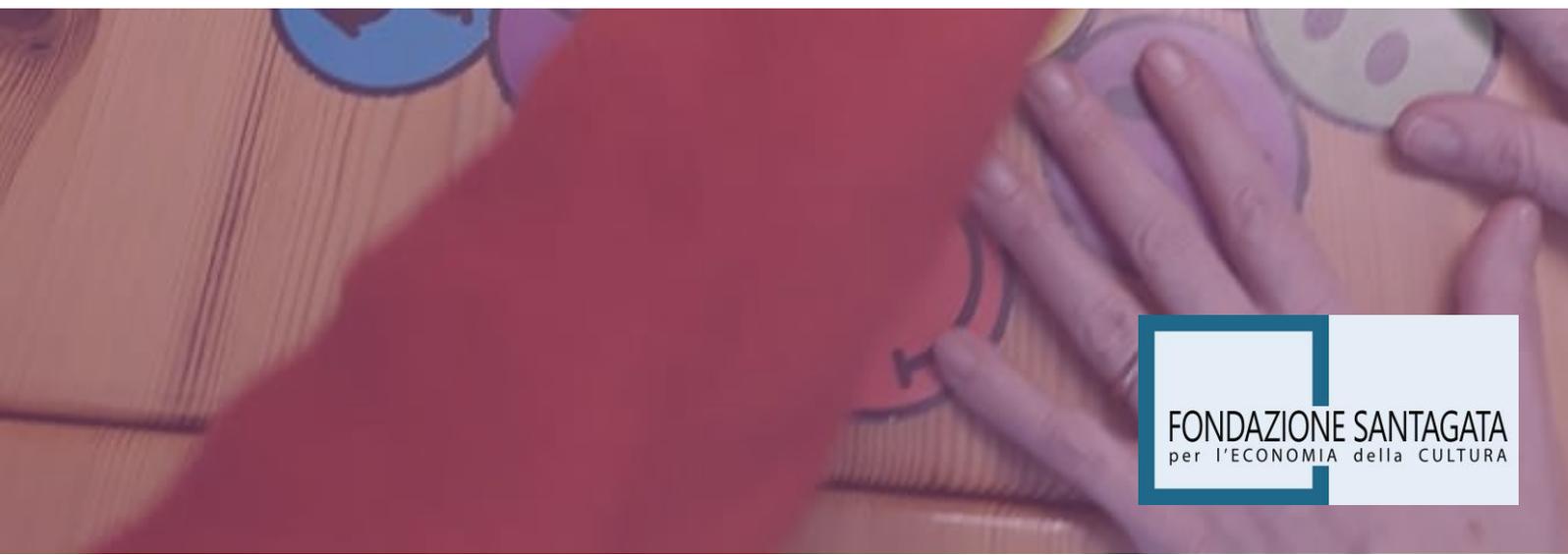




# REPORT DI VALUTAZIONE DEL PROGETTO





Il progetto #Com.Viso è un progetto ALCOTRA che raccoglie l'eredità del percorso intrapreso a livello territoriale nel 2007 e che aveva dato vita alla collaborazione tra i giovani saluzzesi e quelli d'oltralpe per la realizzazione del festival giovanile italo – francese "Et Voilà", proseguito con nuovi obiettivi nel 2012 con il nuovo ALCOTRA "Giovani Territorio e Comunità Future".

**#Com.Viso** ha realizzato una strategia basata sullo sviluppo di comunità per migliorare la qualità della vita della popolazione che vive nei territori montani e marginali attorno al Monviso, innovando i servizi sociali e sanitari, favorendo lo sviluppo di comunità ed individuando l'animazione sociale come metodo e strumento per poterlo realizzare.

All'interno del progetto, con l'obiettivo di riflettere su quanto attuato per la programmazione futura, è stato richiesto a Fondazione Santagata di effettuare la valutazione di quanto realizzato. Tale lavoro, che prende forma nel presente documento, è stato discusso e condiviso con i partner di progetto.

### Team di ricerca

*Direzione:*

Paola Borrione

*Ricercatori:*

Ottavia Arenella, Erica Meneghin, Andrea Porta

La Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura raccoglie le esperienze e le competenze acquisite e maturate negli anni passati dal Centro Studi Silvia Santagata-Ebla (CSS-Ebla) e si propone di proseguire l'attività di studio iniziata da Walter Santagata.

I temi di lavoro della Fondazione riguardano due filoni principali: un primo legato alla gestione del patrimonio culturale, con particolare riferimento allo sviluppo economico dei territori e ai programmi UNESCO, e un secondo legato alla produzione di cultura e all'innovazione culturale. È inoltre nella missione della Fondazione il supporto all'internazionalizzazione degli operatori economici e culturali piemontesi e italiani.

-

**Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura**

Corso Duca degli Abruzzi 43, 10129, Torino

Web: [www.fondazioneasantagata.it](http://www.fondazioneasantagata.it)

# INDICE

## CAPITOLO 1

IL PROGETTO.....	6
I PARTNERS .....	8
I TARGET: GIOVANI E PERSONE FRAGILI.....	8
GLI OBIETTIVI, LE ATTIVITÀ, I RISULTATI ATTESI.....	9

## CAPITOLO 2

LA DEFINIZIONE DI IMPATTO SOCIALE ADOTTATA.....	12
---	----

## CAPITOLO 3

METODI DI MISURAZIONE .....	13
UN SISTEMA DI VALUTAZIONE COMPOSITO .....	16
GIOVANI EMERGENTI .....	16
SOLIDARIETÀ PER LE PERSONE FRAGILI.....	22
ANIMAZIONE SOCIALE .....	25
NUOVE TECNOLOGIE PER L'ANIMAZIONE SOCIALE .....	26
VALUTAZIONE E CAPITALIZZAZIONE.....	27
SWOT DI SINTESI DEL PROGETTO #COM.VISO .....	30
INDICAZIONI STRATEGICHE.....	31

## CAPITOLO 4

SCHEMA DI BASE PER LA COSTRUZIONE DI UN PROGETTO SOCIO CULTURALE .....	34
DEFINIZIONE DI INDICATORI PER IL MONITORAGGIO E LA VALUTAZIONE .....	35
DEFINIZIONE DI UN SISTEMA DI INCENTIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI .....	38
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>39</b>



## CAPITOLO 1: IL PROGETTO

*Il capitolo che segue presenta il progetto #com.viso dal punto di vista delle attività, dei target, degli obiettivi e dei risultati attesi*

## IL PROGETTO

Il progetto #Com.Viso è un progetto ALCOTRA che ha raccolto l'eredità del percorso intrapreso a livello territoriale nel 2007 e che aveva dato vita alla collaborazione tra i giovani saluzzesi e quelli d'oltralpe per la realizzazione del festival giovanile italo – francese "Et Voilà". Il progetto è proseguito nel 2012 con il nuovo ALCOTRA "Giovani Territorio e Comunità Future" grazie al quale è stato intrapreso un percorso di coinvolgimento e formazione collettiva di giovani, associazioni, cittadini e decision makers che conducesse alla realizzazione partecipata di un modello di "casa delle associazioni" della città di Saluzzo, con l'obiettivo di avviare un modello organizzativo locale capace di lavorare e presidiare con continuità i processi di partecipazione e sviluppo di comunità sperimentati con successo nell'ambito delle politiche giovanili ed estenderli alla comunità adulta con ricadute di sviluppo culturale e di animazione del territorio.

#com.viso ha sperimentato l'innovazione sociale su un territorio transfrontaliero con l'utilizzo di una modalità di intervento (animazione sociale e di comunità) che:

- ha introdotto un cambiamento in termini operativi e di partenariato (*innovazione organizzativa*)
- ha previsto il coinvolgimento e la partecipazione dei destinatari (*innovazione sociale*)
- ha impiegato strumenti tecnologici di lavoro e di relazione più evoluti e moderni (*innovazione tecnologica*)

### Cosa è l'innovazione sociale?

*L'innovazione sociale può essere definita come lo sviluppo e l'implementazione di nuove idee (prodotti, servizi e modelli) per rispondere ai bisogni sociali e creare nuove relazioni e collaborazioni sociali. Figura nuove risposte alla pressione della domanda sociale, relative al processo di interazione sociale. E' volta a migliorare il benessere umano. Le innovazioni sociali sono innovazioni che sono sociali sia nel fine sia nei mezzi. Sono innovazioni che non positive solo per la società, ma che contemporaneamente accrescono la capacità individuale ad agire".*

*[Commissione Europea – Guida all'innovazione sociale – Febbraio 2013]*

#Com.Viso ha realizzato una strategia basata sullo sviluppo di comunità per migliorare la qualità della vita della popolazione che vive nei territori montani e marginali attorno al Monviso. Ha quindi proposto, come sollecitato a livello UE e nazionale, di innovare i servizi sociali e sanitari favorendo lo sviluppo di comunità ed individuando l'animazione sociale come metodo e strumento per poterlo realizzare.



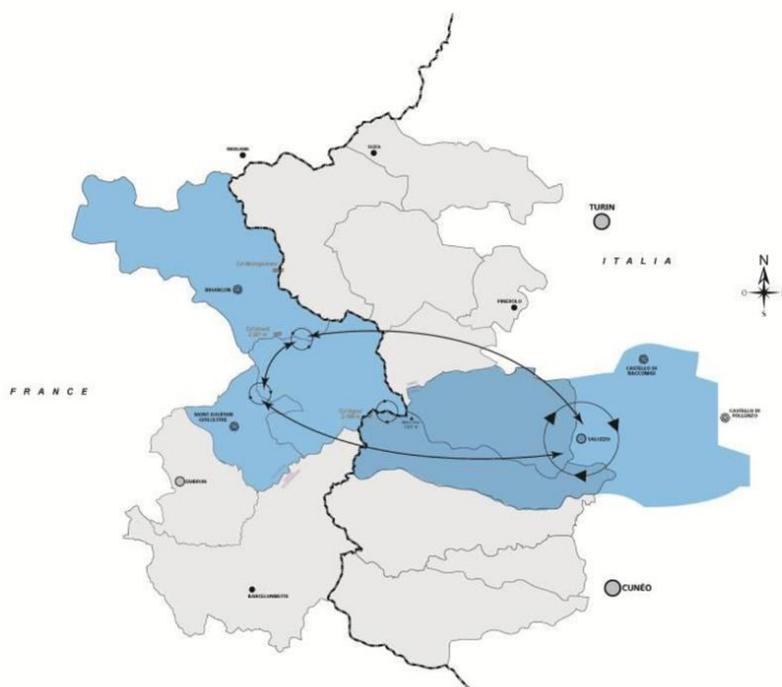
In questo approccio la figura **dell'animatore sociale è centrale**, quale facilitatore, che fornisce strumenti ai soggetti interessati dai servizi per coinvolgerli nel cambiare le condizioni in cui vivono, media le relazioni tra comunità e decisori, favorisce la

valorizzazione delle risorse e l'apprendimento all'interno delle comunità (*processi di community learning*). Gli studi confermano l'efficacia di questo approccio per contribuire a mantenere livelli di *welfare* adeguati a contrastare lo spopolamento dei territori montani, rispondendo in particolare ai fabbisogni di giovani e di persone fragili (adulti in difficoltà ed anziani) attraverso: aggregazione, relazioni, accessibilità ai servizi e coinvolgimento nei contesti socio-economici locali.

Con il supporto dell'Università degli Studi di Torino e Université Aix-Marseille, **#Com.Viso** ha esplorato inoltre le competenze da introdurre nei diversi percorsi di formazione (sanitari e sociali), sperimentando la figura dell'animatore sociale sul campo, per valutare il riscontro da parte degli utenti destinatari del progetto e identificare le condizioni di sostenibilità. Il risultato ultimo è stata la diffusione di un modello di innovazione socio-sanitaria sostenibile ed efficace, trasferibile ed adottabile su tutto il territorio transfrontaliero attraverso le esperienze pilota avviate con questo approccio di animazione.

I partner del progetto appartengono al gruppo montuoso del **Monviso** collocato su entrambi i versanti della frontiera franco-italiana a nord della regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra e al centro della regione Piemonte. Questo vasto massiccio montuoso si colloca ad Est nel Dipartimento delle Alpi dell'Alta Provenza (04) e ad Est delle Alte Alpi (05) mentre è nella zona Ovest delle Province di Cuneo e di Torino. Zona di scambi secolari, il massiccio del Monviso condivide zone di confine molto più rigide delle frontiere statali e, a partire da una prima iniziativa del 1981 dell'Associazione dei Paesi del Monviso (la più attiva), numerosi sono stati i tentativi avviati per favorire un'integrazione duratura. Tuttavia, le alterne vicende politiche, le riforme territoriali oltre le distinzioni amministrative, religiose e culturali, in particolare, rallentano gli slanci di un territorio che, se si

organizzasse, potrebbe proporre alla sua popolazione ed ai suoi visitatori una zona montuosa europea di cooperazione e di sostegno reciproco.



## I PARTNERS

---

Il **Consorzio Monviso Solidale** è l'ente gestore dei servizi socio assistenziali e interventi sociali a favore della popolazione residente nei Comuni del territorio consortile, in particolare per le persone in situazione di disagio sociale (minori e loro famiglie, anziani, disabili, adulti in difficoltà).

La **Fondazione Amleto Bertoni** è l'ente strumentale del comune di Saluzzo costituito per lo sviluppo turistico e la valorizzazione della città e del suo territorio, si occupa di organizzare, promuovere e coordinare i principali eventi del saluzzese, oltre che ospitare manifestazioni e convegni di vario genere.

Il **Comune di Saluzzo** nel corso degli anni ha assunto il ruolo di polo di riferimento su lato italiano per le politiche giovanili, per i comuni e le valli montane limitrofe.

L'**Associazione culturale, sociale e sportiva – Centro Sociale del Queyras**, mira a riunire tutte le persone fisiche e giuridiche per la salvaguardia e la promozione del patrimonio naturale e storico del territorio del Guillestrois et del Queyras, nonché per l'animazione di attività culturali, sociali, sportive ed educative.

L'**Associazione Maison de la Jeunesse – Centro Sociale di Briançon** è radicata nel territorio di Briançonnais fin dal 1965. È una struttura di animazione, di vita sociale e culturale di prossimità, aperta a tutti gli abitanti e che privilegia la dimensione familiare e intergenerazionale.

## I TARGET: GIOVANI E PERSONE FRAGILI

---

I gruppi target di #Com.Viso sono stati identificati sulla base di:

- evidenza di elementi comuni di fragilità e debolezza,
- competenze dei partner adatte a intervenire sui bisogni che non trovano risposta.

### Giovani

Il target identificato comprende i giovani tra i 15 ed i 30 anni, suddividendoli in due classi di età:

- 15-18/19 giovanissimi
- 19/20-30 giovani che affrontano l'ingresso nel mondo del lavoro o gli studi universitari.

È su queste classi che il progetto agisce, soprattutto a causa del rischio di una scomparsa irreversibile dei giovani che induce un innalzamento dell'età demografica nel territorio.

Nel Distretto di Saluzzo la popolazione tra i 15 ed i 30 anni comprende circa 12.300 giovani (ISTAT 2011), che rappresentano il 15,98% della popolazione totale. Nei comuni di alta e media valle risiedono 7.380 giovani. Nei comuni, classificati dall'ISTAT come pianura sulla base del dato altimetrico, ma che sono comuni di bassa valle, vi sono ulteriori 1.171 giovani. Il target prioritario del progetto comprende dunque 8.550 giovani, ma ne beneficiano anche i residenti a Saluzzo ed in altri comuni adiacenti rientranti nel distretto.

Nel Briançonnais e nel Guillestrois-Queyras, 1 abitante su 4 è un giovane con meno di 20 anni e la classe di età tra 15 e 30 anni rappresenta circa 4.300 giovani. Nonostante ciò negli ultimi dieci anni si è rilevata una tendenza alla riduzione del 5% dei giovani di meno di 20 anni, mentre la popolazione con più di 60 anni è aumentata dell'8%.

## Persone fragili

La condizione di vita di persona anziana o di adulto in difficoltà (per disabilità, per dipendenza, per situazione familiare o altre motivazioni) diviene maggiormente penalizzante nel contesto montano quando è associata ad una collocazione abitativa decentrata rispetto ai principali centri vallivi, che aumentano la difficoltà di accesso ai servizi e di isolamento sociale e relazionale. I dati purtroppo testimoniano come tali soggetti abbiano un peso non indifferente rispetto alla popolazione residente:

- mediamente le persone ultrasessantacinquenni nelle zone montane, secondo i dati più aggiornati del piano di zona (2012), rappresentano il 22/25 % della popolazione con un indice di grande vecchiaia (ultra75°/ultra65°) spesso superiore al 50%. Questo significa che per esempio nelle sole Valli Po e Varaita, su circa 8.300 anziani, più di 4.200 sono over75 con le problematiche sanitarie tipiche dell'invecchiamento. Nel territorio complessivo, compresa bassa valle, il target comprende complessivamente circa 16.000 anziani oltre i 65 anni, di cui più del 50% grandi anziani.
- Nel Dipartimento delle Hautes Alpes, la popolazione anziana con più di 60 anni è pari al 28%. Questi dati sono in anticipo sulle previsioni nazionali dell'INSEE che prevede più del 30% per il 2030 e che proietta già le Hautes Alpes al 31% nel 2020. Nel Queyras-Guillestrois, le simulazioni indicano il numero di abitanti con più di 60 anni a 2.304 persone.

Le opportunità di incontro e di convivialità che caratterizzavano la vita sociale della popolazione sono venute meno: la messa settimanale è garantita solo nei centri principali, le feste e gli incontri che connotavano le stagioni e la vita contadina si sono del tutto perse. L'indisponibilità di un mezzo di trasporto proprio come un'automobile o la difficoltà di condurla, nonché la complessità nell'utilizzare i nuovi strumenti digitali di comunicazione, condizionano fortemente l'accesso verso i centri principali e il mantenimento delle relazioni sociali.

## GLI OBIETTIVI, LE ATTIVITÀ, I RISULTATI ATTESI

---

Il progetto #Com.viso si è posto come obiettivo generale il miglioramento delle relazioni sociali e dell'accesso ai servizi socio-educativi e socio-sanitari per le fasce più fragili della popolazione che vive in montagna attraverso la sperimentazione di servizi di animazione sociale e sviluppo di comunità.

Collegati al precedente sono stati indicati cinque obiettivi specifici:

1. Individuare e MODELLIZZARE COMPETENZE e metodi di lavoro per integrare l'ANIMAZIONE SOCIALE PROFESSIONALE nei servizi ed attivare le risorse interne di comunità
2. SPERIMENTARE modelli di innovazione organizzativa, sociale e tecnologica di SERVIZI sviluppati attraverso l'ANIMAZIONE SOCIALE PROFESSIONALE per i giovani e per i soggetti fragili
3. Individuare e definire le CONDIZIONI DI SOSTENIBILITÀ dei servizi testati
4. Favorire la TRASFERIBILITÀ del modello attraverso il coinvolgimento dei decisori politici e la valorizzazione delle risorse interne delle comunità

5. Assicurare una progettazione coerente ed una gestione efficace orientata al raggiungimento dei RISULTATI previsti

A questi cinque obiettivi sono state collegate cinque attività principali, oggetto della presente valutazione.

Di seguito sono riportate le attività con i risultati attesi.

### **Animazione sociale**

Modellizzazione del profilo (competenze) e linee guida per contenuti e approccio formativo

### **Giovani emergenti**

Modellizzazione servizi transfrontalieri:

- a. strutture a supporto dell'aggregazione (Fab)
- b. animazione a supporto di coinvolgimento, cittadinanza attiva e creatività operativa (Lab)

### **Solidarietà per le persone fragili**

Modellizzazione servizi transfrontalieri:

- a. animazione a supporto della relazione per persone fragili (Ateliers)

### **Nuove tecnologie per l'animazione sociale**

Modellizzazione servizi transfrontalieri:

- a. new media per animazione rivolta ai giovani
- b. nuove tecnologie per benessere e relazione per le persone fragili

### **Valutazione e capitalizzazione**

- a. Identificazione condizioni di sostenibilità economica dei modelli di servizio sperimentati
- b. Identificazione condizioni di fattibilità/trasferibilità: strumenti e reti locali necessarie, competenze da trasferire alla comunità
- a. Coinvolgimento della comunità locale e competenze acquisite nei territori di sperimentazione
- b. Valutazione del grado di soddisfazione degli utenti
- c. n. 1 label creato per il modello comprensivo dei 5 servizi basato sulle competenze modellizzate



## CAPITOLO 2: LA MISURAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE

*Il presente capitolo è volto a presentare la definizione di impatto sociale adottata e la metodologia di misurazione.*

## LA DEFINIZIONE DI IMPATTO SOCIALE ADOTTATA

---

Nel corso degli ultimi decenni, imprese e organizzazioni sotto molteplici pressioni esterne, provenienti da stakeholder come consumatori, agenzie di rating e governi, hanno incorporato l'attenzione alla sostenibilità nello sviluppo di prodotti e relativi processi, e anche nelle strategie di comunicazione e nella politica aziendale.

In particolare Impronta Etica, Scs Consulting (2016) identifica alcune motivazioni che stanno alla base del processo di misurazione dell'impatto sociale:

- il cambiamento culturale rispetto al tema dell'accountability, come opportunità di dimostrare il proprio contributo nella creazione di valore condiviso.
- la scarsità di risorse e la conseguente necessità di farne un uso efficace
- l'evoluzione normativa a livello internazionale e nazionale (Riforma del Terzo settore)
- la crescente attenzione da parte degli investitori, per quanto riguarda le scelte di investimento.

La rendicontazione delle informazioni extra finanziarie, spesso sintetizzate nel bilancio sociale o di sostenibilità, ha significato anche un interesse crescente rispetto al concetto di impatto sociale e, di conseguenza, rispetto all'elaborazione di metodologie adatte alla sua misurazione, capace di identificare gli output delle attività e anche i loro outcome (benefici socio-economici). In sintesi, si tratta di metodologie atte a misurare il valore sociale creato, principalmente in termini di cambiamento - positivo e misurabile - generato. In questa accezione, "valutare" significa "dare valore" e non meramente misurare e giudicare.

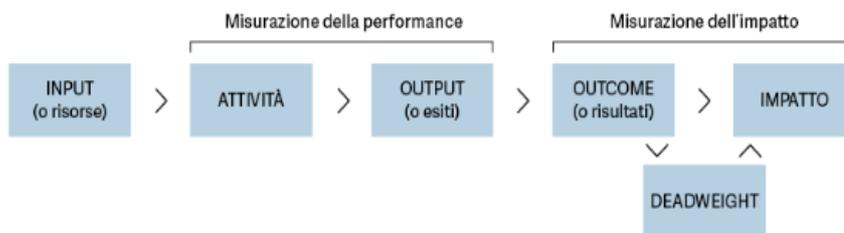
In letteratura esistono numerose definizioni di impatto sociale, a seconda dell'approccio di studio, dalle quali derivano altrettanti metodi di valutazione. Quella adottata ai fini della valutazione del progetto... è la seguente: l'impatto sociale è il cambiamento nelle persone, o più in generale in un territorio, generato da un'impresa o un'organizzazione, direttamente attraverso le sue attività e indirettamente attraverso gli investimenti erogati nel breve o nel lungo periodo (Impronta Etica eScs Consulting 2016).

In particolare, il cambiamento sociale introdotto dagli imprenditori sociali avviene attraverso l'uso di metodologie che migliorano le condizioni della società e permettono la fioritura di potenzialità connaturate nel sistema (Praszkie, Nowak,2012).

## METODI DI MISURAZIONE

Al fine, quindi, di misurare il cambiamento generato, nel caso specifico, su un territorio, è necessario muoversi nel quadro logico della catena del valore dell'impatto (impact value chain) che permette di individuare anche in modalità grafica i passaggi in cui si esplica la teoria del cambiamento (Zamagni 2015).

Figura 1. Catena del valore dell'impatto



In estrema sintesi, le componenti della catena del valore dell'impatto sono le seguenti (GECES 2015, Impronta etica, Scs 2016):

- **Input**: sono tutte le risorse (denaro, competenze, tempo e beni strumentali) utilizzate dall'organizzazione per lo svolgimento delle attività del progetto, assimilabili ai costi e agli investimenti effettuati.
- **Attività**: le azioni concrete svolte dall'organizzazione per realizzare il progetto.
- **Output**: i risultati immediati delle attività svolte dall'organizzazione.
- **Outcome**: i cambiamenti, positivi e negativi, sia a breve che a lungo termine, che si verificano sul territorio interessato dal progetto in maniera diretta o indiretta.
- **Impatto**: la quota di cambiamento di lungo periodo che può essere imputata in maniera esclusiva al progetto, poiché non si sarebbe verificata in sua assenza. Tecnicamente l'impatto deve essere individuato attraverso un'analisi controfattuale, ovvero valutando cosa sarebbe successo in assenza dell'attività realizzata dall'organizzazione (cosiddetta *deadweight* -Commissione Europea, 2003).

Gli indicatori di impatto misurano quindi la qualità e la quantità degli effetti di lungo periodo generati dall'intervento; descrivono i cambiamenti nelle vite delle persone e lo sviluppo a livello globale, regionale e nazionale, tenendo conto delle variabili esogene che lo influenzano (OECD, 1991).

Fra i principali metodi di analisi dell'impatto sociale si annoverano:

- lo **SROI**, **Social Return On Investment (SROI)**, che valuta in termini monetari i costi, i benefici e le eventuali conseguenze negative di un'attività, accompagnando tale valutazione da un resoconto degli effetti del progetto.
- il **GRI (Global Reporting Initiative ) Sustainability Reporting Framework** che si focalizza su area economica, ambientale, sociale e impatto.
- Il **Randomized Controlled Trials (RCT)**: analisi controfattuale che prevede l'applicazione di un intervento di tipo sociale ad un gruppo di soggetti estratti con modalità casuale e il

successivo paragone con un gruppo di composizione analoga a cui non è stato somministrato l'intervento.

- Il BACO ratio (Best Available Charitable Option), volto alla quantificazione di un plausibile output sociale di un determinato investimento in un'organizzazione, consentendo così un paragone con tutte le alternative esistenti proposte da altre organizzazioni che si occupano della medesima tematica.
- Il Most significant change (MSC), tecnica di valutazione partecipativa, che fornisce dati sugli outcome e sugli impatti che possono essere usati per definire le performance finali di un progetto/intervento.
- Il Social Enterprise Impact Evaluation (SEIE), che identifica alcune dimensioni di impatto e gli indicatori ad esse collegati.

Avendo in mente una visione operativa e pragmatica, dalla forte natura sperimentale, per quanto concerne il progetto #Com.viso, si ritiene che si possa far riferimento alla teoria del cambiamento, utilizzando, in maniera incrociata il metodo Most Significant Change, basato sulle interviste e le dichiarazioni di testimoni privilegiati, con alcuni elementi riscontrati grazie all'analisi sul campo.

A photograph of an elderly woman with short grey hair and glasses, wearing a bright blue long-sleeved shirt and a grey scarf. She is sitting in a wheelchair and smiling broadly, with her hands raised in a waving gesture. The background is a clear blue sky with a few wispy clouds. In the distance, other people are visible, some walking. The entire scene is reflected in a body of water in the foreground, creating a symmetrical image.

## CAPITOLO 3: LA VALUTAZIONE

*Il capitolo presenta i principali risultati per target e azione, valutando se e come siano stati raggiunti.*

## UN SISTEMA DI VALUTAZIONE COMPOSITO

---

L'approccio valutativo prescelto è quello di un sistema composito, all'incrocio tra analisi di dati quantitativi, analisi di dati qualitativi e analisi di fonti esterne rispetto al progetto. stante la constatazione di una limitata disponibilità di dati quantitativi relativi alle attività di progetto, tale approccio è per lo più qualitativo.

Le principali fonti di informazioni utilizzate sono:

- i dati registrati da partner di progetto rispetto alle attività svolte;
- le informazioni e i giudizi raccolti tramite questionari somministrati agli utenti del progetto in fase di valutazione;
- l'analisi della stampa locale (fonte esterna).

Si procede di seguito all'analisi degli impatti rilevati, suddividendo, per comodità di lettura, per target e obiettivi.

## GIOVANI EMERGENTI

---

### Risultati attesi:

Modellizzazione servizi transfrontalieri:

- a. strutture a supporto dell'aggregazione (Fab)
- b. animazione a supporto di coinvolgimento, cittadinanza attiva e creatività operativa (Lab)

In generale è possibile affermare che entrambi i risultati sono stati pienamente raggiunti.

### **a. strutture a supporto dell'aggregazione (Fab)**

Sia su lato italiano che francese sono stati allestiti e aperti spazi (Saluzzo, Aiguilles) dedicati ai giovani (non solo) e alle loro attività.

Il valore aggiunto di queste progettualità, oltre all'aver messo a disposizione uno spazio di aggregazione e supporto/accompagnamento per i giovani, è dato:

- dal percorso di progettazione partecipata, che ha visto il coinvolgimento diretto dei futuri utenti, permettendo loro di sperimentare, elaborare una visione libera (anche di sbagliare);
- dal ruolo degli animatori e degli operatori coinvolti, capaci da un lato di visione sulla funzione/futuro degli spazi, dall'altro di accompagnare gli stessi utenti nello sviluppo e progettazione degli spazi ad essi dedicati;
- dallo sforzo di ragionare fin da subito sulla sostenibilità economica degli spazi, favorendo la formazione e l'accompagnamento di iniziative locali di business ad impatto sociale (attività di tutoraggio con Hangar Piemonte, attività #Farecose).

Questi tre valori inseriscono queste esperienze nel panorama europeo dei casi di rigenerazione urbana e innovazione sociale che vedono nel recupero degli spazi vuoti e nell'elaborazione di progettualità a vocazione culturale/giovanile un asset per lo sviluppo locale, in termini economici e di welfare (si veda, ad esempio <https://teh.net/> ; <https://www.riusiamolitalia.it/> ; <http://bollentispiriti.regione.puglia.it/> ).

Lo Spazio giovani, nell'ex caserma Mario Musso a Saluzzo, composto da sala prove e sala incontri/attività, dalla sua apertura (da maggio 2018) ha ospitato:

- 28 tra associazioni e enti dell'area (Aritmia, Caritas Migrante, Comune di Saluzzo, InformaGiovani, Istituto Denina, Istituto Soleri Bertoni, CNOS-FAP, Fondazione Amleto Bertoni, Comune di Saluzzo, Oratorio Don Bosco, Cooperativa Caracol, Cooperativa Sociale Armonia, Compagnia Mediascena, Gruppo Abele Onlus, Fondazione Santagata, Parco Naturale del Monviso, Consorzio Monviso Solidale, Istituto Comprensivo di Saluzzo, ASL CN1 (Sert), IGAV, ArciGay, Insieme si può, Fridays For Future Saluzzo, Scout Saluzzo, ANPI Saluzzo, Associazione Comunità Papa Giovanni XXIII, Amnesty International)
- 18 progetti (Interreg Alcotra, Yess 2.0, Yepp Monviso, MaB UNESCO Monviso Youth Camp, "Attiviamoci", WeyCup, Rural Happening, "Approssimazioni" Educativa di Strada Saluzzo, Servizio Civile Nazionale, I colori dell'amore, Biennale Democrazia (concorso), mostra "Omocausto", Smart, VarTan, Parliamone SIRIAMENTE, Maratona Diritti Umani, Mettitelo in testa, Presentazione libro "Mio figlio in rosa")
- 965 persone in totale, che ne hanno usufruito come pubblico o organizzatori/volontari.

Questo risultato, molto positivo considerando la novità della struttura e della modalità di gestione, è stato frutto di 92 prenotazioni/ricieste di utilizzo e 276 ore di utilizzo effettivo.

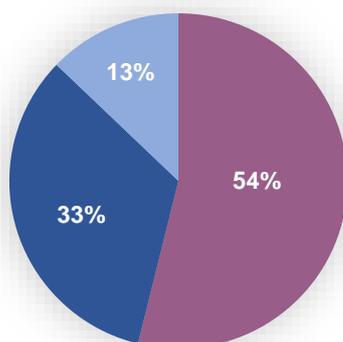
***b. animazione a supporto di coinvolgimento, cittadinanza attiva e creatività operativa (Lab)***

Le attività del progetto sono state in larga misura dedicate ai giovani. Per questo motivo, come indicato in precedenza, si è deciso di procedere alla valutazione degli impatti grazie alla somministrazione di un questionario di valutazione della soddisfazione che potesse affiancare i giudizi espressi dai testimoni privilegiati.

Hanno risposto al questionario (allegato) 40 ragazzi e ragazze che per il 74% sono minorenni (over 14), residenti per il 30% a Saluzzo, per il 53% negli altri comuni dell'area del progetto e per il 17% fuori area progetto (cosa che dimostra la capacità della città di Saluzzo di configurarsi come polo di territorio per un'area di riferimento molto ampia).

Si tratta di persone impegnate: più del 50% svolge attività di volontariato in maniera regolare nel proprio tempo libero. Inoltre, quando partecipano ad attività ed eventi preferiscono essere protagonisti: il 54% ama organizzare e prendere l'iniziativa, il 33% vuole dare una mano o lavorare come volontario. Solo il 13% partecipa alle attività in una modalità passiva, da semplice spettatore. Sarebbe interessante, rispetto a questi dati, capire se il progetto ha potuto lavorare su un gruppo di ragazzi almeno in parte "autoselezionati", perché attivi e impegnati anche prima, o se la volontà di partecipazione che essi esprimono sia da ascrivere, almeno in parte, agli impatti del progetto.

## Rispetto alle attività a cui partecipi ti piace:



- Essere protagonista, poter prendere l'iniziativa e organizzare
- Dare una mano durante gli eventi, lavorare come volontario
- Essere "spettatore", fruitore

Il territorio in cui vivono è giudicato abbastanza positivamente: i ragazzi ritengono che vi sia una buona o ottima offerta in termini di formazione, occasioni culturali, possibilità di praticare sport e volontariato. Meno positivi il giudizio rispetto alle occasioni di divertimento e alle opportunità di lavoro, giudizio, quest'ultimo, imputabile probabilmente alla giovane età dei rispondenti e, allo stesso tempo, alla minore presenza in zona di lavori ad alta qualificazione rispetto a quanto accade nelle città più grandi.

Si può, inoltre, misurare un ottimismo di fondo, poiché il **60% degli intervistati ritiene che rispetto ai due anni precedenti la situazione sia migliorata** e tale miglioramento viene attribuito:

- allo spazio giovani che *"ha fatto muovere delle cose"* e al riconoscimento da parte di un numero crescente di persone della presenza di chi da anni si dedica a stimolare le persone a interessarsi della propria comunità
- all'aumento delle possibilità per i ragazzi di partecipare a momenti di svago o culturali, di seguire i propri interessi e concretizzarli in attività a favore della comunità, anche grazie alla creazione di nuovi spazi di aggregazione
- alla possibilità accresciuta di prendere parte a iniziative di stimolo alla conoscenza del territorio e delle persone, a momenti formativi e innovativi

Giudizi positivi, quindi, molto spesso connessi con le attività progettuali di #com.viso.

Gli eventi di progettazione degli spazi hanno avuto un ottimo riscontro in termini di comunicazione, poiché sono conosciuti dalla maggior parte dei ragazzi intervistati. Si tratta, in particolare degli eventi riportati di seguito:

- Cantiere partecipato di realizzazione Spazio Bertoni
- Co-progettazione Spazio Giovani
- Cantiere partecipato di realizzazione Spazio Giovani
- Eventi di inaugurazione Spazio Giovani
- Aménagement du FAB à Aiguilles

La partecipazione, invece, è stata più contenuta e la quota maggiore di partecipanti si è avuta per l'evento di inaugurazione degli spazi, non in fase di progettazione, contraddicendo, almeno in parte,

le dichiarazioni dei ragazzi che hanno dichiarato di voler partecipare alle attività sin dalla loro progettazione e organizzazione.

Agli eventi i ragazzi riconoscono i seguenti punti di forza e di debolezza, in ordine di accordo espresso in sede di questionario:

#### **Punti di forza**

La creazione di una rete di persone

La gratuità degli spazi

Il divertimento

La possibilità di partecipare attivamente

#### **Punti di debolezza**

Scarsa comunicazione degli spazi e delle iniziative *(da notare che la maggior parte ha dichiarato di conoscere gli eventi)*

La scarsa partecipazione

La scarsa varietà dei partecipanti e degli eventi

Mancanza di governance degli spazi

La mancanza di costanza nella partecipazione

Esattamente come per quanto riguarda gli eventi, si è richiesto di esprimersi rispetto alla partecipazione alle attività di animazione, formazione e aggregazione.

#### **Attività in Italia**

1. Laboratorio writing + torneo FIFA + Jam Session – *primo ciclo di attività programmate e gestite dai giovani per il lancio dello Spazio Giovani*
2. Eyes contact + swap party + aperitivo musicale e giochi in scatola - *primo ciclo di attività programmate e gestite dai giovani per il lancio dello Spazio Giovani*
3. Laboratorio di espressività corporea - *primo ciclo di attività programmate e gestite dai giovani per il lancio dello Spazio Giovani*
4. Parliamone SIRIAMENTE (testimonianza famiglia siriana) - *primo ciclo di attività programmate e gestite dai giovani per il lancio dello Spazio Giovani*
5. Laboratorio di teatro sociale - *primo ciclo di attività programmate e gestite dai giovani per il lancio dello Spazio Giovani*
6. Rural happening – *laboratorio di co-design artistico musicale in collaborazione tra giovani, I.G.A.V., Saluzzo Migrante*
7. Aritmia Music Festival – *Festival crossdisciplinare di 2 giorni organizzato dalla'associazione giovanile "ARITMIA"*
8. Recall (incontri progettazione attività spazio) – *Ciclo di incontri per la coprogettazione dell'attività artistico- culturale dello spazio giovani*
9. Prove aperte teatro (Mediascena) – *Prove teatrali aperte dell'associazione "Mediascena"*
10. Laboratorio MANINCARTA – *Laboratorio di rilegatoria artistica artigianale*

11. Maratona diritti umani – *Testimonianze, riflessioni in occasione del 70° anniversario della Dichiarazione Universale dei diritti Umani*
12. #socialmapping – *Incontro dinamico tra e con le realtà associative sociali e culturali del Saluzzese*
13. Mettilo bene in testa (giornata della memoria) – *Storie , Musica, Letture, Cena Condivisa in occasione della giornata della memoria*
14. Saluzzo migrante mini movie – *Ciclo di 3 film di Adrea Segre associazione “Zalab” sul tema delle migrazioni in collaborazione con Saluzzo Migrante*
15. Tournée da bar - *Shakespeare e il “Macbeth” in versione animativa e coinvolgente*
16. I colori dell'amore – *Serata di sensibilizzazione e confronto sui temi della discriminazione*
17. Passi sulla luna (a cura di Luna Vasilika) – *Serata di sensibilizzazione e testimonianza dai campi profughi Siriani in Grecia*
18. Inaugurazione sala prove – *lancio nuova gestione della Sala Prove a carico dell'associazione giovanile “ARITMIA”*
19. Laboratorio Smart autoproduzione – *Ciclo di laboratori di co-design giovanile in occasione della Mostra dell'Artigianato Saluzzese START*
20. Laboratorio Smart serigrafia + live music - *Ciclo di laboratori di co-design giovanile in occasione della Mostra dell'Artigianato Saluzzese START*
21. Laboratorio Smart serigrafia + live painting - *Ciclo di laboratori di co-design giovanile in occasione della Mostra dell'Artigianato Saluzzese START*
22. Serata cineforum THE TRUE COST – *Serata di sensibilizzazione sulla sostenibilità*
23. MAUX party – *Animazione ed allestimento con i prodotti di co-design SMART del quartiere Maria Ausiliatrice in occasione del mese dell'artigianato START*
24. Occit'amo - serata afro occitana – *Festa musicale di incontro tra Africa ed Occitania*
25. Yess on Tour – *Convegno itinerante alla scoperta delle realtà giovanili del saluzzese*
26. Laboratorio teatrale DIVERSO – *laboratorio teatrale di integrazione con la disabilità*
27. Laboratorio di scrittura creativa OFF LINE PINK – *Laboratorio di scrittura creativa rivolto a ragazze dai 16 ai 19 anni in collaborazione con il Cantiere Adolescenti ASL CN1*
28. Weycup STAFF – *percorso di formazione e team building allo STAFF “Weycup” manifestazione di 3 giorni interamente progettata e gestita dai giovani saluzzesi*
29. Weycup (in una squadra) – *percorso di formazione e team building ai capitani delle squadre partecipanti alla Weycup*
30. Friday For Future – *Organizzazione manifestazione cittadina alla giornata mondiale FFF*

31. HANGARLAB “Tra il dire e il fare” (formazione con Hangar Piemonte) - *workshop , percorso di laboratori con l’obiettivo di fornire strumenti tecnico gestionali applicati alla progettazione culturale e sociale*

32. #farecose – *percorso di incubazione per progetti innovativi nel settore sociale e culturale per animare nuovi modelli di inclusione sociale attraverso contenuti che favoriscano processi di collaborazione e cittadinanza attiva.*

33. Con i tuoi occhi – *Laboratorio teatrale per ragazzi/e tra gli 11 e 15 anni di scoperta del Sé in collaborazione con “Voci Erranti”*

#### Attività in Francia

1. Marche gourmande 8/9/2019 sur la montée du Col Agnel
2. Formation vidéo et ateliers numériques avec Axel pepin à Aiguilles
3. Après-midi d'animation dans l'espace jeunes avec Babeth à Aiguilles
4. Concours envol

Anche per quanto riguarda tali attività, la maggior parte degli intervistati mostra di conoscerle, anche nel caso in cui non vi abbia partecipato. Vi sono, tuttavia, alcune differenze e osservazioni che si possono sintetizzare come di seguito:

- le attività a maggiore tasso di partecipazione sono i Friday for future, l’Aritmia Music Festival e Weycup (come squadra o come staff);
- si tratta anche delle attività più conosciute, anche qualora non si abbia partecipato, insieme ai laboratori teatrali, cinematografici e di scrittura
- le attività a minore tasso di partecipazione (tra i rispondenti al questionario) sono state Parliamone SIRIAMENTE, Rural happening, HANGARLAB (formazione con Hangar Piemonte), #farecose, Tournée da bar, Passi sulla luna, MAUX party, forse perché, almeno in alcuni casi, presupponevano una presenza più competente e orientata alla progettazione.

Anche in questo caso i ragazzi rilevano alcuni punti di forza e di debolezza che possono fungere da stimolo per la progettazione futura:

#### **Punti di forza**

La creazione di una rete di persone  
Iniziativa innovative

La possibilità di partecipare attivamente

#### **Punti di debolezza**

Scarsa comunicazione delle iniziative

La scarsa partecipazione (soprattutto nella fascia di età under 18) 1

Sono state, infine, sottoposte al giudizio dei ragazzi le iniziative transfrontaliere (Lab), quali:

- Mab Unesco Monviso Youth Camp 2018 (rifugio Bagnour - valle Varaita), *Camp residenziale sul tema dello sviluppo sostenibile e del Programma Mab UNESCO.*
- #RistoLab (scambio a Ristolas - Queyras)
- Mab Unesco Monviso Youth Camp 2019 (Ostana - valle Po), *Camp residenziale sul tema dello sviluppo sostenibile e del Programma Mab UNESCO.*
- Notte bianca al rifugio Vallanta
- No limits (scambio a Barcelonnette)

Tali iniziative hanno riscontrato una partecipazione più contenuta (anche perché talvolta limitate nel numero massimo di partecipanti), ma sono molto conosciute dai ragazzi, che, anche in questo caso hanno rilevato le dimensioni più solide e quelle da migliorare (con particolare riferimento ai due Mab Unesco Monviso Youth Camp):

#### **Punti di forza**

Nuove amicizie  
Educatori preparati e con competenze differenziate  
Maggiore consapevolezza rispetto al territorio in cui si vive  
Formazione su temi importanti in maniera divertente  
Possibilità di confronto

#### **Punti di debolezza**

Poco tempo a disposizione  
Difficoltà nel realizzare le iniziative progettate

## **SOLIDARIETÀ PER LE PERSONE FRAGILI**

---

### **Risultati attesi**

Modellizzazione servizi transfrontalieri:

- a. animazione a supporto della relazione per persone fragili (Ateliers)

Le attività svolte sul target fragili, avente come focus territoriale la Valle Varaita, sono state caratterizzate, come per la parte dedicata ai giovani, da un livello di sperimentazione e innovazione molto elevato e sfidante, riconducibile ai seguenti punti:

### **Animare i fragili per attivare una comunità**

Le attività, pur concentrandosi sul target fragili/anziani, sono state in grado di attivare le comunità locali, coinvolgere volontari enti e associazioni.

In questo senso si può dire che oltre a essere stato raggiunto l'obiettivo di progetto, i risultati e il grado di adesione alla programmazione mostrano che gli operatori impegnati hanno svolto un vero e proprio ruolo, efficace e trasversale, di animatori di comunità.

### **Attenzione al metodo**

Le attività hanno seguito uno schema preciso e innovativo per il target di riferimento, dalla mappatura dei bisogni, alla progettazione condivisa, alla realizzazione delle attività. Il risultato è stato un vero e proprio format replicabile.

### **Contaminazione e mix di competenze**

L'efficacia del progetto e delle attività sono state frutto di un mix di competenze e una contaminazione di tecniche tra:

- OSS e educatori;
- attività tipicamente utilizzate per i giovani (gioco, coinvolgimento attivo) e assistenza ai fragili;
- modello francese (più consolidato e strutturato) e italiano.

## Comunicazione e linguaggi

Un elemento di innovazione è stata l'attenzione alla comunicazione e disseminazione. Gli operatori coinvolti hanno svolto un'attività di documentazione e diffusione, soprattutto social, rivolta al pubblico generico, che si è rivelata efficace (la pagina facebook di com.viso ha raggiunto circa 14.000 persone).

Parallelamente è stata svolta un'attività di comunicazione "diretta", nella valle, volta al coinvolgimento del target. In questo caso è risultato fondamentale l'utilizzo di linguaggi culturalmente radicati e, per questo, efficaci.

## Continuità

Altra caratteristica positiva e caratterizzante il progetto è la continuità data alle attività e agli eventi. Per il target e la comunità di riferimento, poter disporre di appuntamenti fissi, di un rito, e di operatori impegnati in continuità, ha costituito un punto di forza, collante per il successo del progetto.

## Riproducibilità

Le modalità e caratteristiche precedentemente descritte, sono state impostate e comunicate, in quanto sperimentali, con l'obiettivo di poter essere riprodotte in altri contesti. Gli eventi e seminari di comunicazione hanno visto la partecipazione di operatori di territori vicini, anche a scopo formativo. Per le relazioni attivate si rimanda al paragrafo "Capitalizzazione".

## Attività svolte

- |          |   |
|----------|---|
| 29-06-18 | Iniziativa di piccolo gruppo transfrontaliero (pranzo a Rore + visita museo etnografico Sampeyre. Sperimentazione di formazione gruppo transfrontaliero   |
| 04-07-18 | Riso e Sale (rifugio Agnello-Francia):<br>ritrovo sui sentieri del contrabbando, francesi e italiani si incontrano per rinnovare la tradizione e consolidare i rapporti di amicizia.  |
| 12-07-18 | World Cafè media valle (Melle-ala comunale)<br>incontrare amministratori e associazioni per far conoscere e aprire un confronto del progetto Alcotra #com.viso.   |
| 24-08-18 | iniziativa di piccolo gruppo transfrontaliero (pranzo + visita alla Fabbrica dei Suoni Venasca).  |
| 05-09-18 | iniziativa di piccolo gruppo transfrontaliero (pranzo + visita Museo Saluzzo).  |
| 13-09-18 | restituzione World Cafè media valle (Brossasco-Segnaia):<br>restituire le impressioni della serata di lavoro e chiedere alle amministrazioni e associazioni la collaborazione diretta e attiva per la realizzazione del progetto.       |
| 04-10-18 | World Cafè alta valle (Sampeyre-Hotel Monte Nebin):<br>incontro amministratori e associazioni per far conoscere e aprire un confronto.  |
| 15-10-18 | iniziativa di piccolo gruppo transfrontaliero (Fiera di Saint Luc-Guillestre).  |
| 06-12-18 | restituzione World Cafè alta valle (Sampeyre salone comunale):<br>restituire le impressioni della serata di lavoro e chiedere alle amministrazioni e associazioni la collaborazione diretta e attiva per la realizzazione del progetto. |
| 15-01-19 | incontro operativo con associazioni e volontari media valle (Venasca-Uff.turistico): sperimentare una collaborazione nella programmazione di attività, eventi, momenti di condivisione rivolti alle persone fragili.                    |

- 19-02-19 Ludus in tabula (Brossasco-Segnavia Porta di Valle)  
(26-02/05-03/12-03/19-03/26-03/02-04/09-04/16-04/23-04/30-04/14-05/21-05/04-06): incontri settimanali di attività ludico-ricreative con l'obiettivo di creare gruppo e fare integrazione tra volontari e persone che vivono fragilità.
- 14-03-19 Incontro operativo con associazioni e volontari alta valle (Rore):  
sperimentare una collaborazione nella programmazione di attività, eventi, momenti di condivisione rivolti alle persone fragili.
- 26-03-19 Incontro operativo con associazioni e volontari media valle (Venasca Uff. Turistico): aggiornamento e condivisione sulle attività di animazione.
- 02-05-19 Sperimentazione Ludus in tabula in Casa di riposo (Sampeyre)  
(09-05/16-05/23-05/20-06)  
incontri settimanali di attività ludico-ricreative con l'obiettivo di creare una rete tra volontari e persone che vivono fragilità con le persone fragili inserite in casa di riposo.
- 27-29-05-19 Soggiorno marino (Diano Marina) e consolidamento del gruppo (fragili- volontari e operatori).
- 03-07-19 Riso e Sale (Chianale):  
aggregazione e condivisione con i partner francesi.
- 22-08-19 Ludus in Tabula Estate (Frassino-Bar dell'Isola)  
animazione, convivialità, aggregazione.
- 30-08-19 Montagna per tutti (Becetto-Colle del Prete)  
sperimentazione ausili adatti alle persone fragili (joelette) – inclusione.
- 19-09-19 Ravioles den bot (Casteldelfino-locali Casermette):  
integrazione, manualità, condivisione dei saperi e delle esperienze.
- 03/04-10-19 Formazione operatori (giovani e fragili) con Gruppo Abele
- 10-10-19 Fiero del des (Bellino):  
cultura e tradizione locale
- 05-11-19 Primo incontro formativo operatori target "fragili" con Kristian Caiazza del Gruppo Abele.
- 07-11-19 Ludus in Tabula "il ritorno" (Melle-Ala Comunale)  
(21-11, 28-11, 5-12, 12-12)  
animazione ludico- ricreativa
- 14-11-19 Workshop "EMPOWERING COMMUNITIES" a Torino presso Università della Strada-Gruppo Abele.
- 19-11-19 Primo incontro formativo per operatori e volontari con dr. Caramella
- 21-11-19 2° incontro formativo operatori target "fragili" con Kristian Caiazza del Gruppo Abele.
- 26-11-19 2° incontro formativo per operatori e volontari con dr. Caramella.
- 14-12-19 Seminario di chiusura del progetto #com.viso (Aiguilles-Francia).
- 17-12-19 Restituzione e narrazione del lavoro svolto con il dr Caramella.
- 19-12-19 3° incontro formativo operatori target "fragili" con Kristian Caiazza del Gruppo Abele.
- 19-12-19 Pranzo di Natale (Rore, ristorante Amici)

## Partecipanti e soddisfazione

Inizialmente i partecipanti alle attività sono stati i fragili già seguiti dal servizio sociale poi, attraverso la comunicazione, il volantaggio e il passaparola tra amministratori e associazioni locali è aumentata l'affluenza, a fine progetto è stato raggiunto un numero che si aggira intorno a 50/60 persone.

Per valutare la soddisfazione degli utenti si è deciso di procedere alla somministrazione di un questionario che potesse affiancare i giudizi espressi dai testimoni privilegiati.

Hanno risposto al questionario una decina di volontari/fragili che hanno partecipato al progetto.

La prima cosa che si può notare è che tutti si dicono partecipanti attivi/volontari, non semplici utenti. Questo dimostra la natura "coinvolgente" e "animatrice" delle attività proposte, volte non solo a aiutare il target, ma a renderlo capace di aiutare, nell'ottica di mobilitare l'intera comunità.

I rispondenti al questionario, rappresentativi del profilo medio degli utenti, sono pensionati, con licenza media, residenti nella media/bassa valle, per la metà da soli.

Tutti si dicono molto soddisfatti delle attività proposte e degli operatori coinvolti, ritenendo molto importante garantire la continuazione del progetto.

La continuità e la cadenza settimanale delle attività sono stati punti di forza evidenti, confermando l'utilità e il successo del format proposto.

## Enti/Associazioni direttamente coinvolte

Amministrazioni comunali: Costigliole, Piasco, Venasca, Rossana, Isasca, Brossasco, Melle, Frassino, Sampeyre, Casteldelfino, Bellino, Pontechianale.

Associazioni: Proloco di tutti i comuni della valle, Fabbrica dei suoni (Venasca), ANA (Brossasco), CRI Melle, Associazione Lu Rure (Rore), Bar Isola (Frassino), Segnavia-porta di Valle (Brossasco), Bar Fioca/Antagonisti (Melle), Bar da Giò (Chianale), Casa di riposo (Sampeyre), Associazione Pastur de Blins (Bellino), Unione Montana Valle Varaita, Carabinieri (Venasca, Sampeyre, Casteldelfino).

## ANIMAZIONE SOCIALE

---

### Risultati attesi

Modellizzazione del profilo (competenze) e linee guida per contenuti e approccio formativo

Tra le questioni caratterizzanti il progetto e la sua natura sperimentale, è stata individuata come focus la definizione e comprensione della figura dell'animatore sociale, trasversale e centrale nel concept di #Com.Viso.

Questa attività può essere riassunta, nel suo sviluppo, in quattro temi:

### Ricerca

#Com.Viso ha visto la collaborazione tra i partner e l'Università degli Studi di Torino, producendo una ricerca avente come oggetto le attività e gli operatori di progetto: "Senso e prospettive del lavoro di comunità. Sguardi interdisciplinari attraverso le voci del territorio." a cura di Federico Zamengo, Percorsi di Ricerca, Franco Angeli Editore, 2019.

### Formazione

Gli operatori e collaboratori del progetto hanno partecipato a un programma di formazione continua e multidisciplinare, dalla gestione del progetto, alla costruzione del gruppo, alle tecniche di animazione.

### **Scambio**

La natura transfrontaliera del progetto ha conferito un valore aggiunto per gli operatori coinvolti, favorendo lo scambio di competenze e tecniche, differenti su lato italiano e francese.

### **Comunicazione e comprensione della figura dell'animatore di comunità**

Un aspetto ritenuto fondamentale e approfondito è stato quello della comunicazione e comprensione del ruolo dell'animatore per il pubblico generico.

Questo è stato declinato in due direzioni:

- disseminazione e comunicazione generale verso il pubblico attraverso canali social e diretti, anche attraverso produzione di contenuti ad hoc (cartoon presentato in occasione del workshop Empowering Communities)
- formazione agli operatori per migliorare le capacità di comunicazione.

## **NUOVE TECNOLOGIE PER L'ANIMAZIONE SOCIALE**

---

### **Risultati attesi**

Modellizzazione servizi transfrontalieri:

- c. new media per animazione rivolta ai giovani
- d. nuove tecnologie per benessere e relazione per le persone fragili

Considerando il contesto di natura marginale/montana di applicazione del progetto, le tecnologie sono state ritenute strategiche in fase di progettazione, anche se solo parzialmente coinvolte in fase operativa.

L'attività sul tema si è sviluppata su due fronti distinti:

- lavoro sull'accessibilità per persone a mobilità ridotta, in particolare funzionale alla fruizione della montagna. Acquisizione di Joelette da mettere a disposizione delle attività nelle valli (sia su lato francese che italiano).
- Incarico affidato a Fondazione Links per svolgere un'attività di indagine e formazione sull'utilizzo di strumenti digitali a supporto di metodi e attività partecipative e di animazione. L'attività si rivolge specificatamente a operatori socio-culturali, già coinvolti nel progetto, in attività di animazione e aggregazione di gruppi giovanili e di soggetti fragili, finalizzate a sviluppare il benessere dei soggetti.

I metodi partecipativi sono l'infrastruttura dell'innovazione sociale: lavorare coi gruppi di varia dimensione è il modo per attivare e coinvolgere il territorio e per sviluppare capacità ideative, riflessive, realizzative nelle persone.

## VALUTAZIONE E CAPITALIZZAZIONE

---

### Risultati attesi

- c. Identificazione condizioni di sostenibilità economica dei modelli di servizio sperimentati
- d. Identificazione condizioni di fattibilità/trasferibilità: strumenti e reti locali necessarie, competenze da trasferire alla comunità
- d. Coinvolgimento della comunità locale e competenze acquisite nei territori di sperimentazione
- e. Valutazione del grado di soddisfazione degli utenti
- f. n. 1 label creato per il modello comprensivo dei 5 servizi basato sulle competenze modellizzate

Nei paragrafi seguenti sono descritti i principali risultati e impatti delle attività di capitalizzazione del progetto #Com.Viso.

### Comunicazione e disseminazione

A partire dalla fase di progettazione #Com.Viso è stato caratterizzato da una particolare attenzione ai materiali, canali e contenuti di comunicazione.

Il punto di partenza è stato il sostanziale vuoto comunicativo che caratterizza il settore del sociale in senso lato, acuitizzato nell'area di riferimento, soprattutto per quanto riguarda le attività ordinarie (obiettivo parzialmente raggiunto).

La strategia di comunicazione ha quindi incluso due aspetti principali:

- raggiungimento del più ampio pubblico possibile;
- formazione degli operatori nella capacità di comunicare in modo efficace (si veda il paragrafo precedente).

I materiali di comunicazione, come previsto da dossier, sono stati:

- grafiche
- video, racconti dei lab e delle principali attività di progetto
- presenza social (Facebook).

Per quanto riguarda quest'ultimo punto i dati sono decisamente positivi:

- 636 followers,
- 5283 persone raggiunte con un solo post,
- 250 post pubblicati,
- 14.000

### Analisi della stampa locale

La ricerca condotta sulle testate piemontesi (possibile grazie a un'applicazione messa a disposizione online dal Consiglio Regionale del Piemonte attraverso il Corecom, ha restituito più di 30 articoli nel corso del 2018 e 2019, con una buona presenza sulle testate di Saluzzo (Saluzzo Oggi, Corriere di Saluzzo e La Gazzetta di Saluzzo) e una diffusione meno intensa su altre testate della provincia, come Idea, La Guida, La Fedeltà.

Si tratta di una buona copertura stampa del progetto, spesso presente nelle prime pagine dei giornali o nelle pagine culturali e dedicate ai giovani, e caratterizzata da grande varietà degli

argomenti e degli eventi raccontati, arrivando a coprire buona parte delle principali attività organizzate nel contesto del progetto.

La rassegna così raccolta si trova negli allegati.

### **Workshop Empowering Communities**

Il workshop europeo Empowering Communities, ha avuto luogo a Torino, presso la sede del Gruppo Abele (Fabbrica delle E) il 14 novembre 2019 ed è stato organizzato in collaborazione con la Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura e Europa développement.

Il workshop (in lingua italiana e francese) ha intercettato l'interesse di circa 160 persone, Italiani e Francesi.

Obiettivo del workshop è stato quello di mettere al centro le logiche e le strategie su cui si è sviluppato il progetto #Com.viso, e scolarle in azioni e pratiche che permettano una riflessione intorno al tema dello sviluppo delle comunità, con lo scopo di migliorare la qualità di vita delle popolazioni che vivono nei territori di montagna attorno al Monviso e nei territori transfrontalieri, favorendo pratiche di innovazione sociale, in linea con i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile contenuti nell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, e con la Programmazione Europea 2021 - 2027. Il programma della giornata ha previsto un'introduzione iniziale sui temi toccati dal progetto #Com.viso e sulle strategie messe in atto per favorire lo sviluppo della comunità, che hanno posto al centro della propria attività la figura dell'animatore sociale, al fine di rivitalizzare il dinamismo dei gruppi sociali, in quanto mediatore tra diverse comunità e perno per la creazione di legami tra le amministrazioni e territori coinvolti. L'organizzazione della giornata ha permesso la creazione di un contesto generativo di idee e spunti di riflessione, partite dal progetto #Com.viso e ulteriormente sviluppate con una discussione collettiva sui casi ed esempi pratici attuati da altre realtà a livello nazionale ed internazionale.

Il workshop si è strutturato in due parti: una prima parte mattutina in plenaria in cui sono state presentate azioni e risultati del progetto #Com.Viso. seguita da un panel tematico che ha affrontato temi legati all'innovazione sociale, in linea con la Programmazione Europea 2021 - 2027, con il racconto e confronto di una serie di buone pratiche e ricerche scientifiche. La seconda parte, nel pomeriggio, ha visto il coinvolgimento attivo dei partecipanti intorno a 5 tavoli tematici con l'obiettivo di definire le principali sfide per il futuro dell'innovazione sociale:

- 1) #RELAZIONI
- 2) #SPAZI
- 3) #RISORSE
- 4) #LINGUAGGI
- 5) #FRONTIERE

### **Relazioni e capitalizzazione**

#### **Convenzioni**

UNITO: è stata firmata una convenzione di ricerca, per dare continuità alla collaborazione tra il Consorzio Monviso Solidale e l'Università degli studi di Torino.

ASL: l'azienda sanitaria locale si è impegnata ad approfondire la mappatura e la progettualità relativa agli elementi di fragilità nelle valli, riconoscendo l'efficacia del format proposto da #com.viso in valle Varaita.

BUSINESS PLAN del polo ex caserma Mario Musso a partire dagli spazi riqualificati (Spazio Giovani).

### **#Com.Viso come buona pratica**

Fondazione CRC: ascolto per replicabilità del progetto e (fragili)

Compagnia di San Paolo: buona pratica e contatto con il progetto Transform

CIRS (Conferenza italiana ricerca sociale): buona pratica

### **Nuovi partner (in domini differenti da quelli di rete del capofila)**

Gruppo Abele: formazione e nuove relazioni

Università degli Studi di Torino: formazione e ricerca sulla figura dell' animatore

Social Community Theatre: nuove relazioni e sinergie sui progetti (capofila di un altro progetto)

Alcotra con focus su innovazione sociale e aree montane (Terract)

Hangar Piemonte: formazione

Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura: coprogettazione di due lab a tema UNESCO e

Sviluppo sostenibile, organizzazione del Workshop Europeo.

Parco del Monviso e del Queyras: collaborazione sul tema sviluppo sostenibile e lab a tema UNESCO.

Fondazione Links: innovazione tecnologica.

Associazione Politiche Giovanili: business plan del polo Ex Caserma Mario Musso.

### **Progetti collegati, nati in continuità**

- Terres Monviso - progetto Incl
- Erasmus
- Alcotra #FormViso (in valutazione)

## SWOT DI SINTESI DEL PROGETTO #COM.VISO

Di seguito è presentata l'analisi SWOT (Punti di forza, Debolezze, Opportunità, Minacce) relativa al progetto #Com.Viso, inteso nella sua fase di progettazione, svolgimento, risultati.

<b>Punti di Forza</b>	<b><u>Punti di Debolezza</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sperimentazione di attività e processi virtuosi, non applicati nelle attività ordinarie delle organizzazioni coinvolte</li> <li>• Creazione di reti e partnership efficaci</li> <li>• Attivazione di risorse e relazioni anche al di fuori del progetto</li> <li>• Operatori e educatori altamente qualificati e riconosciuti sul territorio</li> <li>• Creazione di una comunità di giovani molto motivati</li> <li>• Creazione di una comunità di volontari e operatori nelle valli montane attenti al target fragili</li> <li>• Generazione di impatto evidente sul territorio (Saluzzo e valli coinvolte)</li> <li>• Messa a disposizione di nuovi spazi di riferimento per i target di progetto e non solo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitata capacità di sistematizzazione delle iniziative</li> <li>• Limitata capacità/strumenti di comunicazione per le attività ordinarie</li> <li>• Limitata programmazione nel monitoraggio e nella raccolta di dati</li> <li>• Sbilanciamento tra le attività sperimentali su lato italiano e francese</li> <li>• Limitata consapevolezza da parte della popolazione locale rispetto alle potenzialità del progetto</li> </ul>
<b><u>Opportunità</u></b>	<b><u>Minacce</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trasferimento dei format giovani e fragili a territori simili o limitrofi</li> <li>• Attivazione autonoma di volontari e realtà coinvolte nel progetto</li> <li>• Sviluppo esperienze di business collegate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decremento dei Fondi UE a disposizione per le sperimentazioni</li> <li>• Cambiamenti demografici intensi</li> </ul>

## INDICAZIONI STRATEGICHE

---

In questo paragrafo sono presentate, in tre punti, alcune tematiche che i ricercatori della Fondazione Santagata ritengono strategiche per l'elaborazione e l'implementazione futura di progetti simili a #Com.Viso.

I punti, posti in forma di suggestione, sono stati pensati in un'ottica di:

- miglioramento del format di progetto,
- replicabilità delle attività e dei risultati,
- massimizzazione degli impatti positivi.

### **Raccolta dati e monitoraggio**

Sulla base dell'attività di valutazione svolta, pur considerando adeguata la mole di dati e informazioni estrapolate dai materiali di progetto, dai questionari e dalle interviste, si ritiene utile sottolineare come, in funzione di futuri progetti complessi come #Com.Viso, risulti molto conveniente e efficace impostare fin dalle prime fasi un framework di raccolta dati e indicatori in grado di fornire un quadro chiaro dell'avanzamento delle attività (monitoraggio) e set di dati e informazioni utili all'analisi ex post (valutazione).

Questo garantirebbe:

- la visibilità e la misurabilità degli impatti del progetto;
- la possibilità di utilizzare i dati in chiave di comunicazione, rendicontazione, fundraising;
- l'opportunità di migliorare le attività nel corso del progetto.

Per un approfondimento sugli indicatori e come integrarli nella progettazione si rimanda al capitolo successivo.

### **Sostenibilità economica e messa in valore**

Considerato il successo dei format di intervento sviluppati per i due target principali (giovani e fragili), emerge chiaramente, oltre all'efficacia delle iniziative, la sfida di rendere strutturale questo modo di operare. Questo si può fare seguendo tre possibili direzioni:

- replicare i format in altri territori (a partire dal resto della provincia di Cuneo), attraverso il supporto delle istituzioni preposte. Questo in parte si sta verificando grazie agli accordi con ASL e alla collaborazione con la Fondazione CRC, ma presenta alcuni evidenti limiti quali la dipendenza dai decisori locali e dalle finanze pubbliche, pur essendo la soluzione idealmente più auspicabile per il lungo periodo;
- attivare le realtà direttamente o indirettamente coinvolte nel progetto affinché proseguano le attività in autonomia sul territorio. Soprattutto per quanto riguarda il target fragili è emersa una forte componente di volontariato, potenzialmente in grado di portare avanti le iniziative, questo espone però al rischio di "de professionalizzare" gli interventi e, di conseguenza, di abbassarne la qualità. Parallelamente può costituire un'opportunità per un periodo di transizione;
- sviluppare veri e propri format orientati al business, in grado di competere sul mercato dell'educazione e dell'animazione di comunità. Questo valorizzerebbe ulteriormente le figure degli operatori coinvolti nel progetto, senza però snaturare il mandato pubblico e istituzionale dell'ente capofila.

### **Contaminazioni: salute cultura e animazione di comunità**

Per concludere, una suggestione di indirizzo tematico e di ricerca.

Il vero punto di forza del progetto #Com.Viso è stato quello di spostare l'immaginario dell'assistenza sociale da un mondo puramente collegato alla sanità a vero e proprio driver di sviluppo locale e di comunità.

Il ponte che ha permesso questo salto è stata, a nostro avviso, la cultura, intesa come arte, riscoperta delle tradizioni, usi e costumi locali, ma anche saper fare, stimolo alla creatività e formazione in senso stretto.

Tutte componenti introdotte dalle attività di progetto, per entrambi i target.

Su questa linea potrebbe risultare interessante sviluppare progettualità ad hoc, con una forte componente sperimentale e di ricerca: investigare a livello locale, operativo, immersivo, il binomio salute e cultura in contesti rurali/provinciali, come quelli di azione dei partner di #Com.Viso.

Questo andrebbe nella direzione auspicata dalla prossima programmazione europea, oltre a risultare potenzialmente innovativo e di avanguardia nei possibili contributi che potrebbe dare al raggiungimento degli obiettivi posti dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.



The background of the page is a photograph of several white bowls containing wooden sticks and colorful plastic eggs. The bowls are arranged on a brown, textured surface. One bowl in the top left contains many plain wooden sticks. A bowl in the top right contains several colorful plastic eggs (pink, purple, yellow, blue, green). A bowl in the middle left also contains colorful plastic eggs. A bowl in the middle right contains wooden sticks with a ribbed texture. A bowl in the bottom left contains wooden sticks, some with ribbed textures. A bowl in the bottom right contains wooden sticks with ribbed textures.

## CAPITOLO 3: INDICAZIONI PER LA PROGETTAZIONE E IL MONITORAGGIO

*Il capitolo che segue presenta alcune indicazioni operative per la costruzione di progetti e indicatori di monitoraggio.*

## SCHEMA DI BASE PER LA COSTRUZIONE DI UN PROGETTO SOCIO-CULTURALE

La sistematizzazione delle attività rappresenta una delle sfide principali della progettazione in ambito socio-culturale, per questo motivo in coda alla valutazione si è ritenuto utile proporre uno schema di base, utilizzabile per la costruzione, presentazione e monitoraggio di un progetto, che ne garantisca l'efficacia e la riproducibilità.

Di seguito è riportata la sintesi. In allegato il format operativo.

Step	Contenuti
<b>1. Sintesi della proposta progettuale</b>	5/10 righe di descrizione rispondendo a queste domande: cosa si propone, perché lo si propone, per chi, dove, risultati.
<b>2. Contesto di riferimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Territorio</li> <li>b. Società</li> <li>c. Sintesi dei valori e qualità culturali della comunità</li> <li>d. SWOT semplificata della situazione attuale: punti di forza, debolezze, opportunità.</li> </ul>
<b>3. Attori coinvolti</b>	Tabella sintetica che comprenda: <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Attore</li> <li>b. Descrizione breve (chi è, cosa fa)</li> <li>c. Bisogni e aspettative</li> <li>d. Potenzialità e implicazioni nel progetto</li> </ul>
<b>4. Problema principale</b>	Quale problema risolve il progetto? A quale bisogno risponde?
<b>5. Obiettivo generale</b>	Qual è l'obiettivo generale e auspicabile in risposta al problema/bisogno principale?
<b>6. Descrizione del progetto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Obiettivo/i specifico del progetto</li> <li>b. Risultati attesi</li> <li>c. Descrizione dei target</li> <li>d. Attività previste e tempistiche</li> <li>e. Budget</li> <li>f. Canali di finanziamento</li> </ul>
<b>7. Indicatori di monitoraggio e valutazione</b>	vedi capitolo seguente

## DEFINIZIONE DI INDICATORI PER IL MONITORAGGIO E LA VALUTAZIONE

Al fine di valutare le ricadute e gli impatti derivanti dall'implementazione degli obiettivi di attività simili a quelle presenti nel progetto #com.viso, sono di seguito raccolti una serie di indicatori funzionali a verificarne il graduale sviluppo e le performance complessive delle singole azioni. Tali indicatori permettono di costruire uno strumento efficace di valutazione ed eventuale revisione in progress delle azioni stesse.

Lo schema di indicatori che viene riportato di seguito necessita di esser monitorato costantemente nel tempo e preferibilmente ogni anno, fornendo così le basi per impostare una sorta di bilancio sociale di progetto e, soprattutto, lo strumento di conoscenza per monitorare le azioni, individuare eventuali scostamenti rispetto a quanto previsto, identificare e adottare le misure necessarie a raggiungere gli obiettivi previsti.

### Conoscenza e formazione

Azioni interessate (esempi)	Misura dell'indicatore	Formula	Obiettivo di misurazione	Comparabilità
<b>Pubblicazioni</b>	Numero pubblicazioni realizzate/anno rispetto agli anni precedenti	$(pu_t - pu_{t-1} / pu_{t-1}) * 100$	Capacità di produrre nuova conoscenza	Anno precedente/periodo senza progetto in corso
<b>Accessi al sito</b>	Numero di accessi effettuati al sito rispetto agli anni precedenti	$(as_t - as_{t-1} / as_{t-1}) * 100$	Capacità di disseminare la conoscenza prodotta	Anno precedente/periodo senza progetto in corso
<b>Convegni Numero convegni e conferenze/anno rispetto a anno precedente</b>	$(c_t - c_{t-1} / c_{t-1}) * 100$	Capacità di disseminare la conoscenza prodotta	Anno precedente	
<b>Formazione dei formatori</b>	Percentuale degli eventi organizzati dall'ente per i formatori	$(f_t - f_{t-1} / f_{t-1}) * 100$	Capacità di incontri formativi per i formatori.	Anno precedente/periodo senza progetto in corso
<b>Incontri formativi</b>	Percentuale degli eventi organizzati dall'ente sul totale degli eventi e variazione nel tempo	$(i_t - i_{t-1} / i_{t-1}) * 100$	Capacità di incontri formativi e variazione nel tempo.	Anno precedente/periodo senza progetto in corso
<b>Conoscenze</b>	Misurazione delle conoscenze acquisite tramite questionari a risposta multipla al termine della realizzazione di ciascuna attività	$c * 100 / C$	Acquisizione di conoscenze	Percentuale rispetto al totale
<b>Scuole</b>	Numero di scuole (alunni) coinvolte nelle attività/totale scuole	$s * 100 / S$	Capacità di coinvolgere le scuole	Percentuale rispetto al totale

<b>Progetti scolastici</b>	Numero progetti realizzati per tipo di scuola (ordine e grado)/anno rispetto all'anno precedente	$(ps\ t - ps\ t_{-1} / ps\ t_{-1}) * 100$	Capacità progettuale con le scuole	Anno precedente
<b>Conoscenze scuole</b>	Misurazione delle conoscenze acquisite tramite questionari a risposta multipla al termine della realizzazione di ciascuna attività	$cs * 100 / CS$	Acquisizione di conoscenze da parte delle scuole	Percentuale rispetto al totale
<b>Eventi di divulgazione</b>	Numero eventi a carattere divulgativo/anno rispetto a anno precedente	$(ed\ t - ed\ t_{-1} / ed\ t_{-1}) * 100$	Capacità di eventi divulgativi e variazione nel tempo.	Anno precedente/periodo senza progetto in corso
<b>Partecipanti</b>	Numero di partecipanti agli eventi di diverso carattere/anno rispetto a anno precedente	$(pa\ t - pa\ t_{-1} / pa\ t_{-1}) * 100$	Capacità di disseminazione formativi e variazione nel tempo.	Anno precedente/periodo senza progetto in corso
f i as Pr Pu c ed pa c C s S Ps cs CS	Incontri di formazione dei formatori Incontri formativi Numero di accessi al sito Progetti Pubblicazioni Convegni Eventi divulgativi Partecipanti Conoscenze acquisite Obiettivo di conoscenza Scuole coinvolte Totale scuole Progetti scolastici Conoscenze acquisite dalle scuole Obiettivo di conoscenza per le scuole			

## Interventi e attività

Azioni interessate (esempi)	Misura dell'indicatore	Formula	Obiettivo di misurazione	Comparabilità
Interventi	Numero di interventi realizzati/totale necessari	$(p * 100) / P$	Capacità di realizzare gli interventi	Percentuale rispetto al totale
Interventi/attività realizzati	Numero di progetti realizzati/anno rispetto all'anno precedente	$(p\ t - p\ t_{-1} / p\ t_{-1}) * 100$	Capacità di realizzare le attività	Anno precedente
Persone coinvolte	Numero di persone coinvolte nelle diverse iniziative/anno rispetto all'anno precedente	$(pe\ t - pe\ t_{-1} / pe\ t_{-1}) * 100$	Capacità di coinvolgere le persone	Anno precedente
Partecipanti di ritorno	Incremento dei partecipanti di ritorno/anno precedente	$(prt - pr\ t_{-1} / pr\ t_{-1}) * 100$	Capacità di fidelizzare i partecipanti	Anno precedente

Soddisfazione	Grado di soddisfazione rispetto alle attività	$x/10$ Questionario da costruire	Grado di soddisfazione	Anno precedente
p	Progetti realizzati			
pe	Persone coinvolte			
pr	Numero di partecipanti di ritorno			

## Coinvolgimento della comunità

Azioni interessate (esempi)	Misura dell'indicatore	Formula	Obiettivo di misurazione	Comparabilità
Reti collaborative	Numero di reti collaborative attivate o utilizzate/totale delle potenziali	$r * 100/R$	Capacità di ampliare le proprie reti di collaborazione	Percentuale rispetto al totale
Strumenti di fundraising	Numero di strumenti attivati/previsti	$f * 100/F$	Capacità di costruire un sistema di fundraising	Percentuale rispetto al totale
Donatori	Numero di soggetti donatori acquisiti/anno rispetto all'anno precedente	$(d t - d t_{-1} / d t_{-1}) * 100$	Capacità di costruire sensibilizzare i potenziali donatori	Anno precedente
Sponsorizzazioni	Numero di sponsorizzazioni attivate/anno rispetto all'anno precedente	$(sp t - sp t_{-1} / sp t_{-1}) * 100$	Capacità di costruire sensibilizzare i potenziali donatori	Anno precedente
attività commerciali	Numero di attività commerciali aderenti alle attività	$l * 100/L$	Capacità di coinvolgimento delle attività commerciali	Percentuale rispetto al totale
"Cultural commons"	Numero di associazioni/cittadini che si prendono cura degli spazi/anno rispetto all'anno precedente	$(cc t - cc t_{-1} / cc t_{-1}) * 100$	Capacità di coinvolgere i cittadini nella gestione dei beni comuni	Anno precedente
f	Strumenti di fundraising attivati			
F	Strumenti di fundraising potenziali			
d	Donatori			
sp	Sponsorizzazioni			
l	Locali aderenti			
L	Locali totali			
cc	Cultural commons			
r	Reti coinvolte			
R	Reti totali			

## DEFINIZIONE DI UN SISTEMA DI INCENTIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI

---

Posto il fatto che si ritiene che il successo dei progetti sia un obiettivo condiviso da tutti i partecipanti, è possibile definire un sistema di incentivi, che possa aiutare a lavorare nel migliore dei modi per la realizzazione dei progetti.

Incentivi nei confronti del personale:

- In accordo alle proprie politiche e regolamenti interni, gli enti partecipanti possono inserire il raggiungimento degli obiettivi dei progetti nel piano di attività dei propri dirigenti e funzionari, a seconda delle competenze e del grado di responsabilità di ogni figura. Questo consentirebbe di legare la realizzazione dei progetti alle attività istituzionali dei diversi enti
- Formazione: l'offerta formativa al fine di formare competenze necessarie per la realizzazione del piano si può configurare come un ulteriore incentivo per il personale interno

Incentivi nei confronti degli enti/istituzioni che collaborano:

- Promozione e pubblicità della loro attività: uno degli incentivi più importanti per gli enti che collaboreranno a vario titolo nella realizzazione dei progetti è l'attività di promozione e pubblicità anche di tali enti, effettuata tramite la comunicazione dei progetti stessi, che ne qualifica l'operato e lo porta a conoscenza di un pubblico più ampio, sia a livello di pubblico generale, sia a livello di quello professionale.

Stipula di partnership di lungo periodo: sono incentivi che garantiscono di impostare il lavoro nel lungo periodo, condizione di grande importanza in particolare per gli operatori privati

## BIBLIOGRAFIA

---

Bachelet M., Calò F., (2013) Modelli di valutazione di impatto sociale: le non profit nell'assistenza agli anziani, Working Paper

Bengo, I., Arena, M., Azzone, G., & Calderini, M. (2016). Indicators and Metrics for Social Business: A Review Of Current Approaches. *Journal of Social Entrepreneurship*, 7(1), 1-24.

Chiaf E. (2015), Un'analisi degli indicatori di impatto sociale. Social impact indicators identification, Centro Studi Socialis, Brescia.

Commissione Europea (2003), EVALSED The resource for the evaluation of Socio-Economic Development. Evaluation guide, Bruxelles.

Epstein, M. J., Yuthas, K., (2014), *Measuring and Improving Social Impacts: A Guide for Nonprofits, Companies, and Impact Investors*, Berrett-Koehler Publishers, Oakland.

EVPA, (2013) "A Practical Guide to Measuring and Managing Impact final"

GECES (2015), Approcci proposti per la misurazione dell'impatto sociale, Sottogruppo GECES sulla misurazione dell'impatto 2014, Commissione Europea, Luxembourg.

GRI (2015), Reporting Principles and standard disclosures, <https://www.globalreporting.org>

Grieco C., Micheli L., Iasevoli G. (2014), "Measuring Value Creation in Social Enterprises. A Cluster Analysis of Social Impact Assessment Models", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 44(6), pp. 1173-1193.

Human Foundation (2015), "Misurare o non misurare, questo è il dilemma! La valutazione dell'impatto sociale sul territorio",

Kail A., Lumley T. (2012), *Theory of Change. The Beginning of Making a Difference*, New Philanthropy Capital, London.

Maas K., (2014) "Classifying Social Impact Measurement Frameworks",

Mulgan G. (2010), "Measuring Social Value", *Stanford Social Innovation Review*, Summer.

Nicholls A., Nicholls J., Paton R. (2015), "Measuring Social Impact", in Nicholls A., Emerson J., Paton R. (eds.), *Social Finance*, Oxford University Press, Oxford.

OECD (1991), *Principles for the Evaluation of Development Assistance*, DAC Development Assistance Committee, Paris.

OECD (2015), *Policy Brief on Social Impact Measurement for Social Enterprises. Policies for Social Entrepreneurship*, OECD / European Commission, Luxembourg.

Perrini F., Vurro C. (2013), La valutazione degli impatti sociali. Approcci e strumenti applicativi, Egea, Milano.

Roche C. (1999), Impact Assessment for Development Agencies: Learning to Value Change, Oxfam GB, Oxford.

Scholten P., Nicholls J., Olsen S., Galimidi B. (2006), Social Return on Investment: a Guide to SROI Analysis, Lenthe Publishers, Amstelveen.

Scs consulting, Impronta Etica (2016), Linee guida per la misurazione dell'impatto sociale, una guida pratica per le organizzazioni.

Zamagni S., Venturi P., Rago S. (2015), "Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali",

## ALLEGATI

---

1. Questionario di soddisfazione target giovani
2. Questionario di soddisfazione target fragili
3. Format operativo per la redazione di progetti socio/culturali