

STUDI DI FATTIBILITA' DEGLI IMPIANTI SPORTIVI

M A . C E . F I S

Manangement Centri Fitness e Sportivi

X Edizione **WEB**

30 aprile 2023

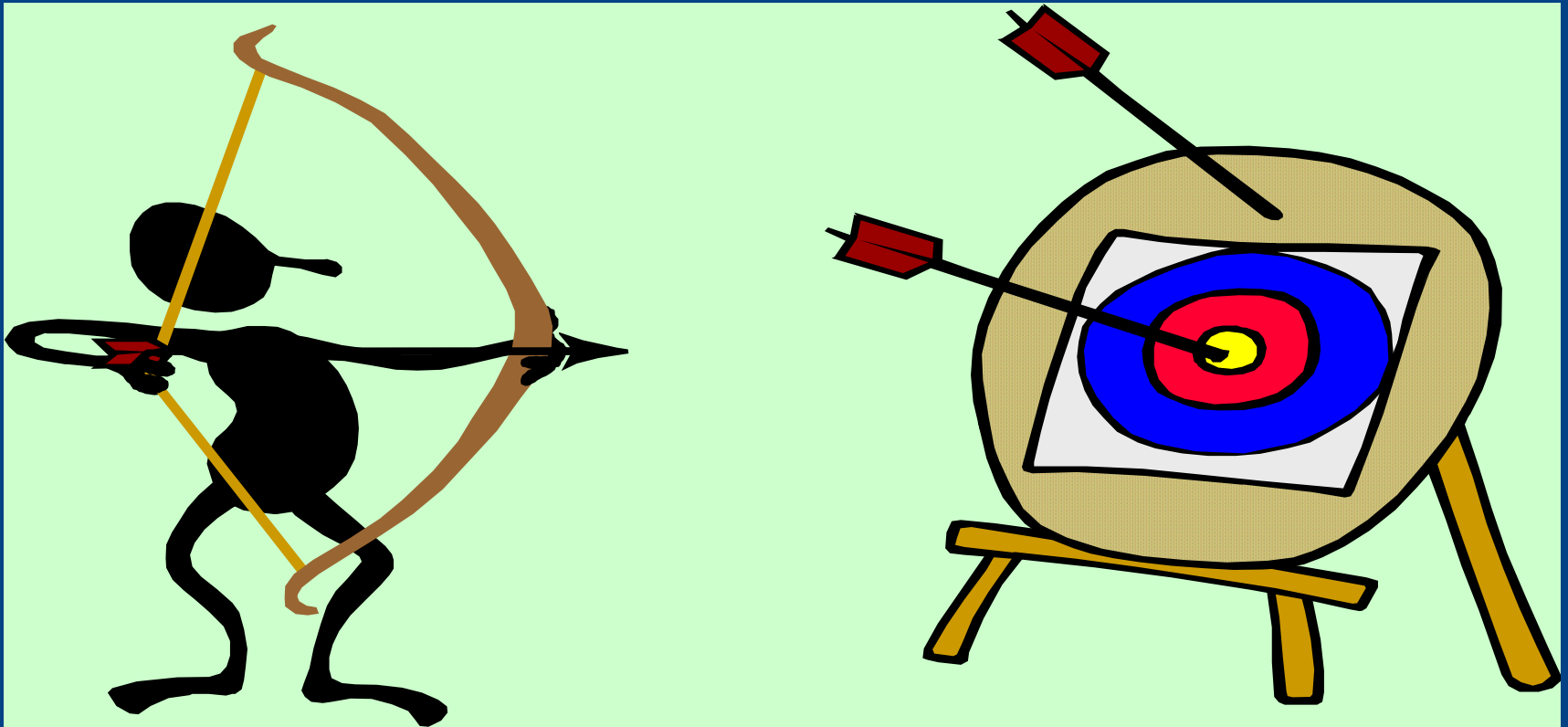
Relatori: Leonardo Zizzi

Studi di fattibilità per impianti sportivi

Tuo Logo



E' NATO PRIMA IL BERSAGLIO O LA FRECCIA?



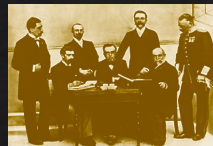
LE PROBLEMATICHE DELL'IMPIANTISTICA SPORTIVA ITALIANA

- Impianti mai terminati
- Impianti senza manutenzione
- Impianti inutilizzabili
- Impianti vecchi
- Impianti inadeguati alle norme vigenti
- Impianti sottoutilizzati
- Impianti affollati
- Impianti male gestiti



LE PROBLEMATICHE DELL'IMPIANTISTICA SPORTIVA IN ITALIA

- Impianti mai terminati
- Impianti senza manutenzione
- Impianti inutilizzabili
- Impianti vecchi
- Impianti inadeguati alle norme vigenti
- Impianti sottoutilizzati
- Impianti affollati
- Impianti male gestiti



LE PROBLEMATICHE DELL'IMPIANTISTICA SPORTIVA ITALIANA

- ◇ Impianti mai terminati
- ◇ Impianti senza manutenzione
- ◇ Impianti inutilizzabili
- ◇ Impianti vecchi
- ◇ Impianti inadeguati alle norme vigenti
- ◇ Impianti sottoutilizzati
- ◇ Impianti affollati
- ◇ Impianti male gestiti



IL CICLO DI VITA DEGLI IMPIANTI SPORTIVI

FASE 1

Fase
decisionale

Studio di
fattibilità

Fund
Raising

FASE 2A

Progettazione
Realizzazione

FASE 2B

Realizzazione

People Raising

Formazione

Marketing
di "lancio"

FASE 3

Management

Formazione
Continua

Fase di
lancio



ALCUNE PAROLE CHIAVE PER GLI IMPIANTI SPORTIVI

- ◇ Ubicazione
- ◇ Posizionamento
- ◇ Bacini di utenza
- ◇ Periodi di fruibilità
- ◇ Destagionalizzazione (turistica)
- ◇ Multisport - polivalenza
- ◇ Flessibilità



L'IMPIANTO SPORTIVO ED I RAPPORTI CON IL TERRITORIO E L'AMBIENTE

Ricadute economiche

- ◇ Creazione di posti di lavoro
- ◇ Ricaduta sugli esercizi del circondario
- ◇ Miglioramento del valore immobiliare della zona (questo diviene negativo se parliamo di stadio-palasport)

Ricadute sociali

- ◇ Strumento per “levare dalla strada i giovani”
- ◇ Fonte di impiego lavorativo per “professionalità” in buona parte giovanili e femminili
- ◇ Luogo educativo e di aggregazione



L'IMPIANTO SPORTIVO ED I RAPPORTI CON IL TERRITORIO E L'AMBIENTE (2)

Ricadute sportive

- Stimolo alla crescita sportiva
 - ◊ Diretto: luogo per allenarsi e giocare al meglio
 - ◊ Indiretto: bambini spettatori possono, per imitazione, iniziare a divenire praticanti.

Ricadute di immagine:

- Verso l'esterno del territorio: notorietà
- Verso l'interno del territorio: orgoglio cittadino

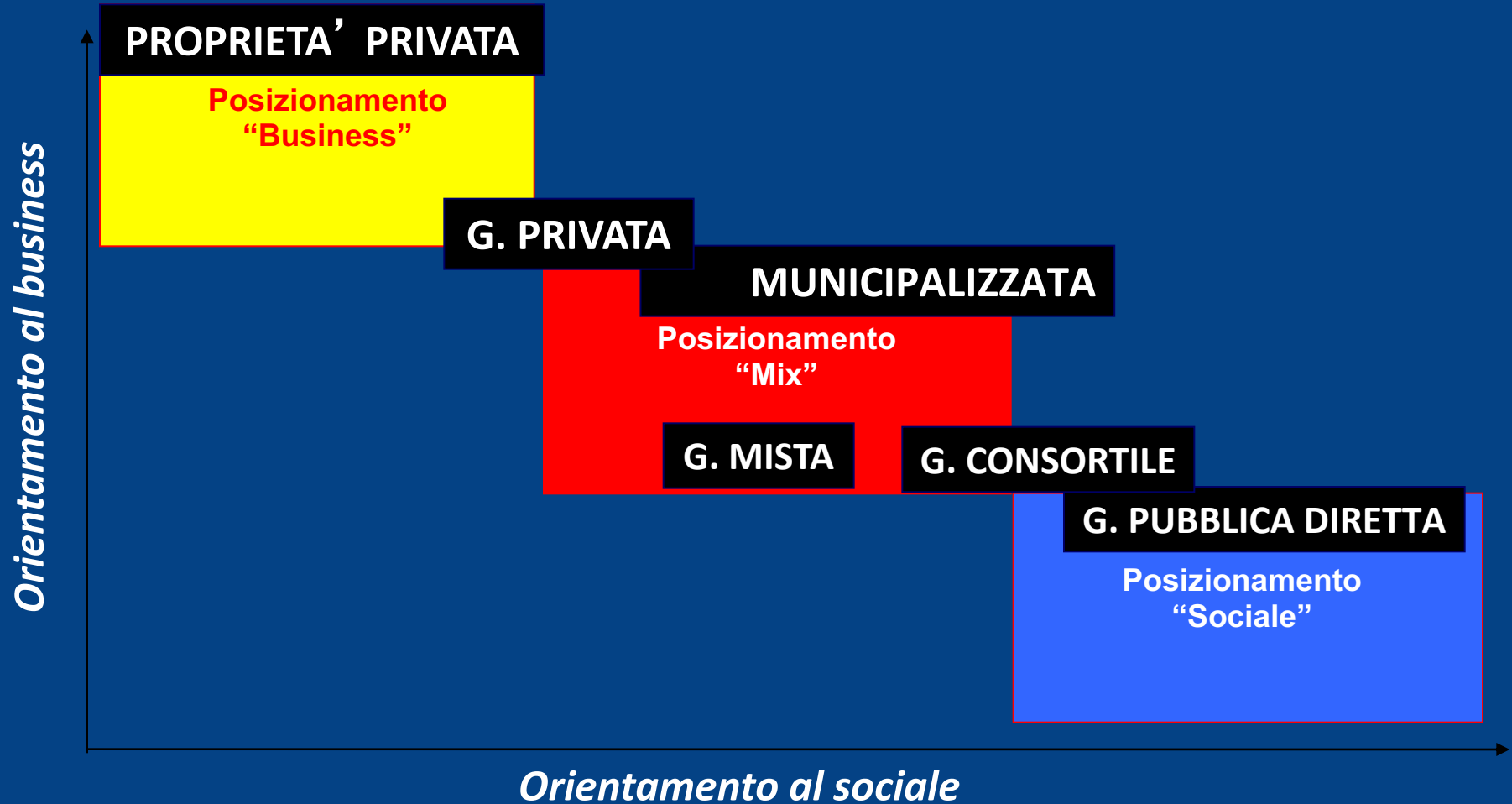


NOI CHI SIAMO?

Non profit
Vs
For profit



UNA MATRICE DI POSIZIONAMENTO STRATEGICO ED ATTORI DI GESTIONE



QUALI SONO GLI IMPIANTI SPORTIVI CHE POSSONO FARE BUSINESS?

◆

◆

◆

◆

◆



QUALI OBIETTIVI?

Una organizzazione
“for profit”
ha come obiettivo
precipuo...
Il business



ESPLICITIAMO I NS OBIETTIVI

Una organizzazione “non profit” deve, a bilancio non negativo, raggiungere gli obiettivi della propria mission (numero di tesserati, classifica in campionato, finalisti ad una manifestazione ecc.)

L’impianto sportivo è strumento funzionale al raggiungimento degli obiettivi



ESPLICITIAMO I NS OBIETTIVI (2)

Un Ente Pubblico (gli Amministratori)
ha come obiettivo l'aumento della
qualità della vita dei propri cittadini

L'impianto sportivo è strumento
funzionale al raggiungimento degli
obiettivi



BACINO DI UTENZA ED AREA DI PROGRAMMAZIONE SPORTIVA

Le antiche logiche italiane ...
di “programmazione”
degli impianti sportivi



LA LOGICA DEL CAMPANILE

Ogni paese deve avere il **suo** impianto sportivo!

A prescindere dai bacini di utenza si sono creati impianti ingiustificabili dal numero di abitanti o impianti “doppione” in Comuni limitrofi



LA LOGICA DEL POTERE POLITICO

L'impianto grande è un monumento di
esibizione ed a *memento* del potere dell'uomo
politico locale
(un po' come le piramidi dei faraoni)



LA LOGICA DEL “DOMANI È UN ALTRO GIORNO E SI VEDRÀ”

Basta avere a bilancio soldi a sufficienza per costruire l'impianto sportivo.

E i soldi per gestirlo?



LA LOGICA DEL “GRANDE EVENTO”

Facciamo un impianto grande così
potremo organizzare il grande evento!

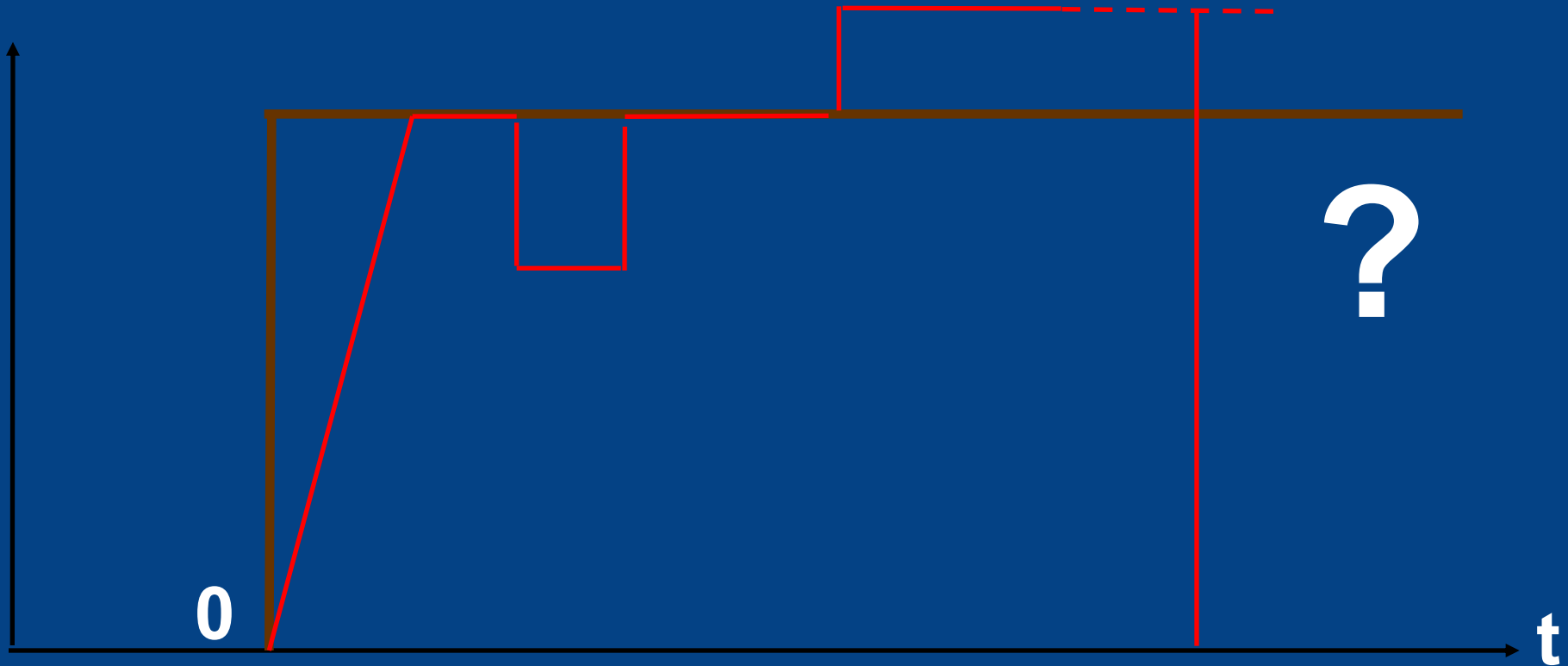


LA LOGICA DEL LA “SQUADRA”

La squadra locale ha il diritto di giocare
in un bell’impianto!



IL CICLO DI VITA DI UN IMPIANTO E DI UNA SOCIETÀ SPORTIVA



ENTI PUBBLICI ED IMPIANTISTICA SPORTIVA: LE RESPONSABILITÀ

Un impianto sportivo è, per un Ente Pubblico,
come un figlio ...

Dopo averlo messo al mondo
bisogna averne cura ...
... per sempre!



IMPIANTI SPORTIVI RIVOLTI A CHI?

Natura e profilo commerciale del consumatore di sport e del tifoso



IL CICLO DI VITA DEGLI IMPIANTI SPORTIVI

MOMENTO 1

Fase
decisionale

Studio di
fattibilità

Fund raising

MOMENTO 2/a

Progettazione

Realizzazione

MOMENTO 2/b

Realizzazione

People Raising

Formazione

Marketing
di "lancio"

MOMENTO 3

Management

Formazione
Continua

Fase di
lancio

25



BACINO DI UTENZA ED AREA DI PROGRAMMAZIONE SPORTIVA

Il nostro “canto delle sirene” da quanti
marinai sarà ascoltato?

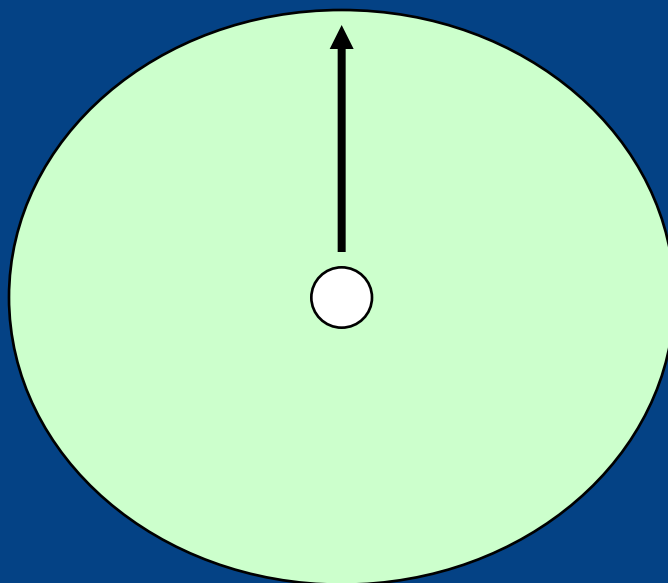
Quanti di loro non resisteranno al nostro
richiamo?

Fino a dove riusciamo a “sedurre”?

Perché dovrebbero scegliere noi?



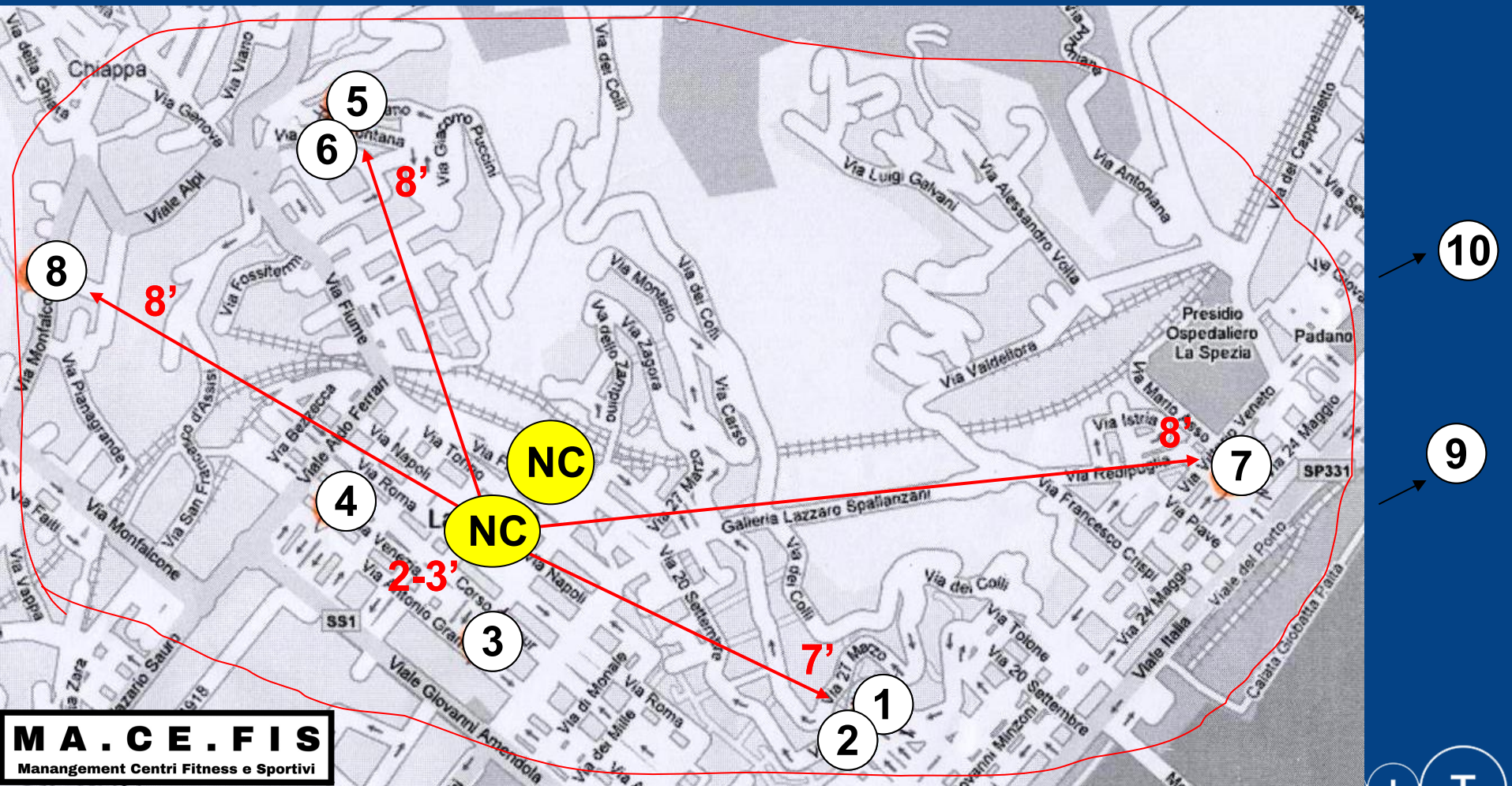
IL BACINO DI UTENZA



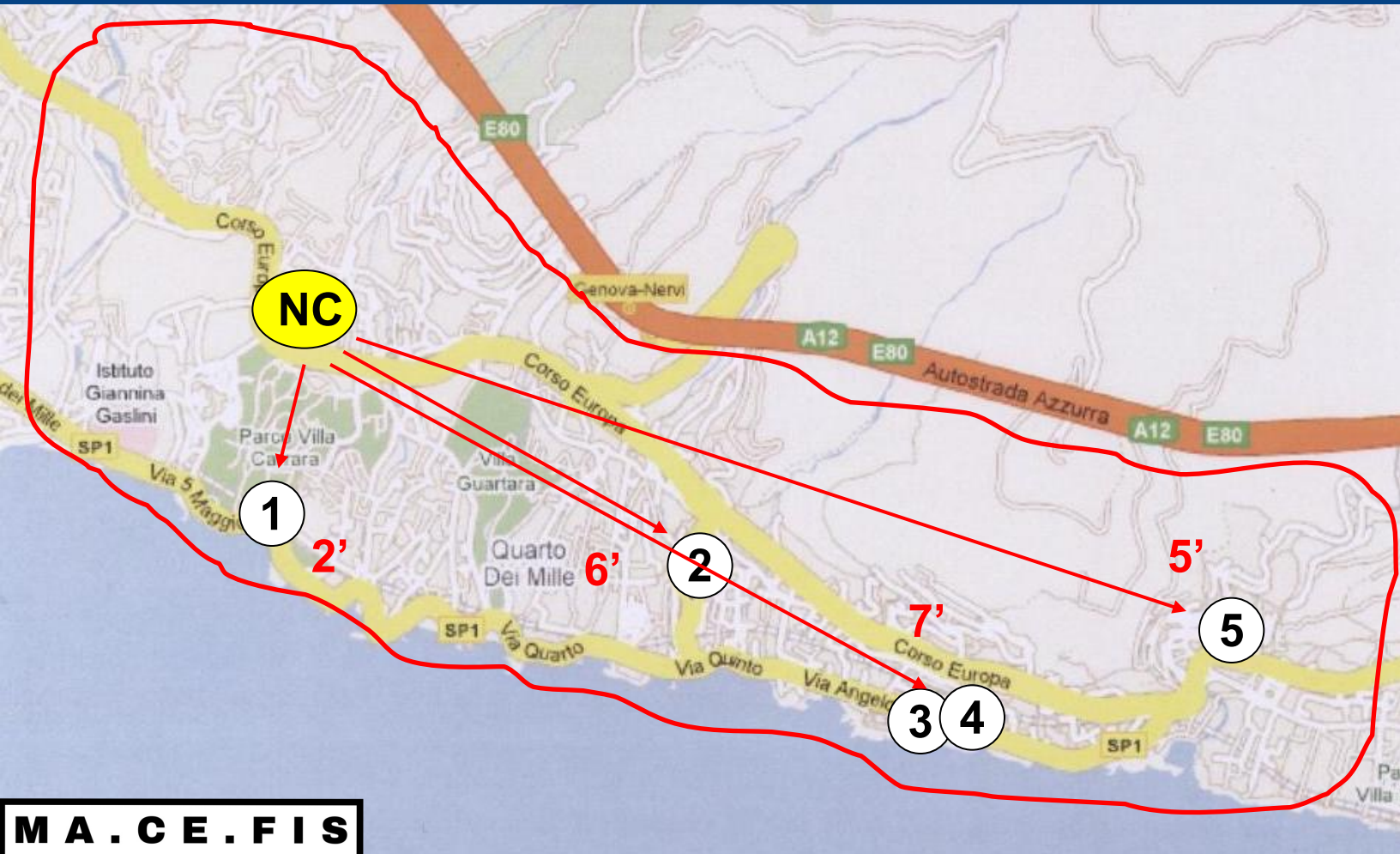
Isocrone di
“n” minuti



IL BACINO DI UTENZA



IL BACINO DI UTENZA



Come già visto nel nostro bacino di utenza (isocrona di circa 8 minuti) abbiamo censito 5 centri competitor



DEFINIZIONE DI POSIZIONAMENTO

Posizionamento

Processo di definizione dell'offerta di un'impresa, atto a consentirle di acquisire una posizione distinta e valutata positivamente dalla clientela obiettivo. È cioè la modalità in cui il prodotto "viene definito" dai consumatori in base ai suoi attributi significativi e rispetto ai prodotti della concorrenza.

Si tratta quindi di un'operazione che consente di individuare la localizzazione dell'offerta nella mente dell'utilizzatore. Nel contempo è uno strumento di differenziazione nel senso che individua i fattori che con maggiore efficacia distinguono l'offerta di una impresa dalle altre o che possono essere utilizzati per esaltare i caratteri distintivi del prodotto fra gli utilizzatori, facendo leva sugli attributi più rispondenti al loro sistema di valori e alla loro percezione.

- ◆ Fonte: *Dizionario di marketing* a cura di Scott – Sebastiani. Il sole 24 ore, 2001.



ANCORA SUL POSIZIONAMENTO

“il posizionamento si sostiene sul prodotto ...
ma non mira a ciò che si fa col prodotto, ma
piuttosto ciò che il prodotto rappresenta
nella testa di un prospect (cliente
potenziale)”.

(Ries e Trout -1981)



ANCORA SUL POSIZIONAMENTO

- ◇ “Il nostro centro come è rappresentato nella testa dei nostri prospect? E' caro o economico? E' alla moda? E' selettivo o popolare? E' moderno? E' competente oppure no? E' un centro serio e affidabile?
- ◇ Saper rispondere a queste, e ad altre domande, significa poter valutare il reale posizionamento del nostro centro fitness/centro sportivo
- ◇ Sono diverse le componenti e le variabili che ci aiutano a differenziare il nostro centro rispetto alla concorrenza:



ALCUNE VARIABILI

- ◇ Cosa siamo (la natura dell'offerta)
- ◇ I servizi offerti
- ◇ La componente hard-ware (lo spazio fisico e le componenti fisiche)
- ◇ La componente software (il personale di front-line)
- ◇ I clienti (chi frequenta il nostro centro)
- ◇ L'immagine (cosa rappresenta il centro per i clienti)



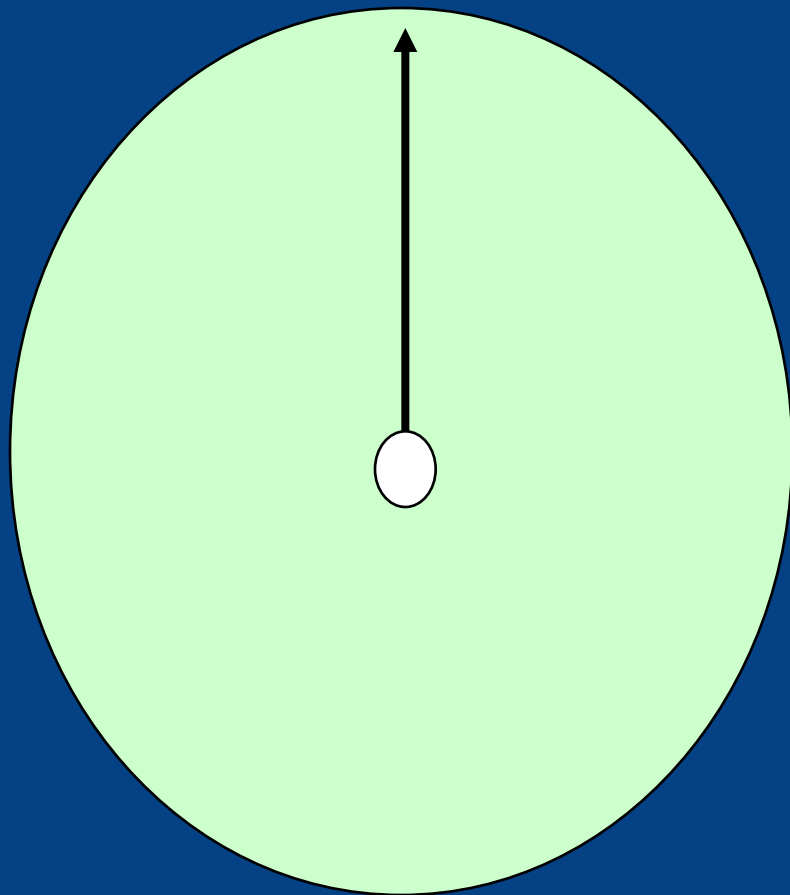
I SERVIZI OFFERTI

- ◇ Servizi principali
- ◇ Servizi complementari
- ◇ Servizi accessori

Il mix di servizi principali, complementari ed accessori tende a caratterizzare il nostro centro tanto da farlo diventare davvero unico nel nostro territorio.



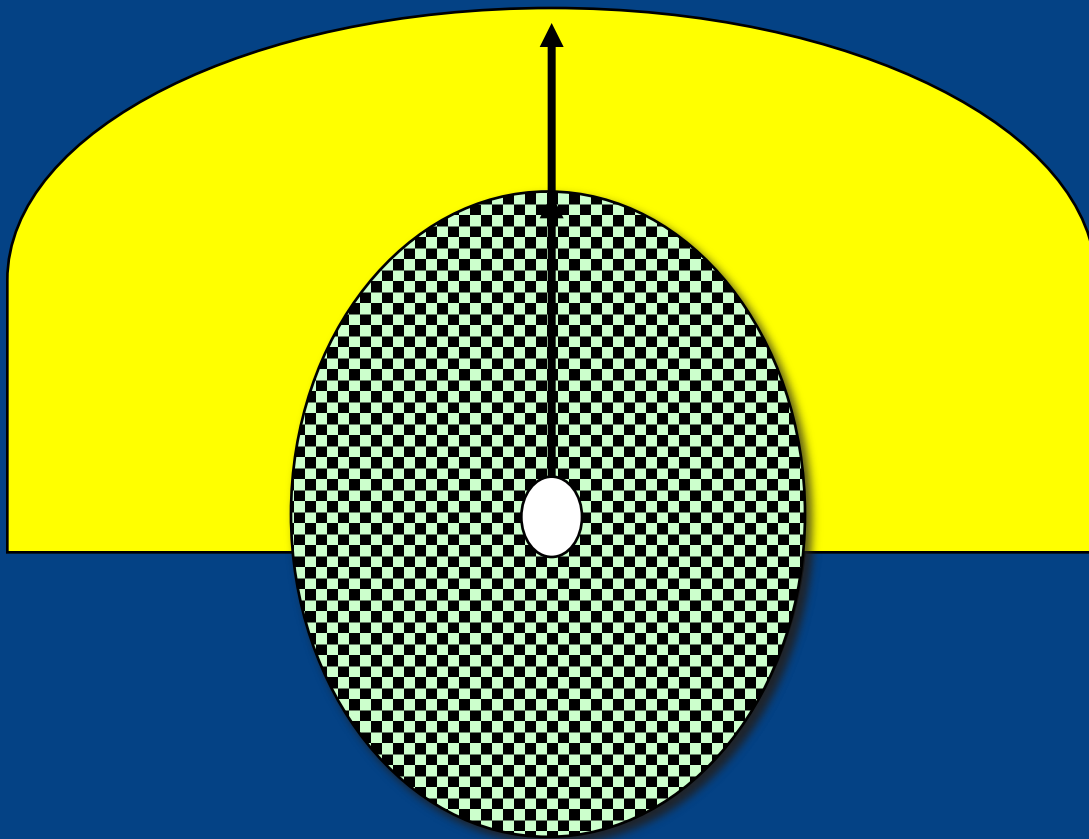
IL BACINO DI UTENZA DI UN CENTRO FITNESS



Isocrone di
8-10 minuti
(in alcuni
contesti le
isocrone
possono essere
maggiori)



GRAZIE AL POSIZIONAMENTO SPICCATO...



- Si perdono determinati target

+ Aumentano le isocrone e si amplia il bacino di utenza

+ Aumenta la soddisfazione e la propensione alla spesa



I TARGET DI RIFERIMENTO

ALCUNE FONTI DEI DATI: LISTA STORICA

- ❖ Indagine Multiscopo Istat sulle famiglie italiane
- ❖ Quadro Sinottico del Coni
- ❖ “I Numeri dello Sport” monitoraggio Coni delle Federazioni e delle Discipline Associate
- ❖ Indagine “Sponsor Monitor” di AC Nielsen Customized Research e Acciari Consulting
- ❖ “Fitness: i praticanti in Italia” - ACNielsen C.R.A. e l'Editrice Il Campo
- ❖ Studio Cnel 2004
- ❖ Nielsen - Sita – Mias 2004
- ❖ Lo sport che cambia ISTAT 2005
- ❖ La pratica sportiva in Italia- ISTAT - 2006
- ❖ 1° Rapporto sport e società CONI –CENSIS Servizi – 2008
- ❖ I numeri dello sport – la pratica dello sport attraverso I dati CONI ISTAT – 2015
- ❖ Indagine multiscopo dell'Istat «I cittadini e il tempo libero» – 2016
- ❖ I Numeri dello Sport CONI – 2017
- ❖ Sport and physical activity Eurobarometer – 2018
- ❖ Report Calcio 2019 – FIGC-AREL – PricewaterhouseCoopers
- ❖ ...



IL BACINO DI UTENZA (isocrone di 20 minuti)

Località	abitanti
Crespellano	7.539
Anzola dell'Emilia	10.373
Bazzano	6.103
Castelfranco Emilia	25.096
Monte San Pietro	10.280
Monteveglio	4.481
Savignano sul Panaro	8.325
Savigno	2.556
Spilamberto	10.973
Vignola	21.178
Zola Predosa	15.965
totale bacino di utenza	122.869



I FLUSSI NEL BACINO DI UTENZA

Distanza in min.	0	tra 10 e 20	meno di 10	tra 10 e 20	tra 10 e 20	meno di 10	tra 10 e 20	tra 10 e 20	tra 10 e 20	tra 10 e 20	tra 10 e 20
Indice distanza	1	0,5	1	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
In. concorrenza	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5
Indice globale	1	0,25	1	0,25	0,25	0,5	0,25	0,5	0,25	0,25	0,25
Città	Crespellano	Anzola dell'Emilia	Bazzano	Castelfranco	Monte S. Pietro	Monteveglia	Savignano s P.	Savigno	Spilamberto	Vignola	Zola Predosa
Abitanti	7.539	10.373	6.103	25.096	10.280	4.481	8.325	2.556	10.973	21.178	15.965
Ab. in età sportiva	7.294	10.036	5.905	24.281	9.946	4.336	8.055	2.473	10.617	20.491	15.447
Ab. filtrati	7.294	2.509	5.905	6.070	2.487	2.168	2.014	1.237	2.654	5.123	3.862

41.322

Totale filtrato bacino utenza



I FLUSSI NEL BACINO DI UTENZA (2)

Abitanti Italia	56.995.744
Abitanti Italia in età sportiva	55.145.650
in età sportiva su popolazione %	96,75
praticanti italia	3.400.000
% sugli abitanti che pratica questo sport	6,17
indice pratica Nord Est Italia	0,89
indice pratica ampiezza paese	0,95
indice pratica filtro del Comune di riferimento	0,85
praticanti teorici ns. comune filtrati con indici territoriali	2.548
ulteriore filtro per presenza di campi da calcio	0,5
parziale praticanti teorici per Nuovo Impianto	1.077
filtro per struttura (per conto proprio)	0,314
tot praticanti teorici per Nuovo Impianto	338

Frequenza	assidui	regolari	saltuari
volte al mese	12	6	1,5
N° clienti	indice %	indice %	indice %
338	0,368	0,412	0,220
mesi di frequ.	11	8	3
presenze annue	16.428	6.688	335
			23.451
			presenze annuali

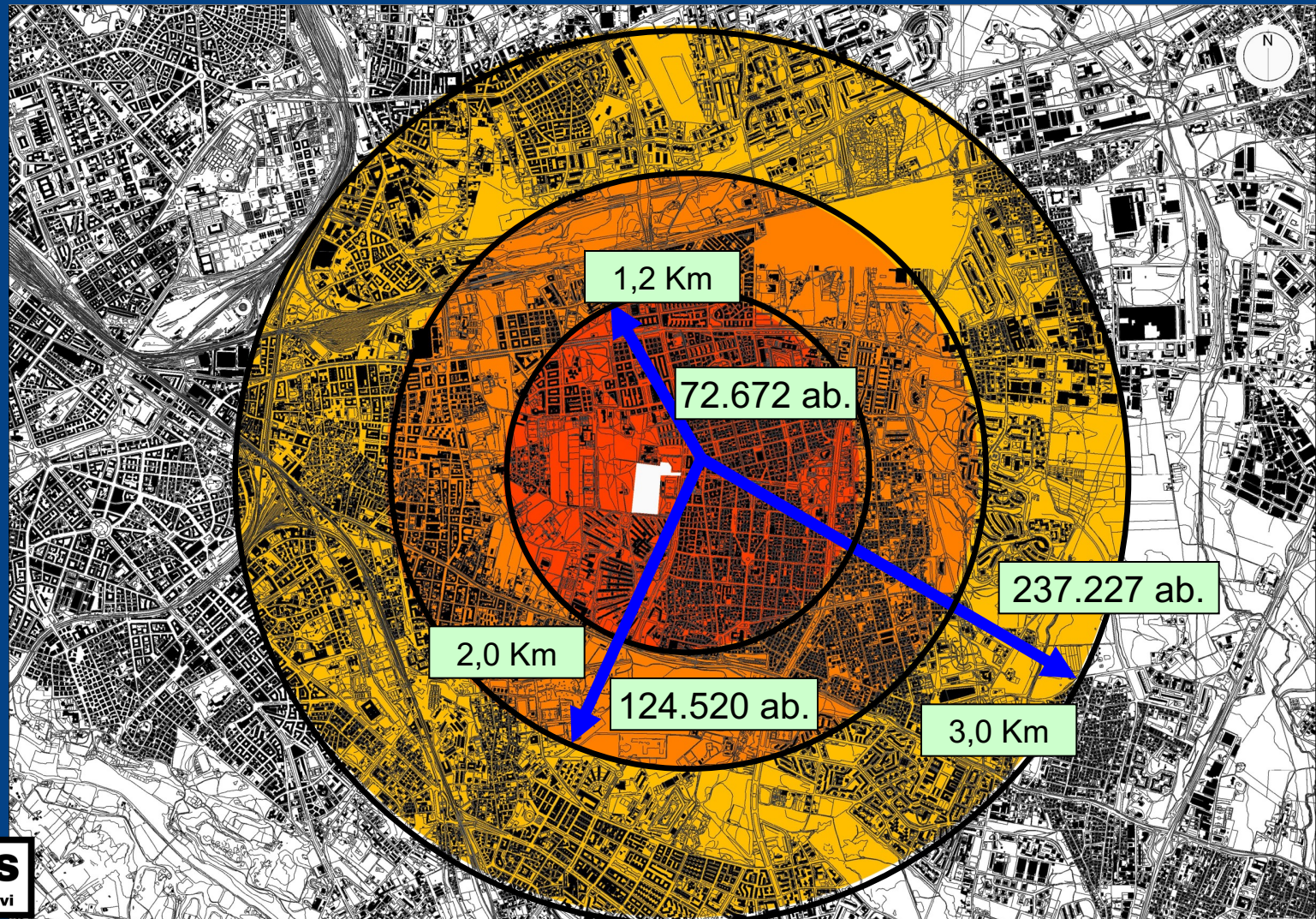


IL BACINO DI UTENZA E LE ISODISTANZE

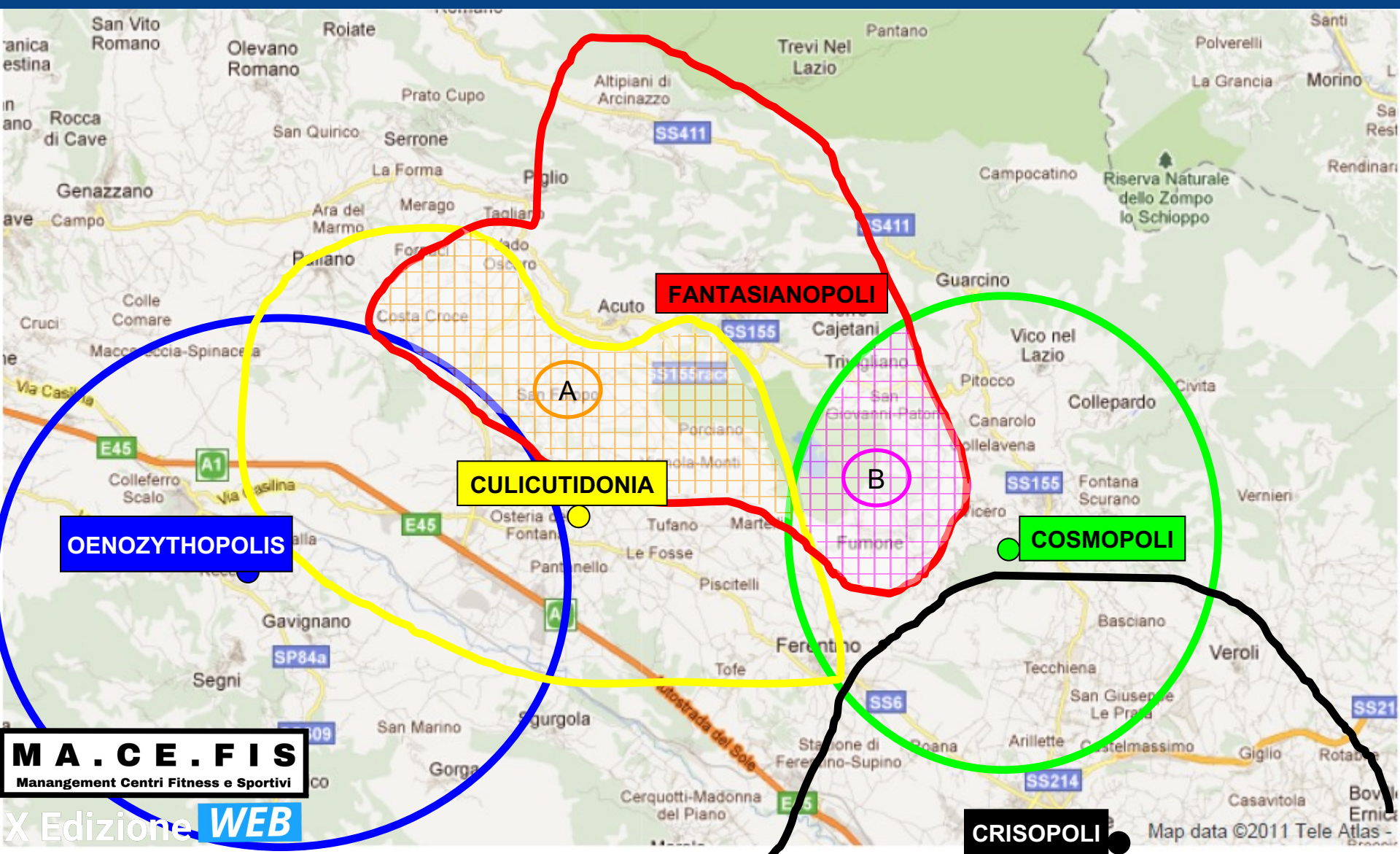
Il nostro bacino viene suddiviso in tre anelli concentrici

434.419 ab.

Densità media
154 ab/ha



LE AREE DI CONFLITTO



M.A.C.E.F.I.S.
Management Centri Fitness e Sportivi

X Edizione **WEB**

CRISOPOLI

Map data ©2011 Tele Atlas

IL BUSINESS PLAN

1. Il modello di business
2. Il prodotto/servizio
3. Il gruppo di lavoro
4. La commercializzazione
5. Proiezioni economico-finanziarie



GLI INVESTIMENTI NECESSARI

	metri quadri	costo al metro quadro	costo impianto
campo in erba sintetica di alta qualità	3.000	€ 90,00	€ 270.000,00
illuminazione e recinzione			€ 60.000,00
tribuna			€ 50.000,00
altro			€ 10.000,00
costo totale			€ 390.000,00



LA POLITICA DEI PREZZI

Il New Center a livello di prezzo sarà posizionato nel segmento medio con un costo di xxxxx € che è in linea rispetto ai competitor listati

Prezzi applicabili	Senza illuminazione	Con illuminazione
	tariffa oraria	tariffa oraria
Attività giovanile mattina	€ 30,00	€ 0,00
Attività giovanile pomeridiana	€ 30,00	€ 0,00
Affitto campo a 5	€ 60,00	€ 70,00
Affitto campo a 8	€ 100,00	€ 120,00
Prezzo pro-capite	Senza illuminazione	Con illuminazione
Affitto campo a 5	€ 6,00	€ 7,00
Affitto campo a 8	€ 6,25	€ 7,50



LA POLITICA DEI PREZZI (2)

Prezzi New Center	quote
Quota iscrizione annuale	€ 30,00
Mensile Fitness	€ 70,00
Ingresso nuoto	€ 5,00
Corsi nuoto	€ 50,00
palazzetto squadre spaziolora	€ 15,00
palazzetto libero spaziolora	€ 70,00



NUOTO

(dati non attuali in luoghi di fantasia)

- ◇ In Italia vi sono 2.972.000 persone che praticano il nuoto.
- ◇ A Fantasianopoli l'indice di sportività del nuoto è 1,08, lievemente più alto della media nazionale, la percentuale di abitanti in età sportiva è del 96,39% della popolazione totale.
- ◇ Questi dati verranno utilizzati per filtrare il numero di potenziali nuotatori.
- ◇ In base a questi indici si ottiene un numero teorico di 736 nuotatori effettivi nel nostro impianto



ACQUAFITNESS

(dati non attuali in luoghi di fantasia)

- ✧ A Fantasianopoli l'indice di sportività del nuoto è 1,08, lievemente più alto della In Italia vi sono 989.000 persone che praticano acquafitness.
- ✧ A Fantasianopoli l'indice di sportività dell'acquafitness è 0,72 parecchio più basso della media nazionale.
- ✧ In base a questi indici si ottiene un numero teorico di 163 ipotetici praticanti acquafitness nel nostro impianto

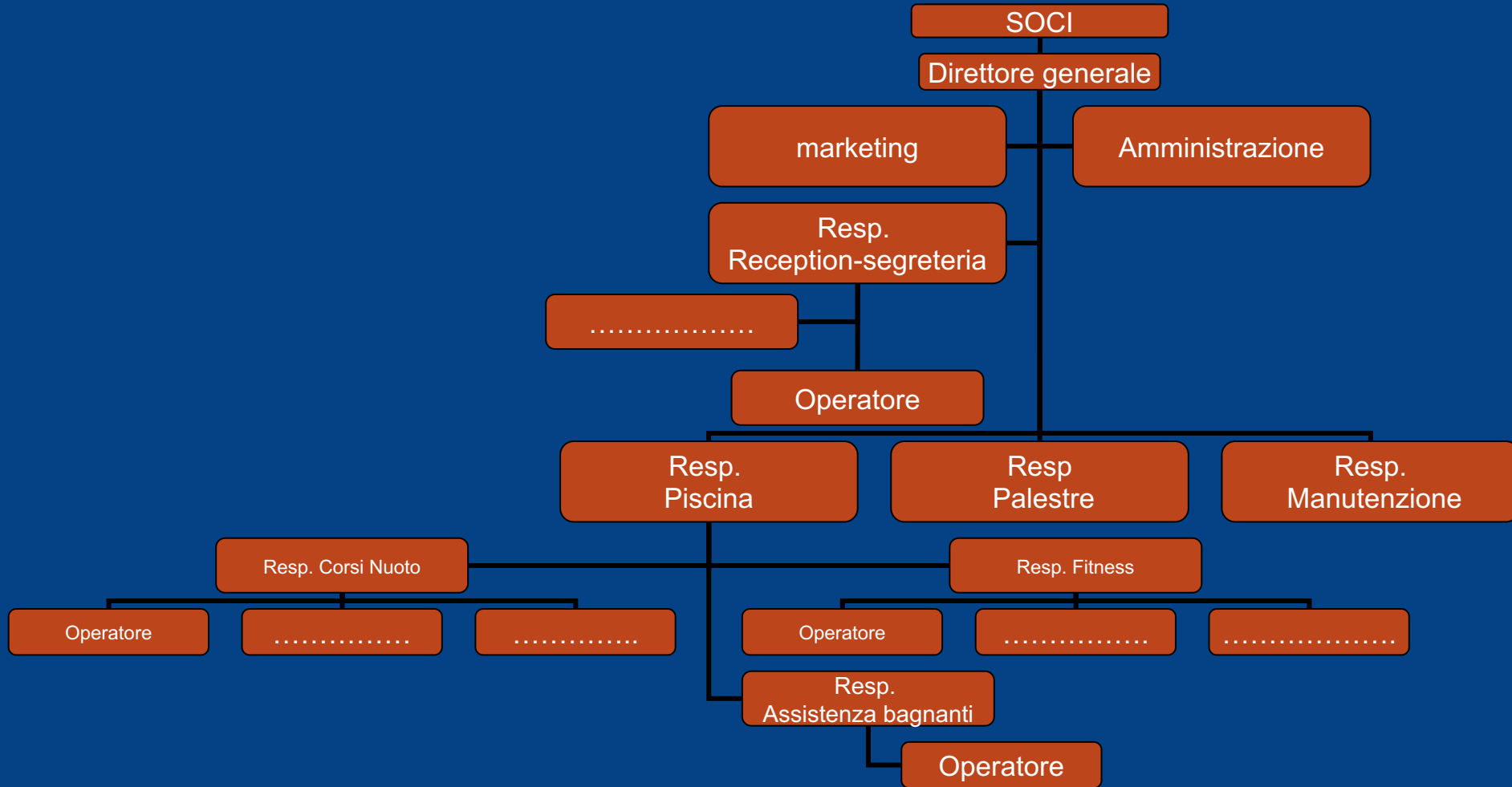


GLI INVESTIMENTI NECESSARI (le cifre in €)

			con outsourcing
1	Creazione reception	30.000	30.000
2	Software e controllo accessi	24.000	24.000
3	Strumenti di comunicazione all'interno	20.000	20.000
4	Videocontrollo	15.000	15.000
5	Vasca apprendimento	30.000	30.000
6	Robot pulisci fondo	8.000	8.000
7	Arredamento e attrezzi sportivi	45.000	45.000
8	Punto ristoro	70.000	outsourcing
9	Spese di start up	37.000	37.000
10	Promozione	15.000	15.000
11	Macchine palestra	150.000	new partner
12	Thaermarium	40.000	40.000
13	Ristrutturazione	1.500.000	1.500.000
	totale	1.984.000	1.764.000



IPOSTESI ORGANIGRAMMA E LE POLITICHE PER LO SVILUPPO ORGANIZZATIVO



EVOLUZIONE QUALI-QUANTITATIVA DEL PERSONALE: CARICHI I CARICHI DI LAVORO E I COMPENSI



ORARIO APERTURA

Orari	dal lunedì al venerdì				sabato				domenica			
	palazzetto	fitness	vasca	campo calcio	palazzetto	fitness	vasca	campo calcio	palazzetto	fitness	vasca	campo calcio
7.00												
7.30												
8.00		0,5	0,5									
8.30		0,5	0,5									
9.00		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
9.30		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
10.00		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
10.30		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
11.00		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
11.30		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
12.00		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
12.30		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
13.00		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
13.30		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
14.00		0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5
14.30		0,5	0,5			0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
15.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
15.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
16.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
16.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
17.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
17.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
18.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
18.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
19.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
19.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
20.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
20.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
21.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
21.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
22.00	0,5			0,5	0,5			0,5				0,5
22.30	0,5			0,5	0,5			0,5				0,5
23.00												
totali orari	8	14	14	8	8	10	10	8,5	10	10	10	8
	palazzetto	fitness	vasca	campo calcio	palazzetto	fitness	vasca	campo calcio	palazzetto	fitness	vasca	campo calcio
	dal lunedì al venerdì				sabato				domenica			



CARICHI DI LAVORO PER FIGURE (LUN-VEN)

Orari	apertura	dal lunedì al venerdì												
		Resp Vend	Vend A	Vend B	Resp Desk	Desk A	Desk B	Corsi fitness	Corsi Acqua fitness	Sala A	Sala B	Sala C	Ass. bagnanti A	Ass. bagnanti B
7.00													0,5	
7.30													0,5	
8.00	0,5					0,5				0,5			0,5	
8.30	0,5		0,5			0,5				0,5			0,5	
9.00	0,5		0,5			0,5				0,5			0,5	
9.30	0,5		0,5			0,5				0,5			0,5	
10.00	0,5		0,5			0,5		0,5	0,5	0,5			0,5	
10.30	0,5		0,5			0,5		0,5	0,5	0,5			0,5	
11.00	0,5		0,5			0,5		0,5	0,5	0,5				
11.30	0,5		0,5			0,5		0,5	0,5	0,5				
12.00	0,5		0,5		0,5	0,5		0,5	0,5	0,5				
12.30	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		0,5	0,5	0,5				
13.00	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		0,5	0,5	0,5				
13.30	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		0,5	0,5	0,5				
14.00	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		0,5	0,5	0,5				
14.30	0,5	0,5	0,5		0,5			0,5	0,5	0,5				
15.00	0,5	0,5			0,5			0,5	0,5	0,5				
15.30	0,5	0,5			0,5			0,5	0,5	0,5	0,5			
16.00	0,5	0,5			0,5			0,5	0,5		0,5			
16.30	0,5	0,5			0,5			0,5	0,5		0,5			
17.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5		0,5			
17.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5		0,5			
18.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		
18.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		
19.00	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		0,5
19.30	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		0,5
20.00	0,5	0,5	0,5	0,5			0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		0,5
20.30	0,5		0,5				0,5	0,5	0,5		0,5	0,5		0,5
21.00	0,5						0,5	0,5	0,5		0,5			0,5
21.30	0,5						0,5	0,5	0,5		0,5			0,5
22.00	0,5						0,5							0,5
22.30	0,5						0,5							0,5
23.00	0,5						0,5							
totali orari	15,5	8	6,5	4	8	6,5	6,5	12	12	8	6,5	3	4	4



CARICHI DI LAVORO PER FIGURE (SAB)

		sabato												
Orari	apertura	Resp Vend	Vend A	Vend B	Resp Desk	Desk A	Desk B	Corsi fitness	Corsi Acqua fitness	Sala A	Sala B	Sala C	Ass. bagnanti A	Ass. bagnanti B
7.00													0,5	
7.30													0,5	
8.00	0,5												0,5	
8.30	0,5												0,5	
9.00	0,5			0,5									0,5	
9.30	0,5			0,5									0,5	
10.00	0,5			0,5								0,5	0,5	
10.30	0,5			0,5								0,5	0,5	
11.00	0,5			0,5								0,5	0,5	
11.30	0,5			0,5								0,5	0,5	
12.00	0,5			0,5								0,5	0,5	
12.30	0,5			0,5								0,5	0,5	
13.00	0,5			0,5				0,5	0,5			0,5		
13.30	0,5			0,5				0,5	0,5			0,5		
14.00	0,5			0,5				0,5	0,5			0,5		
14.30	0,5			0,5		0,5		0,5	0,5		0,5	0,5		
15.00	0,5			0,5		0,5		0,5	0,5		0,5			
15.30	0,5			0,5		0,5		0,5	0,5		0,5			
16.00	0,5			0,5		0,5		0,5	0,5		0,5			
16.30	0,5			0,5		0,5		0,5	0,5		0,5			
17.00	0,5			0,5		0,5		0,5	0,5		0,5			
17.30	0,5			0,5		0,5		0,5	0,5		0,5			
18.00	0,5					0,5					0,5			
18.30	0,5					0,5					0,5			
19.00	0,5										0,5			
19.30	0,5										0,5			
20.00	0,5										0,5			
20.30	0,5										0,5			
21.00	0,5										0,5			
21.30	0,5										0,5			
22.00	0,5													
22.30	0,5													
23.00	0,5													
totali orari	15,5	0	0	9	0	4,5	0	5	5	0	7,5	5	6	0



CARICHI DI LAVORO PER FIGURE (SINTESI)

ore invernali a settimana				
	feriali	sabato	domenica	totale sett.
Resp Vend	40	0	0	40
Vend A	32,5	0	0	32,5
Vend B	20	9	0	29
Resp Desk	40	0	0	40
Desk A	32,5	4,5	0	37
Desk B	32,5	0	10	42,5
Corsi Fitness	60,0	5	0	65
Corsi AcquaFitness	60,0	5	0	65
Sala A	40	0	0	40
Sala B	32,5	7,5	0	40
Sala C	15	5	10	30
Ass. Bagnanti A	20	6	0	26
Ass. Bagnanti B	20	0	11	31

ore totali stagione invernale				
	feriali	sabato	domenica	tot inverno
Resp Vend	2.080	-	-	2.080
Vend A	1.690	-	-	1.690
Vend B	1.040	468	-	1.508
Resp Desk	2.080	-	-	2.080
Desk A	1.690	234	-	1.924
Desk B	1.690	-	520	2.210
Corsi Fitness	3.120	260	-	3.380
Corsi AcquaFitness	3.120	260	-	3.380
Sala A	2.080	-	-	2.080
Sala B	1.690	390	-	2.080
Sala C	780	260	520	1.560
Ass. Bagnanti A	1.040	312	-	1.352
Ass. Bagnanti B	1.040	-	572	1.612
ore annue				26.936

ALTA DIRIGENZA E RESPONSABILI: CARICHI DI LAVORO E COMPENSI

RH Dirigenza

MANSIONE	NUMERO	ORE SETTIMANALI	COMPENSO MENSILE	COSTO MESE compenso x 1,8	COSTO ANNUO (12 Mesi)
Direttore Generale	1	non definito	2.500,00	4.500,00	54.000,00
Resp. Segreteria/amministrazione	1	40	1.300,00	2.340,00	28.080,00
Resp. Commerciale, venditori, marketing	1	40	1.300,00	2.340,00	28.080,00
Resp. Corsi Fitness e Acquagym	1	20	650,00	1.170,00	14.040,00
Resp. Palestre fitness	1	10	325,00	585,00	7.020,00
Resp. Vasca	1	10	325,00	585,00	7.020,00
Resp. Conduzione/manutenzione	1	40	1.300,00	2.340,00	28.080,00
				totale	166.320,00
				altri oneri 5%	8.316,00
				totale annuo	174.636,00



CONDUZIONE COLLABORATORI DI BASE: CARICHI DI LAVORO E COMPENSI

RH Conduzione

MANSIONE	NUMERO	ORE SETTIMANALI	COMPENSO MENSILE	COSTO MESE compenso x 1,8	COSTO ANNUO (12 Mesi)
venditore A	1	32,5	812,50	1.462,50	17.550,00
venditore B	1	29	725,00	1.305,00	15.660,00
Collaboratori desk- info A	1	37	925,00	1.665,00	19.980,00
Collaboratori desk- info B	1	42,5	1.062,50	1.912,50	22.950,00
Corsi guidati fitness	vari	65	3.913,00	7.043,40	77.477,40
		€ 14/h	65 h a sett, a 14€/h per 4,3 sett al mese		11 mesi
Corsi guidati acquagym	vari	65	3.913,00	7.043,40	77.477,40
		€ 14/h	65 h a sett, a 14€/h per 4,3 sett al mese		11 mesi
istruttore sala macchine A	1	40	1.000,00	1.800,00	21.600,00
istruttore sala macchine B	1	40	1.000,00	1.800,00	21.600,00
istruttore sala macchine C	1	30	750,00	1.350,00	16.200,00
assistente bagnanti A	1	26	650,00	1.170,00	14.040,00
assistente bagnanti B	1	31	775,00	1.395,00	16.740,00
conduzione	1	40	1.000,00	1.800,00	21.600,00
Cleaner	1	forfait	forfait	forfait	50.000,00
			esternalizzato		
				totale	392.874,80
				altri oneri 5%	19.643,74
				totale annuo	412.518,54



BUDGET DELLE VENDITE ANNO 3° (standard 100)

BUDGET PREVISIONALE: introiti standard 100% (3° anno)

Introiti "Palasport"				In €
utilizzo invern	totale ore settimanali	costo/h	n° settimane	incasso
occupazione squa	42	€ 12,50	38	€ 19.950,00
occupazione liber	10	€ 58,33	38	€ 22.166,67
tot incasso inverno				€ 42.116,67
utilizzo estat	totale eventi estate	incasso ad evento		
stazioni ed	10	€ 500,00	1	€ 5.000,00
tot incasso estate				€ 5.000,00
introiti Palasport				€ 47.116,67
Introiti Fitness+ acqua				
	ingressi	n° mensili in 1 anno	quota media mensile	incasso annuale
quote associative fitness+fitness acqua		2.744	€ 25,00	€ 68.602,48
Fitness		6.659	€ 58,33	€ 388.457,89
Piscina fitness		1.667	€ 58,33	€ 97.241,76
Piscina nuoto		63.465	€ 4,17	€ 264.649,62
introiti Fitness+acqua				€ 818.951,74
Introiti campo calcio esterno				
utilizzo invern	totale ore settimanali	costo/h	n° settimane	incasso
	28	€ 50,00	38	€ 53.200,00
utilizzo estate	totale ore settimanali	costo/h	n° settimane	incasso
	14	€ 50,00	10	€ 7.000,00
introiti campo calcio				€ 60.200,00
Altri introiti				
Punto ristoro	locazione annua	€ 3500 mese		€ 42.000,00
Pubblicità	20 cartelloni da € 500 l'uno			€ 10.000,00
				€ 10.000,00
altri introiti				€ 62.000,00
tot introiti				€ 988.268,41

BILANCI NEI PRIMI 4 ANNI

riepilogo bilanci	spese	introiti: % su standard	introiti	bilancio	
1° anno	€ 962.659,54	85	€ 840.028,15	-€ 122.631,39	passivo
2° anno	€ 962.659,54	92,5	€ 914.148,28	-€ 48.511,26	passivo
3° anno	€ 962.659,54	100	€ 988.268,41	€ 25.608,87	attivo
4° anno	€ 962.659,54	100	€ 988.268,41	€ 25.608,87	attivo



FLUSSI FINANZIARI PREVISIONALI PLURIENNALI

	entrate	uscite	bilancio	cash flow
1° anno	€ 840.028,15	€ 962.659,54	-€ 122.631,39	-€ 122.631,39
2° anno	€ 914.148,28	€ 962.659,54	-€ 48.511,26	-€ 171.142,65
3° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	-€ 145.533,79
4° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	-€ 119.924,92
5° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	-€ 94.316,05
6° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	-€ 68.707,18
7° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	-€ 43.098,31
8° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	-€ 17.489,44
9° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	€ 8.119,43
10° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	€ 33.728,30
11° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	€ 59.337,16
12° anno	€ 988.268,41	€ 962.659,54	€ 25.608,87	€ 84.946,03



CONSIDERAZIONI FINALI





Leonardo Zizzi Sport Consulting

- ❑ 60 anni, con più di 30 anni d'esperienza imprenditoriale e come consulente di marketing e formatore in giro per l'Italia è diventato uno fra i maggiori conoscitori del settore del management delle organizzazioni e degli impianti sportivi ed ha collaborato con progetti di marketing con Federazioni, Società sportive ed organizzazioni territoriali del C.O.N.I.
- ❑ E' stato Responsabile Marketing della Federazione Italiana Triathlon, della Federazione Italiana Rafting, del Ravenna Calcio e della Pallamano Junior Fasano Campione d'Italia 2014, 2016 e 2018.
- ❑ Laureato in "Management du sport-tourisme et sport-loisir" presso l'università "Claude Bernard I" di Lione fra i suoi studi di specializzazione annovera il «Corso biennale di perfezionamento in direzione e gestione degli Impianti Sportivi» presso l'ISEF Statale di Roma. il "1° Master in management delle organizzazioni Calcistiche" presso l'Università di San Marino, il "M.E.M.O.S." (Master Europeo Management Organizzazioni Sportive) promosso dal C.I.O. e dalla U.E. ed il "1° Master di II livello in progettazione architettonica degli impianti sportivi" organizzato da "Università la Sapienza" e CONI Servizi.
- ❑ Su argomenti e problematiche inerenti la programmazione e gestione di impianti sportivi ha scritto articoli sulle più note riviste e siti WEB specialistici ed ha collaborato ad una pubblicazione della SDS di Roma.
- ❑ Ha effettuato numerosi studi di fattibilità ed analisi gestionali di impianti sportivi per conto di Aziende, Investitori privati, Università ed Enti Locali.
- ❑ Docente e formatore su vari argomenti presso i più noti master post-universitari di sport management e prestigiose aziende (Il Sole 24 ore, Stageup, Università di San Marino; SBS Treviso; LUISS Roma; L.U.M.S.A. Roma; Tor Vergata Roma, Eventi MCM Bari, Università di Ferrara – C.A.R.I.D ed al Master in «Marketing dei servizi turistici» - Facoltà di economia e commercio di Rimini) per alcuni di questi master è stato anche tutor di diversi stagiaires.
- ❑ Docente del modulo "Pianificazione strategica e marketing dell'impiantistica sportiva" al 1° Corso di Specializzazione in "Diritto e Management degli Impianti Sportivi" dell'Università Telematica San Raffaele di Roma in collaborazione con l'Istituto per il Credito Sportivo" e l'Associazione Italiana Calciatori"
- ❑ Relatore presso vari convegni di sport management e sport-turismo è docente presso la Scuola dello Sport Centrale del CONI a Roma partecipando allo staff di programmazione del corso di formazione continua "la gestione delle risorse nelle organizzazioni sportive dilettantistiche"
- ❑ Coordinatore della Consulta del turismo del Comune di Fasano (Br)
- ❑ Presidente di L.A.P.I.S: Libera Associazione Professionisti Impianti Sportivi



Leonardo Zizzi
Sport Consulting

Mob. 335 6.920.920

Skype leonardo.zizzi

info@leonardozizzi.biz

STUDI DI FATTIBILITA' DEGLI IMPIANTI SPORTIVI

M A . C E . F I S

Manangement Centri Fitness e Sportivi

X Edizione **WEB**

Grazie

