

LA RESPONSABILITA' SOCIALE DELLE ORGANIZZAZIONI SPORTIVE ITALIANE.

Condividere valori per creare valore.

Di Giovanni Esposito, 2012

Qual è il rapporto tra le organizzazioni sportive italiane e la responsabilità sociale? Quali sono gli strumenti più idonei per la sua gestione ed i vantaggi ad essa correlati? In che modo anche le istituzioni sportive (Coni, Federazioni, Enti di promozione sportiva, Discipline Associate, ecc.) possono sostenere le organizzazioni socialmente responsabili? Come promuovere le buone prassi di responsabilità sociale nello sport?

Questi sono alcuni degli interrogativi a cui vuol dare risposta il presente volume, che si propone di fornire una prima analisi dei presupposti e degli effetti della diffusione della responsabilità sociale nelle organizzazioni sportive italiane - sia professionistiche che dilettantistiche - prendendo spunto anche dalle esperienze e dalle ricerche in ambito internazionale.

Attraverso una puntuale disamina delle caratteristiche necessarie alle organizzazioni sportive che intendono operare in un regime di responsabilità sociale, il volume mostra quali siano le condizioni indispensabili per informare e soddisfare i propri stakeholder mediante un assetto che garantisca un alto livello di standard qualitativi. Non sono più in gioco solo gli aspetti tecnici e agonistici, ma anche la capacità di proporre un progetto che incorpori in sé determinati valori socialmente condivisi. La trasparenza, la credibilità e la reputazione diventano dunque requisiti imprescindibili per l'organizzazione sportiva che intenda distinguersi con una condotta socialmente responsabile, in grado di promuovere valori per creare un valore che tenga conto non solo della dimensione economica e di quella competitiva, ma anche della sempre più delicata dimensione etico/sociale/ambientale.