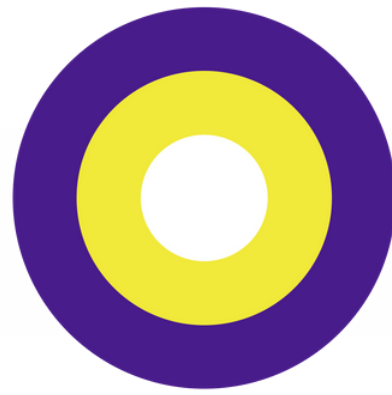


NOT JUST A GAME NOT JUST A GAME NOT JUST A GAME

CSR REPORT SCUOLA & SERIE A

COMMUNITY SOCCER REPORT

freedom | friend
2021



Community Soccer Report è un progetto nato per raccontare, condividere e promuovere la responsabilità sociale in ambito sportivo, con particolare riferimento al calcio.

Un'idea che è partita da una convinzione di fondo: **il calcio non è un semplice gioco**. È invece un mezzo potente nell'arrivare alle persone. Un veicolo unico per trasmettere messaggi. Un'esperienza capace di crescere, educare, cambiare vite.

L'obiettivo è dunque quello di contribuire a rendere questa nostra convinzione una pratica comune, condivisa, diffusa. **Ispirare un cambiamento**, che crediamo possa portare enormi benefici allo sport che amiamo.

Intendiamo farlo raccontando le storie dei principali protagonisti e le migliori pratiche in circolazione. Formando e supportando gli addetti ai lavori. Ma anche creando sinergie e collaborazioni, facendo squadra con altri partner per vincere questa affascinante partita.

Tra i vari contributi realizzati per il raggiungimento dei nostri obiettivi c'è anche la creazione di report, analisi e studi, che ci possano permettere di comprendere al meglio il settore di nostro interesse, stimolando un'informazione basata su dati oggettivi.

Se ti interessa approfondire chi siamo e cosa facciamo, visita la nostra pagina: www.communitysoccerreport.it

INTRODUZIONE

Euforia, eccitazione, sorpresa, ammirazione, incredulità. Solo alcune delle emozioni che si possono incontrare quando un protagonista del mondo del **calcio** varca le porte di una **scuola**. Uno scenario comune, percepibile da qualsiasi foto o video che provi a raccontare un simile momento. E qualcosa che, parlando di esperienza personale, ho il privilegio di vivere quotidianamente, portando il fascino e l'appeal di un club professionista in decine di scuole del territorio. E le immagini sopra descritte sono davvero il pane quotidiano.

Sarà dunque per questo che l'attenzione del mondo del calcio per la scuola sia da tempo diffusa e consolidata. Già dagli **anni '80**, ad esempio, quando in Inghilterra prendeva forma il fenomeno **'Football in the Community'**. In questo scenario, le attività nelle scuole erano quelle prevalenti, con i club che sfruttavano l'appeal del gioco per riconnettersi con le proprie comunità e avvicinare i più giovani.

Un trend che negli anni (e non ci si poteva aspettare altro) si è sviluppato in tutto il continente. Una considerazione supportata anche da numeri e ricerche, evidenziando il grande interesse scaturito da questa sinergia. Ad esempio, uno studio del 2019 (*'CSR in Football. Exploring modes of CSR Implementation'*, Zeimers et al.), citando il report dell'European Club Association del

2016, riportava come l'educazione fosse la **seconda area d'intervento più comune tra le attività di responsabilità sociale** dei club, e che più della metà di queste iniziative fosse rivolta ai giovani, suggerendo come la scuola fosse uno dei luoghi prediletti in cui promuovere simili attività. Una considerazione in linea con uno studio simile di qualche anno prima (*'CSR in European Football'*, Walters & Tacon, 2011), dal quale emergeva addirittura che quasi il **90% dei club** europei presi in esame realizzasse **progetti** nelle **scuole** della propria comunità. Insomma, più di un'evidenza a conferma che il rapporto calcio-scuola funziona (da tempo), con anzi i protagonisti del mondo del pallone ben intenzionati a coltivarlo.

A questo punto, la domanda che potrebbe sorgere è: **per quale motivo questa relazione continua nel tempo ed è così largamente promossa?** Le ragioni sono chiaramente diverse. Cinicamente, si potrebbe pensare che i club vedano nella scuola quel bacino di "futuri tifosi" che non possono permettersi di lasciare andare. Il che è tutto sommato un risultato plausibile, giocando su quei fattori emotivi ed esperienziali citati in precedenza, rendendo potenzialmente fattibile questo processo di affiliazione (soprattutto se coltivato nella giusta maniera).

Tuttavia, ci piace pensare che siano soprattutto l'**etica** e la **responsabilità** i principali **driver**. Quella consapevolezza di poter avere un impatto positivo sulla vita di tanti giovani, conseguenza di una capacità unica (anche se sempre più minacciata) da parte del mondo del calcio e dei suoi esponenti di **coinvolgere**, **attrarre**, **intercettare** e **motivare** le **nuove generazioni**, diventando veicolo diretto ed efficace di una moltitudine di messaggi.

Quell'abilità, in altre parole, di essere **modello universale** che apre le porte ad una serie quasi infinita di opportunità. E che, parallelamente, si sposa con facilità a svariate **tematiche educative**. Dai valori sani positivi dello sport (di cui ovviamente il calcio può e deve farsi ambasciatore numero uno) alle *life skills*, quest'ultime capacità oramai ricercatissime e che sempre più metodi, anche attraverso lo sport, hanno dimostrato di saper affinare. E ancora, la promozione di stili di vita sani, la matematica, la sostenibilità ambientale, le materie scientifiche e la lettura.

Come detto, innumerevoli possibilità che possono dare vita ad un'importante **sinergia**, ponendo il mondo del calcio ed i suoi esponenti in prima linea al fianco delle realtà scolastiche per la costruzione dei cosiddetti **Patti**

Educativi di Comunità. Un approccio, introdotto dal MIUR, che vede la **partecipazione** di più enti del territorio nella condivisione di una **missione educativa**, di supporto, prevenzione e coinvolgimento dei giovani, da non lasciare solo alla scuola. Un'opportunità in cui i club possono davvero inserirsi per esprimere l'enorme potenziale sociale a disposizione e manifestare così la **responsabilità** che gli viene riconosciuta.

Ma a proposito di ciò, come si sta comportando la nostra Serie A? I nostri club confermano quel trend europeo delineato in precedenza? E se sì, in che misura, o attraverso quali iniziative? E verso chi? Solo alcune delle domande a cui abbiamo cercato di rispondere in questo nuovo **report esclusivo** targato '**Community Soccer Report**'. Uno studio sul **rapporto tra i club del nostro massimo campionato di calcio e la scuola** che vuole investigare sullo stato di salute di questa sinergia educativa, scattando una fotografia dettagliata e approfondita di quel che realmente accade. Ma anche offrendo un riferimento utile a monitorare questo trend negli anni avvenire, tentando inoltre di delineare quelle che, secondo i dati, possono essere le aree su cui lavorare.

LO STUDIO IN SINTESI

Quanti club realizzano progetti nelle scuole?

Secondo i dati raccolti, la Serie A si pone appena sotto la media europea indicata sopra con l'80% dei suoi club (ovvero **16 su 20**) impegnati in progetti dedicati alle scuole. Questo, per un totale di **22 iniziative**, indicando come alcune realtà ne abbiano attivate più di una (il "record" è tre per due società).

Chi sono i destinatari?

Parlando del **contesto** preferito nel quale realizzare queste iniziative, e quindi i destinatari finali di quest'ultime, è emersa una netta prevalenza per la **scuola primaria** (50%), seguite in ordine da quelle **secondarie di primo** (31%) e **secondo grado** (16%), con un solo caso in cui non è stato possibile rilevare il target di riferimento.

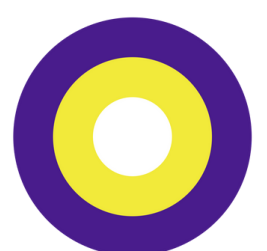
Che tipo di argomenti sono trattati?

Prendendo invece in considerazione le **tematiche** promosse attraverso questi interventi, quelle definite "**educative**" erano le

maggiormente rappresentate, quasi all'unanimità (**21 casi su 22**). Un panorama di **argomenti** molto vasto, che andava dalla promozione dell'inclusione al rispetto, passando per elementi quali il saper stare con gli altri, gli stili di vita sani e positivi ed anche l'attività fisica, con infatti **8** progetti che includevano anche vera e propria pratica sportiva sul "campo". L'unico caso non appartenente a questa categoria ha invece "scelto" per un'esperienza che comprendesse la **conoscenza della storia del club**, occasione probabilmente per avvicinare gli studenti ai suoi colori.

Dove si realizzano le attività?

In relazione a quest'area di analisi, il **luogo** scelto in cui realizzare queste attività comprendeva, nella maggior parte dei casi, le strutture messe a disposizione dalla scuola (classi, aule magna, palestre). In altri, invece, anche lo stadio ha rappresentato quel luogo in cui coinvolgere i partecipanti nelle esperienze previste.



Quanto durano le iniziative?

Parlando di **durata**, le esperienze proposte hanno visto una divisione abbastanza equa, con una leggera prevalenza per quelle “**multi incontro**” (**13 casi su 22**, con opzioni che andavano dai due appuntamenti a quelli che duravano diverse settimane), rispetto a quelle che si sono “consumate” in un’**unica giornata** (**8 progetti**). In un caso, invece, non è stato possibile ottenere questa informazione.

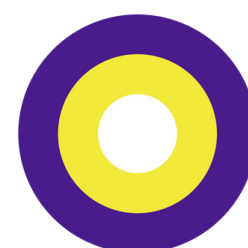
Quale formula di realizzazione: collaborazione o autonomia?

Per quanto riguarda la **formula di realizzazione** dei progetti, solo una piccola parte li ha affidati ad altre organizzazioni (5 casi in totale, il 23%) locali, nazionali e internazionali. La grande maggioranza (17/22, 77%) ha invece optato per iniziative promosse in maniera “autonoma” (valutando, in qualche

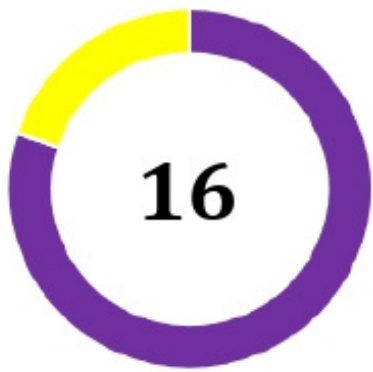
caso, la presenza e il supporto di figure esterne, esperti o associazioni del settore).

In che misura sono stati adottati strumenti di monitoraggio dell’impatto avuto?

Infine, la questione legata al **monitoraggio** e alla **valutazione** di tutte queste iniziative, con l’obiettivo di evidenziare l’**impatto** avuto dalle stesse. Una pratica sempre più importante, che però non pare essere particolarmente diffusa. Solo il **46%** dei progetti (10 su 22) ha fornito informazioni di questo tipo, mentre per il **54%** (11 su 22) non è stato possibile recuperare niente del genere (anche perché, per alcuni, si tratta di una “prima volta”). Addentrandosi, poi, nel tipo di informazioni fornite, la totalità di queste era legata unicamente a **dati di tipo quantitativo**, condividendo, ad esempio, il numero di studenti e/o scuole partecipanti alle attività.



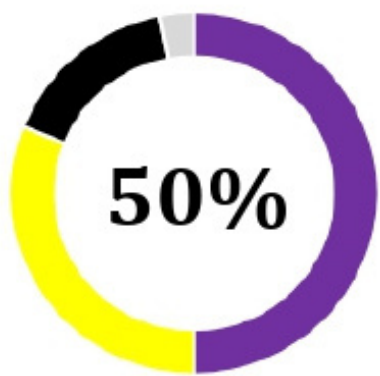
I DATI



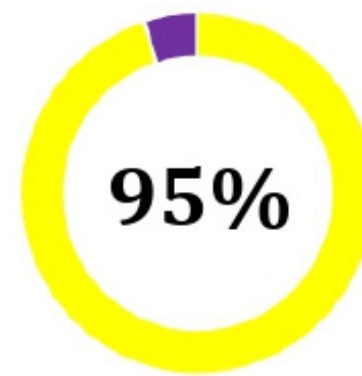
16 club impegnati in iniziative per la scuola (80% del totale)

22

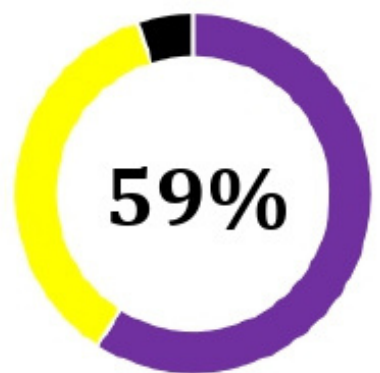
22 progetti totali, con alcuni club che ne realizzano più di uno



50% realizza attività nelle scuole primarie. Il restante in quelle secondarie di primo (31%) o secondo grado (16%)



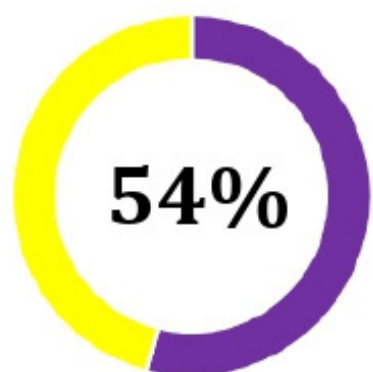
95% focalizza i propri interventi su tematiche definite "educative" (valori positivi dello sport, stili di vita sani, ecc.).



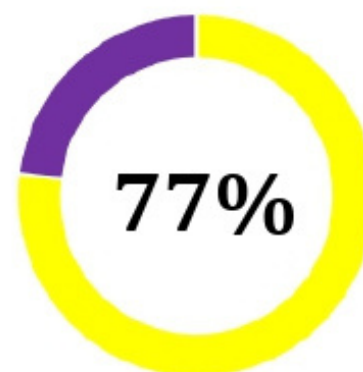
Le iniziative sono prevalentemente organizzate su più incontri (59%), preferite rispetto alle attività *one off* (36%)

8

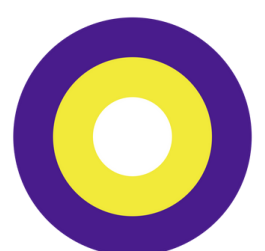
In 8 occasioni (36%), i progetti hanno previsto attività di carattere fisico e sportivo per i partecipanti.



Il 54% dei club non effettua alcun tipo di monitoraggio o valutazione dei progetti. Quando realizzato (46%), la tendenza è prevalente verso misurazioni di tipo quantitativo.



I progetti sono realizzati prevalentemente in autonomia (77% - utilizzando staff o avvalendosi del supporto di professionisti esterni). Nel 23% dei casi ci si è affidati ad altre organizzazioni.



LE BEST PRACTICES

IO TIFO POSITIVO (Comunità Nuova Onlus)

Progetto creato da Comunità Nuova Onlus e promosso in Serie A in sinergia con Cagliari e Inter. Si tratta di un percorso, organizzato in sei incontri suddivisi tra aula, campo e stadio, che ha l'obiettivo di educare i giovani partecipanti al tifo positivo. Un intervento che vede i ragazzi quali assoluti protagonisti, accompagnati però dai propri adulti di riferimento, anch'essi coinvolti in questa esperienza educativa.

Perchè è vincente?

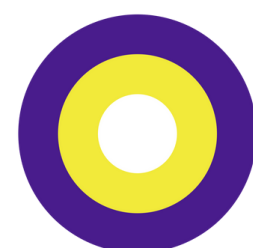
- Il numero degli incontri e la didattica attiva facilitano l'apprendimento, dando tempo e occasioni ai ragazzi di assimilare i concetti condivisi.
- Il percorso dall'aula allo stadio consente un'esperienza graduale, approfondita ed efficace. Assistere ad una partita diventa, idealmente, l'opportunità per mettere in pratica quanto imparato in un contesto reale.
- Il coinvolgimento degli adulti amplifica la gittata del messaggio.

GENOA VALUES CUP (Genoa CFC)

Una competizione interscolastica giocata sia tra i banchi di scuola che sui campi di calcio del territorio. Gli studenti sono infatti coinvolti in un percorso che li vede scoprire, discutere ed approfondire importanti valori legati allo sport (e non solo). Un'esperienza sempre caratterizzata dal gioco e dalla sfida, rendendola coinvolgente oltre che formativa.

Perchè è vincente?

- Il format comprendente attività in aula e sfide sul campo crea i presupposti per cui la teoria trova un'applicazione pratica, peraltro nel contesto gioco.
- L'uso della competizione anche per le attività didattiche in classe, così legate al successivo torneo sul campo, aumenta il livello di coinvolgimento di questi momenti.
- Il riferimento alla Carta dei Valori del club vede lo stesso assumere veramente i contorni di agenzia educativa, candidandosi a punto di riferimento per i giovani del territorio.



FAIR PEOPLE (Juventus)

Progetto dedicato alle scuole primarie e incentrato sul tema del rispetto e di tutti quegli argomenti ad esso correlati. Un percorso fatto di diversi incontri e caratterizzato da un approccio ludico e multidisciplinare. In questo, poi, insegnanti e famiglie sono anch'essi parti importanti dell'esperienza.

Perchè è vincente?

- Il percorso didattico ha ben chiari gli obiettivi che intende raggiungere, basato su principi e valori specifici.
- Il riconoscimento del MIUR e di altre istituzioni educative vanno ad arricchire ulteriormente la portata formativa dell'intervento.
- Le varie competizioni a cui possono partecipare i giovani, oltre a rappresentare il coronamento dell'esperienza vissuta, rappresentano importanti fattori sui cui fare leva per aumentare il grado di coinvolgimento.

TUTTI I COLORI DELLO SPORT (AC Milan)

Serie di incontri per diffondere nelle scuole la cultura del dialogo e della riflessione, affrontando temi quali uguaglianza, diversità e inclusione. Interventi, peraltro, arricchiti dalla presenza di testimonial rossoneri, nonché basati sul recente programma *RespACT* lanciato dal club.

Perchè è vincente?

- La presenza di rappresentanti del club aumentano sicuramente la portata dell'esperienza per i ragazzi, avendo la possibilità di confrontarsi con modelli a cui ispirarsi.
- Il riferimento al manifesto *RespACT* contribuisce ad alimentare quel senso di comunità che simili iniziative puntano a creare.
- Gli incontri sono preceduti da un percorso di approfondimento realizzato dagli studenti, di cui l'esperienza Milan diventa così il coronamento ideale.

GIOCA CON LA TUA CLASSE (Hellas Verona)

Serie di incontri per le scuole primarie e secondarie del territorio, comprendenti attività sportive e laboratori in aula. L'obiettivo è promuovere valori e temi legati alla cultura sportiva, con enfasi particolare su quella calcistica.

Perchè è vincente?

- La sinergia con diverse istituzioni del territorio (Ufficio Scolastico, Università, ecc.) si avvicina all'idea di Patto Educativo di Comunità citato in precedenza, con il club ed altre realtà locali parte della stessa squadra e accomunati da un solo obiettivo.
- La combinazione tra attività sul campo e in aula assicura un approccio olistico dell'apprendimento, che quindi considera e lavora su tutti i lati della personalità degli individui.
- La scelta dei temi legati al mondo del calcio, i concorsi, le competizioni e i premi in palio (legati ad esperienza con il club) contribuiscono ad aumentare il livello di coinvolgimento e partecipazione.

SPUNTI E CONSIDERAZIONI FINALI

OBIETTIVO: EN PLEIN!

Come abbiamo potuto constatare, non tutti i club hanno all'attivo progetti dedicati alle scuole del proprio territorio. Viste le premesse, ci sembra doveroso (perché utile e vantaggioso) sperare che **in questa stagione almeno tutte e 20 le società di Serie A si attrezzino** in tal senso. Oltretutto, con la stragrande maggioranza delle stesse già impegnate su più fronti e attraverso modalità diverse, c'è veramente l'imbarazzo della scelta. Prendere **spunto** da chi ha già esperienza nel campo non è affatto una pratica scorretta, anzi.

ALL THEY NEED IS SPORT...

Sorprende il dato secondo cui solamente in **8** casi ci si è affidati alla **pratica sportiva** vera e propria nei vari progetti realizzati. Quell'attività per cui una società di calcio dovrebbe rappresentare l'eccellenza assoluta, anche e soprattutto per il **know how**, la **professionalità** e la **competenza** che il proprio staff può mettere a disposizione. Lezioni di educazione fisica (in cui magari affiancare gli insegnanti, spesso lasciati in balia di loro stessi in questa materia), tornei interscolastici, attività di dopo scuola... Le alternative non mancano di certo, con soluzioni ancor più creative che possono nascere.

QUALE IMPATTO?

La **misurazione dell'impatto** avuto e la sua **condivisione** sembra essere una pratica ancora poco sfruttata. E quando presente qualche dato, si tratta prevalentemente di **numeri**, utili ma che non dicono granché della **storia** dietro a quello specifico intervento, o della misura in cui questo ha saputo generare un **cambiamento**. È vero, si tratta di pratiche complesse da adottare, in cui sono necessarie competenze e risorse che spesso i club non hanno a disposizione. Ma qui può entrare in gioco la possibilità di **creare collaborazioni vincenti** con realtà del territorio in grado di supportare queste operazioni (esempio, le università), troppo importanti nella partita della sostenibilità per rimanere solo numeri.

... MA OLTRE LO SPORT C'E' DI PIÙ!

Eppure, il paradosso è che non si è parlato altro che **sport**. O meglio, a tutto ciò che è riconducibile ad esso. Invece, questo può essere usato anche come **piattaforma** attraverso il quale **veicolare** altri **messaggi** e **contenuti educativi**. Uno su tutti (perché tema assai caro): la **sostenibilità** ambientale. Ma anche la grammatica e la matematica, le materie scientifiche e tecnologiche, le *life skills*, l'educazione civica, ecc. Insomma, infine possibilità, con già tanti "collegi" in altri paesi che si sono già avventurati in simili territori. Che la contaminazione di idee cominci!