



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SEARCH

SPORT EDUCATION FOR ACTIVE
AND RESPONSIBLE CITIZENSHIP
THROUGH HEALTH CARING



MODULO 4

L'indotto economico legato allo sport



SEGMENTO 9

Responsabilità Sociale d'Impresa

- Nel Libro Verde della Commissione **Europea**, edito nel 2001, la responsabilità sociale è definita come: «*L'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ambientali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate*»

Corporate Social Responsibility

- EC, 2001: integrazione imprese di preoccupazioni sociali e ambientali nelle operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate

Corporate Social Responsibility

- CSR (Corporate Social Responsibility) concetto sempre più caro alle imprese: la realizzazione di un profitto economico che generi profitto anche a livello sociale e ambientale.
- Impatto che l'impresa genera su molteplicità di pubblici: i collaboratori, i fornitori, gli azionisti, i clienti, la pubblica amministrazione, gli enti formativi, le associazioni di categoria, le associazioni del territorio, i media fino alle generazioni future.
- Le imprese che adottano questo approccio generano valore per tutta la comunità e ottengono notevoli vantaggi in termini di competitività, in quanto diminuiscono i rischi, aumentano la notorietà, sviluppano migliori relazioni coi loro collaboratori e con la loro clientela.

Corporate Social Responsibility

- Nuova visione dell'economia
- Profitto non solo economico, ma anche sociale e ambientale
- Impatto impresa su molteplicità pubblici
- Approccio su comunità > notevoli vantaggi

Corporate Social Responsibility

• Il caso Barcellona

https://www.researchgate.net/publication/332082576_Corporate_social_responsibility_in_FC_Barcelona_as_Carroll's_CSR_pyramid_in_practice

- Da sempre club attento a politiche sociali e categorie più svantaggiate: collaborazione con UNICEF
- «*Catalan pride*» & «*mès que un club*»: trasmettere storia, tradizioni e valori del territorio e connettersi alla comunità locale e globale

Corporate Social Responsibility

- Barcellona: «*Catalan pride*» e «*Mès que un club*»
- Storia, valori, tradizione club
- Connessione con comunità locale e globale

CSR/ Il caso Barcellona

- 36 academies in cinque continenti: impegno nello sviluppo e nella crescita di bambini e giovani atleti
- Più di 1500 bambini da 20 paesi diversi nella «*Escuela international*» già tra 6/12 anni
- Non è tra gli obiettivi, ma stakeholder si aspettano comportamenti etici
- Diffondere valori e specifiche condotte che saranno prese ad esempio: rispetto, sforzo, ambizione, teamwork e humilty

CSR/ Il caso Barcellona

- 36 Academies nel mondo
- 1500 bambini tra i 6 e i 12 anni
- Aspettativa di comportamenti etici
- Da esempio per tutti
- Rispetto, sforzo, ambizione, teamwork, humility

CSR/ Barcellona



CSR/ Il Caso Barcellona

- Sviluppare ogni relazione umana con diligenza, responsabilità e professionalità
- Combattere corruzione, scommesse sportive e spese non autorizzate
- Project Hope and Hospitals Project: durante il periodo natalizio visita, maglie firmate, autografi e budget a più di 1000 bambini ricoverati negli ospedali
- Inviti privati ad allenamenti o partite: gioia e sogni a bambini meno fortunati

CSR / Il caso Barcellona

- Ogni relazione: diligenza, responsabilità e professionalità
- Lotta a corruzione, scommesse, spese non autorizzate
- Visita e regali a bimbi meno fortunati in ospedale



CSR/ Il caso Barcellona

- Filantropia non per migliorare immagine, ma sforzarsi a contribuire a cambiamento sociale
- Unicef per 5 anni sulle maglie, rinunciando alla possibilità di ricche sponsorizzazioni
- Visibilità a progetto per nuovi contratti e donazioni
- Nuovo contratto: 2 mln all'anno per 10 anni, destinati a formazione e sport, ma anche diritti dei bambini e lotta all'AIDS



CSR/ Il caso Barcellona

- Cambiamento sociale
- Unicef: 5 anni senza ricche sponsorizzazioni
- Nuovi contratti e donazioni
- Formazione, sport, diritti dei bambini e AIDS

CSR/ Il caso Barcellona

- FootballNet dagli 8 ai 21 anni: eventi che spingano partecipanti a cooperare con organizzazioni locali
- Lotta ad esclusione sociale: come persone con disabilità possano diventare parte del programma e partecipino alle attività
- Oman, Arabia Saudita: dare a donne l'opportunità di allenarsi in certe condizioni
- Program per 4.000 bambini rifugiati e supporto a ospedali oncologici nella lotta contro il cancro

CSR/ Il caso Barcellona

- FootballNet: eventi e cooperazioni locali
- Persone con disabilità parte del programma
- Lotta a esclusione sociale
- Donne e rifugiati
- Lotta al cancro

CSR / Pallacanestro Crema

- La società sportiva promuove una campagna di sensibilizzazione contro la violenza sulle donne, attraverso la scelta del colore rosa sulle le maglie dei giocatori, a cui si aggiunge una donazione di 10 euro dei giocatori per ogni canestro segnato
- Sponsor accettano di non comparire sulle maglie
- Solo slogan «*no alla violenza sulle donne*»



CSR/ Pallacanestro Crema

- Canotte rosa, donazione 10 euro per ogni canestro segnato
- No sponsor sulle maglie
- *«No alla violenza sulle donne»*

Corporate Social Responsibility

- Teddy Bear Toss: iniziativa nata negli sport USA e diffusasi velocemente anche in Europa
- In una partita vicina al periodo natalizio, si invitano tutti i tifosi, specialmente i più giovani, a portare al palazzetto un peluche nuovo, che sarà lanciato sul parquet al momento del primo canestro su azione (o gol) della partita. Alla prima occasione utile, i giocatori consegneranno i peluche in ospedale, per regalare un sorriso, durante le feste, ai bambini meno fortunati.



Corporate Social Responsibility

- Teddy Bear Toss, in USA ed Europa
- Durante il periodo di Natale
- Lancio peluche a primo gol o canestro



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SEARCH

SPORT EDUCATION FOR ACTIVE
AND RESPONSIBLE CITIZENSHIP
THROUGH HEALTH CARING

