

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

Genova

Cerca nel sito METEO

HOME **CRONACA** SPORT FOTO RISTORANTI ANNUNCI LOCALI CAMBIA EDIZIONE VIDEO



Tre euro per ogni euro investito: così l'Entella fa ricca Chiavari

Lo studio dell'Università di Genova in collaborazione con Wylab

ABBONATI A **Rep:**

28 giugno 2019



Nella stagione calcistica 2017/2018, per ogni euro investito nella Virtus Entella (che in quella stagione ha giocato in serie B), sono stati generati l'equivalente di 3 euro, a favore della comunità locale, della città? di Chiavari, dei giocatori/giocatrici e delle loro famiglie, di allenatori, esercenti e

altri stakeholder esterni.

È questo il risultato conclusivo a cui sono arrivati il professor Giovanni Lombardo, docente alla Facoltà di Economia dell'Università di Genova, e il team della startup innovativa e spin off universitario dell'Ateneo genovese, Sigma NL, in collaborazione con Wylab, il primo incubatore sportech italiano, con sede a Chiavari.

Lo studio è stato presentato questo pomeriggio a Wylab, durante un incontro aperto alla cittadinanza. Il metodo di analisi condotto, che ha visto impegnate moltissime persone, si chiama Social ROI, ovvero Social Return on Investment: un'indagine condotta sulla Virtus Entella che rappresenta uno dei primi esperimenti di questo genere nel nostro Paese, ma è talmente moderna, puntuale e innovativa che dal prossimo anno la UEFA ha chiesto alle leghe affiliate di introdurre questo metodo di valutazione.

Con la metodologia S-ROI si intende valutare l'impatto sociale, economico e ambientale del percorso svolto da un'organizzazione, attraverso il coinvolgimento diretto delle principali parti interessate (i cosiddetti "stakeholder").

Per questo motivo essa si rivela particolarmente adatta a fornire una misura concreta della produzione di valore (valore sociale, tangibile e intangibile, diretto e indiretto). Il percorso di valutazione inizia con l'individuazione dei portatori di interessi, o "stakeholder".

Rispetto alla Virtus Entella, e? stato compiuto nell'arco di 6 mesi circa, da parte dello spin off dell'Università di Genova, "Sigma NL", start up innovativa dedicata

CASE MOTORI LAVORO **ASTE**



Appartamenti Trezzano Rosa via Aldo Moro 1

[Trova tutte le aste giudiziarie](#)

ASTE GIUDIZIARIE



Appartamenti Legnano via Leon Battista Alberti 12 - 115638

[Tribunale di Genova](#)
[Tribunale di Milano](#)
[Tribunale di Torino](#)

alla valutazione di impatti e del S-ROI, che ha annoverato nel gruppo di lavoro il suo fondatore docente di ingegneria gestionale, Giovanni Lombardo, la dott.ssa Irene Rapallo, psicologa iscritta all'albo nazionale, la dott.ssa Rebecca Colombo e il dott. Nader Tayser, laureandi magistrali in Ingegneria Gestionale presso l'Università di Genova.

Nella individuazione degli stakeholder, in prima battuta si è indagato sugli effetti di Virtus Entella nei confronti dei tifosi, senza i quali non avrebbe senso la competizione sportiva. La tifoseria costituisce parte integrante e sostanziale del gioco competitivo che si svolge sul campo, grazie alla sua viva partecipazione emotiva alla gara.

L'analisi è proseguita focalizzandosi sui calciatori della prima squadra; poi su quelli del settore giovanile, come anche sulle famiglie degli atleti e sugli allenatori, importanti per la valorizzazione e l'emersione dei talenti, ai quali la Società offre una chance di realizzazione personale e professionale.

Nel corso della valutazione sono stati anche censiti alcuni esercenti locali e altri imprenditori coinvolti, anche indirettamente, dalle attività della squadra (l'"indotto"), così come il Comune e la città di Chiavari, la Marina di Chiavari e il gruppo imprenditoriale **Duferco**, cui la squadra appartiene.

Sono state considerate, infine, tutte le iniziative sociali che la Società svolge attraverso l'Associazione "Entella nel cuore", la quale, in stretta collaborazione con il Club, promuove e gestisce attività di responsabilità sociale e di charity dell'Entella stessa, a servizio del territorio chiavarese e, più in generale, di quello ligure.

I portatori di interessi e soggetti coinvolti sono stati interpellati attraverso interviste o questionari, posti su piattaforma online, in modo da ricercare gli impatti economici, psicologici e sociali derivanti dalla partecipazione diretta alle attività svolte nella società (ad es. giocatori, allenatori, tifosi) o la ricaduta valoriale indiretta sulla propria vita/attività (famiglie degli atleti, esercenti dell'indotto locale ecc.).

In particolare, è stato oggetto di analisi l'indotto economico generato a favore della comunità locale (esercizi commerciali e trasporti) correlato alle partite disputate dalla squadra presso lo stadio di Chiavari; il valore generato per i tifosi, in termini di benessere bio-psico-sociale; il valore generato per i giocatori della prima squadra; l'azione educativa svolta dagli allenatori a beneficio dei giovani iscritti al settore giovanile (e delle loro famiglie). A ciò si aggiunge l'impatto a favore del Comune di Chiavari, della Marina del porto e del gruppo industriale **Duferco**.

Infine, è stato valutato separatamente l'impatto delle iniziative svolte dall'Associazione di volontariato "Entella nel Cuore".

L'analisi ha evidenziato la produzione di valore in ambito socio-educativo, oltre che economico, ed ha contestualmente permesso di rinforzare i legami tra società e soggetti coinvolti: si tratta di effetti economici, immateriali/sociali derivanti dell'attività esercitata, dei quali beneficiano soggetti interni ed esterni alla società (quali, ad esempio, i/le dipendenti, le imprese dell'indotto, il Comune e la comunità locale circostante, le future generazioni, le scuole, le famiglie dei giovani atleti e altre strutture che usufruiscono dell'attività sportiva ed educativa promossa dalla Virtus Entella).

I valori generati direttamente o indirettamente sono i seguenti: tifosi in casa euro 24.601.584,56; tifosi fuori casa euro 1.790.917,20; Entella squadra principale e altri team euro 1.278.130,86; esercenti euro 451.332,00; fiducia (sponsor tecnico) euro 2.167.000,00; Comune e Marina Chiavari euro 8.557.500,00; Gruppo **Duferco** (marchio, immagine e reputazione) euro 427.667,14; Stakeholder di Entella nel Cuore euro 6.792.803,44.

[Visita gli immobili della Liguria](#)

TrovaRistorante a Genova

Scegli una città

Scegli un tipo di locale

Inserisci parole chiave (facoltativo)

Cerca

NECROLOGIE

Per pubblicare un necrologio chiama il numero verde.

Numero Verde
800 700800

ATTIVO DA LUNEDÌ
 A DOMENICA DALLE
 ORE 10 ALLE ORE 21

[Ricerca necrologi pubblicati »](#)

ILMIOLIBRO

PUBBLICARE UN LIBRO. DAL WEB ALLE LIBRERIE

Come vendere un libro su Amazon e da Feltrinelli

50 ANNI DI VERSI tascabili

Pietro Giorgio Silvestri
NARRATIVA

Storiebreve | Premi letterari

Dall'analisi, quindi, è risultato che l'impatto sociale generato nella stagione calcistica 2017/2018, valutato in euro, ammonta a 43 milioni di euro circa, a fronte dell'investimento necessario a generare tale impatto, pari a circa 15 milioni di euro.

“Lo studio dimostra - afferma [Antonio Gozzi](#), presidente della Virtus Entella - come abbiamo sempre sostenuto, che le attività sportive, e il calcio in particolare, hanno un formidabile ritorno economico e sociale per il territorio di riferimento. Per ogni euro speso nell'Entella, si crea un valore economico di tre euro, con un moltiplicatore di peso economico e di soddisfazione sociale che noi stessi non ci saremmo mai aspettati in termini così importanti”.

© Riproduzione riservata

28 giugno 2019

IL NETWORK

Espandi ▾

[Fai di Repubblica la tua homepage](#) [Mappa del sito](#) [Redazione](#) [Scriveteci](#) [Per inviare foto e video](#) [Servizio Clienti](#) [Pubblicità](#) [Privacy](#) [Codice Etico e Best Practices](#)

Divisione Stampa Nazionale - [GEDi Gruppo Editoriale S.p.A.](#) - P.Iva 00906801006 - Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA - ISSN 2499-0817