

SINTESI del piano per la realizzazione di un

Istituto di Studi dell'Associazione di Cultura Sport e Tempo Libero ISACSI

per l'innovazione nelle metodologie dell'allenamento

1) Premessa.

Questo documento intende esporre gli obiettivi e le modalità di organizzazione di un progetto di Istituto di Studi della Associazione dei Centri Sportivi Italiani (ISACSI).

E' compito istituzionale dell'Associazione Centri Sportivi Italiani la promozione di attività motorie e sportive ad una platea sempre più ampia: tale scopo va perseguito in un quadro che diventa però ogni giorno più competitivo.

A fronte dell'aumento dei soggetti che si propongono di organizzare attività, la domanda del pubblico sta evolvendo, diventando più esigente e sofisticata e quindi ponendo in modo perentorio la questione del rinnovamento dei mezzi e dei metodi.

La ricerca e l'innovazione sono le vie più adatte a realizzare quella "specializzazione intelligente" che garantisce l'adeguamento del sistema associativo ACSI a specifici bisogni emergenti.

Ciò comporta l'adozione di programmi di trasformazione delle conoscenze in metodologie immediatamente applicative:

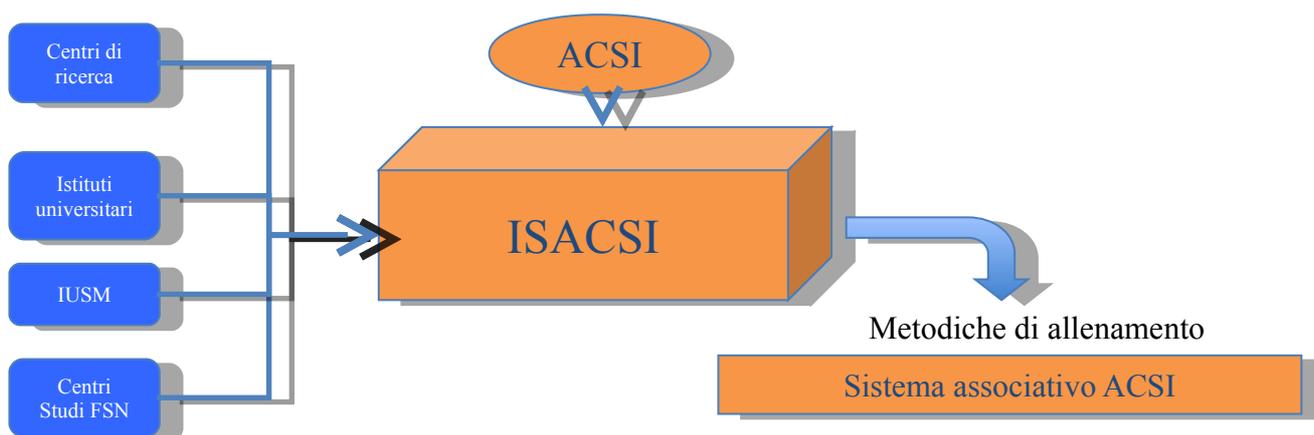
- a) per fornire adeguato sostegno alle associazioni;
- b) per indirizzare la politica degli investimenti su priorità, sfide ed esigenze di sviluppo basate sulla conoscenza;
- c) per valorizzare i vantaggi competitivi del sistema ACSI;
- d) per incoraggiare lo sviluppo di una cultura diffusa dell'innovazione e della sperimentazione.

La conoscenza si fa attiva se viene trasformata in competenza degli operatori: non a caso una definizione sinteticamente esplicativa di competenza è "conoscenza in azione".

Naturalmente la competenza dell'operatore sportivo è il risultato dell'interazione tra due grandi spazi: lo spazio della prassi, l'esperienza attiva dell'allenamento, e lo spazio culturale, con la formazione intesa come processo continuo.

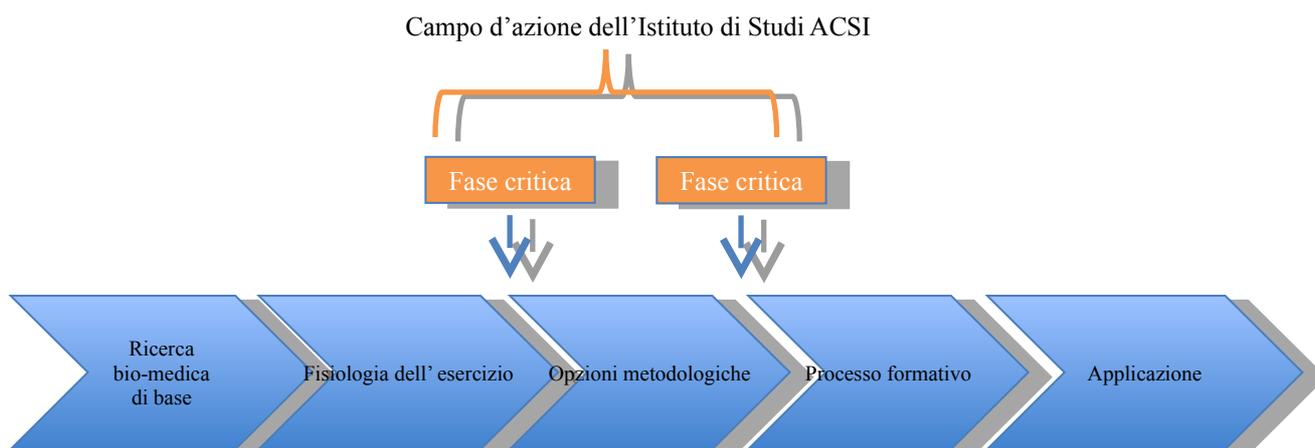
2) Struttura e funzioni dell'ISACSI.

L'Istituto (ISACSI) intende proporsi come snodo tra l'elaborazione scientifica più avanzata e le nuove metodologie di allenamento e physical training - ovvero la variazione di quelle già in atto - usando l'innovazione come strategia.



Si tratta di un'azione di mediazione tra patrimonio di conoscenza disponibile (poli scientifici in Italia e nel mondo) ed **i bisogni di crescita innovativa del sistema associativo ACSI**, con particolare attenzione all'attività delle associazioni di base ed ai segmenti emergenti della domanda sociale di attività motoria e sportiva.

Nelle cinque aree che caratterizzano la linea che unisce la ricerca scientifica al campo operativo, e quindi all'azione degli istruttori e degli allenatori, si individuano due fasi critiche:



La prima fase critica seleziona, in termini di opzione metodologica, le acquisizioni scientifiche che possono avere un impatto reale nell'adeguamento dei protocolli di allenamento e di quelli di physical training, passando dalla descrizione di processi generali (metabolismo energetico, modificazioni muscolari, adattamenti cardio-respiratori, adattamenti ormonali etc.) alla identificazione del rapporto tra processo e metodologia.

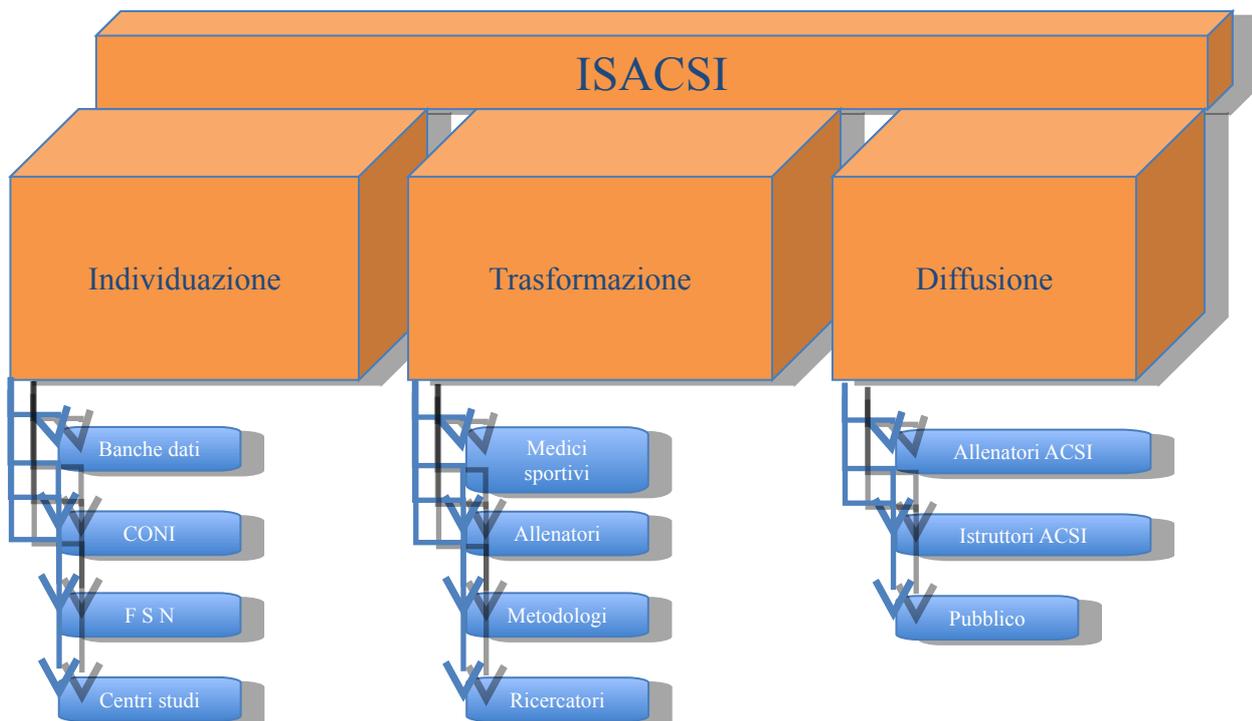
La seconda fase critica è quella che, una volta individuata l'opzione innovativa, la trasforma in protocolli, differenziandoli per campo di applicazione (fitness, singola disciplina sportiva, attività motoria degli anziani, educazione motoria, etc.) e alimentando così differenti canali di formazione degli operatori.

Il processo di elaborazione di nuove conoscenze scientifiche in metodologie operative può quindi essere sommariamente suddiviso in tre blocchi:

- a) una fase di **individuazione**, che consiste nella ricerca ad ampio spettro, nella individuazione e nella selezione di specifici risultati della ricerca scientifica che hanno valore per alcune predefinite metodiche di allenamento;

- b) una fase di **trasformazione**, che consiste nella stesura dei contenuti in mezzi e metodi applicabili nell'allenamento, tarati su specifici target di utenza o di disciplina sportiva o di situazione locale (ambienti di allenamento);
- c) una fase di **diffusione**, cioè di cessione agli operatori ACSI del risultato, sia per aumentare la cultura diffusa nell'organizzazione sia per aumentare la capacità delle associazioni di rispondere alla domanda.

Come si vede i tre blocchi restano autonomi ma fortemente connessi in secondo una logica sequenziale. Unica parziale eccezione è rappresentata dalle iniziative di formazione o di divulgazione scientifica che il blocco della formazione potrà assumere in modo indipendente dal lavoro degli altri due blocchi ISACSI.



3) Aree di ricerca prioritarie.

La selezione delle aree di ricerca che diventeranno oggetto prioritario dell'attività dell'ISACSI costituisce l'opzione più importante, sul piano strategico e per le evidenti ricadute operative.

Tale selezione può essere orientata in base ad alcuni criteri:

- a) l'interesse espresso da determinate aree disciplinari all'interno del sistema ACSI (alcuni sport sono maggiori consumatori di innovazione scientifica rispetto ad altri);
- b) le direttrici di sviluppo dell'attività degli affiliati ACSI (alcuni segmenti di domanda sono in sviluppo più rapido di altri);
- c) la sensibilità degli organi dello Stato verso determinate funzioni dello sport nella società (il problema dell'obesità infantile, salute e sport della terza età, l'aumento di patologie legate agli stili di vita, l'educazione motoria dei bambini, etc.);

- d) le promesse di specifici campi di ricerca scientifica verso le applicazioni in metodologia dell'allenamento e nelle applicazioni del physical training.

4) Il ruolo del management.

Alcuni caratteri specifici dei processi di diffusione di innovazione hanno bisogno di interventi che sono tipicamente di competenza del management:

- a) la possibilità di una innovazione di produrre effetti è strettamente dipendente dalla disposizione all'apprendimento dell'organizzazione in cui viene introdotta;
- b) l'applicazione di innovazioni richiede la convergenza ed il coinvolgimento di tutte le componenti di un'organizzazione e non solo di quelle specificamente tecniche;
- c) l'applicazione di innovazioni può produrre effetti di spill-over nella individuazione di nuovi segmenti di domanda, effetti che bisogna saper cogliere e sfruttare;
- d) l'innovazione più fertile si ha quando un processo di technological push (che è funzione dell'ISACSI) si combina con un corrispondente processo di interpretazione della domanda (demand pull), che non è questione di natura tecnica ma di natura strategica.

Parte dell'azione formativa dell'ISACSI può essere dunque orientata a migliorare le capacità del management delle associazioni di **gestire l'innovazione** ovvero la capacità di favorire la sensibilità dei tecnici all'evoluzione tecnica e di interpretare la domanda emergente da parte del pubblico.

L'innovazione appare quindi chiaramente come elemento chiave del marketing strategico, che appartiene alla sfera di competenza del management.