



# **Linee Guida**

*Sintesi in italiano*

# INTRODUZIONE

*Changing the chants* è un progetto europeo che ha come obiettivo quello di combattere l'antisemitismo nel calcio attraverso l'educazione non formale e il rafforzamento delle leggi esistenti in materia, con un focus sui comportamenti e gli atteggiamenti dei tifosi. Questo primo documento proposto è un insieme di linee guida espressamente dedicate alle società di calcio, ai loro tifosi e ai loro impiegati, dove partendo dagli studi sul fenomeno dell'antisemitismo nel calcio, si suggeriscono delle azioni pratiche per combatterlo. L'idea di coinvolgere l'universo calcistico, in tutte le sue componenti, per promuovere la sensibilizzazione sul tema dell'antisemitismo trova ragione da un lato dalla grande popolarità e spirito di appartenenza che l'ambiente richiama, dall'altra dai recenti e purtroppo sempre più frequenti episodi di antisemitismo a cui il calcio europeo si è trovato a dover far fronte negli ultimi anni.

Con la sua estensione globale, il ruolo del calcio negli ultimi decenni è passato dall'essere "solo calcio" a diventare un importante "attore sociale" fuori dal campo. Questa pubblicazione mira a suscitare interesse su questo importante argomento e vuole dimostrare come assumersi la responsabilità sociale sul tema sia un potente strumento per lo sviluppo di ogni organizzazione calcistica, incoraggiando le parti interessate a fare il primo passo con proprie iniziative o offrendo il loro supporto come partner di progetto, diventando così parte attiva del cambiamento.

I club di calcio possono offrire un'alternativa accogliendo identità inclusive e favorendo la coesione. Possono potenziare le minoranze minacciate e vulnerabili, nonché sensibilizzare i gruppi che sono stati difficili da coinvolgere o ampiamente trascurati dalla politica.

Per facilitare la stimolazione e la creazione di nuove idee è stato creato un secondo documento che racchiude esempi di buone pratiche registrate in diversi Paesi europei che già hanno affrontato il problema dell'antisemitismo nel calcio. Nel "Compendio di Buone Pratiche" pubblicate parallelamente a queste "Linee Guida", si può vedere come può essere vario, costruttivo e sfaccettato il lavoro contro l'antisemitismo. Gli esempi proposti possono rappresentare dei validi punti di partenza per lo sviluppo di nuove buone pratiche da parte di nuovi soggetti, che messe a sistema in una rete di contatti, relazioni e partenariati possono contribuire a creare un ambiente più consapevole e libero dal pregiudizio antisemita.

# SCENARIO

## Che cosa è l'antisemitismo?

Il progetto Changing the Chants (CtS - *“Cambiare i cori”*), ha deciso di adottare per il suo lavoro la definizione di antisemitismo proposta dall' International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA - *“Alleanza Internazionale per la Memoria dell'Olocausto”*).

La definizione recita: *“L'antisemitismo è una certa percezione degli ebrei, che può essere espressa come odio verso gli ebrei. Le manifestazioni retoriche e fisiche dell'antisemitismo sono dirette verso individui ebrei o non ebrei e/o loro proprietà, verso istituzioni comunitarie ebraiche e strutture religiose.”*

La scelta di adottare questa definizione non trova risposta nello scopo di fornire un'analisi accademica del fenomeno, né tantomeno nella volontà di aprire una discussione sulla sua completezza o limitatezza. La priorità per i promotori del progetto CtS era quella di stabilire un quadro di riferimento supportato da un forte consenso politico e sociale su ciò che costituisce e definisce il fenomeno di antisemitismo, nel calcio così come nella società in generale. L'IHRA, infatti, è un'organizzazione intergovernativa fondata nel 1998 che unisce i governi e gli esperti di 34 Paesi membri che si pone l'obiettivo di rafforzare, promuovere e divulgare l'educazione sull'Olocausto. Negli ultimi anni questa definizione è stata ripresa anche da diverse istituzioni e società calcistiche professionistiche che la adottano come punto di partenza nello sviluppo dei loro progetti di sensibilizzazione verso il tema.

## Come si manifesta l'antisemitismo in Europa?

L'antisemitismo non è un fenomeno uniforme, appare in molte forme e contesti diversi. In generale quando si analizza un problema spesso la prima domanda che ci si pone è *“Quanto è diffuso?”*; ma se ci chiediamo *“Quanto è diffuso l'antisemitismo?”* la risposta non è facile da trovare. Per misurare la presenza e la dimensione del fenomeno in Europa, si sono susseguite negli ultimi anni diverse ricerche portate avanti da diversi istituti che hanno utilizzato come indicatori i risultati statistici di indagini di opinione sul tema, il volume degli incidenti segnalati, la portata degli abusi antisemiti subiti da individui e comunità. Le ricerche sono state portate avanti in diverse zone geografiche. I dati raccolti mostrano una sensibile differenza tra diversi Stati, spesso anche se confinanti e lasciano dunque emergere come siano facilmente riscontrabili

tra i Paesi europei grandi differenze sugli atteggiamenti nei confronti del popolo ebraico.

Un'ulteriore difficoltà sulla mappatura generalizzata dell'antisemitismo è emersa dai risultati delle ricerche effettuate sul volume degli incidenti segnalati; tali risultati hanno messo in evidenza come gli Stati membri UE registrino gli incidenti antisemiti in base a parametri diversi e spesso con modalità che non consentono di raccogliere dati ufficiali. Questo aspetto, ovviamente, ha un grande effetto sulla comparabilità dei dati tra Paesi e, aggiunto alla non insolita esitazione delle vittime nel riferire incidenti alle autorità, contribuisce, secondo un rapporto del Fundamental Rights Agency (FRA), alla sotto stimazione della portata, della natura e delle caratteristiche del fenomeno.

Per quanto riguarda l'antisemitismo nel calcio, il contesto non cambia e si ripropone: molti Paesi o associazioni calcistiche nazionali non raccolgono dati o report a sufficienza su incidenti antisemiti e anche qui le ricerche condotte sull'argomento lo confermano. L'antisemitismo nel calcio è diffuso ma, ancora una volta, differisce in misure e caratteristiche tra i diversi Paesi.

## **STRATEGIA**

### **Perché impegnarsi?**

I cori da stadio sono da sempre parte della tradizione calcistica: il loro scopo è quello di incitare i componenti della propria squadra per creare un ambiente di appartenenza, vicinanza e supporto da parte dei fan verso i loro beniamini. Spesso rappresentano anche occasione per fare un po' di umorismo. In questa ultima veste però, i cori contengono non di rado insulti e un linguaggio dispregiativo e discriminatorio usato per attaccare club, squadre e giocatori rivali. Tra questi si rintracciano i comportamenti antisemiti che con gesti, striscioni e coreografie, talvolta condivisi anche sui social, contribuiscono ad alimentare stereotipi sul popolo e sulla cultura ebraica. Per estirpare questi fenomeni dal mondo del calcio, e quindi poi dalla società, non è sufficiente reagire solo con le sanzioni di tipo economico o penale previste dai differenti codici nazionali, ma è necessario intraprendere una grande opera di educazione e sensibilizzazione su larga scala.

### **Il calcio riflette la società**

Il calcio non vive nel nulla, ma al giorno d'oggi è ampiamente influenzato dal contesto sociale, politico ed economico che lo circonda, sia a livello nazionale

che internazionale: il rafforzamento contemporaneo delle ideologie nazionalistiche e di estrema destra e la loro vasta portata in tutta Europa fa parte della realtà in cui il calcio è inevitabilmente inserito e in quanto tale, non può essere considerato immune dall'aumento del linguaggio di intolleranza e odio spesso mirato a colpire principalmente le comunità minoritarie presenti in tutta Europa.

Con la sua grande visibilità e presa in tutto il mondo il calcio ha la possibilità di guidare il cambiamento verso il contrasto della deriva antisemita. Molte società stanno attivando in questi anni dei programmi di sensibilizzazione interna e delle campagne di comunicazione sul tema, al contrario altre società hanno un timore iniziale nell'affrontare direttamente la problematica, questo perché mettere in atto strategie e programmi di sensibilizzazione sul tema dell'antisemitismo potrebbe essere percepito esternamente come la risposta ad un problema effettivamente già esistente nella propria struttura. Uno degli obiettivi del progetto CtS è quello di sensibilizzare tutti gli operatori del mondo del calcio a mettere in atto iniziative indipendentemente da questo, senza aspettare che il problema si manifesti nel proprio club. Educare è meglio che curare, si potrebbe dire.

L'educazione in questo caso può assumere molteplici forme e, per l'appunto, può essere sia riparativa di comportamenti manifesti, che preventiva. Tra le azioni di tipo educativo che possono essere messe in atto dalle società ci possono essere ad esempio:

- sessioni di gruppo che esplorano i temi della diversità, dell'inclusione o della discriminazione nel calcio;
- programmi di sensibilizzazione interna rivolta a calciatori, personale e tifosi (come, ad esempio, visite di gruppo a siti di interesse storico e culturale).

## **Chi coinvolgere?**

Gli stakeholder dei club a cui indirizzare questi programmi e attività potrebbero essere suddivisi in cinque gruppi:

### **a. TIFOSI a loro volta suddivisi in**

- Fan clubs
- Ultras
- Membri della Società

### **b. LAVORATORI E DIPENDENTI**

- Dipartimenti delle risorse umane, Uffici Comunicazione, Marketing
- Steward, addetti alla sicurezza e altro personale dello stadio
- Squadre professionistiche e squadre giovanili (Giocatori e Staff)

#### **c. RETI LOCALI, REGIONALI E (INTER)NAZIONALI**

- Organizzazioni No-Profit, Istituti Museali, Centri di Ricerca
- Scuole, Istituzioni Governative, Pubblica Amministrazione
- Università
- Comunità ebraica
- Federazioni calcistiche

d. **SPONSOR** che potrebbero finanziare viaggi di istruzione o sottoscrivere le dichiarazioni pubbliche dei clubs sulla lotta all'antisemitismo

- Partner commerciali nazionali ed internazionali
- Partner che hanno un particolare interesse professionale sul problema dell'antisemitismo

#### **e. MEDIA E PUBLIC RELATIONS**

- Utilizzo del sito Web, canali social, comunicati stampa
- Reti di media e partner
- Tabelloni pubblicitari a bordo campo

## **OPERATIVITÀ**

### **Fase di avvio: da dove iniziare?**

Lo scopo del progetto Cts è quello di ispirare nuovi soggetti a creare nuovi progetti o iniziative sul tema del contrasto all'antisemitismo. Nel "Compendio" allegato sono riportati alcuni esempi che possono fungere da punto di partenza per nuove idee. In generale, quando ci si approccia alla realizzazione di un nuovo progetto, oltre ad avere degli esempi da utilizzare come fonte di ispirazione, è necessario anche stabilire un cronoprogramma, una tabella di marcia suddivisa in diverse fasi.

La prima fase del progetto è quella preliminare, durante la quale si definiscono la portata, lo scopo e i requisiti del progetto, per determinarne la fattibilità. In questa fase è importante:

- avere un'idea chiara di ciò che si desidera affrontare: ad esempio se concentrarsi direttamente sulla lotta ai cori da stadio con campagne di sensibilizzazione, oppure raccontare storie di collegamento tra la cultura ebraica e la storia passata del club
- rivedere e trarre ispirazione da iniziative commemorative come eventi e mostre, letteratura, documentari o film sull'Olocausto e/o la lotta all'antisemitismo
- consultarsi con esperti e storici del tema
- ottenere il supporto e il coinvolgimento del proprio club di appartenenza
- scoprire le motivazioni alla base del comportamento antisemita
- stabilire obiettivi realistici: decidere cosa si sta cercando di fare, quale cambiamento si vuole ottenere e cosa è fattibile.

## **Fase di Pianificazione**

La seconda fase è la pianificazione, durante la quale è importante fissare gli obiettivi del progetto, definirne l'ambito di applicazione e sviluppare il piano di gestione del progetto. In questa fase è necessario definire:

- timeline del progetto
- costi e risorse necessarie
- luogo di svolgimento
- squadra di lavoro
- pianificazione delle attività
- valutazione di eventuali rischi
- attività di promozione
- strumenti e metodologie di misurazione e valutazione
- principi e valori
- obiettivi a lungo termine

## **Fase di Implementazione**

Una volta completate le prime due fasi, si procede con l'implementazione. Come prima azione, in questa fase, può risultare utile procedere ad un incontro

collettivo tra tutte le parti in causa, per verificare che ci sia completa ed effettiva comprensione sia della finalità del progetto in generale, che del ruolo e della linea di azione di ogni singolo componente della squadra di lavoro. Dopo quest'incontro è tutto pronto per la partenza delle azioni operative: durante questa fase è necessario assicurarsi che le attività rimangano in linea con il programma e siano consegnate come pianificato per raggiungere gli output e i risultati concordati. Tuttavia, bisogna tenere presente che il piano può e deve essere gestito in modo dinamico ed essere adattato a fronte di imprevisti e circostanze, come problemi di finanziamento, ritardi, ecc.

## **Monitoraggio, valutazione e apprendimento**

Il monitoraggio è il processo con cui si tiene traccia dell'avanzamento del progetto e del raggiungimento di tutti i suoi obiettivi, assicurando la qualità della consegna e gestendo con cura le varie parti variabili di un progetto. Spetta ad ogni club o organizzazione decidere come monitorare al meglio il proprio progetto; tuttavia, ci sono risorse o esperti esterni che possono guidare le fasi di monitoraggio, valutazione e apprendimento.

Il monitoraggio consentirà di analizzare lo sviluppo del progetto rispetto agli obiettivi/output previsti nonché di identificare eventuali sfide effettive o potenziali. Durante questa fase è possibile condividere i dati provenienti dal monitoraggio con gli stakeholders esterni del progetto come finanziatori, sponsor, amministrazioni locali o qualsiasi ente che abbia un interesse negli obiettivi del progetto, tenendo sempre tutte le parti informate sull'avanzamento dei lavori.

Per eseguire un efficace monitoraggio dei risultati è fondamentale mappare il contesto di riferimento anche prima dell'inizio del progetto, per avere ben chiaro il punto da cui si parte. Se per esempio, l'obiettivo del progetto è quello di cambiare la percezione di un particolare stereotipo negativo nei confronti della cultura della comunità ebraica in uno specifico territorio o ambiente, è necessario chiaramente indagare preventivamente quale sia il clima d'opinione anche prima dell'inizio del progetto. Questa raccolta dei dati può essere effettuata organizzando dei gruppi di discussione o tramite sondaggi online.

Quando tutte le attività si concludono si procede con la valutazione. Per effettuare una buona valutazione del progetto si consiglia di chiedersi:

- ✓ Il progetto è stato realizzato come previsto?
- ✓ In caso negativo, quali sono state le ragioni di eventuali cambiamenti?
- ✓ I partecipanti vengono raggiunti come previsto?
- ✓ Come il progetto rappresenta un'innovazione?

- ✓ Il progetto ha prodotto o ha contribuito al cambiamento atteso?
- ✓ Si sono prodotti degli esiti non voluti (positivi e/o negativi)?
- ✓ Quali sono state le particolarità del progetto e del contesto che hanno fatto la differenza?
- ✓ Ci sono elementi del progetto che devono essere modificati?
- ✓ Qual è l'impatto o il risultato previsto di questi cambiamenti?

I risultati del monitoraggio e della valutazione del progetto possono essere condivisi internamente per migliorare le future riproposizioni del progetto ed esternamente per consentire agli altri di apprenderne ed esserne ispirati.



Sintesi in lingua italiana a cura di  **UISP**  
sportpertutti