

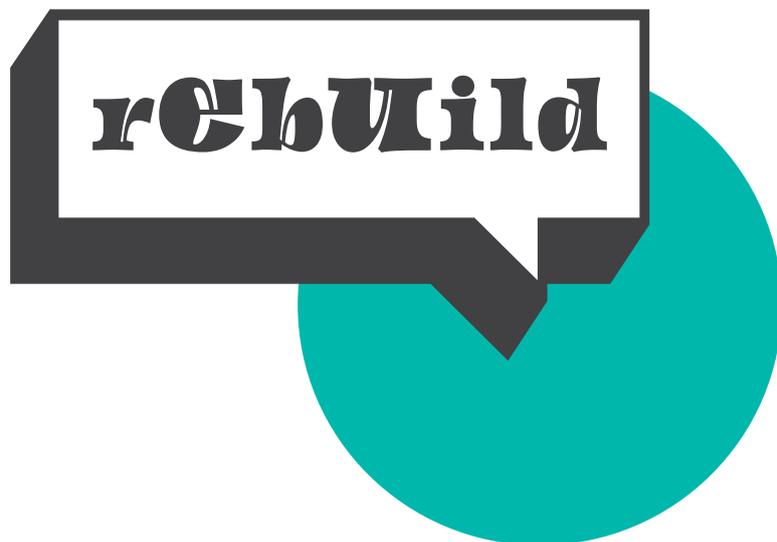
rebuild



Manuale per giovani



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea



Manuale per giovani

WP3 - 03.2



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

624760-EPP-1-2020-1-IT-EPPKA3-EU-YTH-TOG

Table of Contents

Breve guida alla progettazione e all'attuazione dei progetti 7

Il ciclo di un progetto: fasi e suggerimenti per la progettazione e la realizzazione7

Strumenti di gestione e implementazione del progetto15

Guida alle campagne di sensibilizzazione sui social media.....26

Come creare una campagna di sensibilizzazione sui social media? 26

Come creare un VLOG? 32

Esempi di campagne di sensibilizzazione online di grande ispirazione 34

Strumenti online per la progettazione, l'implementazione e la campagna di sensibilizzazione 36

Metodologie innovative e buone pratiche nelle organizzazioni locali in Europa40

Dalla Lituania41

“Šauk klausimą psichologui” (EN. “Porre una domanda a uno psicologo”).....41

Dalla Grecia..... 45

Laboratori esperienziali di educazione ambientale 45

Da Cipro48

Storie non raccontate 48

Dalla Spagna 52

La Polea 52

Elbow brand 53

Dall'Italia 55

Impatto 55

References..... 61



Introduzione

Benvenuti al Progetto Rebuild e complimenti per essere parte della risposta alla rigenerazione sociale.

La pandemia COVID-19 ha colpito in modo centrale tutte le sfere del benessere mentale, sociale e professionale dei giovani. Nonostante questo senso generale di perdita e disperazione, le giovani comunità come la vostra in tutta Europa hanno dimostrato ancora una volta la loro resilienza e capacità di creare e andare avanti.

Il progetto Rebuild mira a rafforzare le capacità di giovani come voi e a metterli in grado di svolgere un ruolo chiave nel miglioramento delle loro comunità, dotandoli di competenze e strumenti per creare, progettare e realizzare progetti sociali e ambientali.

Include:

- A. Una breve guida alla progettazione, all'attuazione e alla diffusione dei progetti.
- B. Una guida sull'uso dei social media e degli strumenti innovativi per la creazione di campagne di sensibilizzazione.
- C. Metodologie innovative e buone pratiche da parte di organizzazioni locali in tutta Europa.



Breve guida alla progettazione e all'attuazione dei progetti

Per aiutarvi a progettare, attuare e diffondere qualsiasi iniziativa guidata dai giovani, abbiamo sviluppato questa breve guida sulla progettazione e l'attuazione dei progetti. Copre l'intero ciclo di un progetto, offrendo consigli e strumenti utili da utilizzare in ogni fase. Abbiamo cercato di semplificare alcuni concetti e procedure tecniche, nel tentativo di permettervi di creare progetti completi e coerenti.

Include:

1. I passi da compiere per progettare, implementare, diffondere e valutare un progetto. Gli strumenti qui menzionati sono ulteriormente spiegati nella sezione seguente.
2. Una raccolta di strumenti che si possono utilizzare durante una o più di queste fasi.

Il ciclo di un progetto: fasi e suggerimenti per la progettazione e la realizzazione

In qualità di giovani project manager, è importante che conosciate una struttura fondamentale su cui si basa la maggior parte dei project manager: Project Cycle Management. Il Project Cycle Management è il ciclo di azioni che vi permetterà di passare dall'idea alla sua realizzazione e valutazione. Assicura che tutte le attività e le procedure siano pertinenti, coerenti e sostenibili.

Programmazione

Il primo passo di ogni progetto è la programmazione. La programmazione è quel momento in cui:

1. Definire gli obiettivi e le strategie a lungo termine del gruppo o dell'organizzazione.
2. Esaminare gli obiettivi e le strategie a lungo termine di possibili donatori ed enti finanziatori che potrebbero sostenere le vostre idee.
3. Esaminare il contesto in cui operate e identificare le principali problematiche, esigenze e opportunità.

Provate a rispondere a domande come:

- Su quali temi volete lavorare a lungo termine? (ambiente, inclusione delle persone con disabilità, violenza di genere, ecc.)
- Che tipo di problemi riscontrate nel vostro contesto?
- Che tipo di obiettivi ha la vostra organizzazione nel lungo periodo per affrontare questi problemi?
- Quali sono i donatori che sostengono progetti su questi temi?
- Quali sono i loro obiettivi? Quali tipi di azioni sostengono nello specifico?

Perché questa fase è importante? Perché per realizzare iniziative di successo, dovrete trovare dei collegamenti tra i vostri obiettivi a lungo termine, quelli degli enti finanziatori che potrebbero sostenervi e le esigenze del contesto in cui lavorate. Altrimenti il vostro progetto potrebbe non essere finanziato o non essere rilevante per le persone con cui lavorate. Questa fase iniziale vi aiuterà anche a cercare e trovare le giuste opportunità di finanziamento per la vostra organizzazione.

Nel caso del progetto Rebuild, il partner di progetto ha interpretato il ruolo di “ente finanziatore” che voleva sostenere “iniziative di stile di vita green o di solidarietà sociale condotte da giovani”. Avete quindi analizzato il vostro contesto e identificato alcune questioni principali. Infine, avete esaminato i vostri interessi e obiettivi e avete scelto un argomento principale relativo allo stile di vita verde o alla solidarietà sociale. Poi avete iniziato la fase successiva: l’identificazione della vostra idea di progetto.

Tips

-
- Quando leggete le strategie e i documenti degli enti finanziatori cercate concetti e parole chiave che potreste voler includere nel vostro progetto. I principali enti finanziatori sono:
 - ◇ Organismi internazionali (ad es. l’ONU)
 - ◇ Organismi europei (ad es. la Commissione UE)
 - ◇ Agenzie nazionali
 - ◇ Ministeri nazionali
 - ◇ Amministrazioni regionali
 - ◇ Amministrazioni locali
 - ◇ Fondazioni private, istituti e altre organizzazioni

Ricerca a tavolino; questionari, interviste, focus group, i quattro quadranti.

Identificazione

La seconda fase della gestione del ciclo del progetto è l'identificazione. È il momento in cui si identifica l'idea centrale del progetto.

1. Identificare le esigenze e gli obiettivi: Si inizia esaminando più da vicino le esigenze e gli obiettivi identificati nella fase precedente. Partendo dal presupposto che si possono aver individuato molti bisogni e obiettivi, in questa fase si sceglieranno quelli che si vogliono affrontare con questa iniziativa specifica.
2. Brainstorming di soluzioni: quindi si cerca di individuare le possibili soluzioni che consentano di rispondere alle esigenze e di raggiungere gli obiettivi.
3. Definire l'idea: scegliere una delle possibili soluzioni in base a criteri di innovazione, fattibilità e rilevanza e scriverla in una frase.

La mia idea è quella di _____
con l'obiettivo di _____
nel contesto di _____

💡 Tips

- È importante scegliere un'idea che interessi i membri del gruppo. La scelta di un argomento di vero interesse è fondamentale in termini di motivazione, che avrà un impatto sul risultato del progetto in molti modi. La mappatura dei problemi e la ricerca di un denominatore comune è il basamento della casa che si costruisce insieme.
- Ricordate sempre di partire dall'analisi del contesto e dalla definizione degli obiettivi, non dalle attività. È una tentazione, ma a volte, anche se avete un'ottima idea, potrebbe non corrispondere ai requisiti del bando o alle esigenze dei gruppi target. Potete evitare questo inconveniente lasciando che le vostre idee nascano da queste esigenze e non viceversa.

Ricerca a tavolino; ricerca qualitativa e quantitativa; i Quattro Quadranti; analisi SWOT; Brainstorming, Mind mapping, Action Inspiration.

Formulazione

Una volta identificata l'idea del progetto, si può iniziare a formularla. La fase di formulazione è quella in cui si definiscono tutti i dettagli del progetto. Anche se ogni progetto è diverso e ogni richiesta di finanziamento è diversa, ci sono alcuni componenti fondamentali che sono comuni a tutti i progetti:

- 1. Obiettivo generale:** è il grande obiettivo del progetto, che dovrebbe essere già generalmente definito. Si riferisce al beneficio a lungo termine che il progetto contribuirà a raggiungere, ma che non sarà in grado di raggiungere da solo. Es. prevenire e contrastare la violenza contro le donne (il vostro progetto potrebbe contribuire alla prevenzione e al contrasto della violenza contro le donne, ma non sarà sufficiente a risolverla)
- 2. Obiettivi specifici:** sono gli obiettivi diretti del progetto e sono SMART (specifici, misurabili, raggiungibili, rilevanti, scadenze precise - vedi sezione Strumenti). Di solito sono formulati all'infinito: "Sviluppare", "Creare", "Rafforzare", ecc. Ad esempio, creare un programma di formazione sull'Arteterapia per i professionisti che lavorano nei centri antiviolenza; migliorare le competenze dei professionisti che lavorano nei centri antiviolenza. (il vostro progetto raggiungerà direttamente questi obiettivi e misurerete questo risultato).
- 3. Analisi del contesto:** nell'analisi del contesto si formulano le esigenze individuate nel contesto in cui ci si trova per dimostrare la pertinenza della propria iniziativa. Ad esempio, il personale dei centri antiviolenza non riceve una formazione professionale specifica che vada oltre la laurea in scienze dell'educazione; le terapie espressive come l'arteterapia sono conosciute solo dal 2% del personale dei centri antiviolenza.
- 4. Target:** è la descrizione delle caratteristiche dei gruppi che coinvolgerete, delle modalità di coinvolgimento e dei benefici che ne trarranno. I gruppi target possono essere diretti (direttamente impattati dall'azione) o indiretti (indirettamente impattati dall'azione).

Ad esempio, diretto: professionisti che lavorano nei centri antiviolenza; indiretto: donne sopravvissute alla violenza. (il vostro progetto non coinvolgerà direttamente le donne sopravvissute alla violenza perché lavorerete solo con i professionisti, ma queste saranno comunque influenzate dalle azioni del vostro progetto)

5. Gruppo/partenariato: è la descrizione dei membri del gruppo (se si tratta di un gruppo di persone) o del partenariato (se si tratta di un gruppo di organizzazioni) e la suddivisione dei ruoli tra di loro, che mostra come siano coerenti e complementari. Ad esempio, un arteterapeuta; un esperto di educazione degli adulti; un esperto di prevenzione della violenza domestica.

6. Attività: sono le azioni che vi permetteranno di raggiungere gli obiettivi e realizzare i risultati. Comprendono la preparazione, l'attuazione, la valutazione e la condivisione dei risultati.

Ad esempio (1) formulazione del programma di formazione; (2) creazione di strumenti e materiali didattici; (3) sperimentazione del programma di studio in due centri antiviolenza; (4) raccolta di feedback sull'esperienza; (4) perfezionamento degli strumenti in base al feedback dei partecipanti al progetto pilota; (5) comunicazione e diffusione dei risultati.

7. Metodologie: sono le modalità di attuazione delle attività. Ad esempio, l'arteterapia

8. Risorse: è il vostro budget, il modo in cui assegnerete le risorse, che deve essere coerente ed efficiente. Ad esempio, costi del personale; costi di stampa; costi di affitto.

9. Risultati: sono le realizzazioni del vostro progetto. Sono misurati da indicatori qualitativi (ad esempio, partecipazione, soddisfazione, impegno, miglioramento) e quantitativi (ad esempio, numero di partecipanti, tempo, percentuale). Rispecchiano i vostri obiettivi specifici e di solito sono formulati con il participio passato: "Sviluppato", "Creato", "Rafforzato".

Ad esempio: Creazione di un programma di formazione di 10 moduli sull'uso dell'Arteterapia nei centri antiviolenza; miglioramento delle competenze di 15 operatrici in 2 centri antiviolenza.

Tips

- Una volta ottenuta una prima bozza della formulazione del progetto, dovrete assicurarvi che sia coerente e che il cerchio si chiuda: che ogni attività sia finalizzata al raggiungimento dei risultati; che i risultati rispecchino i vostri obiettivi, che gli obiettivi rispondano alle esigenze del target; che il gruppo abbia le competenze necessarie per implementare le attività e utilizzare le metodologie; che le metodologie siano appropriate; che le risorse siano necessarie e sufficienti.

- Quando si pianificano le attività, è opportuno inserirle in una linea temporale utilizzando un diagramma di Gantt (vedere gli strumenti).
- Nelle attività non dimenticate la comunicazione e la divulgazione! Dovrete far conoscere a quante più persone possibile i grandi risultati raggiunti dal vostro progetto.

➔ Tools

Tabella degli obiettivi SMART; diagramma di Gantt, i quattro quadranti.

Finanziamento

Una volta formulato il vostro progetto, potete presentarlo a un ente finanziatore affinché venga valutato e finanziato. Come già detto, ogni procedura di richiesta è diversa, quindi dovrete adattare la formulazione del vostro progetto ai requisiti della richiesta specifica. Se il vostro progetto viene finanziato, potete passare alla fase successiva del ciclo, altrimenti dovrete tornare alla fase di programmazione e vedere come migliorare la vostra idea.

Nel caso di Rebuild, le équipe di giovani non hanno dovuto fare domanda di finanziamento, tuttavia la formulazione del progetto doveva essere completa e coerente per poter passare alla fase di attuazione.

💬 Tips

- Alcuni errori comuni nella richiesta di finanziamenti sono
 - ◇ Divergenza dalle priorità dell'ente finanziatore o del bando
 - ◇ Non rispondere chiaramente alle esigenze dei gruppi target identificati.
 - ◇ Partendo dalle attività invece di dedurle dagli obiettivi
 - ◇ Applicazioni non coerenti. Il ciclo non si chiude.
- Esistono alcune organizzazioni e siti web che raccolgono e pubblicano elenchi di bandi aperti. Fate una rapida ricerca online e verificate se hanno una newsletter a cui potete iscrivervi per ricevere aggiornamenti sulle opportunità di finanziamento disponibili.

Modello di formulazione del progetto

Implementazione

Una volta approvato il progetto, si può iniziare a implementare le attività. Questa fase sarà più facile se avete pianificato il progetto in modo coerente e chiaro nella fase di formulazione. Il vostro compito in questa fase sarà quello di assicurarvi che tutte le attività del progetto siano organizzate come previsto. Naturalmente, dal momento della formulazione del progetto a quello dell'attuazione, alcune condizioni potrebbero essere cambiate, quindi dovrete capire come implementare tutte le attività in modo che siano ancora rilevanti per i nostri gruppi target, ma senza allontanarvi dal piano originale.

💬 Tips

- Occupatevi delle **dinamiche di gruppo**: stabilite insieme alcune regole sul rispetto reciproco, sulla riservatezza, sul rispetto dei tempi e delle scadenze. Stabilite come condividere le informazioni internamente: chat di gruppo, e-mail, drive condiviso, ecc. In un gruppo è importante costruire e mantenere la fiducia per tutta la durata del progetto, quindi trovate sempre il tempo per permettere a tutti di esprimere le proprie sensazioni e opinioni, fare domande e fornire commenti, per garantire che tutte le azioni del progetto siano il risultato di una collaborazione proficua e positiva.
- Ricordate sempre che tutte le attività hanno tre fasi: preparazione, attuazione e valutazione. La **fase di preparazione è molto importante**. Se arrivate ben preparati, la fase di attuazione sarà una questione di seguire il piano e adattarlo in base agli eventi.
- Monitorare i progressi utilizzando il **diagramma di Gantt**. Si tratta di uno strumento fondamentale per tutti i project manager, in quanto fornisce una panoramica del progetto nel tempo.
- **Festeggiate** le piccole vittorie e i risultati intermedi per mantenere alta la motivazione!
- **La diffusione** è molto importante quando si realizza un progetto. Le persone devono essere informate e coinvolte nelle vostre attività affinché queste abbiano un impatto reale. Consultate la seguente sezione sulla campagna per vedere come potete fare campagna sui temi e le idee del vostro progetto.

- Valutare le attività e i risultati nel corso del progetto. La valutazione durante il progetto vi permetterà di capire meglio come sta andando realmente, come state facendo voi e il vostro team e come i gruppi target stanno rispondendo alle attività. Una valutazione intermedia può aiutarvi a capire se siete sulla strada giusta e a individuare i punti in cui potete migliorare. Dovrebbe essere rivolta sia alla vostra équipe sia ai gruppi target, per assicurarsi che le attività siano ancora rilevanti e utili per loro, e adattarle di conseguenza se necessario. Può aiutare a rendersi conto dei possibili rischi e di quali possono essere i passi per evitarli. È possibile utilizzare questionari o domande aperte alla fine di ogni attività e riunione.

➔ Tools

Questionari, interviste, diagramma di Gantt

Valutazione

Come avrete notato, la valutazione avviene durante l'intera realizzazione del progetto. Tuttavia, il momento più importante in cui dovrete valutare il vostro progetto è la fine. Si esaminano i risultati del progetto e si verifica se sono stati raggiunti. La valutazione sarà richiesta dal vostro ente finanziatore, ma sarà anche uno strumento di apprendimento fondamentale per le vostre azioni future. Cosa ha funzionato? Quali lezioni avete imparato? Cosa vorreste cambiare in futuro? Le risposte a queste domande vi aiuteranno a regolare la prima fase del nuovo Ciclo di gestione del progetto (programmazione) e a continuare a migliorare le vostre azioni in modo generativo. In questa fase farete riferimento agli indicatori (qualitativi e quantitativi) inclusi nei vostri risultati.

💡 Tips:

- La vostra guida in questa fase sono gli indicatori quantitativi e qualitativi che avete incluso nella formulazione dei risultati (vedi fase di formulazione). Per misurarli potete utilizzare interviste e questionari.

➔ Tools

Questionari, interviste, modelli di valutazione.

Strumenti di gestione e implementazione del progetto

In questa sezione troverete una breve descrizione degli strumenti menzionati nella sezione precedente.

Ricerca secondaria

La ricerca secondaria consiste nella ricerca di informazioni già raccolte da altre persone. È definita ricerca secondaria perché non si raccolgono dati direttamente dai gruppi target attraverso interviste o focus group. Viene effettuata principalmente attraverso libri e ricerche sul web.

Nel ciclo di progetto viene utilizzata principalmente nelle seguenti fasi:

- Programmazione: ricerca dei documenti strategici dei donatori; ricerca del contesto (caratteristiche, bisogni).
- Identificazione: ricerca del contesto (caratteristiche, bisogni)
- Finanziamento: ricerca di opportunità di finanziamento

Questionario

I questionari sono strumenti di ricerca primari perché permettono di raccogliere dati direttamente dalle persone. Si tratta di serie fisse di domande che possono essere utilizzate per raccogliere dati quantificabili (ad esempio, il numero di persone che ritengono utile qualcosa). La maggior parte delle domande sono quindi domande a scelta multipla; domande vero/falso o sì/no; classifiche (ad esempio da 1 - fortemente in disaccordo a 5 - fortemente d'accordo). Possono anche includere domande a risposta aperta, ma di solito sono limitate.

Esistono alcuni strumenti online utili per creare questionari, come Google Form o SurveyMonkey. Sono gli strumenti di ricerca primaria più facili da usare quando si vogliono raggiungere grandi gruppi di persone o quando si vogliono dedurre alcune statistiche.

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- Programmazione: contesti di ricerca (esigenze)
- Identificazione: contesti di ricerca (esigenze)
- Attuazione: valutazione delle attività e del raggiungimento dei risultati del progetto
- Valutazione: valutazione del raggiungimento dei risultati del progetto

Intervista

Analogamente ai questionari, le interviste sono dati di ricerca primaria. A differenza dei questionari, includono per lo più domande aperte, alle quali non si può rispondere con un sì o un no, e quindi possono aiutare a esplorare le opinioni e gli atteggiamenti delle persone (ad esempio, cosa pensano si possa migliorare di un'attività). Le interviste possono essere fatte di persona, al telefono o in videochiamata. Quando programmate l'intervista, assicuratevi di pianificarla in modo coerente e graduale, in modo da iniziare con domande più facili e includere in seguito le domande più difficili, per poi concludere nuovamente con domande facili.

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- Programmazione: contesti di ricerca (esigenze)
- Identificazione: contesti di ricerca (esigenze)
- Attuazione: valutazione delle attività e del raggiungimento dei risultati del progetto
- Valutazione: valutazione del raggiungimento dei risultati del progetto

Gruppo di discussione

Anche i focus group sono una forma di ricerca primaria. Coinvolgono gruppi di 8-12 persone. Un moderatore facilita la discussione sulla base di alcune domande guida e un altro operatore registra le risposte. I focus group permettono di vedere anche i linguaggi del corpo e l'interazione tra le persone su un determinato argomento.

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- Programmazione: contesti di ricerca (esigenze)
- Identificazione: contesti di ricerca (esigenze)
- Valutazione: valutazione del raggiungimento dei risultati del progetto

Analisi SWOT

Lo [scopo dell'analisi SWOT](#) è identificare le aree di [rischio](#) e i fattori controllabili a cui prestare attenzione. È un modo semplice ed economico per fare brainstorming e pianificare il progetto. Le opportunità e le minacce rappresentano fattori esterni che influenzano il vostro progetto e sui quali non avete alcun controllo. Punti di

forza e di debolezza. Condurre un'analisi SWOT può aiutarvi a produrre nuove idee per sfruttare ciò che voi e il vostro team sapete fare meglio e le potenziali opportunità che potrebbero presentarsi. Un'analisi SWOT aiuta anche ad aumentare la consapevolezza dei punti deboli e delle potenziali minacce al progetto, in modo da potersi difendere da esse. Quando si comprendono appieno i punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e le minacce del progetto, si è in grado di pianificare una strategia di successo che tenga conto di questi quattro fattori.

| | |
|---|---|
| Punti di forza Che cosa fate di positivo? | Punti di debolezza Cosa va migliorato? |
| Opportunità Quali sono le opportunità presenti? | Minacce Quali ostacoli state affrontando/ potreste affrontare? |

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- Programmazione: osservare il contesto interno ed esterno
- Identificazione: osservare il contesto interno ed esterno
- Formulazione: identificare i collegamenti mancanti
- Valutazione: per valutare i risultati

I quattro quadranti

Una variante dell'analisi SWOT, la seguente tabella vi aiuterà a osservare e organizzare le informazioni che avete a disposizione sul contesto:

- Interno: Quali competenze già possedete (i miei talenti) e cosa vorreste imparare (i miei interessi)

- Esterno: Quali problemi riconoscete (i problemi del mondo) e come potreste risolverli.

| | |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">I miei talenti (OSSERVAZIONE INTERNA)</p> <p style="text-align: center;">Cose che posso fare/cose che conosco</p> | <p style="text-align: center;">I miei interessi (OSSERVAZIONE INTERNA)</p> <p style="text-align: center;">Cose che vorrei approfondire</p> |
| <p style="text-align: center;">I problemi del mondo (OSSERVAZIONE ESTERNA)</p> <p style="text-align: center;">I problemi che vedo nella comunità che mi circonda</p> | <p style="text-align: center;">I miei desideri per il mondo (OSSERVAZIONE ESTERNA)</p> <p style="text-align: center;">Alcune soluzioni ai problemi che vedo intorno a me</p> |

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- Programmazione: definizione degli obiettivi e riconoscimento dei bisogni
- Identificazione: definizione degli obiettivi e riconoscimento dei bisogni
- Formulazione: definizione degli obiettivi e riconoscimento delle esigenze

Azione Ispirazione

Raccogliete idee interessanti realizzate da altre organizzazioni per motivarvi e ispirarvi! Action Inspiration è stato uno dei nostri primi passi nel progetto Rebuild. Abbiamo raccolto alcune iniziative di ispirazione dai nostri diversi Paesi relative allo stile di vita verde e all'inclusione sociale per identificare ed evidenziare le buone pratiche. Le potete trovare alla fine di questa guida. Vi incoraggiamo a fare lo stesso: guardatevi intorno nel vostro contesto e raccogliete alcuni esempi di azioni ispiratrici, saranno una fonte di motivazione per il vostro gruppo! Potete anche invitare attivisti, membri di movimenti locali a condividere le loro esperienze e le loro lotte e a dare suggerimenti e consigli per il vostro gruppo.

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

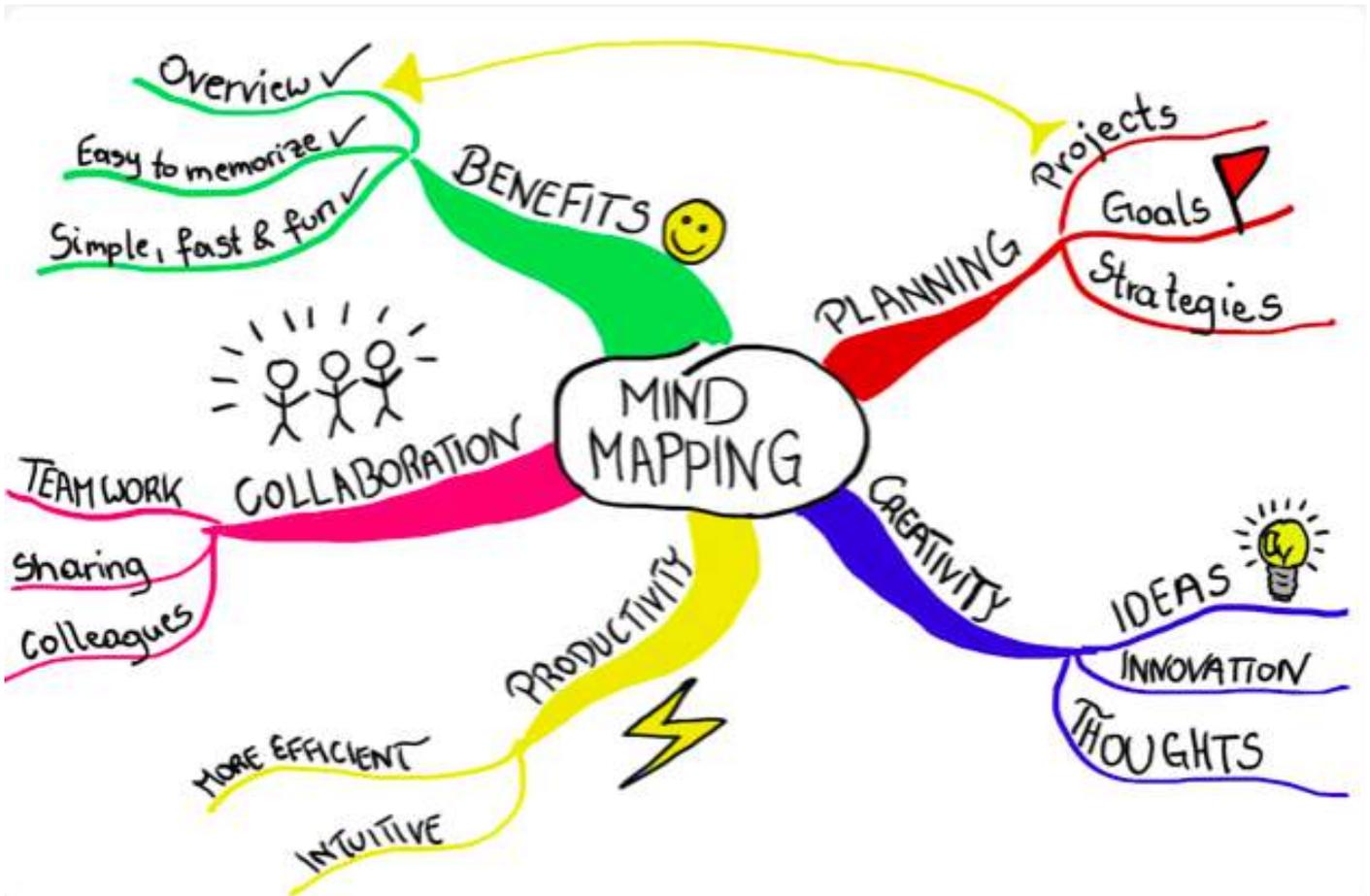
- Identificazione: per trovare idee di progetto

Brainstorming

Il brainstorming è una tecnica di creatività di gruppo che mira a raccogliere idee su un determinato argomento.

Consiste nel focalizzare l'attenzione su un argomento riassunto in una parola (ad esempio, stile di vita verde) e nel lanciare idee, parole e altri collegamenti intorno a quell'argomento. Dopo aver lanciato tutte le idee su quell'argomento, dovrete raggrupparle e/o selezionare quelle che vi sembrano più interessanti. Poi potete discutere ulteriormente su questioni di fattibilità, rilevanza, innovazione e votare all'interno del vostro gruppo l'idea che volete realizzare. Potete fare brainstorming utilizzando tabelle, flipchart o mappe mentali:

| Argomento 1 | Argomento 2 | Argomento 3 |
|-------------|-------------|-------------|
| 1. | 1. | 1. |
| 2. | 2. | 2. |
| 3. | 3. | 3. |



Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- Identificazione: per trovare idee di progetto

Tabella degli obiettivi SMART

La seguente tabella vi aiuterà a formulare gli obiettivi SMART:

| | |
|----------------------|--|
| Specifico | <p>L'obiettivo è chiaramente indicato, in modo che chiunque lo legga possa capire cosa verrà fatto e chi lo farà.</p> <ul style="list-style-type: none">Definite le vostre aspettativeStabilire chi lo faràDettaglio responsabilità <p>Utilizzate il più possibile verbi d'azione, che esprimano un'azione fisica o mentale.</p> <p>Fornire sufficienti dettagli - dipende dall'obiettivo, ma dovrebbero essere sufficienti per essere chiari.</p> |
| Misurabile | <p>L'obiettivo include le modalità di misurazione dell'azione. La misurazione degli obiettivi aiuta a determinare se si stanno facendo progressi. Vi mantiene in carreggiata e in linea con la tabella di marcia.</p> <p>Identificate il modo in cui saprete che l'obiettivo è stato raggiunto: di solito questo significa quantità, ma può anche essere qualità (per esempio, "l'80% dei partecipanti è d'accordo o fortemente d'accordo sul modulo di feedback").</p> |
| Raggiungibile | <p>L'obiettivo è realistico, data la realtà della comunità, e può essere raggiunto nei tempi previsti dal progetto. Stabilire obiettivi ragionevoli aiuta a preparare il progetto al successo.</p> <p>Assicuratevi di avere il tempo, la manodopera, le risorse e l'autorità necessarie per raggiungere l'obiettivo.</p> <p>Considerare l'eventualità che vi siano fattori al di fuori del proprio controllo</p> |
| Rilevante | <p>Un obiettivo rilevante ha senso. È adatto allo scopo della sovvenzione, alle esigenze dei gruppi target e alla visione del progetto.</p> <p>L'obiettivo aiuta a raggiungere lo scopo della sovvenzione.</p> <p>L'obiettivo è allineato con i punteggi del Community Readiness Assessment.</p> |
| Tempo limite | <p>Ogni obiettivo ha una tempistica specifica per il suo completamento.</p> <p>Specificare quando l'obiettivo deve essere completato</p> <p>Includere parametri di riferimento temporali per gli obiettivi a lungo termine e per tutti gli obiettivi.</p> |

- Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:
- Formulazione: formulare gli obiettivi specifici del progetto.

Modello di formulazione del progetto

La tabella seguente vi aiuterà a formulare il vostro progetto in tutte le sue sezioni:

| | | |
|----------------|----------------------------|--|
| Perché? | Obiettivo generale | A quale macro obiettivo voglio contribuire con questo progetto? Quali benefici a lungo termine produrrà? Cosa ci spinge a realizzarlo? Perché è importante per noi? |
| | Obiettivi specifici | Quali sono gli obiettivi che il progetto persegue direttamente? Cosa vogliamo ottenere attraverso le attività del progetto? Dovrebbero essere SMART: specifici, misurabili, realizzabili, realistici e legati al tempo. |
| Dove? | Contesto | Chi siamo e cosa sappiamo fare? Ci sono competenze che non abbiamo? Chi è responsabile di cosa? Come dividiamo i ruoli? |
| Chi? | Gruppo/Partnership | Who are we and what can we do? Are there competences we do not have? Who is in charge of what? How do we divide roles? |
| | Gruppi target | Chi vogliamo raggiungere con questo progetto? Chi beneficerà indirettamente del nostro progetto? Chi sarà coinvolto marginalmente? |
| Cosa? | Attività | Quali azioni intraprenderò per raggiungere il mio obiettivo? Quali passi devo compiere? |
| | Metodologie | Quali metodologie utilizzerò per la realizzazione delle mie attività? |
| | Risultati | Cosa ci aspettiamo di ottenere dalle attività svolte? Competenze ottenute, materiali prodotti, ecc. |
| | Risorse | Di quali materiali e/o risorse umane abbiamo bisogno per svolgere le attività? |
| | Tempistica | Qual è la tempistica generale del progetto? (inizio e fine) |

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- Formulazione: formulare tutte le sezioni del progetto.
- Attuazione: per monitorare lo stato di avanzamento della vostra attività e il raggiungimento dei risultati.

Diagramma di Gantt

Il diagramma di Gantt è uno strumento fondamentale per la gestione dei progetti. Nella riga superiore sono riportati i mesi di realizzazione del progetto (M1, M2, M3, ecc.), che possono anche essere suddivisi in settimane se il progetto è più breve. Nella prima colonna si trova l'elenco delle attività. Ogni attività può essere suddivisa in fasi più piccole (preparazione, attuazione, valutazione, per esempio). Poi colorate ogni mese in cui viene implementata quella specifica attività.

Quello che segue è un esempio che potete copiare e modificare per la vostra iniziativa.

| Attività | M1 | M2 | M3 | M4 | M5 | M6 | M7 | M8 | M9 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Gestione del progetto | | | | | | | | | |
| Formulazione del programma di formazione; | | | | | | | | | |
| Creazione di strumenti e materiali didattici | | | | | | | | | |
| Test del curriculum in due centri antiviolenza; | | | | | | | | | |
| Raccolta di feedback sull'esperienza; | | | | | | | | | |
| Messa a punto degli strumenti sulla base del feedback dei partecipanti al progetto pilota; | | | | | | | | | |
| Comunicazione e diffusione dei risultati. | | | | | | | | | |

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- Formulazione: per creare il calendario previsto delle vostre attività
- Attuazione: per monitorare l'avanzamento delle attività.
- Valutazione: per valutare il raggiungimento dei risultati, che si basano anche sull'attuazione tempestiva delle attività.

Modello di valutazione interna

Ci sono molti modi per valutare un progetto. Quello che segue è un modello per la valutazione interna finale e intermedia: la valutazione che il team stesso fa del progetto. Dovete adattarlo al vostro progetto e al momento del progetto in cui lo gestite.

| | |
|---|------------------------|
| NOME DEL PROGETTO | |
| DATA E ORA DELLA RIUNIONE | |
| SISTEMA DI VALUTAZIONE: 1 - FORTEMENTE IN DISACCORDO, 2 - IN DISACCORDO, 3 - NEUTRALE, 4 - D'ACCORDO, 5 - FORTEMENTE D'ACCORDO - INDICARE LA VALUTAZIONE APPROPRIATA | |
| DOMANDE | VALUTAZIONE |
| 1. Il piano del progetto era ben definito e comunicato fin dall'inizio. | |
| 2. Gli obiettivi iniziali del progetto erano chiari. | |
| 3. Le risorse assegnate erano adeguate per raggiungere i nostri obiettivi. | |
| 4. La tempistica originale del progetto era realistica. | |
| 5. Il nostro team di progetto ha lavorato bene insieme. | |
| 6. Il nostro team ha lavorato efficacemente con i gruppi target. | |
| 7. Abbiamo raggiunto i risultati del progetto che volevamo. | Open answer |
| 8. Cosa è andato bene in questo progetto? | Risposta aperta |
| 9. Quale aspetto del progetto è stato più impegnativo? | Risposta aperta |
| 10. Qual è stata la parte più soddisfacente del progetto? | Risposta aperta |

| |
|-----------------------------|
| Commenti aggiuntivi: |
| |

Nel ciclo di progetto viene utilizzato principalmente nelle seguenti fasi:

- **Attuazione:** per valutare i progressi del progetto durante la sua attuazione.
- **Valutazione:** per valutare i progressi del progetto alla fine.

Guida alle campagne di sensibilizzazione sui social media

Quella che segue è una breve guida sull'uso dei social media e di altri strumenti innovativi per la creazione di campagne di sensibilizzazione per la promozione di iniziative locali guidate dai giovani.

Come creare una campagna di sensibilizzazione sui social media?

La vostra iniziativa locale guidata dai giovani sullo stile di vita ecologico o sulla solidarietà sociale può essere un esempio per altre persone e un'opportunità per sensibilizzare l'opinione pubblica sulle questioni sociali o ambientali che vi stanno a cuore. Mentre lavorate con il vostro team alla vostra iniziativa giovanile, potete anche condurre una campagna di sensibilizzazione sui temi del vostro progetto e comunicare gli sviluppi del progetto ad altri giovani.

Più che una campagna informativa o una presentazione in classe, una campagna di sensibilizzazione cerca di trasmettere un messaggio forte e chiaro, che rimanga nella memoria, sensibilizzi e modifichi i comportamenti.

Quella che segue è una guida passo passo alla creazione di una semplice campagna sui social media per promuovere la vostra iniziativa.

Passo 1 - Definire gli obiettivi della campagna

La prima cosa da fare è definire gli obiettivi della campagna.

Ad esempio:

Sensibilizzare sull'importanza di proteggere l'ambiente come spazio condiviso e di adottare stili di vita ecologici per garantire un futuro sostenibile al nostro pianeta.

Fase 2 - Creare il messaggio

In secondo luogo, è necessario elaborare il messaggio principale. Cosa volete comunicare? Cercate di creare messaggi brevi ma efficaci, con un linguaggio facile da capire! Spesso i messaggi d'impatto includono anche dati dimostrabili. A questo punto è necessario scegliere anche il tono e il linguaggio. Di solito i toni positivi hanno più successo e si dovrebbero usare due lingue (locale e inglese).

Ad esempio:

Se il vostro obiettivo è “valorizzare l'importanza di proteggere l'ambiente”, il messaggio potrebbe essere: Tra 10 anni, il mondo si troverà in una situazione di non ritorno per i cambiamenti climatici. Volete farne parte o fare qualcosa?

Fase 3 - Delineare l'obiettivo della campagna

Poi dovete scegliere il target della vostra campagna. A chi vi rivolgete? Chi volete raggiungere? Definire chiaramente il vostro pubblico vi permetterà di indirizzarlo meglio e di avere un impatto maggiore. Il target influenzerà il tono della vostra campagna, i canali che utilizzerete, i colori e l'atmosfera generale della vostra campagna.

Nella campagna Rebuild il pubblico a cui ci si rivolge sono i giovani come voi. Pertanto, il linguaggio dovrebbe essere più o meno vicino al vostro linguaggio comune e utilizzerete strumenti e risorse che altri giovani come voi sarebbero attratti.

Ad esempio:

Giovani : Stile di scrittura: Umore e riferimenti generazionali condivisi, tono colloquiale

Fase 4 - Scegliere uno slogan/hashtag e impostare il tono della campagna

Per essere efficace, una campagna di sensibilizzazione deve basarsi su uno slogan potente, che può anche diventare un Hashtag. Un buon slogan è conciso, d'impatto e memorabile. Spesso è in rima o ha una musicalità che facilita la memorizzazione.

È bene testarlo con il pubblico prima di finalizzarlo. Lo slogan deve essere in linea con il tono della campagna.

Ad esempio

#VenerdìPerIlFuturo

#RebuildEU

#RebuildForest

Passo 5 - Scegliere il formato della campagna

Poi dovrete scegliere il formato, la forma della vostra campagna. Quali canali social media (facebook, instagram, twitter, tiktok...) intendete utilizzare? Quali colori e caratteri volete che abbia la vostra campagna? Utilizzerete un modello? Quali altre caratteristiche avrà?

Ad esempio:

Canale: Instagram

Colori: Scala di verdi e altre tonalità della terra

Font: Bahnschrift Semi Light

Altre caratteristiche: utilizzo di codici QR

Fase 6 - Creare contenuti e fare un piano

Infine, create i vostri contenuti e fate un piano editoriale. Create contenuti originali, rispondete ad alcune domande, concentratevi su frasi brevi e d’impatto, comunicate attraverso immagini e video, create contenuti che “attivino” le persone e create testi brevi che vadano dritti al punto. La vostra comunicazione in generale deve essere facile, stimolante e autentica. Potete scrivere tutti i contenuti e poi distribuirli in una tabella di marcia (anche in questo caso potete usare il diagramma di Gantt), oppure dare un titolo/argomento a ogni contenuto e poi scriverlo man mano. Non dimenticate il tempo di preparazione!

Ad esempio:

| Attività | M1 | M2 | M3 | M4 | ... |
|-----------------------------------|----|----|----|----|-----|
| Preparazione | | | | | |
| Post su Moda sostenibile | | | | | |
| Post su Alimentazione sostenibile | | | | | |
| Post su Viaggi sostenibili | | | | | |

Uso dei social media per le campagne di sensibilizzazione

Come hanno dimostrato movimenti come FridaysForFuture, i social media possono essere un ottimo strumento per sensibilizzare su questioni importanti a livello locale, nazionale e internazionale.

- Esistono alcune regole comuni a tutti i social media:
- Pubblicare regolarmente per evitare di perdere l'attenzione del pubblico.
- Inserire alcuni inviti all'azione: partecipazione a eventi, pubblicazione di contenuti, apertura di link, ecc.
- Utilizzare un linguaggio colloquiale e diretto
- Cercate di pubblicare immagini e contenuti di alta qualità
- Pianificate la pubblicazione: scegliete il momento giusto in base al vostro pubblico ed evitate di pubblicare troppi contenuti in poco tempo.
- Pianificare i contenuti in anticipo

Per utilizzare i Social Media in modo efficiente è importante sapere come funzionano ognuno di essi, quali sono le loro caratteristiche specifiche e come è possibile utilizzarli al massimo delle loro potenzialità. Vediamo brevemente alcuni di essi:

- Facebook è un social network molto popolare e raggiunge un pubblico molto vasto in tutto il mondo. Si basa principalmente sul testo, anche se è possibile pubblicare foto e video. È più indicato se si vuole raggiungere un vasto pubblico, pubblicare eventi.
- Instagram è una delle piattaforme di condivisione di foto più popolari e dispone anche di funzioni avanzate di condivisione di video. Ha un pubblico molto eterogeneo ed è un'ottima piattaforma per l'influencer marketing. Instagram è cambiato nel corso degli anni ed è diventato più simile a Tiktok. La piattaforma è ora piena di filmati ed è consigliabile farne alcuni al posto dei post tradizionali. Qui è possibile interagire con gli influencer e magari chiedere una collaborazione.

- TikTok è l'app di social media più famosa per i video brevi e di solito si rivolge a persone di giovane età, a partire dalla Gen Z. Qui si devono realizzare video brevi (15-30 sec al massimo) e usare #FYP per farli apparire nel newsfeed. Potete anche creare delle sfide. Ad esempio, create una #sfida: #helpahomeless, sfidate i vostri utenti TikTok a replicare la vostra sfida di fare 1 regalo al giorno a un senzatetto (vedi iniziativa 4 (Calendario inverso) nella sezione C).

Quali sono gli altri mezzi per fare campagna oltre ai social media?

Poster

Per realizzare un poster di successo:



- Trovate illustrazioni di buona qualità che rafforzino il messaggio da trasmettere: cercate di catturare l'attenzione e di essere originali.
- Pensate a frasi brevi e concise: pensate alla leggibilità da lontano (font, colore, dimensione delle parole, ecc.) e all'effetto sul pubblico.

Organizzare gli elementi nello spazio: assicurarsi che l'armonia generale del poster sia chiara: per trovare il giusto equilibrio testo/immagine, assicurarsi di spaziare i diversi elementi del poster. Si consiglia di lasciare libero 1/4 della superficie.

Murales

I dipinti murali nascono dai movimenti sociali. Se avete un talento per il disegno, questa è un'opportunità per mettere l'arte al servizio della vostra causa. Seguendo questo link troverete esempi di dipinti murali efficaci e famosi.



Non dimenticate però di informarvi sullo statuto prima di iniziare.

Adesivi:

Promuovere un movimento, un'idea o un messaggio con gli adesivi funziona molto bene. È un modo economico per sensibilizzare un vasto pubblico. Gli adesivi hanno un punto di forza particolare: non sono percepiti come uno strumento di vendita o di pubblicità. Sono percepiti come qualcosa di divertente e hanno un alto livello di coinvolgimento rispetto agli strumenti di marketing tradizionali.



Due limiti però:

1. Gli adesivi non rispettano l'ambiente.
2. Stesso consiglio dei dipinti murali per quanto riguarda lo statuto.

Eventi: Caffè cittadini, solidali e comunitari

Un evento fa parte della fase di divulgazione. È un passo importante per promuovere il vostro progetto. Immaginate un luogo di incontro, condivisione e convivialità: può essere casa vostra, uno spazio di co-working o un semplice bar. Create un invito e inviatelo a tutte le parti coinvolte nel vostro progetto di ricostruzione: mentori, giovani coetanei identificati.

Come creare un VLOG?

Per vlogging si intende la pubblicazione di video di se stessi o di un evento su Internet all'interno di un post su piattaforme web, blog o social media. Include anche la trasmissione in diretta o in streaming da Facebook, Instagram o Youtube, le storie di Instagram e i Reel. Un video è considerato un Vlog quando comunica a livello personale con il pubblico, quando presenta esperienze o pensieri personali e crea una connessione personale con il pubblico. I video sono solitamente molto brevi e devono avere un aspetto molto "casalingo", tuttavia è necessario garantire la coerenza nello sviluppo della narrazione, in altre parole deve essere chiaro che fanno parte della stessa storia. Come per i contenuti della campagna, anche i contenuti dei Vlog devono essere semplici, stimolanti, distintivi, autentici e memorabili.



Esistono due tipi principali di Vlog

- Video con testa parlante - quando la telecamera è fissa e il vlogger parla di un argomento
- Follow me around vlog - Quando il vlogger porta con sé la videocamera e filma i filmati all'esterno.

La campagna REBUILD comprende anche VLOG relativi all'attuazione delle iniziative locali, tra cui i giovani che parlano della loro iniziativa e filmati del backstage. Si va dalla fase iniziale della progettazione alla fine dell'attuazione del progetto.

Come realizzare un video di successo?

- Scrivere la sceneggiatura: mantenere la sceneggiatura breve ed efficace, con una struttura chiara. Le sequenze della storia devono seguire la logica, con testi e dialoghi che completano le immagini. La battuta finale rafforza o illustra lo slogan e fa colpo.
- Realizzare uno storyboard per visualizzare la sceneggiatura, identificare i luoghi, la posizione degli attori, definire l'inquadratura, trovare le riprese...
- Fate attenzione ai diritti d'autore (esistono siti musicali autorizzati o banche di immagini royalty-free).
- Utilizzate apparecchiature affidabili (prevedete una batteria di riserva...) e prestate attenzione all'ambientazione (illuminazione, colonna sonora...).
- Fate diverse riprese: cercate una dizione fluida e una voce calma.

Esempi di campagne di sensibilizzazione online di grande ispirazione

Qui di seguito troverete esempi di campagne di sensibilizzazione online sviluppate con successo da varie organizzazioni e ONG, sia su siti web che sui social media. Se cliccate sui link e navigate nelle pagine, noterete l'ampio ventaglio di strumenti utilizzati per avere un impatto sull'utente di internet e per renderlo interattivo: poster, video, diagrammi.

Greenpeace - Campagna contro la guerra in Ucraina



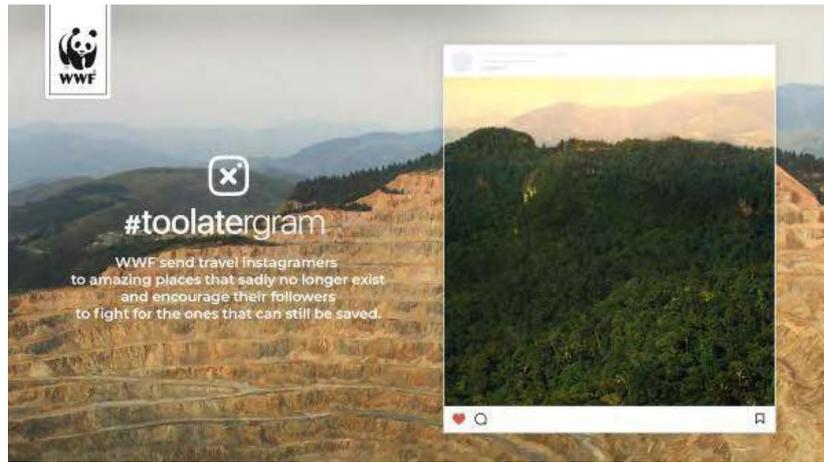
<https://www.greenpeace.fr/guerre-en-ukraine-agir-pour-la-paix-et-le-climat/>

Amnesty International - Campagna contro la tortura



<https://www.amnesty.be/campagne/stop-torture/>

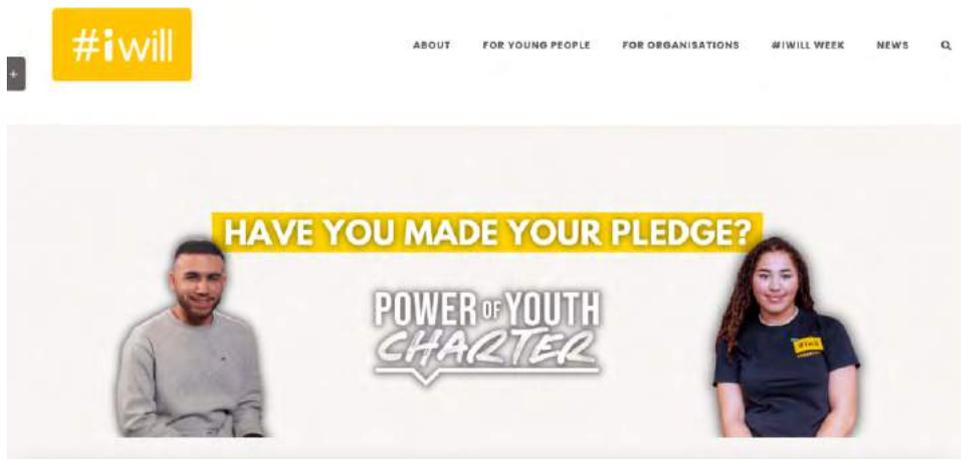
WWF - Campagna Instagram #WWFToolaterGram



<https://www.youtube.com/shorts/nXfk7G8k-OE>

Now This - Campagna #iwill

Un'azione sociale di grande successo è stata creata dal movimento #iwill. La campagna è stata lanciata nel 2013 e ormai questo movimento contribuisce a garantire azioni significative con l'aiuto di giovani e organizzazioni. Il movimento #iwill si concentra sui giovani perché hanno l'energia e le idee per apportare un cambiamento positivo nella società. Il programma consente ai bambini e ai giovani, insieme alle organizzazioni, di essere cittadini più attivi e di impegnarsi nella comunità.



<https://www.iwill.org.uk/>

Strumenti online per la progettazione, l'implementazione e la campagna di sensibilizzazione.

Questa sezione vi fornirà alcuni strumenti specifici e gratuiti che possono essere utilizzati per lavorare, sviluppare e promuovere il vostro progetto. Potete trovare ulteriori raccomandazioni sul sito <https://startbusiness.today/digital-tools/> creato da uno dei partner di REBUILD, Active Youth, che contiene riferimenti a diversi strumenti online: strumenti per il brainstorming, per il feedback, per il coinvolgimento dei partecipanti, per la traduzione.

RECOGITO:



The screenshot shows the Recogito website interface. At the top left, the Recogito logo is displayed next to the Pelagios network logo, which is labeled 'partner of the Pelagios network'. On the top right, there are links for 'Help' and 'About', and a 'Se connecter' button. The main content area features a map background with various annotations. The text on the map reads: 'Créez des annotations pour le web de données de manière intuitive'. Below this, it says: 'Créez des cartes à partir de données géographiques issues de textes. Annotez des images. Mettez vos données de recherche en relation avec d'autres données présentes sur le web, augmentez leur visibilité en les rendant partageables, sans avoir besoin d'être un expert des technologies du Web Sémantique.' At the bottom left of the map area, there is a link 'En savoir plus'. On the right side of the map, there is a registration form with the following fields: 'Choisissez un nom d'utilisateur', 'Courriel', and 'Créez un mot de passe'. Below these fields is a blue button labeled 'Inscrivez-vous sur Recogito'. At the bottom right of the form, there is a checkbox with the text: 'Veuillez accepter nos conditions d'utilisation et l'enregistrement de votre courriel.'

Questo strumento serve a lavorare in modo collaborativo con i vostri partner. È una piattaforma online per l'annotazione collaborativa di documenti. Fornisce uno spazio di lavoro personale dove è possibile caricare, raccogliere e organizzare i materiali di partenza - testi, immagini e dati tabellari - e collaborare alla loro annotazione e interpretazione. Recogito vi aiuta a rendere più facilmente visibile il vostro lavoro sul Web e a esporre i risultati della vostra ricerca.

<https://recogito.pelagios.org>

ASANA:



È uno strumento di creazione e condivisione di file: per creare, archiviare e condividere file e documenti con il vostro team. Asana tiene traccia di tutto il lavoro del vostro team, compreso chi è responsabile di cosa e quando. Asana è particolarmente interessante per creare il vostro piano di comunicazione perché include un'agenda chiara che vi permette di seguire giorno per giorno cosa postare e dove.

<https://app.asana.com/>

CANVA:



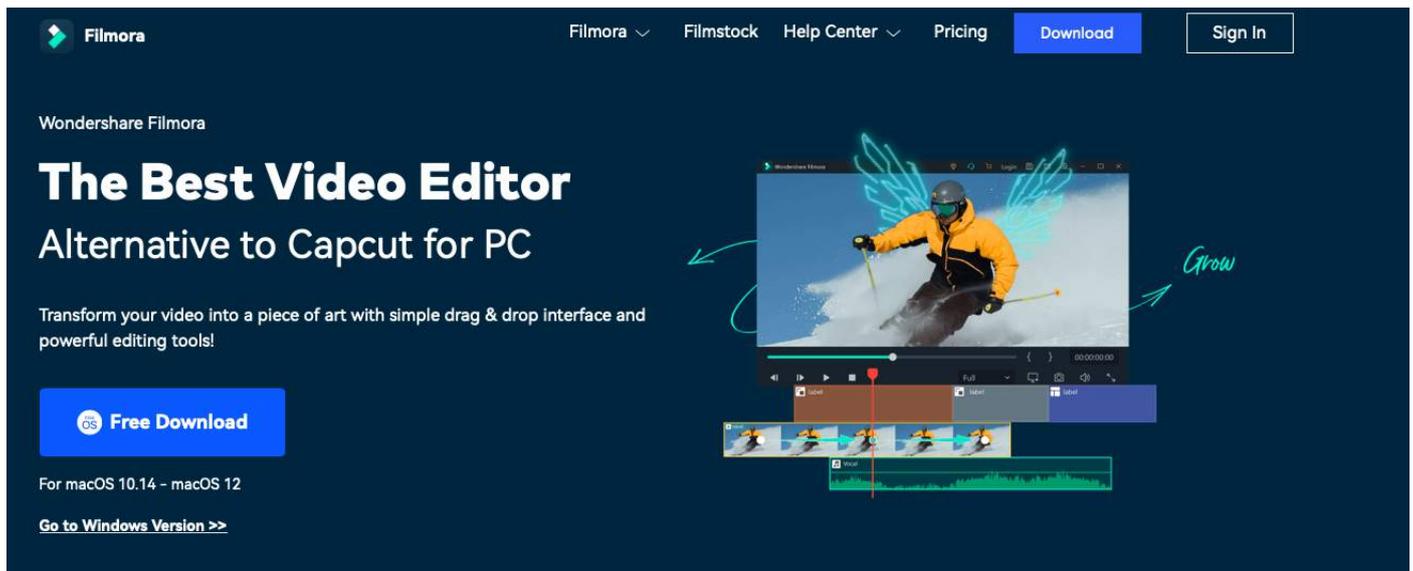
Questo strumento è per la creazione. Le immagini giocano un ruolo importante nelle campagne di sensibilizzazione. Canva è facile da usare e offre una varietà di modelli per creare diversi tipi di contenuti, che si tratti di grafica per i social media, presentazioni, poster o altri contenuti visivi. Una volta progettata la vostra idea, pensate a come darle vita con un poster pertinente che possa essere stampato o diffuso sui social media. È molto utile anche per spiegare un concetto, utilizzando immagini e colori. Di seguito troverete un link a un tutorial su come usare canva come un professionista. <https://www.canva.com>

Esempio di poster su canva creato per un bando aperto ai giovani. Progetto REBUILD, Martinica

Tutorial sull'uso di Canva:

<https://www.youtube.com/watch?v=X65lFIVjiBg>

FILMORA:



Questo strumento è stato creato per modificare i video. Come dice lo slogan, “trasforma il tuo video in un’opera d’arte”. Montaggio video facile e veloce per i principianti con effetti professionali

<https://filmora.wondershare.net/>.

VIMEO: (30 giorni di prova gratuita)



<https://vimeo.com/fr/>

Questo strumento serve per l’ispirazione e la condivisione con le comunità. È un sito web comunitario per la condivisione e la visualizzazione dei video realizzati dagli utenti. Come recita lo slogan, “trasforma le tue idee in realtà”. Questa piattaforma

riunisce un pubblico di produttori video di talento e il mondo della cultura. Per questo motivo Vimeo si concentra sui video ad alta definizione. Meno popolare di YouTube, la piattaforma è più orientata alla comunità e offre reali opportunità di interazione con il suo pubblico. È una fonte stimolante di video e contenuti di qualità.

Quella che segue è una campagna per la Giornata mondiale dell'acqua (22 marzo). Solidarités International e BDDP Unlimited hanno collaborato con il giovane artista e regista Clément Beauvais per creare una campagna dai forti contenuti visivi per sensibilizzare l'opinione pubblica sul flagello dell'acqua non sicura. Il risultato è un video bellissimo, cupo e suggestivo. Il messaggio non potrebbe essere più chiaro.

<https://vimeo.com/21198351>

Metodologie innovative e buone pratiche nelle organizzazioni locali in Europa

Qui potete trovare una raccolta di metodologie innovative implementate da organizzazioni locali e gruppi informali in Italia, Lituania, Cipro, Grecia, Spagna e Martinica (Francia). Queste possono ispirarvi nella creazione della vostra idea di progetto e nella scelta delle metodologie da utilizzare. I partner del progetto Rebuild hanno mappato e intervistato le organizzazioni locali e questa è una sintesi di alcune delle migliori pratiche che hanno trovato.

Tutte queste iniziative sono raccolte in una piattaforma specifica denominata Urban Perspective. Vi invitiamo a cliccare su questo link <https://urbanperspective.eu>.

Dalla Lituania

“Šauk klausimą psichologui” (EN. “Porre una domanda a uno psicologo”)

| | |
|--|---|
| Nome dell'iniziativa | "Šauk klausimą psichologui" (EN. "Porre una domanda a uno psicologo") |
| Città, paese dell'iniziativa | Marijampolė, Lituania |
| Nome dell'organizzazione | "Jaunimas YRÀ" |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>I temi della salute mentale e della salute emotiva erano già presenti anche prima della pandemia e durante questo periodo si sono evoluti. Perciò "Jaunimas YRÀ" voleva aiutare i giovani a capire meglio se stessi e a combattere lo stigma secondo cui se si va da uno psicologo si è malati. Così hanno creato l'iniziativa "Fai una domanda allo psicologo".</p> <p>Si basava su una conversazione tra due persone e i partecipanti facevano domande.</p> <p>Argomenti di particolare interesse per i giovani che sono stati discussi:</p> <ul style="list-style-type: none">- Come funziona la terapia e qual è il compito dello psicologo?- Cosa fare dopo il diploma?- Chi mi capisce?- Vita sessuale- Come mantenere la propria autostima? |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate | <p>L'iniziativa si è basata su una conversazione tra due persone, trasmessa in diretta streaming sulla pagina Facebook "Jaunimas YRÀ". pagina Facebook. L'iniziativa prevedeva 5 eventi di questo tipo: conversazioni tra una persona più nota e interessata all'argomento e uno psicologo.</p> <p>Gli spettatori potevano porre domande anonime allo psicologo e, almeno in questo modo, partecipare alla conversazione, anche se a distanza, e ottenere risposte a questioni di interesse e spesso di sensibilità.</p> <p>Temi interessanti, ascoltatori attivi, relatori interessanti che danno le risposte necessarie - in modo semplice e naturale.</p> |

| | |
|---|---|
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | Webzine: https://urbanperspective.eu/shout-a-question-to-a-psychologist/ |
|---|---|

“Keiskis ir tobulėk” (EN. “Cambiare e migliorare”)

| | |
|-------------------------------------|---|
| Nome dell'iniziativa | "Keiskis ir tobulėk" (EN. "Cambiare e migliorare") |
| Città, paese dell'iniziativa | Šiauliai, Lituania |
| Nome dell'organizzazione | "JUSPO" - Jaunimo užimtumo stebėsenos ir plėtros organizacija (EN. "JUSPO" - Monitoraggio e sviluppo dell'occupazione giovanile |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>Il progetto “Keiskis ir tobulėk”, nato a Šiauliai, è stato concepito per aiutare i giovani a sviluppare le competenze che non acquisiscono a scuola. Si componeva di 3 parti: teorica, pratica e riassuntiva.</p> <p>Il progetto consisteva in 5 sessioni di apprendimento sui seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pensiero critico e positivo; - Creatività; - Parlare in pubblico; - Disciplina; - Intelligenza emotiva. <p>Le sessioni teoriche su questi temi sono state seguite da workshop per mettere in pratica le conoscenze acquisite. Infine, l’evento conclusivo “Peržvelkime pokyčius” (EN. “Rivediamo i cambiamenti”) ha riunito i giovani per discutere di come sono migliorati e cambiati.</p> <p>L’iniziativa è nata in seguito a una ricerca di mercato che ha evidenziato la tendenza dei giovani ad arrivare alle organizzazioni privi di alcune competenze che non acquisiscono a scuola: parlare in pubblico, gestire lo stress, la creatività e altre competenze sociali.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione?</p> | <p>Comunicazione informale/comunicazione</p> <p>Durante le sessioni di formazione sono state fatte delle pause per consentire ai partecipanti di rilassarsi, riposare, prendere un tè o un caffè e chiacchierare tra loro, creando così un legame più stretto tra loro e mantenendo il ciclo di feedback al di là delle attività dell'iniziativa.</p> <p>Sensazione di ottimismo/calore</p> <p>Crea un senso di attesa. Crescere insieme attraverso l'assenza di comunità e lo stare insieme. Ispira e motiva a continuare a migliorare.</p> <p>Domande: "Come ti senti?"/"Quali emozioni".</p> <p>Prima di iniziare ogni attività dell'iniziativa, ai partecipanti è stato chiesto "con quali emozioni sei arrivato oggi". Al termine delle attività è stata posta la stessa domanda. È stato fatto un confronto tra le affermazioni.</p> <p>Lavorare in gruppo</p> <p>Durante il progetto, i partecipanti hanno lavorato insieme. Si sono promossi aspetti di affiatamento, familiarità, lavoro di squadra, leadership e creatività.</p> <p>Discussione</p> <p>È stato utilizzato uno strumento di discussione in cui i partecipanti al progetto hanno espresso le loro opinioni, osservazioni e ulteriori aspetti di sviluppo delle attività in corso.</p> |
| <p>Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa.</p> | <p>Webzine: https://urbanperspective.eu/change-and-improve/</p> |

“Keičiamės patys - keičiame pasaulį!”. (EN. “Cambiare noi stessi - cambiare il mondo!”)

| | |
|--|--|
| <p>Nome dell'iniziativa</p> | <p>"Keičiamės patys - keičiame pasaulį!". (EN. "Cambiare noi stessi - cambiare il mondo!")</p> |
| <p>Città, paese dell'iniziativa</p> | <p>Švenčionys, Lituania</p> |
| <p>Nome dell'organizzazione</p> | <p>Si tratta di un gruppo informale di persone giovani e attive che partecipano sempre insieme e che hanno deciso di intraprendere un'azione comune.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Descrizione dell'iniziativa</p> | <p>Keičiamės patys - keičiame pasaulį!" mirava a ridurre l'esclusione delle persone con disabilità e a coinvolgerle nelle attività sociali.</p> <p>I giovani hanno notato l'esclusione dei loro coetanei e hanno deciso che bisognava fare qualcosa: "In fondo, sono proprio come noi! Solo che noi abbiamo le nostre paure e non sappiamo come comportarci con loro". Così è nata l'idea di scrivere e realizzare un progetto con questi giovani esclusi.</p> <p>Insieme e con l'aiuto dei loro insegnanti, i ragazzi hanno ideato e realizzato diverse attività con i giovani disabili: sono andati in gita, ad esempio la prima attività educativa è stata al Centro artigianale di Ryškutėnai, dove hanno cucinato tutti insieme dei muffin. La seconda gita è stata all'ippoterapia e la terza al caffè "Pirmas blynas", dove lavorano persone con disabilità. I giovani hanno anche ballato insieme, sia dal vivo che in seguito sulla piattaforma Zoom - l'insegnante di danza della scuola ha accettato di partecipare all'iniziativa e di dare loro lezioni ogni mercoledì.</p> |
| <p>Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione?</p> | <p>Tutti i metodi utilizzati si sono basati su attività informali, educative e divertenti in cui è più facile per i giovani iniziare la comunicazione e l'inclusione delle persone con disabilità.</p> <p>La comunicazione stessa è stata incoraggiata dal fatto che ogni giovane ha deciso quale giovane disabile sarebbe stato il suo "amico" nel progetto, con il quale sarebbe stato sempre insieme durante le attività, nel caso in cui avessero dovuto fare qualcosa in gruppo, o andare in autobus seduti l'uno accanto all'altro, o qualcosa del genere, il che è stato sicuramente uno dei modi per incoraggiare la comunicazione e ridurre il rischio di avere un gruppo separato di giovani con disabilità durante le attività.</p> <p>È stato utile anche durante l'isolamento, quando queste coppie si sono telefonate online, parlando di come stavano, cosa stavano facendo, condividendo desideri e momenti di festeggiamenti in famiglia.</p> <p>Inoltre, alla fine di ogni mese si sono tenute riflessioni e discussioni per valutare l'impatto e il rafforzamento della comunità.</p> |
| <p>Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa.</p> | <p>Webzine: https://urbanperspective.eu/we-change-ourselves-we-change-the-world/</p> |

Dalla Grecia

Laboratori esperienziali di educazione ambientale

| | |
|---|---|
| Nome dell'iniziativa | Laboratori esperienziali di educazione ambientale |
| Città, paese dell'iniziativa | Atene, Grecia |
| Nome dell'organizzazione | Organizzazione Earth |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>I laboratori esperienziali di educazione ambientale - molti dei quali progettati in collaborazione con i comuni e il settore privato - mirano a mettere in contatto le persone con la natura e a coinvolgerle in comportamenti più sostenibili nella loro vita quotidiana. In questi programmi educativi, le persone possono imparare a coltivare i propri ortaggi, a creare tetti verdi e compattatori di rifiuti, a fare il compost nelle loro case e, in generale, a rendere le loro vite e i loro quartieri più verdi e più sani. A causa della pandemia di Covid-19, l'organizzazione ha deciso di offrire laboratori online, che comprendevano lezioni di educazione ambientale sull'agricoltura biologica, sulla gestione alternativa dei rifiuti organici domestici e su altri argomenti interessanti. La partecipazione è stata numerosa a causa della maggiore necessità delle persone di interagire tra loro e di avvicinarsi alla natura durante la pandemia. I workshop hanno dato ai giovani l'opportunità di discutere, scambiare opinioni e interagire. Questa interazione umana era molto necessaria e il feedback è stato positivo.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | <p>Laboratori: Programmi educativi che mirano a mettere in contatto le persone con la natura e a coinvolgerle in comportamenti più sostenibili nella loro vita quotidiana. A causa della pandemia COVID-19, l'organizzazione ha offerto workshop online con l'obiettivo di avvicinare le persone alla natura e aiutarle ad adottare uno stile di vita più sostenibile, a ridurre la loro impronta ambientale e a contribuire allo sviluppo sostenibile. Uno dei pochi aspetti positivi emersi durante la pandemia, secondo i membri dell'organizzazione, è che le persone hanno ridefinito lo stile di vita urbano, si sono avvicinate alla natura e hanno capito l'importanza di comunicare e interagire tra loro.</p> <p>“Center of the Earth”: un centro educativo per le competenze verdi, che offre programmi di apprendimento attivo e attività basate sulla comunità. Si tratta di un parco urbano di 25 acri in una splendida cornice naturale, a soli 6 km dal centro di Atene. È il principale centro di apprendimento dell'Organizzazione Terra e un punto di incontro per persone di tutte le età. Si estende intorno a un orto biologico e a un giardino di permacultura ed è il luogo perfetto per i programmi di apprendimento dell'organizzazione, progettati per informare e sensibilizzare i visitatori sulla biodiversità, sul cibo sostenibile e su uno stile di vita sano e “circolare”.</p> |

| | |
|--|--|
| Link (video, article, website...) about the initiative. | https://uefafoundation.org/action/organisation-earth-2/# https://www.facebook.com/uefafoundation/ |
|--|--|

Solidarietà per la moda

| | |
|---|---|
| Nome dell'iniziativa | Solidarietà per la moda |
| Città, paese dell'iniziativa | Atene, Grecia |
| Nome dell'organizzazione | Hellenic Youth Participation (HYP) |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>"Solidarity for Fashion" ha promosso azioni di moda sostenibile e ha incluso campagne mirate di 12 mesi contro la cosiddetta "fast fashion", concentrandosi sui modi in cui possiamo ridurre l'impatto ambientale della moda. Ha incluso un'ampia gamma di attività - sia fisiche che online - come tavole rotonde con aziende che promuovono la moda sostenibile, attività scolastiche, la creazione di un dizionario che spiega la terminologia pertinente, e swap party in cui le persone potevano venire a scambiare vecchi vestiti senza alcun contributo finanziario, e laboratori di cucito che hanno incoraggiato la riparazione, l'upcycling e il rimodellamento degli abiti usati.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | <ul style="list-style-type: none"> -Tavole rotonde con aziende che promuovono la moda sostenibile -Attività scolastiche e gioco Kahoot -Creazione di un dizionario che spieghi la terminologia pertinente. -Scambio di abiti vecchi senza alcun contributo finanziario. |
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | https://www.facebook.com/solidarityforfashion/ |

Apprendimento per l'inclusione - Fornire opportunità di apprendimento ai bambini rifugiati e migranti durante la pandemia

| | |
|---|---|
| Nome dell'iniziativa | Apprendimento per l'inclusione - Fornire opportunità di apprendimento ai bambini rifugiati e migranti durante la pandemia |
| Città, paese dell'iniziativa | Atene, Grecia |
| Nome dell'organizzazione | ELIX |
| Descrizione dell'iniziativa | L'obiettivo è quello di sostenere i bambini nella loro partecipazione all'istruzione formale, e il nucleo di base dei corsi che offriamo è costituito da greco, inglese e matematica per i bambini dai 3 ai 18 anni. Tuttavia, ELIX ha avuto l'opportunità di fornire corsi sia per gli adulti che per i bambini in età prescolare, concentrandosi principalmente sul loro sostegno psicosociale e sul supporto per affrontare i traumi o le difficoltà psicologiche che incontrano. |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | <p>A causa della mancanza di accesso a Internet nel campo di Elaionas, erano presenti fisicamente nel campo tre volte alla settimana e davano ai bambini dei pacchetti di compiti, che includevano podcast e codici QR. Ogni foglio aveva un codice QR a cui i bambini potevano collegarsi per ascoltare le istruzioni registrate dall'insegnante. Il progetto ha creato podcast e materiale audiovisivo: video di narrazione, racconti di conversazioni, ecc. Hanno formato un gruppo su Facebook che ha messo in contatto molti studenti e genitori. Qui hanno caricato aggiornamenti su nuove misure e attività educative, video o annunciato i giorni in cui avremmo visitato il campo per condividere materiale educativo.</p> <p>Il programma di risposta al Covid-19 consisteva nella distribuzione di 11.000 zaini e libretti di autoapprendimento a bambini e ragazzi, "Learnia"; una piattaforma educativa con materiale audiovisivo realizzato dagli insegnanti di ELIX e tradotto in greco, inglese e nella lingua madre dei bambini, Akelius; una piattaforma di apprendimento digitale delle lingue, come parte dell'approccio di apprendimento misto che combina l'apprendimento online e faccia a faccia.</p> |
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | <p>https://www.elix.org.gr/en/large-projects-of-elix/social-actions-to-support-vulnerable-groups-and-awareness/covid-19-response-continuous-learnigng-refugee-greece-en</p> <p>https://www.elix.org.gr/en/</p> |

Da Cipro

Storie non raccontate

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | Storie non raccontate |
| Città, paese dell'iniziativa | Nicosia, Cipro |
| Nome dell'organizzazione | Are we Europe |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>Il progetto si chiama Untold Cyprus e la sua realizzazione è un account Instagram chiamato: Unshadow Cyprus. La missione di questo progetto è portare sotto i riflettori gli eroi di tutti i giorni che incontriamo mentre camminiamo, mentre ordiniamo un caffè, o anche le persone della nostra famiglia. I media si concentrano solo sulle storie dei Paesi più ricchi e potenti del continente, senza dare la possibilità alle persone che hanno da dire qualcosa di nuovo nella comunità locale. Organizziamo sette workshop interdisciplinari in sette Paesi, dove giovani giornalisti e attivisti lavorano insieme per localizzare le questioni più urgenti del nostro tempo e le loro idee per il nostro futuro comune. Creare una piattaforma multimediale coinvolgente per le storie.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | <p>I laboratori, della durata di una settimana, sono stati improntati ai valori dell'educazione normale e si sono concentrati sulle esigenze della società locale di Cipro. Brainstorming, giochi di ruolo e team-building sono state alcune delle attività che hanno contribuito all'efficacia del progetto. Dopo l'introduzione degli scopi e l'evidenziazione dei nostri obiettivi, il gruppo è stato diviso in due squadre. Una era la squadra Campagna e l'altra era la squadra Giornalisti. Ognuno ha un modo diverso di presentare il proprio lavoro, ma lo stesso modo di produrre contenuti. Intervistare persone che riteniamo abbiano un buon impatto sulla società e che abbiano una storia interessante da raccontare. Alcuni dei nostri intervistatori erano attivisti, rappresentanti LGBTQI+, artisti, rifugiati, studenti Erasmus, ecc.</p> |
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | <p>https://www.untold-stories.eu/</p> <p>https://www.instagram.com/unshadow_cyprus/</p> |

Scouting durante la pandemia

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | Scouting durante la pandemia |
| Città, paese dell'iniziativa | Nicosia, Cipro |
| Nome dell'organizzazione | Associazione Scout di Cipro |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>Lo scopo e l'obiettivo degli scout era quello di mantenere i contatti. Non perdere i contatti con i nostri membri a prescindere dalle dinamiche attuali. Essere in grado di impegnarsi in attività che altrimenti non avremmo fatto. Integrare formalmente la tecnologia come fanno tutte le organizzazioni, ad esempio le applicazioni, diverse applicazioni esistenti che sono state sviluppate in modo da funzionare nella nostra struttura. Per esempio, hanno creato un gioco del tesoro attraverso un'applicazione a cui i bambini possono partecipare con i loro genitori nel loro tempo libero. Quindi, è qualcosa che si adatta alla routine quotidiana di ognuno, perché non si può chiedere a ogni genitore di essere disponibile per 2-3 ore il sabato per mettere il proprio figlio davanti a uno schermo.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | <p>Il gioco della caccia al tesoro è stata una delle metodologie utilizzate. La caccia al tesoro è stata un'idea nata dall'inclusione. È un'attività che richiede molto tempo libero per essere organizzata. Per questa attività non c'è stato alcun contatto con persone esterne all'organizzazione e la ragione è stata la natura di questo lavoro e di questa attività professionale. Ogni persona ha potuto sviluppare argomenti specifici, sia che si trattasse di informatica o di scrittura, sia che si trattasse di sviluppare l'argomento della caccia al tesoro o di attività individuali. Il risultato dell'attività è la stretta relazione che si è creata con i singoli e il fatto che la distanza non ha influenzato il gruppo. Anche se alcune attività non erano direttamente collegate allo scoutismo, e non era questo il senso, lo scopo dell'attività era quello di avere un contatto in modo che potessero essere coinvolti in qualcosa che fosse fuori dalla quotidianità, qualcosa che fosse fuori dalla pressione della scuola, qualcosa di diverso.</p> |
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa.. | https://www.facebook.com/71scouts |

Serie di tavole rotonde sulla conoscenza

| | |
|---|---|
| Nome dell'iniziativa | Serie di tavole rotonde sulla conoscenza |
| Città, paese dell'iniziativa | Nicosia, Cipro |
| Nome dell'organizzazione | Round Table Cyprus |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>La serie di tavole rotonde è un'iniziativa intrapresa durante la pandemia. Si tratta di seminari dal vivo e podcast pubblicati su diverse piattaforme sociali. La durata era di circa 45 minuti o un'ora. Visto il successo di questo progetto, viene organizzato anche dopo il Covid-19.</p> <p>Il successo è dovuto soprattutto alla possibilità di discutere con i professionisti in modo anonimo. Mancava l'informazione gratuita dei professionisti alla società.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | Ci sono molti podcast in circolazione, ma ciò che rende diversa la serie di tavole rotonde è il fatto che sono in diretta. È possibile interagire con i partecipanti, porre domande e partecipare. È stato un modo per consentire alle persone di avere accesso diretto ai professionisti senza l'obbligo di fornire il proprio nome o altre informazioni su di loro. È stato gratuito e accessibile a tutti. |
| LLink (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | https://www.facebook.com/RoundTable6/ |

Recuperare l'UE

| | |
|---|---|
| Nome dell'iniziativa | Recover UE |
| Città, paese dell'iniziativa | Nicosia, Cipro |
| Nome dell'organizzazione | See Why |
| Descrizione dell'iniziativa | Il progetto prevede 5 giorni di attività programmatiche finalizzate alla promozione, all'informazione, all'educazione, alla formazione, alla presentazione, allo sviluppo delle competenze e delle capacità per un adattamento ottimale dei giovani/gruppo target nel periodo post-COVID19, sia a livello personale che a livello professionale e nazionale. |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | Il metodo di trasferimento delle conoscenze si è basato sull'educazione non formale. Per quanto riguarda i dettagli pratici, questo progetto è stato realizzato da 5 formatori, 14 partecipanti, 5 giorni, oltre 20 attività. L'idea si è svolta nel villaggio di Agros tra agosto e settembre 2020. L'iniziativa è stata un processo rapido. Si trattava di una competenza che avremmo voluto sviluppare comunque, ma durante la pandemia abbiamo deciso di farlo più velocemente. |
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | https://www.facebook.com/media/set/?set=a.2635755870020951&type=3 https://www.facebook.com/See-Why-1526724457590770/photos/?ref=page_internal&tab=album |

Dalla Spagna

La Polea

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | La Polea |
| Città, paese dell'iniziativa | Almargen, Malaga, Spagna |
| Nome dell'organizzazione | La Polea - Società cooperativa andalusa |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>La Polea Sociedad Cooperativa Andaluza, è una cooperativa di lavoratori senza scopo di lucro che è stata fondata nel comune di Almargen (Malaga) nel marzo 2020 da un gruppo di giovani, il cui obiettivo principale era quello di creare nuove opportunità di lavoro e ridurre lo spopolamento del villaggio. Va notato che i posti di lavoro vacanti nello stesso sono scarsi e di bassa o nessuna qualifica, poiché si tratta di lavori che richiedono forza fisica per svolgere attività agricole. Per questo motivo, questi giovani, attraverso l'educazione ai valori e all'uguaglianza, hanno creato opportunità di lavoro per poter rimanere nel loro villaggio ed esercitare le professioni che avevano studiato.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? (max. 1000 caratteri) | <p>La Polea sviluppa le sue azioni attraverso due linee di lavoro:</p> <p>Generazione di nuovi servizi: per questo gruppo di giovani è essenziale aumentare i servizi offerti nel villaggio, poiché nei villaggi i servizi sono molto limitati, con il risultato che la vita quotidiana sarebbe molto ripetitiva. Inoltre, è uno dei motivi per cui i giovani lasciano le città più grandi perché non trovano uno spazio per la ricreazione o lo sviluppo delle competenze; per questo motivo, La Polea crea laboratori, uscite, attività e corsi di formazione che permettono alla comunità di incontrarsi, condividere e avere uno spazio di apprendimento dinamico.</p> <p>Opportunità di lavoro: questi giovani offrono l'opportunità ad altri giovani come loro di trovare un lavoro per ciò per cui sono stati formati, per ciò che sanno, per ciò che vogliono e per ciò che amano fare. L'idea è quella di ottenere un gruppo più ampio e sfaccettato, al servizio della comunità.</p> |
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | https://www.facebook.com/poleacooperativa/?ref=page_internal |

Elbow brand

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | Elbow brand |
| Città, paese dell'iniziativa | Madrid, Spagna |
| Nome dell'organizzazione | Elbow brand |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>Elbow è un marchio di abbigliamento 100% sociale, creato da un team di giovani che hanno l'obiettivo di rispondere alle urgenze o ai bisogni sociali che esistono oggi, attraverso le loro conoscenze e ciò che possono imparare.</p> <p>Pertanto, questo gruppo di giovani ha la speranza che attraverso la loro iniziativa tutte le persone possano compiere azioni che possono aiutare gli altri, perché insieme possiamo ridurre i bisogni dei più vulnerabili e offrire loro strumenti per la loro indipendenza per aiutarli ad ottenere una migliore qualità di vita.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? (max. 1000 caratteri) | <p>Il lavoro di questi giovani inizia con la raccolta di abiti, che vengono donati da privati o aziende.</p> <p>Poi, i giovani devono fare una selezione degli abiti in buone condizioni, in modo che possano essere puliti-stirati e timbrati con il logo del marchio per essere riconosciuti come parte del marchio.</p> <p>Una volta terminato questo processo, le foto vengono scattate e caricate sul sito web e sui social network per il grande pubblico. Tuttavia, poiché l'abbigliamento è maschile, si raggiunge un gruppo più ampio di utenti uomini, che vedono e acquistano i capi a un prezzo ragionevole.</p> <p>Una volta acquistato l'indumento, il 100% del denaro raccolto viene devoluto alla Fondazione ALTIUS, che aiuta le famiglie vulnerabili fornendo cibo e formazione in modo che i suoi utenti non dipendano da loro, e alla Fondazione Son Angeles, che aumenta le opportunità per i giovani con gravi disabilità multiple che a 21 anni non hanno accesso all'istruzione a causa della mancanza di infrastrutture adeguate.</p> |
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | https://elbowbrand.com/ |

Titi-toke

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | Titi-toke |
| Città, paese dell'iniziativa | Malaga, Spagna |
| Nome dell'organizzazione | Titi-toke |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>Tiziana è una giovane donna che è sempre stata a favore dell'attenzione per l'ambiente, così quando ha visto la quantità di rifiuti che si stava generando con la pandemia, ha deciso di prendere l'ultimo impulso per creare Titi-toke, in cui cerca di contribuire a un mondo più pulito dando una seconda possibilità ai "rifiuti" di altre persone attraverso l'arte.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | <p>Per realizzare l'iniziativa, la sua ideatrice (Tiziana), inizia un tour per le diverse strade di Malaga in cui scopre quelle cose che gli altri hanno etichettato come "cianfrusaglie" perché ne hanno acquistate altre di ultima generazione o secondo gli standard della moda.</p> <p>Una volta raccolta la materia prima (vecchi mobili, parti di computer, lattine e altro), essa viene sottoposta a un processo di pulizia, sanificazione e polimerizzazione, per proseguire con un processo di trasformazione nel laboratorio artistico della sua creatrice, in cui realizza una miscela di materiali, colori e tecniche.</p> <p>Vale la pena notare che la trasformazione di questi oggetti fa sì che possano essere riutilizzati con la stessa o con un'altra utilità. Così, la sua creatrice contribuisce a un mondo sostenibile con lo sviluppo della sua iniziativa, utilizzando solo materie prime che rispettano le tre R della sostenibilità (Ridurre, Riutilizzare e Riciclare).</p> |
| Link (video, article, website...) about the initiative. | <p>https://www.instagram.com/titi.toke/</p> <p>https://www.facebook.com/calendrieraventine972/</p> |

Impatto

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | #impattochallenge |
| Città, paese dell'iniziativa | Italia - iniziativa online |
| Nome dell'organizzazione | Impatto APS |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>L'organizzazione offre percorsi online che permettono ai partecipanti di sfidare se stessi nel cambiare le proprie abitudini e nel ridurre il proprio impatto ambientale.</p> <p>Ogni sfida è pensata per contribuire al raggiungimento di specifici SDG. Attualmente sono disponibili 7 #impattochallenge che affrontano vari temi, tra cui:</p> <ul style="list-style-type: none">Moda etica: 7 sotto-sfide per calcolare e ridurre l'impatto sociale del nostro guardarobaNatale sostenibile: 4 sotto-sfide per un Natale sostenibileRifiuti zero: 6 sotto-sfide per calcolare e ridurre i propri rifiutiAlimentazione sostenibile: 5 sotto-sfide per comprendere e ridurre l'impatto ambientale del nostro cibo. <p>Una volta selezionato il percorso, viene presentata una panoramica della sfida, ovvero: obiettivo e gruppo target, eventuali materiali e azioni necessarie per realizzarla e suggerimenti su come migliorare il nostro stile di vita.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | <p>Tutte le attività proposte da Impatto APS sono online, quindi chiunque sia interessato può avere libero accesso ai contenuti e partecipare alle #impattochallenges, ovunque si trovi. Il ricorso alle attività online è stato scelto anche per affrontare l'attuale situazione causata dalla pandemia di Covid19.</p> <p>Per rendere i contenuti accessibili e completi a tutti, si propone un linguaggio semplice e una varietà di formati.</p> <p>Per incoraggiare la partecipazione, l'organizzazione propone un ritmo settimanale ai partecipanti alle sfide; tuttavia, spetta a ciascun partecipante decidere, in base alla propria disponibilità e motivazione, quale sfida affrontare e quando.</p> <p>Inoltre, gli argomenti delle sfide sono arricchiti dalla pubblicazione di articoli di sensibilizzazione sui social network e dalla creazione e pubblicazione di diversi podcast su varie piattaforme digitali, tutti riguardanti temi di sostenibilità.</p> <p>I social media sono sicuramente un modo per raggiungere un numero maggiore di persone, soprattutto i giovani.</p> |
| Link (video, article, website...) about the initiative. | https://impatto.io/sfide/ |

Tu Sei La Città

| | |
|---|---|
| Nome dell'iniziativa | Non è un'attività specifica [Tema generale: Rigenerazione ambientale e personale]. |
| Città, paese dell'iniziativa | Palermo, Italia |
| Nome dell'organizzazione | Tu sei la città |
| Descrizione dell'iniziativa | <p>Le attività dell'organizzazione si concentrano su due aree principali: la sostenibilità ambientale e la promozione della tradizione culturale siciliana.</p> <p>Tra le iniziative possiamo evidenziare:</p> <ul style="list-style-type: none">Caccia al tesoro in città (occasione per scoprire la storia della propria città e stimolare un vero e proprio orgoglio civico)Distribuzione di portasigarette ecologiciCampagne di riqualificazione e pulizia della comunità |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | <p>L'obiettivo dell'organizzazione è il coinvolgimento attivo dei cittadini in tutte le attività proposte.</p> <p>La comunità locale è infatti invitata a partecipare a tutte le fasi delle attività. L'organizzazione non fornisce il "prodotto finale" delle attività, i cui risultati sono ottenuti grazie alla forte collaborazione tra l'organizzazione e i cittadini.</p> <p>I destinatari sono soprattutto i giovani. Tu sei la città cerca di coinvolgerli mostrando concretamente l'impatto che le iniziative hanno nella loro città.</p> |

Dalla Francia

Victory Attitude

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | Victory Attitude.com |
| Città, paese dell'iniziativa | Martinica, Francia |
| Nome dell'organizzazione | Madin'attitude |
| Descrizione dell'iniziativa | Madin'attitude che, a livello globale, mira a ridare fiducia e motivazione ai giovani, soprattutto in un contesto di pandemia. L'obiettivo è mettere in luce i loro progetti artistici, sportivi e culturali. Il progetto Victory Attitude è nato durante il primo lockdown del 2020. |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | Victory Attitude è una web TV che mette in luce alcune iniziative giovanili nei media (youtube, instagram...). L'idea è quella di dare loro voce e di offrire l'opportunità di essere ascoltati, visti e valorizzati. Tutti i formati digitali sono rappresentati: video, dibattiti filmati, foto, eventi sportivi (come ad es. escursioni) e vengono diffusi in diretta sulla web TV. L'effetto atteso è, a lungo termine, quello di creare una televisione di canale che venga diffusa in Martinica. |
| Link (video, articolo, sito web...) sull'iniziativa. | http://victoryattitud.com |

Jenn Anba Fey

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | Jenn Anba Fey (rivista digitale per giovani) |
| Città, paese dell'iniziativa | Martinica, Francia |
| Nome dell'organizzazione | Inser Art |
| Descrizione dell'iniziativa (max. 800 caratteri) | <p>Inser Art, nella sua dinamica di inserimento e promozione dei giovani, decide di dare il suo contributo ai giovani della Martinica. Già attivo con i giovani e formato nell'area dell'integrazione, della prevenzione, della mobilità e dell'arte, ci è sembrato opportuno realizzare un progetto volto a raccogliere, condividere, scambiare e scoprire idee, progetti e sviluppo dei giovani attraverso diverse tematiche.</p> <p>A tal fine, lo sviluppo di un mezzo di comunicazione digitale del tipo "rivista" è stato scelto come il mezzo più adatto per l'attuazione di questa dinamica giovanile.</p> <p>Infatti, ad oggi non esiste un mezzo di comunicazione ufficiale per la promozione dei giovani, che permetta lo scambio e la scoperta tra loro, i loro background, i loro progetti e le loro esperienze...</p> <p>Di fronte a questi elementi, l'attuazione di un progetto del genere non può che portare qualcosa in più alla nostra gioventù martinicana.</p> |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | A causa della crisi del COVID-19, le edizioni di questa rivista sono state prodotte in versione digitale. La rivista è prodotta dai giovani, in collaborazione con le strutture e le istituzioni locali che operano nel settore giovanile e che possono quindi contattare la struttura per condividere le loro azioni o i loro consigli per i giovani martinicani. |
| Link (video, article, website...) about the initiative. | https://jennanbafey.fr/ |

Online art participation

| | |
|---|--|
| Nome dell'iniziativa | Online art participation |
| Città, paese dell'iniziativa | Martinica, Francia |
| Nome dell'organizzazione | Boum Kaliko |
| Descrizione dell'iniziativa | L'iniziativa di solidarietà è nata in seguito al primo confino a causa della mancanza di strumenti digitali per motivare le persone a partecipare alle attività evitando il contatto umano (a causa delle misure). L'azione mira a consentire ai giovani di partecipare a distanza ad attività artistiche durante i periodi di confino e anche a evitare le uscite e la diffusione del virus, in particolare durante i periodi di festa (ad esempio Pasqua). |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | È stata lanciata una campagna sui canali televisivi locali per chiedere alle persone, durante il periodo pasquale, di disegnare oggetti legati alla Pasqua. Questi disegni sono stati poi inviati via Instagram o via e-mail alla struttura. Una volta raccolti tutti i disegni, sono stati raggruppati in vignette pubblicate online ed è stato lanciato un concorso durante il quale i giovani potevano votare e anche cercare di trovare i loro disegni, rendendo così la caccia alle uova (tipo di Pasqua) digitale. |
| Link (video, article, website...) about the initiative. | https://fr-fr.facebook.com/BoumKalikoAssociation/ |

Calendario dell'Avvento rovesciato

| | |
|---|---|
| Nome dell'iniziativa | Calendario dell'Avvento rovesciato |
| Città, paese dell'iniziativa | Martinica, Francia |
| Nome dell'organizzazione | Cynthia Yerro |
| Descrizione dell'iniziativa | L'operazione del calendario dell'Avvento al contrario mira a sostenere le persone bisognose. Il principio è semplice: dal 1° al 20 dicembre, le persone mettono da parte un piccolo dono (uno al giorno) per una persona bisognosa. I partecipanti conoscono qualcuno bisognoso o Cynthia propone loro un beneficiario attraverso partnership con strutture locali che aiutano le persone in difficoltà. I beneficiari sono i senzatetto, gli anziani isolati e gli studenti precari. I doni saranno poi consegnati a loro. |
| Che tipo di nuove metodologie sono state utilizzate/ implementate dall'organizzazione? | Cynthia consegna ai partecipanti una scatola in cui depositare i regali. I doni possono essere oggetti in buono stato che non si usano più, ad esempio, o anche prodotti per l'igiene, libri, dolci o qualsiasi cosa possa essere |
| Link (video, article, website...) about the initiative. | https://www.facebook.com/calendrieraventinverse972/ |

Riferimenti

“Monter un projet” Guida CRIJ Pays de la Loire

<https://www.infos-jeunes.fr/sengager/monter-un-projet>

CreativePubMarketing

<https://creativepubmarketing.com/top-10-meilleures-campagnes-de-sensibilisation-a-lenvironnement/>

2013 - Scheda docente - Proprietà intellettuale: SNCF - Ideazione e realizzazione: Tralalere “Realizzare una campagna di sensibilizzazione”.

Campagna di prevenzione o sensibilizzazione

<https://stickerpusher.com/fr/campagne-de-prevention-ou-de-sensibilisation/>

Definizione di obiettivi e sviluppo di obiettivi specifici, misurabili, realizzabili, pertinenti e limitati nel tempo

<https://www.samhsa.gov/sites/default/files/nc-smart-goals-fact-sheet.pdf>

Metodi di erogazione degli aiuti - Linee guida per la gestione del ciclo di progetto

https://international-partnerships.ec.europa.eu/system/files/2020-09/methodology-aid-delivery-methods-project-cycle-management-200403_en.pdf

Guida Europrogettazione

<https://www.guidaeuroprogettazione.eu/guida/al-lavoro-progettazione-europea/come-strutturare-un-progetto-il-processo-e-gli-strumenti/>



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA).
Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili

624760-EPP-1-2020-1-IT-EPPKA3-EU-YTH-TOG



Coordinator

CESIE

Italy

cesie.org



DA&DA - D'ANTILLES ET D'AILLEURS

Fort-de-France, Martinique

www.dantillesetdailleurs.org



KMOP - SOCIAL ACTION AND INNOVATION CENTRE

Athens, Greece

www.kmop.gr



AIIJ - INICIATIVA INTERNACIONAL JOVEN

Malaga, Spain

aijj.org



ACTIVE YOUTH ASSOCIATION

Vilnius, Lithuania

activeyouth.lt



CARDET - CENTER FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH & DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY

Nicosia, Cyprus

www.cardet.org



OTB - OUT OF THE BOX INTERNATIONAL

Brussels, Belgium

outofthebox-international.org

rebuild-europe.net



This work is licensed under CC BY-NC-SA 4.0. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

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