



**PROGETTO DI RICERCA  
PER IL RILANCIO  
DELL'IPPICA ITALIANA**

## **Premessa**

Il presente documento è parte integrante del progetto di ricerca per il rilancio dell'Ippica in Italia



**Definizione del Progetto,  
obiettivi della ricerca  
ed organizzazione delle attività**



## 1.1. Titolo

Progetto di ricerca per il rilancio dell'ippica in Italia.

## 1.2. Abstract

L'ippica è un ambito variegato cui afferiscono diversi settori economici tra questi le corse dei cavalli che oggi in Italia vivono una situazione di forte crisi. Il disinteresse del pubblico verso le corse dei cavalli in Italia è però in controtendenza rispetto a quanto accade in altri Paesi europei e non, pertanto, ci si interroga se tale situazione di crisi, che pesa economicamente in modo rilevante su diversi ambiti e molti operatori, possa essere affrontata e risolta.

Il progetto vede il coinvolgimento di docenti di Economia e Gestione delle Imprese afferenti a diversi Atenei italiani, i quali saranno impegnati nello studio del contesto di riferimento sia in modo diretto che tramite i propri studenti, con i quali si svilupperanno linee di ricerca empirica volte ad approfondire le tematiche di interesse.

Le metodologie impiegate saranno di tipo on desk (per l'analisi della letteratura e dei rapporti sul settore oggetto di indagine) e on field (con indagini svolte tramite questionari ed eventuali interviste dirette). Il periodo di svolgimento sarà marzo-dicembre 2022; al termine si presenteranno i risultati con un apposito evento divulgativo.

L'approccio di analisi sarà caratterizzato anche dal coinvolgimento degli studenti dei corsi di Laurea triennali e magistrali e/o dei Master, i quali saranno anche coinvolti in un contest che consentirà ai migliori di ricevere premi ed opportunità occupazionali.

*Keywords: Ippica, Analytics, Business Development, Digital Turnaround, Marketing Strategy, Innovation Strategy.*

## 1.3. Presentazione del Progetto di Ricerca

Le corse dei cavalli costituiscono un fenomeno legato all'evoluzione della società umana sin da quando tale fondamentale specie animale è stata addomesticata per ausiliare l'uomo nei suoi lavori ed anche nel suo diletto.

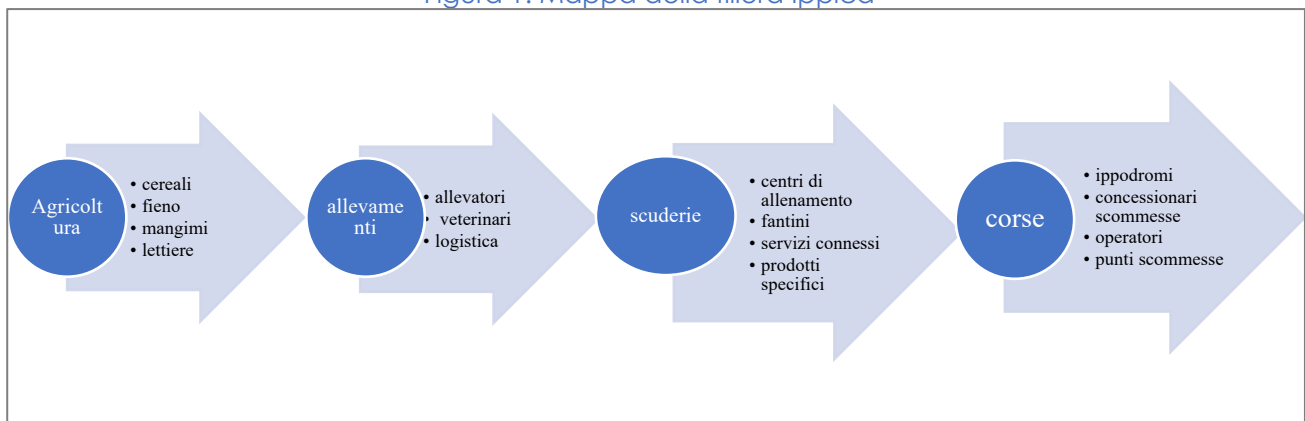
Le corse dei cavalli si sono sviluppate sin dai tempi dell'Antica Grecia (quindi circa sin dal 1000 a.C., come testimoniano diversi reperti archeologici e di narrazioni), della civiltà Etrusca e poi, in particolare, presso quella romana in cui divennero un fenomeno sociale di grande importanza.

L'auriga (guidatore del cocchio da gara o da guerra) rappresentava una figura di rilievo nel contesto sociale e, in particolare, per la fazione per la quale correva. Le gare rappresentavano un momento di aggregazione e diletto, durante il quale si effettuavano scommesse sui risultati consultando la cosiddetta "libella" in cui venivano indicati i cavalli ed i relativi aurighi -una sorta di tabellino di gara dei nostri giorni-, oltre anche a specifiche statistiche sui risultati pregressi.

L'importanza delle corse dei cavalli e delle scommesse, ai tempi dell'antica Roma, era elevatissima e determinava un rilevante giro d'affari. In epoca più moderna, le corse dei cavalli si diffusero in Europa ed in tantissimi altri Paesi, diventando così un fenomeno sociale "globale". Le gare ippiche divennero un emblema della borghesia industriale in tutti i Paesi, contribuendo alla diffusione di modelli comportamentali e stili di vita.

Il comparto dell'ippica e, in particolare quello delle corse dei cavalli, è un ambito economico complesso (coinvolge, infatti, allevatori, allenatori, proprietari degli impianti, gestori degli ippodromi, gestori delle scommesse, fino agli appassionati -cfr. fig.1-), che necessita di una visione sistemica per poterne comprendere le dinamiche.

Figura 1: Mappa della filiera Ippica



L'Italia era una terra di allevatori che sfornavano campioni da esibire sulle piste e sui campi ostacoli di tutto il mondo. Ora nascono così pochi puledri da mettere in forse anche le gare dei pochi ippodromi rimasti. E insieme ai purosangue e ai trottatori scompaiono i posti di lavoro: c'è chi calcola che dal 2010 a oggi il 35% degli allevamenti abbia chiuso le sue scuderie, mandando a casa almeno 2000 addetti. Come è potuto succedere, nell'Italia che vantava una grande tradizione equestre e mentre altre nazioni vicine trasformavano l'ippica in un business ancora più redditizio che in passato?

Una delle sfide principali e più difficili è, infatti, ricostruire i confini di una filiera complessa, poiché le attività economiche sono legate tra loro e gli operatori sono attivi in più ambiti, e caratterizzata da una multidimensionalità legata a tre risorse chiave: gli appassionati (negli ippodromi e nei punti vendita), gli scommettitori, i proprietari amatoriali.

Tra le varie componenti della filiera, coesistono entità specificatamente destinate alle corse dei cavalli (si pensi, ad esempio, agli allevamenti di cavalli, agli ippodromi, agli operatori ippici), altre, invece, che operano in via non esclusiva (ma talvolta prevalente) per il contesto (l'agricoltura, i veterinari, i produttori di materiali specifici). Tutti i predetti attori hanno un ruolo e subiscono gli effetti degli andamenti economici dell'intero settore in esame.



## **PROGETTO DI RICERCA PER IL RILANCIO DELL'IPPICA ITALIANA**

L'adozione di un approccio sistemico consente, dunque, di comprendere come piccole modifiche in uno degli anelli della complessa catena si ripercuotano su tutte le altre.

La complessità e le difficoltà connesse alla natura della filiera si sono ulteriormente aggravate in seguito ad una progressiva riduzione del valore economico del comparto, verificatasi negli ultimi 20 anni, ed imputabile, in particolare, al cambiamento della governance. Aver escluso dal decision making del settore le rappresentanze della filiera ed aver incentrato tutto nelle mani di un ente pubblico ha portato all'adozione di una strategia di fondo basata sul solo contenimento dei costi, a discapito di una corretta valorizzazione delle risorse della filiera. Questo ha generato nel tempo una progressiva riduzione delle giornate di gara e, conseguentemente, dei montepremi che a loro volta hanno reso difficile agli ippodromi una costante valorizzazione della qualità delle corse e delle relative strutture. La riduzione del numero delle corse e della loro qualità ha comportato una riduzione dei cavalli partenti, riducendo l'appeal dello spettacolo sia per gli appassionati che degli scommettitori. La governance pubblica ha, poi, privilegiato altre tipologie di gioco legate al mondo sportivo, meno costose per lo Stato, relegando di fatto ad un ruolo residuale le scommesse sulle corse dei cavalli.

A ciò si aggiunge un sempre maggiore distanziamento generazionale. Le nuove generazioni sono sempre meno coinvolte nell'ippica come sport e cultura, che risente profondamente del gap tra specialista delle corse e amatore dell'evento spettacolare quale è una gara ippica.

La sincera passione degli inglesi per gli eventi ippici sempre più fashion come il Royal Ascot, "i due minuti più emozionanti delle sport" come definiscono gli spettatori il Kentucky Derby, il valore sociale e culturale sinonimo di identità nazionale della Melbourne Cup in Australia o la "corsa più ricca del mondo" come è stato definito l'evento della Dubai World Cup, sono molto lontani da quella che oggi è la visione delle gare ippiche in Italia, spesso collegata ad una non coerente visione del ruolo degli ippodromi italiani oggi.

Gli ippodromi sono, infatti, un tassello fondamentale della filiera, da un lato si connettono alla sub-filiera agricola, alla sub-filiera dei produttori (alimentazione, sellerie, finimenti ecc.) e ad una molteplicità di attori (allevatori, fantini, proprietari ecc.), nonché al settore delle scommesse. Nello stesso tempo rappresentano poli multifunzionali, aree di aggregazione e coesione sociale che devono coinvolgere corse, eventi tecnici dell'ippica, sport, cultura, tempo libero e scommesse. E', quindi, evidente che la rinascita della filiera ippica passa attraverso differenti dimensioni in grado di porre in sinergia le risorse chiave: gli operatori del settore, gli appassionati, gli scommettitori, i proprietari amatoriali. Le gare devono risvegliare la passione degli spettatori che, godendo dello spettacolo, scommettono, generando un circolo virtuoso.

Gli operatori del settore avvertono in modo chiaro ed evidente l'esigenza di una ristrutturazione completa del sistema scommesse e delle corse dei cavalli che venga trainata da un sistema di attori pubblico-privati in grado di proporre soluzioni più concrete sia per quanto



riguarda la ripartizione del ricavo scommesse tra i vari soggetti interessati, che per i sistemi di gestione di questo mondo e quindi le concessioni per l'esercizio delle scommesse.

Da un punto di vista squisitamente manageriale, occorre che le imprese e gli operatori adottino strumenti e modelli operativi di business che consentano di recuperare sufficientemente la credibilità e l'appeal agonistico del prodotto ippico oltre a ristorare l'immagine, la reputazione e la credibilità come operatore economico nei confronti dell'opinione pubblica e delle grandi agenzie di scommesse internazionali.

#### 1.4. Il Background Teorico e base scientifica di partenza

Alla luce della complessa e sedimentaria fase di riconversione tecnologica e competitiva, il settore dell'ippica può identificarsi come un'agora industriale: un luogo di incontro tra settori, più specificamente le industrie culturali e creative, l'intrattenimento, il gioco, l'eduteinment, lo sport che convergono attorno ad una grande passione: quella per la disciplina e per un animale nobile come il cavallo, che nasce dal cuore.

In Italia, purtroppo però, spesso e volentieri, le corse dei cavalli vengono vista come un luogo di malaffare, di intrighi e di corse truccate, sia in Italia che negli ippodromi esteri. Quello che rattrista è che le politiche strategiche e di indirizzo di tutti i governi degli ultimi anni hanno un po' marginalizzato questo fantastico sport che non solo è da apprezzare come disciplina sportiva, ma è anche da apprezzare come grandissima filiera di posti di lavoro ed è su questo che vale la pena battersi. L'adozione di un approccio sistemico segna il crocevia teorico di riferimento al fine di comprendere come piccole modifiche in uno degli anelli della complessa catena si ripercuotano su tutte le altre.

L'evoluzione della complessità e del dinamismo negli attuali ambienti relazionali, alla luce dei recenti cambiamenti intervenuti in seguito alla pandemia Covid-19, hanno mutato le relazioni che la singola azienda mette in atto con i propri ambienti di riferimento, da una logica essenzialmente di tipo competitivo a logiche di tipo collaborativo.

In tal senso, il supporto delle tecnologie abilitanti e della digitalizzazione stanno progressivamente ed inesorabilmente rivedendo i modelli di business e le tradizionali strategie competitive delle imprese offline, al fine di una efficiente massimizzazione di tale valore.

Il tema della digital transformation ha assunto rilievo e diventa impattante soprattutto per le industry a basso profilo tecnologico che vedono rapidamente crescere iniziative di impresa molto innovative, che agiscono in particolare sulle interfacce tecnologiche ingaggiando i clienti, revisionando il modello di business ed integrando con servizi le value proposition.

L'ippica può considerarsi tra i settori che richiedono una forte accelerazione digitale richiedendo una visione strategica che sfrutti i vantaggi della tempestività e dell'innovazione delle regole del gioco consolidate nei meandri dei business digitali. Un processo di sviluppo della



strategia, dunque, meno analitico e più creativo, coerentemente con un contesto ambientale, turbolento e di difficile prevedibilità.

L'avvento del Covid-19, unito alla digital transformation, segna un passaggio evidente ed inesorabile nelle teorie e nei modelli manageriali applicati al settore dell'ippica, da sempre ancorati a logiche strategiche e di marketing, tradizionalmente legate alla sponsorizzazione del brand e del prodotto "cavallo".

Per anni, prevalente nella letteratura è stato il prestigio del mainstream economico-finanziario e fiscale che, allineato alla visione dominante, faceva sì che gli investitori e gli imprenditori raramente erano informati dell'approccio orientato all'innovazione digitale.

In effetti, quasi del tutto assenti sono filoni in letteratura che sono in grado di pronosticare l'arrivo e la forza d'urto dell'attuale crisi pandemica o di predire gli effetti di questo tipo di eventi presunti rari o inattesi, ma in genere catastrofici.

Di fronte all'apparente maggiore frequenza delle emergenze e di eventi eccezionali, è possibile immaginare che l'investimento tecnologico può rappresentare un utile rimedio per rifuggire il più possibile una "price war", avviando processi di espansione della gamma di prodotti ed il miglioramento dei servizi offerti.

In tal senso, la tecnologia diventa una necessità, un investimento di qualità per rilanciare un comparto, quello dell'ippica, che negli anni d'oro in Italia contava 50 mila occupati e che, oggi, patisce una serie di problematiche, soprattutto a causa della poca sensibilità delle istituzioni.

La ripresa del settore ippico è, dunque, una grande sfida che si gioca su alcuni topic fondamentali.

Nello specifico, si tratta di:

1. individuare modalità tecnologiche e comunicative innovative per valorizzare la filiera perché possa acquisire nuovo appeal,
2. rimodernare l'immagine dell'ippica come sport attraverso forme comunicative innovative che ne diffondano la cultura tra le nuove generazioni,
3. recuperare la centralità dell'ippodromo come incubatore di eventi collaterali e incoming turistico,
4. rinnovare e valorizzare il legame simbiotico tra corsa e scommessa,
5. stimolare la creazione di network orientati alla generazione di relazioni stabili volte alla generazione di sostenibilità e rilancio della competitività a livello nazionale ed internazionale.

## 1.5. Obiettivi, ipotesi e metodologia del progetto di ricerca

Il progetto prevede una metodologia di ricerca di tipo qualitativa, al fine di individuare ed esaltare – seguendo una logica di student-engagement – quali sono le variabili salienti che fattorizzano le preferenze/attese dei consumatori del settore ippico.

L'iniziativa si sviluppa nelle seguenti fasi:



## PROGETTO DI RICERCA PER IL RILANCIO DELL'IPPICA ITALIANA

1. i docenti referenti di sede avvieranno la ricerca on desk in modo da poter coordinare i gruppi di lavoro degli studenti e predisporre poi il report di sede;
2. in ciascuna delle sedi universitarie coinvolte verranno organizzate presentazioni formali, per dare agli studenti la possibilità di discuterlo con un tutor nominato dal docente responsabile del corso;
3. il gruppo di studenti (max 5, di cui uno dovrà essere indicato come referente) elabora un progetto (file word con lunghezza massima 20 pagine e ppt per la presentazione ufficiale) e lo invia alla Segreteria Organizzativa nei modi e nei tempi stabiliti dal Regolamento;
4. la Giuria, composta da professori universitari e manager del settore, valuta tutti gli elaborati pervenuti, stila una prima classifica dei progetti e individua i primi tre gruppi;
5. durante la cerimonia di premiazione i finalisti esporranno pubblicamente il progetto per consentire alla Giuria di valutare appieno le loro capacità e designare i vincitori.

Le informazioni saranno disponibili sul website [www.ippicaitalia.it](http://www.ippicaitalia.it) che si utilizzerà anche per condividere tutto il materiale utile (bibliografia, dati di settore, interviste e documenti vari) per gli elaborati.

L'obiettivo principale del progetto di ricerca è duplice: da un lato fornire alla governance del sistema ippico e, in particolare delle corse dei cavalli, elementi di conoscenza e progettualità utili a contribuire alla ripresa e rinascita del settore; dall'altro ci si prefigge di colmare il gap di conoscenza nella letteratura manageriale. Tutto ciò avverrà attraverso un approccio metodologico di tipo induttivo, che vuole sviluppare analisi on-field e co-partecipate di tipo bottom-up, coinvolgendo le aule di studenti di corsi di studio triennali e magistrali (o master universitari), con orientamento prevalente nelle discipline economico-manageriali afferenti al settore scientifico disciplinare di Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08). Ciò al fine di sviluppare – anche attraverso business game activities – le implicazioni manageriali di sfruttamento delle risorse digitali e strategiche legate ai modelli di business, al fine di migliorare la competitività delle imprese operanti lungo la filiera Ippica ed agevolare azioni pratiche di conversione anche in ottica di valorizzazione della digital transformation. In sintesi, il progetto tenta di rispondere alla seguente domanda di ricerca (RQ): *in che modo la rivoluzione digitale in atto può impattare positivamente ed agevolare la ripresa competitiva della filiera Ippica?*

Partecipare sarà per tutti sicuramente una prima esperienza di problem solving: si tratterà di vestire i panni di un vero team di lavoro chiamato a risolvere un reale problema.

Potrà essere sicuramente una voce importante in curriculum e darà, inoltre, la possibilità di vincere un premio.

La giuria assegnerà –con suo insindacabile giudizio- 10 premi nel modo seguente:





## PROGETTO DI RICERCA PER IL RILANCIO DELL'IPPICA ITALIANA

- assegnerà al progetto più completo e rispondente alle finalità della ricerca un Best Award di € 2.000, nonché la partecipazione ad una gara in uno degli ippodromi internazionali più importanti
- saranno poi premiati altri 9 progetti secondo lo schema che segue.

	<b>Profondità</b>	<b>Originalità</b>	<b>Innovatività</b>
	Progetti metodologicamente completi, accurati e con puntuale approccio di analisi.	Progetti che propongono idee creative, particolari capaci di trasferire emozioni.	Progetti caratterizzati da proposte tecnologicamente innovative e realizzabili.
1°	1.500 €	1.500 €	1.500 €
2°	1.000 €	1.000 €	1.000 €
3°	500 €	500 €	500 €

Tutti i partecipanti riceveranno un attestato di partecipazione e potranno accedere a selezioni per poter svolgere stage presso aziende o enti del settore.

### 1.6. L'Organizzazione delle attività

Il Progetto è stato idealmente scomposto in tre principali milestones, indistinguibili in:

1. Attività di Sviluppo della ricerca, affidate al Gruppo di ricerca scientifica, composto dai docenti referenti di sede, con compiti di sviluppare l'indagine, indirizzare e monitorare i gruppi composti dagli studenti;
2. Attività di Valorizzazione della ricerca, affidate al Comitato tecnico-scientifico per la valutazione dei progetti realizzati;
3. Attività di diffusione e comunicazione dei risultati della ricerca, affidate ai Responsabili Scientifici con il supporto dei responsabili Organizzativi del progetto

Sono identificabili n. 7 Obiettivi Realizzativi (OR), per una durata totale stimata di progetto di 10 mesi e una produzione dei primi risultati a 6 mesi in corrispondenza del quarto OR, che si realizza con la chiusura dei corsi universitari e prima discussione dei project works da parte degli studenti.

Si rende noto che, considerate le disposizioni Ministeriali attualmente in vigore in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da COVID-19 sull'intero territorio nazionale, e come da accordi intercorsi tra i responsabili scientifici ed il comitato di docenti coinvolti nel progetto, le attività saranno svolte in modalità blended, e secondo le disposizioni previste dai rispettivi regolamenti di Ateneo previsti per le varie strutture coinvolte.

In tal senso, lo sviluppo dei lavori e l'utilizzo dei findings come risultati preliminari del progetto di ricerca verranno svolte in sicurezza, con modalità prevalentemente a distanza. Lo sviluppo del progetto seguirà il metodo scientifico (i.e. presentazione del progetto, definizione delle ipotesi, metodologia, discussione, implicazioni).



## 1.7 Implicazioni e Risultati Scientifici Attesi

Il progetto implicherà attività di ricerca scientifica ed in parte partecipazione ad attività di ricerca applicata, in linea con i principi del trasferimento tecnologico.

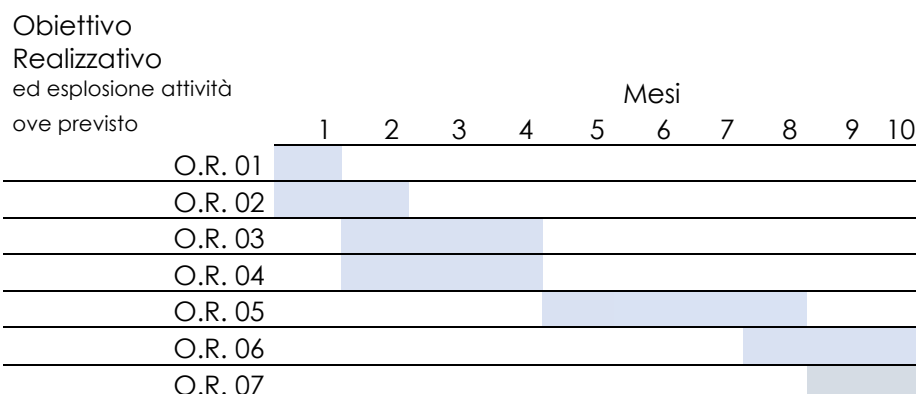
Nello specifico, alla prima fase prevista di introduzione allo studio, alla rassegna delle ipotesi e metodologia dell'esperimento e alla identificazione dei potenziali outcomes, si sviluppa quella applicativa.

L'attuazione del presente progetto consentirebbe da una parte il rafforzamento della letteratura manageriale attorno alle tematiche di marketing e di management, e dall'altra, il miglioramento dei processi di decision-making delle imprese, definendone il posizionamento competitivo sul mercato. In particolare, tale progetto permetterebbe di: 1) sviluppare una tassonomia delle principali caratteristiche strutturali delle aziende e del mercato di riferimento; 2) comprendere quali variabili rappresentano le determinanti di successo delle imprese; 3) utilizzare i risultati dei punti precedenti per individuare delle strategie di turnaround digitale o di valorizzazione delle innovazioni applicate ai modelli di business che ottimizzano le capacità competitive aziendali.

In tal senso, lo sviluppo del progetto di ricerca consentirebbe di avere gli elementi necessari per la formulazione di strategie di business differenziate che, migliorandone l'offerta, porteranno vantaggi, in termini di soddisfazione, sia ai consumatori dai quali provengono i dati, sia alle stesse imprese. In un contesto internazionale vi sarà un impatto significativo sia a livello teorico, con lo sviluppo di nuovi modelli di analisi dei dati, sia a livello pratico con la definizione di nuovi modelli di business (specifici per settore, Paese, ecc.).

## 1.8 Diagramma di Gantt degli OR e delle Attività Previste

Si rappresenta per ciascuna attività il diagramma di GANTT con indicazione dei deliverables e milestones previste.



**Legenda**  
T1 = Marzo 2022  
T10 = Dicembre 2022



## PROGETTO DI RICERCA PER IL RILANCIO DELL'IPPICA ITALIANA

Obiettivo  
realizzativo

O.R. 01	Presentazione del Progetto presso le varie Università
O.R. 02	Lancio del Contest all'interno dei vari Corsi coinvolti
O.R. 03	Kick-off della Challenge ed Inizio Lavori d'aula
O.R. 04	Consegna dei progetti previsti per la chiusura Corsi
O.R. 05	Assessment dei lavori da par
O.R. 06	Diffusione dei risultati della ricerca Cerimonia pubblica (online) di premiazione dei Casi maggiormente
O.R. 07	impattanti

### 1.9 Il Comitato Tecnico-Scientifico

La governance dei lavori e delle attività, oltre ai responsabili Scientifici ed allo staff organizzativo, prevede la costituzione di un Comitato di Valutazione tecnico scientifico per le valutazioni e valorizzazioni dei progetti sviluppati. Il Comitato sarà così composto:

- 3 prof. individuati dal gruppo di lavoro (composto da tutti i docenti);
- 2 rappresentanti del settore ippica individuati tra gli stakeholder ed i partner finanziatori del progetto.

### 1.10 Il Gruppo di Lavoro

I Responsabili Scientifici del Gruppo di Lavoro sono:

- Prof.ssa Monica Fait - Link Campus University
- Prof. Fabio Fiano - Link Campus University
- Dr. Valentina Cillo - Università Roma3
- 

I Responsabili Organizzativi del Gruppo di Lavoro sono:

- Dr. Federica Cavallo - Università del Salento
- Dr. Domitilla Magni - Università di Catania
- Dr. Rosa Palladino - Università Milano Bicocca

### 1.11 Contatti

Sito web: [www.ippicaitalia.it](http://www.ippicaitalia.it)

Indirizzo email: [info@ippicaitalia.it](mailto:info@ippicaitalia.it)



**PROGETTO DI RICERCA  
PER IL RILANCIO  
DELL'IPPICA ITALIANA**