



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

LINEE D'INDIRIZZO STRATEGICO PER IL RILANCIO DELL'IPPICA ITALIANA

Approccio strategico: ristrutturazione e rilancio

L'ippica italiana deve essere in grado di:

- Ridefinire e aggiornare lo spettacolo ippico;
- Applicare con rigore le sanzioni per le irregolarità nelle corse;
- Diffondere tra gli operatori la cultura della legalità;
- Poter contare su un portafoglio scommesse più remunerativo.

Nel quadro di risorse finanziarie limitate, l'ippica si ritrova nella necessità di:

- Ridurre i costi complessivi del settore;
- Investire in marketing e comunicazione;
- Investire nella spettacolarità delle corse;
- Ridurre di alcuni punti percentuali la quota di prelievo sulle scommesse per concorrere con i Concessionari e l'Erario ad aumentare il *pay-out* di oltre 8 punti.

OBIETTIVI STRATEGICI ENTRO UN TRIENNIO:

- Aumentare numero di appassionati;
- Aumentare numero scommettitori;
- Aumentare numero proprietari amatoriali.

Per raggiungerli, occorrono una serie di DECISIONI COORDINATE, che consentano:

- a) all'ippica di garantire:
- un prodotto migliore, adeguatamente promosso;
 - corse più spettacolari e scommesse più remunerative;
 - ippodromi più accoglienti e strutture adeguate;

- b) al sistema di governo dell'ippica di dotarsi di:

- un sistema di regole di certa applicazione;
- un moderno sistema di *governance*.

PRINCIPI DI FONDO DEL PIANO STRATEGICO

1° PRINCIPIO: il cliente finale: l'appassionato di ippica, lo scommettitore. Non più sistema di offerta autoreferenziale;

2° PRINCIPIO: gli investimenti, che devono essere finalizzati ad aumentare efficacia, autonomia e competitività. Orientati a formare, attrarre, fidelizzare appassionati di ippica.

DECISIONI OPERATIVE DEL MINISTRO:

- assume con Decreto ministeriale il proprio Piano strategico dell'ippica italiana e nomina il responsabile dell'implementazione del Piano;
- si attiva nei confronti del Ministero Economia per eliminare la voce "Cavalli da corsa o da equitazione" dalla lista degli Elementi indicativi di capacità contributiva (DM 9 settembre 1992); per sollecitare un piano di sviluppo di scommesse ippiche a più elevato pay-out, appetibilità e innovatività (da ottenersi con una serie di interventi: *parificazione alle scommesse sportive del ritorno allo scommettitore, cioè al 77%; revisione dell'ippica nazionale; sviluppo e promozione della scommessa ippica a quota fissa; rimozione degli ostacoli alla scommessa telematica*); per promuovere la riorganizzazione dell'ippica nazionale e della Corsa Tris (eliminando la diversità di regolamenti tra l'"Ippica di agenzia" e l'"Ippica nazionale");
- si attiva nei confronti del Ministero Lavoro Salute Politiche sociali per definire un Piano volto all'emersione e alla lotta del lavoro irregolare (coinvolgendo Commissioni provinciali per l'Emersione, istituti di vigilanza e i Comitati per il lavoro e l'emersione del sommerso) e un Piano per l'utilizzo di ammortizzatori sociali (che ha come obiettivo individuare strumenti che agevolino l'uscita dal settore di addetti dell'ippica);
- dispone la ulteriore specializzazione operativa del "Comando Carabinieri Politiche agricole e Alimentari" nella repressione delle scommesse clandestine e corse irregolari;
- definisce le tappe attraverso cui giungere alla riforma del Sistema di Governance dell'Ippica Italiana, fondato sulla collaborazione/integrazione tra pubblico e privato.

L'ente pubblico è di natura prevalentemente amministrativa, dipende dal Mipaaf e gestisce risorse economiche provenienti da varie amministrazioni pubbliche. Suoi compiti principali:

1. promozione del cavallo allevato in Italia;
2. allocazione delle risorse a montepremi, allevamento, strutture di corsa, formazione;
3. approvazione e pubblicazione calendari corse;

4. delegare a società specializzate e all'organismo degli operatori di settore le attività di sviluppo e promozione delle corse, di gestione del marketing, comunicazione e diritti televisivi della filiera, di gestione delle giurie, della giustizia sportiva, del doping, dell'anagrafe equina.

L'organismo degli operatori del settore ippico è costituito da proprietari, allevatori, allenatori, società di corse, ha personalità giuridica; è suddiviso in Trotto, Galoppo, Sella, Ippodromi; è legato a Ente da una convenzione e può essere da esso commissariato.

Compiti principali:

1. redazione regolamenti di corsa;
 2. redazione calendari corse;
 3. rappresentanza ippica italiana presso organismi tecnici internazionali;
 4. gestire le attività che Ente gli delega].
- fornisce all'ente di gestione le indicazioni da seguire per varare entro 45 giorni:
1. la riorganizzazione del sistema di trasmissione televisiva delle corse (Obiettivi: segnale televisivo in diretta al più alto numero di destinatari; rivolgersi a pubblico acquisito tramite canale specializzato e web tv, e ogni mese a pubblico da conquistare tramite tv generaliste; creare centro di produzione di contenuti e format, piattaforma di distribuzione e canale interattivo);
 2. la redazione del *Regolamento unico dell'Ippica italiana*, da affidare all'Unire (dovrà avere standard europei e si concentrerà sulla Giustizia sportiva);
 3. il *Codice etico dell'Ippica italiana*;
 4. il *Regolamento per la redazione dei calendari* (la corsa di "qualità totale" deve avere una funzione insieme *tecnica*, data dalla qualità dei cavalli, *spettacolare*, cioè competitiva, e *di gioco*, con 8-14 partenti equilibrati);
 5. il *Regolamento per la definizione del ruolo e la classificazione degli ippodromi* [Tutti gli ippodromi dovrebbero avere la stessa finalità, cioè fare spettacolo, attirare e consolidare il pubblico verso il cavallo e le corse. Per il settore galoppo, si deve innanzitutto: valutare l'idoneità della struttura dell'ippodromo e dell'organizzazione e solidità della società di corse, magari aggiornando le valutazioni già espresse dall'UNIRE; determinare i parametri di valutazione degli ippodromi, alcuni validi solo per il galoppo, altri solo per il trotto, altri ancora validi per entrambi; descrivere, da parte di ciascun ippodromo, le proprie specificità e i propri progetti in un piano strategico-finanziario. Si può poi ipotizzare una suddivisione in 3 livelli degli Ippodromi da galoppo. Calendario e montepremi di questi ultimi dovrebbero far parte della convenzione tra Ente ippico e società di corse, e la remunerazione degli ippodromi dovrebbe avvenire sulla base dei risultati raggiunti rispetto agli obiettivi assegnati. È necessario un fondo per la ristrutturazione degli impianti. Il problema della proprietà degli impianti dovrà essere affrontato di concerto tra MIPAAF, Ente ippico ed enti locali proprietari. Linee di intervento per il settore trotto: identificazione di tre livelli di attività; identificazione dello

standard tecnico, strutturale e gestionale minimo richiesto ad un ippodromo per posizionarsi ad uno dei tre livelli; scelta autonoma da parte di ciascun ippodromo del livello al quale intende posizionarsi, il che potrebbe generare un circolo virtuoso che spinga le strutture di segmento medio o alto a migliorarsi per non scendere al di sotto dello standard richiesto per il segmento scelto].

6. l'obbligo della *Certificazione degli Ippodromi* da parte di Ente terzo;
7. la creazione del *Fondo Ammodernamento Ippodromi*, possibilmente con l'Istituto del Credito sportivo;
8. la redazione del *Piano pluriennale di Marketing e Comunicazione dell'Ippica italiana*. È necessaria una duplice politica di marketing: Marketing valoriale e Marketing relazionale. Il primo punta a far conoscere i valori dell'ippica, a sviluppare un approccio olistico (ippica, equitazione, polo, turismo equestre, ecc.) e a coinvolgere il mondo dello spettacolo, della musica, della moda, dell'auto, della nautica, delle aste, del collezionismo, del turismo artistico e gastronomico, ecc. Il marketing relazionale punta alla fidelizzazione degli appassionati acquisiti e nuovi. Per il binomio corsa-scommessa è necessaria una politica di Marketing integrato, che utilizza televisione, mezzi a stampa, radio, internet, radio, relazioni pubbliche, eventi, ecc. Investimento annuo necessario: circa 25/30 milioni di euro.

CONCLUSIONI:

Attraverso il Piano strategico l'Ippica italiana acquista: **RISPETTABILITÀ**

1. Regolamento unico dell'Ippica italiana
2. Nuovo sistema di Giustizia sportiva
3. Codice etico e Comitato etico dell'Ippica italiana
4. Marketing valoriale e relazionale
5. Certificazione degli Ippodromi
6. Interventi per l'emersione del "lavoro nero"
7. Specializzazione operativa "anti-corse e scommesse irregolari" del *Comando Carabinieri politiche agricole e alimentari*

L'Ippica italiana acquista: **SPETTACOLARITÀ**

1. Prodotto migliore
2. Ippodromi selezionati, certificati e via via più in grado di produrre spettacolo sportivo
3. Marketing e comunicazione
4. Televisione e web TV

L'Ippica italiana acquista una **GESTIONE TRASPARENTE**

1. L'Ente/Agenzia, con ruoli e compiti chiari
2. L'Organismo degli Operatori Ippici, con ruoli e compiti chiari