

Titolo 6.2 Istruzione e Comunicazione

1. Definizione

L'istruzione e la comunicazione sono fondamentali per promuovere iniziative di sostenibilità ambientale all'interno delle organizzazioni sportive. Aumentando la consapevolezza, promuovendo l'impegno e facilitando la condivisione delle conoscenze, le strategie di istruzione e comunicazione svolgono un ruolo fondamentale nel guidare un cambiamento ambientale positivo e nel promuovere una cultura di sostenibilità all'interno del settore sportivo.

L'istruzione svolge un ruolo cruciale nell'aumentare la consapevolezza e la conoscenza tra il personale e gli stakeholder sui problemi ambientali, sui principi di sostenibilità e sull'importanza di agire. Fornendo informazioni, risorse e opportunità di formazione, le organizzazioni sportive possono dare potere agli individui all'interno della loro organizzazione per prendere decisioni informate e adottare pratiche sostenibili nelle loro operazioni e attività quotidiane.

Inoltre, una comunicazione efficace è fondamentale per coinvolgere gli stakeholder, promuovere la collaborazione e mobilitare il supporto per le iniziative di sostenibilità. Gli sforzi di comunicazione dovrebbero essere strategici, trasparenti e inclusivi, raggiungendo pubblici diversi attraverso canali e piattaforme differenti. Comunicando apertamente su obiettivi, progressi e sfide di sostenibilità, le organizzazioni sportive possono creare fiducia, ispirare sicurezza e coltivare un senso di scopo condiviso tra gli stakeholder.

In sostanza, istruzione e comunicazione comportano una serie di attività e strategie volte a promuovere la consapevolezza ambientale, la condivisione delle conoscenze, il cambiamento di comportamento e il coinvolgimento degli stakeholder. Ciò include l'organizzazione di sessioni di formazione, workshop e seminari su argomenti di sostenibilità, lo sviluppo di materiali e risorse didattiche, l'implementazione di campagne di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione, l'utilizzo di piattaforme digitali e social media per la diffusione e la promozione del dialogo e della collaborazione tra gli stakeholder.

Investendo in istruzione e comunicazione per la sostenibilità ambientale, le organizzazioni sportive possono creare una cultura di tutela ambientale, in cui i principi di sostenibilità sono integrati nei processi decisionali, nelle pratiche operative e nei valori organizzativi. In definitiva, istruzione e comunicazione fungono da catalizzatori per guidare un cambiamento ambientale positivo, promuovere la leadership della sostenibilità e promuovere gli obiettivi più ampi di conservazione ambientale e responsabilità sociale all'interno del settore sportivo.

2. Scenario ideale

L'organizzazione sportiva stabilisce un solido programma educativo e una strategia di comunicazione incentrata sulla sostenibilità ambientale. Questa strategia copre tutti gli stakeholder (personale, atleti, volontari e la comunità sportiva più ampia) assicurando obiettivi chiari, contenuti coinvolgenti e supporto continuo. Integrando questi sforzi nella cultura organizzativa, l'organismo di governo promuove un

profondo impegno per la tutela ambientale, ispirando un cambiamento positivo sia a livello locale che globale.

Viene sviluppata e lanciata una campagna mirata, caratterizzata da messaggi e attività su misura, concepiti per entrare in sintonia con diversi gruppi di stakeholder, tra cui atleti, allenatori, amministratori e fan. Questo approccio garantisce che ogni gruppo riceva informazioni pertinenti che incoraggiano pratiche sostenibili. Per massimizzare l'impatto della campagna, l'organizzazione ne monitora costantemente l'efficacia, raccoglie feedback e affina le strategie in base alle necessità.

Gli eventi pubblici sono delle opportunità chiave per aumentare la consapevolezza ambientale. Volontari e partecipanti sono coinvolti attraverso sessioni di formazione interattive, workshop e sforzi di comunicazione in loco che sottolineano l'importanza della sostenibilità. L'organizzazione implementa anche strategie per riconoscere e premiare contributi eccezionali in categorie come pendolarismo ecologico, sport ecologico e impegno ecologico. Criteri trasparenti e revisioni regolari assicurano che questi premi incoraggino l'innovazione e l'impegno sostenuto verso gli obiettivi ambientali.

I risultati relativi alla sostenibilità ambientale sono ampiamente pubblicizzati, evidenziando sia i successi organizzativi che individuali. Ciò non solo migliora la reputazione dell'organizzazione, ma motiva anche altri all'interno della comunità ad adottare pratiche sostenibili. Le lezioni apprese da queste iniziative sono ampiamente condivise, ispirando ulteriori azioni e miglioramenti continui in tutto il settore.

La collaborazione è un pilastro dell'approccio dell'organizzazione alla sostenibilità. Grazie alla partnership con ONG, agenzie governative e associazioni di settore, l'organismo di governo dello sport rafforza ed espande le sue iniziative ambientali, assicurando un impatto più ampio. Queste partnership consentono all'organizzazione di amplificare i suoi sforzi, sostenere cambiamenti politici e contribuire agli obiettivi di sostenibilità globale.

3. Rischi

- Consapevolezza limitata da parte del personale, dei partecipanti e di altri portatori di interesse e, di conseguenza, proprietà e responsabilità limitate nel percorso di sostenibilità ambientale.
- Implementazione inefficace e incoerente delle iniziative di sostenibilità a causa della mancanza di comprensione.
- Occasioni perse per coinvolgere le parti interessate, promuovere la collaborazione e mobilitare il sostegno alle iniziative di sostenibilità.
- La mancata comunicazione degli sforzi per la sostenibilità in modo trasparente ed efficace può comportare danni alla reputazione, poiché le parti interessate potrebbero percepire l'organizzazione come indifferente o poco impegnata.
- Una comunicazione e una rendicontazione inadeguate possono comportare la mancata conformità alle normative ambientali, con conseguenti rischi legali e normativi, multe, sanzioni e danni alla reputazione dell'organizzazione.
- Perdita di credibilità presso le parti interessate, tra cui atleti, tifosi, sponsor, che si aspettano sempre più che le organizzazioni dimostrino un impegno verso la sostenibilità.

- Minaccia di greenwashing dovuta alla messa in dubbio della validità dello scopo e delle affermazioni.

4. Strumenti ed elementi chiave

| <i>Strumenti</i> | <i>Elementi chiave</i> |
|--|---|
| Corso di formazione | <ul style="list-style-type: none"> • Per il personale, gli atleti, gli allenatori, i volontari, i soci e tutti gli stakeholder. • Sviluppare materiali didattici, tra cui guide, manuali, kit di strumenti e risorse online per fornire alle parti interessate informazioni, suggerimenti e buone pratiche. • Sessioni di formazione, workshop, webinar. • Concentrarsi su principi, pratiche e iniziative: riduzione dei rifiuti, risparmio energetico, gestione delle risorse idriche, appalti sostenibili. |
| Campagna di sensibilizzazione | <ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare eventi pubblici per educare volontari e partecipanti attraverso corsi di formazione su pratiche sportive sostenibili, offrendo incentivi come l'uso dei trasporti pubblici. • Aggiornare regolarmente il pubblico interno ed esterno sulle iniziative sportive responsabili per migliorare la trasparenza, dare un esempio positivo e ispirare all'azione. • Aumentare la consapevolezza ambientale durante gli eventi pubblici attraverso corsi di formazione interattivi, workshop e iniziative di comunicazione in loco. |
| Certificati e premi | <ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere e premiare il personale per le azioni e le iniziative ambientalmente sostenibili, con criteri chiari e revisioni periodiche per incoraggiare l'innovazione. • Pubblicizzare e celebrare i risultati ottenuti in categorie quali spostamenti green, sport green e impegno green. |
| Iniziative di comunicazione e sensibilizzazione | <ul style="list-style-type: none"> • Avviare campagne di comunicazione per aumentare la consapevolezza, coinvolgere le parti interessate e promuovere la sostenibilità ambientale utilizzando piattaforme come social media, siti web e newsletter. • Dimostrare leadership impegnandosi pubblicamente a raggiungere obiettivi di sostenibilità e sostenendo politiche di supporto. • Definire obiettivi di comunicazione chiari, gruppi target e messaggi chiave allineati alla strategia di sostenibilità, utilizzando KPI per valutare l'efficacia e definire le aspettative. |

5. Esempi di buone pratiche

Esempio “Corso di formazione”

Organizzazione: Unione Internazionale di Biathlon (IBU)

Descrizione: IBU Sustainability Education: in collaborazione con esperti di sostenibilità e istruzione, l'IBU ha sviluppato un corso di Sustainability Education disponibile sulla piattaforma di e-learning dell'IBU Academy. Con 4 ore di contenuti, strutturati in tre moduli, il corso copre vari aspetti della sostenibilità. Gli studenti possono iniziare con le basi della sostenibilità e progredire fino a comprendere la rilevanza per le organizzazioni sportive e come contribuire positivamente. Rivolto alle organizzazioni di biathlon, il corso è dotato di una varietà di testi informativi e interattivi, immagini, grafici, video e podcast. Un test alla fine di ogni modulo serve a garantire la comprensione del contenuto.

Ulteriori informazioni:

<https://www.biathlonworld.com/news/ibu-launches-new-sustainability-education-course/3xZot1Xhhyhcj2uvmp130>

<https://www.biathlonworld.com/inside-ibu/development/ibu-academy-e-learning-platform>

Esempio “Rete”

Organizzazione: Surfista Fondazione Europa, Confédération Européenne de Volleyball e Associazione delle Città e delle Regioni per la gestione durevole delle risorse

Descrizione: Il progetto Green Sports Hub Europe è stato creato con l'obiettivo di creare un hub a livello UE per aiutare il settore sportivo a identificare le sue esigenze e le potenziali azioni per un futuro più verde e sostenibile. È concepito come un sistema di supporto per le organizzazioni per condividere conoscenze e best practice per facilitare l'apprendimento tra pari e contribuire allo sviluppo del settore. L'hub si intende come un Think and Do Tank per promuovere e implementare best practice concrete nello sport e/o attraverso lo sport per preservare due diritti umani fondamentali: il diritto al gioco e il diritto a un ambiente sano. L'hub fornisce uno strumento di autovalutazione per comprendere l'impatto di eventi e attività, un manuale con casi di studio, una serie di raccomandazioni per i decisori politici e una Carta europea per gli sport verdi. Le dimensioni considerate sono: gestione degli eventi, ambiente naturale, governance, gestione delle risorse, strutture, selezione dell'ospite/sede.

Ulteriori informazioni: [Green Sports Hub Europe - GreenSportsHub](#)

Esempio “Corso di formazione”

Organizzazione: Comitato Olimpico Spagnolo

Descrizione: Il corso Sport Go Green – Basic è un programma introduttivo progettato per sensibilizzare gli stakeholder sportivi e il pubblico in generale sulle esigenze di sostenibilità del settore sportivo. Supportato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea, il corso fornisce agli studenti una conoscenza fondamentale della relazione tra sostenibilità e sport, sottolineando come gli sport possano guidare un cambiamento ambientale positivo rendendo più ecologiche le loro attività. Sviluppato come parte del progetto "Green Footprint Lightening on sports Activities, Management, and Events" (Green FLAME), coordinato dal Comitato Olimpico Spagnolo, il corso mira a promuovere un ambiente sportivo più sostenibile. Copre concetti essenziali di sostenibilità ambientale, l'impatto degli sport sull'ambiente e

misure pratiche che le organizzazioni sportive possono implementare per ridurre tale impatto. Il corso è disponibile in due livelli: un corso introduttivo di base e un corso avanzato per studenti più esperti, offrendo una comprensione completa di come promuovere la sostenibilità nel settore sportivo.

Ulteriori informazioni: [Sport Go Green – Corso Base – SportAcademy](#)

6. Passi al livello successivo

| Al livello 2 ★★ "Emergente" | Al livello 3 ★★★ "In via di sviluppo" | Al livello 4 ★★★★ "Stabilito" | Al livello 5 ★★★★★ "Incorporato" |
|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Definire e segmentare il pubblico di riferimento per le iniziative di comunicazione e formazione. Valutare la consapevolezza e la comprensione della sostenibilità ambientale tra gli stakeholder diretti, compresi partecipanti e spettatori. Stabilire obiettivi, traguardi e tempi specifici per l'esecuzione della strategia educativa e di comunicazione. | <ul style="list-style-type: none"> Siate d'esempio impegnandovi pubblicamente a raggiungere obiettivi di sostenibilità e interagendo attivamente con i decisori politici. Avviare campagne di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione per aumentare la consapevolezza, coinvolgere le parti interessate e promuovere la sostenibilità ambientale attraverso diversi canali, tra cui social media, siti web, newsletter e comunicati stampa. Condividere regolarmente aggiornamenti sulle iniziative e sulle prestazioni sportive responsabili con un pubblico | <ul style="list-style-type: none"> Stringi partnership strategiche con organizzazioni ed esperti ambientali per aumentare la credibilità e la competenza della tua campagna. Amplia la tua portata educativa integrando una serie di attività, come workshop, webinar e materiali didattici, per incoraggiare le parti interessate a impegnarsi attivamente nella sostenibilità ambientale. Sfruttare gli eventi pubblici come opportunità per sensibilizzare e istruire sia i volontari sia i partecipanti sulla sostenibilità ambientale attraverso iniziative come corsi di formazione per | <ul style="list-style-type: none"> Sviluppare e lanciare una campagna mirata progettata per vari gruppi di stakeholder, tra cui atleti, allenatori, amministratori e fan. Assicurarsi che la campagna presenti messaggi e attività su misura per ogni gruppo. Monitorare costantemente l'impatto della campagna. Raccogliere feedback e perfezionare le strategie per migliorare l'efficacia. Implementare strategie per aumentare la consapevolezza ambientale dei volontari e dei partecipanti agli eventi pubblici. Ciò include l'organizzazione di sessioni di |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>interno ed esterno per migliorare la trasparenza, dare un esempio positivo, aumentare la consapevolezza e ispirare l'azione.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementare comunicazioni e indicazioni mirate nei momenti decisionali chiave, come lo smaltimento dei rifiuti, la stampa o la pianificazione dei trasporti, per fornire consigli immediati sulle scelte più sostenibili. • Sfruttare gli eventi pubblici per educare e sensibilizzare volontari e partecipanti, offrendo corsi di formazione sulle pratiche sportive sostenibili e fornendo incentivi per azioni sostenibili, come l'utilizzo dei trasporti pubblici. | <p>volontari e comunicazioni mirate in loco.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementare indicatori di progresso visivi, come l'uso di palline colorate per tenere traccia di ogni giorno in cui un dipendente si reca al lavoro in bicicletta e organizzare gare amichevoli tra i dipendenti per motivarli e sostenere comportamenti ecosostenibili. • Personalizzare le strategie di comunicazione in base al canale specifico e al pubblico di destinazione per garantire che i messaggi vengano trasmessi in modo efficace e compresi in modo chiaro. • Utilizza le tue piattaforme di comunicazione per condividere le iniziative e i risultati della tua organizzazione in materia di sostenibilità ambientale, riconoscendo al contempo le aree che necessitano di | <p>formazione interattive e workshop, nonché sforzi di comunicazione in loco.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stabilire premi e certificati per contributi eccezionali in categorie quali pendolarismo ecologico, sport ecologico e impegno ecologico. Utilizzare criteri trasparenti e condurre revisioni regolari per incoraggiare l'innovazione. • Diffondere i risultati e gli insegnamenti tratti dalle iniziative per ispirare ulteriori azioni e miglioramenti. • Utilizzare massicci sforzi pubblicitari per evidenziare i risultati conseguiti dall'organizzazione e dagli associati in materia di sostenibilità ambientale. • Sviluppare collaborazioni con ONG, agenzie governative e associazioni di settore per rafforzare e ampliare le |
|--|--|--|--|

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>potenziali miglioramenti.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valutare regolarmente il successo della campagna di comunicazione utilizzando indicatori chiave di prestazione predefiniti per garantirne l'efficacia. • Adattare e migliorare costantemente la campagna di comunicazione analizzando i dati raccolti e il feedback. • Riconosci pubblicamente le organizzazioni, i team e gli individui all'interno della tua organizzazione che dimostrano un impegno eccezionale nei confronti della sostenibilità ambientale. • Introdurre certificati o premi per riconoscere e premiare i membri dello staff che dimostrano comportamenti e iniziative sostenibili dal punto di vista ambientale. | <p>iniziative di sostenibilità ambientale.</p> |
|--|--|---|--|