

TOOLKIT

UN PASSO ALLA VOLTA.
COME GESTIRE
L'ORGANIZZAZIONE
E LA COMUNICAZIONE
DI UN EVENTO SPORTIVO
ANTIRAZZISTA



EYESS



Contenuti

Parte A

Focus sulle competenze

Quello che c'è da sapere per la realizzazione di un evento sportivo a carattere sociale

Capitolo 1

Come organizzare l'evento, pag 2

- Logistica, pag 5
- Organizzazione generale, pag 7
- Infopoint e reception, pag 9
- Attività sportive, pag 15
- Gestione dei volontari, pag 18
- Impatto ambientale, pag 20
- Offerta musicale, pag 23
- Dibattiti, pag 26
- Piazza Antirazzista, pag 27
- Sicurezza, pag 28
- Area campeggio, pag 28
- Centri estivi, pag 29
- Comunicazione, pag 32

Capitolo 2

Come comunicare l'evento, pag 35

- 8 step per sviluppare un piano di comunicazione efficiente , pag 36
- Comunicare un evento sociale, pag 42

Capitolo 3

- Network and Partners, pag 48

Part B

Focus sugli eventi pilota "Mondiali Antirazzisti" e sull'impatto della pandemia

Covid-19 , pag 55



Parte A
FOCUS SULLE COMPETENZE

*Informazioni, conoscenze e abilità necessarie
alla realizzazione di un evento sportivo
a carattere sociale*



COME ORGANIZ- ZARE L'EVENTO





Introduzione

La visione che accompagna un evento nello stile dei “Mondiali Antirazzisti” Uisp (www.mondialiantirazzisti.org) è complessa, e non può essere sintetizzata con la frase “lotta al razzismo” – o meglio - alle discriminazioni, anche se questo aspetto ne costituisce una parte imprescindibile.

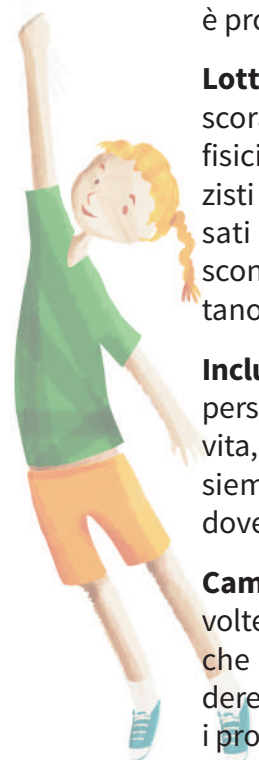
Ci sono alcuni elementi cardine, che combinati insieme possono ispirare tipologie di eventi “anti-discriminazione” tra i più disparati, ma basati su un’identità comune.

Fair Play: gli eventi targati Mondiali Antirazzisti ospitano molti sport, anche tra quelli meno conosciuti o praticati, ma in ogni torneo proposto si gioca senza arbitro. Ogni partita è auto arbitrata dai partecipanti, perché lo scopo è promuovere tra i giocatori il fair-play e l’autocontrollo.

Lotta alla violenza dentro e fuori dal campo: bisogna scoraggiare i comportamenti aggressivi, sia verbali che fisici. Al gruppo di ultras che ha creato i Mondiali Antirazzisti molto tempo fa, questo sembrava impossibile. Accusati di essere elementi pericolosi, sempre pronti allo scontro, hanno provato al mondo che i veri tifosi rispettano lo sport, gli atleti e gli altri tifosi.

Inclusione: i partecipanti si aspettano di incontrare nuove persone, cantare in lingue differenti, raccontare storie di vita, condividere il pallone, partecipare al gioco, vivere insieme in un campeggio e creare una comunità ospitale dove ognuno si senta più che accolto.

Cambiare le regole: per essere realmente inclusivi, alle volte è necessario cambiare le regole, introdurre elementi che incoraggino partecipazione e fair-play. Si può chiedere alle squadre di aumentare la presenza femminile fra i propri giocatori, o permettere alla squadra avversaria in svantaggio di introdurre un giocatore in più, o anche di giocare solo ai rigori per ridurre il livello di competizione, dipende dalla propria esperienza e dalla propria immaginazione, si possono cambiare le regole o utilizzare quelle già esistenti per andare incontro alle necessità dei partecipanti. La sola regola imm modificabile è il rispetto.





TOOLKIT EYES COME ORGANIZZARE L'EVENTO

Condivisione: prima che la competizione abbia inizio, le squadre possono scambiarsi dei piccoli regali come segno di amicizia, qualcosa di personale o che venga dalla propria città, un augurio speciale o persino un giocatore per completare la formazione avversaria nel caso mancasse qualcuno!

Anti-sessismo: sono pochi gli sport che fanno giocare assieme uomini e donne. Anche nella vita di tutti i giorni spesso viene detto che c'è un posto per le donne e un posto per gli uomini. Le donne non giocano a calcio, gli uomini non giocano con le bambole. Nei Mondiali Antirazzisti, le squadre di tutti gli sport possono essere miste.

Reflessione: durante un evento sportivo?! Certamente. Il programma non offre solo sport, ma anche dibattiti e attività collaterali come presentazioni di libri, proiezioni di film, camminate culturali e educative, ed interviste a personalità del mondo sportivo e non.

Ecologia: i Mondiali Antirazzisti già dagli esordi hanno prestato molta attenzione al rispetto per l'ambiente, andando anno dopo anno verso la costruzione di un evento a "impatto zero". Raccolta differenziata, acqua di rete, energia da fonti rinnovabili, forniture alimentari "a chilometro zero" e incoraggiamento ad utilizzare trasporti condivisi sono alcune tra le strategie adottate nel tempo, grazie alla collaborazione di tutti i partecipanti si è riusciti ad esempio ad abbassare l'impronta carbonica dell'evento. La Terra ringrazia!

Per organizzare un evento sportivo sull'antidiscriminazione, l'arma più importante sono i fatti, non le parole. Mescolare persone di culture differenti, coinvolgere squadre che vengono da lontano, parlare la lingua dello sport, accettare tutte le diversità, le idee, i credi e le appartenenze per costruire un mondo migliore con uno sport migliore.





Nelle prossime pagine troverete delle **linee guida estremamente pratiche** per organizzare i Mondiali Antirazzisti nella loro “veste tradizionale”, ovvero un festival residenziale di 4 o 5 giorni, che promuove l’inclusione sociale e che comprende diverse proposte sportive e culturali. Le raccomandazioni sono state divise in capitoli rappresentanti i vari settori che ruotano attorno all’organizzazione, spiegando cosa bisognerebbe fare prima, durante e dopo l’evento.

COSA VUOL DIRE ORGANIZZARE I MONDIALI ANTIRAZZISTI

1. La logistica

Quando si organizza un evento vanno monitorati tutti gli adempimenti burocratici necessari e le regole da seguire, tenendo presente che questi fattori cambiano a secondo del contesto (da città a città, da paese a paese). Parlando di “regole” si intendono sia quelle esplicite, come leggi e regole amministrative, sia quelle implicite, collegate allo specifico contesto geografico e culturale. Nell’organizzare un evento con valenza sociale e politica, bisogna prestare ancora più attenzione a svolgere tutto correttamente, perché si è naturalmente al centro dell’attenzione, e perché è importante trasmettere un messaggio di legalità e di rispetto delle regole.

Organizzare un evento pubblico di massa richiede che gli organizzatori interagiscano con le istituzioni politiche di riferimento. Un dialogo vincente porrà le basi per un processo organizzativo più semplice. Al contrario, un dialogo fallimentare può causare grossi problemi allo sviluppo dell’evento.

Immaginate la logistica come una larga rete fatta di molti nodi connessi tra loro. Il “coordinatore della logistica” si muove tra di essi e agevola le connessioni tra un nodo e l’altro, non agisce da solo ma ha bisogno di sviluppare relazioni di cooperazione e reciproca assistenza con tutti coloro che svolgono un ruolo nell’intero processo. Per questo è essenziale identificare a priori tutti i settori e le aree che interagiranno nella costruzione dell’evento.

Un evento come i “Mondiali Antirazzisti” promuove un sistema cooperativo e proattivo tra i soggetti chiamati a dargli vita, in cui è molto importante la capacità di auto-organizzarsi,



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



al fine di generare un meccanismo efficace in cui l'organizzatore non deve occuparsi da solo di ogni singolo dettaglio, perché i vari aspetti organizzativi sono gestiti da ogni membro della squadra di lavoro, o per meglio dire, dalla squadra come corpo unico.

Nelle settimane prima dell'evento, il coordinatore della logistica valuta, pianifica ed organizza tutti i dettagli, dal trovare il giusto spazio per determinate attività all'uso delle varie risorse disponibili, considerando sia gli aspetti sportivi che gli aspetti culturali dell'evento. Il coordinatore della logistica deve essere totalmente disponibile e cooperare con tutte le persone coinvolte (istruttori, tecnici, mediatori culturali...): da una parte i campi da gioco sono necessari per svolgere il torneo, dall'altra gli spazi aperti sono necessari per ospitare dibattiti e concerti a tema.

Come detto all'inizio di questo paragrafo, uno dei compiti cruciali della logistica è occuparsi degli aspetti burocratici, come la preparazione dei documenti necessari ad ottenere i vari permessi per lo svolgimento dell'evento. A seconda della normativa del luogo di svolgimento, tali documenti dovranno poi essere esaminati da una commissione tecnica che stabilisce se la manifestazione ha o meno le "carte in regola" per partire.

Generalmente, gli aspetti principali da tenere in considerazione sono:

- corretto assemblaggio delle strutture (containers, palchi...)
- identificazione delle uscite di emergenza
- numero massimo di persone che possono stare nell'area interessata
- numero obbligatorio minimo di bagni e docce presenti nell'area

Prima di iniziare a organizzare l'evento però è fondamentale informarsi in modo sulla normativa locale e capire cosa richiede per dare il permesso ad organizzare un evento.



QUALI SONO I PILASTRI DA CONSIDERARE

2. Organizzazione generale dei Mondiali Antirazzisti

L'organizzazione generale è composta da una o più persone che hanno il compito di mettere in rete e coordinare tutti i settori e gli elementi dello staff.

Prima dell'evento

- **Pianificare:** creare un calendario preciso, identificando ruoli e compiti dello staff (o gruppi di lavoro) per ogni settore
- **Organizzare** gli incontri dello staff e dei gruppi di lavoro
- **Reperimento fondi, presentazione del progetto:** preparare il progetto e i materiali da presentare ad eventuali finanziatori
- **Location:** identificare il luogo di svolgimento dell'evento, valutare eventuali costi di affitto, informarsi sui permessi necessari, contrattare le condizioni con i fornitori
- **Coordinare tutti i gruppi di lavoro:** comunicazione, logistica, amministrazione, musica, ristorazione.
- Stabilire **relazioni** con le autorità locali per evitare possibili incidenti (alta concentrazione di persone, rumori che possono disturbare le persone che vivono vicino all'area interessata); in alcuni casi questo passaggio è obbligatorio, in altri no, ma è comunque una buona prassi
- Stabilire relazioni con il Comune che ospita l'evento e coinvolgerlo - se possibile - nella comunicazione e nell'organizzazione dello stesso

(Immediatamente) prima dell'evento

- Verificare che tutti i settori siano pronti
- Formare i nuovi volontari

Durante l'evento

- Coordinare staff e settori
- Essere pronti a risolvere i problemi
- Porsi come punto di riferimento per le autorità e per i media



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO

Dopo l'evento

- Chiusura amministrativa e reportistica
- Valutazione dell'evento: chiedere a tutti i volontari e ai membri dello staff di valutare il proprio lavoro attraverso un questionario o attraverso l'analisi SWOT. Organizzare incontri di restituzione con tutto lo staff
- Chiedere a tutti i partecipanti dei veloci feedback su pro e contro dell'evento, insieme a suggerimenti per le edizioni seguenti

Suggerimenti pratici

- Creare senso di condivisione nello staff, affinché ognuno si senta responsabile non solo del suo pezzo ma dell'evento nel suo complesso, coinvolgendo tutti nell'intero processo (dalla pianificazione alla valutazione)
- Fare un gruppo WhatsApp (o altro servizio di messaggistica istantanea) con tutti i responsabili dei vari settori per una comunicazione in tempo reale
- Creare un testo incisivo che spieghi i costi dell'evento e inviti le persone a donare: un piccolo contributo da chi può permetterselo significa dividere le spese, per far sì che l'evento possa svolgersi in maniera gratuita, permettendo la partecipazione alle persone economicamente svantaggiate

Focus sulla sostenibilità finanziaria

Il primo passo per organizzare un evento è verificarne la sostenibilità finanziaria. Tutte le tipologie di spese (spese per attività, materiali, risorse umane...) devono essere ponderate secondo le risorse disponibili.

Di seguito alcuni canali attraverso i quali si può provare a reperire fondi per cofinanziare l'evento.

- **Sponsorizzazioni private.** Cercare degli sponsor privati può essere una buona strada per cofinanziare l'evento, è necessario però -



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO

specialmente quando parliamo di un evento con valenza sociale - porre particolare attenzione all'eticità dello sponsor e muoversi coerentemente con il messaggio che si vuole trasmettere: se parliamo di combattere le discriminazioni, sarebbe bene non usare palloni o vestiti sponsorizzati da un'azienda che sfrutta il lavoro minorile

- **Bandi.** Presentare il progetto a programmi di finanziamento locali/nazionali/internazionali e/o a fondazioni
- **Merchandising e cibo.** Vendere il proprio merchandising o somministrare cibo e bevande usando staff interno può essere un modo per rientrare delle spese; è importante però informarsi sui permessi necessari e su quello che è consentito o meno dal proprio regime fiscale
- **Donazioni.** Chiedere ai partecipanti di contribuire con donazioni ad un evento completamente gratuito, organizzare eventi di finanziamento, sensibilizzare le persone sull'importanza di piccole donazioni per poter mantenere l'evento libero (e completamente accessibile per tutti)
- Chiedere un piccolo **pagamento** per servizi aggiuntivi come il parcheggio

COME PRENDERSI CURA DEI PARTECIPANTI

3. Infopoint e Reception

Infopoint e reception sono settori cruciali, servono ad accogliere i partecipanti e durante l'evento diventano anche "punti di incontro" e aree dove ricevere assistenza. Si può scegliere di avere due aree separate (in caso di grandi eventi): in questo caso la reception dovrà essere all'ingresso, mentre l'infopoint dovrebbe essere posizionato in un punto centrale, facilmente raggiungibile e identificabile. In alcuni casi, specialmente in eventi con un basso numero di partecipanti, si possono unire infopoint e reception, sia fisicamente che in termini di compiti da eseguire.

In generale, questi due settori hanno la responsabilità di:

- Ricevere i partecipanti, fornendo loro materiali e



TOOLKIT EYES COME ORGANIZZARE L'EVENTO



- informazioni sull'evento: mappe, programma, calendario delle partite e delle attività collaterali
- Verificare, di persona e in collegamento con il servizio sicurezza, che nelle aree di parcheggio e di campeggio vengano rispettate le regole (ad esempio: non sostare dove non consentito, non accendere fuochi in aree dove non è permesso ecc.)
 - Fungere da collegamento tra l'organizzazione generale e i vari settori
 - Aiutare i partecipanti in caso di difficoltà (primo soccorso e/o contatti con l'ambulanza)
 - Aiutare i partecipanti ad organizzare gli spostamenti da e verso l'area dell'evento
 - Gestire il servizio di oggetti smarriti

Merchandising: se consentito dal budget e dal regime fiscale si possono produrre alcuni gadget da vendere direttamente all'Infopoint, preferendo oggetti a basso costo, che sono più facilmente vendibili. Nell'esperienza dei "Mondiali Antirazzisti", gli oggetti più popolari sono:

- T-shirts (possono anche essere usate per giocare nei tornei, e sono un oggetto in genere apprezzato dagli amanti dello sport)
- Spillette (un gadget simpatico ma a basso costo, che può essere appuntato sulla borsa o sulla zaino)
- Sacche in tela (si possono usare per riporre i propri oggetti personali ed avere le mani libere)

(Mesi) Prima dell'evento

- Identificare il gruppo di persone che lavoreranno all'accoglienza (infopoint e reception) e se possibile iniziarne la formazione
- Verificare la disponibilità di budget dedicato
- Nel caso in cui si potesse produrre del merchandising verificare su quali prodotti puntare
- Valutare le offerte disponibili sul mercato e scegliere l'opzione con un miglior rapporto qualità prezzo. Il merchandising dovrebbe avere il marchio e la grafica dell'evento, bisogna quindi lavorare in



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



stretta collaborazione con il settore comunicazione

- Identificare l'area migliore dove collocare:

Reception: dovrebbe essere all'entrata principale del festival ed essere equipaggiata con un tavolo, sedie, elettricità e tutto il materiale utile per l'evento. Specialmente se si sceglie di far pagare un parcheggio, ricordarsi di fornire una cassetta di sicurezza dove riporre la quota ricevuta.

Infopoint: dovrebbe essere nel cuore del festival (in alcuni casi, potrebbe essere esattamente al centro; in altri casi potrebbe essere meglio posizionarlo vicino ai campi sportivi, dipende dalla grandezza della location del festival). Equipaggiamento necessario: tavoli, sedie, elettricità, spazio protetto per il merchandising, kit di pronto soccorso, e se possibile un pc connesso ad internet e una stampante. Dovrebbe essere fornito di tutto il materiale informativo, e in caso di vendita merchandising, di una cassetta di sicurezza per il denaro (ricordarsi sempre di studiare la legislazione corrente in materia di vendita prodotti).

- Verificare l'accessibilità delle strutture alle persone con disabilità, e coordinarsi con il settore della logistica per trovare le giuste soluzioni
- Verificare le possibilità di avere un sistema radio via cavo per gli annunci: per chiamare le squadre, leggere il programma del giorno o promuovere le attività extra, chiamare le persone per gli oggetti smarriti, ricordare ai partecipanti l'inizio del dibattito, ecc.
- Individuare tutti i modi possibili per raggiungere e partire dall'area del festival: verificare quanto sono distanti la stazione ferroviaria e l'aeroporto, dov'è la stazione degli autobus più vicina, se ci sono servizi di taxi o di noleggio auto, e come arrivare in macchina.

Tutte le informazioni logistiche dovrebbero essere presenti sul sito web dell'evento e sui social media, scritte in maniera chiara e con indicazioni semplici da seguire, corredate da una mail da contattare in caso di necessità di ulteriori informazioni.

Verificare la possibilità di partnership/sponsorizzazioni con:



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO

- **Azienda di trasporto pubblico**, che potrebbe organizzare una fermata extra di autobus/tram vicino all'evento e/o applicare una riduzione del prezzo del biglietto
- **Compagnia di taxi** per avere prezzi fissi da e per aeroporto/stazione ferroviaria/stazione degli autobus/centro città

(Immediatamente) Prima dell'evento

Reception

- Perlustrare tutta l'area del festival immediatamente prima dell'inizio dell'evento e formare i volontari
- Preparare i materiali e predisporre l'area per renderla accogliente sia per i volontari che per i partecipanti

Infopoint

- Raccogliere i numeri di telefono di tutti i responsabili di settore
- Stampare il materiale necessario: mappe, fogli di iscrizione, riassunto del programma in altre lingue (secondo il target dell'evento), orari dei treni e degli autobus, moduli per il servizio di oggetti smarriti, lista dei numeri utili (servizio taxi, pronto soccorso...)
- Tour the whole event area immediately before the start and train the volunteers
- Preparare una scatola per la cancelleria (penne, carta, nastro adesivo...)
- Allestire la location in modo colorato per accogliere al meglio le persone. Per l'Infopoint, identificare un posto ben visibile dove posizionare le informazioni principali: orari dei bus/navetta, orari e risultati delle partite, altre informazioni che tutti dovrebbero conoscere
- Avere un telefono cellulare per le chiamate di emergenza attivo 24 ore su 24, usato dallo staff dell'Infopoint durante il giorno e dalla sicurezza durante la notte. Assicurarsi che il numero sia pubblico e conosciuto (scriverlo nella bacheca nell'infopoint)



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



Durante l'evento

Reception

- Occuparsi delle auto e della mobilità delle persone all'interno del festival
- Occuparsi di eventuali problemi all'ingresso (ad esempio, persone che arrivano per disturbare, presenza di persone moleste...) ed essere in contatto con la sicurezza

Infopoint

- Organizzare la scatola degli oggetti smarriti: assicurarsi di avere un posto sicuro dove raccogliere gli oggetti e preparare un modulo per scrivere cosa è stato perso (cosa, chi, numero di riferimento) e trovato (cosa, dove trovato)
- Preparare lo spazio per il merchandising (dividere gli oggetti e organizzarli per tipologia) e promuoverne la vendita
- Fare manifesti con: programma giornaliero, orari delle partite, attività collaterali, qualsiasi altra informazione che si vuole trasmettere ai partecipanti
- Avere un contatto stabile con un servizio di emergenza (ambulanza, ospedale, ecc.) per soccorrere i partecipanti in caso di necessità
- Fornire informazioni!

Dopo l'evento

- Pulire lo spazio, occupandosi del riciclo dei materiali e della separazione dei rifiuti
- Fare un inventario del merchandising avanzato e organizzare una scatola riconoscibile per ogni tipo di gadget per conservare tutto facilmente per il prossimo evento
- Preparare una scatola di cancelleria con cartellini da lasciare in loco; sarà più facile trovare i materiali in caso di necessità nell'evento successivo (se c'è un posto per conservare i materiali)



Problemi e soluzioni:

L'area dell'evento non è facile da raggiungere e non si dispone di una navetta...

Pubblicare un post su Facebook di ricerca volontari disponibili a guidare dalla stazione ferroviaria più vicina al luogo dell'evento e organizzare un gruppo Facebook per la condivisione del viaggio tra i partecipanti.

Suggerire "Bla Bla Car" o altre app per il car sharing.

Predisporre un poster durante l'evento con offerte/ricieste di passaggi dei partecipanti per raggiungere la stazione/l'aeroporto.

Pensate alla possibilità di affittare un minivan e fornire un servizio navetta. In questo caso:

- Verificare che il personale dell'Infopoint/reception abbia la patente di guida e voglia prestarsi a fare da servizio navetta; coprire il personale con un'assicurazione auto speciale
- Verificare di avere abbastanza persone per coprire il lavoro all'Infopoint e il servizio navetta
- Stabilire un orario fisso, chiaro e visibile per tutti i partecipanti e mettere le informazioni sul sito web/pagine social/programma

Qualcuno mi parla in una lingua che non conosco

Se non c'è qualcuno che può aiutare, chiedere alla persona di disegnare la sua richiesta su un foglio

Qualcuno si lamenta con me per qualcosa che non è di mia competenza

Se il problema è urgente, chiama la persona responsabile; altrimenti chiedi alla persona di scrivere una mail all'indirizzo dell'organizzazione. Se la persona è aggressiva con te, cerca di mantenere la calma. Se è troppo aggressiva, chiama la sicurezza.



Tip & Tricks

- Siate pronti a rispondere a qualsiasi tipo di domanda!
- Se non sapete rispondere ad una richiesta, invece di dire semplicemente "Mi dispiace, non lo so", è preferibile rispondere: "Solo un momento, cercherò di scoprirlo...", e provate a farlo (chiamate un membro dell'organizzazione o dello staff più esperto)

QUALI SPORT

4. Le attività sportive ai Mondiali Antirazzisti

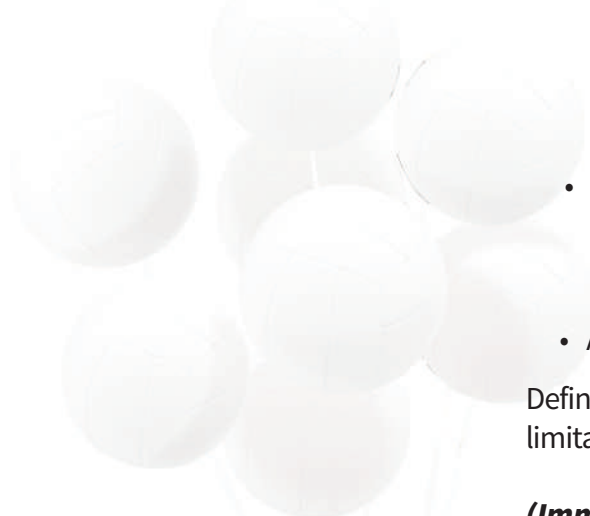
Le attività sportive sono la parte centrale dell'evento. Uno sport dall'alto valore educativo, con regole adattabili al contesto e destrutturate. Per promuovere un contesto educativo, è bene incoraggiare le partite auto-arbitrate, con un volontario che tenga il tempo ed intervenga nelle controversie tra le squadre.

Prima dell'evento

- **Identificare il gruppo di lavoro:**
 - Persone con competenze sportive e non solo (buona comunicazione, capacità di gestione...)
- **Scegliere le discipline sportive ed i tornei organizzare:**
 - Quale è il target dei partecipanti? Quali sono gli obiettivi?
 - Ci sono alcuni sport più adatti a raggiungere gli obiettivi prefissati? Elaborare una proposta, introducendo se serve regole innovative e inclusive nei singoli sport
- **Elencare gli spazi necessari per ogni sport:**
 - Scegliere gli spazi e verificare personalmente la logistica
 - Procurarsi il materiale necessario, comprandolo o assemblandolo (bisogna tracciare la linea per i campi? È necessaria una macchina apposita oppure di qualcosa che la sostituisca, per esempio nastro o conetti).



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



- Stabilire i titoli da assegnare oltre a quelli derivati dalla classifica dei tornei (premio fair play, premio per la squadra che viene da più lontano ecc.) ed eventualmente acquistare i trofei
- Aprire le iscrizioni ai tornei delle varie discipline sportive

Definire il termine d'iscrizione. Se gli spazi non sono grandi, limitare il numero di squadre.

(Immediatamente) Prima dell'evento

- Calendario sportivo da pubblicare online e da scrivere su un tabellone posizionato in prossimità dei campi
- Preparazione dei campi
- Reclutare e formare i volontari che seguiranno il torneo
- Procurare il materiale sportivo (a seconda del budget disponibile comprarlo, affittarlo o chiederlo in prestito...)
- Cercare di rendere l'ambiente accogliente, confortevole, sicuro e amichevole (installare un DJ set vicino ai campi, assicurarsi che i bagni e le docce siano disponibili per tutti i generi; creare uno spazio ombreggiato vicino ai campi dove le persone possano assistere alle partite)

Durante l'evento

- Verificare la presenza di volontari addetti ai campi e alle squadre. Chiamarli se non si presentano, anche usando un megafono o un microfono se si ha un impianto audio
- Raccogliere i risultati delle partite e inserirle nel tabellone vicino ai campi
- Quando il torneo è in pausa, sistemare i campi e recuperare i palloni

Alla fine del torneo

- Aggiornare la classifica delle squadre
- Svolgere la cerimonia di premiazione
- Essere sempre pronti a gestire gli imprevisti!

After the event

- Smontare i campi



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



- Raccogliere, contare, organizzare e riporre il materiale sportivo (palloni, porte...)
- Informare il settore comunicazione sui risultati del torneo

Problemi e soluzioni

Alcune squadre sono troppo agonistiche e competitive

La competizione è l'essenza dello sport, ma il vostro obiettivo è l'inclusione. Ci sono molti posti dove si può giocare con regole standard e cercare di vincere. Questo torneo ha altre finalità, e gli organizzatori devono spiegare che è un torneo non competitivo. Su questo punto i volontari sui campi hanno un ruolo essenziale nella diffusione dello spirito del torneo e nel senso di applicare regole flessibili. Ogni singolo conflitto tra le squadre va gestito in linea con i valori dell'evento.

In caso di infortunio

La presenza di un'ambulanza è importante. Se non ci dovesse essere è necessario un kit di primo soccorso, in cui non deve mancare abbondante ghiaccio, e una persona che se ne occupi.

Suggerimenti pratici

Buona comunicazione e relax: il modo in cui si comunica è essenziale per il successo dell'evento. Godetevi il festival! Se vi divertite voi, lo faranno anche gli altri.





E I VOLONTARI

5. Gestione e organizzazione dei volontari ai Mondiali Antirazzisti

Questo tipo di eventi si basa principalmente sul volontariato. I volontari sono una risorsa molto importante ed è fondamentale sapere come organizzarli e motivarli.

(Mesi) Prima dell'evento

- Preparare un progetto adatto ai volontari

SE i volontari provengono da un'associazione giovanile:

- Incontrare l'associazione di provenienza (nazionale/internazionale)
- Accordarsi sul tempo di impiego dei volontari e sui loro compiti

SE i volontari sono reclutati direttamente:

- Presentazione del progetto, dei compiti e del tempo di impiego
- Colloquio
- Selezione

(Immediatamente) Prima dell'evento

- Organizzare l'arrivo, l'alloggio e il soggiorno dei volontari, anche in base alle loro esigenze (allergie, diete, ecc.)
- Stabilire i compiti e i turni (secondo l'accordo)
- Fare tutto il possibile per far sentire i volontari parte integrante dell'evento

Durante l'evento

- Assicurarsi che tutti i volontari abbiano capito il loro ruolo nell'evento
- Assicurarsi che tutti i volontari stiano operando secondo l'accordo
- Siate disponibili e attenti a qualsiasi richiesta che possa provenire dai volontari
- Ricordare a tutti i volontari che questa è un'esperienza impegnativa ma che è importante anche il divertimento

Dopo l'evento

- Ringraziare tutti i volontari per il proprio impegno
- Chiedere feedback e commenti
- Organizzare la partenza, assicurandosi che nulla venga dimenticato



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO

Problemi e soluzioni

A volte, anche se date tutte le informazioni in dettaglio, i volontari potrebbero non essere contenti dell'alloggio o del luogo dell'evento.

Cercate di far loro vedere i lati positivi e le cose che potrebbero imparare da questa esperienza, ricordando che tutti i volontari sono “sulla stessa barca”.

Anche se normalmente i volontari scelgono i loro compiti in base alle loro competenze, un volontario potrebbe voler cambiare la sua area di lavoro o potrebbe non essere adatto a quel ruolo.

Cambiare ruolo durante l'evento potrebbe essere caotico e complicato; fatelo solo se è strettamente necessario. Altrimenti, è importante ricordare alle persone di essere flessibili e di avere capacità di adattamento.

Non tutti i volontari hanno lo stesso atteggiamento verso i compiti da svolgere, alcuni prenderanno l'impegno con serietà, altri invece la considereranno una “vacanza diversa”

Se i volontari provengono da un'organizzazione giovanile nazionale o internazionale, normalmente vengono accompagnati da uno o più coordinatori, che devono essere avvisati se qualcuno del proprio gruppo non è dell'umore giusto per impegnarsi. Motivate le persone con l'aiuto del coordinatore.

Allergie, ferite, malattie, influenza, ecc.

Assicuratevi sempre di avere un kit di pronto soccorso a disposizione e di essere informati su eventuali allergie che i volontari potrebbero avere.



Suggerimenti pratici

- Far sentire i volontari come una parte importante della macchina organizzativa dell'evento
- Motivarli e cercare di passare con loro del tempo anche fuori dalle attività che sono loro state assegnate
- Nel caso di volontari che arrivino attraverso organizzazioni giovanili, è molto importante ricordarsi con i coordinatori per evitare di dare indicazioni discordanti
- L'esperienza arriva con il tempo, evento dopo evento, e si imparano nuove metodologie di approccio

L'EVENTO È SOSTENIBILE DAL PUNTO DI VISTA AMBIENTALE

6. Impatto ambientale dei Mondiali Antirazzisti

Nell'organizzazione di un evento sportivo o di un festival è fondamentale preoccuparsi dell'impatto ambientale. In particolare, è importante concentrarsi su 3 compiti principali: prevenzione e promozione di comportamenti eco-sostenibili tra i partecipanti al festival; pulizia delle aree del festival, organizzazione in turni; gestione dei rifiuti attraverso la raccolta differenziata.

Ecco un esempio "sul campo" per la gestione dei rifiuti in un festival, tratto dall'esperienza dei Mondiali Antirazzisti:

- Due punti di raccolta principali situati all'esterno dell'area del festival (uno sul lato est e uno sul lato ovest): in ognuno di essi si trovano contenitori roll-off di almeno 18 metri cubi
- I rifiuti organici, invece, devono essere svuotati in contenitori speciali chiusi ermeticamente e gestiti direttamente dall'autorità locale competente in materia
- All'interno dell'area del festival, vengono scelti diversi punti (numerati su una mappa per essere facilmente rintracciare) per i cassonetti su ruote (uno per ogni materiale, distinguendoli con colori diversi).



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



Durante il festival vengono organizzati dei turni per svuotare i bidoni pieni nei punti di raccolta e rimmetterli nello stesso punto quando sono vuoti.

Per svolgere questi compiti serve un gruppo di lavoro di almeno 10-15 persone, coordinate da due responsabili.

Prima dell'evento

Svolgere un incontro preliminare con chi gestisce l'evento per ottenere informazioni sul contesto, come:

- Organizzazione degli spazi del festival per decidere dove collocare i punti di raccolta mobili dei rifiuti
- Programma degli eventi del festival per organizzare i turni di lavoro.
- La tipologia di materiali utilizzati nella zona dei ristoranti e dei bar (bicchieri, piatti, forchette, ecc.): dovranno essere organici e biodegradabili

Parte organizzativa

È necessario informarsi su tutti gli aspetti legati allo smaltimento dei rifiuti nella regione dove si svolge l'evento: dal come vengono divisi agli adempimenti burocratici necessari per il festival.

Parte operativa

È importante dividere lo spazio in piccole aree dove saranno posizionati i cassonetti con ruote e dove si procederà alla pulizia e allo svuotamento.

Prevenzione:

- Se possibile, è opportuno organizzare la fornitura di acqua potabile gratuita durante il festival, per ridurre l'utilizzo di bottiglie di plastica e per promuovere l'uso dell'acqua di rete (se si è in una zona dove l'acqua è potabile o se si possono fornire fontanelle filtranti)
- Bar e ristoranti devono essere equipaggiati con stoviglie di materiali organici e biodegradabili
- Dotarsi degli strumenti che serviranno a raccogliere i "rifiuti speciali" (piccoli bidoni, posacenere, pinze lunghe, ecc.)
- Immaginare i possibili imprevisti che possono capitare



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



Incontri con gli operatori che gestiscono la raccolta rifiuti sul proprio territorio, durante i quali

Ordinare i materiali:

- Bidoni con ruote
- Container scarrabili
- Pinze lunghe
- Sacchi per la spazzatura
- Guanti da lavoro

Stabilire

- Luogo e ora di consegna dei materiali
- Luogo e ora per la restituzione dei materiali

Prima dell'inizio dell'evento, è importante verificare che tutti i materiali siano stati consegnati.

Pubbliche relazioni con le persone addette agli stand

- È molto importante avere un buon rapporto con loro perché devono collaborare alla raccolta differenziata
- Può essere utile avere una sola persona a cui fare riferimento in ogni stand

È fondamentale:

- Aiutare i partecipanti a separare i rifiuti nel modo corretto
- Richiedere la collaborazione di tutti

Primo incontro con il gruppo di lavoro

Sarà molto importante:

- Spiegare il tipo di lavoro in modo motivante e coinvolgente
- Camminare per tutta l'area del festival, portando i bidoni con le ruote nei punti selezionati, mostrando allo staff dove vengono dislocati
- Coinvolgere attivamente il gruppo chiedendo di preparare poster creativi con tutte le informazioni e di posizionarli nell'area del festival
- Organizzare i turni insieme

Durante l'evento

Operazioni preliminari

Cose da fare per sensibilizzare i partecipanti al festival:



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



- Condividere messaggi sulla raccolta differenziata attraverso gli altoparlanti durante i tornei
- Consegnare i sacchetti della spazzatura alle persone che soggiornano nel campeggio e spiegare come funziona la raccolta differenziata

Monitorare lo stato dei bidoni su ruote e dei container scarrabili per controllare ogni possibile imprevisto. Pulizia finale di tutta l'area del festival durante l'ultimo giorno e il giorno dopo.

Dopo l'evento

Chiedere al gruppo di lavoro di valutare le attività svolte durante il festival.

Chiedere alle autorità locali informazioni sullo smaltimento dei rifiuti, come il rapporto percentuale della raccolta differenziata suddivisa per ogni categoria (carta, plastica, vetro, organico, rifiuti generici).



L'EVENTO **7. Offerta musicale ai Mondiali Antirazzisti**

(Mesi) Prima dell'evento

- Informarsi sulla normativa in materia di musica dal vivo (permessi, diritti d'autore, diritti d'immagine, ecc.)
- Ricerca di band/cantanti secondo il genere musicale più popolare tra i partecipanti e secondo il budget a disposizione
- Verificare che le gli artisti scelti siano in linea con i temi dell'evento: è importante ospitare un'offerta musicale coerente con i valori dei Mondiali Antirazzisti, anche chiedendo di preparare una scaletta musicale che tenga conto del contesto e suggerire, laddove possibile, di proporre canzoni che rispecchino il tema dell'antidiscriminazione
- Predisporre, in collaborazione con il settore amministrativo, i contratti degli artisti
- Promozione dell'evento musicale all'interno del festival affinché non venga percepito come un evento



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO

separato, e sua promozione, in condivisione con lo staff della comunicazione

- Informarsi sulle esigenze specifiche degli artisti, sia da un punto di vista tecnico (ad esempio caratteristiche del palco, disposizione delle luci...) che organizzativo (ad esempio particolari esigenze alimentari)
- Prenotare gli hotel per gli artisti e il loro staff, verificare se raggiungeranno il festival in maniera autonoma o se hanno necessità di un servizio di trasporto

(Immediatamente) Prima dell'evento

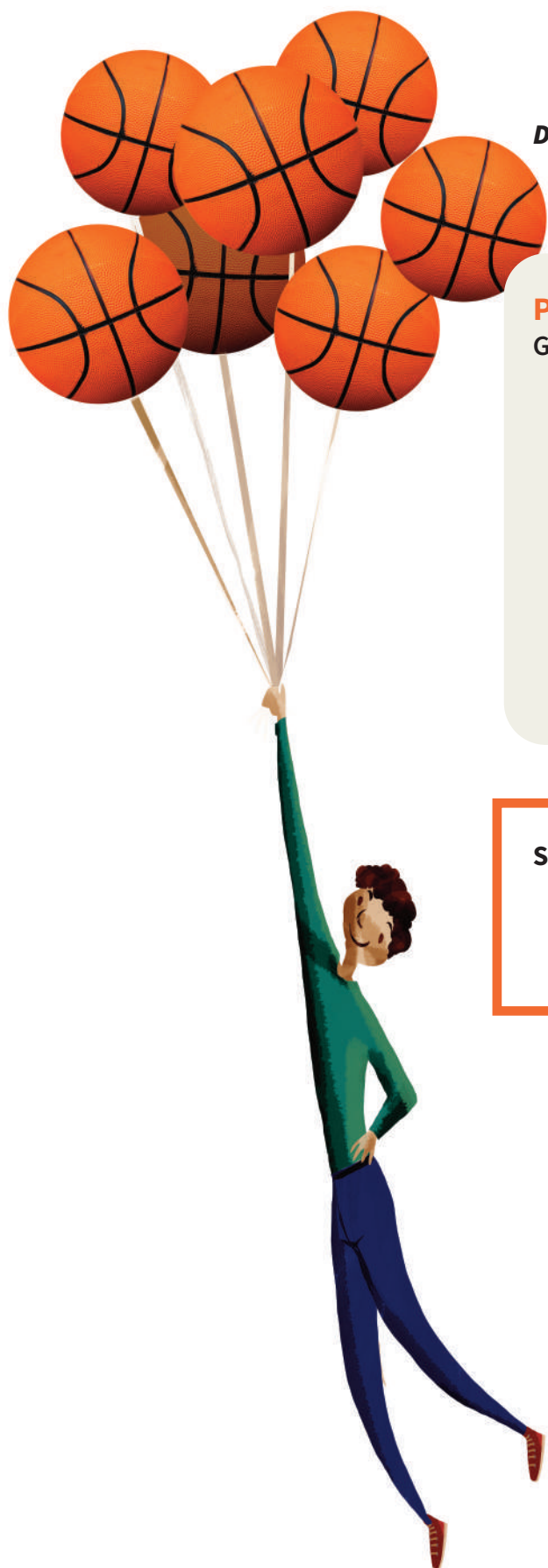
- Verificare con la sezione logistica che palco e backstage siano pronti e che sia disponibile il tecnico del suono
- Briefing con i volontari che seguiranno la logistica dei musicisti (cambiare gli strumenti sul palco, collaborare con i tecnici del suono e delle luci, ecc.)
- Lavorare in stretta connessione con la sicurezza per evitare incidenti
- Identificare la persona che introdurrà ogni concerto e, se necessario, chi si occuperà della traduzione linguistica. Sarebbe opportuno che prima dello spettacolo dal vivo qualcuno del settore sportivo o del settore comunicazione fornisca un feedback sulla giornata sportiva appena conclusa: risultati parziali, numero di partecipanti, e racconti di particolari momenti della giornata

Durante l'evento

- Far firmare ai musicisti il contratto precedentemente preso in visione e adempiere le formalità burocratiche sulla musica dal vivo
- Lavorare in stretta collaborazione con lo staff musicale dell'evento, il gruppo di tecnici, lo staff della sicurezza
- Occuparsi dei musicisti e delle loro esigenze
- Coordinare il sound check del pomeriggio ed il live della sera
- Coordinare il lavoro con il settore comunicazione per pianificare interviste con i musicisti, scattare foto o riprese video da condividere sui social media



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



Dopo l'evento

- Aiutare nella pulizia e nello smantellamento dell'area concerti

Problemi e soluzioni

Gli artisti potrebbero fare richieste particolari. In tal caso:

- Chiedere supporto a tutti i settori della manifestazione in caso di richieste specifiche (ad esempio richieste alimentari particolari o altro)
- Il compenso degli artisti può essere molto alto, potrebbe aiutare avere un contatto diretto con loro e non solo con il manager: questo può aiutare a sensibilizzare l'artista sulla natura antirazzista e volontaria dell'evento, e, di conseguenza, potrebbe portarli ad una richiesta economica ridotta o, in qualche caso, ad esibirsi gratuitamente.

Suggerimenti pratici

- Lavorare con gli artisti, a volte, può essere stressante; mantenete la calma, sorridete sempre... e godetevi la musica



HAI PRESO
IN CONSIDERAZIONE
L'ASPETTO
SOCIALE E
CULTURALE

8. I dibattiti ai Mondiali Antirazzisti

Il festival non è solo un evento sportivo, ma culturale e sociale, in cui è importante affrontare alcuni temi di attualità attraverso dibattiti, organizzandone uno al giorno, non più lungo di due ore.

Prima dell'evento

- Identificazione dei temi da affrontare: questa è una decisione politica che dipende prevalentemente dalla visione degli organizzatori
- Identificazione degli ospiti: bisognerebbe avere un parterre di ospiti differenziato, alternando figure sportive, personalità politiche, artisti...

La maggior parte dei relatori può essere identificata tra le persone che hanno già un rapporto con la propria organizzazione: potrà risultare più facile coinvolgerli in quanto si sa già che condividono i valori dell'evento. Inoltre, si possono identificare una o due personalità "nuove" da coinvolgere

- Contattare gli ospiti: è molto importante contattarli per tempo, condividendo con loro il tema del dibattito, il motivo per cui li si vuole coinvolgere ed i contenuti del loro contributo
- Accordi con gli ospiti: gli ospiti dovrebbero aderire al progetto perché ne condividono i valori e non a fronte di un pagamento. È però necessario rimborsare loro il viaggio ed eventualmente l'alloggio
- Promozione dei dibattiti: chiedere allo staff del settore comunicazione di mettere in risalto i dibattiti e gli ospiti nei comunicati stampa e sui social media
- Pianificare accuratamente l'orario del dibattito: se l'evento è in estate, evitare le ore più calde, e in generale evitare di organizzarlo all'ora dei pasti o durante le competizioni sportive, altrimenti sarà difficile catturare l'attenzione dei partecipanti
- Controllare le attrezzature dello spazio dibattiti: microfoni, sistema audio, proiettore ecc.
- Se ci si aspettano molti partecipanti internazionali è necessario organizzare un servizio di traduzione
- Assicurarsi che gli ospiti sappiano come raggiungere l'evento



Durante l'evento

- Chiedere all'Infopoint di fare un annuncio pochi minuti prima dell'inizio del dibattito
- Assicurarsi che gli ospiti siano in orario; coordinare i loro arrivi e le partenze
- Assicurarsi che il settore comunicazione copra il dibattito attraverso i social media, dando il giusto rilievo ad argomenti e ospiti
- Identificare uno o più volontari che prendano appunti da condividere con il settore comunicazione (per post e articoli) e da utilizzare nel report finale

Dopo l'evento

- Preparare un breve report sul dibattito

COME
CREARE
UNO SPAZIO
CONDIVISO

9. La Piazza Antirazzista

La "Piazza Antirazzista" è uno spazio dove i partecipanti al festival sono invitati a portare e affiggere materiali delle loro attività contro la discriminazione, uno spazio che può essere utilizzato per dibattiti, presentazioni e attività sportive soft. La creazione di questo spazio è fortemente consigliata in quanto importante valore aggiunto della manifestazione.

Prima dell'evento

È fondamentale decidere la destinazione di questo spazio. Se sarà utilizzato per attività sportive dovrà essere attrezzato di conseguenza, mentre nel caso di uno spazio di relax, esso andrebbe organizzato con tavoli, sedie e alcuni giochi da tavolo. Lo spazio può essere allestito secondo le proprie esigenze/possibilità/immaginazione, e può essere il luogo dove organizzare attività estemporanee, avendo cura però di pianificare tutto per tempo per essere sicuri di avere l'attrezzatura necessaria.

Durante l'evento

La Piazza Antirazzista deve avere un suo responsabile, una persona che si occupi delle varie attività e della loro rotazione, nonché di dotare lo spazio delle attrezzature necessarie.



L'EVENTO È SICURO

10. La Sicurezza ai Mondiali Antirazzisti

Per organizzare un evento pubblico, può essere obbligatorio stipulare un'assicurazione per i partecipanti, è molto importante fare riferimento alle normative specifiche in materia per essere sicuri di seguire tutti gli iter burocratici obbligatori.

In tutti gli eventi sportivi dovrebbe essere presente un punto di assistenza (con ghiaccio spray, disinfettante, ecc.) anche nel caso in cui non fosse obbligatorio per legge, per accogliere ed aiutare le persone che durante le attività sportive si infortunano e contattare il supporto medico e/o un'ambulanza nei casi più gravi.

Anche se l'evento è organizzato per promuovere inclusione sociale e cooperazione, possono sempre verificarsi incidenti come risse, furti, aggressioni. Pertanto, è importante prevedere tra lo staff alcune persone pronte ad aiutare chi si dovesse trovare in difficoltà, offrendo mediazione e, se necessario, protezione. Un suggerimento è quello di formare un gruppo di "security amichevole": ciò significa una squadra di persone ben preparata agli inconvenienti ma con un comportamento più volto alla risoluzione dei problemi che alla punizione.

È fondamentale che l'evento sia accessibile alle persone con disabilità: controllare accuratamente che ogni parte dell'area dell'evento (campi, aree concerti, bagni, ristoranti) sia dotata di strutture accessibili.

DOVE DORMONO I PARTECIPANTI

11. L'area camping dei Mondiali Antirazzisti

Una buona scelta per migliorare l'inclusione sociale - obiettivo dell'evento - è quella di progettare un festival "residenziale". Ma è una decisione che obbliga a tenere conto di aspetti logistici ed organizzativi in più.

- Disporre di un'area dove le persone possano



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO



sistemare in sicurezza le tende. Questo potrebbe significare dover spostare l'evento in una location diversa da quella inizialmente individuata

- Assicurarci che l'area sia delimitata, in modo che non possano accedervi le macchine ma solo le persone che partecipano all'evento
- Avere un numero adeguato di bagni e docce (molto costosi da noleggiare)
- Sarà necessario incrementare il servizio di sicurezza notturno
- Tenere presente che ci sarà un'area in più da pulire dopo l'evento

Ci sono alcune soluzioni "alternative" che possono aiutare:

- Organizzare l'evento in un luogo (parco, villa...), sempre delimitato, ma in possesso di strutture e servizi; in questo caso è necessaria una partnership ed una collaborazione chiara con il proprietario dello spazio
- Organizzare l'evento vicino a campeggi/ostelli/alloggi economici, con i quali si può firmare un accordo per prezzi agevolati
- Organizzare l'evento in un luogo vicino ad un'area di campeggio libero: in questo caso non si è obbligati a fornire servizi, ma bisogna essere consapevoli che se si verificassero dei problemi si potrebbe essere comunque chiamati in causa, anche se "teoricamente" non si è direttamente coinvolti



12. Centri estivi

Durante l'estate, i bambini sono di solito liberi dagli impegni scolastici, quindi si può pensare di organizzare all'interno dell'evento uno spazio specificamente dedicato a loro, gestito da un apposito staff ed animato. Nella scelta delle attività da far fare ai bambini è meglio orientarsi su quelle che non hanno bisogno di strutture specifiche, come ad esempio schemi motori di base, avviamento allo sport, giochi motori e psicomotricità. Nel pianificare le attività con i bambini vanno considerati diversi aspetti.



TOOLKITEYESS COME ORGANIZZARE L'EVENTO

- Età dei bambini. E' bene definire una fascia di età ben precisa per la partecipazione, da gestire in maniera flessibile. I bambini più grandi, ad esempio, potrebbero partecipare direttamente alle attività sportive principali, ma se preferiscono restare nel centro estivo, bisogna coinvolgerli nelle attività
- Area sicura: assicurarsi di avere un'area senza rischi per i bambini
- Prenotazione: i genitori dovrebbero iscrivere i bambini in anticipo, quindi è bene pubblicizzare questo servizio attraverso tutti i canali di comunicazione, in modo da capire di quanti educatori ci sarà bisogno
- Acqua e snack: assicurarsi di avere acqua disponibile per ogni bambino (acqua di rete o bottiglie). Se le attività programmate prevedono un coinvolgimento dei bambini per molte ore si potrebbe offrire uno spuntino, ma va prima verificata la legge sulla somministrazione di cibo ai bambini, e bisogna inoltre essere consapevoli di eventuali allergie/intolleranze/esigenze. Non è quindi qualcosa che si può "improvvisare" ma deve necessariamente essere programmata in anticipo

- Non rendere visibili i volti dei bambini nelle immagini che diffonderete sulle pagine social o durante le dirette streaming





INFOBOX - CIBO E BEVANDE

A latere dell'evento, potrebbe essere utile avere un'area dove vendere cibo e bevande, in modo che le persone possano avere dei momenti di relax e passare più tempo al festival. Può anche essere uno strumento per raccogliere fondi aggiuntivi a supporto dell'evento stesso.

Ci sono due alternative:

1) OSPITARE UN SERVIZIO ESTERNO DI CIBO E BEVANDE

È il modo più semplice; i ristoratori affittano lo spazio e organizzano tutto da soli. Il compito dell'organizzazione del festival è quello di chiudere con loro un contratto, che potrebbe anche includere la negoziazione di una parte delle entrate o di una quota fissa. Da considerare:

- L'offerta alimentare dovrà essere inclusiva e comprendere opzioni che tengano conto delle allergie e delle intolleranze più diffuse, così come di scelte vegetariane, vegane o dettate dalla fede religiosa
- Gli stand alimentari devono condividere e rispettare i valori dell'evento, quindi garantire lavoro regolare, nessuna discriminazione, utilizzo il più possibile di materiali eco-compatibili

2) FORNIRE UN SERVIZIO DI RISTORAZIONE INDIPENDENTE

Questa soluzione ha probabilmente più potenziale in termini di raccolta fondi, ma è anche più complessa. Di seguito una breve lista di cose da considerare:

- Legge locale in materia di somministrazione di cibo e bevande
- Dove conservare il cibo, necessità di grandi frigoriferi industriali
- Noleggio di macchine da cucina
- Necessità di persone dedicate alla conservazione e gestione del cibo
- Necessità di volontari disponibili a cucinare/servire cibo/bevande (potrebbe essere più facile trovare volontari per attività sportive) o possibilità di erogare dei compensi
- Necessità di sottoscrivere una convenzione con un supermercato vicino all'area del festival per avere prezzi agevolati e la possibilità di un reso per alimenti e la merce non consumata
- Rispetto delle leggi sulla sicurezza sul posto di lavoro
- Assicurarsi di avere menù semplici ma differenziati (persone con allergie e intolleranze/ vegetariani e vegani/persone con esigenze alimentari dovute alla religione): è meglio semplificare. Per esempio, un menu vegano può essere mangiato da persone vegetariane e onnivore, ma non il contrario. Per abbassare i costi, scegliete dei piatti semplici che possono essere mangiati dalla maggior parte delle persone (fagioli, patate, verdure ecc.).
- Per un evento di tre giorni, una grande varietà di cibo non è necessaria
- Considerare anche l'opzione di cibo veloce e leggero: le persone partecipano ad attività sportive, quindi è comodo avere panini e frutta semplice da mangiare, come banane o mele



13. Comunicazione di un evento antirazzista

Tenendo presente le raccomandazioni generali sulla campagna (vedi pagina 36), di seguito sono riportate alcune attività strettamente legate all'evento.

Prima dell'evento

È importante iniziare a comunicarlo in anticipo, presentando l'evento, le attività, gli obiettivi e i valori, al fine di creare aspettativa nel pubblico. Utilizzare diversi mezzi di comunicazione, sito web e social media, aggiungendo aggiornamenti e informazioni sull'iscrizione ai diversi tornei.

Contatti con le squadre: se si ha un database di squadre che hanno partecipato a eventi passati o che avrebbero piacere a partecipare a un evento del genere, inviare loro una mail o una presentazione invitandoli a partecipare. Potrebbe essere utile anche creare una newsletter da inviare a tutte le squadre o persone interessate (online e per abbonamento usando sito web o i social media), per tutte le ultime notizie, il calendario delle partite, le migliori foto o i risultati.

Iscrizioni delle squadre: la cosa più semplice è creare un modulo web per l'iscrizione (ad esempio, Google); inserire tutte le informazioni necessarie per creare il calendario delle partite, in base ai criteri stabiliti (tornei misti o tornei specifici in base all'età/genere, ecc.). È importante avere un contatto (cellulare ed e-mail) del responsabile dell'iscrizione della squadra per potergli inviare tutte le informazioni relative all'evento. Specificare sempre che tutti i dati personali rimarranno confidenziali e usati solo dagli organizzatori per l'organizzazione dell'evento.

Lista di contatti con i giornalisti: organizzare una lista dei media (locali, nazionali, internazionali); cercando di identificare giornalisti e testate che potrebbero essere più interessati all'evento: sport, affari sociali, musica, cultura. A seconda di ciò che verrà offerto e del target dei partecipanti. È bene avere un'ampia rappresentanza di giornali, riviste online, radio, televisioni.





TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

Comunicati stampa: inviare periodicamente comunicati stampa alla lista dei media; questi dovrebbero essere brevi, con informazioni immediate e attraenti (numero di partecipanti, ospiti speciali, gruppi musicali), per evidenziare elementi che potrebbero essere interessati a "coprire". Non inserire troppe informazioni, ma cercare di scriverle come un vero e proprio articolo e/o notizia; qualche testata potrebbe decidere di pubblicarlo direttamente.

Conferenza stampa: se possibile organizzare una conferenza stampa prima dell'evento, potrebbe essere una buona idea per attirare i media, soprattutto a livello locale. È importante pensare a chi interverrà; è auspicabile avere la testimonianza di un personaggio celebre (meglio se proveniente dal mondo dello sport).

Documentazione foto/video: è importante non trascurare la documentazione fotografica del backstage (allestimento, staff, volontari etc..)

Durante l'evento

Aggiornamento delle pagine social e del sito web: durante l'evento, aggiornare il sito web e i social media con notizie, foto, storie, risultati delle partite e interviste per mantenere alta l'attenzione e informare tutti i partecipanti.

Documentazione foto/video: documentare tutte le attività dell'evento con foto e video. Questo materiale potrebbe essere importante per presentare i risultati al pubblico, per la relazione finale ai donatori/sponsor e per presentare progetti futuri.

Comunicato stampa quotidiano: inviare ogni giorno un breve comunicato stampa alla lista dei contatti dei media con i risultati sportivi, eventuali episodi di interesse e il programma della giornata successiva (se più giorni).

Catturare l'interesse dei giornalisti preparando storie coinvolgenti: nel caso in cui un giornalista partecipi di persona all'evento, un componente dello staff deve essere pronto ad accompagnarlo e ad illustrargli tutta l'area del festival.

Avere un'idea delle persone che potrebbero essere inter-



TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

vistate, sempre nell'ottica di trasmettere storie che possano suscitare interesse nel pubblico (sport come "salvezza", storie di migrazioni...), sapere in anticipo chi chiamare per un'intervista (essere sicuri che le persone vogliono essere intervistate e stabilire le regole in anticipo con il giornalista, ad esempio, come ad esempio cambiare il nome delle persone o mantenerne l'anonimato, sapere se gradiranno essere fotografati ecc.)

Rassegna stampa: raccogliere quotidianamente tutti gli articoli sull'evento, è più utile che farlo alla fine.

Dopo l'evento

Comunicato stampa finale: preparare un comunicato stampa da inviare alla lista dei contatti e da pubblicare sul sito web e sui social media, con un bilancio dell'evento, i risultati principali, storie raccolte e foto.

Galleria foto/video: pubblicare una galleria con le migliori foto e realizzare un breve documentario video utilizzando il materiale raccolto durante l'evento.

Rassegna stampa finale: raccogliere tutti gli articoli in una pubblicazione potrebbe essere utile sia come compendio al report finale per donatori o sponsor, sia come documentazione utile per preparare il prossimo e cercare nuovi partenariati.





COME COMUNICARE UN EVENTO





QUALI SONO GLI OTTO PASSI PER SVILUPPARE UN EFFICACE PIANO DI COMUNICAZIONE?

Otto passi per sviluppare un efficace piano di comunicazione.

La comunicazione sociale

La comunicazione sociale rappresenta un segmento di comunicazione con particolari caratteristiche. In realtà è molto diversa dalla comunicazione commerciale. I suoi obiettivi di pubblico interesse e di utilità sociale sono alla base di scelte strategiche che non sempre coincidono con quelle adottate nel campo del marketing commerciale. I suoi scopi sono quelli di educare e sensibilizzare i cittadini su temi di interesse sociale, promuovere il cambiamento comportamentale, sensibilizzare la popolazione sulle problematiche sociali, promuovere il benessere delle persone e della popolazione, sostenere le relazioni sociali, creare legami e condivisione intorno ai valori positivi, per favorire la solidarietà, l'inclusione e il benessere della comunità. La comunicazione sociale ha la caratteristica di informare e rendere più consapevoli le scelte individuali delle persone. Negli ultimi anni enti pubblici, associazioni, organizzazioni non-profit e anche imprese private hanno finalmente capito quanto sia importante investire nelle campagne di comunicazione sociale e/o di impatto sociale.

Il ruolo di un piano di comunicazione

Il piano di comunicazione è un documento strategico che guida tutte le attività della comunicazione necessarie per raggiungere gli obiettivi. Descrive come intendiamo comunicare i giusti messaggi alle persone giuste (il proprio target) nei tempi giusti.

Gli elementi principali di un piano di comunicazione sono: obiettivi, target, strategia, messaggi chiave, orientamento creativo, budget, mass media, prodotti, tempi, monitoraggio. Quando un piano copre un periodo di diversi anni, viene aggiornato nel corso del tempo.

Alcuni aspetti possono essere considerati preparatori al piano di comunicazione: l'analisi del contesto, lo studio del fenomeno, l'analisi delle caratteristiche del target e delle scelte dei "competitor".



TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

La fase preparatoria si avvale di diversi strumenti: l'ascolto attraverso focus group o briefing con i portatori di interesse, la ricerca per saperne di più sul target, lo studio della documentazione sul fenomeno, la lettura comparata di azioni di comunicazione che hanno gli stessi obiettivi.

Definire gli obiettivi della comunicazione

Questo è il punto chiave. Tutto deriva dagli obiettivi. Gli obiettivi delle attività di comunicazione devono essere:

- Dettagliati e non generici
- Misurabili attraverso indicatori che diventino punti chiave del monitoraggio
- Fattibili e coerenti con risorse economiche, tempi e strumenti disponibili
- Definiti nel tempo

Target e area geografica della campagna

Il piano di comunicazione identifica lo specifico target della campagna. La definizione del target è cruciale per riconoscere in modo opportuno gruppi socio-culturali omogenei e perfezionare di conseguenza la comunicazione.

Un attento lavoro in questo senso è essenziale per un'efficace strategia di comunicazione e per applicare le corrette scelte strategiche. Riconoscere l'obiettivo consente di essere coerenti senza sprecare risorse in azioni che rischiano di essere inutili.

Identificare e descrivere il target di riferimento significa comprendere tutti i dati socio-culturali, demografici ed economici, per essere in grado di capire su quali elementi far leva e come strutturare la campagna di comunicazione.

Per identificare il target specifico, servono prima di tutto alcune importanti informazioni: età, residenza, livello di studi, genere, posizione lavorativa e professione, a cui vanno aggiunti elementi più complessi come lo standard di vita, i comportamenti e le abitudini.



TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

Definizione della strategia e dei suoi strumenti

La definizione della strategia è la pietra angolare su cui poggia l'intero piano di comunicazione.

In questa fase, molte delle decisioni saranno basate sui capisaldi identificati in precedenza (obiettivi, target e risorse disponibili), in particolare:

- Elementi chiave di creatività (parole chiave, tono, visual concept e copy...)
- Tecniche/approccio di comunicazione (singolo obiettivo, obiettivi multipli, comunicazione integrata, non convenzionale, guerrilla marketing, comunicazione relazionale con contenuto istituzionale altamente informativo, marketing diretto...)
- I media da utilizzare (media di settore, nuovi media..)
- La scelta di materiali per veicolare la campagna (spot video, spot radiofonici, prodotti editoriali, attività di comunicazione Below The Line, materiale per allestimenti stampati e in digitale, prodotti multimediali, sito web, App, banner statici e dinamici, infografiche e tutta la produzione necessaria per la gestione dei social: dall'apertura della pagina allo sviluppo dei post).

Per la buona riuscita della strategia comunicativa va tenuto presente che qualsiasi aspetto influenza gli altri e che ogni elemento deve essere coerente con gli altri. L'applicazione della strategia si traduce nella creazione di un ecosistema di comunicazione. I suoi elementi interagiscono tra loro generando un effetto moltiplicatore sul livello di contatto, attenzione, relazioni e reazioni.

Sviluppo del visual concept e copy della comunicazione

Il risultato dell'analisi fin qui attuata, tradotto in “valori emotivi”, è alla base della proposta creativa. Per proposta creativa non si intende una campagna completa, ma appunto l'idea creativa che ne sarà la base, composta da elementi grafici, immagini e slogan. La creatività non fa parte direttamente del progetto ma è uno dei motori della comunicazione.

È importante tenere a mente che si comunica al target,



TOOLKIT EYES COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI



non a sé stessi, per cui dire "non mi piace una cosa" non ha senso, perché è al pubblico che deve piacere. Non esiste un unico linguaggio che possa funzionare in qualsiasi situazione: la scelta del registro è funzionale alla strategia, che a sua volta dipende dagli obiettivi e dal target di riferimento.

Mentre la pubblicità commerciale adotta l'arma della seduzione, lavorando principalmente nell'area dei desideri e dei bisogni, la pubblicità sociale fa leva su idee, valori e responsabilità. Alcuni dei registri più utilizzati nella comunicazione sociale sono:

- 1 Linguaggio commovente, emotivo, evocativo**, che si basa sui sentimenti, le emozioni e l'empatia delle persone;
- 2 Accusatorio**, denuncia di un problema e responsabilità dei soggetti rispetto a questa situazione negativa;
- 3 Scioccante/drammatico**, un modo per rappresentare un aspetto drammatico della realtà e per evidenziare le conseguenze negative di un determinato comportamento; è un linguaggio che si basa sulla paura;
- 4 Ironico/divertente**, questo tipo di linguaggio ha l'obiettivo principale di evidenziare i problemi e stimolare la riflessione e l'azione su problemi specifici, ma utilizzando un tono divertente;
- 5 Didattico**, in questa categoria l'approccio è quello di informare e guidare le persone a correggere comportamenti nel rispetto di determinate regole.

Media Mix

Stabilito il budget, si pianifica l'utilizzo di un insieme di media, scegliendo di volta in volta gli strumenti adatti a trasmettere il messaggio al target di progetto. La scelta di media offline e online per veicolare la campagna è un momento fondamentale nella strategia di comunicazione. Alla luce delle straordinarie opportunità oggi disponibili, si tende a privilegiare un mix di strumenti da ottimizzare rispetto alle risorse e al profilo del target. Pensare a un media mix significa comporre un piano che consenta la convivenza di canali con caratteristiche molto diverse.

Evento. Gli eventi organizzati all'interno di una campagna di comunicazione servono a promuovere il contatto diretto



TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

e un approccio interattivo. In questa categoria rientrano gli eventi di piazza, i seminari e i grandi convegni.

Stampa. È il medium attraverso il quale si possono trasmettere più informazioni, e che consente quindi un maggiore approfondimento del messaggio. Un importante vantaggio di questo mezzo è anche l'opportunità di selezionare il pubblico di riferimento.

Televisione. Offre la possibilità di comunicare storie ricche di emozioni, capaci di ottenere un forte coinvolgimento da parte del target. La televisione continua a essere un mezzo particolarmente importante per raggiungere un vasto pubblico. Alcuni svantaggi sono i costi e l'impossibilità di segmentare specificamente il target.

Radio. A differenza del recente passato, la radio è oggi tornata ad essere considerata un mezzo importante, che molte organizzazioni profit e non profit utilizzano con successo nelle proprie campagne di comunicazione. Questo successo è dovuto ad un rapporto ottimale tra costi e audience, oltre che alla capacità di segmentazione del target e alla forza di veicolare messaggi ed emozioni.

Cartelloni. I cartelloni stradali sono un mezzo che si rivolge a tutti senza distinzione, e non consente la segmentazione del target. Il messaggio quindi, più che per qualsiasi altro medium, deve essere chiaro, conciso e diretto. Il pubblico difficilmente riuscirà a memorizzare messaggi troppo lunghi e complessi, perché il tempo di visione è solitamente breve. Per contro, questo tipo di pubblicità outdoor ha un costo relativamente basso, e permette - attraverso poster di vari formati e diversi posizionamenti - di raggiungere un pubblico vasto ed eterogeneo. Se il messaggio riesce a catturare l'attenzione di un pubblico distratto e in movimento, probabilmente riuscirà a "lasciare un segno".

Social Web. Il digitale è il canale privilegiato per comunicare con i giovani ed è necessario investire in particolare sui Social Network. Probabilmente la crisi economica e la conseguente riduzione dei budget disponibili hanno giocato un ruolo di primaria importanza nell'utilizzo del Web





TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI



da parte di molte organizzazioni profit e non profit, ma il futuro - a detta di molti - è nel marketing di relazione, nello sviluppo di strumenti e tecniche capaci di costruire socialità e relazioni tra le persone, e niente può assolvere a questo compito come la Rete. L'utente acquisisce tanto più potere quanto si espande la sua rete relazionale.

Relazioni con i media. Le relazioni con i media riguardano tutte le attività di contatto, comunicazione e informazione che sono espressamente rivolte ai media e che hanno l'obiettivo di trasferire un messaggio all'esterno dell'organizzazione.

Monitoraggio e valutazione dei risultati.

Momenti di pianificazione per verificare lo stato di avanzamento della campagna sono parte fondamentale di un piano di comunicazione. Anche se crediamo nella strategia, dovremmo essere pronti a cambiarla in base ai risultati ottenuti.

Tutto questo passa attraverso un'attività di monitoraggio e valutazione, che deve essere programmata per diverse fasi intermedie della campagna.

Questa programmazione dà la possibilità di intervenire e aggiornare la strategia sulla base delle informazioni raccolte durante l'implementazione dell'attività.

Altrettanto importante è un'analisi al termine della campagna per misurare il raggiungimento degli obiettivi e le eventuali criticità delle strategie adottate.

Questo percorso si basa sull'identificazione di indicatori chiave di prestazione (KPI - Key Performance Indicator, ovvero gli indicatori utilizzati per misurare i risultati) e fornisce una pianificazione delle fasi analitiche e del metodo di raccolta dei dati. Una pianificazione per le fasi di analisi e del metodo di raccolta dei dati si basa principalmente sulla scelta corretta degli indicatori chiave di prestazione (KPI) per la misurazione dei risultati.





COME COMUNICARE UN EVENTO SOCIAL

Comunicazione di un evento social

Il social marketing è una strategia indispensabile nella comunicazione di un evento, essa infatti contribuisce a:

- Creare consapevolezza sugli eventi
- Creare un canale di informazioni che offra ciò che i partecipanti si aspettano, in modi coinvolgenti
- Contribuire alla sensibilizzazione sui temi sociali legati all'evento

Soprattutto, il social marketing degli eventi incoraggia l'effetto moltiplicatore generato dal coinvolgimento delle persone e dei potenziali partecipanti. Il modo più efficace per dare visibilità al vostro messaggio è coinvolgere i vostri sostenitori nella sua diffusione: ogni persona che segue la vostra organizzazione o il vostro evento sui canali social può aiutare a diffondere il messaggio tra i suoi contatti. È la forma di partecipazione più semplice ed immediata, e per questo è quella che potenzialmente può coinvolgere il maggior numero di persone e costituisce il primo passo verso forme di coinvolgimento più impegnative.

Stimolare una grande partecipazione online può essere utile sia per diffondere informazioni che per costruire una community che partecipi anche offline alle vostre attività.

Inoltre, la diffusione del vostro evento social online semplifica la raccolta di feedback, che è maggiormente prezioso in contesti in tempo reale (come gli eventi), misura il coinvolgimento e genera informazioni preziose che possono essere utilizzate per la ricerca futura e la gestione della reputazione.

Infine, una diversificata strategia di marketing online può estendere l'impatto dell'evento oltre la sua data effettiva, aggiungere un elemento interattivo e fornire risorse a cui è possibile accedere sempre e ovunque.

Come pianificare la comunicazione online di un evento social

Nell'integrare i piani di comunicazione con la comunicazione dell'evento, bisogna seguire i principi e le strategie già affrontati per i piani di comunicazione (vedi pag. 36): ricercate il vostro pubblico e offrite un'espe-



TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI



rienza oltre le loro aspettative utilizzando una varietà di canali e formati coerenti con il target e gli obiettivi dell'evento. Innanzitutto, chiarite obiettivi, target, strategia e tono di voce del vostro piano di comunicazione dell'evento.

Una volta definiti i pilastri principali del piano di marketing dell'evento, i passaggi successivi dovrebbero essere suddivisi in tre fasi: pre-evento, durante l'evento e post-evento. Per ogni periodo dell'evento, create un calendario dei contenuti e accordatelo agli obiettivi di marketing dell'evento, assicurandovi che abbia anche una componente di soluzione dei problemi.

Pensate a quali problemi o domande potrebbero avere i partecipanti: qualsiasi cosa, dall'agenda all'alloggio, dal viaggio verso la sede dell'evento alle cose da fare nella zona, alla registrazione, all'acquisto dei biglietti, ecc.

Le vostre priorità chiave dovrebbero essere:

- **Essere organizzati per i dispositivi mobili (*mobile friendly*):** considerato che la grande maggioranza dei potenziali partecipanti utilizza uno smartphone per trovare informazioni sugli eventi, è fondamentale comunicare utilizzando contenuti e formati ottimizzati per i dispositivi mobili.
- **Rendere i contenuti condivisibili e interattivi:** l'obiettivo è costruire relazioni dirette e dialogo con il pubblico, utilizzando strumenti che permettano un'interazione in tempo reale. Questo può avvenire attraverso la trasmissione in streaming di un evento, oppure - ad esempio durante un congresso - posizionando nelle stanze dei coffee break dei monitor che proiettano i *social media wall* (aggregatori di feed provenienti da diversi social media, ndr) relativi all'evento, per mostrare in diretta commenti o citazioni dei relatori che sono appena intervenuti.

La *gamification* invece è una tecnica che spinge i partecipanti a condividere i propri contenuti all'interno di contesti appositamente creati: chat, video storie girate dai partecipanti relative a precedenti edizioni di un evento, spezzoni del "dietro le quinte". Questa strategia -



TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

molto usata ad esempio nel marketing congressuale - fa sì che l'origine del contenuto e dei valori venga percepita come prodotta dal partecipante.

Assicuratevi che il contenuto venga pubblicato al momento giusto: in generale, i contenuti per i giovani dovrebbero essere pubblicati nel pomeriggio o dopo l'ora di pranzo.

Il monitoraggio è un aspetto cruciale del marketing digitale per gli eventi. Leggete i commenti e controllate il coinvolgimento dei partecipanti online, perché ciò influenza anche la reputazione dell'evento.

Ricordate un buon contenuto deve essere seguito da una sua adeguata valorizzazione. Bisognerebbe sfruttare tutti i contenuti visivi prodotti: i video, i blog che raccontano i momenti salienti, presentazioni, slides, bacheche social, eventuali registrazioni delle attività svolte. E terminare sempre con una nota positiva, inviando dei ringraziamenti personalizzati ai partecipanti via email o attraverso tag sui social.

Gestire le community e affrontare le avversità

La diffusione online di un evento sociale vuol dire anche creare una comunità virtuale e/o interagire con essa: da questa interazione derivano delle sfide che necessitano delle capacità specifiche per essere affrontate. Da un lato ci si troverà davanti a molte opportunità (come menzionato al paragrafo), ma dall'altro si presterà il fianco ad haters e ad attacchi online. Quando questo si verifica, i social media manager e i giornalisti che lavorano sui social devono prestare molta attenzione.

Per comprendere a fondo come gestire la community online per evitare gli attacchi, ci baseremo su 5 punti chiave, importanti per gestire qualsiasi community online e fondamentali quando si tratta di gestire situazioni critiche.

- Messaggio prioritario (Message bible)
- Target
- Monitoraggio
- Comprensione e razionalizzazione
- Coinvolgimento



TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

Message bible

È un semplice elenco puntato che riassume 4 affermazioni prioritarie per l'evento. I quattro pilastri del message bible riassumono i valori, la visione e la missione dell'evento. Mettere in parole i valori e le convinzioni è utile per motivare le persone a prendere parte all'evento.

Target

Prima di iniziare a interagire con gli utenti, dovete sapere con chi state parlando. Sono uomini o donne? Giovani o adulti? Attenzione: non parliamo solo di sostenitori, ma anche di avversari! Conoscere le categorie di persone dietro la community potrebbe essere utile non solo per capire come e cosa scrivere, come anticipato, ma anche quali reazioni aspettarsi.

Monitoraggio

Il monitoraggio attivo delle conversazioni online è importante. Ci aiuta in molti modi a:

- Capire cosa pensano le persone
- Offrire aiuto o informazioni agli utenti che ne hanno bisogno
- Prevenire contenuti critici

Il monitoraggio offre anche ispirazione su quali contenuti dovremmo pubblicare di più o su come scriverli: il coinvolgimento ci suggerisce come ottimizzare la nostra comunicazione online.

Inoltre, il monitoraggio non dovrebbe avvenire solo sui nostri canali social gestiti da noi, ma andrebbero monitorati *hashtag* o argomenti particolari (*topic*) per conoscere meglio le posizioni e le sensazioni relative ad una particolare questione.

Comprendere e razionalizzare

Una delle attività più sottovalutate nella strategia digitale è rispondere ai commenti. Prima di farlo, leggete attentamente i messaggi e cercate di essere positivi.

Leggere una conversazione online è utile, ma potrebbe anche essere stressante. Leggere dichiarazioni controverse, notizie false, rabbia e delusione tutto il giorno po-



TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

trebbero influenzarci direttamente. Razionalizzate. Se dovete gestire una community online, dovrete essere sicuri e calmi quando affrontate le controversie.

I nostri sentimenti negativi rafforzano gli altri e rischiamo di commettere più errori.

Quando rispondete, siate educati e istituzionali. Mantenere un tono calmo ed educato diminuisce l'aggressività dell'avversario, impedendogli di trovare elementi per rinvigorire le emozioni negative degli altri. Inoltre, mostrate a chi segue il dibattito che avete il controllo della discussione. Vi mette in una situazione di potere, permettendovi di fornire informazioni complete ed esaustive e rendere più difficili gli attacchi di terzi.

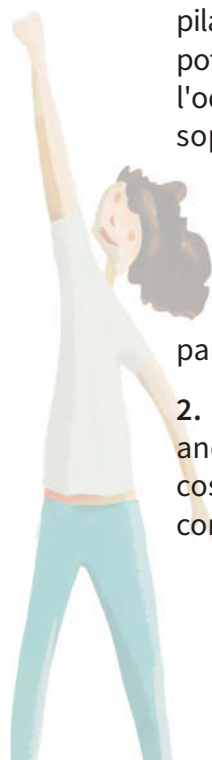
Tuttavia, non bisogna abboccare. Non si dovrebbe rispondere a tutti i commenti. Non rispondete quando l'utente sfida le persone e non le idee, quando offende o provoca gli utenti o usa un linguaggio violento e dannoso. In questi casi non è utile rispondere, perché non siamo di fronte a un dialogo. In alcuni casi, nascondere un commento può essere la soluzione. Questo non significa eliminarlo. È una funzione specifica di Facebook e Instagram che permette di nascondere il commento a tutti tranne che all'autore e ai suoi amici. In particolare, il commento andrebbe nascosto quando si tratta di spam o incitamento all'odio (hate speech).

Incitamento all'odio (hate speech) e gestione delle crisi

Se affrontiamo l'hate speech, dovremmo avere ben chiari i pilastri sopra menzionati. La nostra comunicazione proattiva potrebbe essere più audace e più feroce dell'incitamento all'odio ricevuto. In questo caso, oltre a quanto spiegato sopra, possiamo reagire principalmente in due modi:

1. Contenuto correlato. L'argomento è lo stesso della polemica, ma diamo nuovi punti di vista, maggiori dettagli. Dovremmo sempre usare un linguaggio positivo. Ci aiuta a fissare l'agenda: decidiamo come parlare della questione.

2. Contenuto non correlato. A volte può essere utile anche solo spostare il dibattito online e parlare di qualcos'altro. È importante non apparire colpevoli e offrire contenuti reali.





TOOLKITEYESS COME COMUNICARE UN EVENTO ANTIDISCRIMINAZIONE COME I MONDIALI ANTIRAZZISTI

Suggerimenti pratici

- 1. Coinvolgimento diretto.** Iniziate il vostro messaggio con "Buongiorno Nome" o un più informale "Ciao Nome" perché stabilisce un legame
- 2. Scrivete dichiarazioni chiare e semplici.** È importante essere chiari e facilmente comprensibili
- 3. Personalizzate le risposte.** Dedicate un po' di tempo a rispondere a ciascuna persona, evitando il copia-incolla. Una risposta personalizzata è premurosa verso chi la riceve
- 4. Usate un tono educato.** Ricordate, parlate a nome di un evento e dovrete essere aperti e istituzionali
- 5. Affermazione positiva.** Cercate di evitare forme verbali negative e cercate di usare parole positive
- 6. Rispondere ai commenti** aumenta il coinvolgimento del post. In particolare, per rafforzare i contenuti positivi invece di quelli negativi, dovrete rispondere per lo più a quelli positivi, anche se sembra inutile. L'algoritmo di Facebook preferisce mostrare i commenti di maggior "successo"
- 7. Se il commento è critico,** rispondere può aiutarvi, non a convincere il soggetto a cambiare opinione, ma a fornire una risposta a coloro che hanno gli stessi dubbi e a dissuaderli dallo scrivere lo stesso commento. Questo perché dimostrate che esiste la moderazione attiva
- 8. Contenete immediatamente** l'effetto valanga
- 9. Dimostrate di essere trasparenti** e di sapere come assumervi la responsabilità delle vostre affermazioni



NETWORK AND PARTNERS





COME COSTRUIRE ALLEANZE PER PROMUOVERE L'EVENTO

Rete e partenariato

Un evento sociale, e soprattutto i Mondiali Antirazzisti e altri eventi simili, non può essere un esercizio a sé stante. Per raggiungere i propri obiettivi a lungo termine di inclusione sociale “365 giorni all'anno”, è fondamentale lavorare su una partnership stabile sul territorio, coinvolgendo le associazioni che lavorano quotidianamente sui temi in questione. Queste attività mirano non solo a organizzare un evento “partecipato”, ma anche a creare un ambiente quanto più inclusivo. Per avviare la costituzione di una rete, è importante partire con una mappatura delle associazioni e dei club sportivi che operano nel territorio interessato partendo dal livello locale (nel caso dei club, ad esempio) fino al livello nazionale per le attività di comunicazione.

In questo capitolo, inoltre, parleremo delle attività di networking per la ricerca di sostegno finanziario per l'evento. A questo proposito, vedere il riquadro “sostenibilità finanziaria” (pagina 8).

Istituzioni nazionali

Per coinvolgere nella rete le Istituzioni nazionali, è necessario adottare una comunicazione molto formale e inserire l'evento in un contesto più ampio, sia dal punto di vista geografico che di contenuti. Si può chiedere un supporto formale all'evento, come il patrocinio, scrivendo a nome della propria associazione e seguendo le loro linee guida ufficiali.

Enti locali (Comuni, Province, Regioni)

Gli enti locali possono dare supporto politico e pratico all'evento: sono più “prossimi” di quelli nazionali e spesso è loro interesse essere coinvolti negli eventi locali. Anche in questo caso è necessario adottare una comunicazione di tipo formale; per chiedere il loro supporto, vanno contattati attraverso l'invio di lettere firmate dal rappresentante legale dell'organizzazione. Si può anche provare a chiedere il sostegno finanziario su aspetti specifici; il più comune è l'utilizzo gratuito di uno spazio pub-



TOOLKITEYESS COME COSTRUIRE ALLEANZE PER PROMUOVERE L'EVENTO



blico (come una sala per riunioni). Una buona pratica è anche invitare un rappresentante degli enti locali a partecipare alla cerimonia di apertura, per portare il proprio saluto, e/o chiedere di promuovere l'evento attraverso i canali ufficiali.

Università, ricercatori, docenti

Il coinvolgimento delle Università è utile sotto vari punti di vista: contribuisce ad incoraggiare la partecipazione dei giovani, a migliorare le metodologie di lavoro e ad ampliare il raggio di comunicazione. Per incoraggiare il coinvolgimento delle Università si possono offrire dei benefit: stage per gli studenti, utilizzo dell'evento come un "caso di studio" per alcuni ricercatori, crediti formativi per gli studenti per la loro partecipazione ad attività di volontariato.

ONG e associazioni locali, comunità locali

Il coinvolgimento di questi soggetti è uno degli obiettivi principali dell'attività di networking per la costruzione di una buona partnership. La collaborazione con associazioni non sportive è fondamentale per creare un legame con le persone che vivono nel territorio in cui si pianifica l'evento e per unire la parte culturale a quella sportiva. Il modo migliore per coinvolgere le associazioni è presentare il progetto / evento, chiedendo loro di prendervi parte e collaborare, offrendo uno spazio dove promuovere le proprie attività ordinarie. Ad esempio: un'associazione locale che organizza corsi di cucina può proporre ai suoi iscritti di cucinare per l'evento o di offrire un assaggio gratuito dei suoi prodotti. In questo modo le associazioni locali offrono un servizio e guadagnano visibilità per potenziali nuovi aderenti; un'associazione che lavora con la fotografia può utilizzare l'evento come terreno di esercitazione e allo stesso tempo regalare dei buoni scatti; un club di lettori di libri può organizzare una conferenza pubblica su un tema in linea con l'evento...



TOOLKIT EYESS COME COSTRUIRE ALLEANZE PER PROMUOVERE L'EVENTO



Associazioni che lavorano con migranti e rifugiati

Nel panorama delle associazioni potenziali partner, un posto importante è riservato alle associazioni che lavorano direttamente con migranti e rifugiati in diversi ambiti: corsi di lingue, assistenza legale, assistenza sanitaria. Queste associazioni possono aiutare a coinvolgere un alto numero di partecipanti, e l'evento stesso può essere un momento per loro per entrare in contatto con persone con cui ancora non lavorano. È buona pratica fare una mappatura di questo tipo di associazioni nella zona di interesse e contattarle direttamente.

Comunità di migranti

In un progetto / evento sull'inclusione sociale, il coinvolgimento delle comunità di migranti che vivono nel territorio è fondamentale. Per fare questo, si può promuovere l'evento distribuendo materiali informativi nelle zone in cui le comunità vivono e nei loro luoghi di incontro, presso associazioni culturali, centri religioso/culturali e in occasione di eventi dedicati al tema. Si possono anche contattare gruppi FB o pagine di riferimento per varie comunità. Una buona pratica per coinvolgere le persone è anche tradurre i materiali informativi nella maggior parte delle lingue parlate dalle comunità presenti sul territorio e includere gli sport popolari tra le comunità di migranti.

Centri per rifugiati

Così come per le comunità di migranti, quello dei rifugiati è un target molto importante, ma allo stesso tempo delicato: le persone che vivono nei centri per rifugiati a volte non hanno la stessa "libertà" di movimento, e hanno meno occasioni di incontrare altre persone o di andare nei centri culturali. Pertanto, è molto importante contattare i referenti dei centri rifugiati in anticipo, per conoscere le loro regole organizzative e chiedere loro di invitare gli ospiti dei centri a partecipare all'evento individualmente o, ad esempio, formando una squadra.



TOOLKITEYESS COME COSTRUIRE ALLEANZE PER PROMUOVERE L'EVENTO



Società sportive di base

Questo è il gruppo target più immediato, ma anch'esso richiede una certa attenzione. Quando inviti un club a partecipare al tuo evento/torneo, devi essere molto chiaro sul fatto che la competitività non è l'obiettivo principale che stai perseguendo; le cose più importanti sono il fair play, la socializzazione e l'inclusione. Le società sportive devono essere consapevoli che il torneo avrà delle regole "diverse" da quelle usuali, create per favorire i temi sopra citati.

Società sportive professionistiche

Il coinvolgimento di una società sportiva professionistica con sede nel Comune della manifestazione è senza dubbio veicolo di attenzione per i media e per il pubblico. Cerca di stabilire un contatto con loro in anticipo; il modo migliore è passare dal loro ufficio stampa e coinvolgerli nel progetto. Anche chiedere il coinvolgimento del settore giovanile può essere una buona opzione.

Istituzioni sportive (Federazioni Sportive, Ministero dello sport, Comitato Olimpico Nazionale)

A volte le istituzioni sportive hanno un ufficio dedicato all'inclusione sociale, attraverso il quale sviluppano progetti e/o danno supporto alle iniziative sul tema. Si possono mappare le istituzioni che hanno questi uffici attraverso i loro siti web ufficiali e contattarli con una lettera formale qualche tempo prima dell'evento, spiegando in maniera convincente il progetto e il programma.

Media nazionali

Attrarre i media nazionali per un evento locale è sempre difficile. Si possono inviare loro comunicati stampa incentrati sul valore dell'evento, collegandolo ad alcune notizie di attualità o sottolineando la presenza di eventuali testimonial. Si consiglia di circoscrivere, attraverso una ricerca online, il settore dei media che può essere più interessato, e di contattarlo direttamente. Tenere presente che per i media online è più facile inserire notizie brevi che notizie lunghe.



TOOLKITEYESS COME COSTRUIRE ALLEANZE PER PROMUOVERE L'EVENTO

Media locali

Il coinvolgimento dei media locali deve essere avviato tramite il contatto “personale” con i giornalisti, raccontando loro l'evento attraverso storie di persone e di squadre ad esso collegati, creando cioè degli storytelling che i giornalisti possano facilmente utilizzare per i loro media.

Scuole

Lavorare con le scuole è sicuramente un valore aggiunto per l'evento, ma il loro coinvolgimento va programmato con largo anticipo: per coinvolgere le scuole, infatti, l'evento va inserito nel piano di offerta formativa, e ci sarà bisogno del consenso dei genitori degli alunni partecipanti; quindi, è necessario contattare la scuola sin dalle prime fasi dell'organizzazione dell'evento, chiedendo un incontro con il preside.

Associazioni che organizzano Campi estivi

Durante il periodo estivo, le associazioni sportive e culturali organizzano spesso attività per bambini e giovani nei loro spazi. Mappare tutte queste organizzazioni e proporre loro di svolgere alcune attività all'interno dell'evento.

Associazioni LGBTI

Se ci sono associazioni per i diritti LGBTI nel territorio o nella regione dove si svolgerà il festival, possono essere contattate ed invitate a partecipare, sia come squadra, sia offrendo loro uno spazio per la promozione delle proprie attività. È importante l'evento sia inclusivo per tutti.

Associazioni per i diritti delle donne

Se sul territorio ci sono associazioni che lavorano sui diritti delle donne, è bene coinvolgerle, sottolineando come l'evento segua una politica di inclusione delle donne nello sport. In questo senso, può essere utile introdurre alcune raccomandazioni per favorire la formazione di squadre miste.



TOOLKITEYESS COME COSTRUIRE ALLEANZE PER PROMUOVERE L'EVENTO

Associazioni che lavorano con persone disabili

Per essere veramente inclusivo, un evento dovrebbe essere accessibile anche alle persone con disabilità, sia fisiche, mentali ed intellettivo-relazionali. Stabilire un rapporto con le associazioni che lavorano con i disabili può essere un buon punto di partenza per conoscere il tipo di barriere che le persone con disabilità possono incontrare negli eventi sportivi e capire come superarle.

Centri per anziani

Se sul territorio sono presenti associazioni/centri che lavorano con persone anziane, è buona norma contattarle: possono essere coinvolti nelle fasi preparatorie e i loro ospiti come volontari durante lo svolgimento dell'evento. È un modo per creare un ponte tra il festival e la parte "storica" del quartiere in cui ci si muove e una soluzione per proporre a questo target delle attività interessanti.





Parte B
FOCUS SUI MONDIALI
ANTIRAZZISTI

Progetto pilota e impatto degli imprevisti



TOOLKITEYESS FOCUS SUL PROGETTO PILOTA MONDIALI ANTIRAZZISTI E IMPATTO DEGLI IMPREVISTI



Introduction

Nel 2020, il progetto EYESS avrebbe dovuto organizzare una serie di eventi di chiusura a conclusione delle attività, con lo scopo di presentare i risultati ottenuti e i prodotti preparati, come ad esempio il toolkit.

Il 2020 verrà ricordato in futuro come “l’anno della pandemia da Covid-19”, quando un’emergenza sanitaria ha colpito il mondo intero con milioni di casi e centinaia di migliaia di morti. Molte attività produttive sono rimaste bloccate per mesi e due dei settori più importanti coinvolti nel progetto sono rimasti completamente fermi a causa delle restrizioni imposte per gestire la pandemia ed il conseguente lockdown: lo sport e l’organizzazione di eventi. Secondo il calendario iniziale gli “eventi pilota” - ovvero eventi organizzati in stile “Mondiali Antirazzisti” sui territori coinvolti dal progetto - erano in programma per la prima metà del 2020, piano che non è stato possibile rispettare.

Solo uno dei partner, i danesi dell’Accademia Internazionale di Ginnastica di Ollerup, è stato in grado di organizzare l’evento seguendo la metodologia organizzativa tradizionale, perché i “Mondiali Nordic Edition” si sono svolti a novembre 2019, prima dell’inizio della crisi sanitaria.

L’emergenza sanitaria ha messo i partner di fronte alla classica domanda: come gestire delle situazioni inaspettate causate da fattori esterni?

Il progetto si fonda sul concetto di inclusione sociale attraverso lo sport, di organizzazione di eventi di aggregazione e condivisione di esperienze. Come rispondere a questo obiettivo quando tutto è chiuso e l’attività sportiva di gruppo è vietata?

All’inizio sembrava che il virus fosse in qualche modo democratico, infettando chiunque (dal Principe Carlo alla persona più sconosciuta), ma con l’implemento delle misure di lockdown e di contenimento della pandemia si è osservato un radicale cambiamento: il virus colpiva maggiormente quanti non erano in grado di procurarsi i dispositivi di protezione e/o di rispettare il distanziamento fisico. Il distanziamento fisico è diventato da subito “distanziamento sociale” (come la maggior parte dei media ha cominciato a definirlo, creando molta confusione) e quelli



TOOLKITEYESS FOCUS SUL PROGETTO PILOTA MONDIALI ANTIRAZZISTI E IMPATTO DEGLI IMPREVISTI



che ne hanno subito le maggiori conseguenze sono stati coloro che non avevano delle case in cui rinchiudersi: senza tetto, rifugiati, poveri, persone che vivono in zone di guerra o carestia. Il lockdown ha costituito un problema anche per alcune fasce vulnerabili, in cui lo stare in casa si è tradotto talvolta in una fonte di rischio anziché di protezione: vittime di violenze domestiche, persone gravemente malate o disabili che sono state lasciate senza un'assistenza domiciliare.

La disparità è enorme fra persone che vivono in situazioni completamente differenti: vivere il lockdown all'interno delle proprie abitazioni provviste di televisione, con connessioni internet prestanti in grado di poter accedere a serie Tv, tutorial di fitness online e videocall con parenti e amici non è certamente lo stesso che vivere in una stanza con altre 3 persone, senza possibilità di andare fuori, senza connessione internet o altri servizi di intrattenimento. Il caso questo, ad esempio, dei rifugiati nei centri di accoglienza, che sono uno dei target del progetto EYESS.

È stato un periodo molto difficile, soprattutto per quelle organizzazioni per cui le relazioni interpersonali, l'inclusione attraverso il gioco e lo sport, ma anche l'abbraccio con gli amici per un gol segnato, sono il punto di forza delle proprie attività. Ovviamente, i partner del progetto erano consci che quello fosse l'unico modo al momento per affrontare la pandemia.

Perciò, il consorzio di progetto ha avuto il compito di reinventare le attività, usando strumenti online e/o rispettando le raccomandazioni sanitarie, senza per questo perdere di vista l'obiettivo principale del progetto: promuovere la solidarietà e l'inclusione sociale.

Non è stato un compito facile e i partner in ogni paese hanno affrontato il problema in modi differenti. Quest'anno così difficile, tuttavia, ha permesso di "imparare una nuova lezione": si è trattato di una sorta di corso di "gestione del rischio" per quanti lavorano nell'area dello sport sociale. Questo capitolo si sulle strategie che possono essere messe in pratica piuttosto che su quello che da progetto, non è stato possibile realizzare.



TOOLKITEYESS FOCUS SUL PROGETTO PILOTA MONDIALI ANTIRAZZISTI E IMPATTO DEGLI IMPREVISTI



Eventi pilota

Gli eventi pilota avrebbero dovuto essere una delle parti più importanti del progetto, l'esempio da seguire per creare delle manifestazioni sportive di inclusione sociale. Come realizzarli durante una pandemia, o, più in generale durante un evento drammatico che non permette di incontrarsi in gruppi molto grandi?

Distanza e prevenzione sanitaria

Laddove l'evento pilota è stato comunque organizzato in presenza, è stato necessario seguire regole e protocolli di prevenzione del rischio sanitario: rilevare la temperatura di tutti i partecipanti, imporre l'obbligo della mascherina nelle pause dal gioco, e fornire degli igienizzanti per le mani.

La principale strategia adottata nei paesi partner è stata quella di ridurre il numero di partecipanti e impedire la presenza del pubblico.

“La pandemia COVID-19 e le misure di prevenzione hanno impedito alla nostra organizzazione di organizzare questo evento in estate; abbiamo anche pensato di doverlo cancellare completamente. Ma con il supporto di Fairplay Initiative VIDC (*partner del progetto, ndr*), abbiamo riformulato e ridimensionato l'idea, adattandola in base alle restrizioni e alle misure di prevenzione.

Il compito principale è stato quello di essere flessibili! In breve tempo abbiamo dovuto cambiare il palazzetto dello sport previsto per l'evento, inoltre, non tutte le squadre iscritte hanno potuto poi partecipare a causa degli effetti del coronavirus. Quasi nessun visitatore è stato ammesso, non abbiamo avuto la possibilità di fornire cibo cotto ai partecipanti, solo bevande e frutta. Inoltre, abbiamo dovuto fornire strutture per la disinfezione, materiale e altre misure di sicurezza personale”, (Shokat, Austria).

Ove possibile, l'evento pilota è stato realizzato in spazi aperti, come un parco

“Abbiamo dovuto tenere in considerazione che non





TOOLKITEYESS FOCUS SUL PROGETTO PILOTA MONDIALI ANTIRAZZISTI E IMPATTO DEGLI IMPREVISTI

avremmo potuto attirare tanti partecipanti come inizialmente previsto, perché molte persone, normalmente interessate a prendere parte a tali eventi, non sarebbero venute a causa del rischio di infezione. Abbiamo anche dovuto seguire le regole riguardanti gli eventi in Ungheria, che cambiavano mensilmente, per cui non eravamo neanche sicuri che ci sarebbe stato permesso di organizzare un evento così grande a settembre. Abbiamo dovuto riflettere, nel pianificare il programma, su come fornire spazio sufficiente a tutti e non mescolare troppo i partecipanti fra loro. Alla fine, il luogo che abbiamo scelto ha fornito un ambiente perfetto per risolvere questo problema: i diversi tornei (beach-volley, calcio, ultimate-frisbee) si sono svolti a circa 50-100 metri l'uno dall'altro. Abbiamo anche fornito tutti i servizi come disinfettanti per le mani, termometri, ecc.” (Bori, Ungheria).

Online

In paesi in cui le misure di lockdown sono state particolarmente restrittive, l'unica soluzione è stata quella di organizzare eventi online, come ad esempio è successo in Italia e Grecia.

Per organizzare eventi pilota online è necessario un cambio di paradigma: non è possibile proporre delle attività fisico-motorie, ma è possibile insegnare alle persone come organizzarle, trasformando l'evento in un incontro di formazione, utile anche per una futura organizzazione dell'evento non appena possibile.

Di seguito alcuni suggerimenti utili per l'organizzazione di un evento pilota online:

Mostrare materiali di formazione: video, slide e info grafiche possono essere mostrate per spiegare come organizzare l'evento

Tutorial: è possibile strutturare alcune proposte sportive e fare dei tutorial da mostrare ai partecipanti come attività pilota, come nel caso di sport inediti da inserire in programma.



TOOLKITEYESS FOCUS SUL PROGETTO PILOTA MONDIALI ANTIRAZZISTI E IMPATTO DEGLI IMPREVISTI

Proporre giochi: per mantenere la parte sociale dell'evento, seppure in maniera parziale, è possibile organizzare dei momenti interattivi, chiedendo ai partecipanti di raccontare le proprie esperienze o coinvolgendoli in giochi di ruolo online.

“Ci vorrà sicuramente tempo per ritornare alla piena socializzazione. Il mondo come lo conoscevamo è cambiato; questo ci impone di riflettere su quanto siano importanti le relazioni sociali e sul non lasciare nessuno isolato. Il solo modo per evitare il drammatico incremento di differenze sociali è quello di essere più vicini alle persone, specialmente quelle che si trovano in situazioni di vulnerabilità. È necessario implementare subito delle azioni che possono mitigare l'effetto dell'isolamento sociale” (Stefano, Italia) .

“La distanza aumenta le differenze. La distanza fisica e sociale genera problemi nelle relazioni interpersonali. La pandemia colpisce il rapporto tra le persone. Abbiamo bisogno di un contatto più personale e una combinazione di comunicazione faccia a faccia con incontri ed eventi di prossimità.” (Spiros, Grecia)





TOOLKITEYESS FOCUS SUL PROGETTO PILOTA MONDIALI ANTIRAZZISTI E IMPATTO DEGLI IMPREVISTI

Conferenze

È davvero molto difficile trasformare un evento pensato per essere un momento di sport e socializzazione in un evento online, di contro trasformarlo online potrebbe consentire un arricchimento del risultato finale.

Di seguito alcuni esempi su come volgere in positivo eventi negativi:

Arricchimento dei contenuti: se l'evento non si può svolgere in presenza, si potrebbe compensare questa mancanza con l'aggiunta di temi e contenuti originariamente non previsti. Organizzare un convegno in presenza a volte implica un allungamento dei tempi (ritardi dovuti agli spostamenti, pause non rispettate), mentre online si riescono a condensare più contenuti in tempi più brevi (maggiore rispetto del timing).

Aumento degli interventi: poiché non occorre pagare per il viaggio e l'alloggio dei relatori, è possibile invitarne molti di più, ottenendo un'ampia pluralità di voci.

Alto livello dei relatori: è risaputo che spesso è molto difficile coinvolgere relatori di alto profilo, a causa dei molti inviti o impegni che impediscono loro di spostarsi per uno o due giorni. L'evento online semplifica la situazione perché potranno intervenire anche solo per il tempo loro assegnato.

Incremento del numero dei partecipanti: è possibile invitare non solo le persone che hanno lavorato nel progetto o legate alle associazioni partner, ma estendere l'invito ad altre organizzazioni o reti, aumentando così il numero delle persone partecipanti.



Contact detail

eyessproject.eu
www.facebook.com/eyess.project
www.instagram.com/eyessproject/
info@eyessproject.eu

*Questo toolkit è stato realizzato da Uisp e Ares 2.0, con la collaborazione dei partner di progetto.
Ringraziamenti speciali a Chiara Alonzo, Carlo Balestri, Sara Ceci, Daniela Conti, Marta Giammaria,
Ivano Maiorella, Layla Mousa, Paola Palombo, Silvia Saccomanno.*

EYESS

By **mondiali
antirazzisti**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ASSOCIAZIONE
ARES 2.0



VIDC
VIENNA INSTITUTE FOR
INTERNATIONAL DIALOGUE
AND COOPERATION

