

Titolo 2.1 Autonomia

1. Definizione

L'autonomia nelle organizzazioni sportive, in particolare all'interno del Movimento Olimpico, significa il loro diritto e obbligo di stabilire e controllare in modo indipendente le regole dello sport, determinare la loro struttura e governance e condurre elezioni libere da influenze esterne. Questo concetto è sancito nella Carta Olimpica del CIO ([2023](#)), che sottolinea che le organizzazioni sportive all'interno del Movimento Olimpico devono applicare i principi di buona governance pur godendo della loro autonomia. La regola 25 della Carta evidenzia "l'indipendenza e l'autonomia [di ogni federazione internazionale] nella governance del suo sport", e la regola 27.6 impone ai Comitati Olimpici Nazionali di "preservare la loro autonomia e resistere a tutte le pressioni di qualsiasi tipo, comprese quelle politiche, legali, religiose o economiche" che potrebbero ostacolare la loro conformità alla Carta Olimpica.

Tuttavia, la rivendicazione dell'autonomia non è un diritto illimitato. Le sentenze della Corte di giustizia europea del 2023 hanno chiarito che l'autonomia deve derivare da una buona governance, da una maggiore trasparenza, da meccanismi di responsabilità efficaci e da una maggiore considerazione delle parti interessate, piuttosto che da una completa indipendenza o dall'assenza di controlli esterni. Le organizzazioni sportive e il movimento sportivo non sono al di sopra della legge. L'autonomia è il risultato di un dialogo continuo tra lo sport e i suoi ambienti legali e sociali a livello nazionale e sovranazionale. La risoluzione del Consiglio ([2021](#)) afferma che "La buona governance nello sport è un prerequisito per l'autonomia e l'autoregolamentazione delle organizzazioni e delle federazioni sportive, nel rispetto dei principi di democrazia, trasparenza, integrità, solidarietà, uguaglianza di genere, apertura, responsabilità e responsabilità sociale".

L'essenza dell'autonomia per le associazioni sportive risiede nell'equilibrio tra autoregolamentazione e regole necessarie, trasparenti, proporzionate e non discriminatorie, allineate ai loro obiettivi, insieme all'aderenza ai principi legali. Le partnership costruttive tra organizzazioni sportive e altre entità sono fondamentali per promuovere gli interessi sportivi e aiutare nelle loro missioni. Queste collaborazioni dovrebbero concentrarsi sullo sviluppo dello sport, sul supporto e la salvaguardia degli atleti, sulla lotta al doping, alla manipolazione e alla corruzione e sull'affrontare molestie, abusi o violenza nello sport, proteggendo al contempo i giovani dalle attività criminali.

Le organizzazioni sportive devono considerare le conseguenze quando esercitano la loro autonomia e non possono giustificare deviazioni dalla legge citando solo la "specificità" dello sport. Devono dimostrare che qualsiasi restrizione imponga è necessaria per il corretto svolgimento delle competizioni sportive, assicurando il fair play, mantenendo l'equilibrio competitivo e sostenendo l'integrità dello sport. Il rispetto della legge è essenziale e le organizzazioni sportive dovrebbero garantire che le loro regole e normative siano allineate con quadri giuridici più ampi per evitare sfide legali e mantenere la fiducia del pubblico.

L'autonomia finanziaria è inoltre essenziale per la sostenibilità a lungo termine delle organizzazioni sportive. Diversificare le fonti di reddito è fondamentale per evitare di affidarsi a un singolo o a un numero limitato di attori pubblici e privati, il che può portare a vulnerabilità quali indebita influenza o instabilità

finanziaria se una fonte ritira il supporto. Ciò può essere ottenuto assicurandosi più sponsorizzazioni, sviluppando flussi di entrate dalla vendita di merchandising, dalla vendita di biglietti, dai diritti di trasmissione e formando partnership con vari stakeholder. Un'ampia base finanziaria consente alle organizzazioni sportive di resistere meglio alle fluttuazioni economiche e di mantenere l'autonomia decisionale. L'autonomia finanziaria consente alle organizzazioni di investire in infrastrutture, programmi di sviluppo e iniziative comunitarie, promuovendo la crescita e l'innovazione all'interno dello sport. Inoltre, promuove una maggiore trasparenza e responsabilità nella gestione finanziaria, creando fiducia con gli stakeholder, tra cui atleti, fan e sponsor.

In sintesi, l'autonomia delle organizzazioni sportive è un complesso equilibrio di autoregolamentazione, conformità legale, indipendenza finanziaria e partnership collaborative. Aderendo ai principi di buona governance e trasparenza, le organizzazioni sportive possono mantenere la propria autonomia garantendo al contempo integrità, fiducia e sviluppo sostenibile nel settore sportivo.

2. Scenario ideale

Per i NOC

sportive esercitano la loro autonomia nelle operazioni e nella governance legate allo sport, come delineato nella Carta olimpica. Questa autonomia consente loro di stabilire e controllare in modo indipendente le proprie regole, la propria struttura e la propria governance, senza interferenze esterne. Questo autogoverno è completata da accordi formali, come i patti di cooperazione, che promuovono un rapporto rispettoso e collaborativo con le entità governative. Questi accordi facilitano una partnership equilibrata, caratterizzata da un dialogo aperto e dal rispetto reciproco per i ruoli e l'autorità distinti di ciascuna parte.

Una cooperazione e un coordinamento efficaci tra organizzazioni sportive e governi sono essenziali per garantire che le loro azioni siano reciprocamente vantaggiose e che l'autonomia dello sport sia preservata. Gli obiettivi condivisi dei governi, del Movimento Olimpico e di altri stakeholder sportivi guidano gli sforzi collaborativi verso obiettivi comuni. Mantenere una relazione equilibrata implica un dialogo e una cooperazione continui, rispettando i contributi e i ruoli di ciascuna parte. Questo approccio collaborativo supporta il progresso dello sport, aiuta gli atleti e sostiene l'integrità delle competizioni sportive.

Per garantire la sostenibilità finanziaria e proteggersi dalla dipendenza da un numero limitato di sponsor pubblici o privati, le organizzazioni sportive implementano un programma di sponsorizzazione e marketing a livelli che coinvolge più sponsor. Questo approccio diversifica le fonti di reddito, mitigando il rischio di instabilità finanziaria e indebita influenza. L'organizzazione aderisce a politiche specifiche, come una politica sui conflitti di interesse, che guidano i suoi impegni con i partner commerciali, pur mantenendo i suoi principi e valori fondamentali di integrità. Mantenendo l'indipendenza finanziaria attraverso questo modello di sponsorizzazione diversificato, le organizzazioni sportive migliorano la loro stabilità e proteggono la loro autonomia.

Per NF

La Federazione Nazionale dovrebbe mantenere l'autonomia in materia di sport, in linea con la Carta Olimpica. La NF sostiene elevati standard di governance, non solo come requisito dei ministeri governativi per la gestione dei fondi pubblici, ma come principio fondamentale. Devono resistere a indebite pressioni esterne, politiche, religiose o economiche, che potrebbero compromettere la loro conformità con la Carta Olimpica. Garantire finanziamenti compatibili con i principi olimpici e diversificare le fonti di reddito è essenziale per la loro indipendenza.

Promuovere la collaborazione tra organizzazioni sportive ed enti governativi o non governativi è fondamentale, assicurando il rispetto per le competenze delle organizzazioni sportive e l'allineamento con i valori olimpici. Uno stretto coordinamento tra organizzazioni sportive e autorità governative è fondamentale per promuovere lo sviluppo sportivo, proteggere gli atleti, combattere il doping e la corruzione e salvaguardare il coinvolgimento dei giovani nello sport. Questa collaborazione dovrebbe essere condotta nel rispetto reciproco della giurisdizione e delle responsabilità di ciascuna entità, senza indebite interferenze.

3. Rischi

- Difficile rapporto con le autorità pubbliche fino alla strumentalizzazione dello sport.
- Problemi di conflitto di interessi.
- La dipendenza dai finanziamenti pubblici rende i tagli una minaccia esistenziale per l'organizzazione.
- Decisioni del governo che compromettono la politica sportiva dell'organizzazione sportiva
- Minare l'integrità dello sport e delle persone coinvolte.
- Dipendenza finanziaria da un numero limitato di attori, che porta a un rapporto di subordinazione e ad attività non in linea con la visione e la missione dell'organizzazione sportiva.
- Mancanza di creatività e iniziativa.
- Pericolo per lo sviluppo e la sostenibilità dell'organizzazione sportiva
- Scarsa performance del personale, dei volontari e dell'organizzazione nel suo complesso

4. Strumenti ed elementi chiave

<i>Strumenti</i>	<i>Elementi chiave</i>
Accordo strategico con le autorità pubbliche	<ul style="list-style-type: none"> • Chiarezza e comprensione reciproca di ruoli e responsabilità. • Cooperazione formalizzata basata sul partenariato e su un accordo formale - identificazione degli ambiti di cooperazione. • Conformità giuridica delle norme sportive alla normativa nazionale/europea. • Distribuzione di sussidi e finanziamenti per le organizzazioni sportive. • Riconoscimento e rispetto dell'autonomia dello sport.
Programma di sponsorizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Diversità degli sponsor e delle fonti di reddito.

	<ul style="list-style-type: none"> • Diversità di programmi di sponsorizzazione (licenze, ospitalità, responsabilità sociale) allineati alla strategia di marketing. • Regole chiare nei rapporti con gli sponsor (possono far parte del Codice di condotta). • Disposizioni sui conflitti di interesse e altre questioni di integrità (ad esempio società di scommesse sportive come sponsor). • Pubblicità responsabile (considerare l'impatto della pubblicità su alcolici e tabacco).
Fondi pubblici	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuire alla diversificazione delle fonti di reddito. • Consente di lavorare su un campo politico specifico/argomento di progetto. • Mantenere l'autonomia prestando attenzione a tutte le condizioni collegate ai fondi che potrebbero compromettere la loro indipendenza o missione. • Garantire che le attività finanziate con denaro pubblico contribuiscano al raggiungimento degli obiettivi generali dell'organizzazione e apporti benefici alle parti interessate. • Mantenere registri chiari su come vengono utilizzati i fondi.

5. Esempi di buone pratiche

Esempio "Accordo strategico con le autorità pubbliche"

Organizzazione: Comitati Olimpici Europei (EOC)

Descrizione: Il rinnovato Accordo di cooperazione tra l'EOC e la Commissione UE è un segnale per la loro missione di promuovere lo sport e stili di vita sani in tutta Europa, dimostrando la dedizione alla collaborazione con i principali partner istituzionali dell'UE sulla politica dell'UE. Questo Accordo di cooperazione, che si estende fino alla fine del 2027, comprende eventi fondamentali come i 4° Giochi europei di Istanbul, che rafforzeranno il ruolo centrale dell'Europa nello sport globale, insieme a quattro edizioni dell'European Youth Olympic Festival (EYOF). Con l'Accordo di cooperazione, l'EOC e la Commissione UE si impegnano a scambi regolari su argomenti di interesse per lo sport europeo e formalizzano la loro partnership su argomenti reciprocamente vantaggiosi.

Ulteriori informazioni: [EOC e Commissione UE firmano un accordo di cooperazione - Ufficio EOC UE \(eurolympic.org\)](#)

Esempio "Programma di sponsorizzazione"

Organizzazione: Comitato Olimpico Internazionale (CIO)

Descrizione: L'autonomia delle organizzazioni sportive appartenenti al Movimento Olimpico è uno dei principi fondamentali del CIO, come indicato nella Carta Olimpica. Con le 15 raccomandazioni dell'Agenda Olimpica 2020+5, il CIO ha ulteriormente rafforzato questo impegno. La Raccomandazione 15 fa riferimento direttamente a "Innovare i modelli di generazione di entrate". Questa raccomandazione sottolinea la necessità di esplorare, rafforzare e convalidare i principi fondamentali chiave che hanno

sostenuto i programmi commerciali del CIO, per continuare la loro evoluzione in futuro. In risposta a un panorama mediatico e commerciale in rapida evoluzione, il CIO riconosce la necessità di adattare le sue strategie commerciali per garantire vantaggi reciproci per il Movimento Olimpico e i suoi Partner. Storicamente, il CIO ha centralizzato l'operazione e la gestione di determinati programmi di entrate, come il Programma TOP Mondiale e i diritti di trasmissione, per creare efficienze e valore aggiunto. Sulla base di questo approccio, l'Agenda olimpica 2020 ha portato alla creazione di un programma di licenze globali e di un'alleanza di marketing con l'IPC, in vigore dal 1° gennaio 2021. Per ottimizzare ulteriormente i vantaggi per tutti gli stakeholder olimpici, il CIO prevede di estendere questo modello centralizzato alle attività commerciali del settore dell'ospitalità. Inoltre, il CIO continuerà a diversificare i flussi di entrate oltre i canali tradizionali come la trasmissione, la sponsorizzazione e le licenze, inclusa la creazione di nuove proprietà.

Ulteriori informazioni: [Olympic-Agenda-2020-5-15-recommendations.pdf \(olympics.com\)](https://olympics.com/olympic-agenda-2020-5-15-recommendations.pdf)

Esempio “ Programma di sponsorizzazione ”

Organizzazione: Comitato Olimpico Internazionale (CIO)

Descrizione: Il CIO ha adottato uno specifico programma di sponsorizzazione che consente all'organizzazione di avere diverse fonti di reddito e quindi di evitare qualsiasi dipendenza da un singolo partner finanziario. La sponsorizzazione rappresenta circa il 30% delle fonti di reddito del CIO, che sono distribuite in tutto il Movimento Olimpico.

Questa strategia è impostata a diversi livelli. A livello mondiale, il programma Olympic Partner (TOP) è il livello più alto di sponsorizzazione olimpica e fornisce agli sponsor diritti esclusivi di marketing mondiale per i Giochi olimpici estivi, invernali e giovanili. Il CIO ha negoziato questi contratti con multinazionali in grado di fornire supporto finanziario diretto, servizi di sponsorizzazione o competenza per l'organizzazione dei Giochi. Questi TOP Partner ricevono diritti e opportunità di marketing globali esclusivi all'interno delle loro categorie di prodotti designate. Il programma TOP opera su un periodo di quattro anni e supporta i comitati organizzativi dei Giochi olimpici e dei Giochi olimpici invernali, i NOC e il CIO

Allo stesso tempo, il CIO ha definito chiaramente regole specifiche per consentire ai Comitati Organizzatori dei Giochi Olimpici (OCOG) e ai NOC di gestire i propri programmi commerciali per supportare l'organizzazione dei Giochi o le loro attività nazionali. Tuttavia, questi programmi non devono essere in competizione con gli sponsor TOP programma .

Ulteriori informazioni:

<http://www.olympic.org/sponsors>

[http://www.olympic.org/ioc - finanziamenti - entrate - fonti - distribuzione](http://www.olympic.org/ioc-finanziamenti-entrate-fonti-distribuzione)

[IOC-Marketing-Fact-File.pdf \(olympics.com\)](https://olympics.com/ioc-marketing-fact-file.pdf)

[CIO - Finanziamenti \(olympics.com\)](https://olympics.com/cio-finanziamenti)

Esempio “Fondi pubblici”

Organizzazione: European Athletics

Descrizione: L'Agenzia per lo sviluppo dell'atletica in Europa (ADAE) è stata istituita per facilitare le proposte di progetto per i finanziamenti dell'Unione Europea e guidare progetti per conto di European Athletics, con sede al di fuori dell'UE in Svizzera, e delle sue Federazioni affiliate. L'ADAE, un'associazione internazionale non governativa e senza scopo di lucro, aiuta le Federazioni europee di atletica a promuovere e sviluppare l'atletica in tutta Europa. La sua missione include la promozione di attività di volontariato nello sport, inclusione sociale, uguaglianza di opportunità e consapevolezza dei benefici per la salute dell'attività fisica. L'agenzia sostiene anche il fair play e i valori etici nello sport, combattendo minacce transfrontaliere come doping, violenza, intolleranza e discriminazione. Inoltre, l'ADAE supporta European Athletics e le sue federazioni affiliate nelle loro interazioni e progetti con istituzioni europee come il Consiglio d'Europa, l'Unione Europea e la Commissione Europea. Nonostante le complessità spesso associate all'accesso ai finanziamenti europei, in particolare per club o federazioni sportive, l'ADAE mira a colmare queste opportunità con progetti di sviluppo atletico europeo. Per maggiori informazioni su come l'ADAE può fornire assistenza, è disponibile un opuscolo scaricabile.

Ulteriori informazioni: [Programma di finanziamento dell'UE | European Athletics \(european-athletics.com\)](#)

Esempio “ Programma di sponsorizzazione ”

Organizzazione: Sport New Zealand – ente pubblico

Descrizione: Questa guida offre un framework per le organizzazioni sportive per garantire, sviluppare e mantenere preziose partnership commerciali, sottolineando un approccio flessibile che può essere adattato per soddisfare esigenze ed esperienze specifiche. È progettato per integrare altre fonti di competenza in materia di sponsorizzazione, tra cui consulenti, membri del consiglio e approfondimenti da altri sport. La guida si applica ampiamente a tutti i partner commerciali, siano essi sponsor o finanziatori, definendo uno "sponsor" come qualsiasi entità che fornisce fondi in cambio del diritto di associarsi a un ente sportivo o ai suoi asset. Questi asset, denominati "proprietà", includono competizioni, eventi, squadre, atleti, sedi e siti Web. Nel contesto della Nuova Zelanda, dove le aziende hanno budget di marketing significativi e utilizzano sempre più la sponsorizzazione come strumento di marketing, le organizzazioni sportive possiedono numerose proprietà con potenziale di sponsorizzazione. Tuttavia, mentre alcune organizzazioni generano entrate sostanziali dalle sponsorizzazioni, molte mancano di un approccio strategico, spesso basandosi su contatti personali. Man mano che gli sponsor principali diventano più sofisticati, richiedono un chiaro rapporto qualità-prezzo, opportunità uniche e un forte allineamento tra il loro marchio e la proprietà sportiva. Una sponsorizzazione efficace non riguarda solo il supporto finanziario; un buon sponsor può migliorare l'esposizione del marchio e il valore a lungo termine oltre l'investimento iniziale. Le relazioni di sponsorizzazione di successo richiedono un investimento e un impegno significativi da entrambe le parti, con gli sponsor che forniscono risorse finanziarie e supporto gestionale, mentre le organizzazioni sportive devono garantire di offrire servizi e sistemi solidi per fornire valore allo sponsor.

Ulteriori informazioni: [Sponsorizzazione commerciale e partnership | Sport New Zealand - Ihi Aotearoa \(sportnz.org.nz\)](#)

6. Passi verso il livello successivo

Al livello 2 ★★ "Emergente"	Al livello 3 ★★★ "In via di sviluppo"	Al livello 4 ★★★★★ "Stabilito"	Al livello 5 ★★★★★ "Incorporato"
<ul style="list-style-type: none"> Comprendere l'autonomia come frutto dell'indipendenza sportiva, finanziaria, legale, politica e tecnologica. Valutare l'autonomia dell'organizzazione, alla luce delle leggi e della normativa applicabili, e discuterne nella successiva riunione del Consiglio di Amministrazione. Individuare i funzionari/rapresentanti pubblici competenti e organizzare riunioni informali. Analizza i diversi flussi di entrate all'interno della tua organizzazione, valutando le possibilità di diversificare le fonti di reddito e potenzialmente ottenere sponsorizzazioni o accedere a 	<ul style="list-style-type: none"> Adottare disposizioni che specifichino i processi decisionali, delineino i confini tra l'organizzazione e le parti interessate esterne e definiscano meccanismi di protezione contro indebite influenze nei documenti strategici della vostra organizzazione, indicando e salvaguardando che la vostra organizzazione è autonoma e può funzionare in modo indipendente. Avviare una valutazione giuridica delle regole sportive della vostra organizzazione per determinare se tali regole sono conformi alla legislazione nazionale. Elenca gli ambiti politici legati allo sport in cui la tua organizzazione e il 	<ul style="list-style-type: none"> Adottare disposizioni che specifichino i processi decisionali, delineino i confini tra l'organizzazione e le parti interessate esterne e definiscano meccanismi di protezione contro indebite influenze nei documenti strategici della vostra organizzazione, indicando e salvaguardando che la vostra organizzazione è autonoma e può funzionare in modo indipendente. Monitorare e valutare se queste disposizioni vengono rispettate. Assicurarsi che tutti i membri dello staff e del Consiglio di Amministrazione siano informati e formati sulla portata 	<ul style="list-style-type: none"> Adottare disposizioni che specifichino i processi decisionali, delineino i confini tra l'organizzazione e le parti interessate esterne e definiscano meccanismi di protezione contro indebite influenze nei documenti strategici della vostra organizzazione, indicando e salvaguardando che la vostra organizzazione è autonoma e può funzionare in modo indipendente. Monitorare e valutare se queste disposizioni vengono rispettate. Assicurarsi che tutto il personale sia informato e formato sul grado di autonomia e sulle sue implicazioni per le

<p>finanziamenti pubblici.</p> <ul style="list-style-type: none"> Assicurarsi che la Costituzione non presenti barriere all'autonomia e, in tal caso, aggiornarla . 	<p>governo hanno interessi comuni.</p> <ul style="list-style-type: none"> Elencare i funzionari pubblici o i membri del Parlamento che si occupano direttamente di sport. Stabilire contatti informali con questi rappresentanti. Discutete, durante una riunione del Consiglio, i diversi tipi di accordi di sponsorizzazione (oltre ai sussidi da parte di enti sportivi di livello superiore) che la vostra organizzazione vorrebbe istituire. Assicuratevi che tutti gli accordi di sponsorizzazione siano formalizzati da contratti scritti e firmati. Esplorare i fondi pubblici e le sovvenzioni dedicate allo sport o in cui lo sport può rappresentare un mezzo per raggiungere l'interesse pubblico. Sviluppare politiche per delineare chiaramente l'impegno 	<p>dell'autonomia e sulle sue implicazioni per le loro attività quotidiane.</p> <ul style="list-style-type: none"> Adottare un accordo di cooperazione formale con gli enti pubblici competenti per formalizzare la cooperazione tra le due entità, incluso un riferimento alle aree di autonomia della vostra organizzazione (ad esempio regole del gioco, elezione dei funzionari) e l'identificazione di aree di interesse comune e una chiara ripartizione di competenze e compiti. Stabilire contatti regolari con funzionari pubblici che si occupano direttamente di sport o che hanno un chiaro interesse per lo sport. Assegnare a un membro del personale o a un rappresentante della propria organizzazione il ruolo di responsabile dei contatti con le autorità pubbliche (ad esempio, 	<p>loro attività quotidiane.</p> <ul style="list-style-type: none"> Adottare un accordo formale o perfezionare l'accordo strategico esistente con il governo per definire chiaramente ruoli, doveri e responsabilità. Questo accordo dovrebbe includere riferimenti al ruolo della tua organizzazione all'interno della strategia nazionale per lo sport, nonché al supporto che il governo si impegna a fornire alla tua organizzazione. Adottare disposizioni adeguate per garantire che le vostre regole siano conformi alla legislazione nazionale e/o europea. Affina il tuo programma di sponsorizzazione in un programma formale a livelli che offre varie possibilità di accordi di sponsorizzazione
--	---	--	---

	<p>dell'organizzazione verso l'autonomia e le disposizioni contro l'interferenza, la corruzione, le tangenti e la politica relativa all'accettazione di regali.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creare un Codice di condotta e un registro dei conflitti di interesse per tutti i membri del Consiglio di amministrazione. 	<p>responsabile degli affari pubblici, responsabile delle relazioni con la pubblica amministrazione).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Affina il tuo programma di sponsorizzazione con l'obiettivo di diversificare gli sponsor e consolidare le fonti finanziarie. Questo programma dovrebbe includere una gamma di potenziali accordi per una varietà di attività (licenze, ospitalità, responsabilità sociale...). • Valutare regolarmente eventuali conflitti di interesse con gli sponsor attuali o potenziali. • Durante una riunione del Consiglio, stabilire le priorità per accedere a fondi pubblici o sovvenzioni e identificare quelle più idonee a cui fare domanda. 	<p>per una varietà di attività (licenze, ospitalità, responsabilità sociale...).</p> <p>Assicurati che il tuo programma di sponsorizzazione sia collegato direttamente o in linea con altri documenti strategici come la strategia di marketing, il codice di condotta o la politica sui conflitti di interesse.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Includere la gestione dei partner commerciali nel Codice di condotta e nella Politica sui conflitti di interesse dell'organizzazione e. • Avere un approccio strategico ai fondi pubblici da cui le organizzazioni sportive possono trarre beneficio o in cui lo sport può essere utilizzato come mezzo per raggiungere l'interesse pubblico. Possono trarre beneficio progetti specifici sulla promozione dell'attività fisica,
--	--	--	--



			dell'inclusione, della salute o delle infrastrutture. Rimanere consapevoli delle condizioni collegate ai fondi e alle sovvenzioni.
--	--	--	---