



PON Città Metropolitane 2014-2020

BANDO PUBBLICO PER L'ASSEGNAZIONE DI SOVVENZIONI A FAVORE DI SOGGETTI DEL TERZO SETTORE PER LO SVILUPPO DI PROGETTI DI CULTURA TECNICA E INNOVAZIONE SOCIALE: IMMAGINAZIONE CIVICA NEI QUARTIERI

Allegato n. 6
Scheda progetto

Asse 3

Azione 3.3.1

Progetto BO3.3.1c "ACCELERAZIONE CIVICA E COLLABORAZIONE CIVICA TRA P.A., SCUOLA E IMPRESE"

CUP F39G1600035000

IMMAGINAZIONE CIVICA E LA SFIDA ALLE POVERTÀ EDUCATIVE

Informazioni generali

Denominazione	Teatro delle Temperie
Forma giuridica	Associazione (A.p.s.)
Codice fiscale/Partita IVA	91270200370/02678121209
Sede	Comune Valsamoggia (Bo) Via Mezzaluna n. 13/3 CAP 40056,

soggetto proponente o capofila della costituenda ATI/ATS.

Teatro delle Temperie

C.F. 91270200370 - P.I. 02678121209

via Mezzaluna, 13/3
40056 Valsamoggia
loc. Crespellano (BO)

www.teatrodelletemperie.com
info@teatrodelletemperie.com
051.963037 - 335.1647842

1. DESCRIZIONE PROGETTO

1.1. Titolo (200 battute)

BERSAGLI

dalla passione alla professione attraverso la narrazione di sé e del proprio territorio

1.2 Indicazione del quartiere o area metropolitana in cui svolgere l'intervento, e target group (max 1000 battute)

Il progetto si rivolge a giovani dai 16 ai 21 anni residenti nei territori di:

Osteria Nuova/Sala Bolognese

Suor Teresa Veronesi/Sant'Agata Bolognese

San Giacomo del Martignone/Anzola dell'Emilia

Palata Pepoli/Crevalcore

Longara/Calderara di Reno

Decima/San Giovanni in Persiceto

Questo vasto territorio con scarsi collegamenti pubblici e scarse offerte culturali/formative/aggregative lascia in una condizione di emarginazione tutti coloro che non dispongono di un'auto. Per i partecipanti al progetto si prevede l'attivazione di un servizio di trasporto che raccoglierà i ragazzi da Palata Pepoli e Decima per raggiungere la sede di Sant'Agata; un'ulteriore servizio di trasporto prevede punti di raccolta a Longara e San Giacomo del Martignone per raggiungere la sede di attività a Osteria Nuova. Ai giovani di questi territori, al di là della partecipazione alla vita scolastica, mancano le opportunità di una vita di comunità e si avvisa il rischio di delegare la propria vita sociale al virtuale.

1.3 Descrizione degli obiettivi (max 500 battute)

- estendere pari opportunità educative e di crescita a soggetti in condizione di emarginazione geografica e povertà economica-culturale;
- stimolare processi di cittadinanza attiva attraverso la peer-education e una rete di opportunità e servizi tra le aree bersaglio;
- innestare nuove competenze tecniche e digitali valorizzando la cultura tecnica per l'artigianato e le I.C.C.;
- arricchire le capacità relazionali: stimolare l'ascolto, la condivisione, la cooperazione, l'accettazione;

1.4 Descrizione dell'idea progettuale e innovatività dei servizi in una logica di intervento incentrata su welfare di comunità e sul servizio di prossimità previsto (max 3000 battute)

Con il progetto Bersagli si intendono avviare:

- 4 percorsi formativi capaci di connettere giovani e aziende attraverso l'arte e la creatività;
- 2 edizioni del festival TARGET per un totale di 12 eventi;
- 2 percorsi specifici di alternanza scuola lavoro.

Il progetto sarà avviato dallo scouting dei partecipanti attraverso la presentazione delle attività sia attraverso i canali istituzionali, che grazie ad interventi nelle classi degli Istituti superiori che hanno aderito. Si formeranno 2 gruppi di circa 20 ragazzi ciascuno, provenienti dalle zone bersaglio, 1 gruppo che seguirà il percorso VideoFactory e l'altro che frequenterà il percorso M.A.S.Ter (micro-artigianato sostenibile territoriale). Il gruppo di 20 sarà composto da ragazzi 16-21 anni segnalati da: servizi sociali, Istituti superiori, centri per l'impiego. Saranno riservati alcuni posti anche per ragazzi che semplicemente hanno passione, interesse e curiosità per gli insegnamenti proposti. I ragazzi potranno usufruire in maniera gratuita di un servizio di trasporto che sarà attivato per accompagnarli dai punti di raccolta delle periferie alla sede di attività. I percorsi formativi saranno introdotti da azioni di pre-assessment e orientamento e si concluderanno con un post-assessment per valutare il percorso orientativo. Al termine dei 2 percorsi ci saranno 6 eventi: ciascuno per ciascuna area bersaglio, per restituire alla comunità il cortometraggio realizzato nel percorso VideoFactory; la vendita dei prodotti realizzati nel percorso M.A.S.Ter e un momento di festa per creare opportunità di socializzazione. Tra la prima e la seconda edizione dei percorsi formativi, si prevede una formazione per "peer-educators" rivolta ai ragazzi che maggiormente hanno dimostrato impegno e passione, che collaboreranno con i professionisti nella formazione dei propri pari per l'edizione successiva. Parallelamente allo sviluppo dei percorsi formativi, con progetti di alternanza scuola-lavoro si prevede il coinvolgimento di ragazzi per l'organizzazione degli eventi finali e lo sviluppo delle varie fasi di progetto. L'innesto di competenze organizzative e tecniche per l'organizzazione di eventi, mira a fornire ai ragazzi gli strumenti necessari affinché possano, (contando pur sempre sul nostro supporto) organizzare per ottobre 2020 un evento in autonomia.

VideoFactory per la realizzazione di un cortometraggio totalmente curato dai corsisti. Il percorso si articola nelle seguenti fasi: pre-assessment, orientamento, coding, il progetto: dall'idea alla sceneggiatura, il linguaggio cinematografico, visita in azienda del territorio, montaggio e finalizzazione, proiezione, post-assessment.

M.A.S.Ter per la trasformazione dei materiali di scarto industriali in prodotti di design destinati alla vendita. Il percorso si articola nelle seguenti fasi: pre-assessment, orientamento, comunicazione, making, falegnameria, sartoria, visita in azienda del territorio, design di produzione, creazione listino prodotti, post-assessment.

1.5 Descrizione del modello di governance, idoneità ed esperienza delle professionalità impiegate (max 1000 battute)

Teatro delle Temperie si distingue da molte altre compagnie per la volontà di mettere a disposizione la pratica teatrale anche per agire su dinamiche relazionali e socio-culturali di una comunità. Per questo si avvale di un team interno fisso e competente che si occupa di progettazione, per rispondere ai bisogni del territorio.

Presidente e Project manager, Alessia Raimondi lavora a TdT dal 2010, per il quale ha curato i principali progetti realizzati in qualità di capofila: Launching Pad - Funder35 sostenuto da 10 fondazioni bancarie; OFFerta Creativa 1° e 2° edizione - Ig. 37 Regione E-R; dal 2012 progetti triennali e annuali sostenuti da Ig. 13 Regione E-R; Dal 2006 progetto Teatro Calcara - Comune di Valsamoggia; dal 2014 Stagelab - comune di Crevalcore; In-Seme 1° e 2° edizione Ig.14 Regione E-R.; Teatro delle Differenze 1° e 2° edizione - Sillumina, Siae e Mibac. Un consolidato team organizzativo supporta la gestione dei progetti e un qualificato team artistico la realizzazione

1.6 Descrizione e motivazione del partenariato individuato (max 1000 battute)

Per un'efficace raggiungimento degli obiettivi che il progetto si pone, si è ritenuto necessario mettere a sistema le specificità delle principali associazioni operanti sul territorio per creare una rete capace di essere punto d'incontro tra amministrazioni pubbliche, istituti scolastici e attività produttive. Il progetto è stato ideato e sarà realizzato in collaborazione con Associazione Bel Quel - Sala Bolognese; Associazione Quore - San Giovanni in Persiceto/Bologna; ReMida Bologna_Terre d'Acqua/Associazione Funamboli - Calderara di Reno. Il progetto si svilupperà in collaborazione con gli enti operanti sul territorio: amministrazioni, centri per l'impiego, enti di formazione, servizi sociali, educativa di strada, consulta giovani; intrecciandosi con le azioni già attive sul territorio, potenziando ed implementando le manovre di contenimento dei fenomeni di dispersione scolastica e povertà educativa. Saranno coinvolte diverse aziende del territorio, le principali Molpass e Guidetti.

1.7 Descrizione sintetica della sostenibilità economica e finanziaria dell'idea progettuale (max 1000 battute)

Il progetto Bersagli intende implementare le opportunità formative, di inserimento lavoro e di orientamento per i giovani, specialmente per quelli in condizione di emarginazione geografica-sociale e culturale; in condizioni di povertà socio-educativa e relazionale. L'idea progettuale si basa su attività che hanno una natura prevalentemente assistenziale. Si tratta, tuttavia, di un investimento che dà l'occasione a giovani cittadini di immaginare il proprio futuro e quello del proprio territorio da un nuovo punto di vista: rivalutando le opportunità imprenditoriali realmente presenti, alimentando i sogni e le ambizioni, fornendo competenze e strumenti concreti per lo start-up di imprese innovative. Si investe sulla riqualificazione degli eventi, e una comunità viva, stimolata, coinvolta, può diventare fonte di finanziamento per attività future. Tra le azioni, c'è la messa in campo di strategie di crowdfunding e raccolta fondi per generare le basi economiche di una futura progettazione.

1.8 Descrizione delle strategie di comunicazione, promozione e valorizzazione dell'iniziativa (max 2000 battute)

Azioni di comunicazione e promozione:

- verrà data visibilità al progetto e alle varie fasi di attuazione attraverso i canali comunicativi di tutti i soggetti coinvolti nella rete progettuale: sito, social-networks, newsletter, coinvolgimento diretto degli utenti;
- Verranno coinvolti, nella promozione e valorizzazione dell'iniziativa, i canali istituzionali di tutti i comuni dell'Unione Terred'Acqua.
- Saranno organizzate due conferenze stampa in collaborazione con le 6 amministrazioni comunali e in collaborazione con la Città Metropolitana, per tale occasione sarà prodotto un presskit
- saranno prodotti almeno 4 comunicati stampa per la diffusione e la promozione delle fasi salienti del progetto
- saranno organizzati interventi di colloquio diretto con gli studenti per la presentazione del progetto
- saranno prodotti flyer e locandine per la promozione dei percorsi formativi e per pubblicizzare gli eventi finali: festival TARGET
- saranno creati almeno 12 eventi facebook
- sarà creato un diario on-line con materiale video e fotografico per la corretta comunicazione del progetto nelle sue fasi di avanzamento

- saranno creati 8 progetti grafici e un logo
- verranno creati e pubblicati sui social brevi video per la promozione e la disseminazione del progetto
- si coinvolgeranno le radio locali per le fasi di scouting e promozione delle edizioni di festival
- si organizzeranno interventi di presentazione del progetto all'interno dei più importanti appuntamenti istituzionali (Giù di festival, volontaassociate ecc...)
- saranno organizzati 12 eventi sul territorio per sensibilizzare e coinvolgere la comunità intera
- si svilupperanno progetti specifici di alternanza scuola-lavoro sul tema comunicazione, piano della comunicazione
- si costituirà un team dedicato alla comunicazione composto da un addetto per ciascuna realtà della rete progettuale

1.9 Descrizione degli spazi e strumenti utilizzati per l'espletamento del servizio, localizzazione dell'intervento (max 1000 battute)

Il progetto nasce dalla volontà di valorizzare gli spazi presenti sulle zone periferiche del distretto Pianura Ovest, e in special modo nelle zone di Sala Bolognese (Osteria nuova) e Sant'Agata Bolognese. Le attività formative saranno sviluppate e condotte presso la sede dell'associazione Bel Quel presso Villa Terracini presso Osteria Nuova a Sala Bolognese e presso una sala polivalente presso Sant'Agata Bolognese. Tali spazi, non legati ad una specifica destinazione d'uso, dovranno necessariamente essere attrezzati con strumenti specifici per la formazione in ambito tecnico ed artigianale. Buona parte delle attrezzature saranno messe a disposizione gratuitamente dai soggetti proponenti, si prevede tuttavia una piccola implementazione di attrezzature, hardware e software per un'efficace realizzazione delle attività. Anche le amministrazioni pubbliche si rendono disponibili a mettere a disposizione le proprie strumentazioni tecniche/audio/luci per la realizzazione degli eventi finali.

1.10 Descrizione della capacità del progetto di attivare processi partecipativi di tipo bottom up e di valorizzare il protagonismo della società civile e appropriatezza degli strumenti e metodologie. (max 2000 battute)

Il progetto opera con metodologie innovative su due fronti principali:

- stimolare i giovani ad una cittadinanza attiva, accompagnandoli a re-interpretare con la creatività e l'innesto di competenze tecniche specifiche, i luoghi periferici che soffrono

dell'abbandono di questo target-group che dirigono il loro fabbisogno socio-relazionali e formativi verso i centri urbani;

- agire sui processi di avvicinamento tra agio e disagio, sfruttando opportunità formative che mirano a far emergere talenti e creatività individuale come occasioni per incrementare la consapevolezza del sé e dell'altro, dei processi relazionali tra sé e l'altro in una logica di cooperazione.

Nel caso di VideoFactory: in un contesto protetto, dove non c'è giusto o sbagliato, dove si impara a rispettare il proprio ed altrui pensiero, sguardo, opinione; emergeranno gli elementi chiave che saranno oggetto del documentario. Attraverso un'attività divertente e cooperativa, che è anche disciplina strutturata sulla base di regole ben precise, si ha l'obiettivo di connettere i ragazzi delle zone bersaglio offrendo loro l'opportunità di raccontarsi e raccontare il proprio territorio incrementando le occasioni di socializzazione e riflessione sui temi di cittadinanza attiva.

Nel caso di M.A.S.Ter: in un laboratorio in cui sperimentare materiali informali e destrutturati che non nascono con una connotazione d'uso specifica ma si prestano ad avere più funzioni, si favorirà l'immaginazione e il pensiero divergente, per trovare la bellezza dove non siamo abituati a cercarla: suggerendo che questa sensibilità possa valere come approccio verso il mondo.

Questi percorsi siamo certi siano acceleratori di relazioni; si creeranno sinergie fra ragazzi che stimolati inizialmente da un piccolo fondo economico da utilizzare per l'organizzazione di un'attività/evento, auspichiamo si costituiscano in forma stabile per promuovere attività sul territorio.

1.11 Descrizione delle potenzialità di crescita, scalabilità, stabilizzazione del progetto nel tempo. (max 2000 battute)

Con questo progetto si intendono avviare meccanismi di rete tra le zone bersaglio e tra i soggetti che popolano tali aree: amministrazioni, associazioni, scuole, aziende e comunità; puntando sulla peer-education quale strumento per innestare processi di cittadinanza attiva anche intra-generazionali. Sulla base di queste connessioni si auspica ad un'auto sostenibilità di alcune delle attività del progetto: la creazione di nuovi gruppi di giovani capaci di avviare iniziative culturali e ricreative per arricchire l'offerta del territorio; nuove connessioni fra aziende e gli istituti scolastici. Le caratteristiche del progetto lo rendono esportabile nel tempo e nello spazio, il che consente di immaginare che il modello sperimentato possa trovare continuità anche su altri territori, o in una futura edizione in presenza di finanziamenti che potrebbero arrivare proprio dalle aziende che negli anni sono state coinvolte. In occasione degli eventi di apertura alla comunità, saranno attuate

strategie di crowdfunding e raccolta fondi attraverso la vendita degli oggetti creati durante il percorso M.A.S.Ter per la creazione di un piccolo fondo destinato a sostenere gli eventi e le iniziative che i giovani vorranno realizzare in autonomia al termine del progetto.

Siamo certi che da questo percorso iniziale possano nascere nuove connessioni vincenti, e stimoli forti per accendere volontà imprenditoriali nei giovani. Da questo progetto ci aspettiamo vengano generate dai ragazzi altre micro-idee progettuali che i soggetti della rete saranno felici di supportare e promuovere, garantendo loro un primo accompagnamento alla realizzazione dei propri progetti, contribuendo nelle forme che si riterranno più adeguate (spazi, competenze, attrezzature, referenze, ecc.)

1.12 Descrizione dell'impatto sociale, inteso come cambiamento atteso e determinato da fattori qualitativi e quantitativi. (max 2000 battute)

Il progetto si chiama Bersagli, perché siamo convinti che, mirando con le azioni del progetto al nucleo emotivo ed immaginativo dei soggetti coinvolti si possa davvero agire sulla percezione del sé, degli altri e del territorio. Cambiare la qualità dei processi di valutazione di sé e del mondo esterno, ha un'inevitabile ricaduta sull'autostima e sul senso di appartenenza ad una comunità. Accompagnare questo processo con azioni che tendono a migliorarsi e a migliorare l'ambiente in cui viviamo non può che avere un effetto positivo sulla felicità delle persone e sul welfare del territorio. Con il progetto si ha l'ambizione, non di fornire eventi e processi di riqualificazione in maniera sussidiaria, ma di dare l'opportunità ai giovani di apprendere le competenze, gli strumenti e i processi necessari affinché possano poi in autonomia creare bellezza e immaginare e realizzare interventi di riqualificazione. L'impatto più significativo è delegato agli eventi finali, dove si avrà l'occasione di apprezzare l'impegno dei giovani all'organizzazione di eventi aggregativi nelle zone di periferia strutturando attività per la raccolta fondi a favore di una progettazione futura. I risultati attesi:

- incremento della qualità delle relazioni sociali nelle zone periferiche: relazioni fra pari e intra-generazionali
- incremento delle opportunità lavorative per gli 80 giovani che parteciperanno ai percorsi formativi
- incremento dei flussi economici per le attività commerciali operanti nelle periferie
- incremento delle occasioni di socializzazione (eventi, e viaggio in bus)
- incremento della conoscenza del proprio territorio
- innesto di nuove sinergie giovani-comunità e giovani-aziende

- riconoscimento da parte degli istituti scolastici che il rapporto con il proprio territorio e il rapporto con le differenze dei soggetti della comunità sono elementi che vengono valorizzati anche all'interno dei percorsi didattici-educativi istituzionali

2. Tempistica di realizzazione dell'intervento

Data di avvio prevista 01/01/2018

Data di conclusione prevista 31/12/2020

2.1 Cronoprogramma del progetto suddiviso per attività (modello Gantt)

ANNO	2019												2020											
MESE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
coordinamento progetto	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
scouting tra la comunità	■	■							■															
VideoFactory		■	■	■	■	■				■	■	■	■	■	■	■	■	■						
M.A.S.Ter		■	■	■	■	■				■	■	■	■	■	■	■	■	■						
Festival TARGET						■												■				■		
alternanza scuola/lavoro		■	■	■	■									■	■	■	■							
pre-assessment e post-assessment		■				■			■									■						
formazioni per PEER							■																	
comunicazione e disseminazione	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. 30/6/2003 n. 196, i dati personali forniti dai candidati saranno raccolti per le finalità di gestione della selezione e delle attività di accompagnamento.

(data)

(firma leggibile)

11/10/2018

Ai sensi e per gli effetti dell' Artt. 1341 Codice Civile, si dichiara di approvare espressamente quanto sopra riportato.

(data)

(firma leggibile)

11/10/2018
