

# ECONOMIA DELLO SPORT

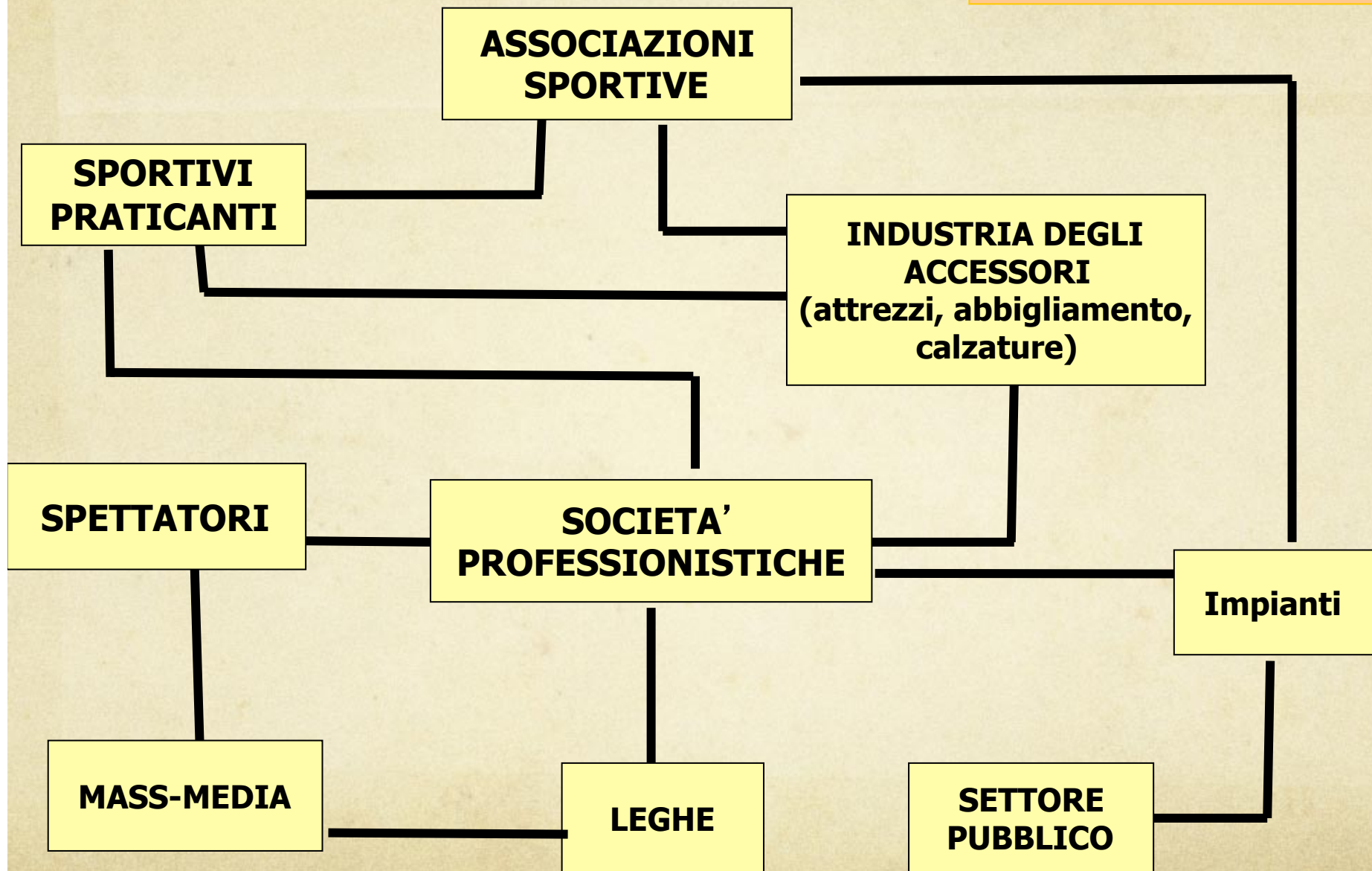
## Programma

- **I soggetti**
- **Il mercato degli spettacoli sportivi**
- **L' economia della pratica sportiva**

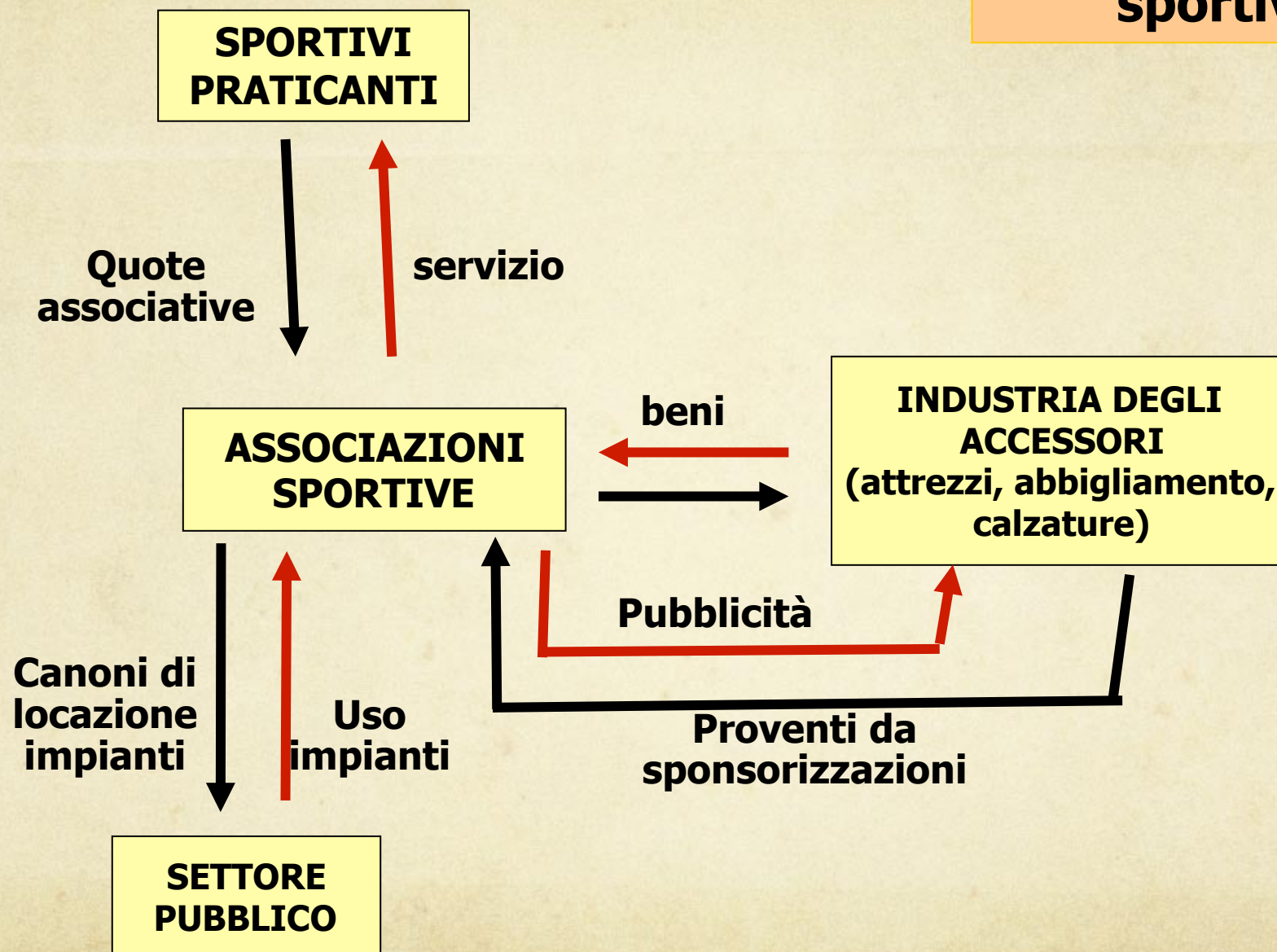
# I SOGGETTI

- **Sportivi praticanti**
- **Spettatori**
- **Industria degli accessori**
- **Associazioni sportive**
- **Società professionistiche**
- **Leghe**
- **Mass-media**
- **Settore pubblico**

# Le relazioni tra i soggetti



# Le associazioni sportive



# Le società professionistiche



Le società professionistiche sono **imprese** che, in genere, mirano alla massimizzazione dei profitti.

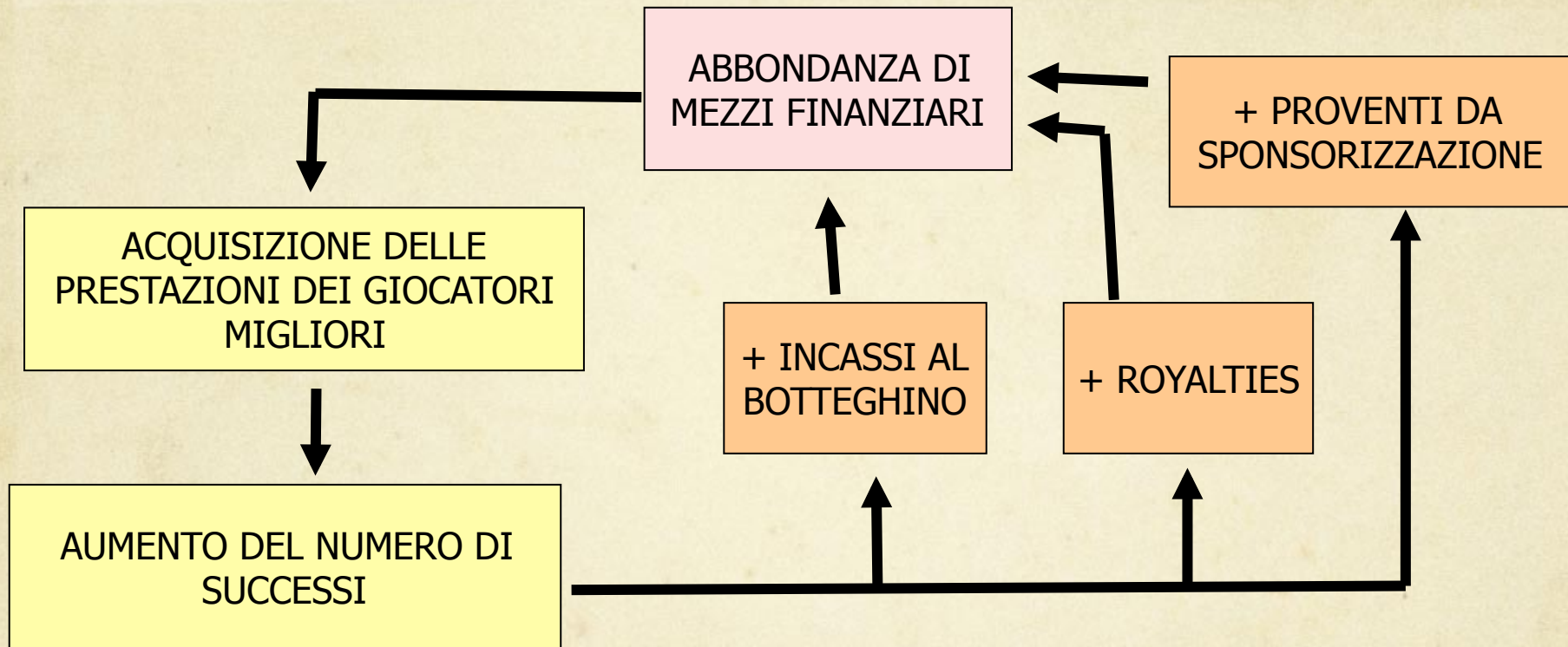
Tuttavia, la competizione tra società professionistiche presenta **significantive peculiarità**:

- Lo spettacolo sportivo è un prodotto congiunto: non può essere realizzato senza la collaborazione/scontro di almeno 2 imprese diverse

- L'interesse dei consumatori nei confronti dello spettacolo è tanto maggiore quanto più grande l'incertezza del risultato

- La singola impresa non ha alcun interesse a diventare monopolista, perché se ciò avvenisse verrebbe meno la sua stessa ragione di esistere

Queste peculiarità ha delle importanti conseguenze: **se si lascia l'allocazione delle risorse-chiave al libero gioco del mercato, la redditività del settore tende a ridursi e, al limite, a scomparire.**



Una iniziale differenza nella dotazione di risorse determina quindi uno spontaneo ampliarsi delle differenze qualitative tra le squadre, e quindi a una riduzione dell'incertezza della competizione. L'interesse scema e gli incassi calano per tutti.

Quindi, per funzionare, il mercato del prodotto sport necessita di un controllore centrale che mantenga l'equilibrio delle forze in campo, ***evitando il formarsi di posizioni dominanti.***

Questa funzione è stata storicamente svolta dalle ***Leghe.*** I meccanismi utilizzati a tale scopo sono variegati:

- Tetto al monte-salari
- Allocazione dei giocatori migliori tra le squadre in base a criteri perequativi (es: il metodo del *draft* che regola il passaggio dallo sport universitario allo sport professionistico nel basket USA)
- Sussidi monetari incrociati a vantaggio delle squadre più deboli
- Vincoli all'indebitamento (es: il *fair play finanziario* promosso dalla UEFA)



## APPROFONDIMENTI:

- G.P. Caselli, *L' economia dello sport nella società moderna*, [http://www.treccani.it/enciclopedia/l-economia-dello-sport-nella-societa-moderna\\_\(Enciclopedia-dello-Sport\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/l-economia-dello-sport-nella-societa-moderna_(Enciclopedia-dello-Sport)/)
- M.C. Floriddia, *Sport marketing: analisi, strumenti e strategie per gestire una società sportiva*, Edizioni Hoepli.