, anche inserendo la pratica sportiva tra le prescrizioni di prevenzione e verifica da parte di medici e pediatri di base.

L'obiettivo del Play Team è quindi quello di richiamare alla discussione comune esperti nutrizionisti, chef di primo piano, educatori, medici, epidemiologi stabilendo contatti con tutti i soggetti che hanno programmi ad hoc sull'obesità (in questo senso si spiega la collaborazione già avviata con Expo 2015 e con l'ospedale Bambin Gesù di Roma) ed elaborando un nuovo corpus di suggerimenti e regole per indirizzare le proprie abitudini alimentari e quelle dei propri figli verso uno stile di vita più sano e più corretto.



STAFF ALLENATORE

Roberto Arditti

direttore affari istituzionali Expo 2015

Riccardo Cotarella enologo

Federica De Denaro giornalista, Rai 1

PREPARATORE

Paolo Bertelli preparatore Nazionale italiana di Calcio

CALCIO DI INIZIO

Claudio Silvestri

cuoco della Nazionale italiana di Calcio



RIGORE

REGOLE / POLITICA / LEGGI E GIUSTIZIA
GIUSTIZIA E SPORT / RESPONSABILITÀ / EQUITÀ
GIUSTIZIA E RISULTATO SPORTIVO / INGERENZA



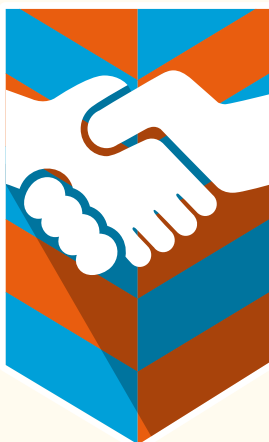
6. RIGORE IL PATRIMONIO DA CONDIVIDERE

“Il gioco ha le sue regole (...). Riguardo alle regole del gioco non è possibile lo scetticismo (...). Non appena si trasgrediscono, il mondo del gioco crolla. Non esiste più gioco” (J. Huzinga, Homo Ludens).

L'ordinamento sportivo è un universo di regole orientate a favorire la promozione dei valori della lealtà, della correttezza e della probità e a garantire il regolare svolgimento delle competizioni, parte essenziale delle attività della comunità sportiva. Esso è regolamentato in base al principio di autonomia su cui è fondato l'ordinamento sportivo.

Il sistema disciplinare, teso a sanzionare la violazione delle regole, riconnette la responsabilità delle singole persone fisiche, che volontariamente aderiscono all'ordinamento, ai consueti criteri del dolo e della colpa.

Multiformi sono invece le forme di responsabilità previste in capo agli enti (società e associazioni) cui a vario titolo sono legate le persone fisiche, sulla base delle figure distinte della responsabilità diretta, presunta e oggettiva.



Gli enti, inoltre, rispondono sotto il profilo disciplinare anche per le condotte di soggetti del tutto estranei all'ordinamento, quali i sostenitori.

Occorre chiedersi se l'attuale sistema delle responsabilità sia in grado di colpire in modo efficace chi viola le regole o si presta, come è accaduto in passato, a facili elusioni grazie alla non sempre chiara distinzione tra le diverse forme di responsabilità.

Tale indeterminatezza ha prodotto in passato alcuni sorprendenti casi di “degradazione” da responsabilità diretta a forme meno gravi: ciò ha consentito di lasciare sostanzialmente impuniti (ovvero puniti in maniera lieve) comportamenti percepiti dai “fruitori” del prodotto calcio come “fuori dalle regole”.

Un sistema delle responsabilità che consente simile “scappatoie” merita forse di essere rimeditato, anche perché lo stesso sistema sembra essere poi fin troppo affrettivo quando prevede la possibilità di punire, a titolo di responsabilità oggettiva, le società di calcio per alcune condotte dei propri sostenitori anche quando nessuna colpa in vigilando può essere ascritta a queste ultime.



STAFF ALLENATORE

Saverio Sticchi Damiani

avvocato, Università del Salento

Michel Martone Università di Teramo, Scuola Superiore di Pubblica Amministrazione, Luiss

Filippo Patroni Griffi consigliere di Stato

PREPARATORE

Mario Gallavotti ufficio legale FIGC

CALCIO DI INIZIO

Giulia Bongiorno avvocato



CREATIVITÀ

CULTURA / IDENTITÀ NAZIONALE / ARTE
PUBBLICITÀ E LINGUAGGIO / PROMOZIONE
LINGUAGGI IDENTITARI / SUBCULTURA GIOVANILE



7. CREATIVITÀ UNA TRADIZIONE CULTURALE UNICA

«Gli italiani perdono le guerre come se fossero partite di calcio e le partite di calcio come se fossero guerre», diceva Winston Churchill.

Il calcio non è questione di frivolezza, è un fatto di cultura. Gli stessi inventori del football compresero ben presto come il calcio fosse molto più che un semplice gioco: era un pezzo della nostra storia, una leva di riscatto nazionale, una declinazione moderna delle antiche lotte di campanile.



Un fenomeno culturale e identitario che trasmette emozioni, senso del bello, sogni e riflessioni e rappresenta il più forte strumento di identità nazionale, come più volte sottolineato da diversi Presidenti della Repubblica.

È il 21 giugno 1970. Allo stadio Azteca di Città del Messico il Brasile di Pelé e Tostão si è imposto sull'Italia di Gigi Riva con il risultato di 4 a 1. Per i giornali di mezzo mondo è l'ennesimo trionfo del futebol arte, del calcio ballato, del calcio-carnevale, allegro e irriverente, tipico del modo d'essere e di fare dei brasiliani.

11 luglio 1982. Madrid, Stadio Santiago Bernabeu. L'Italia di Paolo Rossi conquista il suo terzo titolo mondiale battendo la Germania Ovest per 3 a 1. È l'astuzia italiana, si dice, ad aver avuto la meglio sulla potenza tedesca. Il calcio, quindi, come sport, ma soprattutto come patrimonio di valori etici e culturali che diventa icona culturale e identitaria di un popolo (il modo in cui si gioca a pallone condensa e riflette il carattere nazionale).

Il calcio come forma di globalizzazione (la prima) del senso estetico: parla lo stesso linguaggio, suscita emozioni, produce il bello (gesti atletici oggi non più irripetibili grazie a replay e moviole).

La sfida sarà quella di individuare le radici più profonde, esaltare i filoni narrativi più proficui, selezionare le modalità espressive più incisive e coinvolgenti, per costruire e preservare la memoria storica che partendo dalla Nazionale parli agli italiani tutti.



STAFF ALLENATORE

Angelo Argentò avvocato

Luca Beatrice critico d'arte e curatore

Andrea Vianello direttore Rai Tre

Fabio Guadagnini
vicepresidente e direttore di Fox Sports Italia

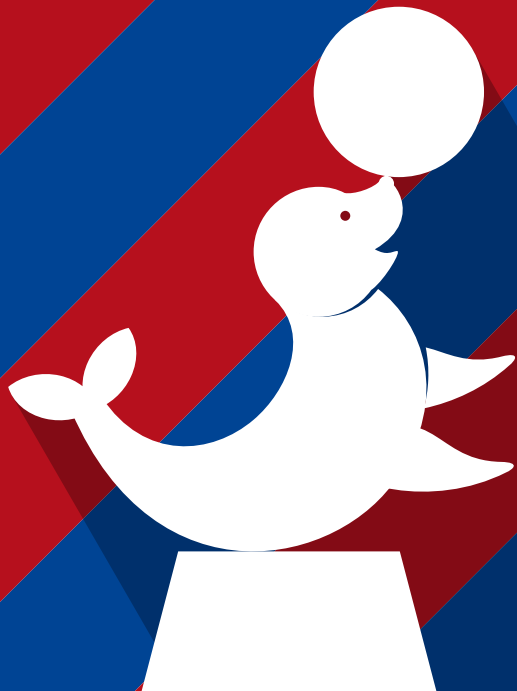
PREPARATORE

Matteo Marani Il Guerin Sportivo

CALCIO DI INIZIO

Nicola Maccanico

Direttore generale Warner Bros Italia



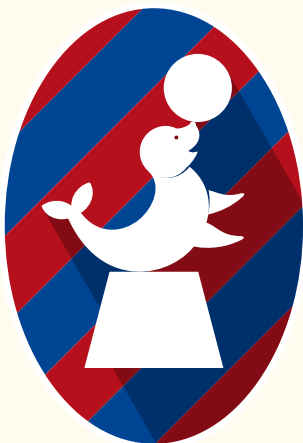
SPETTACOLARITÀ

STADI DI NUOVA GENERAZIONE / PROJECT FINANCING
BUSINESS PLAN / TERRITORIO / MATCH-DAY E NO-MATCH-DAY
LEGACY E SOSTENIBILITÀ / PROGETTAZIONE E COSTRUZIONE
AFFLUENZA / POTENZIALE FUTURO / LUOGHI DI GIOIA



8. SPETTACOLARITÀ LA FORZA DI UNA PASSIONE

L'obiettivo del PT è quello di delineare un nuovo modello italiano di impiantistica sportiva per lo stadio urbano e sostenibile. Sono tre i temi individuati per lo sviluppo di questo PT: gli stadi del futuro; lo stadio urbano; la redazione delle Linee Guida Italiane di Progettazione, Costruzione, Ristrutturazione e Gestione degli stadi.



Gli stadi del futuro: l'obiettivo è quello di anticipare i trend che si svilupperanno nel prossimo decennio: è possibile valutare le funzionalità richieste all'interno degli stadi tra dieci anni? Quali saranno i requisiti che dovranno avere gli stadi del futuro? Quali tipologie di fruizione e consumi dovranno prevedere?

Lo stadio urbano: qui si vuole approfondire il ruolo degli impianti calcistici nel contesto locale: gli impianti italiani (sia a livello di calcio professionistico sia dilettantistico, comprendendo anche gli impianti di base) dovrebbero diventare parte integrante del tessuto sociale della comu-

nità locale, dovrebbero dare impiego e rappresentare una risorsa per tutti gli stakeholder presenti sul territorio (ad esempio aziende, società sportive, associazioni ed enti, scuole, ecc). Da questo punto di vista, come può lo stadio rappresentare un vero valore aggiunto per la comunità locale?

Linee Guida Italiane di Progettazione, Costruzione, Ristrutturazione e Gestione degli stadi:

questo PT intende fornire un contributo alla redazione di linee guida specifiche, basate sulle tipicità e peculiarità dello scenario italiano. Verranno attivate sinergie tra FIGC, università (vedi Politecnico di Milano) ed esperti di primo piano del settore per sintetizzare un documento che sarà messo a disposizione di tutti i soggetti che intendono investire in un nuovo impianto, puntare sulla riqualificazione dello stadio esistente o fare formazione.

Rispetto ai principali documenti riscontrabili a livello internazionale, che riguardano unicamente stadi di grandi dimensioni, si potrebbe pensare di allargare il perimetro di riferimento anche agli impianti calcistici di base e a quelli utilizzati dai club dilettantistici presenti sul territorio (a oggi la bibliografia specifica su tale tema è estremamente limitata).



STAFF ALLENATORE

Emilio Faroldi

Politecnico Milano

Gianfranco Teotino

giornalista

PREPARATORE

Niccolò Donna FIGC

CALCIO DI INIZIO

Claudio Fenucci

amministratore delegato Bologna Calcio



EQUILIBRIO

ECONOMIA DELLO SPORT / FISCO / GOVERNANCE / REDDITO
INTEGRITÀ / INVESTIMENTI / CAPITALI / FINANCIAL FAIR PLAY
INDOTTO / FONDI DI INVESTIMENTO / SPONSOR



9. EQUILIBRIO LA GESTIONE INTEGRATA DEL SISTEMA

Il sistema calcio é oggi parte integrante e componente fondamentale dello sviluppo economico e finanziario del Paese.

Il rilancio italiano deve puntare sulle proprie eccellenze e peculiarità storico-culturali.

Lo slancio verso il futuro, partendo dalla valorizzazione del patrimonio artistico ed enogastronomico e dalla spinta all'innovazione e all'attenzione al miglioramento continuo della qualità manifatturiera, deve arrivare a generare un nuovo senso di orgoglio nazionale. Componente spirituale fondativa ne è anzitutto l'orgoglio sportivo nazionale, che passa per un "sistema calcio" sano e profittevole, in grado di fare da volano per le sfide di politica sportiva e internazionale che il Paese può e deve vincere.

La capacità endogena del sistema di generare reddito, da redistribuire sul territorio, passa per l'analisi e l'implementazione di politiche attive di governance, con l'obiettivo di supportare una moderna visione dell'economia dello sport, intesa come nuovo asset portante dello sviluppo economico.



L'effetto congiunto di una serie di elementi, risulterà fondamentale per consolidare il sistema: le scelte di politica fiscale tese a migliorare la competitività del sistema italiano nel più ampio panorama internazionale in linea con le normative degli altri paesi europei; la capacità di attrazione di nuovi capitali, in grado investire su asset nuovamente strategici, finanziariamente solidi e capaci di sostenere lo slancio del sistema; la diffusione di moderne metodologie gestionali, tese ad affermare e ulteriormente migliorare le politiche di Financial Fair Play; il ritorno a una visione condivisa con gli stakeholder, sia economici sia istituzionali, su più chiari e certi ritorni economico-sociali delle politiche di investimento, partnership e valorizzazione del sistema calcio.

La sfida è quella d'integrare il calcio all'interno del processo di rilancio economico-culturale del paese, rendendolo esempio virtuoso di una gestione sana e oculata, capace di guardare alle imminenti sfide dell'internazionalizzazione e standardizzazione dei sistemi economico-fiscali, con il ritrovato sorriso dell'ottimismo e della certezza della vittoria.



STAFF ALLENATORE

Francesco Boccia presidente
Commissione Bilancio Camera dei Deputati
Donato Masciandaro Università Bocconi

PREPARATORE

Francesca Sanzone vicedirettore Generale FIGC
CALCIO DI INIZIO
Marco Bogarelli presidente Infront Italia



VALORE

EFFICIENZA ORGANIZZATIVA / GESTIONE DEL RISCHIO / ASCOLTO E CONDIVISIONE
GESTIONE DELLA REPUTAZIONE / COERENZA PROGETTUALE-ORGANIZZATIVA
PRESIDIO TERRITORIALE / OBIETTIVI VS RISULTATI / VISIONE STRATEGICA
INTANGIBLES / INCLUSIVITÀ vs SELETTIVITÀ / PERFORMANCE



10. VALORE IL SISTEMA ALLO SPECCHIO

Il concetto di valore guida, l'agire dei singoli e delle organizzazioni complesse.

Ciascuno di noi, ogni mattina, decide come dare "valore" alla propria giornata, ciascuno di noi ogni sera può fare il consuntivo del valore che ha creato e individuare coloro ai quali lo ha direttamente o indirettamente destinato.



La stessa dinamica è presente, a maggior ragione, nelle organizzazioni complesse che costituiscono il sistema economico di un paese e che in esso operano. Che si tratti di organizzazioni profit o not for profit, che la proprietà sia pubblica o privata, in ogni caso a tutti i costi viene chiesto di produrre e distribuire valore, anche se di rado questo sostantivo è pienamente analizzato nelle sue varie implicazioni per il soggetto al quale si riferisce, così come di rado viene analizzato e declinato nelle sue diverse forme da chi ha la responsabilità di decidere, orientare, gestire le attività dell'organizzazione stessa.

Anche la FIGC, diremmo "soprattutto" la FIGC, soggetto che rappresenta la sintesi delle forze che governano un sistema complesso, quello del calcio italiano che attraversa il paese in tutte le sue dimensioni (geografiche, economiche, di genere, politiche, demografiche, economiche), è chiamata a produrre valore e a destinarlo ai propri interlocutori, così come ha la necessità, anzi l'obbligo, di spiegare, proprio perché soggetto cardine del sistema, che cosa considera valore, come lo produce e a chi lo destina.

L'obiettivo del play team, quindi, è quello di stimolare la connessione neuronale tra i partecipanti per riflettere su come sia possibile definire ed esprimere il concetto di "valore" per la FIGC, su quali siano le caratteristiche e le alternative di fronte alle quali si trova a dover scegliere il "sistema" da essa rappresentato, su come possano essere declinati e connessi valore e coerenza, valore e organizzazione, valore e strategia, valore e interlocutori, etc.

Infine, il passaggio chiave in un mondo sempre più avido di novità e di informazioni, è quello di proporre modalità di comunicazione di sintesi che siano adatte, per la FIGC, a raccontare i risultati dei propri processi di creazione e distribuzione del valore.



STAFF ALLENATORE

Paolo Bersani

partner Pricewaterhouse Coopers

Luca Varvelli consulente

Edoardo Lombardi Vallauri
Università Roma Tre

PREPARATORE

Annalisa Minetti Oro Paralimpico

CALCIO DI INIZIO

Nicola Rizzoli arbitro



FUTURO

PROGRAMMI DI RIFORMA / CALCIO FEMMINILE
FORMAZIONE / SETTORI GIOVANILI
MARKETING SPORTIVO / MERCHANDISING



11. FUTURO ITALIA DESTINAZIONE FUTURO

L'ipotesi sul tavolo del play team è la creazione di un "platform brand" italiano del calcio ("powered by FIGC"), trasversale a quello dei singoli team locali, sulla traccia di quanto realizzato dalle grandi

Leagues sportive americane, focalizzato su contenuti tecnico-atletici, processi, tecnologie, dati aggregati, modalità e interoperabilità con altre discipline e ambiti sportivi: insomma tutto ciò che non è team-specific e che rimane scoperto dall'offerta di affiliazione a una singola squadra.

La scommessa è che a partire da questo "platform brand" - ovvero da un insieme di sintassi comuni e protocolli operativi come se si trattasse di un sistema condiviso e aperto quale è oggi Android per gli smartphone - si possa progressivamente creare una serie di affiliazioni personali e quindi una constituency che siano process-oriented, legati cioè al movimento calcistico nel suo complesso. Questo potrebbe consentire la creazione di un flusso di relazioni e quindi



di valori economici distinti e complementari rispetto a quelli attuali, tuttora riconducibili alla somma dei singoli team-brand.

Facendo leva su questa "platform" si punta a riprogettare la "social experience" del calcio sul lato della domanda: la sfida per la FIGC è quella di diventare attore primario del "football service design", processo strategico nel quale la gestione dell'intero ciclo di vita del tifoso/praticante e dei suoi metadati, come ha insegnato Facebook al mondo intero, diventa l'asset più importante del settore.

Questa piattaforma trasversale, riferita all'intero movimento calcistico e non alla singola squadra, potrà abilitare il "life-cycle management" del tifoso e del praticante sportivo, per massimizzare in modo sistematico e permanente il senso di appartenenza, ma anche la creazione e l'appropriazione di valore economico.

Questa possibile evoluzione consentirà di affermare il principio dell'affiliazione multipla: non solo alla "squadra del cuore" ma al calcio come movimento, con una lealtà ai suoi principi e non solo alla storia e ai risultati del singolo team.



STAFF ALLENATORE

Carlo Alberto Carnevale Maffè
SDA Bocconi

Giuseppe De Filippi giornalista, Tg5
Massimo Caputi giornalista

PREPARATORE

Massimiliano Talè CONI

CALCIO DI INIZIO

Patrizia Panico capitano della Nazionale Italiana di Calcio femminile



MEDIA

KICKOFF ON AIR CON RAI RADIO 2

Tutti i giorni dalle 13:45/15:00 **Radio2 a 0** in diretta dall'Orologel Stadium "Dino Manuzzi" con **Cristiana Capotondi** e **Giorgio Lauro**.

LIVE TWITTING CON #KICKOFF

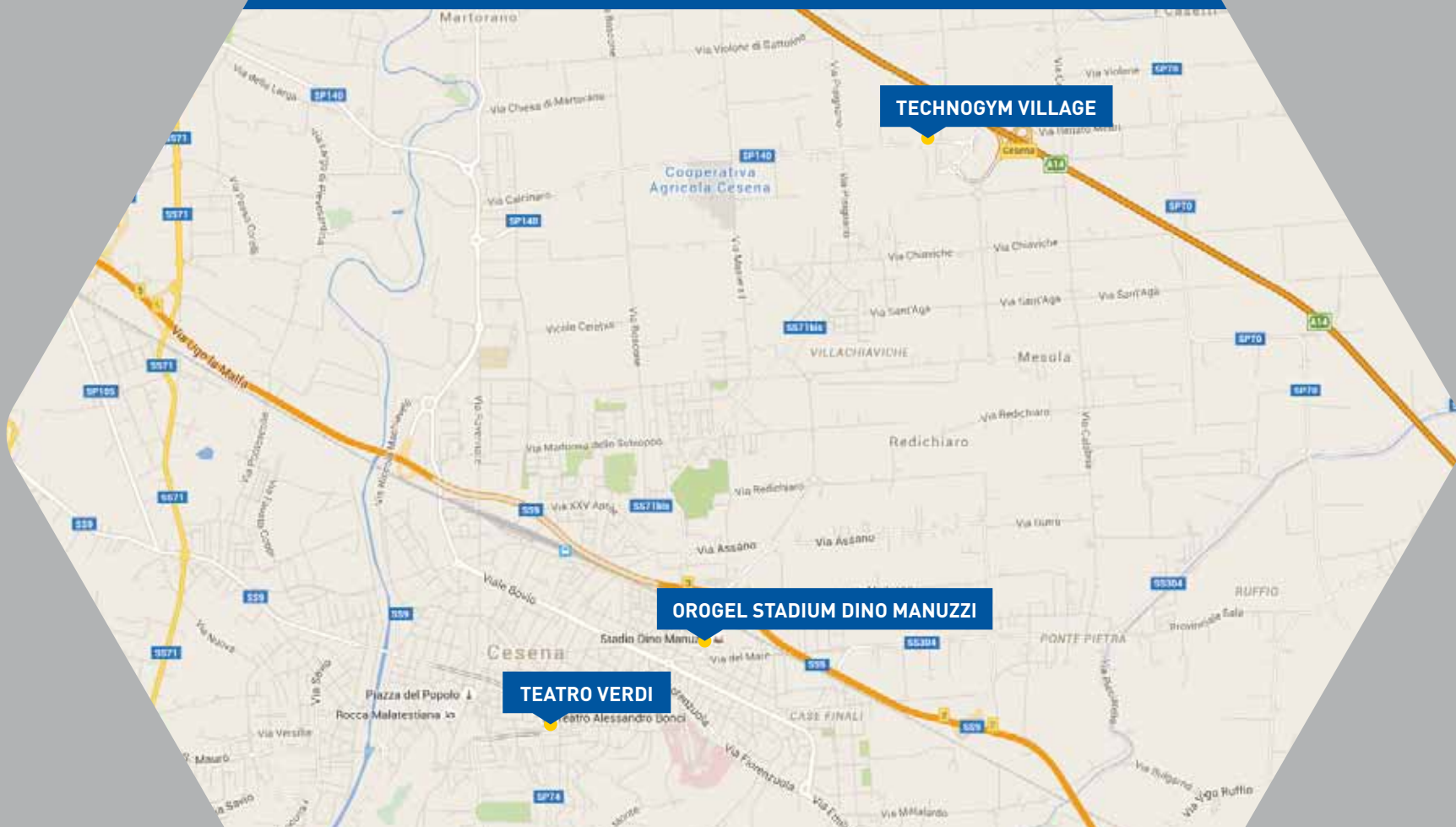
Racconta ciò che hai ascoltato durante i tavoli di lavoro, condividi i momenti più emozionanti e divertenti del weekend sui social media, usando l'hashtag #kickoff

KICKOFF2015 SUL TUO SMARTPHONE

Usa l'**App KickOff2015** per organizzare la tua giornata, condividere i contenuti e leggere gli aggiornamenti in tempo reale!



LOGISTICA



TECHNOGYM VILLAGE

OROGEL STADIUM DINO MANUZZI

TEATRO VERDI

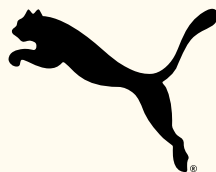
SPOSTAMENTI INTERNI PREVISTI DAL PROGRAMMA

È previsto un servizio navetta che assicurerà tutti gli spostamenti da programma.



I NOSTRI PARTNER

MAIN SPONSOR



SPONSOR SOSTENITORI



SPONSOR TECNICI





I NOSTRI PARTNER

MEDIA PARTNER



SI RINGRAZIANO



Comune di Cesena

realizzato con il contributo di



UEFA HatTrick Programme



CONTATTI

FIGC – Federazione Italiana Giuoco Calcio

via Gregorio Allegri, 14 - 00198 Roma
kickoff@figc.it / +39 0684912505

RESPONSABILE DEL PROGETTO KICKOFF

Benedetta Rizzo

benedetta.rizzo@gmail.com
+39 335 5474892

RESPONSABILI DELL'ORGANIZZAZIONE

Federica Marcelli

kickoff@figc.it

Olga Feshchenko

o.feshchenko@figc.it

RESPONSABILE COMUNICAZIONE E STAMPA

Roberto Coramusi

r.coramusi@figc.it

COORDINATORE SCIENTIFICO

Massimiliano Talè

m.tale@inwind.it

Niccolò Donna

n.donna@figc.it

DIREZIONE CREATIVA E PROGETTAZIONE GRAFICA

Proforma srl - www.proformaweb.it

SVILUPPO APP MOBILE E WEB CMS

IbisLab srls - www.ibislab.com

