



COMUNICATI STAMPA

SI È CHIUSA A COVERCIANO LA 4ª EDIZIONE DI KICKOFF CON 11 TAVOLI DI LAVORO E QUASI 300 PARTECIPANTI

Firenze, 20 maggio 2018 - Con il talk sugli ultimi sessant'anni di storia del calcio italiano, è calato a **Coverciano** il sipario sulla quarta edizione di **KickOff**.

Nel rinnovato auditorium del Centro Tecnico Federale, al dibattito dal titolo "La storia siamo noi", era presente anche il neo Ct azzurro, **Roberto Mancini**: "Sono molto fiducioso – ha commentato il Commissario Tecnico – per il futuro della Nazionale italiana. Da una grande delusione possono nascere splendidi trionfi: il mio obiettivo è quello di riportare i colori azzurri là dove meritano. Vorrei che la mia Nazionale fosse quella della rinascita".

Insieme a Mancini, nel talk moderato da Andrea Vianello, hanno ricordato la storia del calcio italiano anche Alessandro Costacurta, Gabriele Orioli, Nicola Rizzoli, Fino Fini e Giancarlo De Sisti, in un excursus che ha ripercorso i momenti più intensi, dalle sconfitte ai grandi successi, concedendosi alcune fughe per raccontare anche come il calcio si intrecci con la storia del nostro Paese.

KickOff è l'evento promosso dalla Figc per lanciare nuove idee – e sviluppare quelle lanciate negli scorsi anni – per il **calcio italiano**, grazie al contributo di personalità provenienti da diversi settori della società, come economia, cultura, scienza, professioni, politica, sport e giornalismo.

"Questi due giorni – ha commentato il vice commissario federale, **Alessandro Costacurta** – sono stati un vero laboratorio di idee, per rilanciare il nostro calcio. L'anno scorso ero presente per fare proposte, questa volta invece ero dalla parte di chi le deve recepire e metterle in atto: due esperienze straordinarie, che mi hanno coinvolto completamente".

Il tema di questa edizione di KickOff è stato "Le istituzioni camminano sulle gambe delle persone", perché – usando le parole del Direttore Generale della Figc, **Michele Uva** – "l'apertura del mondo del calcio a ciò che lo circonda necessita di nuove proposte, ma soprattutto di donne e uomini di qualità in grado di attuarle".

Via Gregorio Allegri, 14 - 00198 Roma - tel. +39 06 84911 - press@figc.it - www.figc.it





Da questo titolo sono nate le attività degli undici tavoli di lavoro, denominati 'Play Team', che hanno coinvolto quasi trecento persone, tutte unite da un'unica grande passione: il calcio.

Tavoli che hanno prodotto programmi a medio e lungo termine, presentati in pillole prima del talk conclusivo.

Tra gli altri, il play team sulla '**stakeholder engagement**', ad esempio, ha affrontato il tema della declinazione delle diverse forme di valore che la Figc crea a beneficio di alcune categorie di stakeholder, con riferimento in particolare alla stampa sportiva specializzata. I principali punti emersi hanno riguardato lo sviluppo della dimensione sportiva, la condivisione/trasparenza, la dimensione sociale e la lotta al razzismo, insieme ai grandi eventi e alla tutela della reputazione e della credibilità del sistema.

Il play team sulla '**reputazione**' - al fine di rendere la Figc il più possibile immune da crisi reputazionali sempre possibili, e non sempre strettamente connesse alla sua attività - si è concentrato nel delineare assunti (come il rafforzamento identitario federale e una strategia di lungo periodo) e processo (impostazione di strumenti di misurazione e monitoraggio permanente sul percepito per tutti i target), in grado di costruire una base valoriale solida, condivisa tra tutti i pubblici di riferimento. La chiave per lavorare su un argomento ancora poco esplorato in Federcalcio, quindi, è risultata essere una strategia che insista su queste quattro parole chiave: identità, alleanze, territorio e utilità sociale. È stato sottolineato quanto convenga puntare in comunicazione soprattutto sul valore etico, educativo e sociale del calcio, inteso quale strumento di inclusione e integrazione, e non solo finalizzato al risultato sportivo.

Per quanto riguarda '**i grandi eventi**', ci si è invece interrogati su come rendere più partecipato il Campionato Europeo Under 21 del 2019 che si disputerà in Italia, aumentando il coinvolgimento del pubblico allo stadio e lavorando sulla qualità, i valori e la cultura sportiva, creando una football experience davvero affascinante. Le priorità - secondo il tavolo di lavoro - saranno i programmi nelle scuole delle città ospitanti per far conoscere agli studenti anche la storia e gli inni delle altre nazionali partecipanti, per poi focalizzarsi sul coinvolgimento delle istituzioni locali, trasformando alcuni parchi cittadini in veri e propri parchi dello sport. Per gli Europei del 2020 a Roma, invece, la proposta da sottoporre alla UEFA sarà quella di realizzare non una fanzone nella città, ma piuttosto di rendere tutta la città una grande fanzone, focalizzandosi anche sull'interattività, con la realizzazione quindi di app che consentano a tifosi e appassionati di legare la loro esperienza a Roma, in maniera trasversale, tra gara e percorsi turistici ed enogastronomici.



Questo l'elenco completo dei temi trattati nei tavoli di lavoro:

- Crescere giocando in casa: i Centri Federali Territoriali;
- Il punto più alto dell'integrazione: progetto Retel;
- Il calcio è donna: la crescita del movimento femminile;
- Un'esperienza memorabile: Museo del Calcio;
- Costruiamo il futuro: stadi e infrastrutture sportive;
- Manager calcistici e creazione di valore: football economics;
- Tutte le strade portano in Italia: grandi eventi;
- Il calcio a portata di click: digital engagement;
- Dalla strategia alla creazione di valore: analisi di materialità e stakeholder engagement;
- Capitani fuori dal campo: leadership engagement;
- Costruiamo l'immagine del valore: reputazione.

L'edizione di quest'anno è stata realizzata con il contributo dei partner della FIGC, Puma, Tim, Fiat, Poste Italiane, Eni, dello sponsor sostenitore ICS (Istituto per il Credito Sportivo), di Falesco e del Comune di Firenze.