

Innovazione & trasformazione digitale nel management sportivo

1° modulo:

PRINCIPI DI BUSINESS E TENDENZE FUTURE DEL SETTORE SPORTIVO

19-20-26-27 marzo 2021

Modalità online - Piattaforma Microsoft Teams Edu

| | | |
|-----------------|--|----------------------------------|
| 19 marzo | | |
| 15.00 - 15.20 | Accesso dei partecipanti alla piattaforma | |
| 15.20 - 15.30 | Saluto del Presidente di Sport e Salute | Vito Cozzoli |
| 15.30 - 15.45 | Saluto della Scuola dello Sport e Presentazione Executive Programme | Rossana Ciuffetti / Paolo Carito |
| 15.45 - 16.45 | <i>Wesportup: l'Acceleratore italiano di start up per lo sport e la salute</i> | Stefano Gobbi |
| 16.45 - 17.00 | Pausa | |
| 17.00 - 19.00 | <i>Concetti chiave di business dello sport: stakeholder, innovazione, tecnologia, marketing, ricerca e finanza</i> | Mounir Zok |
| 19.00 - 20.00 | <i>Costruzione e valorizzazione di ecosistemi innovativi</i> | Andrea Gumina |
| 20 marzo | | |
| 09.30 - 10.30 | <i>Tendenze future dello sport business</i> | Paolo Carito |
| 10.30 - 12.00 | <i>Il ruolo dell'intrattenimento nell'industria sportiva: le nuove frontiere</i> | Raffaele Zeppieri |
| 12.00 - 13.30 | <i>Nuovo paradigma di accesso ai contenuti dei media sportivi</i> | Enzo Morelli |
| 26 marzo | | |
| 14.00 - 15.00 | <i>Creazione dell'Hub Digitale a supporto del mondo sportivo</i> | Stefano d'Albora |
| 15.00 - 17.00 | <i>Il ruolo delle startup per l'accelerazione digitale dello sport</i> | Nazzareno Mengoni |
| 17.00 - 18.00 | <i>Strategy di International Marketing & Communication</i> | Matteo Zuretti |
| 18.00 - 19.00 | <i>Project management: organizzazione, eventi, trasformazione, governance e aspetti legali (parte 1)</i> | Maheta Molongo |

| | | |
|-----------------|--|---------------------|
| 27 marzo | | |
| 09.30 - 10.30 | <i>Project management: organizzazione, eventi, trasformazione, governance e aspetti legali (parte 2)</i> | Maheta Molango |
| 10.30 - 12.00 | <i>Social strategy di un evento sportivo internazionale</i> | Valentina Comoretto |
| 12:00 - 13:30 | <i>Le nuove skills della sport industry del futuro</i> | Antonio De Santis |

Relatori

| | |
|---------------------|---|
| Vito Cozzoli | <i>Presidente di Sport e salute SpA</i> |
| Rossana Ciuffetti | <i>Direttore Scuola dello Sport, Sport e salute SpA</i> |
| Paolo Carito | <i>Executive in Economics, Politics and Technological Innovation of Sport</i> |
| Stefano Gobbi | <i>Responsabile Program Management office Sport e Salute Spa</i> |
| Mounir Zok | <i>CEO N3XT SPORTS</i> |
| Andrea Gumina | <i>Consigliere del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale Senior Policy Advisor to the Italian G20/G7 Sherpa Office</i> |
| Raffaele Zeppieri | <i>Marketing Director Sony Interactive Entertainment</i> |
| Enzo Morelli | <i>Avvocato - Studio Legale F.Ili Morelli</i> |
| Stefano d'Albora | <i>Chief Technology Officer Sport e salute SpA</i> |
| Nazzareno Mengoni | <i>Co-Founder Startupbootcamp Italia</i> |
| Matteo Zuretti | <i>Chief International Relations and Marketing at NBPA</i> |
| Maheta Molango | <i>Co-Director Club Management Program FIFA</i> |
| Valentina Comoretto | <i>Chief of Media, Broadcast & Media Operations</i> |
| Antonio De Santis | <i>Assessore alle Risorse Umane, Personale Scolastico e Servizi Anagrafici di Roma Capitale</i> |

Temi affrontati

| | |
|--|--|
| Concetti chiave di business dello sport: stakeholder, innovazione, tecnologia, marketing, ricerca e finanza | Quali sono i concetti alla base della sport industry? Come l'innovazione sta trainando il nuovo mondo sportivo all'interno del quale si intrecciano stakeholders di sempre più eterogenea provenienza e competenze trasversali sono necessarie per la gestione di un business sportivo. |
| Tendenze future dello sport business | La situazione che stiamo vivendo ha accelerato la rivoluzione digitale e virtuale del mondo in cui viviamo. Al pari di altri settori, anche quello sportivo si appresta ad affrontare una fase di profonda evoluzione. Tra i principali trend tecnologici : 5G, AR e VR, soluzioni IoT e Artificial Intelligence come quelli che |

| | |
|--|---|
| | troveranno ampio utilizzo nel business dello sport nel prossimo futuro. |
| Il ruolo dell'intrattenimento nell'industria sportiva: le nuove frontiere | Sono notevoli le potenzialità dei servizi dedicati alle persone, che accoppiano forme di comunicazione con possibilità di intrattenimento. Lo sport rappresenta un valore aggiunto nella ricerca del maggior numero di utenti possibile in un contesto in cui l'user è spesso distratto e sottoposto a stimoli continui. |
| Nuovo paradigma di accesso ai contenuti dei media sportivi | L'abbinamento tra nuove tecnologie e sport ha visto e vedrà una convergenza multimediale, distribuzione e trasmissione, con conseguenti processi di adattamento che spesso modificano non poco le regole intrinseche dell'agonismo e della pratica sportiva. |
| Il ruolo delle startup per l'accelerazione digitale dello sport | Il mercato Sport Tech è sempre di grande interesse da parte di società, federazioni e organizzazioni sportive per tecnologie innovative come Internet of Things, realtà virtuale e aumentata, Intelligenza Artificiale e mobile App, e si affacciano sul mercato nuove imprese capaci di facilitare l'accesso all'innovazione tecnologica grazie a modelli di business più smart. |
| Strategy di International Marketing & Communication | Quali sono le strategie di marketing internazionale per rendere le aziende competitive nel mercato globale? L'ambiente in cui le aziende e i marketeers si muovono, deve implementare i piani di marketing può cambiare drasticamente da un paese all'altro. Gestire la segmentazione del mercato e il marketing mix internazionale diventa fondamentale in un mondo in cui cambia l'approccio al consumatore. |
| Project management: organizzazione, eventi, trasformazione, governance e aspetti legali | La gestione di un progetto è una skill fondamentale per un manager. Lo diventa ancora di più all'interno della Sport Industry dove il mondo è in costante aggiornamento e la rivoluzione tecnologica e digitale la sta facendo da padrone. Come organizzare il proprio business? Quali sono le opportunità degli eventi e di questa trasformazione digitale? |
| Social strategy di un evento sportivo internazionale | I social media negli ultimi anni hanno modificato in modo radicale la maniera in cui gli individui, le società, gli sportivi e tutti gli stakeholders del mondo sportivo (e non) utilizzano la rete. Conoscere gli aspetti strategici dell'utilizzo dei social media per l'organizzazione di un evento e il setting di una campagna diventa fondamentale per massimizzare il ROI. La crescita e dunque l'espansione che queste piattaforme stanno avendo rappresentano una enorme opportunità per le società, sia sportive che non, ma va colta in maniera corretta per evitare l'effetto boomerang. |
| Le nuove skills della sport industry del futuro | Il ritmo di digitalizzazione e di incremento tecnologico accelererà in alcuni ambiti del terziario, tra cui quello sportivo. Tra le priorità, emerge una maggior consapevolezza sul valore dei big data e sull'e-commerce finalmente inteso come asset strategico. La sfida più grande diventa, ora, quella di unificare in un unico grande archivio tutte le informazioni acquisite attraverso differenti touchpoint. Ecco perché nasce l'esigenza di uno strumento unico, di una piattaforma che ne evolva e semplifichi la gestione. |