



Raport

Odpowiedzialność społeczna klubów Fortuny 1 Ligi *w sezonie 2020/2021*

Odpowiedzialność w czasach pandemii





Fundacja Institute for Sport Governance

Autorzy

dr Paweł Zembura, pz@govsport.eu

Piotr Popławski

dr Grzegorz Botwina

Jan Frelek

ISBN 978-83-964174-0-4

Skrót raportu

Raport przedstawia charakterystykę działań wpisujących się odpowiedzialność społeczną klubów Fortuny 1 Ligi w szczególnym okresie pandemii Covid-19.

W raporcie zebraliśmy informacje, co w odniesieniu do odpowiedzialności społecznej dzieje się w klubach, jaki jest zakres ich praktyk w obszarze odpowiedzialności i czym poszczególne kluby się wyróżniają.

W analizie kluby Fortuny w sezonie 2020/21 uzyskały średnią ocenę 16% w obszarze społeczeństwo, 3% w obszarze środowisko i 22% w obszarze rządzenie. W porównaniu do wcześniejszego sezonu 2019/20 zanotowały wyraźnie niższą ocenę w obszarze społeczeństwo i nieznacznie lepsze oceny w obszarze środowisko i rządzenie. W poszczególnych wymiarach odpowiedzialności można pozytywnie wyróżnić Chrobrego Głogów w odniesieniu do obszarów społeczeństwo oraz środowisko i Miedź Legnicę w odniesieniu do obszaru rządzenia.

Ograniczenia związane z pandemią znacznie wpłynęły na aktywność klubów Fortuny 1 Ligi w działaniach skierowanych do swoich społeczności, głównie kibiców i placówek edukacyjnych, przez których pryzmat zwykle w klubach rozumie się odpowiedzialność społeczną. Pandemia była też szansą, w której niektóre kluby proaktywnie angażowały się lub kreowały lokalne działania dobroczynne i charytatywne, związane z przeciwdziałaniem skutkom pandemii, a poprzez to budowały swoją liderskość w obszarze społecznym. Część klubów wydaje się być przygotowana do takiej roli, uwzględniając sieć podmiotów z którymi lokalnie kooperują i to, jaką mają medialność.

W klubach zwracano uwagę, że o ile pandemia sama w sobie nie rewiduje ich rozumienia odpowiedzialności społecznej, to już narzędzia i płaszczyzny, poprzez które klub się w nią angażuje mogą się zmieniać. Jako przykład przytoczono konieczność większej obecności i głębszego zaangażowania się w interakcje z kibicami na platformach społecznościowych. Odczuwane przyspieszenie digitalizacji zdaje się trendem, które może zwiększyć wpływ społeczny klubu sportowego w przyszłości.

W raporcie kolejno charakteryzujemy wyniki badania, ich interpretację, dobre praktyki klubów i rekomendacje względem ich działań.



0 metodologii

Kroki w analizie:

1

Analiza praktyk w obszarze odpowiedzialności społecznej klubów na bazie danych publikowanych przez klub, oceniana niezależnie przez dwóch badaczy na bazie wcześniej opracowanego narzędzia.

2

Przesłanie wstępnego kwestionariusza oceny przedstawicielowi klubu z prośbą o informację zwrotną i uzupełnienie zebranych wiadomości.

3

Wywiad z przedstawicielem klubu o odpowiedzialności społecznej organizacji.

4

Ewentualne poprawki ocen na podstawie informacji udzielonych przez przedstawiciela klubu.

W analizie wykorzystaliśmy narzędzie charakteryzujące odpowiedzialność społeczną klubów na którą składają się trzy obszary:



spółeczeństwo



środowisko



rządzenie

Każdy z obszarów został opisany przejawami odpowiedzialności społecznej, których jest razem 26. Każdy przejaw odpowiedzialności miał dodatkowo przyporządkowane od dwóch do dziesięciu dychotomicznych (tak/nie) pytań pełniących rolę wskaźników, z których pomocą można było go ocenić. Razem w narzędziu jest 127 wskaźników. W analizie wszystkie przejawy są równoważne, tak samo jak obszary. Podsumowując oceny klubów wyciągaliśmy średnie dotyczące poszczególnych przejawów odpowiedzialności, a następnie obszarów, na które się składały.

Wyniki

Tabela 1 Porównanie oceny odpowiedzialności społecznej w klubach Fortuny 1 Ligi w sezonach 2019/20, 2020/21

	społeczeństwo	środowisko	rządzenie	średnia
2019/2020	24%	2%	21%	15%
2020/2021	16%	3%	22%	14%

Tabela 2 Średnie wyniki analizy w obszarach odpowiedzialności społecznej

	społeczeństwo	środowisko	rządzenie	średnia
Chrobry Głogów	32%	13%	31%	25%
Miedź Legnica	20%	0%	53%	24%
GKS Bełchatów	25%	10%	37%	24%
Zagłębie Sosnowiec	21%	0%	35%	19%
Arka Gdynia	30%	0%	23%	17%
GKS Jastrzębie	22%	0%	29%	17%
Korona Kielce	12%	7%	27%	15%
Odra Opole	18%	0%	26%	15%
Widzew Łódź	17%	0%	24%	14%
Resovia Rzeszów	14%	10%	13%	12%
Sandecja Nowy Sącz	9%	0%	26%	12%
ŁKS Łódź	10%	5%	20%	12%
Bruk-Bet Termalica Nieciecza	21%	7%	7%	11%
Górnik Łęczna	8%	0%	16%	8%
GKS Tychy	11%	0%	12%	8%
Radomiak Radom	7%	0%	9%	5%
Stomil Olsztyn	8%	0%	6%	5%
Puszcza Niepołomice	3%	5%	2%	3%
Średnia ocena	16%	3%	22%	14%

Analiza zmian odpowiedzialności społecznej klubów sugeruje znacznie mniejsze zaangażowanie klubów w sezonie 2020/21 w obszarze społeczeństwa (16% względem 24% w sezonie 2019/20), a nieznacznie lepsze oceny w obszarze środowiska (3% do 2%) i rządu (22% do 21%). Gorszy średni wynik względem poprzedniego sezonu jest częściowo pochodną awansu do Ekstraklasy klubów z dobrymi ocenami w obszarze odpowiedzialności. Z drugiej strony zdecydowana większość klubów w sezonie 2020/21 ma wyraźnie niższe oceny w obszarze społeczeństwa, co wiąże się bezpośrednio z efektami pandemii.

W każdym z obszarów występują znaczne różnice ocen między klubami, które są najmniejsze w odniesieniu do obszaru środowiska. W obszarze społeczeństwa należy pozytywnie wyróżnić Chrobrego Głogów, Arkę Gdynia i GKS Bełchatów. W obszarze środowiska najlepsze oceny otrzymały Chrobry Głogów, GKS Bełchatów i Resovia Rzeszów. W obszarze rządu wyróżniającą ocenę uzyskała Miedź Legnica, jak również GKS Bełchatów i Zagłębie Sosnowiec.

Kluby w obszarze społeczeństwa najczęściej wykorzystują siłę oddziaływania organizacji w swoim otoczeniu m.in. wspierając działania lub programy samorządu terytorialnego oraz korzystają ze swojej marki do integracji społeczności lokalnej (np. w trakcie wydarzeń). Zakres tych działań w niektórych klubach, jak Widzew Łódź, jest bardzo duży – organizacja na stałe współpracuje z kilkoma organizacjami pozarządowymi promując ich idee i akcje na ich rzecz. Kluby dosyć często wspierają też sportowców w łączeniu kariery sportowej z edukacją, między innymi publikując informacje o formach lub mechanizmach pomocy w przypadku łączenia kariery zawodowej z edukacją wśród młodzieży objętej szkoleniem. Sporadyczne są natomiast działania klubów w kontekście promocji zdrowego otoczenia wydarzeń sportowych, np. zadbania o dostęp do zdrowego jedzenia w trakcie meczów. Organizacje, z pojedynczymi wyjątkami, nie podejmują się również zagadnienia równowagi płci.

W obszarze środowiska działania klubów są bardzo rzadkie. Pojedyncze organizacje wspierają w korzystaniu i promują alternatywne środki transportu na wydarzenia sportowe, to znaczy np. publikują informacje o tym, jak dotrzeć na wydarzenie sportowe bez samochodu. Nie znaleźliśmy informacji, by jakiś klub prowadził edukację dotyczącą ograniczania oddziaływania na środowisko.

W obszarze rządu najlepiej wypadła transparentność akademii działających przy klubach, obejmująca m.in. przedstawienie informacji o osobach odpowiedzialnych za zarządzanie akademią i procesem szkolenia, jak również udostępnianie regulaminu akademii, celu, wizji i misji. Same kluby znacznie rzadziej udostępniają swoją wizję rozwoju albo dokumenty strategiczne.

— *Wpływ pandemii na odpowiedzialność społeczną*

W opiniach części przedstawicieli klubów pandemia miała wpływ na zaangażowanie społeczne klubów, jak również myślenie o obszarze odpowiedzialności. Po pierwsze, ograniczone zostały najbardziej powszechne działania klubów wpisujące się w odpowiedzialność, to znaczy te w obszarze społecznym. Przykładem regulacji, o wpływie na ten obszar były wprowadzone zasady higieniczno-sanitarne, które ograniczały udział piłkarzy w jakiegokolwiek działalności społecznej. Jak podkreślono w GKS Jastrzębie istotne z perspektywy bezpieczeństwa odseparowanie piłkarzy od zewnętrznego środowiska ograniczało częste wcześniej wizyty w przedszkolach czy szkołach. Pandemia wpłynęła też na zakres i sposób powszechnych niegdyś działań charytatywnych.

Po drugie, pandemia wymagała od klubów koncentracji na nowych obowiązkach. Jednym z nich było zadbanie o przestrzeganie regulacji dotyczących udziału w wydarzeniu sportowym przez kibiców. W opinii przedstawiciela Radomiaka Radom pandemia zmieniła spojrzenie w klubie na bezpieczeństwo zdrowotne. I rzeczywiście – na kluby spadły istotne obowiązki w obszarze, w którym wcześniej nie działały. Nagle te działania zaczęły stanowić istotną część ich odpowiedzialności. Tymczasem przestrzeganie obostrzeń w trakcie dużych imprez z zasady jest zadaniem trudnym ze względu na ich skalę. Ta prozdrowotna rola klubu przenosiła się czasami na interakcje z kibicami – przykładowo zawodnicy Bruk-Bet Termalica Nieciecza apelowali w swoich filmach o tym, jak dbać o zdrowie.

Po trzecie, niepewność i zmieniające się uwarunkowania organizacji wydarzeń sportowych związane z pandemią wymagały od klubów nasilonych relacji z otoczeniem. Odnosiło się to do dialogu z kibicami, sponsorami (z których wielu znalazło się w trudnej sytuacji), czy samorządem terytorialnym. Wiele tej komunikacji można nazwać wymagającą, bo dotyczyły m.in. wycofywania się sponsorów, zmian w relacjach z klubem sugerowanych ze strony samorządu.

Pandemia wymogła też na klubach intensywniejsze zaangażowanie w relacje z kibicami poza bezpośrednim kontaktem. Przedstawiciel Widzewa Łódź podkreślił, że klub starał się dać kibicom inne możliwości kontaktu z klubem, kiedy byli pozbawieni możliwości przychodzenia na trybuny „staraliśmy się dać coś w zamian, jak najwięcej kontentu telewizyjnego, radiowego, informacji, tak żeby na co dzień, mimo tego że na stadion przyjść nie mogą, żeby wiedzieli że klub żyje funkcjonuje i jest z nimi cały czas w stałym kontakcie”. Można podsumować, że kluby wzmocniły swoją obecność w sieci, co wiąże się z potencjalnym naciskiem na ich transparentność czy ogólniejszą jakość komunikacji. Większa obecność w sieci to również większy zasięg klubów w mediach i ewentualny wpływ społeczny ich działań.

W pandemii kluby mogły też odgrywać rolę lokalnego lidera w niektórych działaniach wpisujących się w walkę z wirusem. Jest to pochodną dwóch cech:

- posiadania znacznej, silnie zorganizowanej grupy kibiców, którzy już wcześniej angażowali się w różnorodne działania (przede wszystkim charytatywne czy dobroczynne), które wspierał klub;
- łączenia współpracy ze znaczną grupą lokalnych interesariuszy (firm, organizacji pozarządowych czy jednostek samorządu terytorialnego), dla których klub jest naturalnym partnerem do działań z zakresu CSR, komunikacji czy marketingu.

Rezultatem tej roli było szybkie zaangażowanie się kilku klubów w działania mające na celu zbieranie produktów potrzebnych w walce z pandemią m.in. przez Koronę Kielce, Górnika Łęczną czy Widzewa Łódź. Te kluby poprzez swoje inicjatywy na rzecz organizacji i ludzi w pierwszej linii walki z pandemią często kontynuowały po prostu swoje działania przedpandemiczne.

W przekonaniu większości przedstawicieli klubów pandemia nie będzie miała szczególnie istotnego wpływu na sposób funkcjonowania klubu w przyszłości. Krótkoterminowo podkreślono jednak wpływ pandemii na sytuację finansową organizacji (przede wszystkim obniżone przychody z dnia meczowego i wycofanie się lokalnych sponsorów) oraz coraz istotniejszą rolę interaktywnej relacji z kibicami, które będą wymagały dalszych adaptacji organizacji.

W kontekście odpowiedzialności społecznej pandemia zdaje się silniej zbudować rolę tych organizacji, które już wcześniej zbudowały silne relacje z lokalnymi podmiotami i angażowały w swoje działania kibiców. Inicjatywy klubów pracujących blisko z kibicami były ujęciem energii, chęci działania wśród tych grup. Przedstawiciel Korony Kielce wspominał, że to kibice okazali się największym filarem klubu, np. dając klubowi elastyczność w zwrocie pieniędzy za niemożliwe do zrealizowania wejściówki.

Zauważono, że kluby mogą odgrywać istotną rolę w długoterminowym przeciwdziałaniu efektom pandemii. Przedstawiciel GKS Bełchatów zwrócił uwagę, że negatywne skutki pandemii wpisują się w misję klubów sportowych:

” *Straty, jakie pandemia poczyniła w obszarze zdrowia fizycznego i psychicznego młodych ludzi, będą wymagać większego wysiłku w ich aktywizacji i próby przywrócenia do równowagi sprzed pandemii.*

” *Pandemia spowodowała zahamowanie pewnych pozytywnych procesów i pogłębiła zachowania, które należy uznać za negatywne, czyli brak możliwości uprawiania sportu, brak interakcji z rówieśnikami, zrywanie więzi, zła dieta, przeniesienia aktywności w zdecydowanej większości do świata wirtualnego. W tej sytuacji klub winien promować pozytywne zachowania, do których należy wracać, pokazywać alternatywę.*

Powrót do „normalności”, rozumiany również jako powrót do relacji ze sponsorami, to również szansa na nowe spojrzenie na wartość z tego kontaktu, być może również z większym wykorzystaniem zaangażowania firm w odpowiedzialność poprzez sport. Przedstawiciel Widzewa wspominał, że pandemia umożliwiła klubowi uświadomienie sobie potrzeb jego partnerów i jednoczesnej niewydolności państwa odnośnie zaspokajania niektórych potrzeb społecznych.

Wreszcie trend przyspieszonej digitalizacji klubów, wymuszonej w pandemii, zwiększa z jednej strony ich szansę na wpływ społeczny, a z drugiej – jest wyzwaniem, bo w założeniu jest odpowiedzią na zmienione zachowania konsumenckie. Jak zwrócił uwagę przedstawiciel Radomiaka Radom pandemia przemodelowała interakcje z kibicami. Kibice przyzwyczajeni do zaangażowania się również wirtualnie w życie klubu, będą prawdopodobnie dalej więcej czasu i uwagi poświęcali na interakcje z organizacjami.

***Dobre** praktyki*



KLUB

Chrobry Głogów

OBSZAR

Społeczeństwo

PRAKTYKA

Trener osiedlowy

PRZEJAW

Organizacja promuje sport powszechny

Chrobry Głogów organizuje zadanie realizowane ze środków Gminy Miejskiej Głogów. W projekcie udział bierze grupa ośmiu trenerów, którzy na ośmiu boiskach prowadzą zajęcia sportowe, trzy razy w tygodniu po 2 godziny każde. Zajęcia przeznaczone są dla grupy dzieci i młodzieży, która może w nich uczestniczyć za darmo i bez wcześniejszych zapisów. Projekt realizowany jest od kwietnia do końca października. Warto zwrócić uwagę, że treningi nie ograniczają się tylko do zajęć z piłki nożnej. Trenerzy, którzy prowadzą zajęcia mają różne specjalizacje: koszykówka, siatkówka, lekka atletyka, czy ju-jitsu. Możliwość udziału w takich zajęciach jest szansą na aktywne spędzenie czasu i rozwój fizyczny dzieci z rodzin wykluczonych finansowo, które nie są w stanie opłacić składek członkowskich w klubach. Dodatkowo zajęcia te dają możliwość wszechstronnego rozwoju fizycznego poprzez zaznajamianie dzieci z różnymi sportami. Jest to ciekawy przykład zaangażowania w program promocji aktywności fizycznej, obrazujący potencjał klubu sportowego w tym obszarze.



KLUB

Chrobry Głogów

OBSZAR

Społeczeństwo

PRAKTYKA

Nasze Miasto - promocja atrakcji turystycznych miasta

PRZEJAW

Organizacja angażuje się w rozwój lokalny

Chrobry Głogów promuje poprzez swoją stronę internetową miasto. Ze strony głównej pod zakładką NASZE MIASTO odsyła do historii Głogowa oraz jego atrakcji turystycznych jak również linków ułatwiających zaplanowanie pobytu. Istotne zaangażowanie klubu w promocję miasta czy regionu, z którego wywodzi się organizacja nie jest częstą praktyką. Działanie może przyczynić się do większej promocji miasta wśród kibiców przyjezdnych, co może przełożyć się na jego wizerunek i wzrost przychodów lokalnych podmiotów i miasta z turystyki.

**KLUB**

Widzew Łódź

OBSZAR

Społeczeństwo

PRAKTYKA

Widzew i Fundacja Krwinka razem dla chorych dzieci

PRZEJAW

Organizacja wykorzystuje siłę oddziaływania klubu sportowego w swoim otoczeniu

Widzew Łódź wspiera działalność wielu organizacji zajmujących się pomocą osobom w trudnej sytuacji m.in. Fundacji JiM działając na rzecz dzieci z autyzmem czy Fundacji Kolorowy Świat, która pomaga dzieciom z dziecięcym porażeniem mózgowym. Jest około siedem, osiem fundacji z którymi klub współpracuje regularnie.

Jedną z takich organizacji jest Fundacja Krwinka, która wspiera dzieci z chorobami nowotworowymi. Widzew wspiera młodych pacjentów poprzez organizowanie zbiórek i promocję w swojej społeczności przekazywania 1% podatku dochodowego na fundację. Fundacja z przekazanych środków refunduje chorym dzieciom zakup leków, wspiera ich rodziny w trudnych warunkach bytowych, kupuje sprzęt medyczny do szpitali, organizuje turnusy rehabilitacyjne, udziela pomocy psychologicznej i organizuje wydarzenia na oddziałach onkologicznych. Oprócz tego klub promuje działania Fundacji, na przykład kampanię #Podzielięczasem zachęcającą do interakcji z jej podopiecznymi a jego wolontariusze są regularnie obecni na meczach Widzewa. W przeszłości gracze Widzewa i ŁKS przed derbami Łodzi wychodzili na rozgrzewkę w strojach Fundacji Krwinka.

**KLUB**

Zagłębie Sosnowiec

OBSZAR

Społeczeństwo

PRAKTYKA

Dołącz do nas! Promocja wolontariatu

PRZEJAW

Organizacja angażuje się w wolontariat

Organizacja zachęca kibiców klubu do zaangażowania się w pomoc innym i działania dobroczynne. Jednocześnie klub w zorganizowany sposób promuje wolontariat. Na stronie głównej w zakładce „kibice” można znaleźć zakładkę, w której są informacje kontaktowe osoby odpowiedzialnej za działania wolontariuszy. Umożliwia to szybki kontakt osobom zainteresowanym zaangażowaniem w wolontariat. Klub informuje też o bieżących działaniach wolontariuszy z ostatniego roku, co jednocześnie promuje wolontariat i ludzi, którzy w niego się angażują.

Ta formalizacja wolontariatu umożliwia wykorzystanie energii społeczności klubu w działaniach charytatywnych. Wolontariat pozwala na integrację społeczności lokalnej, angażując ją do wspólnej realizacji celów jak np. zbiórka pieniędzy dla medyków z Sosnowca (Zagłębie vs. Covid) czy na rzecz ratowania nagrobków bohaterów poległych w drugiej wojnie światowej oraz budowniczych miasta i regionu. Działania wolontariuszy pod znakiem Zagłębia Sosnowiec mogą budować markę klubu jako podmiotu zaangażowanego w lokalnej społeczności.

**KLUB**

GKS Bełchatów

OBSZAR

Społeczeństwo

PRAKTYKA

Cykl szkoleń z dietetykiem

PRZEJAW

Organizacja promuje zdrowie/ profilaktykę zdrowia/ zachowania prozdrowotne (inne niż sport powszechny czy aktywność fizyczna)

GKS Bełchatów w trosce o rozwój młodych adeptów futbolu realizowało cykl szkoleń z dietetykiem, w których uczestniczyli zawodnicy oraz rodzice lub opiekunowie dzieci i młodzieży objętych szkoleniem w akademii. Szkolenie składało się z ośmiu wykładów, na których tematami były m.in. zdrowe zasady żywienia, zapotrzebowanie kaloryczne młodych piłkarzy, zasady żywienia okotreningowego, rola makroskładników w kontekście regeneracji powysiłkowej, zalecana suplementacja czy nawodnienie. Szkolenie umożliwia edukację młodych zawodników oraz ich rodziców lub opiekunów odnośnie prawidłowego odżywiania. Traktuje ich też jako partnera w rozwoju zawodnika. Z perspektywy sportowej może przynieść długookresowe korzyści dla klubu m.in. optymalizując regenerację zawodników a poprzez to wpływając na zdolność do podejmowania wysiłku fizycznego na wysokim poziomie.

**KLUB**

GKS Bełchatów

PRAKTYKA

Bezpieczne dziecko z GKS Bełchatów - edukacja młodych kibiców

OBSZAR

Społeczeństwo

PRZEJAW

Organizacja promuje edukację

W ramach kampanii zainicjowanej przez prezesa GKS Bełchatów, na stadionie w Bełchatowie odbyły się warsztaty prowadzone przez Sztab Ratownictwa Medycznego, Policję oraz Straż Pożarną. Wydarzenie zostało zorganizowane z myślą o uczniach szkół podstawowych z Bełchatowa oraz powiatu (udział wzięło ponad siedmiuset uczniów). Uczniowie mogli obserwować i wziąć udział w pokazach, a poszczególne pokazy były poprzedzone nauką głośnego dopingiu. Po skończeniu warsztatów dzieci miały możliwość wejść na murawę boiska, gdzie z bliska przyglądały się motocyklom, wozom policyjnym oraz strażackim a także mogły porozmawiać z legendą klubu (obecnym dyrektorem sportowym klubu) i byłym reprezentantem Polski, Jackiem Krzynówkiem.

Podobne warsztaty pozwalają na edukację dzieci z zakresu bezpieczeństwa w atrakcyjnym środowisku oraz zaznajamiają je z pracą służb. Edukacja ta ma też na celu prewencje wydarzeń niebezpiecznych. Poprzez pokazy dzieci poznają konsekwencje różnego rodzaju niebezpieczeństw oraz dowiadują się jak reagować w przypadku ich wystąpienia.

Poprzez połączenie tematyki warsztatów z nauką dopingiu organizacja wychowuje sobie potencjalnych świadomych kibiców. Inną pochodną warsztatów może być bezpośrednia promocja akademii klubu wśród młodych adeptów piłki nożnej z regionu.

**KLUB**

Korona Kielce

PRAKTYKA

Bez was nie będzie nas - wsparcie działań stowarzyszenia kibiców

OBSZAR

Społeczeństwo

PRZEJAW

Organizacja wykorzystuje siłę oddziaływania klubu sportowego w swoim

Korona Kielce oraz jej piłkarze wsparli zbiórkę pieniędzy oraz produktów żywnościowych, które zostały przekazane ośrodkom zdrowia w regionie Kielc. Zbiórka była inicjatywą Stowarzyszenia Kibiców „Zjednoczona Korona”. Korona Kielce poprzez aktualności na swojej stronie głównej i media społecznościowe nagłaśniała akcję, by zyskała jak największe grono odbiorców. Współpraca na linii klub – kibice jest dobrą praktyką, która pozwala na zacieśnianie więzi oraz poszerzanie społeczności tworzącej klub. Osoby, które utożsamiają się z Koroną Kielce, otrzymują wsparcie przy realizacji swoich inicjatyw i ich szerszą rozpoznawalność.

**KLUB**

Korona Kielce

PRAKTYKA

Zaopatrzenie boiska w nowatorski system nawadniania. Wykorzystanie wody deszczowej do nawadniania i odwadniania boiska

OBSZAR

Środowisko

PRZEJAW

Organizacja ogranicza oddziaływanie na środowisko poprzez efektywne zarządzanie zasobami naturalnymi

Stadion należący do MOSiR Kielce, na którym Korona Kielce rozgrywa swoje mecze, jest zaopatrzony w nowatorski system nawodnienia i odwodnienia boiska, który pozwala zbierać deszczówkę.

W specyficznym kontekście klubu sportowego murawa z naturalną trawą wymaga ciągłej pielęgnacji, której istotnym elementem jest nawadnianie trawy. Czynność wymaga użycia znacznej ilości wody. Rozwiązania na stadionie Korony Kielce ograniczają zapotrzebowanie na wodę i równoważą jej zużycie poprzez wodę deszczową, co pozwala zahamować degradację środowiska naturalnego. Działanie jest jedną z rzadkich dobrych praktyk w obszarze środowisko.

**KLUB**

Resovia Rzeszów

PRAKTYKA

Informacje o alternatywnym transporcie na stadion

OBSZAR

Środowisko

PRZEJAW

Organizacja wspiera w korzystaniu i promuje alternatywne środki transportu na wydarzenia sportowe

Na stronie internetowej organizacja informuje o transporcie na mecz z wykorzystaniem komunikacji zbiorowej oraz przedstawia informacje o czasie dojścia na stadion piechotą z pobliskiego dworca.

**KLUB**

GKS Jastrzębie

PRAKTYKA

#NakręcamyTonyEmocji - organizacja poprzez recykling wspiera akcję charytatywną

OBSZAR

Środowisko

PRZEJAW

Organizacja ogranicza oddziaływanie na środowisko poprzez redukcję i segregację odpadów

GKS Jastrzębie zainstalowało przed wejściem na swój stadion wyróżniający się pojemnik przeznaczony na plastikowe nakrętki. Kosz jest w stanie pomieścić 150 kg nakrętek przekazywanych następnie do skupu. Pieniądze ze skupu są przeznaczone na akcje charytatywne mające wspomóc potrzebujące dzieci. Działanie łączy dwie praktyki: zadbanie o ochronę środowiska poprzez recykling oraz wsparcie dobroczynne osób potrzebujących. Ze względu na wielkość społeczności wokół klubu i liczbę osób uczestniczących w wydarzeniach sportowych, promocja i zaangażowanie w recykling jest istotne wśród klubów.

**KLUB**

GKS 1962 Jastrzębie

PRAKTYKA

Spisany system szkolenia w akademii

OBSZAR

Rządzenie

PRZEJAW

Akademia organizacji jest transparentna

GKS 1962 Jastrzębie publikuje dokument „System Szkolenia Dzieci i Młodzieży w Klubie KS GKS 1962 Jastrzębie S.A. - Akademia Piłkarska GKS Jastrzębie”. Charakteryzuje on filozofię szkolenia i organizację tego procesu, w tym - jego program. Materiał zawiera również opis działań z zakresu zwalczania dopingu w sporcie i spotkania dotyczące tematu hazardu w sporcie. Dokument porządkuje istotne kwestie z perspektywy szkolonego, ale również rodzica lub opiekuna, który wie, czego może się spodziewać po procesie szkolenia swojego dziecka.

Rola możliwie transparentnego, spisanego przedstawienia procesu szkolenia jest istotna uwzględniając skalę działalności akademii, która trenuje około 500 adeptów piłki nożnej. Akademia współpracuje też ze szkołą podstawową mistrzostwa sportowego, prowadząc proces szkoleniowo – dydaktyczny dla zawodników ze starszych klas. Podsumowując ma istotny wpływ na życie i rozwój młodych ludzi.

**KLUB**

Miedź Legnica

PRAKTYKA

Sprawozdanie z działalności zarządu

OBSZAR

Rządzenie

PRZEJAW

Organizacja jest transparentna

Miedź Legnica opublikowała na swojej stronie internetowej raport z działalności zarządu za 2020 rok. Dokument zawiera informacje o charakterystyce działalności organizacji oraz o umowach i zdarzeniach prawnych istotnych dla spółki. W dokumencie przedstawiono skład zarządu i organu nadzoru. Zawarto informacje o łącznym wynagrodzeniu członków zarządu. Narracyjnie scharakteryzowano czynniki wpływające w 2020 na funkcjonowanie spółki a także opisano wewnętrzne i zewnętrzne zmienne istotne dla rozwoju spółki. Dostęp do tych informacji podnosi transparentność organizacji.

Rekomendacje

1.

Dostępność informacji o odpowiedzialności społecznej czy zrównoważonym rozwoju klubu

Sugerujemy zadbanie o przejrzystą komunikację działań organizacji, które mieszczą się w obszarze odpowiedzialności społecznej czy zrównoważonego rozwoju. Wiele klubów angażuje się w partnerstwa wpisując się w odpowiedzialność społeczną, ale o nich nie informuje. Miejscem, w którym takie połączone informacje mogłyby się pojawiać jest specjalnie przygotowana podstrona, coroczny raport bądź sprawozdanie z działalności klubu.

2.

Rozwój dotychczasowych działań w obszarze sportu powszechnego, edukacji czy promocji zdrowia w kierunku programów

Znaczna część inicjatyw, które podejmują bądź których partnerami są kluby to działania incydentalne, dobroczynne i podejmowane pod wpływem nagłego, zewnętrznego impulsu. Większy wpływ społeczny będzie mieć zaangażowanie klubów w stałe programy, które rozumiemy jako inicjatywy długoterminowe, o zdefiniowanym celu, wskaźnikach sukcesu, narzędziach do osiągnięcia celu, partnerach itd. Takie programy mogłyby wpisać się na stałe w potrzeby lokalnej społeczności i efektywnie wykorzystywać potencjał społeczny klubów.

3.

Budowanie partnerstw w obszarze programów społecznych z samorządem terytorialnym i sponsorami, szczególnie wykorzystanie roli klubów w takich obszarach, jak profilaktyka zdrowia czy promocja aktywności fizycznej dzieci i młodzieży.

W pandemii część klubów odgrywała lokalnie istotną rolę w działaniach na rzecz osób i podmiotów zaangażowanych w przeciwdziałanie jej skutkom. Jak zwrócił uwagę jeden z przedstawicieli klubów – pandemia uświadomiła, jak wiele obszarów usług społecznych jest niewydolnych. Kluby mogą pełnić rolę lokalnych „węzłów” w adresowaniu niektórych problemów społecznych, w które angażuje się samorząd oraz organizacje drugiego i trzeciego sektora. Obszar profilaktyki zdrowia, ze szczególnym uwzględnieniem upowszechniania aktywności fizycznej, został znacznie dotknięty pandemią, a wpisuje się w ekspertyzę klubów. Wierzymy, że kluby mogą odgrywać istotną rolę w budowaniu lokalnych partnerstw adresujących to wyzwanie.

4.

Wstęp do myślenia o wpływie na środowisko

W klubach aktualnie funkcjonuje ograniczona świadomość i uwaga na wpływ organizacji na środowisko. Prostem i niewymagającym zaangażowania narzędziem w tym obszarze jest publikowanie informacji o możliwości dotarcia na wydarzenia sportowe z wykorzystaniem alternatywnych do samochodu osobowego środków transportu. Drugie działanie to przedstawienie na stronie internetowej rozwiązań zastosowanych na stadionie, umożliwiających ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko. Trzecie działanie to zainteresowanie się tematem zrównoważonego rozwoju w kontekście organizacji dużych wydarzeń sportowych.

5.

Podniesienie transparentności organizacji poprzez publikowanie większej ilości informacji o klubie

Kluby sporadycznie publikowały na swojej stronie internetowej sprawozdania finansowe i sprawozdania z pracy zarządu, które są interesujące dla interesariuszy organizacji. Sugerujemy również przedstawienie większej ilości informacji (np. doświadczenie, wykształcenie) o członkach organu zarządzającego klubem i organu nadzoru klubu. To ważny (i łatwy do zrealizowania) krok w celu podniesienia transparentności klubów, jednego z filarów dobrego rządzenia.

Opis metodologii

Istotne definicje

Poprzez **klub** rozumieliśmy spółkę, podmiot zajmujący się szkoleniem (jeśli była jasna relacja między organizacjami) i ewentualnie fundację przy klubie (ale nie stowarzyszenia kibiców). W przypadku klubu wielosekcyjnego staraliśmy się, gdzie było to możliwe, wyodrębnić sekcję piłki nożnej.

W analizie, szczególnie w odniesieniu do działań w obszarze społeczeństwo, wyróżnialiśmy inicjatywy, które charakteryzowaliśmy jako **programy**. Programy definiowaliśmy jako: celowe działania o długotrwałym charakterze (trwające przynajmniej rok lub zaplanowane na taki okres) nie okazjonalne, w których charakterystyce zdefiniowano przynajmniej trzy z następujących elementów: grupa docelowa; przyczyna prowadzenia programu; cel; charakterystyka działań wykorzystanych do osiągnięcia celu; wskaźniki charakteryzujące osiągnięcie celów programu; budżet działań; partnerzy instytucjonalni.

Analiza klubów

Dane z klubów Fortuny 1 Ligi za sezon 2020/2021 zbieraliśmy za okres od marca 2020 do czerwca 2021 włącznie. W poprzedniej edycji analizy uwzględniliśmy okres do marca 2020.

Każdy klub był oceniany niezależnie przez dwóch badaczy. Kluby miały okazję odpowiedzieć na pierwszą ocenę sugerując zmiany i podając źródła, na bazie których należy zmienić decyzję. Dodatkowo, każdy klub został zaproszony do wywiadu rozszerzającego zagadnienia zbierane za pomocą narzędzia.

Narzędzie badawcze

Odpowiedzialność społeczną klubów analizowaliśmy z wykorzystaniem specjalnie w tym celu opracowanego narzędzia. Zdefiniowaliśmy w nim konkretne przejawy społecznej odpowiedzialności w klubach sportowych - jest to zaktualizowana wersja opublikowanego wcześniej Indeksu Odpowiedzialności Społecznej Profesjonalnych Klubów Sportowych.

Narzędzie opiera się na specyficznych definicjach CSR w organizacjach sportowych (klubach i związkach) w celu scharakteryzowania przejawów odpowiedzialności społecznej i wykorzystaniu dobrych praktyk (przede wszystkim z dużych organizacji) w celu opracowania wskaźników. Wykorzystane wskaźniki dotyczą zarówno procesów, jak i mechanizmów w klubach. Należy uwzględnić, że w związku z oparciem się na dobrych praktykach niska ocena w analizie nie oznacza, że klub jest nieodpowiedzialny, a raczej – że zakres podejmowanych działań może nie być szeroki lub że klub mało komunikuje o swojej działalności.

Z wykorzystaniem narzędzia analizowaliśmy zakres i charakterystykę działań w obszarze odpowiedzialności społecznej klubów Fortuny 1 Ligi **w oparciu o treści publikowane przez kluby**. Formuła zbierania danych polegała na tym, że aby zaliczyć klubowi jakieś działanie, musiał on komunikować o nim pisemnie, w formie opublikowanych dokumentów albo treści na stronie internetowej czy w mediach społecznościowych. Organizacja, która uzyskała dobre wyniki w analizie, musiała być zatem otwarta w komunikacji swoich działań w obszarze CSR czy dobrego rządzenia.



Fundacja Institute for Sport Governance to organizacja założona w 2020 roku w Warszawie. Ma na celu promocję dobrego rządzenia i odpowiedzialności społecznej w sporcie. Jest zaangażowana i prowadzi programy w obszarze dobrego rządzenia w sporcie na poziomie europejskim m.in. dotyczące wdrażania kodeksów dobrego rządzenia, relacji zawodniczych czy wpływu społecznego sportu wyczynowego, finansowane w ramach programu Erasmus+ Large Collaborations. Jej partnerami w tych programach są m.in. Uniwersytet Sportowy w Kolonii, Uniwersytet w Utrechcie i Uniwersytet Vrije w Brukseli, ministerstwa odpowiedzialne za sport w Grecji, na Malcie i w Bułgarii, organizacje sportowe, jak Austriacki Związek Piłki Siatkowej i pozarządowe, jak Asser Center of Sport Law.

Projekt analiza odpowiedzialności społecznej klubów sportowych rozpoczął się w 2018. Kluby Fortuny 1 Ligi badaliśmy również w edycji 2019/2020.

www.govsport.eu



ISBN 978-83-964174-0-4



9 788396 417404

