

# EWSE

EMPOWERING WOMEN  
FOR SPORT EVENTS IN EUROPE



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

## INDICAZIONI PRATICHE PER ORGANIZZATORI DI EVENTI SPORTIVI

---





The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Introduzione

Questo documento è un prodotto del progetto Erasmus+ Sport “Ewse-Empowering Women Sport Events in Europe” ed è stato redatto dai partners del consorzio.

In generale EWSE rappresenta un primo passo in direzione di una rete forte che supporti gli organizzatori di eventi che dimostrino di rispettare una gerarchia di valori diversa, inquadrabile nel programma d’azione per le persone, il pianeta e la prosperità definita nell’Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile (sottoscritta nel 2015 dai governi dei 193 Paesi ONU). Lo sport è un linguaggio universale, diretto, potente su cui l’ONU punta per il raggiungimento degli obiettivi sostenibili, potenza sottolineata anche dall’ampiezza del movimento olimpico (CIO 205 stati membri contro i 193 dell’ONU).

Nello specifico EWSE mira a promuovere un modello sostenibile di eventi sportivi inclusivi e accessibili, attraverso la creazione di una rete per la formazione e il sostegno reciproco tra donne, sia atlete professioniste che giovani, disposte a diventare manager e promotrici di eventi sportivi in una logica di cooperazione, di mentoring e di formazione continua.

Questo documento è da considerare come il proseguimento del rapporto di analisi fatto nella fase iniziale del progetto: ha l’obiettivo di offrire suggerimenti per affrontare le difficoltà che sorgono nell’organizzazione di eventi sportivi in generale e di eventi sportivi dedicati a donne e ragazze, in particolare.

Esso ha lo scopo di fornire linee guida a chiunque lo legga con l’intenzione di migliorare l’impatto degli eventi sportivi e responsabilizzarne gli organizzatori. Siamo consapevoli che è difficile organizzare “l’evento perfetto” e realizzare tutte le raccomandazioni che abbiamo raccolto qui, in particolare se mancano risorse, tempo e infrastrutture, che è un dato di fatto per la maggior parte degli eventi sportivi femminili o “minori” che conosciamo.

L’obiettivo dunque, dovrebbe essere quello di perfezionare l’organizzazione, concentrandosi di volta in volta su uno degli aspetti segnalati nelle nostre liste di controllo e evitare di tentare di realizzare tutto subito. Il cambiamento richiede tempo.

# CONTENUTI

Modulo 1: Accrescere la leadership femminile nello sport (ASSIST - Italia)	5
Modulo 2: Raggiungere pari visibilità nei media (AMA - Francia)	8
Modulo 3: Attrarre fondi e sponsor (AMA - Francia)	12
Modulo 4: Accessibilità (AIT - Irlanda)	16
Modulo 5: Inclusione e pari partecipazione di donne/ragazze e migranti (VIDC - Austria)	24
Modulo 6: Sostenibilità (VIDC - Austria)	29

# Modulo 1\_Aumentare la leadership femminile nello sport (ASSIST - Italia)

## Perché trattiamo questo argomento?

Le persistenti barriere strutturali, che permeano il sistema sportivo a tutti i livelli - e soprattutto all'interno della sua leadership- impediscono alle donne di raggiungere le posizioni di rilievo. Infatti, nonostante la straordinaria crescita dello sport femminile, sono pochissime le donne ad occupare posizioni di vertice nei comitati olimpici e paralimpici, negli organi di governo e nelle federazioni, sia a livello europeo che nazionale.

I dati raccolti per il Sydney Scoreboard, Adriaanse (2016) dimostrano che le donne rappresentano mediamente il 19,7% dei membri dei consigli di amministrazione delle organizzazioni sportive nazionali.

Contrariamente alle ipotesi diffuse, il recente progetto "Step Up Equality", condotto per indagare il tema della leadership femminile nel settore dello sport, ha dimostrato che le donne sono fortemente interessate a ricoprire posizioni apicali. L'indagine ha inoltre evidenziato che le donne che ricoprono posizioni dirigenziali di basso livello sono più numerose di quelle di alto livello e che le strutture di supporto e i percorsi di carriera per le donne sono inadeguati.

Secondo quanto emerge dall'esperienza di donne che ricoprono o hanno ricoperto posizioni di leadership, tra le barriere più comuni segnalate, ricorre l'ambiente sfavorevole, la mancanza di riconoscimento e l'assenza o inadeguatezza nel riconoscimento finanziario.

La discriminazione di genere è la prevalente nello sport e si presenta in una varietà di forme:

- il 67% delle donne leader subisce un trattamento diverso a causa del genere,
- il 69% delle donne leader ha assistito a un trattamento diverso delle donne a causa del genere.

Oggi è assolutamente necessario fermarsi a riflettere e porsi domande sulla molteplicità di aspetti con cui lo sport entra quotidianamente in relazione con gli esseri umani.

L'organizzazione di eventi sportivi deve rispondere a queste domande per potersi muovere su due difficili livelli, che sono:

- la competenza e la capacità degli organizzatori e,
- la gestione di tutti i dettagli specifici rilevanti per la buona riuscita dell'evento.

Si tratta di un modello di prestazione complesso che richiede molte competenze, spesso impiegate da veri e propri "comitati organizzativi" composti da molti collaboratori. Pertanto, i concetti

di leadership e team building assumono particolare importanza anche nel campo dell'organizzazione di eventi sportivi e della loro gestione.

L'abilità principale è proprio quella di muoversi passo dopo passo, rimanendo concentrati su processi reali e concreti. Si tratta dunque di un'evoluzione dal problem solving orientata alla ricerca dello step successivo, valutato con il coinvolgimento di tutti gli attori che potrebbero contribuire allo sviluppo dell'organizzazione.

## Consigli pratici

### **1# Sensibilizzazione relativamente alle disuguaglianze di genere nelle associazioni e nei comitati organizzatori**

Ci sono molti modi per far crescere la consapevolezza sul sessismo e sulle disuguaglianze di genere all'interno di un'associazione, di un club o di un'azienda. È possibile organizzare attività e momenti di condivisione delle statistiche che mostrano l'importante divario tra uomini e donne in termini di rappresentanza, retribuzione e copertura mediatica nel campo dello sport. Ad esempio nel "Report EWSE" disponibile sul sito del progetto, ci sono diverse proposte per avviare una discussione sulla parità di genere. Potete anche condividere le risorse sul tema con tutte le persone coinvolte nell'organizzazione.

### **2# Promuovere la parità di genere tra il personale e i partecipanti**

Esistono strumenti semplici per sensibilizzare al valore della diversità e della parità di genere all'interno del vostro team e incoraggiare il coinvolgimento delle donne:

- prevedere impegni di lavoro flessibili: per evitare di penalizzare ulteriormente le donne, che ancora sopportano la maggior parte dei lavori di cura, consentite al vostro personale di rifiutare riunioni troppo presto o troppo tardi. È possibile anche prevedere impegni part-time. Ad esempio, chi sceglie un pacchetto di orari ridotti al 95% riceve il 95% del suo stipendio/compenso lordo e in cambio acquisisce giorni di ferie in più.
- Telelavoro: il telelavoro offre flessibilità nell'organizzazione quotidiana. È dimostrato che le donne utilizzano il telelavoro più degli uomini.
- Congedo di maternità: coinvolgere la persona nel percorso della propria sostituzione. Alcune aziende suggeriscono ai dirigenti di utilizzare una "carta della maternità" per assicurarsi di utilizzare un linguaggio appropriato, privo di qualsiasi discriminazione, anche involontaria.
- Trasparenza nei compensi: la trasparenza aiuta a ridurre il divario retributivo di genere.

### **3# Creare un ambiente sicuro e inclusivo**

Per garantire l'equilibrio tra i membri del team e ricevere il maggior numero possibile di riscontri e commenti, ad esempio durante una riunione, può essere utile stabilire un tempo di parola per ogni persona che interviene. In questo modo, può essere ascoltato il parere di tutti e ognuno può dare un contributo alla decisione.

È importante condividere con le persone che lavorano all'organizzazione dell'evento un elenco di informazioni di contatto a cui fare riferimento in caso di problemi all'interno dell'organizzazione.

Creare una carta di buona condotta per dichiarare ufficialmente l'impegno contro il sessismo e farla sottoscrivere da tutto il personale.

#### **4# Condividere o organizzare attività per incrementare le capacità di essere leader e manager**

Preparare un opuscolo con i corsi di formazione in ambito sportivo esistenti nel proprio Paese e metterlo a disposizione durante l'evento.

- Organizzare un workshop durante l'evento su argomenti relativi a ruoli manageriali: saper parlare in pubblico, atteggiamento nelle riunioni, come ottenere l'attenzione (ad esempio: corso di teatro). In Italia Assist ha creato LEA, la Leadership Empowerment Academy, aperta a donne e uomini. LEA è un corso di studi dedicato a chi vuole acquisire competenze e conoscenze per operare, sia come volontario che professionalmente, nel settore del management sportivo. In particolare, LEA si propone di valorizzare le enormi risorse rappresentate da atleti, allenatori e allenatrici, tecnici e tecniche, tutti i lavoratori e tutte le lavoratrici dello sport, che desiderano mettere a disposizione il proprio talento e la propria passione anche in ambito manageriale.

#### **5# Modelli di ruolo**

Ispirare il comitato organizzatore creando occasioni, durante l'evento o durante la preparazione dell'evento, per presentare storie di donne leader di successo. Di seguito alcuni famosi esempi internazionali (ma molti sono quelli che potrete facilmente trovare ripercorrendo la storia dello sport della vostra nazione):

- Alice Milliat, straordinario esempio di impegno per l'emancipazione femminile nello sport e, attraverso lo sport, nella società.  
<http://www.sportmagazinefvg.it/racconti/alice-milliat-donna-sportiva-visionaria/>
- B.J.King che ha lottato per i diritti delle tenniste e della comunità LGBTQ+  
<https://tennis.it/settembre-1973-king-riggs-la-battaglia-dei-sessi-cambio-il-tennis/>
- Megan Rapinoe, un esempio dentro e fuori il campo di gioco, ha fatto raggiungere la parità salariale tra giocatori e giocatrici di calcio, negli Stati Uniti;  
<https://olympics.com/en/news/football-megan-rapinoe-talks-activism-retirement-forbes-summit>

# Modulo 2\_Ottenere pari visibilità nei media (AMA-France)

## Perché trattiamo questo argomento?

Gli studi hanno dimostrato che i media sono particolarmente importanti nel veicolare contenuti che danno origine a norme di genere<sup>1</sup> che contribuiscono fortemente ad un processo di apprendimento sociale<sup>2</sup>. Inoltre, a causa dell'alto impatto dei media, soprattutto tra i giovani, i contenuti diffusi contribuiscono ad ispirare la creazione di modelli di ruolo.

I media e lo sport possono riprodurre stereotipi di genere e di conseguenza perpetuare e accentuare disuguaglianze di genere. Le donne spesso non sono viste come vere atlete, perché i media tendono da un lato ad "oggettivarle" mettendo in evidenza aspetti del loro corpo e della loro vita personale e, dall'altro, contribuiscono alla riproduzione e perpetuazione del modello patriarcale e maschilista di gestione dello sport. Questa falsa rappresentazione dello sport femminile spiega la mancanza di interesse tra gli appassionati di sport e rafforza gli atteggiamenti generalmente negativi del pubblico, nei confronti delle donne nello sport. L'entusiasmo che la narrazione mediatica può generare intorno agli atleti e alle competizioni, è fondamentale affinché gli eventi sportivi abbiano successo in termini di pubblico e sponsor. In questa sezione spiegheremo come progettare una strategia di visibilità sostenibile a lungo termine per gli eventi femminili.

Eoin J. Trolan (2013)<sup>3</sup>, hanno evidenziato che i valori patriarcali, storicamente associati allo sport, sono stati rafforzati dai media nel sotto-rappresentare le atlete e ritrarle come donne prima e atlete in secondo luogo, spesso ipersessualizzandole e infantilizzandole.

Uno studio condotto dalla Cambridge University Press dopo le Olimpiadi e le Paralimpiadi del 2016 a Rio ha mostrato che i commenti sulle atlete donne erano il più delle volte concentrati sul loro aspetto o sulla vita personale; gli aggettivi più ricorrenti erano "invecchiata", "più anziana", "incinta" e "sposata" o "non sposata", mentre per gli atleti ricorrevano aggettivi come "più veloce", "forte", "reale", "grande"...

## Consigli pratici

### 1# Come attirare l'attenzione dei media?

Narrazione: narrare storie di atlete del passato che, con i loro successi, hanno contribuito all'emancipazione delle donne (ogni nazione ha le sue eroine famose e sconosciute, ad esempio

<sup>1</sup> Pederson, P.M. (2002). Examining equity in newspaper photographs. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3), 303-318.

<sup>2</sup> Signorielli N. 2012. Gender stereotyping on television. In *Media Psychology*, ed. G Brewer, pp. 170-86. New York: Palgrave Macmillan

<sup>3</sup> Eoin J. Trolan / *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 91 (2013) 215 - 227



Alice Miliat, BJ King, ecc.)

Raccontare la storia delle atlete presenti all'evento (la loro carriera sportiva, come ci sono arrivate, quali risultati hanno ottenuto, cosa c'è in gioco per loro in questa competizione).

Scrivere un comunicato stampa: il comunicato stampa (è un breve documento che presenta ai giornalisti un progetto, un evento o uno strumento. Il lancio di un evento è il momento ideale per inviare un comunicato stampa.

Il comunicato stampa dovrebbe essere una base per gli articoli per i giornalisti. Per dare ai tuoi articoli le migliori possibilità di essere presi in considerazione, adotta un tono giornalistico, sintetico, preciso e neutrale.

Il comunicato stampa ideale ha circa duemila battute: il titolo dovrebbe essere incisivo e informativo; dovrebbe rispondere alle domande "cosa, chi, quando, dove, perché e come", possibilmente con didascalie. Alla fine del comunicato includi i contatti di un referente e aggiungi una breve presentazione della tua associazione.

In termini di scadenze, il comunicato stampa dovrebbe essere inviato due o tre giorni prima del lancio del progetto/evento. Se il primo comunicato stampa non funziona, riprovare. I giornalisti ti conosceranno e reagiranno di più.

Se invii un file per email a tutti i tuoi contatti (mailinglist) è cortesia usare la modalità CCN (copia conoscenza nascosta) affinché non si vedano gli indirizzi di tutti i destinatari e ciò è garanzia di serietà e attenzione.

## **2# Creare un database di media e giornalisti (a livello locale, regionale, nazionale e internazionale)**

È importante fare un elenco dei media che potresti contattare. Usa la tua rete e la tua cerchia di conoscenze per ottenere contatti. Scopri quali media hanno già promosso eventi femminili, poiché saranno più propensi a promuovere il tuo evento.

Crea una piccola lista di giornalisti rilevanti da seguire personalmente. Spesso, inviare un comunicato stampa non è sufficiente: devi alzare il telefono per chiamare la tua rete di contatti e convincerli dell'interesse delle tue notizie.

L'International Sports Press Survey nel 2011<sup>4</sup> ha dichiarato che oltre il 90% degli articoli sono stati scritti da giornalisti "uomini" e oltre l'85% degli articoli si è concentrato su atleti maschi.

Per essere più precisi, solo l'8% degli articoli sportivi analizzati, sono stati firmati da giornaliste! È quindi importante cercare di creare una banca dati senza escludere le giornaliste.

---

<sup>4</sup> Horky T. and Nieland J-U. (2011), ISPS 2011 – First results of the International Sports Press Survey 2011, available at: [www.playthegame.org/fileadmin/image/PTG2011/Presentation/PTG\\_Nieland-Horky\\_ISPS\\_2011\\_3.10.2011\\_final.pdf](http://www.playthegame.org/fileadmin/image/PTG2011/Presentation/PTG_Nieland-Horky_ISPS_2011_3.10.2011_final.pdf).

### **3# Raggiungere i media e la stampa locali**

Entrare in contatto con i media locali (piuttosto che i media nazionali) ti consentirà di avere maggiori possibilità di risposta. Il livello locale può essere interessante per attirare più facilmente le persone della zona e contribuirà a rendere l'evento sostenibile; può anche dare alle persone, e soprattutto alle donne e alle ragazze, lo stimolo per entrare a far parte della struttura organizzativa sia che si tratti di una società sportiva o di un'organizzazione.

La stampa regionale è un mezzo di informazione che copre le notizie di un territorio. Dietro la stampa regionale, dobbiamo guardare più in generale ai mezzi di informazione locali: giornalisti della stampa scritta, del web, di radio e TV al centro dell'informazione territoriale. Questi media sono numerosi con una grande varietà di ascoltatori e lettori. La stampa regionale è un ottimo strumento di comunicazione da utilizzare per le organizzazioni che desiderano sviluppare la propria reputazione/immagine, pubblicizzare il proprio evento e inviare messaggi ai propri target locali.

### **4# Utilizzo dei social network**

Wendie Renard ha più di 113 000 follower su Twitter. Maria Shaparova più di 8 milioni. Le statistiche smentiscono argomenti semplicistici secondo cui non c'è interesse per i personaggi sportivi femminili. I social media possono essere utilizzati come strumento prezioso per richiedere e condividere contenuti. Più rapidamente crescono i siti di social networking, più rapidamente si diffondono i contenuti caricati su di essi.

#### **Canali di comunicazione**

**Sito Web:** la creazione di un sito Web dedicato al tuo evento, fornisce un hub verso e attraverso il quale condurranno tutti gli altri canali di comunicazione scelti. Oltre alle informazioni pratiche, privilegiare i contenuti interattivi e condividere principalmente video e foto (contenuti ritenuti più coinvolgenti per gli utenti di Internet). Dedicare uno spazio ai tuoi partner, un altro al tuo servizio di biglietteria (puoi integrare il modulo di biglietteria direttamente nel tuo sito), un altro per raccontare la tua storia... Sii fantasioso! Infine, le newsletter e le mailing list professionali sono spesso trascurate e considerate obsolete, ma sono comunque uno strumento interessante per promuovere un evento.

**Social network:** i social network possono fungere da tramite per un pubblico più ampio. Organizza concorsi per vincere biglietti o regali (i post da mettere mi piace/commentare e condividere per vincere biglietti e premi aumenteranno la tua visibilità). I social network sono il posto migliore per condividere i contenuti esclusivi di cui abbiamo parlato all'inizio dell'articolo. Attenzione però a rispettare le specificità di ogni rete.

**Facebook** è un vero e proprio strumento di promozione degli eventi. Crea una pagina dell'evento con la data, il luogo, un'immagine e le informazioni pratiche. Ricordati di invitare i tuoi amici e incoraggiarli a condividere l'evento. Facebook è la piattaforma su cui puoi condividere tutti i tipi di contenuti che desideri: video, foto, link ad articoli... Facebook fungerà da punto di contatto con il tuo pubblico prima, durante e dopo l'evento.

**Twitter** può essere utilizzato (prima dell'evento) come portale per il tuo sito, per fornire informazioni pratiche ai potenziali partecipanti. Questa è un'opportunità per creare un hashtag "#" specifico. Twitter sarà più utile durante l'evento: pubblica foto e video in diretta e foto varie a

completamento delle informazioni. Ricorda di includere immagini in ciascuno dei tuoi tweet, affinché siano più visibili. Commenta le partite in diretta mettendo il tuo hashtag.

LinkedIn, così come Twitter, può essere utilizzato anche come portale per fornire informazioni pratiche ai potenziali partecipanti, soprattutto se l'evento è rivolto a professionisti.

Anche Instagram e TikTok, potrebbero essere utilizzati allo stesso modo, soprattutto per la promozione di eventi rivolti ai giovani che sono, tendenzialmente, i più collegati a quelle piattaforme di social media.

### **5# Trovare degli ambasciatori**

Per "umanizzare" la comunicazione del tuo evento ed ottenere visibilità, cerca dei testimonial. Pensa alla nuova generazione di "influencer". Ad esempio, se ti rivolgi ai giovani, gli influencer ti permetteranno di raggiungere una comunità più piccola ma molto più rilevante. Scegli attentamente in base allo sport del tuo evento. Per poter avere maggiori benefici in termini di immagine, essi devono essere regolarmente attivi e la loro community deve essere fidelizzata. In cambio della loro partecipazione o, ancora meglio, per curare una sezione sull'evento per il web, offri uno scambio di visibilità (retweet, Instagram o Facebook story).

### **6# Esempi di iniziative per i media**

Organizza un programma radiofonico speciale su "genere e sport": invita le celebrità dello sport locale a partecipare a un dibattito su come le donne e gli uomini sono rappresentati nella copertura mediatica sportiva. Coinvolgi gli ascoltatori.

Dai alle donne il microfono: mettete in evidenza le commentatrici sportive per dimostrare che il genere non è una garanzia di commenti di qualità e riferite sulle vostre politiche di parità di genere.

Evidenzia gli sport misti e femminili: segnalare gli eventi sportivi femminili o misti nel tuo paese o nella tua regione, può aiutarti a ottenere una copertura più equilibrata.

Misura l'uguaglianza di genere nelle tue operazioni e nei tuoi contenuti: applica indicatori di uguaglianza di genere.

# Modulo 3\_Attirare fondi e sponsor (AMA - Francia)

## Perché trattiamo questo argomento?

Le barriere sociali e culturali hanno una ricaduta sull'accesso alle risorse economiche da parte delle donne, relativamente agli eventi sportivi. Lo sport, comprese le manifestazioni sportive, rappresenta anche un'opportunità professionale, una fonte di occupazione. Pertanto, le barriere più elevate e le disuguaglianze durature nell'attenzione e nel riconoscimento degli eventi sportivi femminili, si traducono in minori opportunità professionali sia per le donne che per gli uomini; così come si traducono in difficoltà nel trovare sponsorizzazioni stabili e rilevanti per gli eventi sportivi (e per le atlete stesse). Le difficoltà finanziarie lasciano anche meno margine di scelta agli organizzatori relativamente a quali sponsor dovrebbero idealmente inserirsi negli eventi sportivi femminili, soprattutto considerando la volontà di creare un impatto positivo sui giovani e sulle ragazze proprio attraverso gli eventi stessi. Per attrarre finanziamenti, parleremo in questa sezione di come sia necessario fare rete e creare le migliori condizioni per raggiungere diversi ambiti.

Lo sport femminile attrae. In televisione, negli stadi, sui social. Tanto che, secondo il rapporto "Deloitte", lo sport femminile è "sulla buona strada" per arrivare a valere più di un miliardo di dollari. Ma per arrivarci bisognerà contare su investimenti sostenuti da parte di tutti gli attori dell'economia sportiva.

Perché se la passione per gli sport femminili sta crescendo e i brand stanno gradualmente realizzando maggiori opportunità di sponsorizzazione, il divario è ancora abissale. Nel 2021 le donne hanno vinto 15 delle 25 medaglie olimpiche francesi, ma rappresentano solo il 20% degli investimenti di sponsorizzazione in Francia.

Tuttavia, questa è un'occasione d'oro per i marchi perché le appassionate di sport femminili sono più ricettive alle azioni di sponsorizzazione rispetto agli appassionati di sport maschili.

## Consigli pratici

### **1# Comunicazione chiara relativamente all'evento: avere uno slogan, un brand, una piattaforma web (social media o sito web), contatti accessibili**

Una comunicazione chiara relativamente a un evento sportivo consentirà al pubblico di comprendere meglio quali sono gli obiettivi, qual è il target di riferimento e quali sono le parti coinvolte. È anche importante per la sostenibilità poiché - un "brand" ben consolidato attorno a un evento sportivo - contribuirà alla sua visibilità e al suo riconoscimento da parte del pubblico da

un'edizione all'altra, così come a distinguerlo da altri eventi. È quindi importante avere un programma di comunicazione per i social media e attenersi ad esso per attirare pubblico. Molto importante è anche creare un incentivo per attirare sponsor e patrocini.

Una buona strategia di comunicazione volta ad attirare un'ottima partecipazione e dare una buona immagine ai partner finanziari, dovrebbe includere i seguenti elementi:

Una tempistica chiara per il lancio dei diversi strumenti/materiale di comunicazione. Le diverse linee guida dovrebbero essere rispettate il più possibile al fine di attuare una strategia forte e logica.

Un chiaro profilo dei partecipanti (background, età e così via). La strategia di comunicazione dovrebbe essere adattata al profilo al fine di suscitare l'interesse dei partecipanti.

Un budget preciso e tutto compreso. La gestione del budget non è probabilmente la parte più facile ma è sicuramente una delle più importanti da tenere in considerazione, ancor prima della stesura della strategia di comunicazione.

Ad esempio: l'organizzazione di un evento sportivo che coinvolga ragazze adolescenti richiederebbe probabilmente di concentrarsi su strumenti come i social media (Instagram, Facebook e TikTok), mentre l'organizzazione di un evento per donne tra i 50-60 anni dovrebbe probabilmente richiedere di concentrarsi su altri strumenti come le e-mail, LinkedIn, siti web e così via.

Importantissimo è avere una fantastica pagina dell'evento sul tuo sito web che includa l'agenda e un link per registrarsi. Avere un link di registrazione è essenziale per la buona realizzazione dell'evento, poiché consentirà all'organizzatore di tenere traccia del numero di partecipanti ma anche di comprenderne il background. Queste informazioni possono quindi essere utilizzate per aggiornare la strategia di comunicazione.

Materiali di comunicazione: realizzazione di un roll-up da esporre durante l'evento; Leaflet, un programma, visual accattivante (immagini e video), da diffondere tramite pagina web, promozione sui social media, newsletter, mailing list... È interessante anche considerare la possibilità di tradurre il materiale di comunicazione più importante in altre lingue, soprattutto se l'evento è finalizzato ad attrarre partecipanti internazionali.

Creazione dei badge comprensivi del nome e dell'organizzazione (se applicabile) dei partecipanti in base all'elenco dei partecipanti. Questo sarà uno strumento interessante per aiutare la rete.

Dopo l'evento può essere inviato a tutti i partecipanti un questionario al fine di raccogliere i feedback e comprendere i principali punti di forza e di debolezza dell'evento. Ciò contribuirà a migliorare l'organizzazione del prossimo.

## **2# Essere a conoscenza dei fondi pubblici disponibili: Consiglio Comunale, Consiglio Provinciale, bandi per progetti (a livello nazionale o europeo)**

Rendere visibile il programma Erasmus+ e conoscere le opportunità (soprattutto in materia di inclusione, diversità di genere, ecc.). Poche persone e organizzazioni sono consapevoli delle opportunità esistenti a livello europeo, pertanto, può essere un'opzione esaminare le possibilità

(soprattutto nel campo dello sport). Anche lo sforzo di costruire un progetto e discutere con altri partner può essere utile per migliorare l'organizzazione, imparando nel confronto dall'esperienza e dalla competenza altrui.

Molti progetti a livello europeo si stanno concentrando su sport, uguaglianza di genere, diversità e inclusione. Non esitate a contattare il capofila e i partner di un progetto che ritenete rilevante per voi. Nella maggior parte dei casi, saranno lieti di rispondere alle tue potenziali domande.

### **Creare un elenco di fondi pubblici disponibili specifico per il Paese in cui si organizza l'evento**

Ad esempio in Francia, è possibile richiedere sovvenzioni a livello di autorità locali, città o regioni. C'è un aiuto dalla regione Ile-de-France per gli eventi sportivi. Il Comitato olimpico francese ha pubblicato nel 2021 un documento che elenca le diverse opportunità finanziarie disponibili per le associazioni sportive, a seconda dei territori.

Ci sono anche fondi a sostegno delle associazioni in genere e può valere la pena verificare se la tua organizzazione può beneficiarne.

### **3# Networking: beneficiari, associazioni, società sportive, tutor, aziende, scuole, università**

Contatta le società sportive sui social media, al telefono o tramite e-mail.

Registrati per aprire eventi in un settore rilevante (ad es. forum sportivo, forum femminista o tavole rotonde) per creare contatti e parlare delle tue attività.

Identifica le principali parti interessate.

Prepara le domande in anticipo.

Ascolta.

Chiedi consigli.

Rimani in contatto dopo l'interazione (con e-mail di follow-up, ad esempio).

Parla con le associazioni per proporre una collaborazione con reciproco scambio di comunicazione (es. le due associazioni comunicano informazioni sull'evento proprio e dell'altra associazione).

### **4# Trova sponsor per il tuo evento**

Molte aziende sono interessate a sponsorizzare un evento, specialmente nel campo dello sport. Gli sponsor non solo ti aiuteranno con la promozione ma possono anche supportarti dal punto di vista del budget e aiutarti nell'organizzazione. Può essere utile entrare in contatto con aziende che hanno già sponsorizzato altri progetti/eventi e che affrontano temi vicini ai tuoi. Avere una scheda di presentazione chiara e ben strutturata dell'evento per il quale si cercano sponsor è essenziale quando ci si avvicina a sponsor potenzialmente interessati e dimostrerà il proprio livello di professionalità, li aiuterà a capire come potrebbero trarre vantaggio da una tale partnership e che tipo di coinvolgimento vogliono ottenere (ad es. aggiungere il proprio logo sui materiali di comunicazione comprese le maglie sportive utilizzate durante l'evento).

### **5# Coinvolgere ambasciatori/influencer**

Può essere di grande impatto "reclutare" e contattare ambasciatori e/o influencer per promuovere un evento. Questo ti aiuterà sicuramente se hai bisogno di maggiore visibilità e se ti interessa coinvolgere la loro rete e/o comunità di riferimento. Le condizioni dovrebbero essere negoziate caso per caso.

## **6# Crea una dimensione culturale dell'evento**

La dimensione culturale dell'evento è strettamente legata al tipo di pubblico a cui l'evento si rivolge e contribuisce ad aumentare i potenziali partecipanti, nonché il numero di potenziali sponsor, ambasciatori e altri soggetti che potrebbero aiutarti nella promozione dell'evento.

## **7# Misura l'impatto economico e sociale dell'evento**

L'impatto economico e sociale, molto spesso, viene misurato solo se riguarda grandi eventi. Tuttavia, viene tendenzialmente prestata minore attenzione all'impatto sociale rispetto a quello ambientale ed economico. Secondo il Consiglio superiore dell'economia sociale e solidale, l'impatto sociale consiste in tutte le ricadute delle attività di un'organizzazione sugli stakeholder esterni diretti o indiretti (beneficiari, utenti e clienti) nel suo territorio, sulle persone all'interno dell'organizzazione (dipendenti, volontari) e sulla società in generale.

Misurare l'impatto sociale di un evento sportivo può consentire alle organizzazioni e alle parti interessate di vedere il valore aggiunto e l'interesse dell'iniziativa, rafforzando al contempo l'aspetto sociale legato alle attività sportive. Nel 2017, l'UNESCO ha adottato il piano d'azione di Kazan che affronta la necessità di sviluppare indicatori comuni per misurare il contributo dell'educazione fisica, dello sport e dell'attività fisica<sup>5</sup>.

Passaggi per misurare l'impatto sociale di un evento:

- definire gli indicatori e gli argomenti specifici che desideri analizzare;
- definire i perimetri del framework;
- creare un sondaggio da distribuire ai partecipanti e alle parti interessate;
- condurre interviste qualitative con i partecipanti e/o le parti interessate;
- analisi dei feedback e dei dati;
- diffusione dei risultati.

---

<sup>5</sup> <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252725>

# Modulo 4\_Accessibilità (IWA - Irlanda)

## Perché trattiamo questo argomento?

La possibilità di proporre un modello di organizzazione di eventi sportivi più inclusivo e accessibile, è più probabile che nasca dallo sport femminile, o meglio, da uno sport che riconosce nella differenza un valore e nella pari opportunità un bisogno non più procrastinabile. Lo sport femminile, da sempre all'inseguimento di inclusione e parità per sé stesso, come spesso accade, attraverso la sua azione porta un beneficio anche a tutte le altre persone che vivono discriminazioni o convivono con un ambiente poco favorevole. Tuttavia, quando si analizza l'accessibilità degli eventi stessi, pochissimi organizzatori hanno competenze e conoscenze per includere, ad esempio, lo sport paralimpico o coinvolgere famiglie di atleti con disabilità. Ciò vale anche per tutti i gruppi di persone che, per svariate ragioni, necessitano di un approccio specifico o di un aiuto particolare per partecipare ad eventi sportivi, come ad esempio le minoranze culturali. Questa sezione si propone di sviluppare le competenze e le conoscenze in merito al miglioramento dell'accessibilità e dell'inclusione.

Linee guida per l'accessibilità

### **Atti sulla parità di status 2000-2012**

Questi atti proteggono le persone con disabilità dalla discriminazione sul posto di lavoro e nella società in generale (ad esempio, se un'organizzazione sportiva, un club, un centro ricreativo agisce atti discriminatori a causa della disabilità di una persona). La legge impone di garantire "una soluzione ragionevole" per le persone con disabilità che possono essere utenti, dipendenti o volontari. Ad esempio, ciò include modifiche strutturali all'edificio, comprese rampe per utenti su sedia a rotelle, porte d'ingresso automatiche, banchi ribassati nelle aree di accoglienza, circuiti di induzione/ascolto nelle aree di accoglienza e informazioni in formati accessibili (ad es. carattere più grande/audio/braille). "Soluzione ragionevole" significa dunque fornire cure o strutture specifiche per garantire che le persone con disabilità, possano usufruire di particolari beni e servizi.

### **Legge sulla disabilità 2005**

La legge sulla disabilità del 2005 impone ai fornitori di servizi pubblici, l'obbligo legale di sostenere l'accesso ai servizi e alle strutture per le persone con disabilità. Ai sensi della legge, le persone con disabilità hanno diritto a:

- far valutare i loro bisogni sanitari ed educativi,
- far redigere dichiarazioni di servizio individuali, stabilendo quali servizi dovrebbero ottenere,
- accedere a procedure di reclamo e ricorso indipendenti,
- accedere agli edifici pubblici e impiego nei servizi pubblici.



# Consigli pratici

## **1# Eventi accessibili**

**Accesso.** Per molte persone con disabilità, l'accesso non è limitato solo dalle semplici barriere fisiche. Le barriere possono essere culturali, economiche, soggettive o organizzative. La valutazione dei requisiti di accesso per un evento, richiede una pianificazione attenta. Prima vengono identificate le esigenze dei partecipanti, maggiori saranno le possibilità di soddisfarle efficacemente. È importante prendere in considerazione il tempo ulteriore che alcuni aggiustamenti potrebbero richiedere all'organizzazione.

**Sede.** Quando pianifichi un evento, chiedi al proprietario/gestore/fornitore della sede quali strutture sono disponibili per i delegati disabili e se ci sono potenziali problemi che devono essere affrontati. Quando cerchi una sede per un evento, chiedi se la sede ha avuto problemi di accessibilità in passato. Questo aiuta a identificare se la sede è adatta o se è necessario prendere ulteriori accordi. Se possibile è meglio sempre organizzare un sopralluogo per accertare di persona tutti i dettagli e ogni potenziale problema relativamente all'accesso e alla fornitura di strutture e servizi per le persone disabili.

## **2# Accesso**

La sede dovrebbe rispettare la "Disability Discrimination Act" e i relativi requisiti per l'accessibilità a servizi igienici, ascensori, aree di ristoro di tutti i luoghi utilizzati durante l'evento, la distanza da essi e la possibilità di raggiungerli autonomamente.

Assicurarsi che i delegati con difficoltà motorie possano utilizzare lo stesso ingresso degli altri delegati. Gli utenti su sedia a rotelle dovrebbero essere in grado di utilizzare autonomamente le rampe di accesso.

Il personale deve essere adeguatamente formato e consapevole relativamente a disabilità e accessibilità: la sede dell'evento deve mettere a disposizione un membro del personale designato, che può assistere in caso di problemi.

## ***Pianificazione e amministrazione degli eventi***

**Budget.** Gli organizzatori devono essere consapevoli del fatto che la fornitura di servizi aggiuntivi avrà implicazioni sui costi e dunque pianificare il budget dell'evento di conseguenza.

**Pianificazione del programma.** È importante garantire un certo grado di flessibilità all'interno di un programma di eventi proposto, per contemplare eventuali modifiche o adattamenti che potrebbero essere necessari. Le persone con problemi di mobilità potrebbero aver bisogno di più tempo per spostarsi tra le stanze e le sessioni.

Gli operatori di supporto devono poter avere pause e cambi.  
I delegati diabetici possono richiedere pause di ristoro più frequenti.

## **3# Relatori, facilitatori ed espositori**

Fornire una guida ai partecipanti affinché delineino le aspettative prima dell'evento. Ad esempio, garantire la tempistica delle scadenze di presentazione al fine di consentire la fornitura di infor-

mazioni in formati alternativi e controllare l'uso di una terminologia corretta.

Assicurarsi che i relatori siano completamente informati e consapevoli delle possibili esigenze dei partecipanti. Ad esempio, l'oratore potrebbe aver bisogno di un microfono collegato a un sistema loop.

Se trattasi di una conferenza eventi educativi, consigliare ai relatori di comunicare oralmente al pubblico il contenuto e il significato delle diapositive e di seguire le linee guida sulle migliori pratiche per la presentazione. Ad esempio, incoraggiare i relatori a guardare sempre il pubblico per garantire che i lettori labiali possano capire la loro presentazione.

Verificare le richieste di relatori e facilitatori, per eventuali, ulteriori accordi. Ad esempio, parlare attraverso un interprete, utilizzare un assistente personale o avere informazioni in formati alternativi.

### **Informazioni pre-evento**

#### *Pubblicità*

- Rendere tutte le informazioni pubblicitarie il più chiare possibile; assicurarsi che i risultati attesi siano dichiarati.
- Pubblicizzare gli eventi in una varietà di formati tramite una vasta gamma di media (stampa, web, forum di posta elettronica, ecc.).
- Assicurarsi che le persone disabili siano raggiunte dalle informazioni e possano partecipare all'evento, facendo circolare la pubblicità nei luoghi dove è probabile trovare questo tipo di pubblico, ad esempio intercettando organizzazioni e le reti di associazioni che si occupano di disabilità.
- Fornire in anticipo i dettagli della sede per informare i partecipanti delle disposizioni sull'accessibilità.

#### *Modalità di registrazione*

- Quando si produce un modulo di registrazione è essenziale garantire che i delegati abbiano l'opportunità di annotare eventuali richieste individuali specifiche ove non già perviste nel form (se possibile infatti sarebbe meglio indicare le preferenze sul modulo di prenotazione per facilitare la pianificazione anticipata degli adattamenti necessari).
- Fornire una gamma di opzioni di registrazione alternative. Ad esempio online, telefono, SMS ed e-mail.
- Una volta che un delegato ha informato gli organizzatori relativamente alle necessità, è opportuno contattare quel delegato per chiarire i dettagli. Ad esempio, potrebbe non essere appropriato che la documentazione dell'evento sia prodotta in Braille per un delegato non vedente; possono preferire informazioni fornite in formato elettronico.
- Informare i partecipanti in tempo utile se si incontrano difficoltà nell'assecondare le esigenze formalizzate.
- Offrire informazioni in formati alternativi (assicurati di sapere in anticipo dove puoi ottenere questo servizio).

### ***Dettagli della sede***

Fornire informazioni specifiche sulla sede (anche in formati alternativi) ai delegati, in merito a:

- dettagli del parcheggio riservato;
- mappe e indicazioni chiare e comprensive dei percorsi di accesso all'interno e, se del caso, tra gli edifici;
- trasporti locali e dettagli di accesso. Ad esempio: compagnie di taxi locali accessibili, trasporti pubblici accessibili, ingressi accessibili, parcheggi riservati, alloggi residenziali e strutture sociali;
- predisposizione dei servizi igienici per cani e assicurarsi che sia disponibile acqua fresca.

### ***Conferma della prenotazione***

Inviare ai delegati le informazioni in formati alternativi appropriati.

E' utile offrire l'opportunità di comunicare ulteriori necessità individuali che potrebbero essere sorte dopo la prenotazione. Al fine di garantire che tutti le esigenze siano soddisfatte, è opportuno dare ai delegati un termine entro il quale fare richiesta delle necessità (ad esempio una settimana prima dell'evento). Anche se notificate dopo questa scadenza, è cortesia fare il possibile per soddisfare le richieste del delegato.

Confermare i dettagli sulle disposizioni prese per soddisfare le esigenze individuali anche se non richiesti, ad esempio: stanze accessibili, supporto dell'interprete della lingua dei segni o parcheggio riservato.

### ***Fornitura di sostegni aggiuntivi***

Identificare i fornitori di servizi professionali per i lavoratori di supporto.

Prenotare gli operatori di supporto/sostegno il più in anticipo possibile

Considerare i tempi degli eventi e le opzioni di sessione di lavoro, quando si pianifica il personale da coinvolgere. Ad esempio, sarà necessario più di un interprete per eventi di durata superiore a due ore e sarà richiesto un numero adeguato di operatori di supporto per consentire ai delegati la piena fruizione dell'evento.

Fornire copie delle presentazioni in anticipo per consentire agli assistenti di contestualizzare il contenuto di ogni sessione e prepararsi.

Predisporre il budget degli eventi per gli assistenti (operatori di sostegno), includendo i loro nomi ove possibile. Pianifica i tempi per consentire agli assistenti di svolgere il proprio ruolo in modo efficace, comprendendo il tempo necessario per il cambio del personale e le pause di riposo.

Riservare i posti per gli operatori di sostegno in un luogo consono.

### ***Problemi specifici del lavoratore di sostegno***

- 1) Operatori di sostegno all'interpretazione e alla comunicazione
  - Identificare il tipo di supporto comunicativo richiesto dai partecipanti, ad esempio: interpreti della lingua dei segni (dattilologia), parlanti e lettori labiali o

palantipisti (persone specializzate nel migliorare la comunicazione per sordomuti).

- Garantire che i partecipanti vengano consultati relativamente alla migliore posizione in cui collocare l'assistente, ad esempio: un parlante/lettore labiale richiederà un'illuminazione adeguata.
- Assicurarci che i palantipisti abbiano prese di corrente e un tavolo di appoggio. Posizionare lo schermo per consentire a tutti i partecipanti di visualizzare l'output.

## 2) Note

- Identificare il tipo di note richiesto, ad esempio: un addetto alle note manuale o elettronico.
- Verificare se sarà richiesto di produrre un riepilogo del documento o un output testuale.
- Identificare le strutture necessarie per prendere appunti, ad esempio: un tavolo, una presa di corrente o un'illuminazione aggiuntiva e se devono essere posizionati accanto alla persona a cui servono.

## 3) Abilitatori

Se gli organizzatori di eventi impiegano abilitatori, è necessario informarli sui loro doveri. Ad esempio, fornendo assistenza all'interno della sede, per l'accesso al catering, all'entrata o uscita dai taxi.

- Se per l'assistenza si ricorre al personale dell'evento, assicurarsi che sia preparato e informato per l'attività cui è chiamato a rispondere e che sia disponibile per i tempi necessari.
- Assicurarsi che gli abilitatori siano facilmente identificabili. Non aspettarsi che altre persone - non specificatamente previste dall'organizzazione- agiscano da abilitatori: le persone disabili non dovrebbero aspettare che altri partecipanti siano liberi di assisterle.

### **Formati alternativi**

- Ottenere copie elettroniche delle presentazioni e dei documenti del workshop per garantire che possano essere inviati ai delegati in anticipo, se necessario.
- Assicurarsi che le copie delle presentazioni e delle dispense siano disponibili in formati alternativi e che siano fornite in anticipo, se necessario.
- Dopo l'evento, rendere i documenti disponibili elettronicamente.

### **Noleggio di attrezzature extra**

Potrebbero essere necessarie le seguenti attrezzature:

- microfoni mobili;
- rampe portatili (ad esempio, per accedere ad ingressi e palchi);
- informazioni in diversi formati e tecnologie informatiche (vedi sotto).
- sostegni per la lettura regolabili in altezza.
- Assicurati che questa attrezzatura sia disponibile

### *Informazioni e tecnologie informatiche*

Rendere esplicito nella comunicazione, se l'evento e i workshops useranno tecnologie informatiche specifiche. Elencare i tipi di attività che si svolgeranno e indicare quali programmi verranno

utilizzati. Ciò consentirà ai partecipanti di giudicare come meglio accedere al workshop e quali dispositivi avere (ad esempio, potrebbero esserci problemi di compatibilità con alcune tecnologie assistive specialistiche).

Ove possibile, invitare i partecipanti a portare la propria attrezzatura: molti lo preferiscono per via della maggiore familiarità. Ad esempio, un utente non vedente potrebbe avere installato nel proprio computer un software di lettura dello schermo oppure, qualcuno con una lesione scheletrica potrebbe avere una tastiera adattata o speciali sostegni per i polsi.

In caso di utilizzo di particolari software, fornire preventivamente ai partecipanti informazioni e occasioni di test, per consentire verifiche sulla compatibilità del software con eventuali tecnologie assistive. Ciò consente inoltre al delegato di familiarizzare con il nuovo software.

### **Supporto progettuale durante l'evento**

#### *Segnaletica*

Se stai fornendo (o chiedendo alla sede di fornire) la cartellonistica/segnaletica, assicurati che tutto sia:

- chiaro e stampato con caratteri scuri su sfondo chiaro. Usa caratteri grandi, "sans serif" con iniziali maiuscole e testo minuscolo, evita lo stampatello;
- posizionato ad un'altezza alla quale possa essere letto dagli utenti su sedia a rotelle (1400-1700 mm o 55-67 pollici).

### **Registrazione**

Assicurarsi che il personale sia a conoscenza dei problemi dei partecipanti e sia formato adeguatamente per incontrare e salutare i partecipanti disabili. Informate esaurientemente tutto il personale addetto alla registrazione, in merito a quali servizi aggiuntivi dovranno svolgere e per quali partecipanti. Ad esempio, garantire che gli interpreti vengano presentati ai partecipanti che richiedono l'interpretazione della lingua dei segni.

Se, al momento della registrazione, deve essere distribuito materiale informativo in formati alternativi, assicurarsi di disporre di un sistema adeguato per identificare le persone che ne hanno fatto richiesta .

Assicurarsi che tutti i badge nominativi siano stampati con caratteri di dimensione minima (18) e, preferibilmente, in grassetto.

### **Posti a sedere**

Indipendentemente dal tipo di posti a sedere che stai fornendo, assicurati che ce ne siano per tutti: accertati che ci sia spazio sufficiente nelle passerelle e tra le file per lo spostamento su sedia a rotelle e per le guida dei delegati non vedenti. Questo dovrebbe essere preso in considerazione per tutti i workshop, le sale per gruppi di lavoro e le strutture di ristorazione.

### **Primo soccorso e supporto medico**

Se qualcuno ha esigenze mediche specifiche, assicurati di conoscerle e intraprendi le azioni appropriate, ad esempio: fornire strutture di stoccaggio per farmaci come l'insulina o fornire personale qualificato in grado di rispondere in modo appropriato a qualcuno che ha una prescri-

zione per crisi epilettiche.

### **Zone di ristoro**

Controllare che il locale allestito per il ristoro sia accessibile in sedia a rotelle e che ci sia spazio affinché tutti possano accedere al servizio.

Ove possibile, utilizzare tavoli e sedie mobili o assicurarsi che vi sia spazio sufficiente tra le aree relax. Tieni presente che le sedute fisse (attaccate ai tavoli) possono essere fonte di difficoltà per molte persone.

Garantire che l'intera gamma di rinfreschi sia disponibile per tutti i delegati, che sia situata in luoghi accessibili e servita su banconi di altezza adeguata.

Verificare che la lettura dei menù sia garantita in formati alternativi o che sia disponibile assistenza per descrivere le opzioni. Assicurarsi che anche il cibo sia "accessibile". Ad esempio, un buffet "con finger food" consentirà alle persone di mangiare senza dover usare posate o tenere in mano un piatto.

Fornire assistenza personale a coloro che ne hanno bisogno. Ciò è particolarmente importante per i rinfreschi a buffet e self-service.

### **Utilizzo delle tecnologie web per supportare un evento**

#### *Adesione alle linee guida*

Al fine di garantire che il materiale presentato sul web sia il più inclusivo possibile, è consigliabile utilizzare linee guida consolidate. TechDis ([www.techdis.ac.uk](http://www.techdis.ac.uk)) può fornire consigli sulla selezione di linee guida specifiche, ma si suggerisce che i siti web, utilizzati per supportare un evento, siano conformi alle linee guida della Web Accessibility Initiative del World Wide Web Consortium. Questi si trovano su [www.w3c.org/wai](http://www.w3c.org/wai). Come punto di partenza, gli sviluppatori web dovrebbero mirare a raggiungere un livello di conformità "Doppia A" delle linee guida WCAG 1.0. Tuttavia, gli sviluppatori dovrebbero anche monitorare lo stato delle nuove linee guida che si trovano sullo stesso sito web.

Assicurarsi che tutti i moduli online -che i delegati devono completare- siano accessibili.

Tenere presente che le alternative "solo testo" non sono universalmente accessibili. Un sito ben progettato che utilizza le linee guida del W3C nella maggior parte dei casi eliminerà la necessità di versioni "solo testo". Gli sviluppatori dovrebbero considerare che fornire una versione "solo testo" di un sito web -come "alternativa accessibile"- può creare barriere di accessibilità per alcuni utenti. Pagine di testo di grandi dimensioni possono creare difficoltà di navigazione per gli utenti di screen reader, per le persone che hanno difficoltà a elaborare grandi porzioni di testo e per coloro la cui prima lingua non è quella utilizzata sul sito (inclusi gli utenti della lingua dei segni britannica). Anche i generatori automatici di solo testo stanno diventando comuni. Tuttavia, i generatori automatici possono creare problemi di navigazione per gli utenti di software vocali e per le persone con dislessia e altre difficoltà cognitive.

### ***Dichiarazioni di accessibilità e test utente***

Quando si utilizzano tecnologie web per supportare eventi e attività, è essenziale sviluppare una dichiarazione o una politica di accessibilità web. Invita gli utenti disabili a testare gli elementi del sito web e fornire un feedback sulla funzionalità. Inoltre è necessario rendersi sempre disponibili ad apportare modifiche al sito al fine di fornire informazioni e offrire materiale in diversi formati.

### ***Dettagli del contatto***

Un punto di contatto dovrebbe essere ben visibile sul sito web dell'evento per chiunque abbia difficoltà ad accedere alle informazioni.

# Modulo 5: Inclusione e pari opportunità nella partecipazione di donne/ragazze e migranti (VIDC - Austria)

## Perché trattiamo questo argomento?

### **Contesto**

Anche se, negli ultimi dieci anni, le forme esplicite di discriminazione sui campi sportivi europei sono diminuite, il razzismo, l'omofobia, il sessismo non sono scomparsi, né nello sport di alto livello né in quello di base. Ciò rende più difficile per alcuni gruppi sociali la pratica sportiva e rappresenta un grave problema dal punto di vista dei diritti umani, perché tutti hanno il diritto di partecipare mantenendo la propria integrità e dignità.

In molte aree della società, il concetto di diversità è percepito come positivo e arricchente. E lo sport in particolare ha il potenziale per avere un effetto di aggregazione ed integrazione: tutti possono teoricamente e indipendentemente da genere, origine, etnia, religione, classe sociale, età o orientamento sessuale partecipare allo sport in modo attivo o passivo.

In molti casi, però, lo "sport per tutti" è ancora un ideale irraggiungibile. La causa è da ricondurre al pregiudizio e agli atteggiamenti stereotipati e negativi nei confronti di determinati gruppi di persone, come le comunità migranti, le persone LGBTQ+. Purtroppo bisogna dire che anche e ancora le donne e le ragazze subiscono disparità di trattamento, discriminazione o esclusione a tutti i livelli; tra atleti, tecnici, dirigenti, tifosi o giornaliste sportivi, alcune persone sono trattate in modo diverso e il loro accesso allo sport è reso più difficile.

Guardando alla società in generale, alle donne, alle ragazze e in particolare alle donne migranti o di minoranze etniche, non vi è dubbio che appartengono ai gruppi più esclusi e vulnerabili in Europa: devono affrontare una doppia, a volte tripla o multipla discriminazione in quanto appartenenti a più gruppi di minoranza. Questo corso di formazione è progettato per aiutare i club e gli organizzatori, per migliorare la partecipazione di donne e ragazze, nonché dei gruppi migranti e minoritari, sia nella loro attività associativa quotidiana che nell'organizzazione di eventi sportivi.

Nello sport, proprio come nella società, esistono discriminazioni e conseguenti emarginazioni: che si verifichino intenzionalmente o meno, l'impatto sulla partecipazione e sullo sport come strumento di crescita personale e progresso sociale, può essere enorme. Lo sport offre la possibilità di rimanere fisicamente attivi, socializzare con gli altri, migliorare la salute mentale e il benessere, apprendere e migliorare le abilità e molti altri benefici psicosociali e fisiologici; perciò deve essere un bene a cui tutti hanno accesso.

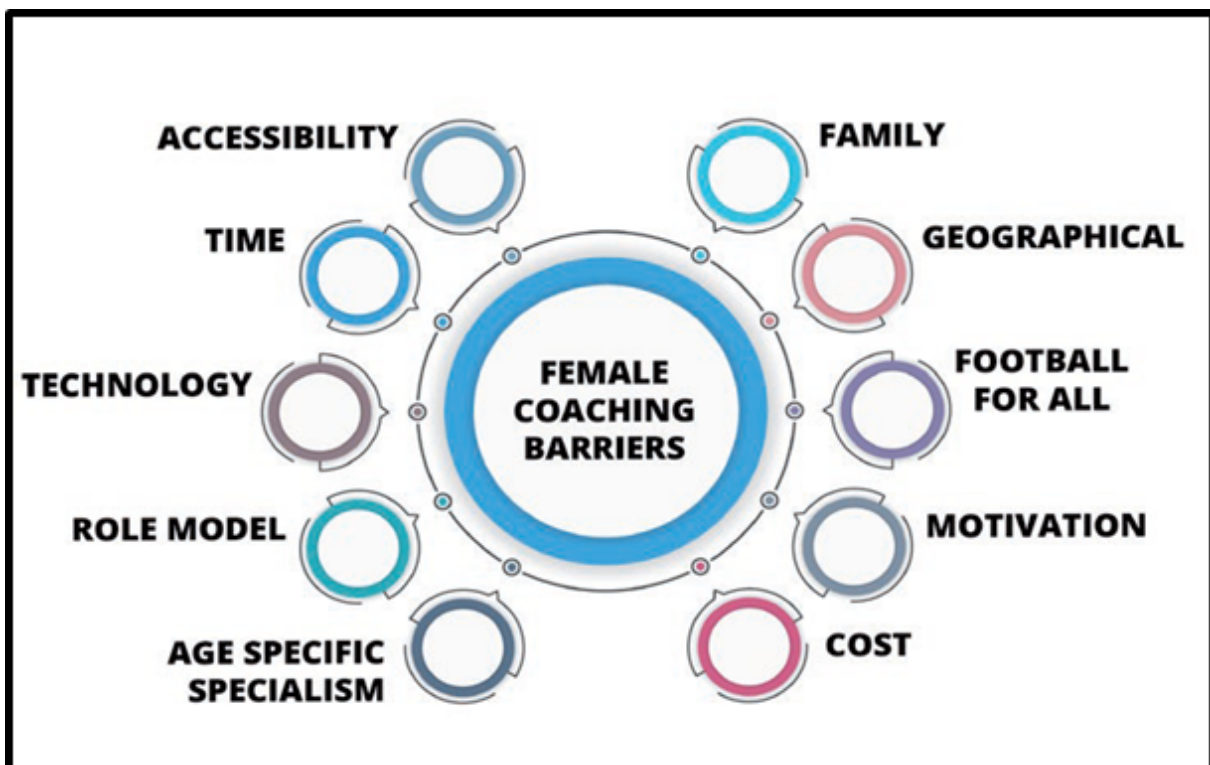


Purtroppo invece, la piena realizzazione di questi benefici per i gruppi emarginati come donne, migranti, minoranze e rifugiati è in ritardo rispetto ai maschi della cultura dominante.

Una formazione sull'inclusione sociale, il contrasto alla discriminazione e la pari partecipazione di donne e ragazze, dovrebbe essere basata su due aspetti:

### 1. **Comprensione delle barriere e dello status quo**

La diversificazione dello sport di massa europeo e degli eventi sportivi e la rimozione delle barriere rimangono un compito importante, nello sport organizzato (club, associazioni, ecc.) ma anche nelle iniziative (informali) o nei gruppi ricreativi (ad es. sport in spazi pubblici, parchi, iniziative sociali, ecc.). Secondo uno studio di Statistics Austria (2018), solo il 14% delle persone ex migranti, di cui il 19% uomini e l'8% donne, sono membri di società sportive austriache. Nella popolazione maggioritaria, è il 31% degli uomini e il 18% delle donne. Per aumentare questi numeri, è necessario abbattere le barriere e aumentare la partecipazione delle persone appartenenti a gruppi sottorappresentati.



### 2. **Strategie per aumentare il coinvolgimento di tutti**

La sensibilizzazione attraverso campagne e attività educative, scambi e studi internazionali, nonché attività di empowerment, networking e consulenza per le minoranze, iniziative proattive di club e associazioni sportive sono, ancora oggi, i metodi migliori per incrementare il coinvolgimento. Il potenziale valoriale e la visione a lungo termine del concetto di fairplay mirano a creare una cultura sportiva libera da discriminazioni ed esclusioni.

Tutti i diversi soggetti attivi in ambito sportivo, dovrebbero essere incoraggiati e autorizzati a lavorare, ciascuno nella propria sfera di influenza, per la valorizzazione della diversità e contro ogni forma di discriminazione.

Le istituzioni sportive europee sottolineano chiaramente il carattere inclusivo dello sport. Parti-

colarmente positivi sono l'impegno per la lotta congiunta contro il razzismo e l'omofobia, per la sostenibilità dei grandi eventi sportivi e per i progetti riguardanti le pari opportunità nello sport. Un obiettivo importante è anche la creazione di una rete di promotori dell'integrazione all'interno delle società sportive.

Il "Libro bianco sullo sport" della Commissione Europea del 2007, ne sottolinea il potenziale per la coesione sociale, la solidarietà, l'inclusione e l'integrazione dei migranti, di altre minoranze e di tutti i cittadini, indipendentemente da genere, etnia, età, disabilità, religione e convinzioni personali, orientamento sessuale e background sociale o economico.

Secondo la legge federale sulla promozione sportiva (BSFF 2017 § 2 (1)), è compito della promozione sportiva sostenere, tra l'altro, "l'integrazione sociale delle persone con un passato migratorio attraverso lo sport" nonché "l'offerta di attività sportive specifiche per le persone che non sono fisicamente attive".

La sezione 112 del regolamento sull'amministrazione legale della Federcalcio austriaca (ÖFB) si riferisce al tema della discriminazione. Da un lato si prevedono sanzioni per giocatori, allenatori, dirigenti e società, dall'altro, queste sanzioni possono anche essere combinate con misure specifiche idonee a contrastare comportamenti discriminatori (§ 112 (5)).

## Consigli pratici / Liste di controllo

È nell'interesse dello sport (organizzato) affrontare le questioni relative alla lotta alla discriminazione: sia per conquistare nuovi gruppi target e sfruttare appieno il potenziale sociale dello sport, sia per ottemperare alla responsabilità sociale dello sport, affinché ognuno abbia il diritto di essere trattato con rispetto.

Gli organizzatori di eventi, i club e le associazioni possono agire a tutti i livelli e contribuire a ridurre la discriminazione nello sport, ad esempio:

### # Livello 1: invitare e avvicinare direttamente i gruppi emarginati

- Creare opportunità ed eventi per ragazze e gruppi emarginati  
Contesto/ostacoli: il motivo principale per cui poche ragazze sono nelle squadre di calcio è la mancanza di offerta. Ci sono pochi club e squadre femminili e anche dove le ragazze teoricamente potrebbero giocare, questo raramente viene pubblicizzato e arriva alle possibili utenti. Molte ragazze giocano a pallavolo, pallamano o basket, anche se hanno sempre voluto giocare a calcio.
- Invitare esplicitamente gruppi con difficoltà e fragilità di inclusione e integrazione (ad es. usare volantini del club, foto)  
Contesto/ostacoli: le ragazze spesso non sono informate dalle associazioni e non sono nemmeno sicure di essere accolte.
- Creare spazi sicuri ed eventi dedicati (ad es. sessioni di allenamento)  
Contesto/ostacoli: fin dalla tenera età, le ragazze sono meno incoraggiate a praticare sport, dedicano meno tempo a un'attività fisica e si fidano di conseguenza meno di se stesse: quando arrivano ad un club per la prima volta sarebbe dunque preferibile che avessero la possibilità di iniziare a praticare in uno spazio protetto.

- Vivere la diversità in ogni sua dimensione  
Contesto/Ostacoli: tutti gli esseri umani hanno background ed esperienze differenti, a causa della loro origine (sociale), sessualità, identità di genere, colore della pelle, religione, (dis)abilità ecc.

## # Livello 2: comunicazione

### Comunicare in maniera chiara ed evidente l'impegno contro le discriminazioni

Comunicare in maniera chiara ed evidente l'impegno contro le discriminazioni:

- internamente al proprio ambiente sportivo, club, organizzazione, impianto (prevedere un paragrafo antidiscriminazione in tutti i documenti programmatici e statuti),
- all'interno del proprio impianto sportivo o struttura dedicata all'evento (con striscioni, cartelloni, regolamento di comportamento previsto per l'impianto stesso),
- esternamente (facendo pubblicità progresso sui media, siti web, carta stampata, social media).

Come intervenire in caso di incidenti discriminatori

- All'interno delle associazioni/club/organizzazioni sportive, prevedere delle linee guida sul tema con precise procedure e referenti, ufficialmente e specificatamente formati, che rappresentino il riferimento per aiutare le vittime di discriminazione ad affrontare il problema.

Linguaggio non discriminatorio

- Contesto/ostacoli: l'effetto del linguaggio non è da sottovalutare. La lingua contribuisce in larga misura al fatto che possiamo sentirci a nostro agio, rispettati o meno. Di conseguenza, l'attenzione ad un linguaggio rispettoso è di centrale importanza.

Conversazione democratica e cultura del confronto durante l'evento

## # Livello 3: campagna di comunicazione

- Avere poster e striscioni con messaggi inclusivi.
- Organizzazione di eventi nell'ambito di contesti specifici, ad es. giornata mondiale del rifugiato, giornata internazionale della donna, settimane di azione fairplay, settimana europea dello sport EWOS,
- Creare qualcosa di più grande degli eventi sportivi stessi, come ad esempio campagne mediatiche.
- Contrastare gli stereotipi.

Contesto/ostacoli: stereotipi su come ragazze e ragazzi "dovrebbero" essere, comportarsi, apparire, ecc. Ad.es. di fronte all'esplicitazione di stereotipi come: "le ragazze non giocano a calcio" intervenire producendo una controinformazione, valorizzare storie di persone che hanno rotto gli schemi e sono protagoniste di un cambiamento.

## # Livello 4: creare modelli di ruolo per migliorare l'identificazione e l'ispirazione

- Testimonial e modelli di ruolo: giocatori, dirigenti e allenatori aiutano a supportare il concetto di diversità e richiamano un pubblico eterogeneo.
- Rendere visibili (internamente ed esternamente) atleti queer, migranti ... (es. foto nella sede sociale o nello spogliatoio, ecc.).

Contesto/ostacoli: la visibilità favorisce il processo di inclusione e integrazione. Questo non riguarda solo siti web e social media, dove le ragazze e le donne sono, più o meno, rappresentate

alla pari di ragazzi e uomini, ma riguarda anche la visibilità “in loco” ovvero là dove l’attività si svolge e nella sede del club.

### # Livello 5: Educazione e sensibilizzazione relativamente a antidiscriminazione e inclusione

- Attività sociali e laboratori di inclusione e antidiscriminazione nell’ambito dell’evento. Durata 2-3 ore, gruppo target: bambini e giovani tra i 10 ei 20 anni.
- Formazione relativamente a inclusione e antidiscriminazione per il personale coinvolto nell’evento. Durata 1,5 ore, gruppo target: atleti/ allenatori/ funzionari/ arbitri
- Durante l’evento prevedere la presenza di persone che sappiano gestire attività di consapevolezza.

Contesto/ostacoli: durante l’evento è necessaria la collaborazione di persone esperte, fidate e formate, pronte a risolvere problemi, qualora insorgessero. La vita all’interno delle associazioni è molto più facile quando ci sono collaboratori preparati e capaci, poiché si può agire in anticipo e affrontare gli imprevisti prima che diventino più grandi e quindi più difficili da risolvere. Questo dà sicurezza e crea fiducia nel club.

### # Livello 6: infrastruttura

- Spazi protetti dedicati a ragazze e donne  
Contesto/ostacoli: è necessario dare alle ragazze/donne uno spazio dedicato, sicuro, protetto, perché anche attraverso questa attenzione passa il rispetto, l’uguaglianza, la sicurezza, la possibilità di condividere bisogni ed esigenze comuni, il confronto spontaneo e libero da cui nascono autostima e senso di efficacia.
- Parità nella distribuzione dei tempi di allenamento e di gioco per ragazze e gruppi emarginati

Contesto/ostacoli: le atlete e le squadre femminili spesso non ottengono gli stessi tempi di allenamento dei colleghi maschi e ciò contribuisce alla percezione di valere meno. La qualità del campo in cui si pratica lo sport dovrebbe essere uguale tra ragazze e ragazzi. Quando un club manifesta differenziazioni dovute al genere relativamente alla gestione delle strutture sportive (superficie del campo, visibilità e accessibilità per il pubblico) tende a programmare le partite dei ragazzi sui campi migliori, negli orari migliori, nei giorni migliori.

- Coach e collaboratori per attività femminile e minorile  
Contesto/ostacoli: in generale, l’attività dedicata ai minori (ritiri di allenamento, competizioni o partite in trasferta ma anche l’attività ordinaria in sede) dovrebbe prevedere il coinvolgimento di una persona di riferimento dello stesso sesso; ciò al fine di facilitare l’empatia, la fiducia e rafforzare il sentimento di sicurezza.

# Modulo 6: sostenibilità (VIDC-Austria)

## Perché trattiamo questo argomento?

### Contesto

Il tema dell'impatto ambientale degli eventi sportivi è ancora lontano dall'essere affrontato in modo sistematico e organizzato. Le difficoltà nell'avanzare contromisure più strutturate ed efficaci -nonostante la consapevolezza generale - sono principalmente di natura economica. C'è un grande margine di miglioramento e questa sezione suggerisce alcuni modi per procedere.

I club sportivi sono luoghi in cui molte persone si riuniscono e si confrontano. I club e diverse tipologie di eventi sportivi, sono potenti strumenti per diffondere messaggi positivi ed efficaci ad un vasto pubblico e quindi contribuire a una maggiore sostenibilità, come definito dalle Nazioni Unite (ONU) con i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile espressi nell'Agenda 2030.

I club sportivi e gli eventi sportivi hanno una grande responsabilità e possono dare un esempio positivo per le sfide da affrontare per reali azioni di sostenibilità ambientale e sociale.

La capacità di inclusione e integrazione dello sport contribuisce già in parte agli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030 dell'ONU, firmata dagli Stati membri nel 2015. Ma le società sportive potrebbero fare molto di più per aumentare la sostenibilità delle loro attività quotidiane e degli eventi che organizzano. Ma in che modo esattamente lo sport può operare in modo più efficace?



## Cosa significa sostenibilità?

In Austria viviamo molto al di sopra delle nostre possibilità e abbiamo bisogno di un modello di sviluppo più sostenibile. Sostenibilità significa utilizzare le risorse in modo efficace nell'ottica di non compromettere la possibilità delle generazioni future di avere le stesse opportunità. Le persone oggi non dovrebbero vivere a spese delle persone di altre regioni del mondo e delle generazioni future. La sostenibilità riguarda tutti i settori della nostra vita e delle nostre economie e deve essere dunque un impegno per l'intera società.

Una formazione sulla sostenibilità ambientale nell'organizzazione di eventi sportivi, dovrebbe coprire i seguenti argomenti:

- accedere ad una fornitura di energia ecologica;
- fare la raccolta differenziata;
- riciclare materiali e attrezzature (es. palline da golf/tennis);
- ridurre lo spreco alimentare;
- risparmiare risorse (es. acqua per il tennis su terra battuta);
- utilizzare i servizi esistenti;
- entrare in reti di contatti con competenze in materia di eco-responsabilità, sostenibilità;
- dare sostenibilità del progetto nel tempo.

## Consigli pratici / Liste di controllo

In quali aree possiamo aumentare la nostra sostenibilità nell'organizzazione di un evento sportivo?

I club sportivi hanno molte opzioni per rendere le proprie attività più sostenibili. Per comunicare queste opzioni nel modo più chiaro possibile, sono state suddivise in categorie di attività quotidiane (dei club e comitati di organizzazione di eventi sportivi) con alcune inevitabili sovrapposizioni. Dopo ogni attività viene indicato quale (o quali) dei 17 obiettivi di sostenibilità -dell'Agenda 2030 dell'ONU- viene affrontato.

### Eventi sportivi

Nonostante la tendenza a concentrarsi maggiormente sui grandi eventi sportivi -per quanto riguarda le preoccupazioni relative all'impatto ambientale o all'ingiustizia sociale- gli eventi sportivi di piccole e medie dimensioni svolgono un ruolo altrettanto importante, se non più importante, poiché sono più frequenti e numericamente maggiori.

Di seguito alcune considerazioni.

#### 1# Attività dell'evento

- Fornire opzioni di riciclo per i visitatori. (6, 13)
- Riutilizzare e/o riciclare beni e forniture utilizzati durante l'evento; registrare e monitorare il volume complessivo e la percentuale di rifiuti indifferenziati prodotti. (6, 12, 13)
- Adeguare premi, pacchi gara, pettorali, nastro /barriera (per delimitare le aree) e

articoli simili a criteri di sostenibilità, ovvero prediligere articoli autoprodotti o prodotti ecologicamente e che non sono “usa e getta”; ad esempio, regalare piante in vasi sostenibili invece di mazzi di fiori. (12)

- Gli omaggi/gadget o sono sostenibili (e prodotti eticamente) o eliminati. (12, 13)
- Gli articoli promozionali e l'abbigliamento non vanno cambiati ad ogni stagione agonistica e/o evento. (12, 13)
- Sostenere le imprese locali e le forniture di materiali di seconda mano e condividere o riutilizzare il più possibile piuttosto che acquistare. (8, 12)
- Utilizzare petali di fiori o coriandoli di carta biodegradabili al posto di coriandoli di plastica. (12, 13)
- Spettacoli laser al posto di fuochi d'artificio. (13)
- Bolle di sapone piuttosto che palloncini. (12, 13)
- Macchine per nebulizzare a base d'acqua. (13, 15)
- Mantenere la sede dell'evento il più in ordine possibile: più si mantiene ordine e pulizia minore sarà la probabilità che i visitatori abbandonino spazzatura. (6, 13, 15)
- Utilizzare la cerimonia di apertura per fare pubblicità progresso. (1, 3,4, 5, 8, 10, 16)
- Mantenere il volume audio degli eventi entro le linee guida ufficiali (un volume eccessivo colpisce non solo le persone ma anche la fauna selvatica). (15)

## 2# Ristorazione

- Garantire che esista un sistema per lo smistamento e per il riciclo dei rifiuti. (6, 13)
- Servire tutto il cibo in piatti riutilizzabili o compostabili, evitare oggetti in plastica o usa e getta. (12, 13)
- Evitare plastica, bottiglie e lattine usa e getta (utilizzare un sistema di deposito). (12, 13)
- Offrire da bere acqua del rubinetto (6, 13)
- Offrire cibi e bevande regionali, stagionali, bio e possibilmente a base vegetale. Il cibo di origine animale non è sostenibile tranne che per rarissime eccezioni che raramente si verificano nella moderna società occidentale. (12, 13, 15)
- Prevedere una ristorazione il più possibile autoprodotta (3, 12)
- Calcolare il fabbisogno alimentare per ridurre gli sprechi e i costi. Donare il cibo avanzato ad un banco alimentare o ad associazioni di volontariato attive per i poveri oppure smaltirlo in modo sostenibile. (12)
- Soddisfare esigenze dietetiche speciali ove possibile. (3, 10)
- Evitare imballaggi monodose (ad es. ketchup/zucchero). (12, 13)



### 3# Alloggio

- Scegli le opzioni di alloggio che sono state certificate come ecologiche. I club potrebbero avviare partnership con fornitori di alloggi ecologici, ad esempio offrendo sconti speciali a partecipanti e visitatori di eventi. (13)
- Scegli un alloggio facilmente raggiungibile a piedi, in bicicletta o con i mezzi pubblici. (13)
- Scegli e consiglia alloggi accessibili. (3,10)



### 4# Trasporto

La maggior parte delle emissioni di carbonio degli eventi sportivi proviene dai trasporti, in particolare dagli spettatori stranieri (oltre l'80% delle emissioni). E' bene dunque incoraggiare l'uso dei mezzi pubblici e di veicoli ecologici (biciclette, auto elettriche). Ad esempio, offri uno sconto alle persone che possono dimostrare di essere arrivate con i mezzi pubblici.

Per ridurre le emissioni legate ai trasporti, potrebbe essere necessario considerare la dimensione massima dell'evento. Se gli spettatori stranieri sono limitati (quota), ciò può ridurre drasticamente le emissioni

### 5# Sostenibilità sociale

- Pianificare eventi accessibili e senza barriere (rendere il sito web e la prenotazione online privi di barriere). (3, 5, 10)
- Fair play e responsabilità pedagogica socialmente orientata, ovvero responsabilità per un gioco di successo e per i compagni di squadra e gli avversari (3, 4, 5, 7, 8, 10, 12, 13)
- Incaricare personale di sicurezza appositamente formato (ad es. sensibile alle questioni LGBTQI+, al tema del razzismo, ecc.). (5, 10)
- Prevedere offerte speciali, ad esempio per anziani, studenti, famiglie. (3, 10)
- Garantire condizioni di lavoro e di sicurezza dignitose ed eque per tutti i partecipanti, inclusi subappaltatori, volontari e concorrenti.
- Offrire sessioni "test" al pubblico affinché le persone possano provare a praticare gli sport in autonomia. (3, 5, 10)
- Mirare alla diversità e a un rapporto di genere equilibrato tra concorrenti, spettatori, membri del team, volontari, arbitri, personaggi che effettueranno le premiazioni, artisti, ecc. (5, 10)
- Prendere in considerazione persone residenti nei dintorni che potrebbero essere interessati dall'evento: avviare un confronto per determinare, ad esempio, quale potrebbe essere il momento ottimale per l'evento al fine di evitare impatti negativi sulla comunità locale. (1, 15, 17)



## Esempi

Storie di successo: <https://www.green-champions.de/index.php?id=26&L=1>

## Fonti

Eugene Cascades e sport costieri; Consiglio per lo sport responsabile. (nd). Eventi sportivi responsabili 1-2-3. Semplici passi per produrre un evento sportivo più rispettoso dell'ambiente e socialmente consapevole.

Squadra di calcio Forest Green Rovers. (nd). Un altro modo.

Green Events Rete Austria. (2020). Nachhaltig zum Green Event. [Sostenibilmente verso Green Events].

Hugaerts, I.; Scheerder, J.; Helsen, K.; Corthout, J.; Thibaut, E.; Könecke, T. (2021). Sostenibilità negli eventi sportivi partecipativi: lo sviluppo di uno strumento di ricerca e approfondimenti empirici. *Sostenibilità*, 13, 2-16.

LandesSportBund Niedersachsen e.V. (2020). Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit in Sportvereinen [Misure per migliorare la sostenibilità nelle società sportive].

Nachhaltiger-Sport.at. (nd). Sport und die UN-Nachhaltigkeitsziele (SDG) [Lo sport e gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite].

Österreichisches Umweltzeichen [Il marchio di qualità ecologica austriaco]. (2020). Ecolabel Linee Guida Uz 62. Incontri ed Eventi Verdi.

Österreichisches Umweltzeichen [Il marchio di qualità ecologica austriaco]. (nd). Sport Sostenibile.

Confederazione sportiva svedese. (2020). Aspetti della sostenibilità: che ispirano.

## Informazioni aggiuntive

Autotest per i club per valutare la sostenibilità attuale e storie di successo: <https://www.nachhaltiger-sport.at/en/>

Idee poster da scaricare: <https://vereinshelden.org/engagieren/sdgs-im-sport/>

## Siti web e articoli

*Argomento: leadership*

<https://www.diversity-management.it/2016/04/22/le-donne-sono-orientate-alla-leadership/>

<https://stepupequality.geacoop.org/>

<https://www.kornferry.com/seachresult?query=women+in+leadeship+position>

<https://www.coach-you.co.uk/leadership-style-assessment/>

*Argomento: inclusione dei migranti e in particolare migranti donne e bambine*

<https://sportinclusion.net/publications/>

<https://www.fairplay.or.at/projekte/ausstellung-invisible/> (fair play exhibition "[in]visible – minority

and migrant women in sport”)

[sportinclusion.net/fileadmin/mediapool/pdf/spin/SPIN-Equal\\_access\\_migrant\\_women\\_in\\_sports\\_Camino\\_2020.pdf](https://sportinclusion.net/fileadmin/mediapool/pdf/spin/SPIN-Equal_access_migrant_women_in_sports_Camino_2020.pdf) (SPIN Women: Equal Access and Participation of Migrant Women and Girls in Sports. A Study Report by Camino, 2020)

[sportinclusion.net/fileadmin/mediapool/pdf/spin/2021-05\\_SPIN-Women\\_Action\\_Research-web.pdf](https://sportinclusion.net/fileadmin/mediapool/pdf/spin/2021-05_SPIN-Women_Action_Research-web.pdf) (SPIN Women: Action research for inclusion: migrant women and girls in sports, published by Camino, 2021)

[camino-werkstatt.limequery.com/54769?lang=de](https://camino-werkstatt.limequery.com/54769?lang=de) (Self-assessment tool for associations to assess how inclusive they are towards migrants)

Argomento: omofobia

[www.fairplay.or.at/fileadmin/Bibliothek/Fairplay/download/Antidiskriminierung/Broschuere\\_Fussball-f-Vielfalt.pdf](https://www.fairplay.or.at/fileadmin/Bibliothek/Fairplay/download/Antidiskriminierung/Broschuere_Fussball-f-Vielfalt.pdf) (Football for Diversity brochure, published by the fairplay initiative, ÖFB + Austrian Football Bundesliga, 2014)

[www.fussballfueralle.at](https://www.fussballfueralle.at) (Ombudsman for discrimination with a homophobic background and based on the sexuality of those affected)

[www.out-sport.eu/wp-content/uploads/2019/11/OUTSPORT-Report-Relevance-of-SO-GI-in-Sport-in-Europe\\_corrected-version-September-2019.pdf](https://www.out-sport.eu/wp-content/uploads/2019/11/OUTSPORT-Report-Relevance-of-SO-GI-in-Sport-in-Europe_corrected-version-September-2019.pdf) (Download study on homophobia in sport as part of the Erasmus+ project Outsports, 2019)

[www.bmkoes.gv.at/dam/jcr:797d0dd6-0fd4-4871-8869-b72335b0f007/1\\_Abschlussbericht\\_Homophobie-Studie\\_fairplay\\_Juni2021.pdf](https://www.bmkoes.gv.at/dam/jcr:797d0dd6-0fd4-4871-8869-b72335b0f007/1_Abschlussbericht_Homophobie-Studie_fairplay_Juni2021.pdf) (Download fair play study on homophobia in Austrian sport, 2016)

Argomento: sessismo/partecipazione delle ragazze

[www.fairplay.or.at/projekte/let-the-girls-play](https://www.fairplay.or.at/projekte/let-the-girls-play)

[www.fairplay.or.at/projekte/spin-women](https://www.fairplay.or.at/projekte/spin-women)

<https://www.vu.edu.au/about-vu/news-events/media-releases/gender-equality-in-sport-needs-to-start-at-the-clubhouse>

European networks

SPIN network: <https://sportinclusion.net>

FARE network: [www.farenet.org](http://www.farenet.org)

# EWSE

EMPOWERING WOMEN  
FOR SPORT EVENTS IN EUROPE



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

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.