



Comune di Guiglia



Comune di Marano sul Panaro



Comune di Monzuno



Con il contributo della Legge regionale 15/2018



## Incontro firmatari - REPORT

Lunedì 20 marzo 2023, ore 14.30-15.30

Zoom meeting

### PARTECIPANTI

**TOTALI: 4** (2F, 2M, esclusa facilitatrice)

Comune di Guiglia (capofila) 1F: vicesindaco Roberta Zanantoni; Comune di Marano sul Panaro 1M: sindaco Giovanni Galli; Ciappinari APS 2 (1F, 1M): Nicolas Aureli e Serena Bertoni.

**Non presenti:** Comune di Monzuno, I Libri di Mompracem, Gli Amici di Erodoto, La Compagnia del Poggio, Cooperativa TumSò, Gruppo di Studi Savena Setta Sambro.

**Facilitazione e report:** Tiziana Squeri (Eubios)

### PREMESSA

L'incontro ha come obiettivo principale il confronto con Ciappinari APS, il soggetto firmatario che, all'interno del gruppo di lavoro, rappresenta il punto di vista delle generazioni più giovani. Si vuole capire quali possono essere gli impegni nell'ambito del percorso, per modulare presenza e ruolo in base agli impegni e alla disponibilità. L'associazione al suo interno è molto sfaccettata e, dopo la sottoscrizione del progetto a fine 2022, da qui in avanti come referente per il progetto subentra Nicolas Aureli, che si prenderà cura del percorso insieme a Serena Bertoni.

### AGGIORNAMENTI

Le date della tappa del festival a Guiglia sono ven 25, sab 26 e dom 27 agosto 2023. Venerdì 25 mattina è prevista camminata (giro ad anello "da castello a castello") e pomeriggio evento al castello. Sabato l'evento si sposta a Casa Galassi, mentre domenica altra camminata sul territorio e chiusura alle ore 13 circa.

### PERCORSO PARTECIPATIVO

Il percorso partecipativo "Parole Passi Sogni" (titolo ricavato dall'omonimo festival itinerante che giunge quest'anno alla sua 3<sup>a</sup> edizione) ha l'obiettivo di immaginare elementi di novità, di sviluppo, di rafforzamento del festival con una taglio specifico rivolto al target giovani (maggioresenni under 35). Quindi ci si propone di coinvolgere i/le giovani dei tre territori coinvolti (Marano, Monzuno, Guiglia) nei momenti partecipativi previsti all'interno delle tappe del festival (ancora da stabilire dove e come). L'ingaggio è rivolto a persone interessate alla co-progettazione del festival e disponibili a portare idee nuove per le prossime edizioni, da invitare ai momenti partecipativi e/o al tavolo degli attori, detto Tavolo di Negoziazione (TdN), nel quale va garantita una rappresentanza giovanile under 35 (20-25% circa).

L'idea di partenza è dunque trovare soggetti dei territori che possano fare da mediatori per il reclutamento del target prioritario. Ciappinari è il primo soggetto coinvolto e va capito se ci sono altre figure/soggetti che potrebbero aggiungersi per ingaggiare/portare le giovani generazioni ai momenti partecipativi. Vanno dunque individuati soggetti, organizzazioni, mediatori informali in

contatto diretto con giovani abitanti, che possano fungere da ponte per accoglierli e sollecitarli. L'obiettivo è creare connessioni ed invitare al processo di costruzione del festival le giovani generazioni che, seppur presenti nei contesti territoriali, rischiano di non vedere riconosciuto il proprio potenziale espressivo. L'intento è renderli protagonisti della campagna di comunicazione, progettata dai giovani e per i giovani, e responsabilizzarli, condividendo ruoli e obiettivi. **Per altri dettagli vedi Allegato 1.**

## **COMUNICAZIONE E INGAGGIO**

Insieme ai mediatori vicini ai/alle giovani si vorrebbe provare ad immaginare una campagna di comunicazione sia per accompagnare e promuovere il percorso partecipativo e, in parallelo, per pubblicizzare gli appuntamenti del festival di quest'anno: 21-23 aprile Marano; 16-18 giugno Monzuno ([www.campinglequerce.it](http://www.campinglequerce.it)); 25-27 agosto Guiglia. Rispetto a questo, c'è la possibilità di attivare due moduli formativi per la co-progettazione della campagna. Il progetto prevede inoltre i seguenti elementi.

- Capillarità della campagna grazie ai differenti canali comunicativi e agli stili di comunicazione adottati.
- Comunicazione differenziata integrata (stampa, social, affissioni, contatti diretti, comunicazione visiva, ecc.) con l'uso di almeno un'altra lingua oltre all'italiano, rivolta sia agli attori che ai singoli.
- Materiali informativi almeno in un'altra lingua oltre all'italiano.
- Azioni informative nei luoghi di aggregazione, con modalità/canali differenziati per target.
- Linguaggio inclusivo e specifico per il target, sia nelle modalità di comunicazione che nell'utilizzo di canali.
- Creazione di un glossario partecipato per parole chiave e termini tecnici.
- Diffusione di inviti e report degli incontri tramite mail e WhatsApp.
- Coinvolgimento di associazioni e realtà sociali in contatto con fascia giovanile.

**RICHIESTA DEI COMUNI:** dare unitarietà alla promozione del festival, per far comprendere che il festival, pur suddiviso in tre tappe, è uno solo. Quindi una grafica unitaria, un'identità visiva omogenea e uno/due prodotti che possano dare la visione complessiva dell'iniziativa. Non con i programmi di dettaglio ma almeno con le informazioni di base, le date e le sedi dei tre appuntamenti.

**MODULI FORMATIVI:** supporto al gruppo di lavoro a cura di esperti della comunicazione, che possono aiutare ad emanciparsi dal punto di vista della campagna pubblicitaria. Magari non si riuscirà a fare subito una campagna nuova per la tappa di aprile, però si possono delineare strategie e indirizzi per gli eventi successivi e, soprattutto, per le prossime edizioni del festival. Ciappinari può aprire contatto con la persona che si occupa della comunicazione per l'associazione, in modo da capire se potrebbe essere l'esperta che realizza i due moduli dietro compenso.

## **ASPETTI DI INTERESSE PER CIAPPINARI**

Accessibilità nella sua accezione più ampia: di percorso, di linguaggio, di spazi, ecc.

Scrittura inclusiva: ci stanno lavorando, hanno anche vinto un bando sulla scrittura creativa.

Accessibilità delle camminate: va chiesto a Leo se i percorsi pensati per le camminate hanno caratteristiche di accessibilità. Per la tappa di Marano, Leo aveva individuato un tratto di un cammino promosso dall'Unione dei Comuni. Si potrebbe immaginare comunque un percorso pianeggiante a maggiore accessibilità, ad esempio lungo il fiume. Trattandosi di iniziativa già avviata, si può lavorare in modo graduale verso una maggiore accessibilità del festival e sulla comunicazione.

**NOTA:** 16-18 giugno non possono essere presenti (in programma festival musicale). Altro impegno per 24-25 giugno.

## **MAPPATURA ATTORI**

Va ancora realizzata la mappatura dei soggetti da invitare al tavolo TdN, che possono essere quelli già elencati nel progetto ma anche altri indicati dal gruppo di partenza. Si può fare anche a distanza, ossia ognuno dei firmatari prepara un elenco di contatti del proprio territorio e lo condivide con gli altri. Ciappinari potrebbe indicarne alcuni vicini al target under 35 del territorio dell'Unione Terre di Castelli.

## **CALENDARIZZAZIONE ATTIVITÀ**

Il core del percorso è tra aprile e agosto, dato che i principali momenti sono previsti in corrispondenza con le tre tappe del festival. Mentre su questo tutto sommato ancora ci siamo, rispetto alle fasi del percorso c'è ritardo sulla prima fase (condivisione). **Per altri dettagli vedi Allegato 1 e Allegato 2.**

Si stabilisce di procedere con la mappatura per poi aprire i contatti con i soggetti mappati e convocare il 1° incontro del TdN a inizio maggio, utilizzando la tappa di Marano come momento di lancio e di condivisione del percorso, per capire intanto chi è presente e aprire relazioni. Questo è funzionale anche al fatto che si attiva la comunicazione e il pre-contatto con nuovi soggetti ed associazioni può fare da cassa di risonanza per l'ingaggio di partecipanti.

A Marano ci si conta, si verifica chi ha interesse a proseguire e poi si convoca il tavolo di lavoro online in un momento successivo.

In parallelo intanto si può avviare il discorso sulla comunicazione e i moduli formativi.

## **ALLEGATI**

1. Abstract progetto
2. Cronoprogramma di massima

## **PAROLE, PASSI, SOGNI - Percorso partecipativo L.R. 15/2018**

### **TARGET PRIORITARIO** fascia giovanile (maggioresni under 35)

Per allargare la platea di under 35 interessati alla co-progettazione del festival, invitandoli al TdN e/o ai momenti di confronto, si solleciteranno soggetti/organizzazioni e mediatori informali in contatto diretto con giovani abitanti, che possano fungere da ponte per accoglierli e sollecitarli. L'obiettivo è creare connessioni ed invitare al processo di costruzione del festival le giovani generazioni che, seppur presenti nei contesti territoriali, rischiano di non vedere riconosciuto il proprio potenziale espressivo. L'intento è renderli protagonisti della campagna di comunicazione, progettata dai giovani e per i giovani, e responsabilizzarli, condividendo ruoli e obiettivi.

### **FIRMATARI**

Comune di Guiglia, Comune di Marano sul Panaro, Comune di Monzuno, Associaz. I Libri di Mompracem, Associaz. Gli Amici di Erodoto, Associaz. culturale Ciappinari APS, Associaz. culturale La Compagnia del Poggio, Gruppo di Studi Savena Setta Sambro, Tum Sò Società Cooperativa Sociale.

### **COMUNICAZIONE E INGAGGIO**

Sviluppo di una campagna di comunicazione progettata dai giovani per i giovani.

Moduli formativi per la co-progettazione del piano di comunicazione

Capillarità della campagna grazie ai differenti canali comunicativi e agli stili di comunicazione adottati.

Comunicazione differenziata integrata (stampa, social, affissioni, contatti diretti, comunicazione visiva, ecc.) con l'uso di **almeno un'altra lingua** oltre all'italiano, rivolta sia agli attori che ai singoli.

Materiali informativi almeno in un'altra lingua oltre all'italiano.

Azioni informative nei luoghi di aggregazione, con modalità/canali differenziati per target.

Linguaggio inclusivo e specifico per il target, sia nelle modalità di comunicazione che nell'utilizzo di canali.

Creazione di un glossario partecipato per parole chiave e termini tecnici.

Diffusione di inviti e report degli incontri tramite mail e WhatsApp.

Coinvolgimento di associazioni e realtà sociali in contatto con fascia giovanile.

Nel TdN va garantita una rappresentanza giovanile under 35 (25%)

### **INCONTRI**

TdN e principali momenti partecipativi saranno sempre in modalità ibrida (in presenza e online).

Utilizzo di un linguaggio semplice ed inclusivo, con uso di infografica/immagini (facilitazione visiva).

Eventi dedicati a tipi di lettura/scrittura inclusiva (libri in CAA, braille..).

Scambi con interlocutori esperti.

Spazi di incontro senza barriere architettoniche.

Conciliazione tempi di vita e lavoro (preferenza per tardo pomeriggio-sera infrasettimanale o week-end).

Creazione di mailing list dei partecipanti

### **SERVIZI**

Servizio di navetta durante il festival.

Servizi di babysitteraggio.

Eventuale mediazione culturale.

### **SOGGETTI DA COINVOLGERE**

Per promuovere la lettura inclusiva e rendere più accessibili sia il percorso e che il festival, ci si propone di coinvolgere come esperti, contattandoli e invitandoli a far parte del TdN:

CTS Bologna/Modena (Centri Territoriali di Supporto, esperti in scrittura e lettura in CAA-Comunicazione Aumentativa Alternativa);

Centro Documentazione Handicap Bologna (associazione che si occupa di cultura/comunicazione accessibile ed inclusiva);

Biblioteca di Marzabotto Casa della Cultura e della Memoria (realtà che promuove la lettura nelle nuove generazioni e dispone di materiali/conoscenze sulla lettura inclusiva). Il fine è quello di agevolare la maggiore partecipazione possibile al percorso, favorendo l'accesso alle persone diversamente abili. Realtà attive sui temi della promozione e rispetto degli spazi montani, della promozione della lettura come spazio sociale, del turismo sostenibile. Ad esempio: Sezioni CAI locali; IT.A.CA'. per la promozione di un turismo lento; eventuali gruppi di lettura informale.

## **PAROLE, PASSI, SOGNI - Percorso partecipativo L.R. 15/2018**

### **FASI E ATTIVITÀ - durata 10 mesi – avvio obbligatorio entro 15/2/23**

#### **FATTO**

##### **CONDIVISIONE/ENGAGEMENT - feb-apr 2023**

- **13/2/23 per avvio formale** del percorso e apertura **spazio web dedicato**;
- **incontro preliminare** con staff, partner e firmatari accordo

#### **DA FARE**

- **interviste/questionari** agli attori mappati
- **mappatura** attori locali, con focus su soggetti a contatto con giovani fascia 18-34 anni
- **1° incontro del Tavolo di Negoziazione (TdN)** con focus su ingaggio e piano di comunicazione
- **convocazione del Comitato di Garanzia Locale (CGL)**
- **costruzione/condivisione del piano di comunicazione**, volto ad intercettare i giovani;
- **moduli formativi** per la co-progettazione del piano di comunicazione

##### **APERTURA E SVOLGIMENTO – apr-ago 2023**

- **sollecitazione e inclusione** eventuali nuovi attori
- **1^ campagna** di comunicazione
- **analisi partecipata e mappatura territori**, cammini passeggiate/biciclettate nei territori (trasversali ai laboratori, **includere nel programma del festival**)
- **1° tappa del festival (Marano, aprile)**: confronto facilitato con esperti e organizzatori, verranno proposti laboratori di mappatura per individuare realtà o luoghi da porre in contatto con "parole, passi, sogni".
- **OST 2° tappa festival (Monzuno, giugno)**: verrà svolto un laboratorio facilitato per stimolare l'ideazione del festival futuro e i punti specifici di sviluppo.
- **SWOT Partecipata 2° TdN**: verrà chiesto di analizzare (assieme ai facilitatori) quanto mappato e ideato all'OST. Questo laboratorio sarà dirimente per la fase di chiusura.
- **Tavoli di lavoro 3° tappa festival (Guiglia, fine agosto)**: partendo dalle proposte emerse dall'OST e dall'analisi SWOT si approfondiscono i temi maggiormente salienti e si delinea una traccia per la struttura del DocPP.

##### **CHIUSURA – sett-nov 2023**

- **stesura del DocPP** da parte di staff e TdN a partire da quanto emerso dalle attività svolte
- **definizione partecipata** con staff e TdN di **item/indicatori** per la valutazione
- **2^ campagna** di comunicazione
- **assemblea pubblica alla presenza del TdN** per presentazione del DocPP (evento ibrido) e **votazione/sondaggio in tempo reale** su priorità/gradimento delle proposte emerse
- **integrazione del DocPP e trasmissione** al Tecnico di garanzia
- **consegna agli enti decisori del DocPP** validato

