Forbes
ITALIA

Torino, il football business fa squadra

2026-11-03 18:53:55 di Forbes.it

URL:https://redazione.forbes.it/2026/11/03/torino-il-football-business-fa-squadra/

Il calcio è sempre più un ecosistema in cui numeri, modelli e strategie giocano un ruolo fondamentale, tanto quanto ciò che accade in campo. Una realtà in continua evoluzione che quest'anno trova casa a **Torino: il 10 e 11 novembre, l'Allianz Stadium ospiterà SFS 26**, la nona edizione del **Social Football Summit**, presentata ufficialmente il 29 ottobre a Milano, presso la sede della Lega Calcio Serie A. Due giornate dedicate all'industria del calcio e dello sport business, in cui si incontrano i rappresentanti delle principali leghe, dei club, delle istituzioni e delle aziende, insieme ai protagonisti dell'innovazione sportiva. Alla conferenza stampa hanno partecipato **Luigi De Siervo**, amministratore delegato della **Lega Calcio Serie A**, **Paolo Rozera**, direttore generale di **Unicef Italia**, **Gianfilippo Valentini**, founder e ceo di **Sfs**, **Ivan Ortenzi** , direttore scientifico della manifestazione, e **Vincenzo Filetti**, direttore di **Sfs ExtraTime**. Il programma ruota attorno a cinque temi: **governance, innovazione, sostenibilità, nuovi modelli di ricavo e crescita internazionale del settore**. Più che una vetrina, un'agenda di lavoro per chi il calcio lo gestisce ogni giorno.

Il valore della reputazione

Nel dibattito sul futuro dello sport si inserisce anche un tema che pesa sempre di più: quanto vale, concretamente, l'immagine di un intero movimento. A porre la questione è **Eugenio Azzinnari**, founder di **Cogit Ai**, in relazione al nuovo report **Airi – Ai Reputation Index**, che misura il capitale reputazionale dello sport italiano, con un focus particolare sul calcio. Quanto vale davvero la reputazione dello sport? E soprattutto, quanto incide sulla capacità di generare ricchezza, attrarre investimenti, coinvolgere nuove generazioni e rappresentare l'Italia nel mondo? "Il nuovo report AIRI – AI Reputation Index si propone di misurare il capitale reputazionale dello sport italiano, analizzandone il valore attraverso dimensioni economiche, sociali, culturali e istituzionali", ci racconta Azzinnari. "Lo sport non è soltanto competizione e spettacolo. È un ecosistema che coinvolge milioni di persone, imprese, sponsor, federazioni, media, territori e istituzioni. La sua reputazione costituisce un patrimonio immateriale capace di influenzare consumi, investimenti, turismo, partecipazione e fiducia collettiva".

La Serie A gioca in casa

La **Lega Calcio Serie A** è **Global Partner** di Sfs 26, nell'ambito di una collaborazione ormai consolidata che rafforza il ruolo del Summit come piattaforma di confronto e di sviluppo di relazioni professionali. Accanto ai panel pubblici, la manifestazione ospiterà sessioni di lavoro e le **commissioni della Lega Calcio Serie A**, con i dirigenti dei club impegnati nelle aree Cfo e finanza, marketing e sponsorship, digital e corporate social responsibility (Csr). Non sarà l'unica lega a lavorare: anche la **Lega Serie B** organizzerà **incontri e sessioni riservate ai propri club**. Per **De Siervo** il Summit è il luogo in cui si costruisce ciò che verrà: "Il Social Football Summit è la manifestazione di riferimento in cui tutti i professionisti del mondo calcio mettono a sistema competenze, esperienze e visioni diverse, ma soprattutto per immaginare e costruire il futuro del business del nostro sport". E ancora: "È da questo confronto tra professionisti italiani e stranieri, dalla condivisione delle migliori pratiche e dalla capacità di trasformare le idee in progetti concreti che possiamo definire le strategie per rafforzare la competitività del nostro calcio e creare nuove opportunità di crescita per tutto il sistema sportivo italiano".

Oltre 250 voci a un solo tavolo

Sul palco di Torino salgono oltre **250 speaker**: dirigenti sportivi, rappresentanti delle istituzioni, ex calciatori e professionisti del business, con molti manager dei club italiani e figure del calcio internazionale. Tra i nomi già annunciati, **Javier Tebas**, presidente de **LaLiga**, **Romy Gai**, chief business officer della **Fifa**, **Michele Uva**, **Uefa** executive director for Euro 2032 Italy, **Paolo Bedin**, presidente della **Lega Serie B**, **Federica Cappelletti**, presidente della **Serie A Women**, lo stesso **De Siervo** ed **Ezio Simonelli**, presidente della **Lega Calcio Serie A**. Sul versante istituzionale ci saranno anche **Unicef Italia**, già presente alla conferenza stampa con **Paolo Rozera**, **Umberto Calcagno**, presidente dell'**Associazione Italiana Calciatori**, e **Fabrizio D'Ascenzo**, presidente dell'**Inail**. Non c'è solo il pallone. Il dibattito si apre ad altre discipline, dal basket alla pallavolo, dal tennis e padel al ciclismo e all'hockey, con **Angelo Binaghi**, presidente della Federazione Italiana Tennis e Padel (**Fitp**), **Cordiano Dagnoni**, presidente della Federazione Ciclistica Italiana (**Fci**), **Maurizio Gherardini**, presidente della Lega Basket Serie A (**Lba**), **Frank Leenders**, director general Fmms di **Fiba**, e **Massimo Protani**, presidente della **Lega Basket Femminile**. Dall'estero arrivano **Caroline Waldheim** della **Swedish Football Association**, **Angelica Lindeberg** della **Swedish Women's Hockey League** e **Pedro Malabia Sanchis** di **Liga F**. Al tavolo siedono i principali campionati del continente: **Premier League, Bundesliga, LaLiga, Primeira Liga portoghese e Ligue 1 francese**. Si parlerà di come i brand crescono all'estero, di come si differenziano le entrate, di stadi e infrastrutture, di accordi commerciali e di rapporto con i tifosi, mettendo a confronto modelli gestionali e strategie diverse. Biglietti e accrediti stampa per le giornate del 10 e 11 novembre sono disponibili sul sito.

Working group e Momentum

Gli incontri si svolgono su più stage e aree tematiche, accompagnati da **working group**, appuntamenti professionali e sessioni a porte chiuse. Gli argomenti spaziano dalla tenuta finanziaria all'intelligenza artificiale, dall'economia dei dati all'innovazione tecnologica, dalle infrastrutture al coinvolgimento dei tifosi fino all'espansione internazionale. Uno degli spazi centrali dell'evento è **Momentum: The Business of Women's Sport**, format sulla crescita economica, commerciale e culturale dello sport femminile, sviluppato con il contributo di **Elena Mirandola**, founder di **The Breakaway**. Tra le protagoniste, **Federica Cappelletti**, presidente della **Serie A Women**, **Angelica Lindeberg**, ceo della **Swedish Women's Hockey League**, **Caroline Waldheim**, head of sustainability & public affairs della **Swedish Football Association**, e **Alessandra Nencioni**, general manager de La Napoli Women.

Lo sport come responsabilità

La partnership con **Unicef Italia** punta sullo sport come strumento di inclusione, educazione e crescita delle comunità. Lo ribadisce **Paolo Rozera**, direttore generale di **Unicef Italia**: "Lo sport ha una straordinaria capacità di parlare ai giovani, costruire comunità e promuovere valori condivisi. La collaborazione con Social Football Summit offre un'occasione per ricordare che innovazione e crescita del settore devono procedere insieme alla responsabilità sociale. Investire nell'inclusione, nell'educazione e nelle opportunità per le nuove generazioni significa contribuire a un futuro più equo, dentro e fuori dal campo". L'evento gode del **patrocinio di Figc, Aic, Lega Calcio Serie A, Lega Serie B e Lega Pro**, secondo le rispettive adesioni ufficiali.

Startup e gala alla Reggia di Venaria

Torna **Sfs ExtraTime**, che mette in contatto startup, università, aziende, investitori e club. Il **10 novembre** la **Reggia di Venaria** ospita gli **Sfs Awards**: **15 premi** a club italiani e stranieri, svelati durante la cena di gala condotta da **Giusy Meloni**. In programma anche la Startup Competition, le assemblee di **Lega Serie A** e **Lega B** e diverse occasioni di networking. Così **Gianfilippo Valentini**, founder e ceo di **Sfs**: "La IX edizione del Social Football Summit segna un nuovo passo nella crescita e nell'internazionalizzazione dell'evento. […] Tutto questo grazie al contributo dei nostri sponsor e partner e alla solida collaborazione con Lega Serie A, elementi centrali di questa edizione. Confermiamo così la nostra ambizione: creare connessioni che

generino valore concreto, promuovendo innovazione, collaborazioni e nuove opportunità per l’intera Football Industry”.