

Progetto "Responsabilità Sociale nello Sport e attraverso Sport" **27/02 | Sala Giunta Coni | Tavola Rotonda | sintesi dei lavori**

Sono intervenuti: **Ruggero Alcanterini**, presidente Comitato Nazionale Fair Play; **Emanuele Basile**, CONI - Ufficio Strategia e Responsabilità Sociale; **Franco Campana**, patron del Meeting d'Estate e presidente Comitato Fair Play Campania; **Raffaele Centaro**, Centaro&Associati; **Ornella Cilona**, Commissione Responsabilità Sociale delle organizzazioni - UNI, Ente Italiano di Normazione; **Dundar Kesapli**, presidente Associazione Giornalisti del Mediterraneo; **Salvo Iavarone**, presidente Confassociazioni International; **Livio Lozzi**, direttore generale Nazionale Calcio Attori; **Filippo Mincione**, Sport Management Italia; **Maurizio Nicita**, giornalista Gazzetta dello Sport; Luca Pancalli, presidente Comitato Italiano Paralimpico; **Raffaella Papa**, presidente dell'associazione Spazio alla Responsabilità-CSRMed Forum; **Claudio Perazzini**, assessore sport e cultura IV Municipio di Roma; **Adele Pomponio**, direttore regionale vicario INAIL Campania; **Fabrizio Rocca**, giornalista RAI; **Alessandro Sansoni**, consigliere Ordine Nazionale dei Giornalisti; **Roberto Simon**, giornalista Associazione Stampa Estera; **Edoardo Siravo**, presidente Nazionale Calcio Attori; **Gennaro Testa**, docente di sociologia e antropologia dello sport - Università degli Studi di Firenze; **Dario Tozzi**, partner Labet - Laboratorio Etico d'Impresa

Pancalli: *"Oggi un primo grande obiettivo è stato raggiunto: si lancia un percorso che accende i riflettori su una strada alla quale noi come mondo dello sport attribuiamo particolare importanza".*

obiettivo della sessione ed approccio metodologico: strutturazione di un primo momento di confronto per stimolare il processo di contaminazione e condivisione dei modelli e degli strumenti della Responsabilità Sociale come declinazione concreta dei valori dello Sport e del Fair Play, coinvolgendo, nella logica multistakeholder, rappresentanti delle principali organizzazioni sportive di riferimento (CONI, CIP, CNIFP), esponenti del mondo accademico e delle imprese, delle istituzioni e della comunicazione al fine di gettare le premesse di un percorso comune di lavoro in base a priorità ed opportunità progressivamente condivise

cos'è la responsabilità sociale

- **delle Organizzazioni - pubbliche e private, profit e no profit:** modello di business orientato a conciliare la sostenibilità economica con quella sociale ed ambientale attraverso una gestione corretta e trasparente delle proprie attività che, valorizzando il capitale umano e tutelando quello ambientale, sia capace di creare un sistema di fiducia, credibilità ed affidabilità nella relazione con i suoi interlocutori e di generare valore per sé e per il territorio in cui insistono
- **Condivisa** come modello di sviluppo territoriale orientato a conciliare la sostenibilità economica con quella sociale ed ambientale che, nel coinvolgimento di tutti gli attori-nel loro diritto dovere di partecipare alle dinamiche di sviluppo locale- tenga conto dei loro interessi e renda conto della gestione delle risorse comuni in modo corretto e trasparente, al fine di trovare soluzioni condivise in grado di generare **valore diffuso**

Perché Responsabilità Sociale e Sport: identità valoriale

Fiducia e lealtà, correttezza e rispetto delle regole, tra i valori fondanti dello Sport, sono alla base anche del modello della **Responsabilità Sociale**; richiamarne e rafforzarne il senso di appartenenza per accelerare il processo di responsabilizzazione di tutti i suoi attori e di contaminazione del suo pubblico attraverso il linguaggio universale dello sport.

Lo **sport**, recuperando il proprio patrimonio valoriale - **espresso dalla Carta dei valori Olimpici, dal Codice di Etica Sportiva del Consiglio d'Europa, dalla Carta del Fair Play, etc, e secondo gli indirizzi in termini di Responsabilità Sociale dei principali organismi sportivi (CIO, CIFP, CONI, FIFA, UEFA etc)**, può e deve assumere un **ruolo programmatico e paradigmatico in tema di Responsabilità Sociale** per contribuire concretamente alla creazione e alla crescita di una **società inclusiva, sostenibile ed equa**.

Perché Responsabilità Sociale nello Sport: anche le organizzazioni sportive (le società, le associazioni, le federazioni etc) sono chiamate, al pari di tutte le altre organizzazioni del sistema socio-economico, a dare il loro **contributo per lo sviluppo sostenibile** adottando modelli organizzativi responsabili e trasparenti, con tutti i benefici diretti e indiretti che ne conseguono (ottimizzazione e massimizzazione risorse - crescita reputazionale - incremento attrattività verso investitori sui mercati locali ed internazionali - generazione di valore)

Perché Responsabilità Sociale attraverso lo Sport: per la sua capacità di parlare al "grande pubblico", senza distinzioni di età, provenienza, stato sociale, religione,...; **un canale privilegiato** per promuovere la cultura della Responsabilità e della Sostenibilità, con particolare riferimento ai giovani (esempio/ruolo paradigmatico/forza valoriale/**economia della fiducia**).

Prime buone prassi raccontate: adozione strumenti di rendicontazione extra finanziaria (bilancio sociale/ bilancio di sostenibilità) -il CONI tra le migliori prassi a livello internazionale; applicazione Linee Guida ISO 26000 - Federazione Italiana Pallavolo; Codice Etico, la Lega Pro detta le regole di comportamento per tutte le società aderenti; il Rating di Legalità, il Trapani Calcio ha ottenuto l'accreditamento nel 2015; con le Olimpiadi di Londra si diffonde la ISO 20121, la nuova certificazione per la sostenibilità degli eventi e delle location dove si svolgono; la collaborazione con le istituzioni per ricerca scientifica, Inail tra i protagonisti con il Centro di Budrio.

Principali criticità emerse: inosservanza delle regole, corruzione ed illegalità diffusa, debolezza dei modelli organizzativi adottati dalle imprese sportive soprattutto quelle meno strutturate, carenza di info-formazione degli addetti ai lavori compreso il comparto della comunicazione, scarso orientamento alla misurazione degli impatti di un progetto-di un'attività e dei suoi risultati rispetto alle risorse allocate ed alle aspettative degli interlocutori coinvolti.

Ma quante opportunità: dal concetto di “trasferibilità” dei valori sportivi nella vita quotidiana alla “vocazione filantropica” di molte organizzazioni sportive come motore di integrazione sociale; dallo **sport inteso come “filiera”** - capace di innescare comportamenti sostenibili all’interno del suo indotto, arrivando anche alle PMI - allo sport inteso come destinatario di iniziative di Responsabilità Sociale di quelle imprese che intendono restituire valore al territorio investendo in realtà dilettantistiche e strutture sportive; da fucina di iniziative per il sociale ad attore protagonista nei tavoli istituzionali per la definizione di politiche di sviluppo locale; dalle premialità ed incentivi per le imprese virtuose ai finanziamenti per l’innovazione dei modelli organizzativi; dalla capacità di penetrazione territoriale delle organizzazioni sportive alla necessità di una cabina di regia per il raccordo e coordinamento su priorità e metodologie; dal ruolo degli operatori della comunicazione come narratori della cronaca a nuovi ambasciatori di una cultura della responsabilità, dei suoi valori e dei suoi casi di successo.

Linee di indirizzo per sviluppo attività: avviare la costruzione di un **Repertorio di buone prassi** e di modelli positivi, che possano essere replicabili per i risultati ottenuti-misurati e gli impatti rendicontati, diffondendone obiettivi e strategie, linee operative e metodologie utilizzate al fine di accompagnare le organizzazioni, anche quelle meno strutturate, in percorsi di responsabilità sociale ottimizzando le risorse disponibili.

Alla luce di quanto emerso, Spazio alla Responsabilità, in collaborazione con il comitato promotore, propone il lancio di una **CALL di BUONE PRATICHE destinata alle organizzazioni sportive** per raccogliere progettualità realizzate secondo quattro assi tematici, al fine di agevolarne una prima razionalizzazione:

#TrasparenzaeLegalità: governance responsabile; modelli organizzativi per la prevenzione reati; bilancio sociale -di sostenibilità; rating di legalità;

#SostenibilitàeInnovazione: acquisti verdi, adozione di linee guida e certificazioni in ambito ambientale e sociale, sicurezza sui luoghi di lavoro oltre gli obblighi normativi;

#InclusioneeCoesioneSociale: attività formative, progetti di contrasto alla dispersione scolastica, progetti di sostegno alle fasce più deboli e/o in situazioni di disagio; periferie al centro;

#CondivisioneePartecipazione: procedure di ascolto e rilevazione istanze dei diversi interlocutori di riferimento; partnership profit e no profit- pubblico e privato; adesione a reti e comunità.

In tal senso, alla luce dei prossimi appuntamenti in programma, nelle tappe di Napoli con il Salone Mediterraneo della Responsabilità Sociale Condivisa (dal 15 al 17 giugno) e di Ischia con il 36° Meeting d’Estate – Incontri internazionali sui temi del calcio (dal 18 al 24 giugno),

si invitano le organizzazioni convenute alla definizione di un percorso comune che possa trovare in tali occasioni e con diverse declinazioni il momento di lancio dell’iniziativa congiunta o di presentazione di una **prima carrellata di buone prassi** attraverso la quale dare evidenza degli impegni delle diverse organizzazioni su questi temi e raccogliere dati ed informazioni utili alle finalità suddette.