Kit del Mestiere | MANUALI OPERATIVI PER IL LAVORO DI TUTTI I GIORNI

Sport Club

IL MANUALE COMPLETO

PER GESTIRE, ORGANIZZARE E FAR CRESCERE LA TUA ASSOCIAZIONE SPORTIVA



ATLETI · TESSERAMENTI · ALLENAMENTI · GARE · EVENTI · SPONSOR · CONTABILITÀ · COMUNICAZIONE · STATISTICHE

INCLUSO IL GESTIONALE
SPORT CLUB
DA SCARICARE E UTILIZZARE SUBITO

MANUALE PRATICO

SPORT CLUB

Il manuale completo per gestire, organizzare e far crescere la tua associazione sportiva

Con le schede da compilare e la licenza del gestionale Sport Club

Kit del Mestiere

SPORT CLUB · Il manuale completo per gestire, organizzare e far crescere la tua associazione sportiva

Collana Kit del Mestiere · kitdelmestiere.spozzati4.workers.dev

Testi realizzati con l'ausilio dell'intelligenza artificiale su ideazione, traccia e indicazioni dell'autore del progetto. Illustrazioni e impaginazione realizzate con l'intelligenza artificiale.

Manuale a scopo informativo: non è un manuale di allenamento né una consulenza legale, fiscale, medica o del lavoro. Le norme dello sport dilettantistico cambiano nel tempo e vanno verificate con la federazione o l'ente di promozione, il consulente e gli uffici competenti. Le società, le persone e le situazioni degli esempi sono inventate; le cifre sono simulazioni.

Testo in Georgia; etichette e tabelle in Arial.

Prima edizione · ottobre 2026 · Collegamenti controllati il 28 ottobre 2026

© 2026 Kit del Mestiere · Tutti i diritti riservati. Le schede da compilare si possono fotocopiare per uso interno della società sportiva.

Presentazione

Sport Club non è un manuale di allenamento. È un manuale di organizzazione.

Nasce da una situazione che chiunque abbia frequentato una società sportiva conosce bene: allenatori bravi, genitori disponibili, dirigenti appassionati, e tutto che dipende da tre o quattro persone che fanno ogni cosa, spesso la sera, spesso di corsa. Finché va bene, la passione basta. Quando un dirigente si ammala, quando cambia la palestra, quando un certificato scade il giorno della gara, si scopre che mancava un metodo.

Il libro è pensato per presidenti, segretari, tesorieri, allenatori e volontari di associazioni e società sportive dilettantistiche di ogni disciplina: atletica, pallavolo, calcio, nuoto, basket, ciclismo, ginnastica, sport di squadra e individuali. È diviso in dieci parti: l'identità del club, le persone, il territorio e i nuovi iscritti, gli allenatori e l'esperienza sportiva, la stagione, gli eventi, la comunicazione, le risorse economiche, l'amministrazione e infine il digitale, con il gestionale Sport Club.

Ogni capitolo parte da un problema concreto e arriva a poche azioni da fare subito. I riquadri «Caso pratico» raccontano situazioni inventate ma realistiche; i riquadri «Sport Club in

pratica» mostrano come il gestionale aiuta in quel punto preciso. In fondo al libro, cinque appendici raccolgono le schede da compilare a mano.

Non serve leggerlo tutto d'un fiato. Si può partire dal problema che pesa di più oggi — le iscrizioni, i conti, le trasferte, le famiglie, i volontari — e procedere da lì.

Avvertenza

Questo manuale fa parte della collana Kit del Mestiere. I testi sono stati scritti con l'ausilio dell'intelligenza artificiale, a partire dall'ideazione, dalla traccia e dalle indicazioni dell'autore del progetto; con l'intelligenza artificiale sono stati realizzati anche le illustrazioni e l'impaginazione.

Il libro ha uno scopo informativo e pratico. Non è un parere legale né una consulenza fiscale o del lavoro. Le regole su forma giuridica degli enti sportivi, registri, tesseramenti, certificati medici, tutela dei minori, protezione dei dati personali, lavoro sportivo, rimborsi, sponsorizzazioni e fisco cambiano nel tempo e dipendono dalla federazione o dall'ente di riferimento: per ogni decisione vanno verificate le regole in vigore, con gli organismi sportivi competenti e, quando serve, con un professionista.

Le società, le persone e le situazioni degli esempi sono inventate. Le cifre sono simulazioni pensate per insegnare a fare i conti: non sono tariffe di riferimento, prezzi di mercato né promesse di risultato. Le categorie di gara citate sono esempi: quelle valide si prendono sempre dal regolamento in vigore.

Il gestionale Sport Club è uno strumento di supporto: va provato con dati inventati prima di affidargli il lavoro, e i suoi dati vanno protetti con copie di sicurezza regolari.

Sommario

	Presentazione	5
	Avvertenza	7
	Come usare questo libro	12
	PARTE I · COSTRUIRE UNA SOCIETÀ SPORTIVA SOLIDA	14
1	La missione del club	16
2	Scegliere e comprendere la forma organizzativa	22
3	Governance e decisioni	28
4	Dalla passione al metodo	34
	PARTE II · LE PERSONE CHE FANNO VIVERE IL CLUB	40
5	Dirigenti e collaboratori	42
6	Volontari: trovarli, accoglierli, valorizzarli	48
7	Famiglie e comunità sportive	54
8	Una società inclusiva e rispettosa	60
	PARTE III · ATTRARRE E FIDELIZZARE GLI ATLETI	66
9	Conoscere il pubblico e il territorio	68
10	Reclutare nuovi iscritti	74
11	Dal primo contatto al tesseramento	80
12	Evitare gli abbandoni	85
	PARTE IV · ALLENATORI E ORGANIZZAZIONE TECNICA	91
13	Scegliere e coordinare gli istruttori	93
14	Gruppi, orari e spazi	99
15	La qualità dell'esperienza sportiva	105
16	Comunicazione fra staff, atleti e famiglie	110

PARTE V · PROGRAMMARE LA STAGIONE 116
17 Il piano annuale 118
18 Gare, trasferte e competizioni 123
19 Impianti, attrezzature e fornitori 131
20 Imprevisti, emergenze e continuità 137
PARTE VI · ORGANIZZARE EVENTI E MANIFESTAZIONI 143
21 Ideare un evento che interessi 145
22 Dal progetto ai permessi 150
23 Budget, logistica e volontari 155
24 Comunicare, realizzare e misurare 160
PARTE VII · COMUNICAZIONE E TERRITORIO 166
25 L'identità riconoscibile del club 168
26 Social network che portano partecipazione 173
27 Stampa, scuole, enti e associazioni 179
28 Comunicazione interna che funziona 184
PARTE VIII · SPONSOR, CONTRIBUTI E NUOVE ENTRATE 189
29 Un modello economico sostenibile 191
30 Trovare gli sponsor 197
31 Contributi, bandi e raccolte fondi 203
32 Servizi e progetti capaci di generare risorse 209
PARTE IX · AMMINISTRAZIONE E GESTIONE ECONOMICA 215
33 Segreteria e documenti 217
34 Bilancio e controllo di gestione 222
35 Regole, responsabilità e tutele 227
36 Trasparenza e continuità amministrativa 232
PARTE X · IL DIGITALE E IL GESTIONALE SPORT CLUB 237
37 Semplificare la gestione con il digitale 239
38 Il gestionale Sport Club, passo dopo passo 245
39 Una società basata sui dati 257
40 Il piano di crescita nei prossimi tre anni 262

A Appendice A · Il piano annuale 267
B Appendice B · Iscrizioni e persone 273
C Appendice C · Riunioni e controlli 280
D Appendice D · Gare ed eventi 286
E Appendice E · Sponsor e risorse 294
Glossario 301
Collegamenti utili 304
Prima di chiudere il libro 306
Gli altri kit 308

Come usare questo libro

I capitoli sono brevi e si possono leggere in qualunque ordine. Ognuno parte da una situazione che capita davvero nelle società sportive e arriva a qualche azione pratica.

I segni che trovi nei capitoli

- **Caso pratico:** una società inventata ma realistica, alle prese con il problema del capitolo.
- **Sport Club in pratica:** che cosa fa il gestionale in quel punto, con i nomi veri delle sue schede.
- **Regola pratica:** un principio da tenere a mente, in poche righe.
- **Attenzione:** un errore frequente o un limite da conoscere.
- **Esempio di frase:** parole pronte da usare con famiglie, sponsor, giornali.
- **Errori da evitare** e **Cosa misurare:** i segnali da tenere d'occhio.
- **Da fare subito:** poche azioni concrete, alla portata di una settimana.

Alla fine di molti capitoli c'è anche una scheda breve da compilare in riunione, con le righe già pronte.

Le appendici

In fondo al libro cinque appendici raccolgono modelli da fotocopiare: il piano annuale, le iscrizioni, le riunioni, gare ed eventi, gli sponsor.

Il gestionale

Il libro comprende il gestionale Sport Club, per Windows e Mac. La Parte X spiega come si installa, come si attiva con il codice del libro e come si usa ogni giorno.

Un consiglio di metodo

Non cambiare tutto insieme. Scegli un capitolo, prova le sue azioni per qualche settimana, misura che cosa è successo e poi passa al successivo. Il primo anno del piano triennale, nel capitolo 40, mette in fila i passi nell'ordine che funziona meglio.



PARTE I

Costruire una società sportiva solida

La missione, la forma organizzativa, chi decide e come, e il passaggio dalla passione a un metodo che regge anche quando cambiano le persone.

1 · La missione del club
2 · Scegliere e comprendere la forma organizzativa
3 · Governance e decisioni
4 · Dalla passione al metodo

CAPITOLO 1

La missione del club



Prima di scegliere un logo, stampare una locandina o decidere la quota annuale, una società deve rispondere a una domanda: perché esistiamo e per chi? Una missione chiara evita di disperdere energie e permette di spiegare a tutti il proprio valore.

Dalla buona intenzione a una promessa concreta

Dire «promuoviamo lo sport» è un buon inizio, ma non basta a orientare le decisioni. Una missione utile dice a chi ci rivolgiamo, quale esperienza offriamo e che cosa vogliamo rendere possibile. Per esempio: «Offriamo ai ragazzi del quartiere un luogo sicuro e accessibile in cui praticare atletica, crescere insieme e partecipare ad attività adeguate alla loro età».

La missione non coincide con un risultato agonistico. Una società può puntare sulla formazione giovanile, sull'agonismo, sull'inclusione, sull'attività per adulti o su una combinazione di questi obiettivi. L'importante è dichiarare le priorità e non promettere tutto a tutti: chi vuole fare tutto finisce per fare bene poco, e le persone se ne accorgono.

Tre domande per scriverla

Una missione si scrive meglio partendo da tre domande semplici, a cui rispondere con parole di tutti i giorni:

1. **Per chi?** Bambini, ragazzi, adulti, famiglie, atleti con disabilità, amatori, agonisti.
2. **Che cosa offriamo?** Allenamenti, gare, corsi, un ambiente, un gruppo, un percorso di crescita.
3. **Che cosa cambia grazie a noi?** Più ragazzi che fanno sport, un quartiere più vivo, atleti che arrivano lontano, adulti che ritrovano il piacere di muoversi.

Le risposte, messe in fila, sono già una bozza. Il lavoro successivo è togliere: le parole generiche («eccellenza», «passione», «valori») vanno sostituite da fatti che si possono verificare.

Missione vaga	Missione utile
Promuoviamo lo sport e i suoi valori	Facciamo giocare a pallavolo le ragazze dagli 8 ai 16 anni del paese, con istruttori qualificati e quote alla portata di tutte le famiglie
Siamo un punto di riferimento per l'atletica	Portiamo ogni anno almeno 30 ragazzi alle gare provinciali e accompagniamo i migliori ai campionati regionali
Lo sport per tutti	Organizziamo corsi di nuoto per adulti in orario serale, anche per chi parte da zero

I quattro interlocutori da ascoltare

Gli atleti cercano qualità dell'esperienza e progressi; le famiglie vogliono fiducia, chiarezza e buona comunicazione; istruttori e volontari hanno bisogno di ruoli definiti; la comunità osserva il contributo sociale del club. Prima di scrivere il programma conviene raccogliere le loro esigenze con brevi colloqui e domande aperte.

Anche le realtà più piccole possono organizzare un incontro di un'ora con rappresentanti di questi gruppi. Non serve un sondaggio complesso: bastano tre domande — che cosa funziona, che cosa manca, che cosa non dovremmo perdere — seguite da un verbale di sintesi. Le risposte delle famiglie, in particolare, sorprendono spesso i dirigenti: quello che sembra un dettaglio organizzativo (gli orari che cambiano, la mancanza di una persona di riferimento) pesa più di una medaglia.

Tradurre la missione in obiettivi

Una buona missione diventa credibile se produce scelte misurabili. «Accogliere i nuovi iscritti» può trasformarsi in un contatto di benvenuto entro pochi giorni; «valorizzare i volontari» può diventare una riunione mensile con turni trasparenti. È meglio iniziare con tre priorità verificabili che con un lungo elenco di desideri.

Gli obiettivi vanno formulati indicando un responsabile, una scadenza e un criterio di verifica. L'esito non dipende solo dai numeri: contano anche la soddisfazione delle persone, l'accessibilità delle attività e la qualità delle relazioni.

Obiettivo	Responsabile	Scadenza	Come lo verifichiamo
Rispondere a ogni nuova famiglia entro 3 giorni	Segreteria	Da settembre	Registro dei contatti
Nessun cambio di orario senza preavviso di una settimana	Coordinatore tecnico	Tutta la stagione	Avvisi inviati e lamentele ricevute
80% dei ragazzi del primo anno che rinnova	Direttivo	Fine stagione	Elenco soci e rinnovi

Riconoscibilità e coerenza

La missione deve comparire nei comportamenti prima che nei materiali promozionali. Se il club dichiara di essere accogliente, risponde rapidamente a una nuova famiglia; se afferma di voler essere trasparente, spiega le quote senza ambiguità; se sostiene di voler educare, gestisce con rispetto vittorie e sconfitte.

Una volta all'anno la dirigenza dovrebbe rileggere la missione e chiedersi se le attività realmente svolte le assomigliano. Cambiare rotta è possibile, ma va comunicato a collaboratori e iscritti: una società che cambia priorità senza dirlo genera sospetti anche quando la scelta è giusta.

Dove scriverla, perché non resti in un cassetto

Una missione che nessuno legge non orienta niente. Conviene metterla dove le persone la incontrano: nella prima pagina del modulo di iscrizione, sulla bacheca della palestra, nella presentazione ai nuovi istruttori, nel profilo dei social. Ripeterla nelle riunioni importanti — l'assemblea, la presentazione della stagione — aiuta a ricordare perché si fanno certe scelte e non altre.

> **CASO PRATICO**
>
> Una piccola associazione di pallavolo si accorge che molte ragazze interrompono dopo il primo anno. Invece di avviare subito una campagna pubblicitaria, riunisce istruttori e famiglie: emerge che gli allenamenti cambiano spesso orario e che non esiste una persona di riferimento. La nuova priorità diventa la continuità organizzativa: orari fissati a settembre, un referente per ogni gruppo, un avviso scritto per ogni variazione. Solo dopo si programma il reclutamento. L'anno seguente i rinnovi del primo anno passano da poco più della metà a tre ragazze su quattro.

SPORT CLUB IN PRATICA

Nella scheda Configurazione del gestionale si scrivono i dati dell'associazione che compaiono su ricevute, schede degli atleti e stampe. È il posto giusto anche per una frase breve che riassume la missione, da riportare negli avvisi della bacheca e nelle comunicazioni alle famiglie.

Mettiamoci al lavoro

Convocare un incontro di 45 minuti. Chiedere a ogni partecipante di completare la frase «Il nostro club esiste per…». Riunire le risposte, scegliere le idee ricorrenti e preparare una missione provvisoria da provare per una stagione.

DA FARE SUBITO

- ☐ Scrivere la missione in non più di 35 parole.
- ☐ Identificare tre gruppi di persone ai quali il club deve rispondere.
- ☐ Stabilire tre obiettivi per la prossima stagione, con responsabile e data di verifica.
- ☐ Presentare la missione in una riunione aperta ai collaboratori.
- ☐ Esporla in bacheca e nel modulo di iscrizione.

CAPITOLO 2

Scegliere e comprendere la forma organizzativa



La forma giuridica non è un dettaglio burocratico: influenza responsabilità, decisioni, adempimenti e possibilità operative. Prima di depositare documenti o avviare nuove attività, occorre capire che tipo di organizzazione si vuole costruire.

Qui finisce l'anteprima.

SPORT CLUB

Il libro intero è di 310 pagine e si scarica in PDF dalla pagina del kit, con un contributo di 10 euro.

I 10 euro comprendono il libro e il gestionale del kit del lettore, con i suoi aggiornamenti: sono un riconoscimento del lavoro e un aiuto alle spese degli strumenti digitali.

kitdelmestiere.spozzati4.workers.dev