

### Anni e città

- 2020 – 2021: 2
- 2021 – 2022: 2
- 2022 – 2023: 8 (7 Gestione diretta + 1 franchising)
- 2023 – 2024: 9 (7 Gestione diretta + 2 franchising)

### % di Successo nelle città in cui è stato attivato

- 100% nell'anno di attivazione 100 %
  - o Ogni città in cui si è scelto di attivare il format è arrivata al pieno compimento di un ciclo di lavoro: reclutati e formati i volontari, intercettate le famiglie target, attivate le attività sportive gratuite nei parchi.
- 80% negli anni a seguire la prima attivazione
  - o abbiamo interrotto l'erogazione nei contesti in cui sono mancati i presupposti fondanti:
    - partecipazione attiva della P.A.,
    - substrato locale Giovani volontari,
    - scarso interesse/risposta dei playmaker,
    - difficoltà logistico/organizzative)

### Funzionamento delle sinergie locali

- P.A. 100%
- SCUOLE ELEMENTARI 100%
- SCUOLE SUPERIORI 98%
- ETS e organizzazioni del privato sociale 100%

## Trand di partecipazione dei volontari per città per anno

	2020- 2021	2021 - 2022	2022 - 2023	2023 - 2024
Dalmine	3	13	20	20
Lodi	8	20	70	60
Milano			34	41
Parabiago/Legnano			25	60
Bergamo			7	13

*I territori sono menzionati per unità di reclutamento, spesso tramite il reclutamento nel capoluogo di provincia si sono attivate azioni anche in comuni di provincia o in più zone della città che poi sono considerate come territorio di attività*

## Fattori determinanti di successo

- Sinergia con P.A. locale
- Intenzionalità di Impatto Sociale del management
- Presenza/vicinanza di istituti superiori di 2° grado
- Playmaker del territorio
- Pianificazione a priori di una prima strategia di copertura dei costi di attivazione
- Storicità del territorio e delle realtà private coinvolte in azioni di welfare
- Esistenza di un Tessuto locale 3° settore

## Driver strategico di successo

- **Sport Welfare Report**
  - o Simbolo visivo dello Scopo di Progetto
  - o Supporto utilizzato per esprimere l'intenzionalità di Impatto Sociale
  - o Metodologia paritetica di restituzione a tutti gli stakeholder
  - o Strumento di matching con Filantropia locale e corporate giving
  - o Supporto di racconto a volontari, playmaker e personale di progetto dell'andamento di missione



## Matrice di approccio imprenditoriale del modello

Il franchising sociale considera come priorità di impostazione una logica imprenditoriale che misura la resa in termini di **beneficiari colpiti dal progetto**.

Proponiamo un modello guidato da una mentalità imprenditoriale che come scopo ha raggiungere più beneficiari tramite un'impostazione che possa coprire i costi di funzionamento.

SOLO PER AUMENTARE IL N° DI BENEFICIARI		SOLO SE SI OTTIENE VANTAGGIO ECONOMICO

Le principali motivazioni alla base della scelta imprenditoriale:

- **Strumento puro di impatto sociale**
  - voglio coinvolgere i bambini che non fanno sport
  - voglio attivarmi sul target degli adolescenti giovani
  - ...
- **Mezzo di comunicazione sociale del proprio posizionamento**
  - uso la causa sociale perseguita per informare che perseguo impatto sociale
- **Strumento per l'ampliamento della base di fundraising**
  - vado a valorizzare una delle cause sociali del progetto e condivido localmente i motivi che mi hanno spinto a realizzarlo
  - voglio utilizzare CDQ come contenuto di una campagna di crowdfunding
  - voglio presentarlo come alternativa da sostenere a clienti/aziende che appartengono al mio entourage
  - voglio utilizzarlo per raggiungere obiettivi insieme al Comune che contribuisce economicamente
  - ...
- **Strumento per l'inserimento o l'orientamento lavorativo delle persone**
  - ho personale già in carico e voglio fargli fare il Playmaker
  - voglio essere rilevante nel creare occasioni professionali per giovani, formo e attivo il Playmaker
- **Strumento di progettazione sportiva di 3° Settore**
  - utilizzo Coach di Quartiere per implementare la natura della mia realtà, del mio territorio, dei miei partner a realizzare progetti sportivi.
  - curo e perseguo scopi sociali, curo il modello di funzionamento economico, perseguo una crescita interna manageriale che mi consenta di governare il modello di business del progetto.
- **Strumento per aumentare i volontari**
  - Perseguo lo scopo di avvicinare nuovi volontari alla mia ODV