

1. Dati identificativi del progetto e del soggetto richiedente	
Nome del progetto	OGNI BARCA HA UN'ANIMA SPORTIVA
Denominazione dell'Organismo Sportivo richiedente. In caso di raggruppamento indicare la denominazione di ciascun proponente, evidenziando eventualmente il soggetto capofila	FEDERAZIONE ITALIANA MOTONAUTICA
Referente/i di progetto	GIORGIO VISCIONE, JURI TIOZZO, MARCO INFANTE, GIORDANO PECCI, ALESSANDRO ANDREOTTI, MATTEO BOSCOLO
Telefono	027016351
Mail di riferimento del progetto	progettifim@fimconi.it
PEC di riferimento del progetto	fim@pec.wmail.it

Descrizione delle attività di progetto	
Descrizione del progetto	<p>L'obiettivo primario di questo progetto è quello di fornire una serie di servizi dal significativo valore aggiunto a tutti i fruitori delle Marine Resort di tutta Italia affinché le MARINE stesse siano interessate ad affiliarsi alla Federazione Italiana Motonautica (FIM) ed i loro clienti possano risultare interessati a questi servizi, sostanzialmente finalizzati a promuovere e regolamentare lo svolgimento di attività sportiva motonautica nel rispetto delle normative vigenti e dell'ambiente marino.</p> <p>L'iniziativa mira a valorizzare i servizi offerti dalle strutture portuali esistenti offrendo nuove opportunità di intrattenimento sportivo per appassionati e turisti possessori di imbarcazioni a motore da diporto, oppure che intendano accrescere la loro esperienza nella conduzione delle stesse.</p> <p>Grazie alla rete di tecnici di cui la FIM dispone, si potrebbe ad esempio promuovere all'interno delle MARINE l'arte della navigazione anche in condizioni meteomarine meno favorevoli. Più in generale la FIM metterebbe a disposizione dei clienti delle MARINE il proprio Know-how al fine di iniziare un proficuo processo di comunicazione con il mondo dei diportisti,</p> <p>Il progetto mira, dunque, a trasformare la motonautica in un'esperienza accessibile per i diportisti, attraverso una comunicazione efficace e coinvolgente. Con una strategia mirata, eventi emozionanti e partnership solide, possiamo rendere la motonautica un punto di riferimento per chi già ama il mare e desidera viverlo in modo ancora più entusiasmante.</p> <p>A questi ragionamenti e a queste conclusioni si è giunti attraverso la proiezione logica di alcuni dati presenti oggi all'interno della popolazione diportistica in Italia.</p> <p>Da uno studio di Assonautica, anche se risalente al 2020, abbiamo appreso un dato molto interessante, ovvero che ci sono in Italia circa 500.000 barche a motore.</p> <p>Il dato ancora più interessante è quello che su 8.000 km di costa presenti in Italia, ci sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 537 tra marine, porti turistici o approdi. • 161.500 posti barca. <p>Le 5 Regioni più sviluppate per i naviganti sono le seguenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Liguria 2) Campania 3) Toscana 4) Lazio

	<p>5) Lombardia 6) Veneto e rappresentano alcune Regioni, tra le quali lo sport è più evoluto.</p>
--	--

<p>Definizione degli obiettivi di progetto e risultati attesi</p>	<p>Gli obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promuovere lo sport della motonautica in un ambiente sicuro e controllato. • Promuovere corsi di guida veloce delle imbarcazioni. • Promuovere corsi di guida sicura. • Promuovere corsi di guida sulle onde. • Organizzare prove di navigazione e ormeggi in rada • Promuovere corsi di tecniche di base per ottimizzazione consumi • Promuovere e incentivare raduni nautici. • Promuovere corsi di efficientamento proprie imbarcazioni. • Contribuire ad incentivare il turismo sportivo nelle MARINE e nei porti
<p>Descrizione dei target e micro-target dei destinatari, indicando tipologia e numeri</p>	<p>Il Target: INDICATIVAMENTE persone dai 20 ai 65 anni di età.</p> <p>Micro target: Proprietari di barche da diporto (motoscafi, cabinati, imbarcazioni pneumatiche performanti) fino a 24 mt, loro parenti e accompagnatori; appassionati di nautica e sport acquatici; Operatori del settore nautico (cantieri, porti turistici, club nautici); Media specializzati (riviste nautiche, siti web, social – eventualmente un network di TV locali).</p> <p>Potenzialmente i soggetti interessati sono 500.000. Il riscontro che pensiamo di reperire è di circa 5.000 persone comprese tra una fascia di età che va dai 20 ai 65 anni.</p> <p>Con il <u>Decreto del Ministero dei Trasporti n. 133 del 17 settembre 2024</u>, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dello scorso 21 settembre, sono da poco entrate in vigore le modifiche al regolamento di attuazione del Codice della Nautica da diporto. Tra queste vi è l'introduzione di un nuovo tipo di abilitazione, cioè la patente nautica di categoria D1 (indicato anche come "patentino") per chi ha compiuto 16 anni e voglia manovrare barche a motore di potenza compresa tra i 30 kw e gli 85 kw.</p> <p>In attesa di valutare la portata di tale norma, la FIM ha già messo in conto un probabile ampliamento del bacino d'utenza del progetto che, appunto, potrebbe subire in corso d'opera importanti modifiche in aumento del suo target.</p> <p>Così come per gli under 20, il progetto potrebbe essere indirizzato anche agli over 65. La FIM, infatti, grazie all'ottimo risultato ottenuto con il progetto finanziato dal Fondo 80 milioni del 2023 ("PROGETTO HEMINGWAY"),</p>

	<p>potrebbe raccogliere adesioni anche dagli over 65 (magari possessori di imbarcazioni presso le MARINE) con i quali diverse nostre Asd e SSD stanno ancora oggi impiegando risorse umane e finanziarie, indipendentemente dalla contribuzione da parte di Sport e Salute SpA. Il Progetto Hemingway ha raggiunto il 100% dei risultati presentati in fase di presentazione della progettualità ed è stato rendicontato al 100%.</p>
<p>Diffusione geografica delle iniziative</p>	<p>La diffusione geografica del progetto dipende dalla non completa copertura del territorio nazionale dei tecnici e degli istruttori federali. In generale, le zone ad oggi maggiormente coperte risultano essere le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LOMBARDIA (Province di Como, Varese e Brescia) • PIEMONTE (Provincia di Biella) • LIGURIA (Province di Savona, Genova, La Spezia) • VENETO (Provincia di Venezia) • FRIULI VENEZIA GIULIA (Province di Trieste e Pordenone) • EMILIA ROMAGNA (Province di Rimini, Ravenna) • LAZIO (Province di ROMA e Latina) • CAMPANIA (Province di Napoli e Salerno) • PUGLIA (Province di Lecce, Brindisi, Taranto) • CALABRIA (Province di Catanzaro e Cosenza) • SICILIA (Province di Palermo e Catania) • MARCHE (Province di Ascoli e Macerata) • ABRUZZO (Provincia di Pescara) • BASILICATA (Provincia di Matera)

Durata della progettualità	<p>L'attività sportiva si svolgerà in accordo con le Delegazioni e i Comitati Regionali FIM che conoscono il territorio di competenza.</p> <p>L'attività sportiva sarà divisa in due fasi:</p> <ul style="list-style-type: none">una prima fase di approccio e di presentazione dei servizi offerti dalla FIM alle MARINE. Questa fase, una volta che ha riscontrato l'interesse della MARINA, si conclude con l'affiliazione alla FIM della ASD o SSD (già costituita o costituenda). La durata della fase abbraccia tutto l'anno solare.la seconda fase è quella dello sviluppo e della realizzazione delle giornate formative che si estende dal mese di marzo al mese di novembre. <p>TIMELINE DEL PROGETTO</p>			
	Fase 1	Promozione	Accordi con le MARINE e i Porti Turistici. Inizio del piano di comunicazione	Feb – Dic 2025
	Fase 2	Lancio	Conferenza Stampa	Apr 2025
	Fase 3	Coinvolgimento	Consolidamento del piano di comunicazione. Organizzazione dell'attività sportiva sul campo.	Mar - Nov2025
	Fase 4	Consolidamento	Valorizzazione finale degli obiettivi tramite utilizzo degli strumenti utili al loro raggiungimento	Gen 2026

Descrizione di dettaglio delle attività. Costo del progetto	NAVIGARE È UN'ARTE		
	<p>Chi possiede un'imbarcazione pneumatica, un motoscafo, una barca da diporto in generale, può sperimentare assetti più dinamici del proprio mezzo con l'affiancamento dei nostri tecnici e dei nostri istruttori. Può ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> provare lo slalom tra le boe di un circuito; partecipare a raduni (dedicati alle diverse tematiche di conduzione dell'imbarcazione), nel corso dei quali i diportisti possono testare le proprie imbarcazioni in contesti più competitivi, quali ad esempio: rally nautici (eventi non competitivi che combinano navigazione e abilità di controllo dell'imbarcazione); raduni di regolarità (prove in cui l'obiettivo è mantenere una velocità costante su un percorso predefinito); Raduni con prove di abilità (slalom, percorsi a tempo e manovre di precisione per avvicinare i diportisti alla motonautica); Giornate di test con atleti professionisti (possibilità per i diportisti di provare barche da corsa con piloti esperti); Integrazione con fiere nautiche (spazi dedicati alla motonautica) 		

all'interno di eventi per diportisti.

Chi pratica la navigazione da diporto può ad esempio migliorare le proprie competenze attraverso i principi della motonautica:

- **Gestione dell'adrenalina e della velocità** → Saper controllare il mezzo in diverse condizioni, migliorando la sicurezza anche nella navigazione turistica.
- **Conoscenza delle onde e degli assetti** → Apprendere come gestire il comportamento della barca in diverse situazioni di mare.
- **Manovrabilità e precisione** → Tecniche avanzate di virata, accelerazione e gestione del baricentro.

La FIM è certa del valore aggiunto che può offrire ai propri tesserati (vecchi e nuovi per) quanto riguarda l'insegnamento dell'arte della navigazione. In più, l'offerta dei propri servizi, sarà arricchita da benefici specifici dedicati ai partecipanti al progetto, grazie ad una serie di partnership commerciali che la FIM sta mettendo a punto con Aziende leader nel settore Nautico come Yamaha, Suzuki, Honda, Sailor Net, ma anche con Aziende che possono essere complementari come Autotorino SpA, concessionario plurimarche di automezzi commerciali, al fine di creare un pacchetto di benefit e di agevolazioni da riconoscere a tutti i nostri associati, non solo al fine di consolidare il rapporto con i piloti presenti, ma anche di incentivare nuovi rapporti di affiliazione.

Destinatari: Possessori di imbarcazioni fino a 24 mt e loro parenti
Potenzialmente i soggetti interessati sono 500.000
Il riscontro che pensiamo di reperire è di circa 5.000 persone comprese tra una fascia di età che va dai 20 ai 65 anni.

Tipologia disciplina: principalmente diporto ma anche moto d'acqua.

Costo stimato del progetto:

Sulla base del numero ipotizzato di almeno 15 tra MARINE RESORT partecipanti, porti turistici e approdi sul territorio, si è stimato un costo medio di 20.000 euro per singola location.

Per ogni location sono previste spese per:

- 1) Trasporto mezzi.
- 2) Personale federale impegnato.
- 3) Personale addetto alla sicurezza.
- 4) Personale Tecnico e formativo.
- 5) Coperture assicurative infortuni e RCT.
- 6) Carburante.
- 7) Presenza nr 1 ambulanza dedicata (senza medico rianimatore).
- 8) Eventuale costi di Personale e servizi messi a disposizione dalle MARINE.
- 9) Promozione e diffusione mediatica degli eventi.

In particolare, i costi, secondo la loro distribuzione sulle 3 linee di budget previsti dal Bando sono stimati in questo ammontare:

A) Spese Generali (max 20% dei costi per attività sportive e costi per promozioni): euro 7.500,00.

Si tratta di spese di studio e realizzazione del progetto, ivi compreso il personale federale addetto alla realizzazione del bando ed alla sua gestione amministrativa generale.

B) Costi per attività fisico/motorie - Linea di attività 1: euro 252.500,00.

- Acquisto attrezzature e abbigliamento sportivo: **euro 35.000,00**
- Operatori sportivi: tecnici, istruttori e ufficiali di gara: **euro 100.000,00;**
- Costi di trasporto mezzi e attrezzature: **euro 22.500,00;**
- Costi affitto spazi (strutture e aree dedicate) presso le MARINE: **euro 15.000,00;**
- Costi assicurativi partecipanti – estensione polizza FIM in essere per gli atleti (polizza infortuni e polizza RCT): **euro 50.000,00;**
- Altri costi: carburante e sicurezza in acqua: **euro 30.000,00**

C) Costi di promozione e comunicazione progetto: euro 60.000,00

- Costi per Ufficio Stampa: **euro 10.000,00;**
- Costi Conferenza stampa e corsi webinar: **euro 10.000,00;**
- Costi promozione web tv e social network: **euro 25.000,00;**
- Costi pubblicitari (brochure, materiale stampa e gadgets): **euro 15.000,00**

La FIM, anche a causa della minore disponibilità di risorse finanziarie di provenienza pubblica che riceverà nel 2025, può contribuire alla realizzazione del progetto tramite risorse proprie per euro 20.000,00

	<p>circa, parzialmente derivanti dagli introiti FIM del relativo tesseramento correlato al progetto stesso.</p> <p>Tutto ciò premesso, il progetto prevede una spesa complessiva ipotizzata pari a euro 300.000,00.</p> <p>Costo per gli aderenti: i clienti delle MARINE hanno accesso ai servizi FIM, almeno per il primo anno, in forma totalmente gratuita. A loro carico c'è solo la spesa di tesseramento al costo di euro 5,00 cad., che gli consente di avere le coperture assicurative della Federazione. L'abilitazione a svolgere attività sportiva (non agonistica) è data dalla "Tessera del diportista sportivo" (gratuita), rilasciata solo ai clienti delle MARINE tesserati FIM.</p>
--	---

Struttura organizzativa di progetto	
Strutture territoriali Organismi Sportivi coinvolti	Il Progetto prevede il coinvolgimento di 14 Regioni (Comitati e Delegazioni FIM) ed circa 25 Asd. Si prevede che nel corso della sua realizzazione, il Progetto veda il coinvolgimento di altre ASD, oltre a quello di altri loro Tecnici o dirigenti.
ASD/SSD coinvolte	Circa 25
Dirigenti coinvolti	Circa 10
Collaboratori sportivi coinvolti	<p>Indicare numero per ciascuna tipologia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • circa 20 tecnici federali • circa 20 piloti agonisti • circa 10 docenti • circa 2 social media manager • circa 6 operatori tv • circa 6 persone dell'ufficio stampa
Attori sociali, partner e soggetti terzi coinvolti	Marine, Porti Turistici, Approdi e Rimessaggi, Regioni, Comuni, Autorità portuali marine, fluviali e lacustri.

Strumenti utili per il monitoraggio dei risultati.	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoraggio mensile delle attività da parte delle Delegazioni regionali FIM. • Monitoraggio bimestrale da parte della Fim. • Questionario di gradimento di ogni singolo corso. • Feedback di gradimento da parte di ogni singola nuova Marina Resort. • Iscrizione al R.A.S. dei partecipanti del progetto. • Engagement digitale: Crescita follower, interazioni, visualizzazioni video. • Partecipazione agli eventi: Numero di diportisti coinvolti in open days e gare. • Iscrizioni ai corsi e attività formative: Interesse concreto nel passaggio al mondo sportivo. • Copertura media: Numero di articoli, interviste e menzioni su testate e social media.
Piano di comunicazione	<p>Il progetto sarà presentato con apposita conferenza livello nazionale. Attraverso l'utilizzo dei canali social ufficiali della Fim e degli Organizzatori, il messaggio essenziale del Progetto verrà proposto settimanalmente anche tramite utilizzo di diverse infografiche, grazie alle quali i partecipanti potranno godere di una lettura più rapida e divertente. Lo scopo è quello di aggiornare costantemente chi partecipa alle iniziative proposte dalla FIM, consentendo, allo stesso tempo, a chi non è ancora parte attiva, di avere uno strumento di conoscenza della nostra disciplina. Verrà realizzato un video all'inizio dell'esperienza ed uno al termine del percorso a testimonianza del gradimento di quanto fatto.</p> <p>Materiale di stampa tradizionale sarà sempre a supporto di tutto, proprio per non limitare chi non usa i social e verrà diffuso presso le varie strutture interessate e non solo.</p> <p>Durante il progetto vi sarà la possibilità di inserire una pillola informativa quindicinale all'interno del magazine Sky Arena dedicato alla FIM nel 2025. Ci si avvarrà della preziosa collaborazione di giornalisti professionisti di Sky con i quali abbiamo raggiunto un accordo condiviso con l'emittente.</p> <p>A seconda delle risorse finanziarie a disposizione del progetto, l'offerta televisiva potrebbe essere effettuata anche tramite un network di circa 100 televisioni locali ed in particolare di quelle delle zone della MARINE coinvolte nel progetto.</p>

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

1. Comunicazione digitale.

Social Media Marketing

- Campagne su Facebook, Instagram, TikTok e YouTube con video emozionali e storie di diportisti nuovi motonauti.
- Creazione di un hashtag ufficiale #MotonauticaPerTutti per generare engagement.
- Collaborazione con influencer e ambassador del mondo nautico.

Sito web e Blog:

- Landing page con invito a eventi, iscrizioni e corsi di formazione.
- Newsletter mensile con aggiornamenti su eventi e storie di successo.

Video e contenuti educativi:

- Tutorial su come adattare una barca da diporto per la motonautica.
- Interviste con piloti esperti e diportisti che hanno provato la motonautica.
- Live streaming di eventi e gare amatoriali.

2. Comunicazione tradizionale

Pubblicità e articoli su riviste nautiche:

- Pubblicazione su testate come *Il Gommone & La Nautica*, *Barche a Motore*, *Nautica Magazine*.
- Inserzioni e reportage dedicati al progetto.

Radio & TV locali

- Collaborazioni con emittenti locali nelle zone costiere per promuovere eventi e interviste.

Eventi fisici e dimostrativi

- Open Days nei porti turistici con prove pratiche e test di velocità.
- Raduni diportisti & sportivi per avvicinare il pubblico al mondo delle competizioni.
- Workshop e corsi di guida sportiva per diportisti con tecnici esperti.

DETTAGLIO CRONOPROGRAMMA

Azione	Data Inizio	Durata gg	Data Fine
Promozione	01/01/2025	364	31/12/2025
Lancio	01/04/2025	14	15/04/2025
Sviluppo e Consolidamento	01/03/2025	244	31/10/2025
Test e verifiche periodiche	01/05/2025	244	31/12/2025
Verifica dei risultati / Consegna del progetto	01/01/2026	45	15/02/2026

Diagramma di Gantt

