

PROGETTO BEACH BOCCE FIB

PREMESSA

Le aspettative di un forte interessamento circa la nuova disciplina come elemento di novità, ovvero il Beach Bocce, sono state ampiamente suffragate nelle quattro giornate promozionali svoltesi l'anno scorso. Ora dobbiamo passare alla seconda parte del nostro programma: affiliare gli stabilimenti balneari e far partire il tesseramento per la nuova specialità, che dovrebbe portare ad un forte incremento dei tesserati di cat. D necessari per avviare gare esclusivamente per quella categoria. Già nelle giornate promozionali sono state poste le basi per il coinvolgimento di amministrazioni comunali ed associazioni di categoria, incontri che si sono ulteriormente approfonditi con riunioni in questi ultimi mesi.

PRIMO STEP

Tra i vari interlocutori di questi ultimi mesi assume una particolare rilevanza la ITB – Italia, ovvero l'associazione Imprenditori Turistici Balneari, con cui sarebbe bene poter stipulare un protocollo d'intesa, oltre che con l'associazione Federbalneari con sede a Lido di Ostia ed altre importanti sigle dell'associazionismo balneare (OASI Confartigianato, SIB-FIPE Confcommercio, FIBA Confesercenti). Mentre con la Federbalneari e le altre associazioni ci dobbiamo ancora confrontare, dagli incontri intercorsi con il direttore ed il vice presidente della ITB è emerso un forte interessamento alla nostra nuova disciplina.

SECONDO STEP

Comincia ora la fase degli incontri atti a creare un rapporto con gli stabilimenti balneari. Il mio compito sarà quello di organizzare incontri tra gli associati delle due organizzazioni e le bocciofile di riferimento per dare il via alle affiliazioni. Al fine della buona riuscita prenderò contatti con i presidenti regionali e con i presidenti o delegati provinciali delle varie zone balneari. Altri incontri potranno svolgersi con alcune amministrazioni comunali che hanno palesato interessamento e, tramite i dirigenti FIB presso tali località, valutare il loro eventuale coinvolgimento per manifestazioni presso le loro località.

ORGANIZZAZIONE

Per quanto riguarda l'organizzazione, verranno coinvolti i comitati regionali che si avvarranno della collaborazione dei presidenti o delegati provinciali di riferimento, nonché le società bocciofile delle località interessate. Le associazioni di categoria ci forniranno un elenco di stabilimenti balneari di varie località interessati all'iniziativa. Questi stabilimenti verranno contattati dai nostri comitati per l'adesione. Una volta fatta l'adesione tramite le società bocciofile (costo di affiliazione per lo stabilimento 50.00) verranno forniti dei kit comprendenti due serie di bocce, le fasce in PVC per la delimitazione dei campi, un pallino ed un misuratore.

TERZO STEP

Una volta realizzato un discreto numero di affiliazioni, si dovrà iniziare la terza fase non meno importante, ovvero quella del tesseramento. I comitati regionali di riferimento, dovranno individuare uno chalet affiliato come campione che faccia da richiamo per la zona interessata; in questo organizzeranno una dimostrazione di come si montano i campi e come si svolge il gioco. Per farlo dovranno far partecipare atleti A1, giovani e donne. Sarebbe opportuno che all'inizio della stagione estiva gli stabilimenti affiliati abbiano il nostro supporto per quanto riguarda il tesseramento e la pubblicizzazione del gioco. In contemporanea si dovrà creare un evento che coinvolga tutti i nuovi affiliati.

EVENTO

Una manifestazione da realizzarsi tra luglio ed agosto, con tornei presso gli stabilimenti affiliati della penisola, meglio se la gara sia divisa tra tesserati FIB atleti e nuovi tesserati FIB, e finali presso una sede importante (tipo Beach Arena di San Benedetto del Tronto) dove in un fine settimana (offerto dalla Federazione?) i vincitori dei vari tornei si contenderanno la vittoria finale. I vari tornei avranno un costo di iscrizione per gli atleti di 10€ cadauno che serviranno per tesserare i nuovi giocatori con tessera di cat.D. Affinchè tale evento abbia successo serviranno la partecipazione e la promozione dei soci delle bocciofile interessate, un premio importante ed un'adeguata preparazione mediatica. Per questa ultima dovrà svolgere un ruolo importante il gruppo comunicazione della federazione e gli addetti stampa locali

BUDGET

Per quanto concerne il costo generale da sostenere, le spese relative ai kit di gioco ed alla comunicazione, tutto dipenderà da quante località e quanti stabilimenti balneari si affilieranno, ma che verranno in parte recuperati sia dalle

quote di adesione e tesseramento, sia se i dirigenti locali sapranno coinvolgere le persone giuste e sponsor adeguati (potremmo coinvolgere tramite i canali giusti anche catene alberghiere o venditori di pacchetti e servizi, tipo smartbox o booking, ma potrebbero essere interessati anche realtà come Algida o Sammontana, e soprattutto le amministrazioni comunali).

Lì,31.01.2019

F.to Gregorio Gregori

La serie di incontri prevista dal 15 febbraio al 31 marzo prevede contatti, previo interessamento dei presidenti regionali e provinciali, nelle seguenti località:

- CATTOLICA (sindaco e imprenditori) incontro il 26 febbraio
- SENIGALLIA (associazioni di categoria e imprenditori) incontro il 22 febbraio
- FANO (imprenditori) incontro il 22 febbraio
- RIMINI E RICCIONE (imprenditori) incontro il 26 febbraio
- SAN BENEDETTO DEL TRONTO (imprenditori) incontro il 17 febbraio
- PORTO SAN GIORGIO (imprenditori) incontro entro il 28 febbraio
- VIAREGGIO (sindaco e imprenditori) incontro entro il 20 marzo
- GIULIANOVA (imprenditori) incontro entro il 28 febbraio
- ROSETO (imprenditori) incontro entro il 28 febbraio
- OSTIA LIDO (Presidente associazione e imprenditori) incontro entro il 2 marzo
- SALERNO (associazioni di categoria e imprenditori) incontro entro il 30 marzo
- VENEZIA (Associazioni di categoria) incontro entro il 10 marzo
- JESOLO (imprenditori) incontro entro il 10 marzo
- ROVIGO (imprenditori) incontro entro il 10 marzo
- PUGLIA (associazioni di categoria e imprenditori) incontro entro il 20 marzo

- e in tutte quelle località balneari che dimostreranno interesse all'iniziativa