

Scriviamo dei nuovi capitoli sulle relazioni tra il mondo dello SPORT e quello dell'IMPRESA.

In entrambi devono essere riequilibrati alcuni aspetti fondanti:

- 1) Nel mondo dello sport va riequilibrata la relazione tra l'attività agonistica e la sua valenza sociale. Pur consapevoli del fatto che lo sport rappresenta un universo estremamente articolato (sport di squadra e sport individuali – professionismo e dilettantismo – discipline con un forte impatto mediatico ed altre meno), tutte le discipline sono accomunate da valori fortemente educativi, per questo lo sport va, a buon diritto, associato alla famiglia ed alla scuola come mezzo per la formazione delle nuove generazioni ed è auspicabile che ci sia un forte rilancio delle relazioni tra le associazioni sportive ed il mondo della scuola. E' auspicabile che si manifesti un virtuoso impegno comune tra le istituzioni, ministeri – CONI (gli ultimi dati ufficiali indicano 63.517 le Associazioni federate all'Ente, 4.703.000 i tesserati e 12.000.000 l persone che, a vario titolo, svolgono attività fisico/sportiva) – federazioni, per favorirlo.

- 2) Nel mondo dell'impresa va riequilibrato l'atteggiamento del mecenatismo con quello del MKT. Ho la sensazione che l'impegno economico profuso dalle imprese a sostegno dello sport sia ancora troppo legato alla sensibilità o passione dell'imprenditore e sia per contro poco valorizzato come strumento di MKT. Oggi è sempre più evidente come, nelle aziende, la promozione dei propri prodotti usi leve di comunicazione che non sono direttamente connesse con le loro qualità intrinseche (tematiche ambientali e riferimento al disagio sociale ne sono un esempio). Sarebbe quindi del tutto tempestivo esaltare, nella comunicazione, il proprio impegno a sostenere le attività sportive. Lo sport non ha nessuna possibilità di sopravvivere né tanto meno di svilupparsi sia agonisticamente che socialmente senza il contributo economico degli sponsor, è auspicabile, quindi, che anche il legislatore se ne renda conto e modifichi le norme fiscali in essere per promuoverlo.