



DICHIARAZIONI

Alessandra Marzari, Presidente Vero Volley: “Tutta l’attività di Vero Volley deve generare un impatto sociale. Abbiamo tre grandi aree su cui lavorare: la prima è la Serie A e l’Arena, la seconda riguarda le attività che portiamo avanti con benemerite associazioni, poi abbiamo una parte inerente a ciò che facciamo con tutti i nostri 1500 atleti e con gli altri 10mila del nostro network, circa 60 società sportive. Alcuni numeri raccontano la foto delle nuove generazioni in Italia: il 21% dei bambini in età scolare è in sovrappeso, circa il 9% ha già delle caratteristiche di obesità. Il 20% degli studenti dai 14 ai 19 anni ha usato sostanze illegali negli ultimi dodici mesi, il 33% fa uso abituale di tabacco. In questo contesto lo sport può impattare in maniera importante sulla vita dei minori riducendo i comportamenti a rischio. Stiamo studiando con la facoltà di Psicologia dell’Università Bicocca quanto lo sport abiliti alcune capacità cognitive e, da un primo report, emerge che può agire davvero in maniera positiva sullo sviluppo cognitivo dei bambini. Ritengo che sia veramente importante dare una dignità produttiva allo sport. Abbiamo ragionato sul fatto che non esisteva una filiera dello sport, nonostante gli attori, cioè coloro che collaborano alla creazione del prodotto sport, siano tantissimi. Ne abbiamo parlato con il professor Ruta, sono stata ascoltata dall’assessore di Regione Lombardia, Guidesi, e alla fine abbiamo presentato una manifestazione di interesse che è stata approvata. Quindi nasce la filiera dello sport di Regione Lombardia e ne sono molto contenta. Questo è il primissimo passo di un percorso complesso. Noi saremo capofila di questa stessa filiera e lavoreremo affinché sia di successo. Guardando alle prospettive internazionali, invece, dal bisogno delle grandi società di Serie A che partecipano ai Campionati Europei di avere una voce, è nata la WEVCA. Vero Volley è stata promotrice di questa associazione internazionale a cui si sono iscritti quasi tutti i grandi club europei. L’obiettivo è creare valore, ma tra i temi ci sono anche le relazioni con la Federazione europea e internazionale per migliorare campionati con calendari poco sostenibili”.

Gianpaolo Martire, Direttore Marketing Vero Volley: “Abbiamo presentato un progetto che lavora su 4 obiettivi: valore sociale, sostenibilità economica, innovazione e internazionalità, questi i nostri quattro pilastri della filiera dello sport. Nella pallavolo c’è un tasso di abbandono altissimo, che permette quindi di monetizzare poco: bisogna lavorare in modo esteso dalla fascia dai 20 anni in su per cercare di avere una sostenibilità. Gli obiettivi sono di far diventare il genitore un tifoso, di

ricercare sponsor tra i fan, di essere influenti tra istituzioni, media e addetti ai settori. Le azioni sono la filiera e la business community: partner affini al nostro universo valoriale, che ci aiutano nel nostro progetto sociale e ci stimolano a creare valore economico, oltre che appunto sociale”.

Martina Riva, Assessora allo Sport, Turismo e Politiche Giovanili del Comune di Milano: “Mi avete chiesto di parlare di grandi impianti e palestre di prossimità: per Milano questo significa, da una parte, ciò che ci lasceranno in eredità le Olimpiadi e, dall’altra, ciò che più rappresenta l’obiettivo di questa amministrazione, cioè garantire impianti per lo sport di base. La palestra di prossimità è un’idea potente: permette ai ragazzi di inciampare nello sport, anche a chi non ha strumenti o possibilità per conoscerne i benefici. Con la spinta di Milano Cortina, abbiamo costruito il bando Generazione Sport, che mette a disposizione voucher per chi non ha la possibilità di iscriversi a corsi sportivi, porta l’attività fisica nei parchi e nelle piazze e offre strumenti formativi agli allenatori, perché sappiano capire e motivare le nuove generazioni. Le Olimpiadi saranno un motore straordinario, ma la vera eredità sarà una città dove lo sport è davvero per tutti, ogni giorno”.

Filippo Giordano, Professore ordinario di Economia aziendale, Università LUMSA e SDA Bocconi: “Ringrazio la Presidente, Alessandra Marzari, per avermi permesso di essere in questo evento e soprattutto per avermi fatto conoscere la realtà del Consorzio Vero Volley. Il progetto culturale che Vero Volley porta avanti ci interroga sul rapporto tra la società, noi e lo sport, ci interroga sul rapporto tra impresa e sport, pubblica amministrazione e sport, un rapporto che necessariamente richiede un’evoluzione di pensiero. Il mio invito è quello di iniziare a cambiare passo. Dobbiamo convincere le imprese che si può fare valore economico anche con un’attenzione al sistema, ai valori e alla società. E dobbiamo convincere la pubblica amministrazione a far evolvere il suo pensiero, perché sport non è solo ricreazione, non è solo gestione di infrastrutture, ma è un investimento in educazione in salute, in capitale umano, in identità, in coesione sociale e soprattutto in inclusione”.

Ada Rosa Balzan, Fondatrice ARB S.B.p.A. ed esperta indipendente alle Nazioni Unite: “Le aziende, le organizzazioni e gli enti pubblici hanno fame di progetti sostenibili, ma hanno anche bisogno di coerenza, concretezza e trasparenza, per evitare di aderire a progetti che non hanno delle gambe realmente solide. Vero Volley ha fatto propri dei percorsi che non hanno sempre ottenuto la giusta visibilità, ma perché? Perché la

sostenibilità è nel loro DNA. Con la nostra azienda siamo andati da loro già due anni fa e abbiamo iniziato un percorso di sostenibilità. Il primo step che hanno compiuto è stato misurarsi, dichiarando di non voler focalizzarsi su tanti progetti, ma di attuare una sorta di "analisi del sangue". Si sono chiesti a che punto fossero, cercando di comprendere il valore che stavano generando. Vero Volley è stata la prima realtà dello sport italiano a fare un percorso di questo tipo e a volerlo comunicare, dicendo: "voglio capire realmente, con dei numeri e delle evidenze scientifiche, quali sono i miei parametri ESG". Qual è il mio impatto ambientale e sociale? Se la mia governance sta andando in questa direzione, come si contribuisce ai 17 obiettivi delle Nazioni Unite attraverso questi principi e questi valori? Ciò che è emerso dallo studio è che il loro punto di forza era proprio il sociale. L'analisi che abbiamo fatto non rappresentava un arrivo, ma per loro era veramente un punto di partenza, un modo per alzare ancora di più l'asticella. Vedere risultati di questo tipo, dove oltre ad abbracciare la sostenibilità un club vuole essere prima valutato, è del tutto positivo. Vedere una realtà come Vero Volley dire "mi metto in gioco", secondo me, è un esempio veramente incredibile di sostenibilità, di trasparenza, ma anche di coerenza nella gestione di un progetto".

Andrea Boaretto, Docente Politecnico di Milano e Fondatore

Personalive: "Da più di dieci anni, insieme alla Presidente Marzari, ho imparato a convivere, e a vivere, dentro a Vero Volley svolgendo il ruolo di Innovation Partner, immersendomi sin da subito nel settore giovanile del Consorzio. Partendo dal tema Politecnico, abbiamo visto come alcune aziende supportino il sistema sport di quest'ultimo, ognuna con motivi diversi; alcune lo fanno per una logica di sponsorship, per intercettare la community e vendere prodotti, ma la maggior parte collaborano - e supportano - il reparto sport del Politecnico per promuovere stili di vita sani e sostenibili, per incentivare i propri dipendenti a fare sport e scelgono dunque una community come l'università per veicolare questo messaggio. Un esempio simile lo si vede anche in Vero Volley: il Consorzio ha dato la possibilità a una realtà come Thermo Fisher - aiutata dalla vicinanza all'Arena di Monza - di far svolgere ai propri dipendenti degli allenamenti per partecipare a un torneo aziendale e per cercare di vincere alla Sponsor Cup. Quest'ultimo è un torneo, nato un po' per gioco da un'idea di Gianpaolo Martire, che negli ultimi tre anni è cresciuto del 70% in termini di partecipazione, diventando una competizione vera e propria. Vero Volley è un esempio di ecosistema ben strutturato che da sempre promuove prevenzione, educazione e sani stili di vita. Io partecipo

a questo ecosistema con la mia iniziativa "Empatia - Un giorno con il diabete", nata lo scorso anno con l'idea di far vivere a una persona "sana" una giornata nei panni di chi deve convivere con una patologia cronica. L'anno scorso il progetto si è concretizzato all'interno del contesto aziendale, con diverse realtà che hanno sposato questa iniziativa per attivare i propri dipendenti sul tema. Per me è stato naturale pensare di trasferire questo concetto anche nel contesto sportivo, in particolare con Vero Volley, non solo perché le squadre di Serie A si prestano come ambassador del progetto, ma anche, e soprattutto, per organizzare webinar ed eventi di sensibilizzazione che hanno già coinvolto oltre 60 persone tra collaboratori, dirigenti accompagnatori e genitori. Si terranno altri due eventi di questo tipo, aperti al pubblico e alle aziende, agli sponsor e ai fan; verranno raccolti dati per capire la percezione del tema, per dimostrare alle pubbliche amministrazioni come lo sport sia un veicolo di prevenzione. In questo caso Vero Volley rappresenta un ecosistema di comunicazione con un'ampia risonanza, con diversi punti di contatto che permettono di amplificare il messaggio a tutti i pubblici di riferimento. L'obiettivo è quello di portare il valore del settore giovanile di Vero Volley in tutti i contesti. Ritornando al discorso Politecnico, quest'ultimo non si limita ad analizzare le performance in ambito sportivo: negli ultimi anni le imprese hanno richiesto aiuto nel supporto all'innovazione dello sport for all, dove "for all" comprende tutti, dagli adulti alle persone con patologie croniche. In questo caso la tecnologia può essere utile per capire come attraverso la pallavolo ci può essere un nuovo concept di inclusione sociale che possa consentire il raggiungimento degli obiettivi di inclusione e prevenzione".