

TURISMO SPORTIVO E PROJECT MANAGEMENT DELL'EVENTO

Contesto:

Il mercato degli eventi in Italia ha subito una forte inversione di tendenza in positivo tra settembre 2015 ed agosto 2015. Gli investimenti delle aziende segnano un +4,3% rispetto all'anno precedente, per un volume di spesa pari a 819 milioni di euro. I numeri sono molto positivi: dai dati raccolti, l'81% delle aziende/organizzazioni hanno intenzione di investire in eventi nei prossimi due anni, con una stima di investimenti che arriveranno a 1.041 milioni di euro.

Tra tante tipologie, gli eventi più organizzati nell'ultimo anno sono stati eventi aziendali seguiti dagli incentive e gli eventi di team building con un lieve calo di congressi e convegni. A differenza delle analisi precedenti si è registrato un aumento degli eventi pubblici, culturali, di formazione ed in particolare degli eventi sportivi. Così, oggi, l'evento sportivo, legato al turismo sportivo, ricopre una grossa fetta del mercato degli eventi. Formula d'investimento sempre più utilizzata dai più importanti Brand nazionali ed internazionali, è costituita di molte fasi fondamentali: dall'ideazione e pianificazione dell'evento alla scelta delle modalità di finanziamento, dalla realizzazione e messa in opera al monitoraggio e reportistica finale. È necessario, quindi, che le figure manageriali operanti in questo settore, gli Event Manager, siano specificamente formate ed aggiornate per quanto riguarda le richieste di mercato attuali, solamente così si possono progettare e realizzare eventi sportivi di grande successo.

Obiettivi:

- Acquisizione delle competenze di base in Turismo Sportivo, analisi e potenziamento del territorio di competenza
- Project Management dell'evento
- Analisi delle fasi di ideazione, realizzazione, svolgimento e monitoraggio dell'evento sportivo
- Focus sulle sponsorizzazioni sportive e gli eventi legati a queste

Destinatari:

- Dirigenti Sportivi
- Responsabili Comunicazione e Marketing
- Addetti Stampa
- Manager Sportivi
- Operatori delle Società Sportive
- Funzionari allo Sport

Durata:

24 ore

Programma:

- La valorizzazione di un territorio attraverso lo sport
- Definizioni di turismo sportivo
- Il turismo sportivo attivo e passivo
- Alcuni dati sul movimento turistico sportivo e sulla pratica dello sport in Italia
- I tre settori chiave del turismo sportivo: le P.A., gli operatori turistici; il mondo dello sport
- Modalità di interazione tra i tre settori e analisi dei ruoli e delle competenze
- Analisi dell'offerta reale e potenziale di un territorio dedicata al turismo sportivo e creazione del prodotto
- Commercializzazione, promozione comunicazione: chi e come?
- Elementi di tecnica del Turismo Incoming
- Come creare pacchetti turistici per segmenti di nicchia
- Project Management applicato agli eventi
- Fasi e strumenti di progettazione
- Alcune tipologie di eventi sportivi: le assemblee, i meeting, i corsi di formazione sportiva
- I grandi eventi sportivi
- Aspetti psicologici dell'evento
- Studio di fattibilità
- Valutazione e stima della location e delle strutture
- Gestione dei fornitori e della logistica
- Competitive set
- Gli Stakeholders
- Le competenze dell'Event Manager
- Budgeting e pianificazione finanziaria dell'evento
- Obiettivi, strumenti e canali di comunicazione
- Le sponsorizzazioni
- I contributi comunitari per l'organizzazione di eventi
- La promozione dell'evento, la pubblicità e l'aspetto grafico
- Post evento: reportistica e database
- Aspetti legali nell'organizzazione di eventi
- Event quality