

Proposta di

# Piano programmatico d'azione 2013-2015



19 luglio 2013

**Sommario**

1. Premessa .....	3
2. Introduzione .....	3
a) La crisi del calcio .....	3
b) La risposta dei Supporters' Trust.....	4
c) Il contesto italiano e internazionale .....	5
d) Tortona e il Derthona .....	6
3. Chi Siamo .....	7
e) Nascita della Soc. Coop. Noi Siamo il Derthona .....	7
f) Primo semestre di attività .....	8
g) Le sfide del futuro.....	11
4. Principi cardine .....	12
h) Promozione della lealtà sportiva (L).....	12
i) Passione ed entusiasmo (P).....	12
j) Democrazia e Trasparenza (D).....	12
k) Tortonesità (T) .....	13
5. Obbiettivi e programmi per il triennio 2013-2015 .....	14
l) Supporto giuridico e amministrativo.....	15
m) Sport e impianti .....	16
n) Eventi e manifestazioni .....	18
o) Storia e cultura .....	20
6. Conclusioni .....	22

## 1. Premessa

Il documento esplicita il piano d'azione della Società Cooperativa Noi Siamo il Derthona (di seguito NSD), per obiettivi e programmi, proposto dall'attuale Consiglio d'Amministrazione (composto dai soci fondatori) per il triennio 2013-2015, al fine di stimolarne la discussione e l'eventuale approvazione in sede di assemblea. La precisione con cui saranno individuate le specifiche linee d'azione derivanti dai principi e dalla programmazione triennale sarà inversamente proporzionale rispetto alle date previste di attuazione, poiché si prevede che la Società Cooperativa possa adattare nel tempo i propri intendimenti in base al mutare del contesto (supposto esogeno) e delle contingenze che si verificheranno.

## 2. Introduzione

### a) *La crisi del calcio*

La **crisi del calcio** è un *leit-motif* che si ripete spesso nelle pagine dei giornali, con titoli sparati a tutta pagina e inchieste che promettono di scoperciare le nefandezze celate dietro un pallone rotolante. Ciò che non è semplice trovare è invece qualche proposta di concreto cambiamento di governo e gestione del sistema calcio, che vada al di là della generica condanna morale e richiesta di certezza della pena.

Cominciamo ad analizzare la crisi in tutti i suoi aspetti, partendo da quello economico: i club, dopo decenni caratterizzati da gestioni pesantemente in passivo e bilanci costantemente fuori controllo, che hanno portato nei casi migliori a effimere affermazioni sportive di qualche stagione, stanno virando verso strategie di maggiore oculatezza. Il che significa **attenzione ai costi**, con il contenimento del monte ingaggi, e massimo sfruttamento della fedeltà e passione del tifoso nella politica di prezzo dei biglietti, abbonamenti e merchandising ufficiale (un discorso a parte meriterebbe la questione dei diritti televisivi, non applicabile ai campionati dilettanti). Nella peggiore delle ipotesi, quando l'azione di risanamento non è tempestiva ed efficace o la numerosità e la generosità dei tifosi non sufficiente, rimane l'opzione fallimento, con l'azzeramento delle pendenze e la ripartenza da una categoria inferiore, con traumi e ferite difficili da rimarginare. La crisi economica generale non fa che aggravare la situazione peculiare del settore.

Le difficoltà del calcio sono anche di ordine **morale**, con numerosi casi di tentate e riuscite *combines*, per scambio di favori o calcio scommesse, di cui il pubblico da stadio ha coscienza piuttosto precisa nell'immediato, ma che possono essere smascherate solo da faticose indagini condotte dalla magistratura sportiva in un mondo sostanzialmente omertoso. La **sensazione di essere presi in giro** è il miglior viatico per l'allontanamento del tifoso dalla squadra del cuore, il massimo tradimento. Il declino etico del calcio attira inevitabilmente interessi criminali, che intravedono opportunità di loschi traffici diretti e indiretti (cit. libro Football Clan)

Gli impianti sportivi in cui si svolgono le competizioni, quasi sempre di proprietà pubblica, sono stati in maggior parte costruiti negli anni precedenti o immediatamente seguenti la seconda guerra mondiale. Negli ultimi periodi, in assenza di interventi di ammodernamento e ristrutturazione, sono divenuti ormai fatiscenti, poco adatti allo spettacolo calcistico e scomodi per assenza di servizi; lo stadio Fausto Coppi di Tortona non sfugge purtroppo a questa categoria. Gli stadi di proprietà delle società calcistiche sono pochi e rischiano di trasformarsi in gigantesche trappole per turisti del calcio.

Una componente di crisi sempre denunciata è il cd. **"problema sicurezza"** derivante dalla violenza (in potenza più che effettiva) dei gruppi di tifosi più esaltati. In scia del modello inglese, anch'esso spesso citato senza conoscere a fondo provvedimenti e conseguenze, in Italia si è tentato di risolvere le difficoltà di ordine pubblico con tecniche di controllo e repressione (tessera del tifoso e "Daspo"), il cui unico effetto evidente, per ora, è stato lo svuotamento progressivo degli stadi e il tentativo, riuscito, di deprimere la spontaneità del tifo. E delle famose "famiglie allo stadio", non si vede quasi traccia.

Tutti questi aspetti, e probabilmente molto altro, hanno determinato una situazione in cui l'ex-"spettacolo più bello del mondo" è sull'orlo del collasso, perché a ogni problema si è tentato di dare una soluzione parziale e settoriale, senza intaccare il nocciolo della questione: il governo del sistema-calcio.



## ***b) La risposta dei Supporters' Trust***

Una serie di gruppi di tifosi sta proponendo, antesignani e sparsi per la penisola, un metodo e modo di agire per invertire la rotta, con l'obiettivo di **riportare i tifosi al centro del calcio**. Si tratta della soluzioni proposte dai Supporters' Trust, le cooperative o associazioni di tifosi che si battono per conquistarsi un ruolo decisivo nella gestione dei rispettivi club e tutti insieme per orientare le scelte di leghe e organi federali nel senso di scelte condivisibili e "a misura di tifoso".

Nel maggio 2013, sulla scorta di una serie di esperienze significative, e con l'apporto culturale e di competenza di Supporters Direct Europe, è nato il Coordinamento **Supporters in Campo (SinC)**, con l'obiettivo di coagulare e "fare sistema" tra i vari sforzi di chi in Italia si sta occupando di elevare la partecipazione dei tifosi al governo del sistema calcio.

Cosa significa nel concreto? Prima di tutto alcuni principi fondamentali: le organizzazioni di tifosi (siano giuridicamente cooperative, associazioni, o altro) devono garantire democraticità interna, con organi liberamente eletti dai soci/associati in cui valga il metodo di "una testa, un voto" (non vince chi ci mette più soldi), devono agire con trasparenza interna ed esterna (no alle cricche di amici degli amici), si sforzano di essere rappresentative (non sono un club o coordinamento che esprime il parere di una sola parte della tifoseria) e devono essere in grado di adattare il modello e l'azione alla realtà locale.

Cosa vogliono i Supporters' Trust? Attraverso il progressivo coinvolgimento nella gestione dei club, intendono proporre un modello di calcio sostenibile dal punto di vista economico, una programmazione basata sulla valorizzazione ed esaltazione dei giovani talentuosi dei settori giovanili, una partecipazione alla proprietà (con onori e oneri) delle società calcistiche, con coinvolgimento in ogni aspetto inerente il rapporto con i tifosi (i prezzi dei biglietti, la gestione dei servizi, le azioni promozionali). Solo chi ha passione e ama i propri colori può trovare i modi di salvare il proprio club e, insieme ad altri gruppi analoghi in altre realtà, l'intero sistema calcio dalla deriva.

## c) Il contesto italiano e internazionale

La necessaria brevità del documento impedisce di dettagliare tutte le realtà e i contesti in cui la partecipazione dei tifosi ha già prodotto risultati concreti e tangibili per la vita dei club, per cui vengono citate esclusivamente alcune esperienze esemplificative.<sup>1</sup>

In Europa, nella stagione 2012-13, in semifinale di Champions League si sono trovate tre squadre tedesche su quattro, segno di un successo sportivo nazionale. Gli stadi tedeschi sono moderni e sempre pieni, le società sane, gli scandali rari e una generazione di campioni in erba e “cresciuta in casa” si sta imponendo. Quale è la chiave del successo del modello teutonico? I fattori sono molteplici, ma è chiaro che una componente fondamentale è recitata dalla legislazione che impone alle società sportive di mantenere lo status di società di persone (detto **modello 50+1**), per cui i singoli tifosi di fatto detengono la proprietà e hanno imposto una gestione economicamente sana e partecipata, determinando un'ondata crescente di entusiasmo e crescita di popolarità per il calcio, mentre nel resto d'Europa si verificava il fenomeno opposto.

In Italia, recenti esperienze seminali e significative della partecipazione dei tifosi (ci si scusa in anticipo per chi, per poco spazio, non viene citato) sono:

- l'associazione **Lucca United** che, dopo il fallimento della Lucchese, ha acquisito il marchio sportivo (finito in mani straniere) e lo ha gestito al fine di garantire la condivisione di un progetto di riavvio e rilancio della storica società;
- la **Coop. Modena Sport Club**, che ha acquisito una quota di minoranza del Modena FbC, ha fatto una proposta di acquisizione dell'intero pacchetto azionario (poi non accettata) e progetta continuamente iniziative di promozione e rilancio della passione per i colori gialloblù;
- la **Fondazione Taras**, protagonista del “salvataggio” e rifondazione del club nel 2012, raccogliendo in brevissimo tempo i soldi per l'iscrizione e contribuendo alla stesura di uno statuto che garantisce la presenza in consiglio d'amministrazione dei tifosi, proprietaria dell'11% dell'A.S. Taranto e ora incredibilmente in grado di ottenere la delega alla gestione completa del settore giovanile.

L'esempio positivo di queste e altre realtà ha stimolato altre iniziative a ruota, per cui **Supporters in Campo** conta già undici associazioni/cooperative impegnate in tal senso, tra cui, modestamente e con le nostre piccole forze, Noi Siamo il Derthona, ma molte altre iniziative stanno nascendo, il fermento è notevole (Lecce, Cesena, Sambenedettese, ...)



<sup>1</sup> Per una carrellata delle principali esperienze di Supporters' Trust in Italia, il sito di Supporters in Campo <http://www.supporters-in-campo.org/>

e in Europa, il sito di Supporters Direct <http://www.supporters-direct.org/>

## *d) Tortona e il Derthona*

**Derthona significa Tortona** e viceversa. Sempre un'ovvietà, ma spesso lo si dimentica. Il nome romano della città è inscindibilmente legato, a livello di immagine, memoria collettiva e prospettive di sviluppo, alle gesta del club sportive che ha quest'anno celebrato i suoi 105 anni di attività.

**Il valore culturale, storico e sociale del Derthona FbC 1908 è inestimabile**, sicuramente non riducibile alla valutazione monetaria da visura contabile. Il calcio a Tortona nasce e si sviluppa mentre la città faticosamente cerca di ritagliarsi un proprio ruolo nello sviluppo economico e sociale del "secolo breve" del novecento, con l'exploit dei due anni di Prima Divisione negli anni Venti, attraversa una crisi e scivola nei campionati regionali nel duro periodo della ricostruzione post-bellica dalla seconda guerra mondiale, si rilancia saldamente in Serie C con tanti giovani leoni cresciuti dal campo Dellepiane, mentre Tortona brilla come centro produttivo del triangolo industriale, mantiene orgogliosamente la posizione con la crisi degli anni '70, spicca di nuovo il volo come terza forza del Piemonte a fine anni '80 (e l'Italia è considerata una locomotiva dell'Europa), precipita in campionati di infima levatura subito dopo, per poi assestarsi per un lungo ventennio in serie D (ma con una parentesi di cinque terribili anni di Eccellenza regionale), con la città ridotta a dormitorio e senza segnali di vivacità economica.

Questa prossimità tra sviluppo della città e della società calcistica non è casuale: anche nei momenti di crisi, l'orgoglio e l'interesse per le sorti del club ha sempre rappresentato un'ancora imprescindibile della tortonesità, della capacità di affrontare le difficoltà rimboccandosi le maniche, con coraggio e lealtà. Tutti i cittadini tortonesi e anche i non tortonesi ricordano il Leone sul petto e lo stadio in cima alla collina. Un segno di riconoscibilità innegabile.

Dagli anni '90, il rapporto simbiotico tra città e club sembra affievolirsi, con un Derthona sempre più isolato e nascosto nel contesto di una cittadina in declino. Noi tifosi non possiamo accettare l'approfondirsi di questa frattura e le iniziative già intraprese e in programma intendono invertire decisamente la rotta. "Noi", inteso questa volta come singoli tifosi, istituzioni, forze economiche, siamo, volenti o nolenti, il Derthona e abbiamo il dovere di impegnarci al massimo per garantire un futuro sostenibile a Tortona e al Derthona.





## 3. Chi Siamo

### e) *Nascita della Soc. Coop. Noi Siamo il Derthona*

Nell'autunno del 2012, dopo il grande spavento di aver assistito, sostanzialmente inerti e incapaci di reagire, all'ipotesi di fallimento e fine della storia del Derthona FbC 1908, scongiurata solo all'ultimo giorno utile, un gruppo di tifosi decide di approfondire il tema dell'azionariato popolare, di cui cominciava a circolare qualche notizia sparsa. Viene organizzata una **presentazione delle esperienze e del progetto di azionariato popolare nel novembre del 2012**, alla presenza dell'avv. Diego Riva e di amici di Modena, Cava dei Tirreni e Taranto. Il successo ottenuto dall'iniziativa sprona e dà mandato al comitato promotore di avviare le attività per la costituzione del soggetto giuridico che si occuperà di perseguire il progetto.

Viene scelta la **forma giuridica di Società Cooperativa**, più impegnativa dal lato dei costi e degli obblighi giuridico-amministrativa, ma forte segnale di volontà di attivare un percorso solido e destinato a durare nel tempo. Le prime iniziative di raccolta fondi (cena sociale di Natale, la lotteria bianconera) hanno un riscontro molto positivo, per cui si riesce a costituire la società Noi Siamo il Derthona nel gennaio del 2013 e nominare (obbligatoriamente per legge) il comitato promotore come primo Consiglio Direttivo. L'avventura ha, anche formalmente, inizio.



**NOI SIAMO IL DERTHONA**

**Verso un progetto di azionariato popolare**  
Percorso per un ruolo attivo dei tifosi appassionati alla squadra di calcio della nostra città

**Incontro e dibattito:** modera F.Toso (SetteGiorni)  
**Supporters Trusts in Italia e nel mondo**  
Diego Riva (Avvocato e consigliere Supporters Direct Italia)  
Pippo Russo (Scrittore e sociologo Unit Firenze)  
Rappresentanti dei Trust di Modena (Camp Modena Sport Club), Taranto (Fondazione Istit)  
Rimini (Amici del Rimini) e Cava dei Tirreni (Sagra Covesi)

**Il progetto di azionariato popolare per il Derthona**

Ma è anche una festa dei tifosi del Derthona con:

- Video d'epoca
- Testimonianze
- Mostra di foto e cimeli



















Stampo in proprio, Derthona Claudio Vignani

**Venerdì 16 Novembre - h. 21.00**  
Sala Convegni Fondazione CRT - Via Puricelli, Tortona



## f) Primo semestre di attività

Sulla base delle indicazioni ricevute in sede di manifestazione di interesse prima, durante e dopo la serata di presentazione, vengono costituiti quattro gruppi di lavoro con i seguenti obiettivi, in parte già raggiunti:

<b>Supporto organizzativo e giuridico</b>	studio forma giuridica più opportuna del trust	
	seguire i primi passi della vita amministrativa e giuridica della società cooperativa	
	verifica modalità di adesione e partecipazione dei soci	
	studio condizioni e modalità di recupero del marchio sportivo a tutela dei tifosi	
<b>Sport e impianti</b>	valorizzazione ambiente Stadio Fausto Coppi e campo Carlo Cosola (supporto nella cura e gestione)	
	gestione servizio bar e ristorazione gradinata e tribuna, produzione e diffusione del programma della partita, ...	
	“piccoli” interventi volontari di manutenzione della struttura (intonacatura, pittura, ...)	
<b>Eventi e manifestazioni</b>	promozione di eventi per la diffusione della passione per il club	
	collaborazione con associazioni tortonesi di sport, cultura e volontariato	
	preparazione di iniziative speciali per le partite casalinghe	
	diffusione nelle scuole della storia e attività del club	
	festeggiamenti per anniversari e ricorrenze del Derthona come società storica	
	ricerca di sponsorizzazione per eventi e iniziative del trust	
	produzione e commercializzazione gadget e merchandising	
<b>Storia e cultura</b>	ricognizione, censimento e catalogazione di reperti e materiale iconografico	
	costituzione di un primo nucleo museale	
	Archivio Derthona, base dati sportivo-statistica liberamente consultabile, con elaborazione dalle fonti disponibili (Archivio on-line La Stampa, archivi giornali locali)	
	raccolta e organizzazione delle testimonianze dai tifosi “storici”	

Legenda stato avanzamento:



attività iniziata



attività a buon punto



attività completata



# NOI SIAMO IL DERTHONA

Viene trovata e **inaugurata la sede** di V. Convento Cappuccini 5, in cui si tengono periodiche riunioni del consiglio direttivo e dei gruppi di lavoro.

Nasce anche la “casa” in rete di Noi Siamo il Derthona, [www.nlderthona.org](http://www.nlderthona.org), con servizi di aggiornamento notizie sul Mondo Derthona, sugli eventi organizzati, in collegamento con i social network (Facebook e Twitter), una ricchissima galleria fotografica. In pochi mesi il sito raccoglie più di **duemila visitatori singoli**, mentre le persone che seguono via social network superano le 200 unità.

The screenshot shows the website for 'NOI SIAMO IL DERTHONA', a cooperative for the 1908 Derthona FBC. The header features the club's logo and name. A navigation menu includes links for HOME, Chi siamo, Come aderire, Iniziative, FAQ, Prossima partita, GALLERIA, Download, and Contatti. The main content area is titled 'SUPPORTERS IN CAMPO NEWS' and features an article from July 13, 2013, titled 'Sono tornati a casa!!!!'. The article discusses the return of the club's stadium after a year-long hiatus, mentioning the involvement of F. Coppi and C. Cosola. A sidebar on the right contains a search bar, a 'DIVENTA SOCIO' button, and a 'SEGUICI SU' button with social media icons.

Durante alcune partite casalinghe, da febbraio ad aprile, si ovvia parzialmente all'assenza del bar in gradinata con l'offerta di una “merenda bianconera” ai tifosi in collegamento con l'iniziativa “**Abbandona la poltrona**” e vieni a sostenere i leoni del Derthona.

**ABBANDONA**  
  
**LA POLTRONA**  
**E VIENI ANCHE TU A SOSTENERE**  
**I LEONI DEL DERTHONA!**

Alla fine del campionato, nel maggio 2013, viene organizzata la **fiesta per i 105 anni del club**, con un punto informativo in pieno centro, da cui sono distribuiti circa 400 palloncini celebrativi per i bambini, materiale informativo, vengono esposti cimeli come la maglia da capitano di Claudio Gabetta in serie C e viene presentata una mostra fotografica sulla storia della società, molto apprezzata. Una piccola iniziativa, ma un segno tangibile di presenza del Derthona in città, come non accadeva da tempo.



## NOI SIAMO IL DERTHONA

A giugno 2013 scoppia la “grana” della **concessione dei campi sportivi**, Noi Siamo il Derthona agisce da “mediatore” tra le parti, non per pervenire a un accordo a tutti i costi, ma cercando di esercitare pressioni ricordando a tutti di agire per il bene del simbolo e di ciò che rappresenta, mettendo sul piatto progetti concreti di impegno che permettano di rendere meno inconciliabili le posizioni.

Mercoledì 10 luglio 2013, al termine di una lunga e faticosa trattativa, si è finalmente giunti alla firma dei contratti di **affidamento dei campi sportivi F. Coppi e C. Cosola a favore del Derthona FbC 1908**. Dopo un anno di stop, tornano in gestione al Derthona la casa del Coppi, voluta dal Presidente Pio Franzosi e dal Sindaco Silvio Pilotti e costruita con le capacità e il sudore dei giovani tifosi tortonesi nel 1959, e la sede naturale del settore giovanile, intitolato a Carlo Cosola, l'uomo che più di ogni altro ha curato il rapporto con i "leoncini". Abbiamo partecipato e cercato di mediare tra le posizioni, per cui non possiamo che rallegrarci del felice esito della vicenda.



## ***g) Le sfide del futuro***

Cosa proponiamo per il futuro? Prima di tutto, chiariamo un punto. Proseguire in questa avventura significa necessariamente **scommettere su noi stessi**, sulla nostra capacità di preservare e rilanciare ciò a cui teniamo, a livello di singoli soci, e sul Derthona, di cui si condividono necessariamente le sorti, seppur con un atteggiamento obbiettivo e critico (è la forma più alta di passione).

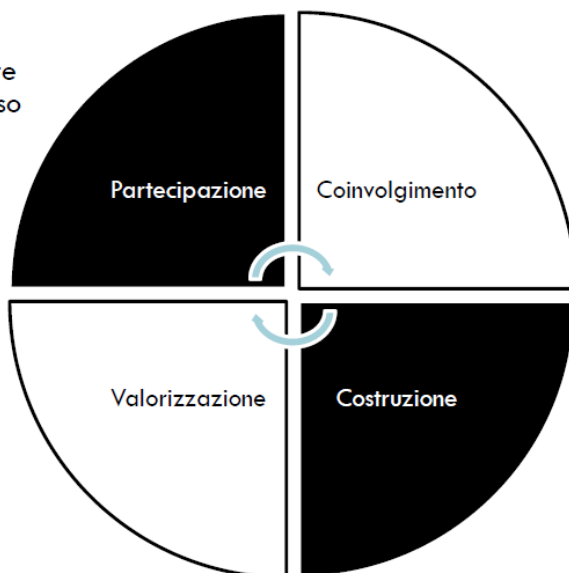
Occorre darsi degli **obbiettivi condivisi** (da discutere ogni giorno con i soci, ma da approvare formalmente in assemblea), misurabili (per capire se le iniziative e la direzione intrapresa è corretta) e coraggiosi, perché risvegliare e garantire la passione per il Derthona è e sarà un compito difficile, controcorrente e che attirerà critiche e scetticismi.

**Proprio in questo periodo di crisi generale e del calcio, occorre dare un segnale forte**, una scossa che dia la misura dell'attaccamento dei tifosi alla maglia ed esaltare l'entusiasmo che può essere generato solo da una partecipazione più forte al destino del club. Dobbiamo provarci, è nostro dovere farlo.

In questo documento si tenta di definire principi da condividere, campi e linee d'azione, obbiettivi e programmi ambiziosi ma non irrealistici, partendo dal presupposto, di difficile confutazione, che

***“senza tifosi il calcio muore, senza i tifosi tortonesi anche il Derthona FbC 1908, pur con suoi 105 anni di storia, rischia di scomparire”***

dei tifosi alla promozione della passione e alle scelte societarie, anche attraverso l'azionariato popolare



di tutti i settori della comunità (Tortona) in cui è immersa l'attività sportiva: imprese, professionisti, istituzioni

del patrimonio storico, culturale e sociale del Derthona FbC 1908

di forme di aggregazione e servizi per cementare la memoria collettiva che fa riferimento al simbolo della squadra

## 4. Principi cardine

Vengono esposti di seguito un insieme di ideali che guidano e conformano l'azione del trust, inteso come comunità di tifosi, e che vorremmo trasferire anche alla società.

### *h) Promozione della lealtà sportiva (L)*

Essere leali è un **segno di distinzione**, attraverso:

- un sereno rispetto delle regole del gioco e delle leggi;
- il contrasto dei comportamenti esasperati e antisportivi, chiedendo che sia emanato un regolamento interno che preveda multe e sanzioni per chi (giocatori e dirigenti) viene sanzionato per proteste, dichiarazioni inopportune e offensive, falli di reazione e violenza ingiustificata;
- migliorare l'immagine del Derthona negli organi rappresentativi (Lega e Federazione), e tra le squadre, nonché in città: il leone sia un simbolo positivo di coraggio, evitando le polemiche pretestuose;
- il riconoscimento della bravura e dignità degli avversari, seguendo regole di buona ospitalità;
- tollerando gli errori arbitrali e non accettando le provocazioni altrui.

### *i) Passione ed entusiasmo (P)*

Occorre **“grinta da leoni”** nell'affrontare le sfide, con un carattere combattivo da trasmettere intergenerazionalmente (dai più anziani ai giovani). Dobbiamo diffondere entusiasmo, senza lasciarsi abbattere dalle prime difficoltà, sia come tifosi, sia come squadra. Il Derthona che vogliamo lotta su ogni pallone, non considera mai una partita chiusa anche in caso di risultato avverso, si distingue per la voglia di onorare una maglia storica, che bisogna sempre meritare e onorare.



Puntare a rafforzare il carattere dei giovani significa anche investire su chi dimostra la capacità di ripartire dopo aver sbagliato, che getta il cuore oltre l'ostacolo e si sacrifica per il bene della squadra.

Lo stesso deve accadere nel trust e nell'ambiente che circonda l'evento sportivo: tutti possono dare un contributo, come tifo, incitamento, sottoscrizione di abbonamenti e sponsorizzazioni, adesione e volontariato degli eventi, ....

Chiediamo a tutti di proporre iniziative e soprattutto di mettersi in gioco, senza protagonismi, impazienze e recriminazione sul passato: insieme si vince, divisi si perde, questo è il **Sistema Derthona** che vorremmo poter contribuire a costruire nel tempo.

### *j) Democrazia e Trasparenza (D)*

La trasparenza è un concetto sicuramente abusato, soprattutto se viene proclamato ma non applicato, per cui occorre uno sforzo particolare per non cadere nella retorica e nel particolarismo. Prima di tutto, NSD si è già dotata, con obiettivo di trasparenza interna, di organi con compiti chiari e un mandato revocabile e a tempo determinato. Vi sono tutti gli strumenti per partecipare, contestare e rivedere le azioni della società. Come strumenti di trasparenza esterna, NSD diffonde



# NOI SIAMO IL DERTHONA

comunicati ufficiali a tutti i soci e ai media, divulga semestralmente (o, a richiesta, anche con periodicità più ristretta) rendiconti per la gestione dei fondi ricevuti e dei costi sostenuti.

Democrazia e **inclusività** sono elementi essenziali per ogni supporters' trust e quindi anche per NSD: non solo una testa e un voto durante le assemblee, ma anche nella vita di tutti i giorni dell'organizzazione ci si deve sforzare di **far sentire tutti partecipi del progetto**, senza cooptazioni dall'alto, ma al contrario incentivando le manifestazioni spontanee di disponibilità. L'esempio è sempre lo strumento migliore di diffusione della concretezza degli intendimenti, per cui ogni socio di NSD si deve sentire responsabile e orgoglioso del buon nome della società e dell'intero mondo che ruota intorno al Derthona.

## ***k) Tortonesità (T)***

Promuovere la tortonesità del Derthona sembra una ovvietà quasi tautologica, ma tutti sappiamo quanto in realtà il Derthona sia quasi divenuto avulso a una serie di dinamiche della realtà cittadina.

NSD si propone di ricominciare a **coinvolgere nel progetto sportivo tutte le "anime" di Tortona:**

- amministrazioni pubbliche

a cominciare dal Comune, che ha l'obbligo morale in solido di mostrarsi parte attiva nella condivisione delle sorti del club;

- istituzioni e fondazioni

riconoscendo il valore sociale e culturale del Derthona, verranno sottoposti e condivisi progetti di valorizzazione della storia e cultura, in modo da sollecitare e rinnovare la memoria, nonché rendere impianti e strutture più efficienti e fruibili per la cittadinanza e i tifosi;

- associazioni di cittadini, di volontariato e culturali

per percorsi congiunti e fini condivisi, garantendo le finalità sociali di NSD e la creazione di un'immagine del Derthona come simbolo ed esempio di concreta solidarietà e collaborazione con chi propone bellezza, aiuto a chi sta peggio, valorizzazione della nostra comunità.

- imprese

il tessuto economico va coinvolto a vari livelli, dal sostegno finanziario tramite sponsorizzazioni, sviluppo di progetti promozionali e di co-branding (associare il nome dell'impresa al Derthona deve essere un vanto e orgoglio), fino alla semplice sottoscrizione di pacchetti di abbonamenti, in base alla disponibilità e alle intenzioni.

Non sono da dimenticare tutti i singoli, giovani, anziani, professionisti, pensionati, studenti, impiegati e operai: tutti possono dare un prezioso contributo.

NSD stimola tutti i soggetti sopra elencati per il rafforzamento e la crescita del territorio, partecipando a iniziative di sviluppo e marketing territoriale.

Promuovere la tortonesità del Derthona, infine, significa inoltre l'impegno a **far crescere nel settore giovanile talenti legati a Tortona**. Questa può e deve essere l'ancora di salvezza e la chiave di sviluppo del Club.



## 5. Obiettivi e programmi per il triennio 2013-2015

Come anticipato precedentemente, considerati il contesto e gli obiettivi, occorre che i programmi siano necessariamente di ampio respiro per contenuti e temporalità, al fine di risultare credibili e attuabili. Allo stesso tempo, mettere nero su bianco ipotesi di azioni che, per loro natura, non potranno che avere tempi lunghi, rappresenta un rischio per la mutevolezza delle condizioni in cui ci si muove; ma è comunque uno sforzo opportuno sia per chiarezza (sapere a cosa si punta aiuta tutti a capire se la direzione è corretta o meno), sia per stabilire priorità ed evitare di disperdere energie.

Di seguito si riporta la **matrice di obiettivi e programmi** per gruppi di lavoro, con evidenza dei legami con i principi esplicitati nel capitolo precedente, per la cui lettura si ricorda che:

- la relazione tra obiettivi, programmi e principi è limitata ai legami più forti ed evidenti, ma assolutamente non completa (es.: la diffusione della storia del Derthona nelle scuole non è solo un'attività di promozione della cultura o un evento in sé, ma anche una strategia per trasmettere la passione ai giovani e aumentare le presenze future allo stadio);
- la periodizzazione degli interventi è fortemente dipendente dalla capacità che si avrà di attrarre risorse e interesse.

Gruppo di lavoro	Obiettivi	Programmi	Principi
<b>Supporto organizzativo e giuridico</b>	a) Meccanismi di trasparenza amministrativa e contabile b) Garanzia di assistenza giuridica nei rapporti con soggetti esterni c) Acquisire una quota di minoranza del Club	- Pubblicazione rendiconti e bilanci (2013) - Struttura di riunioni periodiche intra-assembleari (2013) - Recupero e aggiornamento del marchio storico (2013) - Azionariato popolare (2014)	D D T T-P
<b>Sport e impianti</b>	a) Sviluppare servizi per rendere più piacevole l'ambiente stadio b) Avanzare studi, progetti e attività di volontariato per le infrastrutture c) Promuovere lo sviluppo del settore giovanile	- Cura manto erboso e strutture F. Coppi (2013) - Riapertura e messa a norma servizio bar (2013) - Derthona Point (2013) - Cura e progetti di ristrutturazione impianto C. Cosola (2014) - Monitoraggio del Piano rilancio settore giovanile (2014)	P P P P T-L
<b>Eventi e manifestazioni</b>	a) Rafforzare la presenza del Derthona in città b) Raccogliere fondi per finanziare le iniziative e spese di NSD c) Costruire legami con altre componenti attive locali d) Promuovere politiche di incremento delle presenze allo stadio	- Organizzazione di feste e ricorrenze (2013) - Partecipazione attiva a eventi del territorio (2013) - Supporto campagna abbonamenti (2013) - Azioni di valorizzazione del marchio (2013)	P T P-T P-T-L
<b>Storia e Cultura</b>	a) Valorizzare e divulgare la storia del Club b) Diffondere la passione	- Mostra foto a pannelli (2013) - Storia Club in animazione e pubblicazioni (2013) - Archivio Unico (2014) - Museo del Derthona (2015)	P P P P-T

Legenda principi:

- Promozione della lealtà sportiva (L)
- Passione ed entusiasmo (P)
- Democrazia e Trasparenza (D)
- Tortonesità (T)



## **1) Supporto giuridico e amministrativo**

### **- Pubblicazione rendiconti e bilanci (2013)**

E' un progetto che vuole introdurre una cultura di coraggiosa e dovuta chiarezza, in quanto si raccolgono fondi e si intende generare un rapporto fiduciario condiviso. Verranno divulgati, in una sezione apposita del sito web ufficiale di NSD, il **rendiconto semestrale**, completo di estratto conto con movimenti, oltre al bilancio annuale, discusso per statuto in sede di assemblea ordinaria. Inoltre, il CdA si impegnerà inoltre a giustificare, a fronte di richiesta scritta da parte di uno o più soci, ogni voce di rendiconto, mettendo a disposizione i documenti comprovanti.

Si richiederà inoltre anche al Club di adottare una politica di simile trasparenza amministrativa, a cominciare dalla registrazione tempestiva del bilancio annuale.

### **- Struttura di riunioni periodiche intra-assembleari (2013)**

La costituzione dei gruppi di lavoro e l'obbligo dell'assemblea ordinaria annuale non garantisce una adeguata partecipazione e condivisione delle scelte effettuate a perseguire gli obiettivi, per cui il CdA prevede di organizzare, almeno trimestralmente, dei momenti di **presentazione delle attività** aperti a tutti i soci, mentre le riunioni dei gruppi di lavoro dovranno avere periodicità almeno trimestrale. Le riunioni saranno convocate con un invito di posta elettronica o, in caso di assenza, via SMS o comunicazione al telefono fisso.

### **- Recupero e aggiornamento del marchio storico (2013)**

Attualmente risultano registrati presso Ufficio Italiano Brevetti e Marchi **due marchi** per il Derthona FbC 1908, simili nel disegno e descrizione, ma per classi di materia diverse.



Depositato il 23/12/2005  
 Registrato il 17/10/2008  
 Titolare: Andrea Icardi  
 Classe 41 Educazione formazione divertimento e attività sportive



Depositato il 19/07/2010  
 Registrato il 26/07/2011  
 Titolare: Flavio Tonetto  
 Classi:  
 4 metalli preziosi e loro leghe e prodotti in tali materie o placcati non compresi in altre classi; gioielleria, pietre preziose; orologeria e strumenti cronometrici.  
 18 cuoio e sue imitazioni, articoli in queste materie non compresi in altre classi; pelli di animali; bauli e valigie; ombrelli, ombrelloni e bastoni da passeggio; fruste e articoli di selleria.

Entrambi i marchi registrati raffigurano uno **stemma storicamente non corretto**; si vorrebbe rilevare il marchio sportivo, riunirlo con quello per il merchandising, aggiornarlo con l'immagine adeguata e infine verificare le forme più opportune di concessione in uso.

Il valore del marchio sportivo è prevalentemente affettivo, ma d'altro canto la "magia" della passione sportiva è indissolubilmente legata a questi simboli, per cui puntiamo ad acquisirlo per fare in modo che rimanga per sempre di proprietà della tifoseria e della città di Tortona.

### **- Azionariato popolare (2014)**

Si tratta dell'obbiettivo principe dichiarato per il medio-lungo periodo: acquisire una quota di minoranza del Derthona FbC 1908, e fare in modo che i tifosi tortonesi acquistino un pezzo della propria società di calcio.

Questo passo dovrà essere particolarmente curato sotto ogni aspetto: economico (valore delle quote), amministrativo (conclusa con votazione in sede di assemblea soci) e con l'analisi precisa degli obblighi, oltre agli onori, che comporterebbe tale decisione. In particolare, occorrerà definire quali dovranno essere i mezzi (persone e strumenti) che consentiranno di esercitare un'influenza sulle strategie di sviluppo del Club.

### ***m) Sport e impianti***

Proprio nei giorni di preparazione dell'Assemblea Soci 2013, si è avuta la notizia dell'affidamento diretto degli impianti dello stadio comunale F. Coppi e campo sportivo C. Cosola al Derthona, confermata dopo lunga trattativa di cui NSD è stata uno degli attori protagonisti. Ora che i campi storicamente destinati ai Leoni sono tornati in gestione al Club, occorre attivarsi per riprovare, dopo decenni di scarsa cura, a renderli pienamente efficienti con **interventi che favoriscano la sostenibilità economica ed energetica**.

NSD propone ai soci, in occasione dell'assemblea, di investire sul fascino e la fruibilità dell'impianto F. Coppi e avviare, d'intesa con Comune e Società, un programma di interventi per il miglioramento dell'efficienza dell'impianto, abbattere i costi, migliorare il livello di servizi a disposizione dei tifosi e garantire, nel medio termine, la sostenibilità ed economicità della gestione da parte del Club.

#### ***- Cura manto erboso e strutture F. Coppi (2013)***

Per alleviare i costi di gestione del campo F. Coppi e riportare il manto erboso a condizioni ottimali occorrono interventi di manutenzione straordinaria, necessariamente di competenza di ditte esperte del settore, ma anche una cura quotidiana della gestione ordinaria di annaffiatura, sistemazione delle zolle, verniciatura delle righe, sistemazione delle porte e delle panchine, ..., di cui si può far carico una **squadra di volontari**, che cercheremo di organizzare e coordinare, in modo da sgravare il Club da quest'onere. Per riavere il campo che si ammirava fino a qualche anno fa, resistente anche alle piogge più persistenti e alle nevicate consistenti, occorreranno invece lavori più approfonditi di scavo e risemina, che potranno essere affrontati solo nella prossima estate e, ovviamente, con investimenti adeguati.

Allo stesso modo, gli spalti necessitano di **lavori urgenti di risistemazione** a garanzia dell'agibilità dei settori, di competenza del Comune, mentre i tifosi si potranno occupare della tinteggiatura della gradinata (come già successo nell'estate 2011), della pulitura periodica delle grondaie in tribuna e di altri simili incombenze al fine di migliorare il decoro del nostro stadio. Si spera che sia finanziato il progetto di circa 100.000 € per l'adeguamento funzionale dello stadio presentato dal Comune al bando per l'accesso al "Fondo per lo sviluppo e la capillare diffusione della pratica sportiva" del Dipartimento per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Dal punto di vista delle utenze collegate all'impianto, NSD si occuperà di **verificare e seguire la congruenza ed economicità dei contratti** stipulati, in particolare, riguardo alla suddivisione netta tra alimentazione della vasca di raccolta per l'acqua a uso irriguo (che deve essere acqua di risulta) e acqua potabile per gli spogliatoi. L'intero impianto irriguo andrebbe probabilmente aggiornato, occorre programmare nel tempo questo investimento.

#### ***- Riapertura e messa a norma servizio bar (2013)***

Un impianto come lo stadio F. Coppi, che può ospitare più di tremila tifosi, non può rimanere sprovvisto di un **servizio bar**, come accaduto per la gradinata durante lo scorso campionato. NSD si impegnerà, previo accordo con il Club e il Comune, a progettare, realizzare, mettere a norma, avviare e gestire il servizio bar in tribuna e gradinata, i cui introiti, di cui sarà reso pubblico il rendiconto trimestrale, per l'anno 2013-14 saranno di competenza di NSD, al fine di parziale ricompensa per le spese di investimento e avvio, mentre per gli anni successivi verrà stipulato apposito accordo con il Club.

#### ***- Derthona Point (2013)***

NSD si impegna a realizzare e gestire, previa verifica tecnica di fattibilità e gradimento da parte del Club e del Comune, nelle ore precedenti e durante le partite casalinghe del Club, due **Derthona Point** collocati presso le vecchie biglietterie di tribuna e gradinata, al fine di distribuire al pubblico il programma della partita, volantini sulle iniziative di NSD e del Club, materiale divulgativo sulle iniziative culturali e turistiche di Tortona (in regime di reciprocità e collaborazione con ViviTortona), prodotti di merchandising per la promozione del tifo e della passione per il Club (maglie, cappellini, sciarpe, bandiere, ...).

#### ***- Cura e progetti di ristrutturazione impianto C. Cosola (2014)***

Anche il campo Cosola necessiterebbe di ammodernamenti e ristrutturazione, poichè il manto in erba sintetico comincia a manifestare i primi segni di fine ciclo di vita, e per questo si sta studiando un progetto da sottoporre a fondazioni e istituti di credito.

Considerato l'interesse di NSD nel contribuire, in caso di condivisione di intenti, alla realizzazione dei progetti di investimento nel settore giovanile, queste sono le attività, che potrebbero essere sviluppate nei prossimi mesi:

- elaborazione di un **progetto di investimento per il rifacimento del terreno**, l'ampliamento degli spogliatoi, la messa a norma del servizio bar e il rinnovamento delle attrezzature del campo C. Cosola. Il progetto, completo di stime ed eventualmente modulato su diverse annualità, dovrà essere sottoposto, previa primo contatto di verifica

dell'interesse potenziale, in via prioritaria alla Fondazione Cassa di Risparmio di Tortona, con l'obiettivo di predisporre un centro di eccellenza per il calcio giovanile tortonese;

- progettare, realizzare, mettere a norma, avviare e gestire il **servizio bar**, i cui introiti, di cui sarà reso pubblico rendiconto trimestrale, per l'anno 2013-14 saranno di competenza di NSD, al fine di parziale ricompensa per le spese di investimento e avvio, mentre per gli anni successivi verrà stipulato apposito accordo con il Club.

Al fine di anticipare e finanziare le spese sopra elencate, NSD intende costituire un apposito **Donor's Fund** (fondo di donazione) per raccogliere le libere sottoscrizioni per il miglioramento, la gestione e gli interventi infrastrutturali per i campi sportivi comunali costruiti per l'attività del Derthona, F. Coppi e C. Cosola.

Verrà creato un apposito conto corrente a cui sarà chiesto di aderire con un versamento in somma libera a singoli tifosi, enti, istituzioni e imprese, con garanzia di ampia pubblicità (se voluta) sul sito di NSD, mentre dal lato della garanzia di gestione, verrà sottoposto all'approvazione dei donatori, annualmente, un piano di investimenti a scaglioni (se raccolta almeno la cifra x, verranno eseguiti i seguenti lavori, se la cifra y, i lavori precedenti e seguenti, ...)

Inoltre NSD intende richiedere e ottenere lo status di ONLUS, in modo che le offerte al fondo permettano ai donatori di detrarre dalle tasse il 24% per l'anno 2013 e il 26% per l'anno 2014 di quanto (art. 15 l. 96/2012), con un limite massimo di 2.065 €(versamento tramite sistema di pagamento tracciabile).

#### - **Monitoraggio del Piano rilancio settore giovanile (2014)**

Il progetto, a lungo termine, prevede l'affiancamento e supporto per il settore giovanile, poiché solo investendo sui giovani il Club potrà continuare a esistere e prosperare. Al fine di rilanciare l'attività del settore giovanile del Derthona FbC, occorrerà verificare i programmi della società in merito (cosa si aspettano e intendono fare con il settore giovanile, in caso di situazione ideale di gestione) e quindi le azioni comuni per il raggiungimento di obiettivi progressivi.

Presupposti per l'impegno del Derthona FbC sono la certezza di usufruire di strutture adeguate e la prospettiva di progressivo ammodernamento e aggiornamento delle strutture stesse.

La prima condizione si è verificata, mentre per la seconda si sta lavorando, come descritto nel punto precedente.

NSD intende monitorare e verificare che la programmazione delle politiche di promozione del calcio giovanile seguano i seguenti capisaldi, a nostro parere decisivi per l'impostazione di un modello sostenibile e concreto di sviluppo:

- **credibilità ed equilibrio**, inutile prevedere budget faraonici di incassi da partecipazione a tornei, quote di sottoscrizione, sponsor, ... il settore si deve autosostenere e dotarsi di un numero e struttura di squadre adeguato al blasone del Derthona, ma sostenibile economicamente secondo previsioni possibili;
- **orientamento verso l'eccellenza**, le squadre giovanili del Derthona FbC devono riunire i migliori talenti della zona per carattere, volontà e qualità di gioco, costituendo gruppi che si rafforzano e amalgamano anno dopo anno, fino a divenire delle giovani promesse in grado di esordire in prima squadra. Giocano i migliori, non quelli i cui genitori sono più generosi, è da prevedere un progressivo superamento del sistema delle quote;
- clima di **accordo e partecipazione con i settori giovanili delle altre realtà calcistiche cittadine e circostanti**, ognuno ha un proprio ruolo, ma è indubitabile che il Derthona, per storia, tradizione, visibilità e possibilità di crescita, deve rappresentare il "non plus ultra" del tortonese;
- investire sulla **formazione di uno staff tecnico di qualità**, da accrescere nel tempo, sfruttando a pieno le occasioni offerte da tecnici e preparatori tortonesi di comprovata esperienza, che si presterebbero volentieri per corsi di aggiornamento;
- creare una **sezione femminile** del calcio giovanile, azione fondamentale per il coinvolgimento di una componente importante per lo sviluppo dell'intero movimento.



## ***n) Eventi e manifestazioni***

### ***- Organizzazione di feste e ricorrenze (2013)***

NSD intende organizzare un **ciclo di eventi** organizzati dalla società cooperativa per mantenere vivo l'interesse e rilanciare la visibilità in città della passione per il Derthona. Un primo esempio è stata la celebrazione del 105° anniversario con i palloncini per i bambini in pieno centro ma altre iniziative di tale o diverso genere verranno predisposte, in modo da garantire una continuità di interesse e partecipazione da parte degli appassionati. Si deve poter vivere il "clima Derthona" non solo allo stadio, ma anche nei mesi estivi in assenza di partite ufficiali, durante la settimana, nei bar ed esercizi commerciali ...

Risvegliare il prestigio con eventi adeguati non sarà semplice ma di seguito si delineano alcune ipotesi per il prossimo futuro:

- **presentazione della nuova squadra**, a fine agosto, in centro a Tortona, con presentazione del video promozionale della campagna abbonamenti;

- **festival estivo del Leone** Bianconero, a metà settembre, con organizzazione di eventi culturali legati al pianeta calcio, dibattiti sul futuro della squadra, al parco del Castello (ex Chalet)

- **festa primaverile dello sport giovanile**, a maggio, con sfilata delle squadre e consegna di premi a più meritevoli al Coppi, rinnovando la tradizione di "Leone" e "Leoncino" dell'anno.

Per realizzare eventi di tal genere occorre stimolare la creazione di una rete di volontari e attivisti che supportino l'organizzazione e sponsor che abbiano interesse ad associare la propria attività con il Derthona e Noi Siamo il Derthona.

Occorre fare in modo che, inoltre, ogni partita in casa del Derthona sia associabile a una particolare **occasione di partnership o presentazione** di:

- un altro sport cittadino da valorizzare (es. Derthona Rugby, Veloce Club Tortona con Coppi come trait d'union, ...);

- un'associazione di volontariato o iniziativa di solidarietà di particolare rilevanza per la città (es. festa del volontariato);

- un programma di festeggiamenti (es. 8 marzo, un fiore per le donne che entrano allo stadio)

Il criterio principale deve essere l'autosostenibilità, per ogni singolo evento, non possiamo permetterci di programmare iniziative in perdita secca.

### ***- Partecipazione attiva a eventi del territorio (2013)***

NSD intende allacciare **rapporti di collaborazione con gli eventi culturali e enogastronomici** di maggiore risonanza (Arena Derthona, Assaggia Tortona, ...), al fine di partecipare alla promozione reciproca di un marchio condiviso (Derthona e Tortona) e divulgare il messaggio della propria filosofia e intendimenti di azione presso un pubblico potenzialmente distante, ma riattivabile con l'entusiasmo e la dedizione.

La partecipazione a tali iniziative permetterebbe inoltre di entrare in contatto con aziende e marchi di eccellenza dell'economia tortonese e che potrebbero essere interessate a future collaborazioni e sponsorizzazioni.

Infine, ma non come ultimo o residuale impegno, NSD intende legare la propria attività con fattive collaborazioni e promozioni di iniziative di solidarietà per l'aiuto ai più deboli e contro ogni tipo di discriminazione.

### ***- Supporto campagna abbonamenti (2013)***

NSD si impegna a coordinare, in accordo e collaborazione con il Club e in caso di condivisione delle strategie di sviluppo e condizioni della promozione della partecipazione del pubblico, gli aspetti di progettazione, realizzazione e comunicazione della **campagna abbonamenti** per la stagione 2013-14, sottolineando il carattere genuino della passione per la squadra più che centenaria della propria città e il conseguente legame con il territorio.

Gli abbonamenti dovranno avere **prezzi popolari**, per permettere a chiunque di affrontare la spesa e sostenere la squadra della propria città: **abbiamo bisogno di tutti allo stadio**. Occorre inoltre prevedere delle formule di pacchetti di abbonamento che permettano, a chi economicamente è in grado di farlo, di sostenere in questa forma il Club.<sup>2</sup>

Come criterio generale, meglio prevedere l'emissione di tessere aggiuntive (es. pacchetti da 5 o 10 abbonamenti), che potrebbero generare un aumento del numero di spettatori, rispetto ad abbonamenti singoli di alto prezzo associati a particolari condizioni di privilegio.

---

<sup>2</sup> si veda l'esempio di Pescara, da proporzionare

<http://www.nuovasocieta.it/sport/il-pescara-calcio-regala-1000-abbonamenti-ai-disoccupati.html>

## NOI SIAMO IL DERTHONA

- Verrà studiata una proposta complessiva di condizioni e i prezzi di bigliettazione e abbonamento, con l'intenzione di
- aumentare progressivamente il più possibile le **presenze continuative allo stadio**
  - incentivare la **partecipazione delle fasce di età più giovani** (il pubblico di Tortona è tendenzialmente "anziano")
  - permettere il godimento dello spettacolo a chi sperimenta **forme di disagio** (disabili, anziani soli, ...)
  - puntare sulla **genuinità e protagonismo dell'esperienza stadio** a Tortona (calcio vero, la tua squadra e la tua città) rispetto al calcio baraccone delle serie superiori, da seguire alla poltrona in televisione.

Invertire la rotta sulla perdita di spettatori è essenziale per perseguire ogni disegno di sviluppo del Club: **senza tifosi il calcio semplicemente non esiste e non suscita alcun interesse e passione**. Con più tifosi allo stadio si incrementano invece gli incassi da biglietti e abbonamenti, le possibilità di raccogliere sponsorizzazioni, la vendita del merchandising, l'interesse dei media, ...

### - Azioni di valorizzazione del marchio (2013)

Il marchio del Derthona, una volta restituito alla sua primigenia e corretta identificazione, può essere adeguatamente valorizzato secondo una corretta politica di accrescimento dell'**identificazione del simbolo con valori positivi**.

Per perseguire questa politica, occorrerà stimolare il Club a porsi come realtà calcistica "controcorrente" in cui sono **premiati il carattere, la determinazione, l'amore per la maglia**, mentre vengono deprecati e penalizzati gli atteggiamenti polemici e le dichiarazioni fuori luogo, la slealtà (multe a chi si fa ammonire per proteste e simulazione) e il mancato rispetto di avversari e arbitri.

Poiché, come già ribadito più volte, la percezione che si ha all'esterno del "mondo" Derthona, è unitaria, anche gli stessi tifosi devono essere responsabilizzati nell'impegno a trasmettere, in termini di comportamento esemplare, entusiasmo, intelligenza e capacità di non rispondere a provocazioni. Il calcio allo stadio deve essere una festa, un momento di condivisione di una "fede" comune, deve esprimere anche rivalità, ma sempre in un clima di goliardia e divertimento.

Bisogna fare in modo che quando si parla di Derthona, sui giornali come nei bar, sia fatto con un senso di ammirazione per la tenacia con cui si cerca di raggiungere i risultati, della capacità di affrontare i problemi con carattere e volontà, delle gesta sportive, e non per polemiche, minacce di fallimento, penalizzazioni per mancati pagamenti (e purtroppo nulla di tutto ciò ci è stato risparmiato negli ultimi anni).

Il calcio che sogniamo, lo vorremmo vedere in primis "applicato" alla nostra squadra del cuore: forse è un'idea un po' demodé, ma raffinate strategie di comunicazione, elaborate alchimie di commercializzazione, main sponsor, ... non potranno mai sostituire la base del gioco: **la passione dei tifosi**. E da questa dobbiamo ripartire per generare l'entusiasmo che trascini il Derthona fuori dalla secche del declino.



## ***o) Storia e cultura***

NSD propone di **valorizzare la storia centenaria del club**, con iniziative di **recupero e condivisione della memoria**, poiché il passato della squadra con il “Leone cucito sul petto” ci accompagna e ci fa da guida per le scelte da seguire per il futuro.

### ***- Mostra foto a pannelli (2013)***

Come prima attività proposta per risvegliare l'interesse di Tortona verso la storia della squadra cittadina e suscitare interesse verso il progetto complessivo di valorizzazione socio-culturale, si propone di allestire una **mostra a pannelli di grandi dimensioni in centro a Tortona** (colonne dei portici di Via Emilia), con le immagini più belle di giocatori in azione, rappresentativa della dinamicità e forza espressiva del gioco.

I passi fondamentali per realizzare la mostra sono:

- condividere il progetto con il Comune di Tortona e i finanziatori/sponsor del progetto
- richiedere e ottenere i permessi per la collocazione e l'allestimento (Comune);
- selezione ed elaborare il materiale fotografico originale;
- stampa dei pannelli;
- descrivere il materiale selezionato con etichette di documentazione;
- produrre un mini-catalogo.

I pannelli andranno poi a costituire il **primo nucleo di oggetti museali**.

### ***- Storia Club in animazione e pubblicazioni (2013)***

Grazie alla collaborazione e capacità di appassionati e storici del Derthona, si intende promuovere la realizzazione di pubblicazioni e oggetti divulgativi rivolti a pubblici diversificati.

Una prima idea è la realizzazione di un'**animazione digitale** della Storia del Derthona, per raccontare a grandi linee, ma con grande vivacità e attraverso un mezzo diretto alla comprensibilità da parte dei più piccoli, i passi salienti della storia del Club, del suo impatto e integrazione nelle vicende cittadine. L'operazione è volta a suscitare l'interesse dei bambini verso il Derthona.

Altro progetto di grande interesse culturale è invece legato alla creazione di una **collana di pubblicazioni** con il filo conduttore di “storie”, episodiche o aneddotiche, di singoli o di movimenti, che hanno attraverso la storia più che centenaria del Club. Questa volta i destinatari sono gli adulti, non necessariamente nostalgici o storici, che abbiano l'interesse ad approfondire e ripercorrere, con piacevolezza, momenti di passione verso la maglia del Leone.

### ***- Archivio Unico (2014)***

NSD ritiene che si debba costruire un **Archivio Unico** di informazioni sulla storia del Derthona, di qualunque formato (dati, testi, immagini, audio-video, ...), da mettere a disposizione di tutti come base per le analisi, le ricerche, la narrazione delle “storie da Derthona” che costituiscono il mezzo per perpetuare una memoria collettiva e condivisa.

Per giungere a questo risultato, occorre analizzare le fonti disponibili, con ricerche mirate in archivi di periodici e giornali digitalizzati (Archivio La Stampa) e non digitali, avviare una raccolta dati sistematica, in particolare per anni di «buco» (es. primi anni '40), promuovere ricerche sui primi anni di vita del club, particolarmente interessanti e quindi fornire supporto informativo ai cantori di «storie» di Derthona.

Una parte decisiva della memoria è tramandata grazie alle **raccolte fotografiche**. L'archivio fotografico prevederà due tipologie di immagini: a bassa risoluzione, per usi di ricerca e visualizzazione, come la galleria web sul sito, e immagini ad alta risoluzione per stampa di pubblicazioni e fotografie di grande dimensione (mostre).

Per la **sezione audio-video**, NSD sta recuperando e digitalizzando registrazioni di servizi di televisioni locali in videocassetta anni '70-'80, mentre sono state svolte le prime ricerche nell'archivio Teche Rai (le cui immagini possono essere messe a disposizione solo per i soci e non sono pubblicabili e commercializzabili).

Il programma di recupero del materiale prevede, dopo il processo di digitalizzazione, la catalogazione (metadati come autore, anno, oggetto, testo, parole chiave...), quindi la sistematizzazione in una base dati relazionale e infine la vera e propria costituzione del prodotto Archivio Unico Storia Derthona, completa di componente statistica fruibile per ricerche e analisi (es. giocatore con più presenze negli anni '60, squadra con cui si è vinto di più ...).

### ***- Museo del Derthona (2015)***

In Italia le esperienze di **musei calcistici** sono piuttosto rare e recenti: solo nel giugno 2011 nasce la Federazione Musei del Calcio, fondata su iniziativa della F.I.G.C., come strumento di associazione e connessione tra i musei affiliati in grado di



# NOI SIAMO IL DERTHONA

favorire la valorizzazione della cultura e i valori del calcio attraverso la storia, i cimeli e la documentazione che i membri espongono nelle proprie sedi. Ne fanno parte:

- la Fondazione Museo del Calcio di Coverciano (2000, FIGC);
- il Museo del Grande Torino (2007, retta da un'associazione);
- il Museo Fiorentina (2009, Onlus);
- il Museo della Storia del Genoa (2009, Fondazione)
- il Calcio Padova Museum (2010, Stadio Euganeo)
- lo Juventus Museum (2011, Juventus Stadium)

Come punto d'arrivo del sistema di Storia e Cultura del Derthona, NSD progetta la creazione di un **Museo del Derthona**. Si tratterà di un **museo diffuso** (ecomuseo) perché:

- interviene sullo spazio di una comunità (i tifosi), nel suo divenire storico, proponendo "come oggetti del museo" non solo gli oggetti della vita quotidiana (maglie, stendardi, gagliardetti, ...) ma anche i beni architettonici (i campi sportivi, le sedi, ...), le testimonianze orali della tradizione (interviste ai tifosi «storici»), ecc... ,
- si occupa anche della promozione di attività didattiche e di ricerca grazie al coinvolgimento diretto degli storici, degli appassionati e delle istituzioni locali;
- non sottrae reperti e beni ai luoghi dove sono stati creati e custoditi, ma si propone come uno strumento di riappropriazione del proprio patrimonio culturale da parte della collettività (si censisce, si collega e si mette in comune per costituire una base di conoscenza e memoria condivise e trasmissibili).

Attività preliminari alla costituzione del Museo saranno:

- il **censimento cimeli** e reperti presso sede Derthona FbC 1908, collezioni private, allo stadio F. Coppi e in luoghi vari;
- la **selezione dei reperti** destinati al nucleo espositivo permanente;
- la **catalogazione** dei reperti, per cui Regione Piemonte fornisce gratuitamente un software (Guarini Archivi) .

Per quanto attiene l'**ubicazione**, si ipotizza una destinazione nei locali della ex-sede societaria in Via Montello.

Occorrerà creare un **Comitato Scientifico** responsabile della conservazione e accrescimento patrimonio museale, reclutare volontari per la gestione aperture e visite guidate, l'attività di promozione e relazione con enti e territorio e le attività didattiche presso le scuole.

Un obiettivo così ambizioso e a lungo termine potrà rendersi **possibile solo con la collaborazione e il coinvolgimento delle istituzioni e del Club**, al fine di sfruttare le opportunità di finanziamento pubblico (fondi regionali), privato (Fondazioni, appassionati, soci ) e dovrà essere integrato a iniziative speciali legate alle tappe di costituzione, come pubblicazioni preparatorie e attività di (web) fund raising



## 6. Conclusioni

Riprendendo una considerazione di premessa, mettere nero su bianco una tale serie di visioni e idee progettuali, è stato uno sforzo necessario per chiarire a cosa si punta. E' chiaro fin da ora che non tutti si riuscirà a fare, che molto andrà ridiscusso e tarato in base alle disponibilità ed evenienze, che non sempre le classiche ciambelle verranno con il giusto buco.

Alcuni punti vanno ancora sottolineati:

- non si tratta di un programma ormai fisso e determinato, andrà progressivamente rivisto e aggiornato, per cui si chiede a tutti un **contributo critico in termini di idee e impostazioni**;
- come avete avuto modo di leggere, **c'è bisogno di tutti**, le iniziative permettono a chiunque di prestare la propria opera intellettuale, di competenza e/o manuale, per un volontariato diffuso verso una passione condivisa;
- **il momento per riaccendere la passione è ora**, solo con un grande entusiasmo e trasporto collettivo, ce la possiamo fare!
- 

# Forza Derthona Sempre!

