

## **Gruppo: "IL COMITATO REGIONALE IDEALE - La UISP ER nel futuro tra nuove sfide e differenti approcci. Anticipare i cambiamenti".**

"cambiano i bisogni delle persone e delle associazioni; cambiano la società e i valori di riferimento. Come immagini che la tua UISP - regionale e territoriale - si possa collocare all'interno della società e del mondo sportivo? Di quali strumenti avrebbe bisogno?"

### **LE PREMESSE**

#### **CHI SIAMO, DA DOVE VENIAMO, DOVE VOGLIAMO ANDARE? SPUNTI PER UNA RIFLESSIONE COLLETTIVA**

Con la Riforma del Terzo Settore la UISP conferma la sua natura di associazione di promozione sociale e assume anche la veste di rete associativa. La Riforma cambia però in parte i vincoli della qualifica di associazione di promozione sociale ed è necessario valutare quali servizi il Comitato territoriale pensa di poter garantire alle affiliate e di quali supporti può necessitare da parte del regionale, in un'ottica sempre di unicità associativa. Alcune funzioni sono inoltre conferite alla rete nazionale e pertanto la definizione puntuale degli ambiti di intervento e la predisposizione dei relativi strumenti sarà necessariamente di esclusiva competenza del livello nazionale ma sarebbe opportuno partire dal territorio per presentare delle proposte.

Il contesto di riferimento è rappresentato pertanto dall'essere:

#### **a) ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE SOCIALE** in cui dobbiamo valutare

quali attività di interesse generale promuoviamo?

di quali valori ci sentiamo portatori?

quale coinvolgimento - quantitativo e qualitativo - dei volontari possiamo certificare?

sappiamo leggere i bisogni di una società in cambiamento? Di quali strumenti possiamo avvalerci per migliorare?

sappiamo lavorare in rete con le Pubbliche Amministrazioni, gli altri Enti senza scopo di lucro? Abbiamo delle esperienze positive da mettere a disposizione? Di quali strumenti possiamo avvalerci per migliorare?

quale impatto sociale producono le nostre attività?

#### **b) RETE ASSOCIATIVA** per cui siamo chiamati a svolgere, con riferimento alle affiliate, le attività di coordinamento, tutela, rappresentanza, promozione o supporto, monitoraggio dell'attività, eventualmente anche con riguardo al suo impatto sociale (in quanto rete nazionale), promozione e sviluppo delle attività di controllo, anche sotto forma di autocontrollo e di assistenza tecnica nei confronti degli enti associati (in quanto rete nazionale).

cosa sappiamo fare? con quali strumenti?

cosa vorremmo fare? Di cosa abbiamo bisogno per farlo?

#### **c) ENTE DI PROMOZIONE SPORTIVA.** La Riforma dell'ordinamento sportivo aprirà nuove sfide identitarie e nuove progettualità? In particolare:

sport e concorrenza: CONI e autorità garante del mercato e della concorrenza hanno stipulato un accordo di collaborazione per favorire un comportamento corretto nel mondo sportivo. Quali comportamenti distorti constatiamo nel mondo sportivo? (Vendere tessere o condividere identità? Coinvolgere nella qualificazione degli

operatori o vendere corsi? Limitare la possibilità degli atleti di tesserarsi in più Enti/Federazioni?) Come ci collochiamo all'interno del mondo sportivo? Con quali strumenti arginiamo fenomeni di concorrenza sleale?

esiste una domanda di sport fuori dall'esperienza dell'associazionismo: come e con quali strumenti intercettiamo i bisogni?

esiste una domanda di salute da parte dei sedentari: come e con quali strumenti portarli a praticare sport?

## **L'ESITO DEL CONFRONTO**

L'analisi delle prospettive future dell'UISP, partendo da nostro vissuto di territoriale e regionale, si muove attraverso i seguenti temi:

### **1) Chi siamo?**

- un'associazione portatrice di valori dotata di una organizzazione di persone e beni e quindi con una struttura aziendale. Non dobbiamo avere paura di qualificarci come azienda: possiamo garantire attraverso la sostenibilità economica anche interventi sperimentali di natura gratuita.

### **2) Chi vogliamo essere?**

Un soggetto che ha chiara la propria identità ma

1) cosa ci distingue rispetto agli altri? Quali sono i valori che vogliamo esprimere nelle nostre progettualità?

2) siamo ancora chiaramente identificabili o abbiamo necessità di comunicare meglio la nostra alterità?

3) quanto è importante per noi essere portatori di diritti e di buone pratiche? (es: progetto ALIAS, attenzione all'aspetto ambientale, educazione antirazzista);

4) rischiamo di avere punte eccezionali nella progettazione ma essere mediocri nell'attività ordinaria?

### **I possibili strumenti:**

- la comunicazione. Sarebbe opportuno chiarire la distinzione tra la comunicazione di UISP, Ente di promozione sportiva ed Ente di promozione sociale, rispetto alla comunicazione di una ASD (associazione senza scopo di lucro ente non commerciale) e quella di una SSD (impresa ente commerciale a cui è vietata la distribuzione di utile). Dove arriva la comunicazione e dove il marketing?

- la formazione (l'importanza delle UDB: SOLLECITAZIONE - perché se ne rivalutata l'importanza solo quando è diventata obbligatoria?),

- la sperimentazione di nuove modalità di promuovere sport (il multi sport e le discipline non riconosciute CONI);

### **3) Da ente di promozione ad associazione, da associazione a rete: quali necessità?**

1. fornire servizi alle affiliate: supportare le affiliate nella gestione della propria associazione (adempimenti contabili, fiscali, amministrativi: quale ruolo per la UISP rete associativa, quale coinvolgimento di Arsea?) e nei rapporti con i tesserati (il tesseramento on line, la semplificazione degli strumenti per rendicontare le attività): cosa siete disposti a garantire come territoriali?

2. acquisire servizi dal regionale quali:

a) sponsorizzazioni,

b) servizi tecnici per le manifestazioni,

c) innovazione negli strumenti tecnici,

d) progettazione con creazione del data base dei progetti,

e) consulenza,

f) mettere in rete bisogni/esperienze dei territoriali.

### **4) Su cosa dobbiamo migliorare?**

a) la comunicazione

- la comunicazione dal regionale al territoriale e dal territoriale al regionale
- la comunicazione sulla nostra identità valoriale (non limitarci a raccontare le singole iniziative ma promuovere campagne nazionali, anche attraverso prodotti replicabili su tutti i territori)
- la comunicazione con i nostri affiliati rispetto alle attività (proposta: coinvolgere nella comunicazione i tecnici che stanno sulle attività) ed ai servizi che forniamo

**b) l'occupazione degli spazi**

la gestione degli impianti sportivi è essenziale per lo svolgimento delle attività, per garantire alle affiliate l'accesso agli impianti, per comunicare attraverso lo spazio fisico la nostra identità;

**c) L'organizzazione territoriale:** ripensare in un'ottica di area vasta ? (fusione di comitati)

**d) la fidelizzazione delle affiliate e dei tesserati.** Quali strumenti? I servizi e la comunicazione sui servizi garantiti, il coinvolgimento nella coprogettazione e la valorizzazione delle esperienze, l'ascolto dei bisogni; il coinvolgimento dei tesserati (focus su istruttori delle affiliate)

**e) l'innovazione**

- attraverso la capacità di ascolto dei bisogni dei nostri soci (tesserati e affiliate) e attraverso l'ascolto ed il confronto con le affiliate
- UISP ACCADEMY attraverso la ricerca (centro studi) e attraverso la formazione come strumento per far veicolare e sperimentare l'innovazione
- il confronto SDA rispetto alle attività (es: quale aspetto qualifica il fitness UISP?)