FANS MATTER!

SD Europe

AN SD PROJECT SUPPORTED BY RESPECT With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union

1st NATIONAL WORKSHOP

28-29 maggio 2022
Bologna



PROGRAMMA & AGENDA

SABATO 28 MAGGIO

Zanhotel Europa **, via Cesare Boldrini, 11, 40121 Bologna**
Sala Madrid

15:00 **I partner del progetto**
- FIGC: Barbara Moschini, EU Project Coordinator
- SD Europe: Loukas Anastasiadis, Membership Development Manager
- Supporters in Campo: Stefano Pagnozzi, Presidente

15:25 *Icebreaker*

15:45 **Club management**
Pianificazione e gestione degli aspetti organizzativi e amministrativi
a cura dei formatori Fabio Guarini e Michele Palmiero
- FC St. Pauli: Massimo Finizio, Presidente Assemblea soci passivi, ex dirigente

– attività di gruppo
– discussione

17:30 *Coffee break*

18:00 **Membership management**
Costruzione della strategia, gestione dei membri
a cura dei formatori Fabio Guarini e Michele Palmiero
- Aps Il Fasano Siamo Noi: Ignazio Lovecchio, Presidente

– attività di gruppo
– discussione

20:00 *Fine lavori*

Ein Prosit Pub, via Fratelli Cairoli 2/C, 40121 Bologna

20:45 *Cena di gruppo e visione della finale UCL*



FANS MATTER!

SD Europe

AN SD Europe PROJECT SUPPORTED BY RESPECT With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union

1st NATIONAL WORKSHOP

28-29 maggio 2022
Bologna



PROGRAMMA & AGENDA

DOMENICA 29 MAGGIO

Zanhotel Europa **, via Cesare Boldrini, 11, 40121 Bologna**
Sala Madrid

9:30 **Volunteer Management**
I processi di reclutamento, coinvolgimento e fidelizzazione dei volontari
a cura dei formatori Fabio Guarini e Michele Palmiero
– attività di gruppo
– discussione

11:00 *Coffee break*

11:30 **Stakeholder management**
Identificazione, analisi, priorità d'azione, coinvolgimento delle parti interessate
a cura dei formatori Fabio Guarini e Michele Palmiero
• FC St. Pauli: Julian Einfeldt, team coordinatori Fanladen
– attività di gruppo
– discussione

13:00 *Saluti finali e termine dei lavori*

13:15 *Cocktail presso la struttura*

CONTATTI

Per qualsiasi esigenza di carattere logistico, è possibile far riferimento ai seguenti contatti (responsabili del progetto, membri del board di Supporters in Campo)

Michele Palmiero +39 373 729 1035
Fabio Guarini +39 346 226 5795
Gianfranco Gatto +39 328 199 8826
mail: consiglio@supporters-in-campo.it





FANS MATTER!

2nd NATIONAL WORKSHOP

25-26 giugno 2022
Fasano (BR)

SD Europe

WELCOME!

SinC

FIGC ITALIA



CLUB MANAGEMENT

PIANIFICAZIONE E GESTIONE DEGLI ASPETTI ORGANIZZATIVI E AMMINISTRATIVI

REQUISITI PER UN BOARD EFFICIENTE

ELEMENTI CHIAVE

- IDENTIFICARE SCOPO E FUNZIONI
- PERSONE
- STRATEGIE
- DECISION MAKING
- PROBLEMI COMUNI
- ASPETTI ECONOMICI
- ANALIZZARE E AFFRONTARE I RISCHI
- VANTAGGIO COMPETITIVO
- RIUNIONI PRODUTTIVE



IL RUOLO DEL BOARD

NON ESISTE UN'UNICA DEFINIZIONE DI «RUOLO DEL BOARD»

UNA QUESTIONE DI RESPONSABILITÀ

- OBBLIGHI LEGALI
- STATUTI, REGOLAMENTI
- DOVERI FIDUCIARI
- RESPONSABILITÀ COLLETTIVE DELL'INTERO BOARD
- PARERI PROFESSIONALI ► SITUAZIONI IN CUI I MEMBRI DEL BOARD DEVONO PRENDERE DECISIONI RAPIDE RIGUARDO QUESTIONI DI CUI NON HANNO CONOSCENZA O COMPETENZA





ATTIVITÀ DI GRUPPO

BOARD FANTASTICI E COME CREARLI

COME CREARE IL BOARD IDEALE

- un regolamento elettorale chiaro
- un processo elettivo trasparente
- scrutinatore indipendente (collegio di controllo)
- skills audit | bilancio delle competenze per individuare lacune
- cooptare per specializzazione e rappresentatività
- analisi della rete e dei contatti
- indipendenza
- diversità



COME MIGLIORARE LE RIUNIONI DEL BOARD

PROBLEMI TIPICI

- questioni operative
- durata eccessiva
- un nuovo membro fatica ad inserirsi (capacità)
- non si decide niente
- un membro monopolizza la discussione
- un continuo scambio di messaggi durante la riunione



COME AFFRONTARE I PROBLEMI

1. MAI SOTTOSTIMARE L'IMPORTANZA DEL CONFRONTO

2. CONSULTARE I CASI DI STUDIO



DOMANDA

COME AVETE AFFRONTATO IL PIÙ GRANDE PROBLEMA CON CUI AVETE AVUTO A CHE FARE?

SFRUTTARE IL MODELLO DEMOCRATICO

1. USA IL TUO VANTAGGIO COMPETITIVO

PER RAGGIUNGERE UN OBIETTIVO

2. OSSERVA GLI STAKEHOLDER,

SOPRATTUTTO I COMPETITOR

3. PERCHÉ UN CLUB DI PROPRIETÀ DEI TIFOSI DOVREBBE ESSERE MIGLIORE DI UN CLUB GESTITO DA UN PRIVATO?





Noi Siamo il Derthona
2012-2022

ANDREA FREDDO

PRESIDENTE NOI SIAMO IL DERTHONA
VICEPRESIDENTE HSL DERTHONA



30’



FANS MATTER!

MEMBERSHIP MANAGEMENT

COSTRUZIONE DELLA STRATEGIA & GESTIONE DEI MEMBRI

LE 7P DEL MARKETING MIX



SUGGERIMENTI

CREARE UNA SOLIDA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

ORGANIZZARE EVENTI CHE POSSANO ATTRARRE NUOVI MEMBRI

SAPER ASCOLTARE: IL FEEDBACK DEI MEMBRI



FUNNEL STRATEGY

IL VIAGGIO

I cinque passi che il membro compie all'interno dell'organizzazione

⬇

Iterare il ciclo significa ottenere continuamente nuove risorse





DOMANDE

COME TI SEI AVVICINATO ALL'ASSOCIAZIONE/CLUB?

QUANTO COSTA LA MEMBERSHIP ANNUALE?

QUAL È IL FATTORE DECISIVIO PER STABILIRE LA QUOTA ANNUALE?

L'ESEMPIO DEL MALMÖ FF

- quota annuale
  - standard ~ 40 €
  - youth ~ 20 €
  - family fee ~ 60 €
- campagne occasionali
- qualche volta le persone si avvicinano spontaneamente



L'ESEMPIO DEL MALMÖ FF

I NUMERI DELLA REALTÀ SVEDESE

- membri attuali: 6350
- tipologie di membership
  - standard ~ 41%
  - youth ~ 5%
  - family ~ 54%
- gender | donne 28% - uomini 72%
- distribuzione per età:
  - leggermente sopra la media tra 30-55
  - leggermente sotto la media tra 19-27
  - pochissimi over 75



L'ESEMPIO DEL MALMÖ FF

I NUMERI DELLA REALTÀ SVEDESE

DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI MEMBRI

- Malmö ~ 38%
- Provincia di Malmö ~ 34 %
- Skåne (provincia confinante) ~ 11%
- Resto della Svezia ~ 16%
- Estero ~ 1 %



L'ESEMPIO DEL MALMÖ FF

BENEFICI DELLA MEMBERSHIP

- influire nelle strategie a lungo termine del club (diritto di voto all'assemblea annuale)
- membership card
- una sciarpa del club
- foto nell'annuario
- newsletter
- priorità nell'acquisto dei ticket per la post season (es. playoff)
- invito ad eventi ufficiali riservati ai membri



L'ESEMPIO DEL MALMÖ FF

COME COMUNICANO CON I MEMBRI

- ASSEMBLEE ANNUALI
- MEETING ED EVENTI UFFICIALI
- ANNUARIO
- NEWSLETTER
- APPOSITA SEZIONE DEL SITO
- CONTATTI PERSONALI
- CONSULTAZIONI INFORMALI



L'ESEMPIO DEL MALMÖ FF

ASPETTI AMMINISTRATIVI E DI GESTIONE

- PROGRAMMI UTILIZZATI:

  - SPORTADMIN
    (programma in svedese per la gestione dei membri)

  - da integrare con CRM/sistema telematico di vendita dei tagliandi

UNA CHALLENGE CONTINUA

TROPPI MEMBRI	TROPPO POCHI
ha richiesto troppo tempo da dedicare per la sola gestione	per impiegare qualcuno con l'unico compito di amministrare



L'ESEMPIO DEL MALMÖ FF

PROBLEMI TIPICI

- PERCENTUALE DI RINNOVI
PIÙ BASSA DELLE ATTESE

- MEMBRI PER 6 O PIÙ ANNI CONSECUTIVI:
  1295 (~20,4%)

- MOTIVI PRINCIPALI:
  - preferiscono abbonarsi che diventare membri
  - non è chiara l'importanza di associarsi
  - richiedono benefici che non si possono garantire ogni anno
  - dimenticano di rinnovare
  - limiti di chi amministra





BENEFIT ATTESI

- CANDIDARSI ALMENO UNA VOLTA AL BOARD
- AVERE SEMPRE VOCE IN CAPITOLO
- AVERE ACCESSO A NOTIZIE RISERVATE
- SCONTI E ACCESSO A PREVENDITE



COME GARANTIRLI

- METTERLI IN CHIARO SUL SITO
- RIPORTARE INFO UTILI DI FREQUENTE
- CONFRONTARSI E CHIEDERE COSA DESIDERANO
- TROVARE SPONSOR



FANS MATTER!

VOLUNTEER MANAGEMENT

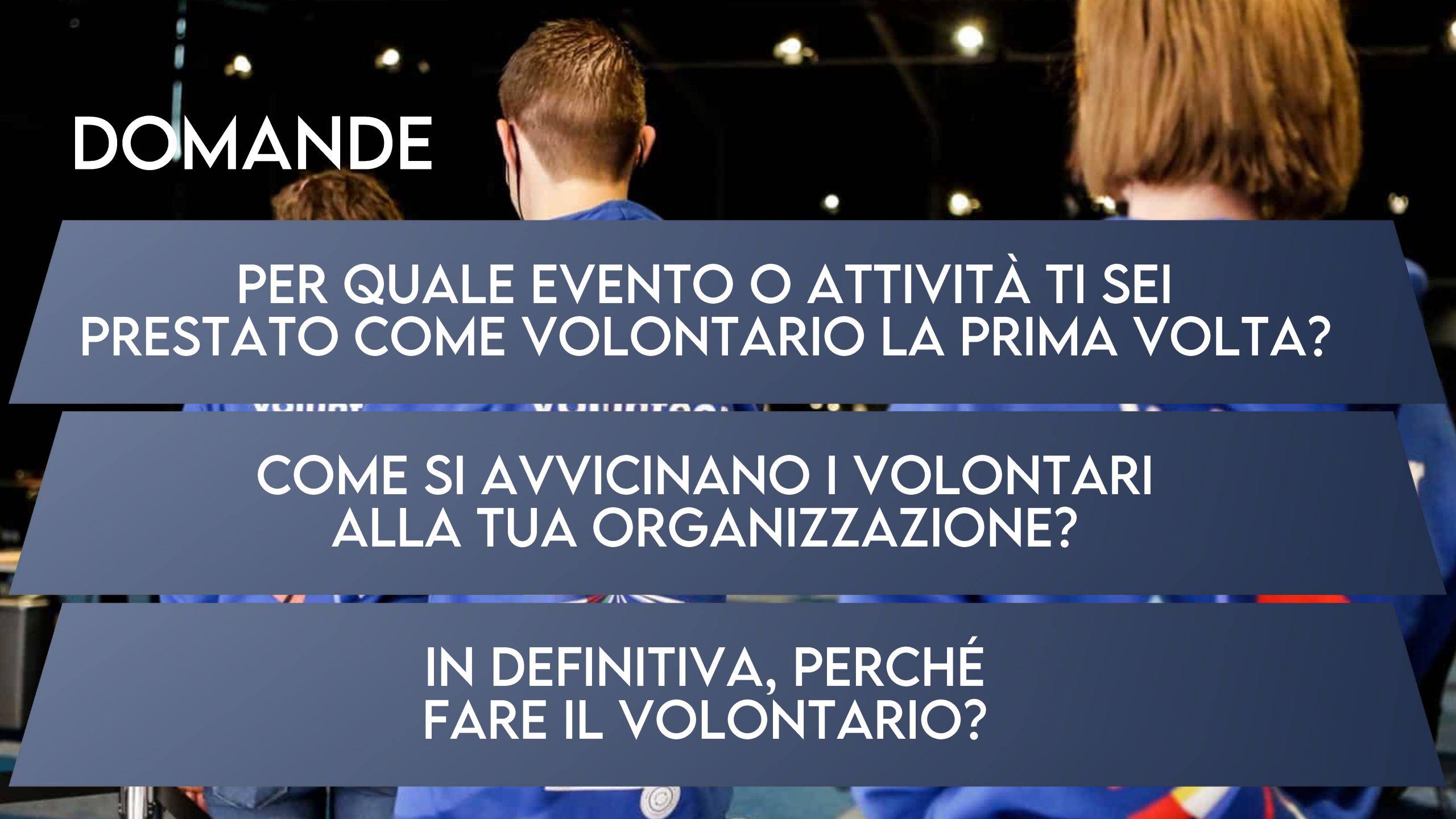
I PROCESSI DI RECLUTAMENTO, COINVOLGIMENTO E FIDELIZZAZIONE DEI VOLONTARI



L'IMPORTANZA DEI VOLONTARI

ONE SIZE FIT ALL? FALSE!

- MISSION DEL CLUB/ORGANIZZAZIONE
- GRANDEZZA E BUDGET
- ATTIVITÀ SPECIFICHE



DOMANDE

PER QUALE EVENTO O ATTIVITÀ TI SEI PRESTATO COME VOLONTARIO LA PRIMA VOLTA?

COME SI AVVICINANO I VOLONTARI ALLA TUA ORGANIZZAZIONE?

IN DEFINITIVA, PERCHÉ FARE IL VOLONTARIO?

PERCHÉ? UNA SERIE DI BUONE RAGIONI

- PER DARE UN CONTRIBUTO CHE ABBIA SIGNIFICATO
- PER DEDICARSI A UNA CAUSA NOBILE
- PER AIUTARE GLI ALTRI
- PER SUPPORTARE QUALCOSA CHE AMI
- PER IMPARARE
- PER AIUTARE QUALCUNO A SENTIRSI VALORIZZATO
- PER ACCRESCERE LE PROPRIE ABILITÀ ED ESPERIENZE
- PER FARE NUOVE AMICIZIE
- PER SENTIRSI PARTE DI UN GRUPPO



COME RIMEDIARE AGLI ERRORI TIPICI

COSA FARE

- CHIEDERE LORO IN COSA SI SENTONO PORTATI O UTILI ALLA CAUSA OPPURE COSA SONO DISPOSTI AD IMPARARE
- FORMARLI
- GLI SIETE GRATI? MOSTRATELO! SIA PUBBLICAMENTE CHE PRIVATAMENTE

COSE CHE POTREBBERO INDURLI A SMETTERE

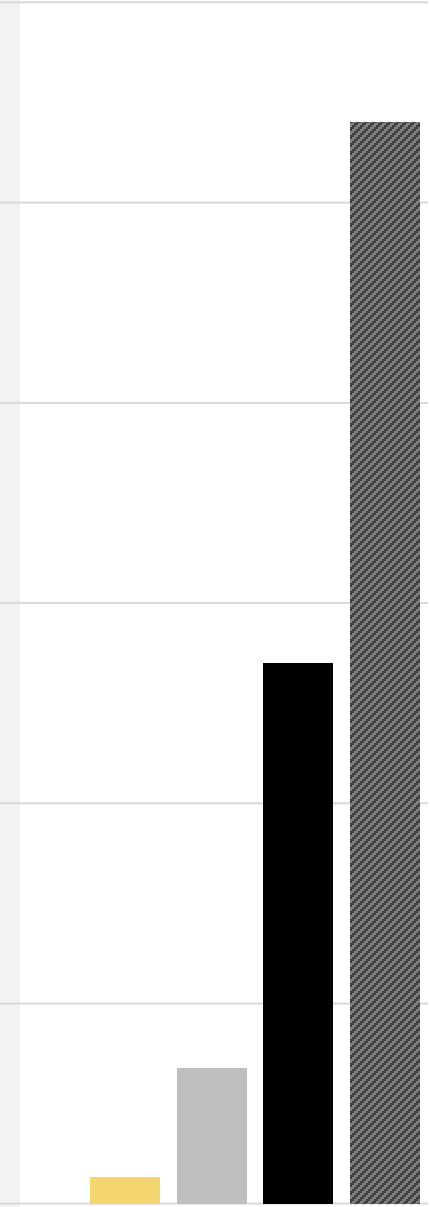
- NON ADOPERARLI SECONDO LE LORO ATTITUDINI E ABILITÀ
- MANCANZA DI FORMAZIONE: «PERCHÉ DOVREI CONTINUARE SE NON CRESCO?»
- IL LORO APPORTO È DATO PER SCONTATO, MANCANO LE GRATIFICAZIONI



IL VALORE DEI VOLONTARI

LA LORO PRESENZA IMPATTA POSITIVAMENTE IN TERMINE DI BENEFICI PER IL CLUB/ORGANIZZAZIONE

- ACCRESCE LE CAPACITÀ
- ACQUISIZIONE DI UNA GAMMA PIÙ VASTA DI COMPETENZE, ESPERIENZE E CONOSCENZE
- COSTRUZIONE DI NUOVE RELAZIONI NELLA COMUNITÀ
- RAGGIUNGERE UN MAGGIOR NUMERO DI DESTINATARI
- CONTRIBUISCONO ALLO SVILUPPO E ALL'EROGAZIONE DI ATTIVITÀ, PROGETTI E SERVIZI APPORTANDO NUOVE OPINIONI, IDEE, APPROCCI
- FORNIRE OUTPUT IN MODO PIÙ EFFICACE ED EFFICIENTE



VOLUNTEER STRATEGY | COME REALIZZARLA

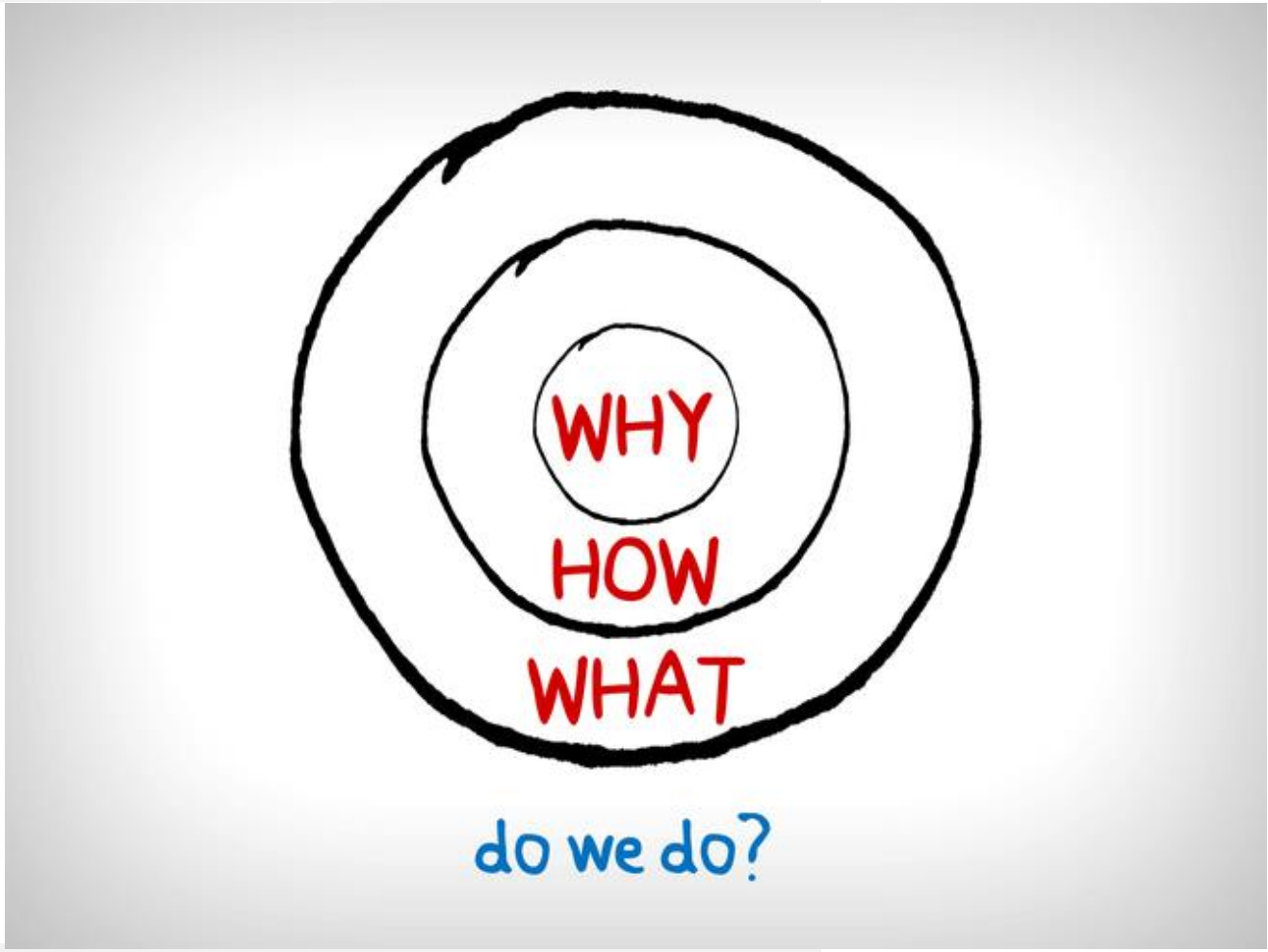
The golden circle
Simon Sinek, scrittore

- OGNI club/organizzazione sa cosa (WHAT) fare
- ALCUNE sanno come (HOW) farle
- POCHISSIME sanno perché (WHY) le fanno

⬇

QUAL È L'OBIETTIVO? RISULTATO ☑

PROFITTO ☒



VOLUNTEER STRATEGY | COME REALIZZARLA

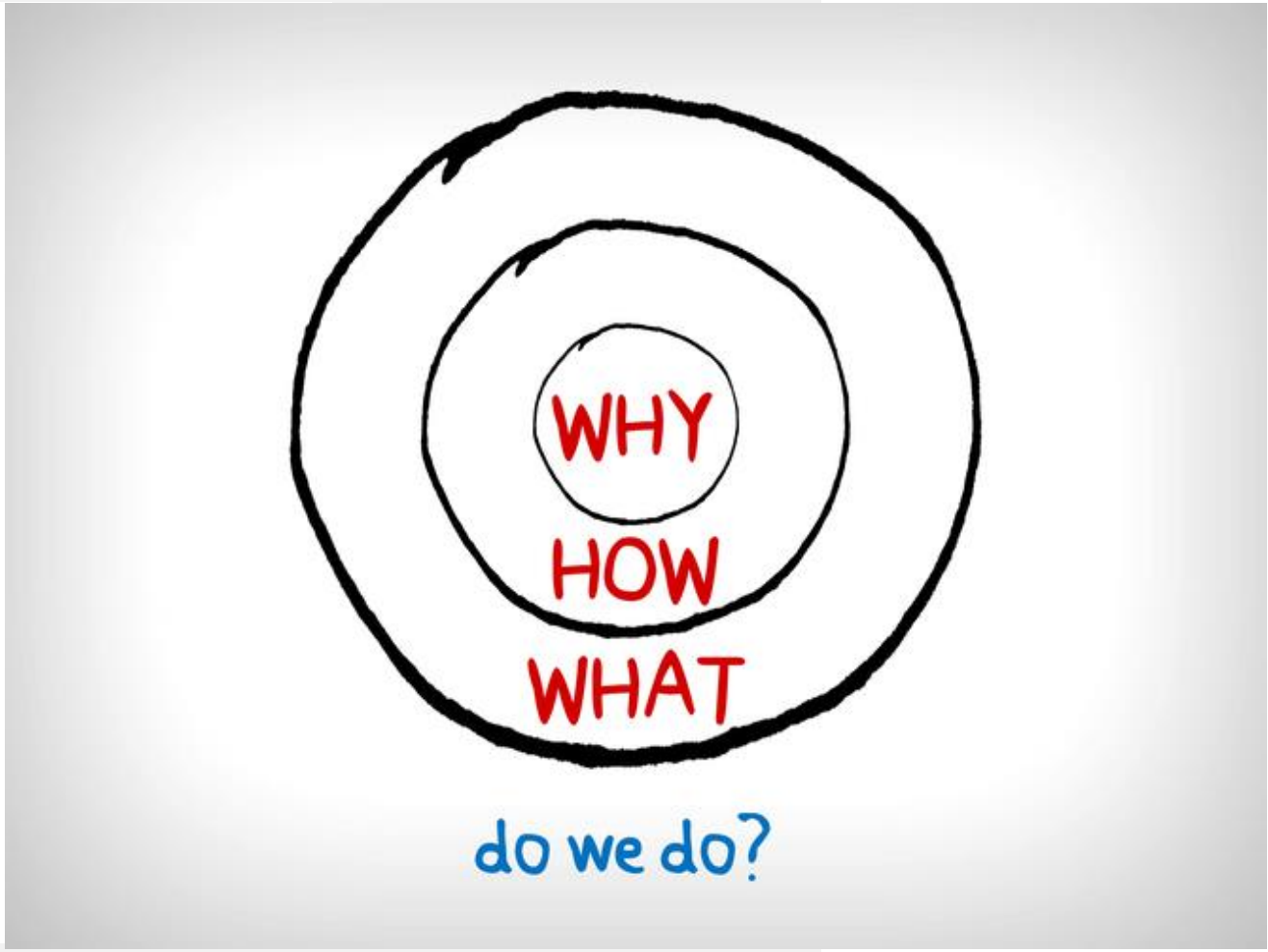
The golden circle
Simon Sinek, scrittore

- OGNI club/organizzazione sa cosa (WHAT) fare
- ALCUNE sanno come (HOW) farle
- POCHISSIME sanno perché (WHY) le fanno

⬇

QUAL È L'OBIETTIVO? RISULTATO ☑

PROFITTO ☒



VOLUNTEER STRATEGY | HOW TO DESIGN

WHY

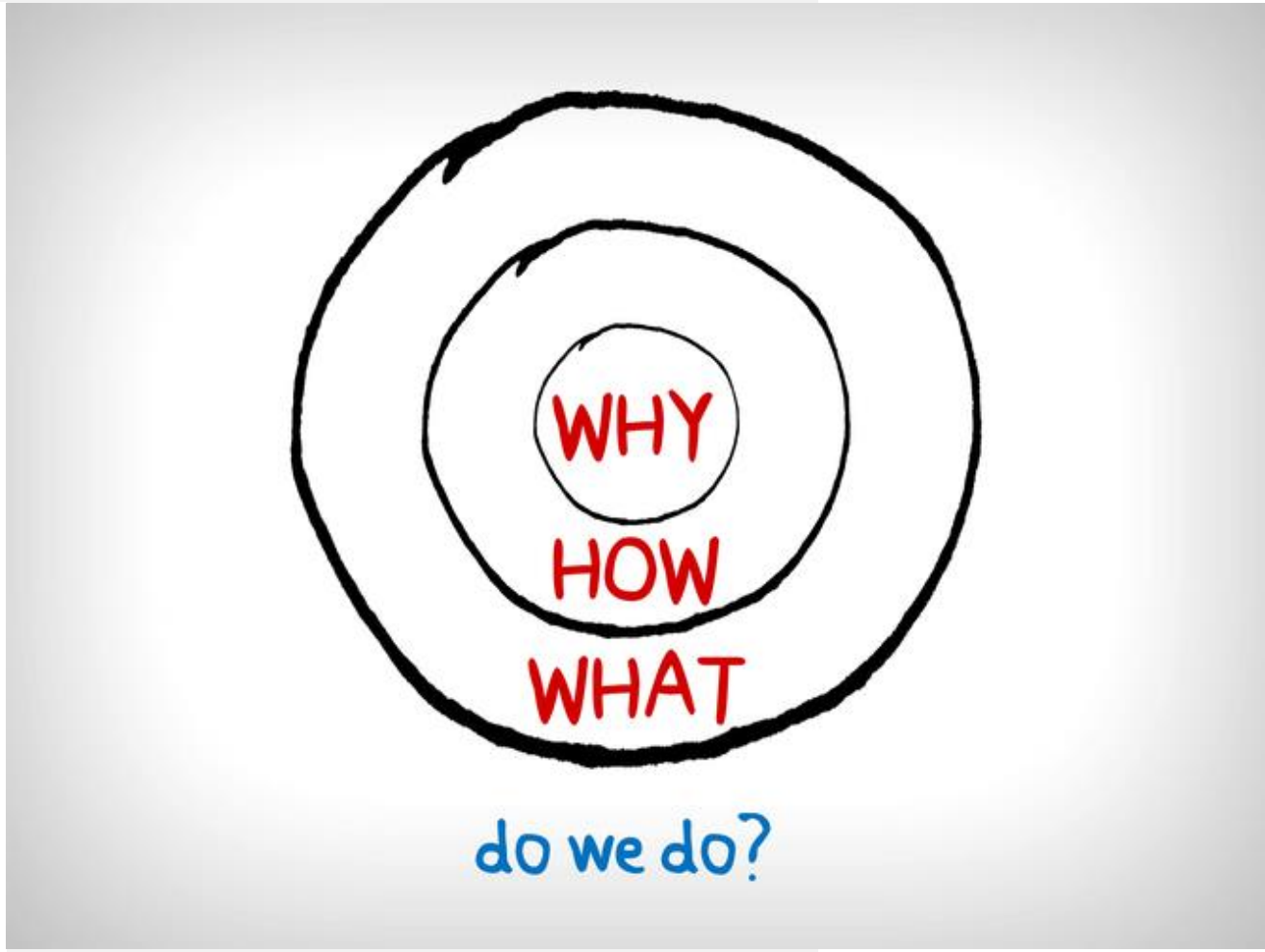
- IMPATTO, IMPORTANZA E BENEFICI APPORTATI DAI VOLONTARI
- MOTIVI PER CUI IL TUO CLUB/ORGANIZZAZIONE INTENDE COINVOLGERLI

HOW

- RECRUITMENT | PROCESSO DI ATTRAZIONE E SELEZIONE
- MANAGEMENT / SUPPORT | FORMAZIONE, COINVOLGIMENTO, COORDINAMENTO
- RETENTION | CAPACITÀ DI COINVOLGERLI PER LUNGO TEMPO
- REMOVAL | FASE DI RIMOZIONE

WHAT

- RUOLI E FUNZIONI DEI VOLONTARI
- SUPER SIX: Coaching, Officiating, Marketing and Promoting, Facilities, Club Development, Running the Club





30’



STAKEHOLDER MANAGEMENT

IDENTIFICAZIONE, ANALISI, PRIORITÀ D'AZIONE,
COINVOLGIMENTO DELLE PARTI INTERESSATE

ECOSISTEMA

un network complesso,
un sistema interconnesso





STAKEHOLDERS | PERCHÉ MAPPARLI

1. AIUTA A CONOSCERE LO SCENARIO

2. AIUTA A SCOPRIRE I MODI PER INFLUENZARE LE PARTI INTERESSATE

3. AIUTA A SCOPRIRE I RISCHI

4. AIUTA A SCOPRIRE GLI STAKEHOLDER DA COINVOLGERE NEL PROCESSO



STAKEHOLDERS | REALIZZARE LA MAPPA

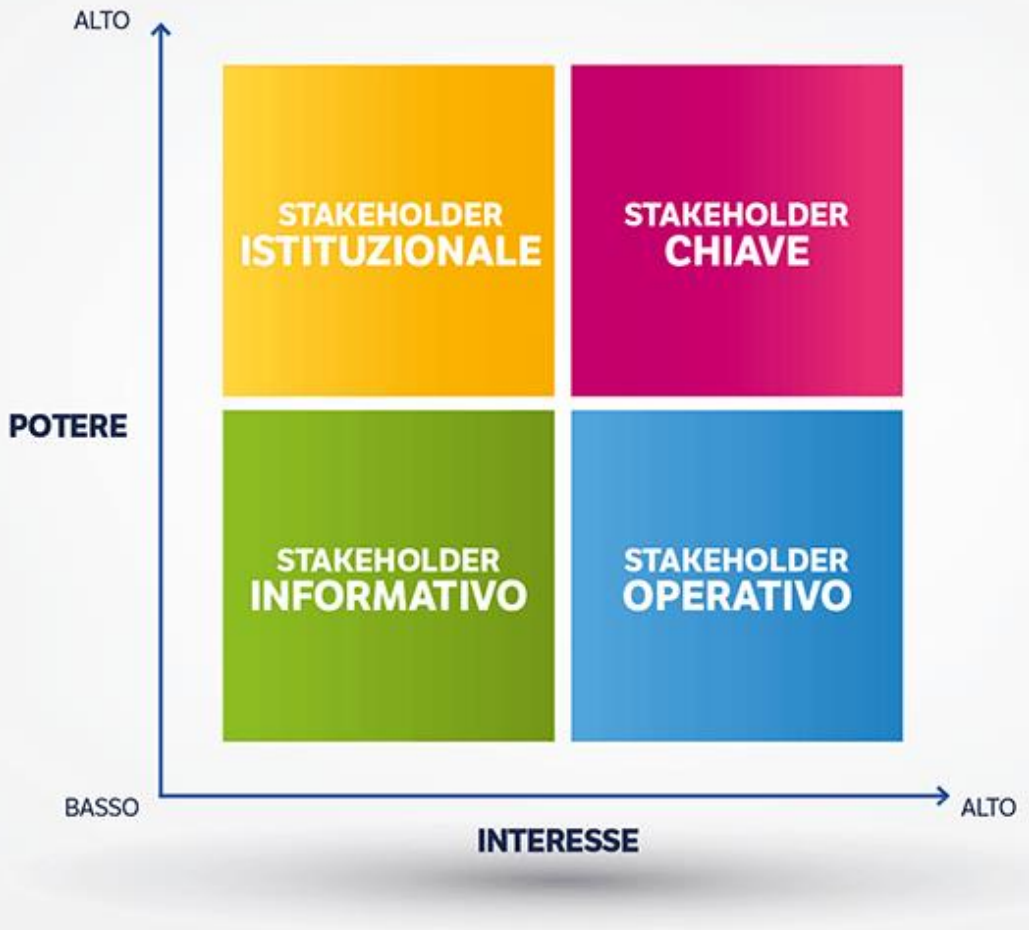
1. IDENTIFICARE

2. ANALIZZARE

3. DARE PRIORITÀ

4. COINVOLGERE

Power and interest matrix (Johnson and Scholes, 1999)



THANKS FOR YOUR ATTENTION, HOPING TO SEE YOU SOON!

Fabio Guarini +39 346 22 65 795

fabioguarini3@gmail.com

Michele Palmiero +39 373 729 1035

michele.palmierosbt@gmail.com

SD EUROPE'S FANS MATTER! & KICK-OFF! MALAGA GUIDEBOOK (JUNE 10-12, 2022)





AN SD Europe PROJECT SUPPORTED BY RESPECT With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union

AN SD Europe PROJECT SUPPORTED BY RESPECT With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union

SD Europe's Fans Matter! & Kick-Off! Malaga Guidebook (June 10-12, 2022)

This combined Fans Matter! & Kick-Off! Steering committee meeting is set to take place in Malaga, a beautiful city in the region of Spain's Andalucia. A city filled with charm, beautiful beaches, and an overall friendly atmosphere, Malaga is a lovely cultural spot.

Project Descriptions

Fans Matter!

Since 2020, Fans Matter! has united clubs, fans and national associations from seven countries and three continents have come together to improve the management of member-run football clubs and supporter organisations that are involved in club management, particularly on the non-elite, lower league and amateur level. Good governance is linked with decision-making. **Better trained board members, staff and volunteers are more likely to make better decisions.**

With the gap between the big and medium- and small size clubs increasing, those that are focused and dependent on their communities need to be supported or they will disappear. Amateur and grassroots clubs struggle the most. They often don't receive sufficient or targeted support from the governing bodies and are highly dependent on volunteers and self-motivation in order to survive. But even professional clubs with an indisputably decent level of internal capacity and long-established democratic processes can get side-tracked and lose their connection with the community to the benefit of individuals. Others simply fail to modernise and adjust their internal processes to meet the demands of the rapidly changing football environment.

Democratically run clubs are held accountable by their community, which is something to be celebrated and supported.

Fans matter! aims to:

- improve the capacity and professional management of member-run clubs, particularly on the non-elite - lower league and amateur level.
- improve the operational capacity and professional management of football supporters which are or want to be involved in the running of their football clubs.
- improve the relationships between member-run clubs, supporters and the authorities and to establish channels for long-term cooperation and joint educational programmes
- gather feedback and research to improve educational support for clubs and supporters, associations

The project's expected outcomes are:

- Development of experts in each country on four management areas: club (CEO and board members), membership, volunteers and communications
- tailoring the European experience at national level in each country
- National training workshops to improve the skills of supporters & supporters-focused clubs
- Exchange visits between similar organisations to share knowledge and best practices, at European level
- Development of national and European action plans
- Two online, free, publicly available electronic tools for membership / volunteer management & budgeting

Kick-Off!

Between 2021 and 2023 **Kick-off!** will address the factors that affect the relationship between supporters organisations and their Football Association. **Kick-off!** ultimately allows project partners to overcome mistrust towards each other, and create a reference database that will help them as well as more fan groups, clubs and FAs in Europe, deal with and avoid conflict situations in the future.

The aim of Kick-off! is to help national supporters organisations and football associations “Kick off” and maintain a long-term, positive and structural relationship with each other and develop shared visions for a better football.

In times of crisis, with countless football clubs at the brink of bankruptcy, competitions at stake and a general belief that there is or was a football before and after the virus, cooperation between the stakeholders has never been more important.

Through interorganisational relations counselling, Kick-off! breaks the deadlock between four national fan organisations and four football associations in Germany, Spain, the Netherlands, Norway and will develop the relationship of the supporters with the football authorities in Africa.

Partners have worked gradually towards the project’s objectives, in three phases: (1) review their current relationships and the factors that have traditionally affected them, (2) draft action plans for structural change, (3) test these draft actions, amend them if necessary, and agree to formalise them.

In its international dimension, Kick-off! will develop transferable guidelines, which all fan organisations, clubs and football associations across the European Union and beyond can use to build trusted relationships and achieve shared visions.

During the 30-months of the project, which is coordinated by SD Europe, partners will receive preparatory training in inter-organisational change, team building and conflict management to equip them with the tools and knowledge to establish trust and impactful outputs along the way during and beyond the lifetime of the project.

Kick-off! will also explore a different context by providing insight into the experiences of fans and governing bodies in the USA with the aim to see how applicable the outcomes are.

Agenda:

Friday June 10 - Litoral Pacífico - Chiringuito (Paseo Marítimo Antonio Banderas, 5)

20:00	Dinner

Saturday June 11 - La Termica, Av. de los Guindos, 48)

10:00-10:25	Welcoming
10:30-13:30	Parallel project meetings: administrative & financial updates from SD Europe; budget comparisons and questions; progress report (partners are expected to prepare presentations on progress & next steps)
13:30-15:30	Lunch (Free choice in city) & siesta
15:30-17:30	Parallel project meetings: Fans Matter! Partners will discuss and plan the exchange visits; Kick Off! Partners will have back to back bilateral meetings with each other and with research expert Daniel Cade.
17:30-18:00	Closing meeting
20:00	Dinner - Location TBC

Sunday June 12 - La Termica, Av. de los Guindos, 48)

10:00-11:45	Spanish Fans Matter! Effective Board Member Training (Part 1)
11:45-12:15	Break
2:15-14:00	Spanish Fans Matter! Effective Board Member Training (Part 2)
20:45	Spain vs Czech Republic at La Rosaleda (For those staying in Malaga until Monday)

Clarification On budget

Please remember that each project partner has an allocated travel budget which is outlined in your contract. This is the maximum amount you can receive and is linked to the total amount of people travelling to European project meetings and events throughout the project. You receive 550 euros per person travelling up to 2000km and 760e per person travelling more than that 2000km. If in the end the amount of people that have participated in events multiplied by that rate is less than the budget originally allocated, the money will be withheld from your last payment.

Participants

SD Europe	Loukas Anastasiadis - +30 697 821 2900 Arik Rosenstein - +34 627 323 826 Stuart Dykes - +49 1514 1406653 Luke Cox - +44 7450 989487 Tony Ernst - +46 70 223 75 00 Ulises Illán Frutos - +34 664 35 63 11
Project Advisory Board	Borja Garcia Mike Derham - +353 87 699 5766 Isak Edén - +46 70 763 3818
DFB	Sebastian Schmidt- +49 151 16788 291
FASFE	Emilio Abejon - +34 609 67 00 75 Reyes Bellver - +34 639 31 55 09
FIGC	Barbara Moschini - +33 57561304
Israfans	Meytar Hen - +972 52 831 3511 Gilad Nitzan - +972 50 635 3725
KSK Beveren	Robin Beck - +32 470 99 82 53
NFF	Rune Nordhaug- +47 911 47654
NSA	Vidar Vadseth - +47 941 41 518 Espen Viken - +47 416 75 675 Anett Wingsternes- +47 993 55 137

PAC Omonia	Nasia Georgiou - +357 99 360109 Mike Iordanou - +357 99 450728 Adamos Efstathiou
RFEF	Marina San Miguel Navas - +34 717165547 Jorge Mowinckel Sagnier - + 34 914 959 800
Sandlanders	Paul Jones - +44 7734 459010 Ayodeji Adegbenro - +234 703 923 1647 Michael Adebayo - +234 818 299 8699
Supporterscollectief Nederland	Remco Ravenhorst - +31 6 14874525 Danique Eijkenboom - +31 6 37167827
Supporters In Campo	Fabio Guarini - +39 346 226 5795 Michele Palmiero - +39 373 729 1035
Unsere Kurve	Max Gehrmann +49 1514 3283091

Local Sites In Malaga!



Catedral de la Encarnación de Málaga

Location: Calle Molina Lario, 9, 29015 Málaga, Spain
Open: Monday–Friday from 10 am to 6.45 pm, Saturdays from 10 am to 5.30 pm (closed on Sundays)



Botanical Gardens (Jardín Botánico Histórico La Concepción)

Location: Camino del Jardín Botánico, 3, 29014 Málaga, Spain
Open: Tuesday–Sunday from 9.30 am to 7.30 pm (October–March open until 4.30 pm), closed on Mondays



Mercado Central de Atarazanas

Location: Calle Atarazanas, 10, 29005 Málaga, Spain
Open: Monday–Saturday from 8 am to 3pm (closed on Sundays)



Muelle Uno

Location: Paseo del Muelle Uno, 29016 Málaga, Spain



Museo Picasso Malaga

Location: Palacio de Buenavista, Calle San Agustín, 8, 29015 Málaga, Spain
Open: Daily from 10 am to 7 pm