

**ISTITUTO UNIVERSITARIO DI
SCIENZE MOTORIE DI ROMA**

Facoltà di Scienze motorie

**CORSO DI LAUREA IN MANAGEMENT DELLO
SPORT E DELLE ATTIVITA' MOTORIE**

MARKETING STRATEGICO

**LA DANZA QUALE SPORT: ANALISI DELLA
DOMANDA ATTUALE, PROSPETTIVE E
STRATEGIE DI SVILUPPO SU TARGET
GIOVANILI**

Relatore

Chiar.mo Prof.

Paolo Delicato

Candidato

Fabio Colella

Matricola 53S/0033

Anno Accademico 2004/2005

INDICE

PREMESSA	pag. 4
- Perché una tesi sul ballo	
LA DANZA COME ELEMENTO NATURALE DELL'EVOLUZIONE UMANA	pag. 5
LA DANZA COME SPORT	
- Cenni storici sulla federazione	pag. 17
- Aspetti organizzativi	pag. 19
- Aspetti economico-finanziari della Federazione	pag. 24
- Il mondo associativo della Federazione	pag. 27
LA DINAMICA DEL SETTORE	
- Tendenze evolutive	pag. 33
- Fonti di finanziamento	pag. 38
ELEMENTI DI MARKETING DEL SETTORE	pag. 39
- Tendenze evolutive	pag. 43
- Tipologie di offerta	pag. 45
- Strumenti di comunicazione	pag. 46
- Strumenti di finanziamento	pag. 47
- Quali politiche per lo sviluppo	pag. 49

POSSIBILI STRATEGIE DI SVILUPPO DEL SETTORE GIOVANILE

- **Le potenzialità del mercato** pag. 51
- **Le attività al centro dell'azione** pag. 52
- **Gli obiettivi sul target giovanile**

- **L' offerta**

- **La comunicazione**

- **Gli eventi**

- **Promozioni – sponsorizzazioni**

CONCLUSIONI pag. 55

BIBLIOGRAFIA pag. 56

PREMESSA

PERCHE' UNA TESI SUL BALLO

Il ballo, inteso negli ultimi anni come danza sportiva, ha raggiunto una collocazione notevole nella società di oggi, rappresentando uno sport salutare ed impegnativo per molti ballerini che si cimentano a livello agonistico ed un vero e proprio fenomeno di socializzazione rappresentato dagli oltre otto milioni di persone che ogni fine settimana frequentano le sale da ballo.

Ci sembra d'obbligo considerare questa disciplina come sport molto diffuso ed in forte crescita, del quale è interessante analizzare i motivi che spingono recentemente i mass media ad occuparsene di questo settore (basti pensare alle attuali trasmissioni riguardanti questo sport), i principali stakeholder che ruotano attorno al fenomeno che esso rappresenta delineando strategie di sviluppo definite soprattutto ai target giovanili, che rappresentano la speranza di questo sport e di tutta la danza intesa come puro e sano divertimento.

LA DANZA COME ELEMENTO NATURALE DELL'EVOLUZIONE UMANA

*NACQUE L'UOMO
E SUBITO BALLO'*

La danza, intesa come insiemi di movimenti e di gesti eseguiti con il corpo seguendo il suono e il ritmo di una musica, è senza dubbio fra i linguaggi elaborati dall'uomo uno dei più comunicativi ed efficaci.

In tutte le culture la danza è sempre stata una forma di espressione privilegiata, perché è un mezzo per uscire dalla realtà ed è un modo per realizzare un contatto e una comunicazione con elementi spirituali e fantastici che trascendono la condizione umana.

In tutte le lingue europee il termine DANZA (danse- dance- Tanz), deriva dalla radice "tan", che vuol dire "tensione".

La danza era dunque vissuta fin dalle origini come tensione spirituale fra l'uomo e la natura, fra l'uomo e il mondo. Nata come azione mimica e simbolica, la danza nei secoli si è evoluta, diventando di volta in volta espressione delle mutate tendenze culturali e dei cambiamenti della società. Attraverso la danza, che nelle sue innumerevoli espressioni

è un patrimonio culturale universale, possiamo dunque scoprire tradizioni, usanze, costumi dei popoli.

PRIMA DELLA STORIA

La danza è nata insieme all'uomo, lo ha accompagnato fin dall'inizio in tutte le circostanze salienti dell'esistenza. Appena si è saliti su due zampe si è cominciato a danzare. In occasione della caccia, dei rapporti sessuali, della guerra, del cambiare delle stagioni, la danza è il linguaggio fondamentale che serve a raccontare ciò che accade, a dire ciò che si spera accadrà, a scongiurare ciò che si teme possa accadere, a ricordare ciò che è già accaduto.

Prima della storia, la danza è un sapere: significa conoscere i precedenti mitologici e interpretare grazie ad essi, magicamente, il quotidiano del presente e le incognite del futuro: il danzatore è cantastorie e profeta, saggio e visionario. Di volta in volta, il linguaggio della danza può essere rigorosamente prestabilito, con gesti, ritmi, suoni, costumi precisi, oppure può essere lasciata una certa libertà di improvvisazione su temi rituali preordinati, come una variazione musicale.

La danza è potente, ha effetti che si propagano nel tempo e nello spazio: è un'energia misteriosa che va domata e messa al servizio della comunità.

È il collegamento, ora spontaneo e istintivo ora articolato e codificato, tra il corpo e l'anima, tra l'umano e il

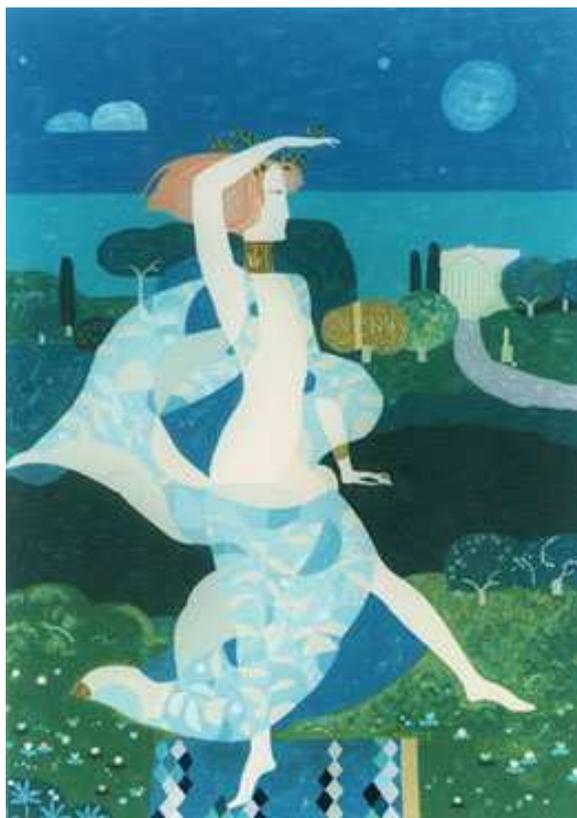
soprannaturale, tra il peccato e la redenzione. Ancora oggi queste funzioni si intrecciano e sopravvivono nelle danze delle popolazioni che vivono allo stato tribale.

L'ANTICO EGITTO

Dalle valle del Nilo ci giungono le prime testimonianze di una grande cultura storica. I primi documenti precisi sulla danza sono egizi: i TESTI DELLE PIRAMIDI (Regno Antico) accennano alla danza tra le forme di omaggio agli dei e ai morti divinizzati, e alcune figurazioni illustrano le danze rituali egizie dal III millennio a.C. all'epoca tolemaica. Ma l'Egitto ci ha lasciato anche rappresentazioni di danze molto più libere, eseguite per lo più da stranieri: negri, libici, pigmei. E il dio della danza, Bes, era raffigurato come un nano deforme. Oltre alla prima registrazione anagrafica, risale al Regno Antico la prima documentazione della storia relativa a danzatori e danzatrici professionisti.

LA GRECIA

Nei poemi omerici sono descritte danze corali di giovani e fanciulle. Dalla danza sono nati i modelli per i poeti della lirica corale (versi sempre accompagnati da musica citaristica, da cui il termine che li designa) e delle tragedia. I principali schemi metrici (come il peana, il ditirambo, l'encomio, per esempio) derivano strettamente dalla musica e dalla danza. I Greci elaborarono una grammatica coreografica precisa, e alcuni studiosi ritengono che già praticassero la tecnica sulle punte. La Pirrica era tipica degli Spartani, che si avvicinavano al nemico danzando: un movimento ritmico, minaccioso, individuale prima della battaglia per raccogliere le forze e ingraziarsi il fato.



LA CULTURA EBRAICA

Miriam e le donne d'Israele danzarono dopo il passaggio del Mar Rosso, Davide danzò davanti all'arca. Le antiche tradizioni religiose sono sopravvissute fino all'età moderna: dopo le nozze si danza per una settimana e quando si celebra Simachat Torah (Gioia della Legge) si danza con i rotoli della legge nella sinagoga. L'entusiasmo religioso si esprime nella danza, associata alla preghiera. Ma non si dimentichi uno dei balli più famosi, inquietanti e rappresentati, in teatro, al cinema, in versi e in prosa: Salomè che balla sinuosa davanti a Erode per chiedere- ed irresistibilmente ottenere- la testa di Giovanni il Battista.

ROMA

Il popolo che conquistò il mondo, ballava soprattutto con le armi in mano, rievocando negli spettacoli e nelle parate le grandi battaglie. Gradualmente, su influenze etrusche e greche, la danza perse questa esclusiva connotazione guerresca e di celebrazione del potere. In età augustea divenne molto popolare lo spettacolo della pantomima, cioè di quella rappresentazione scenica in cui il dialogo è soppresso e l'azione è resa dai gesti degli attori accompagnati dalla musica. Quasi un balletto dei tempi antichi, spesso di carattere satirico, più raramente di impronta tragica.

MEDIOEVO

Nel periodo che va dal disgregamento dell'impero romano fino ai primi secoli del Medioevo, la danza era caduta in decadenza, perseguitata dalla Chiesa come veicolo di corruzione e licenziosità al pari di ogni altra forma di spettacolo. Pur essendo considerata immorale, perché veniva fatta dopo i riti pagani, continuò tuttavia ad essere praticata dal popolo nella celebrazione delle feste. Fino al '400, la sua immagine sarà quella della danza delle streghe insieme a Satana, per i riti del Sabba. È il periodo della danza macabra, che si svolgeva nei cimiteri per esorcizzare ed evocare la morte.

RINASCIMENTO

Durante il Rinascimento, la danza assunse finalmente un ruolo importante, presentandosi in innumerevoli forme in cui si fondevano svariati motivi, tratti dalle manifestazioni coreiche antiche e moderne. Il linguaggio acquisisce uno stile europeo che si riscontra nelle danze italiane (tarantella, pavana, gagliarda), francesi (minuetto, gavotta), tedesche (valzer), inglesi (giga, contradanza), polacche (polacca, mazurka).

L'epoca rinascimentale vede la nascita e lo sviluppo in Europa del balletto, come rappresentazione e spettacolo teatrale.

IL SEICENTO

In questi periodo, la danza è chiamata in causa come mezzo espressivo per sviluppare un'azione scenica. Viene praticata come ballo pubblico nelle piazze, nelle vie e nei teatri, affermandosi fra la gente di corte quale passatempo o manifestazione mondana.

Nel 1661, nacque a Parigi l'Académie Royale de Danse, da cui è derivato il termine di danza accademica e con cui ebbe inizio il professionismo del ballo teatrale, che presenta lo stile di danza del balletto classico.

Rigide regole disciplinavano i movimenti dei ballerini, le posizioni dei piedi e delle braccia, i diversi tipi di "passi" che essi potevano compiere. Principi, questi, che ancora oggi vengono seguiti da chi studia il balletto classico e, la bravura del ballerino "classico", sta non solo nell'eseguire i passi in maniera tecnicamente perfetta, ma anche nel saper "interpretare", grazie alla sua sensibilità e alla sua personalità, l'animo del personaggio e la storia, le sequenze dei passi che compongono le coreografie e gli schemi imposti dal ballo accademico.

Come reazione al balletto classico si è sviluppata, soprattutto a partire dal Novecento, una danza "libera", che rifiuta i principi e le strutture elaborate dalla danza accademica, e concepisce invece il movimento come espressione spontanea dell'esperienza emotiva del momento. In questa danza moderna sono confluite e confluiscono le

esperienze più disparate, che accolgono suggestioni provenienti dalle arcaiche danze tribali africane come dai moderni balli “metropolitani” e dalle più recenti tendenze musicali. Si delinea così il carattere eclettico e polimorfo della danza d’arte dei nostri tempi.

The English Dancing Master :

O R,

Plaine and easie Rules for the Dancing of Country Dances, with the Tune to each Dance.



L O N D O N,

Printed by *Thomas Harper*, and are to be sold by *John Playford*, at his Shop in the Inner Temple neere the Church doore. 1651.

LA DANZA COME SPORT

CENNI STORICI SULLA FEDERAZIONE

La danza italiana si è organizzata autonomamente per oltre un quarantennio. Ha origini milanesi dato che proprio nel capoluogo lombardo si era costituita nel 53' la prima Associazione; da allora nuove associazioni sono nate al Nord, al Centro, al Sud dell'Italia, applicando le regole internazionali, ma non riuscendo a trovare quell'unificazione interna che avrebbe potuto portarle ad un riconoscimento ufficiale da parte del CONI.

Numerosi sono i riconoscimenti ottenuti dalla Danza Sportiva nel corso degli anni. Infatti il 28 Febbraio 1997 viene riconosciuta dal C.O.N.I., il 14 Settembre sempre dello stesso anno, nella 106° Sessione del CIO¹ che si è tenuta a Losanna, l'International Dance Sport Federation (IDSF) viene riconosciuta quale Federazione nel rispetto della Regola 29 della Carta Olimpica. In questa occasione preme ricordare il lungo e impegnativo lavoro, iniziato quindici anni fa dal Presidente dell'IDSF - allora ICAD- Mr. Detlef Hegemann, che hanno portato a questo importante obiettivo per la Danza Sportiva Internazionale. Già nel novembre del 1982 il primo passo è stato quello di adattare le norme dell'IDSF all'articolo 57 dello Statuto del CIO affinché si potesse iniziare la procedura che avrebbe portato al

¹ Nel testo verranno utilizzati i seguenti acronimi:
CIO - Comitato Internazionale Olimpico

riconoscimento della Danza Sportiva. Successivamente nel 1991 l'IDSF viene riconosciuta quale membro provvisorio e nel 1992 definitivo del GAISF². Nel 1995 giunge il riconoscimento provvisorio da parte del CIO. Nel 1996 diventa membro dell'International World Games Association IWGA³ e Membro dell'Associazione Internazionale delle Federazioni Sportive Riconosciute ARISF⁴. Nel 1997 partecipa per la prima volta ai World Games in Lathi. Infine il 4 Settembre il pieno riconoscimento da parte del CIO, dove è rappresentata per adesso solo nelle danze standard e latino-americane. Si affaccia, dunque, alla ribalta delle Olimpiadi con l'aspirazione di essere inserita a pieno titolo tra le discipline olimpiche.

² GAISF, associazione internazionale delle Federazioni Sportive

³ IWGA, associazione internazionale dei giochi mondiali

⁴ ARISF, associazione internazionale delle federazioni degli sport olimpici

ASPETTI ORGANIZZATIVI

La Federazione Italiana Danza Sportiva (di seguito FIDS) è un'associazione senza fini di lucro costituita allo scopo di promuovere, organizzare, regolamentare e sviluppare in Italia, in ogni fascia di età e di popolazione, la danza sportiva in tutte le sue forme e manifestazioni, nel rispetto dei principi costituzionali e della legislazione vigente ed in armonia con gli indirizzi e con le direttive del Comitato Olimpico Nazionale Italiano (di seguito CONI) e del Comitato Olimpico Internazionale (di seguito CIO). Essa è dotata, ai sensi e per gli effetti del D.Lgs, n. 15/2004, di personalità giuridica di diritto privato. Il suo ordinamento interno è disciplinato dal suo statuto e dai Regolamenti Federali. La FIDS è costituita dalle società ed associazioni sportive (di seguito ASA⁵) dilettantistiche ad essa affiliate che operano senza fini di lucro nel campo della danza sportiva, nelle forme e con le modalità stabilite dallo statuto e dai regolamenti federali. La FIDS, disciplina sportiva associata al C.O.N.I., svolge attività sportiva dilettantistica nel rispetto dei principi contenuti nella Carta Olimpica e in armonia con le deliberazioni e gli indirizzi delle rispettive federazioni internazionali, purchè non in contrasto con le deliberazioni e gli indirizzi del CIO e del C.O.N.I. Alla FIDS è riconosciuta autonomia tecnica organizzativa e di gestione

⁵ ASA – Associazione sportiva Dilettantistica

sotto la vigilanza del CONI. La FIDS è riconosciuta dal CONI come l'unico organismo legittimato a disciplinare in Italia lo sport della danza sportiva, anche nelle sue forme derivate, e come esclusivo rappresentante per l'Italia nel settore, in campo nazionale ed internazionale. La FIDS aderisce alla International Dance Sport Federation (I.D.S.F.), alla World Rock n'Roll Confederation (W.R.R.C⁶) ed alla International Dance Organization (I.D.O.), delle quali riconosce, accetta ed applica le norme statutarie e regolamentari sempre che non siano in contrasto con i regolamenti, le deliberazioni e gli indirizzi del CIO e del CONI. La FIDS persegue le sue finalità istituzionali in ossequio ai principi di democrazia interna e di uguaglianza e pari opportunità, con esclusione di ogni forma di violenza, xenofobia e di discriminazione razziale, religiosa e politica. La FIDS garantisce la partecipazione degli atleti e dei tecnici all'attività federale. La FIDS attua i principi stabiliti dal CONI per la tutela della salute degli atleti nonché per prevenire e reprimere l'uso di sostanze e di metodi che possano alterare le naturali prestazioni fisiche degli atleti nello svolgimento dell'attività agonistico-sportiva. La FIDS aderisce incondizionatamente al Regolamento Antidoping del CONI. La FIDS intrattiene rapporti di leale collaborazione con le autorità pubbliche e coopera con esse ai programmi di promozione e sostegno della danza sportiva in Italia. La FIDS sovrintende, cura e regola la

⁶ WRRC- Confederazione mondiale di rock n'Roll

pratica, delle seguenti discipline per gare individuali, di coppia e di squadra:

DANZE DI COPPIA

<p style="text-align: center;"><u>DANZE INTERNAZIONALI</u></p>
<p><i>Danze Standard e Danze Latine: Valzer Inglese, Tango, Valzer Viennese, Slow Foxtrot, Quick Step, Samba, Cha Cha Cha, Rumba, Paso Doble, Jive, Combinata, Show Coppie e Formazioni;</i></p>
<p><i>Danze Jazz: Rock'n Roll, Rock Acrobatico, Boogie Woogie, Swing Dance, Lindy Hop, Mixing Blues, Combinata, Show Coppie e Formazioni;</i></p>
<p><i>Danze Freestyle: Danze Caraibiche (Salsa, Mambo, Merengue, Bachata, Combinata, Rueda), Danze Argentine (Tango, Vals, Milonga), Hustle, Show Coppie e Formazioni.</i></p>
<p style="text-align: center;"><u>DANZE-NAZIONALI</u></p>
<p><i>Liscio Unificato e Sala: Mazurka, Valzer Viennese, Polka, Valzer Lento, Tango, Foxtrot, Combinata, Show Coppie e Formazioni.</i></p>
<p style="text-align: center;"><u>DANZE REGIONALI</u></p>
<p><i>Danze Folk e Liscio Tradizionale: Mazurka, Valzer, Polka e altri balli tradizionali.</i></p>
<p style="text-align: center;"><u>DANZE ACCADEMICHE</u></p>
<p><i>Danza Classica: Tecniche di Balletto, Variazioni Libere, Pas de Deux, Repertorio Classico.</i></p>
<p><i>Danza Moderna e Contemporanea: Modern Jazz, Lyrical Jazz, Graham, Cunningham, Limon e generi derivati.</i></p>
<p style="text-align: center;"><u>DANZE COREOGRAFICHE</u></p>
<p><i>Danze Freestyle: Synchro Dance, Choreographic Dance, Show Dance, Disco Dance.</i></p>
<p><i>Danze Etniche, Popolari e di Carattere: Tap Dance, Twist, Charleston, Belly Dance e danze tradizionali varie.</i></p>
<p style="text-align: center;"><u>STREET DANCE</u></p>
<p><i>Urban Dance: Hip Hop, Break Dance, Electric Boogie, Funk, Hype, Contaminazioni e stili derivati.</i></p>

Ai vincitori dei campionati organizzati dalla federazione su scala nazionale, regionale, provinciale o con altri riferimenti geografici, la FIDS assegna il titolo ufficiale ai campioni di ogni categoria, classe e specialità di danza sportiva. La FIDS, inoltre, persegue l'obiettivo dell'unificazione in Italia, sotto la propria egida, di tutte le discipline della danza sportiva. Per tale ragione, la FIDS si propone di aderire ad ogni eventuale altra organizzazione sportiva sovranazionale che abbia finalità affini alle proprie, semprechè i relativi ordinamenti non risultino in contrasto con i regolamenti, le deliberazioni e gli indirizzi del CIO e del CONI. Per il raggiungimento dei suoi scopi la FIDS può:

- a) promuovere ed organizzare l'edizione anche telematica di scritti, giornali, riviste periodiche, libri e pubblicazioni varie;*
- b) promuovere, organizzare e gestire, sia direttamente che mediante sovvenzioni, corsi di formazione tecnica anche in forma audiovisiva;*
- c) aderire ad enti, associazioni, organismi privati o pubblici, nazionali ed internazionali, con scopi uguali, affini o complementari ai propri;*
- d) costituire, assumere interessenze o partecipazioni sotto qualsiasi forma in società di capitali per l'esercizio di attività economiche inerenti ai propri scopi, nel rispetto del principio dell'assenza del fine di lucro;*
- e) svolgere qualunque altra attività connessa o affine a quelle sopraelencate, nonché compiere tutti gli atti e*

concludere tutte le operazioni contrattuali di natura immobiliare, mobiliare, commerciale, e finanziaria necessarie o utili al raggiungimento degli scopi e attinenti ai medesimi, sia direttamente che indirettamente, nel rispetto del principio dell'assenza del fine di lucro.

f) cedere diritti televisivi, diritti di immagine e spazi pubblicitari e svolgere attività commerciali strumentali alla promozione della danza sportiva;

g) incentivare - ovvero assumere in via diretta - la costruzione e la gestione di impianti sportivi idonei alla pratica della danza sportiva.

ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI DELLA
FEDERAZIONE

Patrimonio

Il patrimonio della FIDS è costituito da:

- fondo di riserva;*
- beni d'uso da ammortizzare o ammortizzati, dalle attrezzature, dagli investimenti e dagli immobili di proprietà; tutti i beni oggetto del patrimonio devono risultare da un libro inventario aggiornato all'inizio di ogni anno, tenuto dalla Segreteria Generale e debitamente vistato dal Collegio dei Revisori dei Conti. Di esso fanno parte, oltre al patrimonio esistente, ogni suo futuro incremento nonché tutte le somme che pervengano alla FIDS senza specifica destinazione.*

Entrate e mezzi di finanziamento

Alle spese occorrenti per il funzionamento della FIDS si provvede con le entrate derivanti:

- a) da eventuali contributi del C.O.N.I. e di altri enti, pubblici o privati;*
- b) dalle quote di affiliazione e tesseramento;*
- c) dai proventi delle manifestazioni sportive;*

- d) dalla gestione dei servizi e dalla cessione di beni in favore degli associati;*
- e) da donazioni a qualunque titolo erogate da privati, enti o società ed accettate con delibera dal Consiglio Federale;*
- f) dai proventi derivanti da tutte le altre attività istituzionali, quali, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, tasse, multe e penalità eventualmente inflitte ai tesserati o agli affiliati.*
- g) dai proventi di ogni altra attività strumentale, anche commerciale, purché finalizzata al raggiungimento degli scopi istituzionali.*

Esercizio finanziario

L'esercizio finanziario ha la durata di un anno e coincide con l'anno solare.

Gestione finanziaria

Il bilancio della FIDS è unico e rappresenta la situazione patrimoniale ed il conto economico. La gestione finanziaria si svolge in base al bilancio preventivo annuale deliberato dal Consiglio Federale entro il 30 novembre di ciascun anno. Questo è trasmesso al C.O.N.I. nel termine prefissato, corredato con le relazioni dei Collegio dei Revisori dei Conti e del Presidente Federale in conformità alle disposizioni emanate dal C.O.N.I. stesso. Successivamente alla chiusura dell'esercizio finanziario, ed entro la data indicata dal

C.O.N.I., dovrà essere trasmesso al C.O.N.I. il bilancio d'esercizio, approvato dal Consiglio federale entro il 30 aprile di ciascun anno e corredato con le relazioni del Collegio dei Revisori dei Conti e del Presidente Federale. La gestione della FIDS spetta al Consiglio federale ed è disciplinata dall'apposito regolamento di Amministrazione e Contabilità Federale.

IL MONDO ASSOCIATIVO DELLA FEDERAZIONE

Gli Associati della FIDS sono le società ed associazioni sportive le quali devono presentare domanda di affiliazione nei termini e secondo le modalità stabiliti dalle norme federali vigenti, provvedendo al pagamento della relativa quota nella misura annualmente fissata dal Consiglio Federale. La domanda di affiliazione deve essere presentata secondo le modalità e procedure previste nel regolamento organico. Sulle richieste di affiliazione è competente a decidere il Consiglio Federale.

Il riconoscimento ai fini sportivi delle ASA avviene ad opera del Consiglio Federale della FIDS, se ed in quanto a ciò delegato dal Consiglio Nazionale del CONI.

Il riconoscimento e l'affiliazione delle associazioni polisportive hanno luogo per la singola sezione che pratica la danza sportiva.

Requisiti per l'affiliazione

Le società ed associazioni sportive possono essere affiliati purché:

- a) prevedano, negli statuti, l'obbligo di conformarsi alle norme ed alle direttive del Coni, nonché allo Statuto ed ai Regolamenti della Federazione ;*
- b) svolgano la loro attività senza fine di lucro;*

- c) riconoscano la giurisdizione sportiva e disciplinare della FIDS;*
- d) rispettino il principio elettivo per gli organi direttivi e per gli eventuali organi di controllo;*
- e) osservino il principio della separazione dei poteri fra organi direttivi e organi disciplinari;*
- f) i loro Statuti e regolamenti siano ispirati al principio democratico e di pari opportunità.*
- g) paghino le quote di affiliazione e rinnovo della affiliazione e le quote di tesseramento secondo modalità e termini stabiliti dal Consiglio Federale;*

Gli statuti delle ASA devono essere redatti in osservanza alle prescrizioni di cui all'art.90 della L. n.289/2002 e successive modificazioni ed integrazioni. Gli statuti e le deliberazioni di modifiche allo statuto, da sottoporre al Consiglio Federale per la relativa approvazione – se delegato dalla Giunta Nazionale del CONI -, devono essere trasmesse alla Federazione entro il termine di 20 giorni dalla data della relativa approvazione.

Doveri degli affiliati

Gli affiliati, sono tenuti ad osservare ed a far osservare ai propri dirigenti, soci od associati, tesserati della FIDS, le norme contenute nei regolamenti federali ed a rispettare e far rispettare le deliberazioni e le decisioni adottate dagli organi, centrali e periferici, della stessa nel rispetto delle singole sfere di competenza nonché ad adempiere agli

obblighi di carattere economico secondo le norme e le deliberazioni federali. Gli affiliati devono esercitare la loro attività con lealtà e correttezza, osservando i principi, le norme e le consuetudini sportive e salvaguardando la funzione popolare, educativa, sociale e culturale dello sport. Gli affiliati sono tenuti a mettere a disposizione della FIDS gli atleti selezionati per far parte delle rappresentative nazionali italiane.

Diritti degli affiliati

Gli affiliati hanno diritto:

- a) di partecipare alle Assemblee secondo le norme statutarie e regolamentari;*
- b) di partecipare all'attività agonistica ufficiale, nazionale o internazionale, secondo quanto previsto dai regolamenti federali, prendendo parte alle gare di campionato organizzate o autorizzate dalla FIDS ed alle gare internazionali organizzate o comunque approvate dalle federazioni internazionali cui la FIDS è affiliata o è da queste riconosciuta;*
- c) di organizzare manifestazioni di danza sportiva in conformità delle disposizioni dettate dai competenti organi federali e dagli organismi internazionali; hanno diritto di voto nelle Assemblee Nazionali e Periferiche F.I.D.S. gli affiliati che rivestano tale qualifica da almeno 12 mesi antecedenti la data di celebrazione dell'Assemblea e che in*

tale periodo abbiano effettivamente svolto attività federale con carattere di continuità, potendo dimostrare la partecipazione di propri atleti ad almeno una competizione ufficiale organizzata dalla FIDS.

Soggetti tesserati

Possono entrare a far parte della FIDS, previo tesseramento:

- a) gli atleti;*
- b) i tecnici;*
- c) i dirigenti federali;*
- d) i dirigenti ed i soci delle ASA;*
- e) gli ufficiali di gara;*
- f) i medici ed i collaboratori sanitari, federali e sociali;*

Organi e strutture della FIDS

Gli organi della FIDS si distinguono in centrali, periferici e di giustizia.

Sono Organi Centrali:

- a) l'Assemblea Nazionale Generale;*
- b) l'Assemblea Nazionale di Categoria degli Atleti;*
- c) l'Assemblea Nazionale di Categoria dei Tecnici*

- d) il Consiglio Federale;*
- e) il Presidente Federale;*
- f) la Giunta Esecutiva;*
- g) il Collegio dei Revisori dei Conti.*

Sono organi delle Strutture periferiche:

- a) l'Assemblea Regionale Generale;*
- b) l'Assemblea Regionale di Categoria Atleti;*
- c) l'Assemblea Regionale di Categoria Tecnici*
- d) il Consiglio Regionale;*
- e) il Presidente Regionale;*
- f) il Delegato Regionale;*
- g) il Revisore dei Conti Regionale;*
- h) l'Assemblea Provinciale;*
- i) Il Consiglio Provinciale;*
- j) Il Presidente Provinciale;*
- k) il Delegato Provinciale.*

Sono Organi di giustizia:

- a) il Procuratore Federale;*
- b) il Giudice Sportivo;*
- c) la Commissione Giudicante;*
- d) la Commissione d'Appello Federale.*

Strutture della F.I.D.S.:

- a) la Segreteria Generale;*
- b) la Consulta dei Presidenti dei Comitati periferici,*
- c) la Consulta regionale dei tecnici o degli atleti,*
- d) la Consulta provinciale dei tecnici o degli atleti,*

- e) il Collegio Nazionale degli Ufficiali di Gara;*
- f) il Collegio Nazionale dei Tecnici;*
- g) la Commissione (Centro) federale di studi e ricerche.*

LA DINAMICA DEL SETTORE

TENDENZE EVOLUTIVE

Come già detto in precedenza, la danza sportiva in Italia esiste da oltre 60 anni, sviluppatasi grazie alle differenti federazioni minori(FIDS, CISBA⁷, FDSI⁸ ecc.) citando con queste le più recenti, ed arrivando al massimo del riconoscimento sportivo nel giorno 28 Febbraio 1997 con l'attestazione da parte del CONI della Federazione Italiana Danza Sportiva (FIDS) come disciplina associata. Nel corso degli anni i tesserati di questo ente con personalità giuridica di diritto privato, sono aumentati in forma esponenziale passando da circa 23.149 tesserati, registrati nel primo aggiornamento dopo il riconoscimento del CONI effettuato il giorno 16 Aprile 1998, a più di oltre 100000 nel 2005. Ma la cosa più interessante è che questo sport non è praticato solo a livello agonistico, ma ha il suo maggior risvolto tra i giovani che frequentano le discoteche e soprattutto tra quelle persone di età compresa tra i 40 ed i 70 anni che sistematicamente frequentano le balere ogni fine settimana. Infatti analizzando i dati in nostro possesso fornitici dalla

⁷ CISBA Comitato Italiano soci amatori del ballo

⁸ FDSI Federdanza Sport Italia

Federazione nazionale danza sportiva(FNDS⁹), possiamo notare come ad esempio nella regione Lazio nell'anno 2005 ci sia stato un incremento del 10% degli iscritti nelle scuole di ballo, con un totale di 187 scuole di cui 109 solo a Roma, per un insieme di 10.000 persone che in maniera sistematica praticano questo sport a livello amatoriale. Se confrontiamo questi dati con quelli del Comitato Regionale Lazio della Federazione Italiana Danza Sportiva (FIDS), il cui principale scopo è quello di promuovere la danza sportiva a livello agonistico nella nostra regione, notiamo come le persone che praticano questo sport a livello agonistico sono nettamente inferiori rispetto al totale degli iscritti nelle scuole di ballo.

(dati riferiti al biennio 2004-2005).

⁹ FNDS – Federazione nazionale danza sportiva

NUMERO <u>ATLETI</u> ISCRITTI IN FEDERAZIONE ITALIANA	
DANZA SPORTIVA	
REGIONE LAZIO FIDS ANNO 2004	
Elenchiamo di seguito, suddivisi per gruppi di età, gli atleti iscritti nella Regione Lazio.	
TUTTE LE CATEGORIE E DISCIPLINE	
• Nella fascia di età 06/11	270 atleti
• Nella fascia di età 12/13	
	90 atleti
• Nella fascia di età 14/15	
	360 atleti
• Nella fascia di età 16/18	
	370 atleti
• Nella fascia di età 19/34	
	1000 atleti
• Nella fascia di età 35/45	
	430 atleti
• Nella fascia di età 46/55	
	378 atleti
• Nella fascia di età 56/ol	
	326 atleti
TOT. 3224 atleti	

NUMERO <u>ATLETI</u> ISCRITTI IN FEDERAZIONE ITALIANA	
DANZA SPORTIVA	
REGIONE LAZIO FIDS ANNO 2005	
Elenchiamo di seguito, suddivisi per gruppi di età, gli atleti iscritti nella Regione Lazio.	
TUTTE LE CATEGORIE E DISCIPLINE	
• Nella fascia di età 06/11	300 atleti
• Nella fascia di età 12/13	100 atleti
• Nella fascia di età 14/15	400 atleti
• Nella fascia di età 16/18	350 atleti
• Nella fascia di età 19/34	1100 atleti
• Nella fascia di età 35/45	450 atleti
• Nella fascia di età 46/55	408 atleti
•	
• Nella fascia di età 56/ol	350 atleti
<i>TOT. 3458</i>	

Risulta evidente come l'obiettivo sia quello di proporre prospettive e strategie di sviluppo della Federazione, attraverso l'incremento del target giovanile degli atleti della federazione italiana danza sportiva, rappresentando questi il futuro di questo sport e di tutta la danza intesa anche come ballo sociale.

FONTI DI FINANZIAMENTO

Il fenomeno danza sportiva, come già rilevato nella premessa, è un business in forte crescita. Recentemente il “Messaggero” nell’edizione nazionale di sabato 22 ottobre 2005, pubblicava cifre inerenti gli introiti che ruotano attorno al mondo del ballo, che si aggirano attorno ai 4 miliardi di euro all’anno, con un’alta evasione fiscale. Questo flusso di denaro deriva non solo dalle quote associative che le persone versano alle associazioni per frequentare i corsi di danza, all’incirca tra i 30 ed i 40 euro mensili a persona per il ballo sociale, con un massimo di 150-250 euro ogni 45 minuti di lezione per gli atleti agonisti che prendono lezioni con i professionisti del settore più blasonati, ma anche dall’abbigliamento per le competizioni, viaggi, quote di affiliazione che le associazioni versano alla federazione, servizi bar e ristoro all’interno dei palazzetti durante le manifestazioni sportive, case discografiche, orchestre, strumenti, sale pubbliche, riviste specializzate e discoteche.

ELEMENTI DI MARKETING DEL SETTORE

Oggi lo sport rappresenta un vero business, che trova fonti di reddito sempre più estese nella forma di spettacolo, di evento sportivo. In questo senso fare marketing, vedere tutto ciò in un'ottica strategica è fattore vincente per le organizzazioni. Tra chi offre sport, attività motoria, spettacoli, eventi e chi tutto questo domanda ed è disposto ad accettarlo, s'instaura una relazione che il marketing ha il compito di studiare, gestire e aggiornare. Compito principale del marketing strategico, in qualsiasi settore operi, è quello di tener viva e profittevole la relazione tra domanda ed offerta del bene/servizio. Attraverso tale approccio vengono sviluppate la formulazione di politiche e tattiche mirate, riuscendo ad interpretare le istanze psicologiche, sociologiche e culturali del consumatore, valorizzando l'immagine di un'atleta, di un'associazione sportiva. Il riuscire a sviluppare un disegno strategico, ad avere una visione di medio-lungo periodo, è possibile solo per quelle organizzazioni capaci di comprendere come il mercato dello sport sia in continuo cambiamento. Per le associazioni sportive è più frequente adottare comportamenti di marketing, specie quando la concorrenza è maggiore perché giocata soprattutto al di fuori del campo, della

struttura, attraverso strumenti che implicano decisioni e comportamenti innovativi, come la scelta di uno sponsor, definire il proprio merchandising, investire in tecnologie multimediali, coinvolgere i mezzi di comunicazione di massa. A tutto questo va aggiunto che la collettività è cambiata e continua ad evolversi nell'informazione, nella cultura e, di conseguenza, avverte esigenze sempre più difficili da soddisfare. Di fronte alla complessità di questo scenario il marketing dello sport, diventa un'importante strumento strategico per generare da una parte profitti sempre più elevati nel lungo periodo e dall'altra per sviluppare processi di fidelizzazione nel proprio ambito di lavoro.

Gli strumenti che il marketing adotta per affrontare e risolvere in maniera efficace queste problematiche sono:

RICERCHE DI MERCATO: *costituisce il primo strumento di marketing per sviluppare un'ottima strategia. Deriva da questo che non si può incrementare il target senza conoscere le esigenze e le caratteristiche che lo delineano. Con le ricerche di mercato si studia e si acquisiscono le informazioni di tipo demografico, sociale, culturale, comportamentale, dove tali informazioni se utilizzate nel giusto modo, possono delineare le linee guida per la futura strategia in termini di differenziazione dell'offerta, andando incontro alle necessità e alle attese della domanda.*

MERCHANDISING: *il marchio, oggi, è una componente essenziale del patrimonio di una società e basa la sua forza*

sulla notorietà, sull'immagine e sulla fiducia del consumatore appassionato della disciplina sportiva. Una leva strategica in tal senso è senz'altro l'utilizzo del marchio, nell'accezione di Brand Equity, le cui caratteristiche fondamentali sono:

Riconoscibilità

Fedeltà

Triangolazione delle relazioni esterne all'organizzazione, cioè i rapporti con i tifosi e gli sponsor.

Capacità di generare profitto al presente ed in futuro.

MARKETING MIX: *L'unicità del prodotto sport, unitamente alle numerose opportunità di business offerte dal mercato, rende determinante l'adozione di un corretto marketing mix. In generale, con questo termine si definisce l'insieme delle variabili controllabili di marketing che vengono impiegate dal management per conseguire specifici obiettivi aziendali. Il corretto marketing mix deve comprendere, oltre al prodotto, le seguenti macrovariabili:*

Posto : *fruibilità/accessibilità delle scuole di ballo*

Promozione: *massima visibilità della scuole di ballo*

Prezzo: *quote d'iscrizione ai corsi di danza*

Pubbliche relazioni: *Capacità di coinvolgere le persone specialmente le più importanti e di notorietà*

Massimizzazione degli introiti da diritti televisivi: cercare di produrre audience molto alti in modo da pretendere alti compensi dalle emittenti televisive

Merchandising/licensing: marchio della Federazione Italiana Danza sportiva, con l'identificazione da parte dei ballerini in un'ente riconosciuto a livello internazionale

Dato che l'importanza del merchandising e dei media all'interno del marketing mix del prodotto sport è, il più delle volte, subordinata alla corporate image dei club o degli atleti che partecipano ad una determinata manifestazione, una società sportiva non può subordinare la propria redditività esclusivamente a queste due componenti.

Il suo management, pertanto, deve cercare di accrescere la visibilità e la forza contrattuale del proprio club nei confronti dei terzi attraverso un'adeguata valorizzazione degli altri prodotti servizi (posto, politiche promozionali, prezzo, pubbliche relazioni) strettamente connessi ad un qualunque evento sportivo. E' soprattutto su questi fattori che il management dovrà orientare le proprie scelte strategiche per garantire alla propria impresa una redditività di medio- lungo termine.

TENDENZE EVOLUTIVE

Con il passare degli anni il settore danza sportiva ha subito notevoli cambiamenti. Infatti nei primi anni di crescita, nel periodo 60'-70', pochi erano gli atleti che credevano in questo sport, con la presenza nel territorio di pochi cultori della materia e l'assenza del carattere agonistico di questa disciplina. Le balere erano abbastanza affollate, ma non c'era la concezione di sport nel mondo della danza. Solo nel periodo 85'-90' la federazione allora entrante che, come già ricordato non era riconosciuta dal CONI e dal CIO, comincia ad organizzarsi in maniera competitiva anche a livello agonistico con le prime finali a livello mondiale dei competitori più rappresentativi (finale campionato europeo 1992 "professionisti"), sintomo che gli atleti italiani, dopo aver appreso all'estero le migliori tecniche di esecuzione dai migliori maestri internazionali, cominciano a farsi valere e a fondare delle vere e proprie "scuole di pensiero", esportate anche in tutto il mondo. Cominciano ad avvicinarsi attorno a questo mondo anche i media, inizialmente solo con la carta stampata, grazie ad articoli pubblicati sui vari quotidiani regionali e talvolta anche nazionali, che riportavano queste grandi vittorie dei competitori italiani. Gli atleti che praticavano questo sport cominciarono a crescere a livelli esponenziali, ma non superando grosse cifre, rimanendo sempre attorno a piccoli numeri in confronto a sport come il calcio, la pallacanestro,

la pallavolo, citando con questi i più praticati in quel periodo.

Il prodotto “Danza sportiva italiana” comincia ad ingrandirsi con l’aumento degli iscritti ai vari campionati italiani anche dei competitori più in avanti con l’età (rilevazione statistica 1994, 929 coppie di Senior 36/45 anni presenti sul territorio), atleti spesso e volentieri con un nucleo familiare che superava i 4 componenti e che coinvolgevano nelle gare agonistiche anche i propri figli. Vincere un campionato regionale o italiano non era poi così impossibile, bastava praticare in maniera assidua i corsi di danza per perfezionarsi e vincere numerosi trofei.

L’apice del successo questo sport lo ottenne il 28 Febbraio 1997 con il riconoscimento da parte del CONI come disciplina associata, ma oltre alla crescita organizzativa della Federazione Italiana Danza Sportiva, sono cresciute anche le persone che frequentavano le piste da ballo il sabato sera, dove queste erano vissute come luogo di sano divertimento, un ambiente pulito, un modo per socializzare con tante persone ed uscire almeno per un attimo dalla monotonia lavorativa e dallo stress di tutti i giorni, specie in provincia.

Secondo recenti ricerche gli italiani che frequentano almeno una volta a settimana le balere sono circa otto milioni in tutta Italia,(“Il Messaggero” edizione 22 Ottobre Edizione nazionale) cifre che metterebbero paura anche a sport come il calcio.

TIPOLOGIE DI OFFERTA

La tipologia di offerta che caratterizza questo sport è rappresentata a livello agonistico dalle numerose competizioni a livello provinciale, regionale e nazionale che ogni fine settimana si svolgono nei numerosi centri sportivi presenti sul territorio nazionale. Naturalmente il personale coinvolto, che consente a questo settore di evolversi in maniera sempre più ampia, è rappresentato dai tecnici della danza sportiva, i quali allenano i propri atleti nelle scuole di ballo presenti sul territorio, le quali molto spesso sono ubicate nelle palestre dove si praticano anche altre attività sportive, con la nascita di vere strutture polivalenti dove il singolo cittadino può praticare anche più attività durante la settimana.

A livello amatoriale un ruolo importante lo svolgono soprattutto le balere dove si balla il “liscio” ma non solo, anche i balli più moderni tipo la “salsa” in enorme crescita tra gli under 30.

Le discoteche stanno cambiando la propria direzione artistica, con la presenza fissa di più serate nella settimana dedicate ai balli di gruppo e caraibici, con un notevole volume di affari soprattutto per i gestori.

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Gli strumenti di comunicazione di cui il settore dispone sono rappresentati dal sito della Federazione italiana Danza sportiva, www.fids.it, dal sito della Federazione Internazionale Danza Sportiva, www.idsf.it, e da altri siti internet di entità minore.

Soprattutto a partire dal 2005, questo sport è entrato nelle case degli italiani con la nota trasmissione (e tuttora in onda) “Ballando con le stelle”, programma televisivo condotto da Milly Carlucci con un audience che va dai 6 Milioni con punte d’ascolto fino ai 9 milioni, e che sta dando una notorietà e visibilità a questo sport che negli anni addietro non si era mai raggiunta.

Dopo questo evento mediatico non c’è trasmissione che anche per solo pochi minuti non presenti uno spettacolo dedicato alla danza, con la presenza soprattutto di giovani coppie che non possono far altro se non del bene al vivaio di questo sport che negli anni addietro era in leggera diminuzione.

STRUMENTI DI FINANZIAMENTO

Il settore si finanzia grazie agli introiti derivanti innanzitutto dalle scuole di ballo, le quali incassano le quote associative (che variano da un minimo di 30-40 euro a persona ad un massimo di 150-250 euro a lezione).

La federazione ha i suoi incassi principalmente dalle quote di affiliazione che le varie associazioni sportive versano nelle casse federali, dagli introiti delle manifestazioni sportive che ogni organizzatore versa con una quota prestabilita alla federazione e dai contributi che il CONI o altri enti erogano per il mantenimento delle attività sportive.

Un ruolo notevole lo svolgono le balere, i ristoranti dove si danza e si balla, le discoteche, che hanno trovato una fonte di ricchezza non indifferente, le sartorie specializzate in abiti da ballo e i negozi autorizzati nella vendita di calzature da ballo, le agenzie di viaggio e gli alberghi(pernottamenti degli atleti e viaggi continentali per affrontare le competizioni internazionali), le case discografiche che incidono nuove compilation sempre più aggiornate, le orchestre con serate musicali (durante tutta la settimana ed in maniera assidua durante l'estate), sagre e comitati di piazza, i quali organizzando serate danzanti ne ricavano maggiori ricavi con minori costi (Band famosa che riceve un compenso addirittura 20 volte più alto rispetto ad un'orchestra di liscio).

Da ciò consegue che anche enti tipo la SIAE, traggono profitto da queste attività ricevendo le quote di contributo da parte delle varie associazioni sparse su tutto il territorio nazionale per l'esecuzione delle musiche.

QUALI POLITICHE PER LO SVILUPPO

Risulta evidente, per quanto precedentemente esposto, che per favorire la crescita di questo sport, bisogna insistere sulla forte visibilità ed interesse da parte dei mass media, in particolare crescente in quest'ultimo periodo, con l'immagine della danza sportiva come sport ma anche come fenomeno di socializzazione tra le persone di tutte le età. Fattori da tenere sott'occhio e da rimettere a punto sono:

- A) Gli alti costi che le varie famiglie devono sostenere per far allenare i propri figli (lezioni private, viaggi anche all'estero, abbigliamento, quote di iscrizione alle varie competizioni),*
- B) Troppa soggettività a volte utilizzata dalle giurie nel determinare le classifiche finali,*
- C) La mancata o meglio non pubblicizzata attestazione medico-scientifica della danza sportiva come sport per risolvere numerose patologie traumatiche oltre che ottimo strumento di socializzazione. Un'opportunità da sfruttare in modo ottimale ed in tempi rapidi è sicuramente è rappresentato dall'interesse del mondo televisivo verso questo sport (RAI, emittenti locali) e dagli sponsor che lentamente ma progressivamente cominciano ad accorgersi di questo fenomeno mediatico i quali possono portare grandi fonti di ricchezze soprattutto nei confronti degli atleti più meritevoli. Un'altra grande opportunità è*

rappresentata dalla possibilità di far diventare la Federazione Italiana Danza Sportiva una Federazione Sportiva Nazionale (FSN) con magari la possibilità di diventare disciplina olimpica già a partire dai giochi di Pechino 2008. Le minacce per questo splendido sport sono rappresentate soprattutto dalla comparazione con i costi minori che hanno gli altri sport, dal vincolo della coppia (giusta sintonia che si deve instaurare tra ballerino e ballerina) cosa che anche negli sport di squadra si può eliminare grazie alla presenza di un talento nella squadra, e dall'assenza di questa disciplina come sport nelle scuole.

POSSIBILI STRATEGIE DI SVILUPPO

DEL SETTORE GIOVANILE

Potenziali del mercato

Non appare molto difficile delineare l'andamento che il "mercato" danza sportiva assumerà nei prossimi anni. Infatti dall'analisi attuale ci pare ovvio come questo sport avrà il suo sbocco maggiore soprattutto a livello sociale, poiché grazie all'azione dei mass media sta facendo riscoprire nelle persone sia di mezz'età che un pò più avanti con gli anni il gusto di divertirsi, praticando nello stesso tempo uno sport salutare in un ambiente sano come la balera, dove si può trascorrere una bella serata in compagnia di molti amici. Ed è in questo momento di forte visibilità che dobbiamo intervenire soprattutto sul target giovanile, con azioni mirate allo sviluppo e al coinvolgimento il più vasto possibile dei giovani in modo da incentivarli nella pratica di questo sport e creare il loro una forte fidelizzazione verso questa disciplina.

LE ATTIVITA' AL CENTRO DELL'AZIONE

Per favorire e raggiungere lo sviluppo del target giovanile, bisogna attuare una strategia di marketing mix, incentrata soprattutto sulle variabili:

- *Prezzo*
- *Comunicazione*
- *Fidelizzazione*
- *Promozione nelle scuole*
- *Eventi*

Infatti per sensibilizzare i giovani verso questo sport e verso la danza in generale, dobbiamo sicuramente dal punto di vista operativo attuare una politica di prezzi sensibile alle esigenze della società di oggi, con particolare attenzione al confronto con gli altri sport cercando di non superarli nelle quote di partecipazione alle varie attività sportive.

Un altrettanto importante fattore da considerare, è la COMUNICAZIONE che può essere di varie sfaccettature: TELEVISIVA, con la giusta spettacolarità che cattura le fantasie dei ragazzi i quali pensano un giorno di diventare famosi e di imitare i propri beniamini della tv, e tramite accordi su audience e visibilità.

MEDICO-SCIENTIFICA, con la giusta e documentata attestazione magari televisiva del mondo medico sui benefici fisici e sociologici che la danza sportiva ha tra i giovani e anche tra gli adulti, (immaginiamo la reazione del mondo femminile sempre attento nell'averne un fisico in salute e in forma) in modo da sensibilizzare l'attenzione dei genitori

verso questo sport i quali potrebbero praticarlo perché no anche loro insieme ai propri figli;

FIDELIZZAZIONE, legata in maniera particolare alla politica dei prezzi, con particolare attenzione a privilegiare grazie a sconti e a promozioni particolari il nucleo familiare che svolge più attività in una scuola di danza, in modo da gratificarli con l'importanza che il centro sportivo dimostra verso di loro e di non gravare in maniera eccessiva sulle loro disponibilità economiche (mantenere e sviluppare la fedeltà del cliente è più profittevole nel medio-lungo periodo di quanto fosse esserlo un vantaggio economico su l'impresa nel breve periodo).

PROMOZIONE NELLE SCUOLE, con lo sforzo soprattutto della Federazione di cercare di educare gli insegnanti di educazione fisica alla pratica di questo sport durante l'orario scolastico (rimuovendo alcune barriere psicologico-culturali che fanno ritenere il ballo esclusivamente come un divertimento) e come attività a scelta nelle Università di Scienze motorie di tutta Italia;

EVENTI, con l'organizzazione su tutto il territorio di continue manifestazioni ed iniziative anche a scopo benefico.

Esempi: GRAN GALA' DEL BALLO, iniziative per TELETHON, GIOCHI DELLA GIOVENTU', organizzati non solo nelle sale da ballo o in palazzetti sportivi, ma soprattutto nelle scuole magari con spettacoli anche solo di un paio d'ore, nei centri parrocchiali con possibilità di ospitare piccole manifestazioni, l'estate nelle piazze durante le feste locali(Sagre di prodotti tipici), tutto questo accompagnato sempre con il coinvolgimento delle emittenti locali, che potrebbero addirittura dedicare strisce settimanali incentrate esclusivamente sulla danza sportiva con l'aggiornamento dei risultati che ogni atleta raggiunge nelle varie competizioni a livello nazionale,

facendo sentire i giovani di questo sport apprezzati per l'impegno profuso nella danza e avvicinando tutti gli altri ragazzi interessati nell'aver notorietà nella propria regione o provincia e che vogliono diventare un giorno dei veri e propri campioni del mondo di danza sportiva.

CONCLUSIONI

Lo studio permette di mettere a punto politiche efficaci di sviluppo del settore, in particolare di quello giovanile della Federazione.

Riflessioni ed apprezzamenti sulla danza sportiva se ne sono fatte e se ne continueranno a fare in futuro, sia a livello federale, sia tra gli atleti di questo sport e tra tutte quelle persone che grazie alla televisione stanno conoscendo una parte di questo mondo, forse la più spettacolare.

Dal punto di vista del marketing strategico è possibile formulare strategie di sviluppo e di mantenimento, tenendo sempre presente la dinamica del settore in cui operiamo, gli elementi di marketing in nostro possesso, ed una certa precisione nell'analisi del contesto in cui operiamo. Infatti si analizza ogni piccolo cambiamento con la dovuta competenza, non rischiando brutte sorprese nelle previsioni.

Molto di quanto esplicitato n asconde un'ulteriore leva strategica: la passione e la voglia di costruire e sviluppare nuove realtà in un settore a forte dinamica di crescita. In questo studio, pertanto, si è voluto dare un contributo alla danza sportiva, proponendo strategie soprattutto di sviluppo in modo da incrementare il target giovanile, avvicinando il maggior numero di ragazzi possibile alla pratica di questo sport.

BIBLIOGRAFIA

Per sport e per business: è tutto parte del gioco

M.Braghero/ S.Perfumo/ F. Ravano

Franco Angeli 1999

Marketing Management dello sport e delle scienze motorie

Paolo Delicato

Aracne 2003

Marketing strategico dello sport e delle attività motorie

Paolo Delicato/Lucia Colitti

Aracne 2004

Modelli, misure, casi

Francesco Favotto

McGraw-Hill

Economia e gestione delle imprese

F.Fontana, M.Caroli

McGraw-Hill

DOCUMENTI E RIVISTE DI SETTORE

MASTER. Periodico mensile di informazione della Federdanza Sport Italia. Anno VII numero 3, Marzo 1997.
Anno VIII numero 5, Maggio 1998.

TUTTO DANZA. Periodico della Federazione Italiana Danza Sportiva (2000) anno I – n. 1-5-6

LA DANZA. ANNO XIII- N. 11 Novembre 2005

LO SPORT DELLA DANZA. Mensile della Federazione Italiana Danza Sportiva- n. 6 Luglio 2003.

RASSEGNA STAMPA DEL MESSAGGERO DEL 6 NOVEMBRE 2005
LAURA BOGLIOLO.

RASSEGNA STAMPA DEL MESSAGGERO 22 OTTOBRE 2005
EDIZIONE NAZIONALE **ELENA CASTAGNI.**

SITI INTERNET

www.fids.it

www.tuttoballo.it

www.danzasport.it

www.idsf.it

www.anmb.it

www.wd&dsc.it