



CSR & SPORT

*„You must be the change you wish to see in the world.” --
Mahatma Gandhi*

Bałtycki Kongres Marketingu Sportowego

19-20/09/2013

dr Magdalena Popowska

Wydział Zarządzania i Ekonomii

Politechnika Gdańska

CSR $\neq$ FILANTROPIA?

Dzisiaj odpowiedzialność społeczna znacząco wykracza poza „filantropię” z przeszłości i oznacza wkład biznesu w zrównoważony rozwój oraz **proaktywne** rozwiązywanie problemów społecznych i środowiskowych.



SPORT I CSR



SPORT JAKO
NARZĘDZIE CSR



CSR JAKO
NARZĘDZIE
DLA SPORTU

FAKTY O SPORCIE I CSR

- Sport łączy ludzi ponad podziałami kulturowymi, społecznymi czy wyznaniowymi.
- Sport uznawany jest za bardziej „wpływowy” kanał niż sztuka, docierający i angażujący więcej ludzi z całego przekroju społecznego i spektrum demograficznego.



REAL OVIEDO

- 1926
- Segunda División B (III liga hiszpańska)
- S.O.S Real Oviedo (akcja Sida Lowe)
- Zbiórka publiczna, ok. 2 mln. EUR



FAKTY O SPORCIE I CSR

- CSR stało się bardzo ważne dla wielkiej rzeszy organizacji i pracujących w nich menedżerów, a integracja pomiędzy CSR i sportem wydaje się być „naturalna”.
- Sponsorzy zdają sobie sprawę jak ważnym jest wybór dyscypliny sportu w synergii z misją i wartościami organizacji, jak również z jej produktami i usługami.



SPORT W SŁUŻBIE CSR (Filizoz & Fisne, 2011)

- Popularność i globalny zasięg sportu może zapewnić sportowemu CSR wyjątkową dystrybucję medialną i siłę przekazu.
- Sport odwołuje się do młodzieży. Dzieci łatwiej zaangażować w projekt CSR, jeśli jest on związany z organizacją lub osobistością sportową.
- Sportowe CSR może być wykorzystywane do wywierania pozytywnego wpływu na kondycję zdrowotną poprzez programy i inicjatywy z zakresu aktywności fizycznej.

SPORT W SŁUŻBIE CSR (Filizoz & Fisne, 2011)

- Sportowe CSR jest oparte na uczestnictwie grupowym i dzięki temu wspiera interakcje społeczne.
- Sportowe CSR może prowadzić do porozumienia i integracji kulturowej.
- Niektóre dyscypliny sportowe mogą wzmacniać świadomość środowiskową.
- Udział w sportowym CSR może dostarczyć bezpośrednich korzyści.





Co ma wspólnego polio i sport?

- Fundació FC Barcelona and the Bill & Melinda Gates Foundation chcą wspólnie przeciwdziałać szerzeniu się choroby
- Gates i Guardiola ogłosili wspólne, 3-letnie partnerstwo w tej sprawie (2011).



Ponad 280 imprez sportowych czy promujących
właściwe żywienie w 115 krajach:

- Korea Południowa: Coca-Cola Health Camp
- Włochy: The Modavi Project
- Chiny: Balanced Diet-Active Living
- Meksyk i inne: Copa Coca-Cola TM
- USA: Triple Play
- Holandia: Mission Olympic

WYZWANIA DLA BIZNESU

- Organizacje muszą sprawić, aby ich działania CSR w dziedzinie sportu były postrzegane jako istotne dla działalności i prowadzone w sposób uczciwy.
- Wyzwaniem dla sponsorów łączących CSR ze sportem są badania i pomiary (zwrot z inwestycji).
- Programy CSR muszą być strategiczne i dobrze przemyślane.



KONKLUZJE DLA BIZNESU/SPORTU

- Podstawowe wartości wspólne dla całej organizacji i przekazywane poza jej cztery ściany.
- Zaufanie widzów. Transparentność w podejmowaniu decyzji, w postępowaniu dyscyplinarnym i w procedurach księgowych.
- Zaufanie potencjalnych sponsorów, zwłaszcza w tak wrażliwych tematach jak doping, hazard czy korupcja, lub nawet to, w jaki sposób traktują swoich „sportowych emerytów”.

KONKLUZJE DLA BIZNESU/SPORTU

- Korzyści dla społeczności, np. lokalnych klubów, to stamtąd przyjdą kiedyś przyszli gracze.
- Lepsza jakość życia, poprzez ukazanie korzyści dla zdrowia i dobrej kondycji.
- Podejście zrównoważone jako baza dla rozwoju zaangażowania w sport, jak również dla działalności proekologicznej i środowiskowej.



KONKLUZJE DLA BIZNESU/SPORTU

- Dobór najlepszych ludzi do pracy w oparciu o umiejętności i kwalifikacje.
- Różnorodność i równość w zakresie płci, rasy, niepełnosprawności i wieku.
- Promocja właściwych bohaterów/ bohatererek, jednej z grup interesariuszy w sporcie, jako wzór do naśladowania.



DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ