

# Buone Pratiche





Questa Guida alle Buone Pratiche è stata sviluppata dal consorzio del progetto Mediate Your Future, che consiste in:



arteria  
foundation

Numero progetto: 2024-2-FR02-KA220-YOU-000293524

Impaginazione: European Literacy for All Network (ELAN)

Foto di copertina: Héctor J. Rivas on Unsplash

Ulteriori informazioni sul progetto e sui partner sopra elencati sono disponibili su:

<https://mediateyourfuture.eu/>



Cofinanziato  
dall'Unione europea

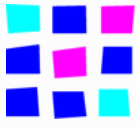


Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono però solo dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia Esecutiva Europea per l'Istruzione e la Cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenuti responsabili per questi.

PUBBLICAZIONE GRATUITA

# Tabella dei contenuti

<u>INTRODUZIONE.....</u>	<u>4</u>
<u>Festival Altrocioccolato.....</u>	<u>5</u>
<u>Citizens' café (Caffè dei cittadini).....</u>	<u>13</u>
<u>La Source - Uno spazio guidato dai giovani per la mediazione culturale, la partecipazione e l'impegno sociale.....</u>	<u>20</u>
<u>RAP MUSIC'ALL.....</u>	<u>26</u>
<u>Young Jazz from VENO'S (Młody Jazz z VENO'S).....</u>	<u>36</u>
<u>Casi di studio - Conclusioni chiave.....</u>	<u>44</u>
<u>RACCOMANDAZIONI.....</u>	<u>45</u>



# INTRODUZIONE

Benvenuti nella tua guida alle migliori pratiche nella mediazione culturale. Se tieni in mano questo documento, è perché hai il desiderio di creare, di unire le persone e di avere un impatto reale sul mondo che ti circonda.

Ecco, non ti daremo grandi teorie. Abbiamo selezionato progetti concreti che hanno avuto successo. Perché? Perché per immaginare il futuro non c'è niente di meglio che trarre ispirazione da chi ha già fatto il grande passo.

## **Perché questa guida è per te?**

La mediazione culturale è molto più che spiegare un'opera d'arte a un pubblico. È un vero motore dell'imprenditoria sociale. In un mondo che cambia a velocità vertiginosa, questo documento è qui per darti le chiavi del successo.

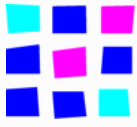
## **L'idea?**

Mostrarti come trasformare un'intuizione creativa in un progetto solido, capace di durare e, perché no, diventare la tua futura carriera.

- Dall'idea all'azione: scopri come una semplice intuizione sia diventata un progetto solido.
- Potenzia le tue competenze: la mediazione culturale è anch'essa imprenditoria sociale. È il modo migliore per imparare a gestire un team, comunicare efficacemente e aumentare la tua occupabilità.
- Cambia il gioco: scopri strategie per costruire connessioni, mobilitare la tua comunità e portare la cultura in luoghi inaspettati.

## **Cosa ti aspetta dentro questa brochure...**

... Sono cinque casi di studio ispiratori - progetti che hanno effettivamente funzionato ed evoluto nel tempo. Che si tratti di arte urbana o progetti comunitari, questi casi di studio sono qui per mostrarti che è possibile e, soprattutto, per darti una guida chiara su come avviare le tue iniziative. Esplora, scegli idee e, cosa più importante: rendi questi metodi tuoi per creare il tuo progetto ad alto impatto!



# FESTIVAL ALTROCIOCOLATO



## FATTI DI BASE

### **Paese/città/contesto locale:**

Città di Castello (Umbria, Italy)

### **Chi l'ha implementato?**

Umbria EquoSolidale - Fondata nel 2005, l'associazione Umbria Equo Solidale (UES) ha collaborato strettamente con il Governo Regionale dell'Umbria sia in ambito politico che tecnico. UES coordina e promuove le iniziative educative e formative dei negozi Fair Trade membri.

### **Quando?**

2005 - Presente, solitamente tenuto nell'ultimo fine settimana di ottobre.

### **Risorse e finanziamento:**

Finanziato da Banca Etica, Comune di Città di Castello, Governo Regionale dell'Umbria. In collaborazione con Altraeconomia, Boteguita, Lautoradio, Monimbò Perugia, Bufalini Scuola di Arti e Mestieri, Piano Terra, Equo Garantito, Ponte Solidale, Monimbò Terni. Alimentato da volontari.



## PUNTO DI PARTENZA: CONTESTO E PROBLEMA

Altrociocolato è un evento culturale che, da oltre 20 anni, riunisce progetti legati al Commercio Equo e all'economia solidale, partendo dal cacao e dal cioccolato di commercio equo fino ad espandere temi più ampi come la sostenibilità e la protezione dei sistemi alimentari e dell'ambiente. Organizzato da Umbria EquoSolidale, il festival si svolge in uno spazio urbano pubblico ed è profondamente radicato nell'area locale, coinvolgendo associazioni, volontari, produttori, artisti e cittadini.

Dal punto di vista degli organizzatori e dei giovani, il contesto sociale e culturale locale è caratterizzato da un crescente interesse per il consumo etico e la sostenibilità ambientale, soprattutto tra le nuove generazioni. Allo stesso tempo,

questi argomenti sono spesso percepiti come distanti, complessi o astratti. Questioni globali come lo sfruttamento nelle catene di approvvigionamento del cacao, i danni ambientali e le disuguaglianze economiche sono raramente collegate alle scelte quotidiane o alla vita culturale locale. Le opportunità per i giovani di partecipare attivamente a iniziative culturali e sociali sono limitate, e le attività culturali sono spesso scollegate dalla conoscenza scientifica e dalle questioni sociali.

Queste sfide sono state individuate attraverso l'esperienza diretta degli organizzatori in progetti di commercio equo, la collaborazione a lungo termine con produttori e organizzazioni di economia solidale, e le conversazioni continue con residenti locali, volontari e partecipanti. Le osservazioni durante eventi e workshop hanno inoltre evidenziato la difficoltà di coinvolgere un pubblico più ampio utilizzando i formati tradizionali di comunicazione.

Altrocioccolato è stato creato per colmare questa lacuna. Invece di offrire lezioni formali o mostre tradizionali, il festival adotta un approccio informale e partecipativo. Cibo, giochi, musica, workshop e momenti sociali diventano strumenti per collegare le sfide globali alle esperienze del territorio. Trasformando lo spazio pubblico in un ambiente condiviso per il dialogo e l'interazione, Altrocioccolato crea un modo accessibile e coinvolgente per affrontare la sostenibilità, rafforzare i legami comunitari e coinvolgere i giovani come partecipanti attivi piuttosto che come pubblici passivi.



## IDEA & OBIETTIVI

L'obiettivo principale di Altrocioccolato è sensibilizzare su commercio equo, sostenibilità e giustizia sociale attraverso un evento culturale inclusivo e partecipativo.

### **Gli obiettivi specifici includono:**

- aiutare le persone a comprendere la catena di approvvigionamento di cacao e cioccolato e promuovere un consumo etico e sostenibile.
- incoraggiare il dialogo tra produttori, cittadini, volontari e artisti.
- coinvolgere i giovani in attività culturali e sociali attraverso la partecipazione attiva.
- sperimentare forme informali e creative di educazione per affrontare la sostenibilità e la diversità culturale.

Altrocioccolato è collegato all'idea di imprenditoria sociale, poiché combina attività economiche (vendita di prodotti) con obiettivi sociali ed educativi. Il profitto non è l'obiettivo principale; invece, l'attenzione è posta sul valore sociale, sull'equità e sul beneficio della comunità.

Allo stesso tempo, il festival funge da forma di mediazione culturale. Aiuta le persone a comprendere argomenti complessi traducendoli in esperienze quotidiane, usando un linguaggio semplice, attività pratiche e momenti condivisi.

## PASSO DOPO PASSO: COME È STATO REALIZZATO

### **Passo 1: Preparazione**

La fase di preparazione dell'Altrocioccolato inizia diversi mesi prima della festa. Le prime azioni specifiche includono la definizione del tema annuale, la selezione della sede nello spazio urbano pubblico e la progettazione di un programma che combini commercio equo, sostenibilità, cultura e interazione sociale.

Umbria EquoSolidale è responsabile del coordinamento complessivo del festival, inclusa la progettazione del programma, il contatto con produttori e organizzazioni partner e la pianificazione logistica. Volontari e associazioni partner contribuiscono con idee e supporto pratico.

Gli strumenti utilizzati in questa fase includono:

- incontri di coordinamento in presenza con organizzatori e associazioni locali.
- pianificare workshop per modellare attività e contenuti educativi.
- Mappatura di produttori, artisti e organizzazioni locali allineate ai valori del commercio equo e della sostenibilità.

### **Passo 2: Costruire il team e le partnership**

Partecipanti, volontari e partner vengono selezionati tramite le reti esistenti di Umbria EquoSolidale e le chiamate aperte condivise localmente. I partner includono produttori di commercio equo, organizzazioni di economia solidale, artisti, educatori scientifici e associazioni locali.

I giovani sono motivati a partecipare attraverso un approccio informale e accogliente: il volontariato è presentato come un'opportunità per imparare, socializzare e contribuire attivamente a un evento significativo. L'atmosfera festosa, i pasti condivisi e i compiti collaborativi aiutano a creare un forte senso di appartenenza.

La cooperazione interculturale e intergenerazionale è centrale nel festival. I produttori del Sud Globale interagiscono con i cittadini locali, volontari di diverse età lavorano fianco a fianco, e bambini, adulti e anziani partecipano insieme a giochi, workshop e attività culturali.

### **Passo 3: Implementazione**

Durante il festival si svolge una vasta gamma di attività, tra cui:

- Degustazioni di cioccolato di commercio equo
- stand con prodotti alimentari sostenibili e oggetti fatti a mano
- Workshop educativi e scientifici
- Giochi tradizionali di legno
- una mensa condivisa per volontari
- Concerti serali con musicisti locali
- Esibizioni degli artisti di strada

### **Vengono utilizzati diversi metodi:**

- Mediazione culturale, collegando la vita quotidiana locale a questioni globali come le catene di approvvigionamento del cacao e la sostenibilità
- Istruzione non formale, attraverso workshop, degustazioni, giochi e interazione diretta piuttosto che lezioni formali
- Animazione sociale, che utilizza musica, arte, cibo e gioco per creare uno spazio pubblico aperto e partecipativo

I giovani svolgono un ruolo attivo come volontari e co-organizzatori. Supportano la logistica, accolgono i partecipanti, aiutano a gestire le attività e contribuiscono all'atmosfera dell'evento. Sebbene le decisioni strategiche rimangano nell'associazione organizzatrice, i giovani volontari sono coinvolti in decisioni pratiche e nella risoluzione dei problemi durante il festival.

### **Passo 4: Adattamento e risoluzione dei problemi**

Come evento pubblico all'aperto, Altrocioccolato affronta sfide come condizioni meteorologiche, vincoli logistici e la gestione di un pubblico ampio e diversificato. Alcune attività possono attirare più partecipanti del previsto, mentre altre richiedono adattamento a diverse fasce d'età.

Quando qualcosa non funziona come previsto, organizzatori e volontari modificano le attività sul momento, ad esempio modificando i programmi, semplificando i formati dei workshop o ridistribuendo i volontari dove necessario. Le decisioni vengono spesso prese collettivamente durante l'evento attraverso una comunicazione diretta tra organizzatori e volontari.

Questo approccio flessibile e adattivo permette ad Altrocioccolato di rispondere a situazioni impreviste mantenendo al contempo un ambiente accogliente, inclusivo ed educativo.



Chocolate, foto di [Elena Leya](#) su [Unsplash](#)

## **RISULTATI E IMPATTO REALE**

Altrocioccolato ha generato risultati tangibili e duraturi sia a livello individuale che comunitario. Nel corso degli anni, il festival ha coinvolto un gran numero di partecipanti, tra cui cittadini, volontari, produttori, artisti e organizzazioni, trasformando uno spazio urbano pubblico in un punto d'incontro vivace e inclusivo. Ogni edizione ospita molteplici attività come workshop, degustazioni, concerti e spettacoli, oltre a stand gestiti da produttori di commercio equo e economia solidale. La partecipazione forte e continua dimostra la rilevanza dell'iniziativa e la sua capacità di attrarre un pubblico diversificato.

Tuttavia, i risultati più significativi sono qualitativi. Il festival ha contribuito ad aumentare la consapevolezza del commercio equo, del consumo etico e della sostenibilità rendendo questi temi accessibili e concreti. I partecipanti non solo sono informati, ma anche coinvolti emotivamente e praticamente attraverso l'esperienza diretta. Di conseguenza, gli atteggiamenti verso il consumo, le scelte alimentari e la responsabilità globale vengono messi in discussione e spesso

rimodellati. Altrocioccolato favorisce anche il dialogo tra persone che di solito non si incontrano: produttori del Sud Globale (paesi generalmente caratterizzati come in via di sviluppo, meno sviluppati o economicamente svantaggiati, spesso condividendo storie di colonialismo e cercando maggiore autonomia politica), cittadini locali, volontari di diverse età, artisti ed educatori. Questi incontri hanno portato alla creazione di nuove relazioni e collaborazioni tra attori e organizzazioni locali.

Per i giovani, Altrocioccolato rappresenta più di un semplice evento culturale. Offre l'opportunità di assumere un ruolo attivo in un progetto reale e di sperimentare partecipazione, responsabilità e lavoro di squadra. I giovani partecipanti e i volontari sono reclutati solo tramite passaparola, sono coinvolti nell'organizzazione delle attività, nell'accoglienza del pubblico, nella gestione della logistica e nel supporto ai workshop. Attraverso questo coinvolgimento, acquisiscono fiducia, un maggiore senso di autonomia e una maggiore consapevolezza delle questioni sociali e ambientali. Molti giovani sperimentano, spesso per la prima volta, la sensazione che il loro contributo conta e che la cultura può essere qualcosa che aiutano a costruire, non solo a partecipare.

Per la comunità locale, Altrocioccolato ha contribuito a rafforzare i legami sociali e il senso di appartenenza. Lo spazio pubblico viene temporaneamente trasformato in un ambiente condiviso dove dialogo, cooperazione e scambio avvengono naturalmente. Il festival rafforza la visibilità di associazioni locali, organizzazioni di commercio equo, aziende e progetti di economia solidale, aiutandoli a connettersi con nuovi pubblici e clienti. Contribuisce inoltre a un cambiamento culturale più ampio, incoraggiando i cittadini a vedere la sostenibilità e il consumo etico come parte della vita locale quotidiana piuttosto che come questioni globali lontane.

I partecipanti, in particolare i giovani e i volontari, acquisiscono una vasta gamma di competenze rilevanti per la loro futura istruzione e carriera. Questi includono il lavoro di squadra, la comunicazione, la risoluzione dei problemi, le capacità organizzative e la capacità di interagire con pubblici diversi. Sviluppano inoltre competenze trasversali come la consapevolezza interculturale, l'impegno civico e il pensiero critico su sostenibilità e giustizia sociale. Queste competenze sono particolarmente preziose per percorsi professionali nei settori culturale, sociale, educativo e ambientale, ma anche trasferibili in molti altri settori.

Nel complesso, Altrocioccolato dimostra come un evento culturale locale possa produrre un reale impatto sociale combinando partecipazione, educazione informale e mediazione culturale, generando cambiamenti che vanno oltre la durata stessa del festival.

## PERCHÉ HA FUNZIONATO – FATTORI DI SUCCESSO

Il successo di Altrocioccolato si basa su una combinazione di valori chiari, forte coinvolgimento locale e metodi innovativi di mediazione culturale:

- **Forte legame con il contesto locale:** il festival nasce da rapporti esistenti con associazioni locali, produttori, volontari, artisti e cittadini, garantendo rilevanza, fiducia e continuità.
- **Coerenza tra valori e pratiche:** principi come commercio equo, sostenibilità e solidarietà non solo vengono comunicati, ma anche incarnati in ogni aspetto dell'evento, rafforzando la credibilità.
- **L'uso di più linguaggi e approcci:** cibo, gioco, musica, scienza e arte sono combinati per coinvolgere diversi pubblici e stili di apprendimento, rendendo questioni globali complesse accessibili e coinvolgenti.
- **Coinvolgimento attivo di volontari e giovani:** i partecipanti non sono semplici aiutanti passivi, ma contributori attivi, favorendo la responsabilità, la motivazione e lo sviluppo delle competenze.
- **Ambiente di apprendimento informale e accogliente:** lo spazio pubblico si trasforma in un ambiente aperto e rilassato dove l'apprendimento avviene attraverso l'esperienza e l'interazione piuttosto che tramite l'istruzione formale.

L'approccio innovativo di Altrocioccolato si basa nell'utilizzo di attività quotidiane, come mangiare, giocare e celebrare, come strumenti di mediazione e educazione culturale. Questo metodo esperienziale e interdisciplinare permette di esplorare questioni globali come la sostenibilità e il commercio equo in modo concreto, umano ed emotivamente coinvolgente.

Molti elementi di Altrocioccolato possono essere facilmente adattati altrove: lavorare con artisti e organizzazioni locali, combinare cultura e sostenibilità, utilizzare lo spazio pubblico come luogo di dialogo e creare ambienti di apprendimento informali e partecipativi. Il modello dimostra che una mediazione culturale efficace non richiede grandi infrastrutture, ma valori chiari, partenariati locali e un uso creativo delle risorse disponibili.



## LEZIONI APPRESE E CONSIGLI

Il caso di studio conferma che le persone imparano in modo più efficace quando sono attivamente coinvolte. La sostenibilità e il patrimonio diventano significativi quando vengono vissuti attraverso la partecipazione e non solo spiegazioni. Ambienti informali, attività quotidiane e interazione diretta aiutano a trasformare argomenti astratti in esperienze condivise e memorabili.

Un errore chiave da evitare è trattare i partecipanti come pubblici passivi invece che come contributori attivi. Un altro rischio è l'applicazione di formati non adattati al contesto locale, il che può ridurre rilevanza e coinvolgimento. Sottovalutare il ruolo della mediazione e della facilitazione può anche limitare l'impatto del progetto.



## RACCOMANDAZIONI

### **Per i giovani iniziatori:**

Parti dal tuo contesto locale e usa attività semplici e accessibili. Coinvolgi i coetanei fin da subito, condividi le responsabilità e sii aperto all'apprendimento attraverso la sperimentazione.

### **Per organizzazioni e istituzioni:**

Investire nella partecipazione e nella mediazione culturale. Coinvolgere i giovani fin dall'inizio e sostenere approcci non formali e interdisciplinari.

### **Per i partner locali:**

lavorare in modo collaborativo e costruire sulle reti esistenti. Combinare diverse prospettive e forme di conoscenza rafforza sia il progetto che la comunità.



## EXTRA: STRUMENTI E ISPIRAZIONE

- [Sito web di altrocioccolato](#)
- [Altrocioccolato IG](#)



# CAFÉ CITOYEN (CAFFÈ DEI CITTADINI)



## FATTI DI BASE

### **Paese/città/contesto locale:**

Tutto il Belgio

### **Chi l'ha implementato?**

Iniziative di base, ONG locali, volontari, autorità locali e fondazioni che concedono sovvenzioni

### **Quando?**

In corso

### **Risorse e finanziamenti (se presenti):**

Autorità locali, fondazioni che concedono sovvenzioni, fondi personali delle ONG (quote associative, donazioni, ecc.)



## PUNTO DI PARTENZA: CONTESTO E PROBLEMA

Il Belgio è un paese bellissimo, punteggiato da piccoli villaggi e città. Questi ambienti affascinanti comprendono diverse (centinaia) famiglie, una piazza principale, un municipio, una scuola, alcuni altri edifici pubblici e un caffè. Café, che svolge un ruolo fondamentale nella vita sociale della comunità. Molti di essi sono chiamati café citoyen [caffè dei cittadini]. Ma è molto più di un semplice nome. Dietro il café citoyen si trova tutta una filosofia di celebrazione e messa in risalto di tutto ciò che è locale: cibo, persone e cultura. Ciò che è ancora più interessante è che molti dei caffè cittadini sono gestiti da membri della comunità locale.

La maggior parte dei caffè era stata creata per lo stesso motivo: le persone che vivevano accanto non si conoscevano e non succedeva nulla in zona.

Rispondono a uno dei bisogni umani fondamentali: vivere in comunità e avere un senso di appartenenza. In una comunità locale sono luoghi dove le persone si conoscono, fanno cose insieme, condividono le proprie conoscenze e competenze e... si divertono.

## IDEA & OBIETTIVI

Sebbene i caffè cittadini in Belgio operino su principi simili e condividano molte caratteristiche, ognuno presenta adattamenti specifici al proprio contesto locale. Per questo motivo, in questa guida, lo presentiamo come un concetto generale, includendo esempi ed esperienze da diverse organizzazioni in tutto il Belgio. Grazie a questo, avrai un'idea migliore di quali siano i caffè dei cittadini, quali attività offrono e quale sia il loro modello di 'business'.

### **L'obiettivo principale:**

Creare un luogo conviviale dove persone di tutte le età potessero incontrarsi e trascorrere del tempo insieme all'interno di una comunità molto piccola.

### **Obiettivi specifici:**

- Promozione dei prodotti locali e degli agricoltori
- Adattarsi alle esigenze e alle aspettative della comunità
- Organizzare la vita culturale della comunità
- Offrire spazio per sviluppare le proprie competenze, hobby e interessi
- Coinvolgere i membri della comunità nella co-creazione del luogo come volontari

I Cafés citoyens combinano imprenditoria sociale, mediazione culturale e sostenibilità. Coinvolgono attivamente le comunità locali nella co-creazione continua di questo spazio, organizzano serate karaoke, sessioni di giochi da tavolo, numerosi workshop, concerti e così via. Sostengono fortemente i prodotti locali, dall'acquisto nei mercati regolari all'uso e servizio di cibi e bevande preparati con ingredienti coltivati localmente.

Se i caffè dei cittadini non esistessero, molte città belghe rimarrebbero senza spazi per riunioni.

## PASSO DOPO PASSO: COME È STATO REALIZZATO

### **Passo 1: Preparazione**

Per organizzare un caffè cittadino, serve uno spazio, persone e, naturalmente, qualche fondo. Nel caso del café citoyen, di solito si tratta di autorità locali che mettono a disposizione la sede all'organizzazione o al gruppo disposto ad aprire tale locale. Lo spazio non deve essere grande. Tipicamente comprende una o due stanze, alcuni spazi esterni e aree dietro le quinte (ad esempio, angolo cucina, bagni, magazzino).

Gli iniziatori sono più spesso ONG locali o gruppi di cittadini che iniziano come iniziative dal basso. Sono volontari disposti a fare qualcosa per la loro comunità.

Per raccogliere fondi per allestire lo spazio, spesso si rivolgono a organizzazioni che concedono sovvenzioni. Una delle più grandi in Belgio si chiama Fondazione Roi Baudouin [Fondazione Re Baudouin]. Nell'ambito di uno dei loro programmi di sovvenzione, Vis mon village! [Vive il mio villaggio!] possono ottenere fino a 5000 (cinquemila) euro per la loro iniziativa.

## **Passo 2: Costruire il team e le partnership**

I caffè dei cittadini sono spazi molto democratici e aperti. Invitano chiunque voglia sostenere le loro azioni a collaborare. Alcuni di loro si impegnano subito, fin dal primo giorno. Ma alcuni di loro si uniscono alla squadra più avanti. Per prima cosa, vengono come ospiti per incontrare vicini e amici; poi diventano visitatori abituali; e infine, decidono di unirsi. È un formato molto aperto.

Tuttavia, richiede una cooperazione costante principalmente tra i principali attori - l'organizzazione che gestisce il caffè, le autorità locali e, in alcuni casi, l'organizzazione che concede sovvenzioni. Di solito, i caffè cittadini hanno un dipendente a tempo pieno e un gruppo di volontari che aiutano a gestire il locale. Parlando di partnership, non possiamo ignorare agricoltori, birrai, aziende familiari, artisti, ecc., con cui i caffè sviluppano anche una collaborazione passo dopo passo.

## **Passo 3: Implementazione**

I social café sono iniziative basate sulla comunità create da loro e per loro. Per questo motivo adattano i loro servizi, orari di apertura e altre strutture alle esigenze della comunità.

- La maggior parte dei caffè è aperta solo diverse volte a settimana per alcune ore. Ad esempio, mercoledì e venerdì dalle 15:00 alle 17:00.
- Offrono bevande e cibo a base di prodotti locali. I prezzi sono molto convenienti. Alcuni caffè non hanno prezzi fissi; Offrono due o tre prezzi diversi, e spetta al cliente decidere quanto pagare.
- I caffè organizzano eventi, animando la vita culturale locale. Alcuni sono regolari, ad esempio uno scambio di libri/sessione di giochi da tavolo ogni ultimo giovedì del mese. Alcuni eventi, come i concerti, sono occasionali. Ricordate! Ogni social café è unico, poiché adatta le sue attività, gli orari di apertura e il concetto generale alle esigenze della comunità locale.
- Tutti sono i benvenuti, sia come visitatori che come volontari.

#### **Passo 4: Adattamento e risoluzione dei problemi**

L'elemento più fragile dei social café è il finanziamento. Costruiscono le loro attività sull'impegno e il coinvolgimento dei volontari. Ma deve esserci almeno una persona che lavora a tempo pieno per mantenere tutto in carreggiata. Lo spettro della chiusura ha già incombe su diversi caffè a causa della mancanza di finanziamenti per le sovvenzioni. In un caso, grazie ai cittadini che difesero quel luogo, le autorità locali trovarono le risorse per coprire lo stipendio dei dipendenti del caffè.

#### **La cosa più importante da sapere prima di iniziare un progetto simile:**

- Ricorda: non è un ristorante. È uno spazio sociale. Per le persone e dalle persone. Non deve essere aperta 24 ore su 24, 7 giorni su 7.
- Trova qualche alleato che ti aiuterà a fare i primi passi.
- Inizia con i tuoi tempi. Non devi offrire un numero infinito di attività. Due o tre bastano.



Women drinking coffee in a café, foto di [Deividas Dravininkas](#) su [Unsplash](#)



## RISULTATI & IMPATTO

### **Risultati specifici:**

- Gli abitanti delle piccole comunità hanno un luogo dove possono incontrarsi e 'fare qualcosa' per piacere.
- Collegamenti locali rafforzati.
- Sviluppo di una cittadinanza attiva locale e l'imprenditorialità.

### **Cosa è cambiato:**

- Le persone fanno nuove conoscenze. Si conoscono, ad esempio, con vicini con cui non hanno avuto modo di parlare negli ultimi anni.
- Dare più valore ai prodotti locali
- Attivazione dei cittadini - sia come creatori del loro spazio sia come partecipanti ai luoghi organizzati lì.



## PERCHÉ HA FUNZIONATO – FATTORI DI SUCCESSO

- È creato dalla comunità per se stessi.
- Non è un altro posto elegante, elegante e costoso.
- Un ambiente molto democratico.
- Focalizzato sulla sostenibilità.

### **Cosa DEVE succedere affinché il progetto abbia successo:**

- L'iniziativa non deve essere orientata al reddito.
- Ha bisogno di supporto dalle autorità locali e di sovvenzioni.
- Deve concentrarsi sulle persone e sui loro bisogni, e adattarsi quando necessario.
- Deve essere trasparente in termini di valori, finanze, ecc.
- Diversificazione dei fondi: sovvenzioni, donazioni, vendite, ecc.



## LEZIONI APPRESE E CONSIGLI

I caffè cittadini ci insegnano che le iniziative di base basate sul volontariato possono evolversi in progetti a lungo termine che servono l'intera comunità. Uno dei maggiori problemi nell'avviare un progetto è il desiderio che tutto avvenga contemporaneamente. Tuttavia, ciò non è possibile a causa di molteplici fattori, come il budget o il numero di persone coinvolte.

È naturale che le cose si evolvano nel tempo. Inizia con la cosa più semplice: crea un luogo dove le persone possano incontrarsi. Conoscili, i loro bisogni, i loro punti di forza, i loro talenti e le loro competenze. Chiedi loro se vorrebbero unirsi alla tua iniziativa o organizzare qualcosa per loro – un torneo di scacchi, una sfilata di moda, un laboratorio culinario a base vegetale o uno scambio di libri. Non avere fretta. Dedica tempo a te stesso e alla tua comunità.

## RACCOMANDAZIONI:

- Sii onesto e naturale in tutto ciò che fai. La gente lo sentirà.
- Fai un piano su come vedi la tua iniziativa tra cinque anni. Ti aiuterà a iniziare e a compiere i prossimi passi.
- Coinvolgi persone diverse – le loro prospettive e competenze ti aiuteranno a vedere o fare ciò che non potresti fare.

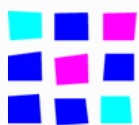
### **Se stai facendo un progetto simile, inizia con...**

- Annotare le tue idee. Mettiti in ordine: cosa deve succedere all'inizio e cosa può aspettare.
- Conoscere altri progetti simili. Parla con le persone coinvolte in essi.
- Conoscere meglio la comunità locale e i suoi bisogni.
- Fare ricerche di base sui potenziali stakeholder: chi potrebbe supportarti e con quali risorse.
- Verificare le possibilità di finanziamento: domanda per una sovvenzione? Crowdfunding? Qualcos'altro?

## EXTRA: STRUMENTI E ISPIRAZIONE

- **Fondation Roi Baudouin.** (s.d.). Vis mon village ! supporta 38 iniziative cittadine positive nelle comuni rurali vallones. Fondation Roi Baudouin. Consultato il 29 gennaio 2026 da <https://kbs-frb.be/fr/vis-mon-village-soutient-38-initiatives-citoyennes-positives-dans-les-communes-rurales-wallonnes> (Facebook), consultato il 29 gennaio 2026.
- Tordeur, C. (4 aprile 2024). Nil : le "Six Heures" fête son anniversaire : un bilan positif, un an dopo l'ouverture du café citoyen. Canal Zoom. Consultato il 29 gennaio 2026, da <https://www.canalzoom.be/actu/nil-le-six-heures-fete-son-anniversaire-un-bilan-positif-un-apres-louverture-du-café-citoyen/15716> (Canal Zoom), consultato il 29 gennaio 2026.

- **Comune di Walhain.** (s.d.). Le Six Heures souffle sa première bougie!. Walhain.be. Consultato il 29 gennaio 2026, da <https://www.walhain.be/loisirs/monde-associatif/clubs-ateliers-et-associations-diverses/le-six-heures-souffle-sa-premiere-bougie> ([walhain.be](#)), consultato il 29 gennaio 2026.
- **Fondation Roi Baudouin.** (s.d.). Vi mon village! selection. Consultato il 29 gennaio 2026, da <https://media.kbs-frb.be/fr/media/10744/Vis%20mon%20village%202023%20s%C3%A9lection> ([kbs-frb.be](#)), consultato il 29 gennaio 2026.
- **Team delle Generazioni Future.** (s.d.). Avertite. FutureGenerations.be. Consultato il 29 gennaio 2026, da <https://www.futuregenerations.be/fr/inspirez-vous/alterez-vous> ([wallonie.be](#)), consultato il 29 gennaio 2026.
- **Alterez vous.** (s.d.). Alterezvous.be. Consultato il 29 gennaio 2026, da <https://www.alterezvous.be/> ([wallonie.be](#)), consultato il 29 gennaio 2026.
- **Esprit Livre.** (s.d.). Tier 2. EspritLivre.be. Consultato il 29 gennaio 2026, da <http://www.espritlivre.be/index.php/tiers-lieu-2/> ([wallonie.be](#)), consultato il 29 gennaio 2026.



# LA SOURCE – UNO SPAZIO GUIDATO DAI GIOVANI PER LA MEDIAZIONE CULTURALE, LA PARTECIPAZIONE E L'IMPEGNO SOCIALE



## FATTI DI BASE

### **Paese/regione:**

Loira Atlantica, Francia (città: Saint-Nazaire)

### **Chi l'ha implementata:**

la città di Saint-Nazaire (Dipartimento Gioventù e Cittadinanza), in stretta collaborazione con operatori giovanili locali, attori culturali e giovani di età compresa tra i 15 e i 25 anni, direttamente coinvolti nella progettazione e nella governance dello spazio.

### **Quando:**

Fase di co-progettazione: 2016–2017 - Apertura al pubblico: aprile 2018 - Iniziativa in corso

### **Risorse e finanziamenti:**

Finanziamenti comunali (Città di Saint-Nazaire) Budget per le politiche giovanili Supporto da partner locali (organizzazioni giovanili, istituzioni culturali, servizi civici) Contributi in natura (facilitazione esperta, formazione, mentoring)



## PUNTO DI PARTENZA: CONTESTO E PROBLEMA

Prima della creazione di La Source, i giovani di Saint-Nazaire individuarono diverse sfide:

- Mancanza di spazi accessibili e accoglienti dove i giovani potessero incontrarsi liberamente e sviluppare progetti

- Accesso frammentato all'informazione (occupazione, mobilità, cultura, cittadinanza)
- Opportunità limitate per i giovani di plasmare attivamente la vita culturale e civica locale
- La partecipazione dei giovani spesso si riduce a consultazioni piuttosto che a decisioni reali

Allo stesso tempo, il Comune desiderava rafforzare il coinvolgimento dei giovani, l'inclusione sociale e la partecipazione culturale, in particolare per i giovani provenienti da contesti svantaggiati.

La Source è emersa come risposta a queste sfide: un luogo fisico progettato con i giovani, offrendo loro risorse, autonomia e visibilità, posizionandoli come attori di mediazione culturale e innovazione sociale.

### **Domanda pratica:**

Cosa succede quando i giovani non solo beneficiano delle politiche, ma co-creano spazi pubblici e iniziative culturali?

## **IDEA & OBIETTIVI**

Creare uno spazio adatto ai giovani, guidato dai giovani, dove i giovani possono:

- Accedere a informazioni e supporto,
- sviluppare progetti individuali o collettivi,
- partecipare a iniziative culturali, civiche e sociali,
- Sperimentare, creare e imparare facendo.

### **Obiettivo principale:**

Dare potere ai giovani affidando loro una reale responsabilità nella progettazione, nella governance e nelle attività di uno spazio giovanile multifunzionale.

### **Obiettivi specifici:**

- Rafforzare il senso di autonomia e la fiducia in sé dei giovani
- Incoraggiare la partecipazione culturale e la mediazione guidata dai giovani
- Sostenere iniziative guidate dai giovani, inclusa l'imprenditorialità sociale e culturale
- Promuovere inclusione, diversità e pari accesso alle opportunità
- Sviluppare competenze trasferibili (comunicazione, gestione di progetti, lavoro di squadra)

## **E se questo progetto non fosse mai avvenuto?**

- I giovani sarebbero rimasti utenti passivi dei servizi
- Le iniziative culturali e civiche sarebbero state pensate per i giovani, non da loro
- Molti progetti guidati dai giovani non sarebbero mai emersi o raggiunto visibilità
- I giovani non avrebbero acquisito esperienza pratica nell'organizzazione di eventi, nella promozione e nel lavoro di squadra.

## **PASSO DOPO PASSO: COME È STATO REALIZZATO**

### **Passo 1: Design partecipativo**

Dopo i Forum e le Consultazioni Giovanili, i giovani sono stati invitati a:

- identificare i loro bisogni e priorità,
- Immaginare le funzioni dello spazio futuro,
- contribuire con idee per la disposizione, l'atmosfera e le attività.

Workshop, discussioni di gruppo e sessioni collaborative hanno permesso ai giovani di plasmare l'identità di La Source fin dall'inizio.

### **Passo 2: Co-costruzione dello spazio**

I giovani hanno partecipato a:

- definire le diverse zone (sale progetti, aree di relax, centro risorse),
- progettare spazi flessibili e accessibili,
- Impostare valori e regole d'uso.

Durante questo periodo, i professionisti responsabili (architetti, operatori giovanili, esperti di inclusione) agivano come facilitatori piuttosto che come decisori.

### **Passo 3: Lancio e programmazione**

Una volta aperto, La Source sviluppò:

- periodi di accesso aperto per uso informale,
- incubazione di progetti e mentoring,
- Attività culturali e civiche avviate dai giovani,
- mostre e presentazioni pubbliche di progetti giovanili.

I giovani rimasero coinvolti nella programmazione e nella vita quotidiana dello spazio.

#### **Passo 4: Adattamento continuo**

##### **Lo spazio si è evoluto secondo:**

- I feedback da giovani utenti,
- I bisogni sociali e culturali emergenti,
- Le nuove forme di coinvolgimento (digitale, ambientale, artistico).

##### **Intuizione chiave:**

Flessibilità e fiducia erano essenziali per la sostenibilità.



Foto di Pouick44 su Wikimedia Commons, [CC BY-SA 4.0](#)

## **RISULTATI E IMPATTO**

##### **Risultati chiave:**

- Migliaia di giovani accolti dal 2018
- Forte partecipazione di giovani provenienti da contesti diversi, inclusi quartieri svantaggiati
- Decine di progetti guidati da giovani sostenuti ogni anno (culturali, sociali, civici)

### **Impatto sulla comunità locale:**

- Aumento della fiducia in sé stessi e dell'autonomia
- Sviluppo delle soft skills: comunicazione, organizzazione, mediazione, lavoro di squadra
- Prime esperienze nella gestione di progetti e nell'imprenditorialità culturale
- Maggiore coinvolgimento nella vita culturale e civica locale

### **Impatto sullo sviluppo giovanile:**

- Un polo giovanile visibile e accessibile nel centro città
- Legami più forti tra giovani, istituzioni e attori culturali
- Riconoscimento dei giovani come legittimi contributori alla vita pubblica e culturale.

## **PERCHÉ HA FUNZIONATO – FATTORI DI SUCCESSO**

### **Cosa ha contribuito al successo del progetto:**

- Vera co-costruzione, non partecipazione simbolica
- Uno spazio fisico combinato con il supporto umano
- Forte ancoramento nelle politiche locali giovanili e culturali

### **Buone pratiche che possono essere utilizzate altrove:**

- Fiducia nella capacità dei giovani di decidere e agire
- Valori chiari: inclusione, apertura, sperimentazione

### **Elementi innovativi:**

- Governo guidato dai giovani di uno spazio pubblico
- La mediazione culturale emerge dalle iniziative giovanili
- Integrazione di informazioni, cultura e impegno civico in un unico luogo

## **LEZIONI APPRESE E CONSIGLI**

### **Conclusioni dell'implementazione del progetto:**

- La partecipazione deve essere significativa per essere efficace
- I giovani si coinvolgono di più quando sentono la proprietà
- La mediazione culturale può essere uno strumento potente per l'empowerment e l'occupabilità
- La flessibilità è essenziale negli spazi rivolti ai giovani

## **Raccomandazioni per la replicazione**

Inizia ascoltando i veri bisogni dei giovani:

- Crea un ambiente sicuro e accogliente
- Unisci la libertà a un mentoring di supporto
- Accettare la sperimentazione e i possibili fallimenti
- Garantire un impegno istituzionale a lungo termine

## **Trasferibilità**

Il modello La Source è altamente trasferibile:

- adattabile a diverse città e contesti culturali,
- scalabile in base alle risorse disponibili,
- pertinenti per centri giovanili, centri culturali e spazi civici in tutta Europa.

Fornisce un forte esempio di mediazione culturale guidata dai giovani come motore di inclusione, occupabilità e innovazione sociale.



Sito web: <https://lasource.saintnazaire.fr/>

 **FATTI DI BASE****Paese/regione:**

Francia / Verdun-sur-Garonne (regione Occitania).

**Istituzione/organizzazione/gruppo giovanile informale responsabile dell'implementazione:**

ADENS Association, filiale Fab Lab Dynamik.

**Periodo di implementazione dello studio di caso:**

da ottobre a giugno, con un evento a giugno ogni anno dal 2024.

**Risorse e finanziamenti:**

Sovvenzione IDJ (Idée de Jeunes), Municipio di Verdun-sur-Garonne e autofinanziamento. Anche altri partner locali e istituzionali hanno contribuito a questo successo, tra cui il CAF (Family Allowance Fund).

Con un budget totale per la stagione 2024 di 5.230 €.

 **PUNTO DI PARTENZA: CONTESTO E PROBLEMA****Qual è la storia?**

In questa comune rurale del sud della Francia, come in molte altre, l'offerta culturale generalmente non è ampia e, per gli adolescenti, è spesso progettata dagli adulti per i giovani.

**La sfida?**

I giovani volevano ribaltare la situazione. Circa 30 giovani si sono trasformati in imprenditori culturali per dimostrare che le culture urbane (rap, slam poetry, graffiti e moda) hanno un posto ovunque, anche in campagna.

La sfida era andare oltre il ruolo di "consumatore" e diventare produttori dei propri progetti, sviluppando al contempo competenze trasversali che non sempre vengono insegnate a scuola.

Miravano a essere cittadini attivi nella loro comunità e a organizzare un evento pubblico che offrisse accesso diretto alla cultura.

## IDEA E OBIETTIVI

### **Cosa stavano cercando di raggiungere?**

Obiettivo principale dell'iniziativa:

- Riconquistare il territorio: far vibrare il villaggio al ritmo del rap e conquistare lo spazio pubblico (la Garonnette). Introdurre discipline poco conosciute in questi ambiti, spesso molto distanti da questo tipo di attività culturale.

### **Obiettivi specifici:**

- Imparare facendo: da un'idea di base alla concreta realizzazione di un progetto, padroneggiando l'intera catena produttiva (gestione del budget, logistica, sicurezza). Traendo ispirazione dalle persone risorse per sviluppare competenze (iniziativa, capacità organizzative).
- Intraprendere in modo sostenibile: utilizzare la moda dell'"Upcycling" per collegare creatività ed ecologia nel riutilizzo di materiali riciclati (edizione 2024), appellare a donazioni o prestiti di attrezzature (da parte di [Happy Culture](#), dal comitato del festival e dal municipio di Verdun-sur-Garonne) e per il recupero di oggetti di seconda mano.

### **Link alla mediazione:**

- Il progetto si basa sulla mediazione tra pari. I giovani creano strumenti per raggiungere altri giovani, abbattendo così le solite barriere poste dalle istituzioni culturali. L'obiettivo è offrire un evento flessibile (di giorno e/o sera).

## PASSO DOPO PASSO: COME È STATO REALIZZATO

Il progetto ha seguito una metodologia agile e strutturata, suddivisa in 4 fasi:

### **Passo 1: Preparazione**

Le Crew (Struttura): Circa 10 riunioni di pianificazione e follow-up si tenevano ogni venerdì sera. Inizialmente mensile, poi settimanale. Questi incontri si tenevano solitamente presso la sede di ADENS, con il supporto della filiale locale Fablab Le Dynamik, che forniva accesso a risorse per compiti che i giovani non potevano gestire da soli, come alcune procedure amministrative.

Sono stati creati team separati: programmazione, logistica, comunicazione e budget, relazioni con i partner e coordinamento degli artisti partecipanti. "Anche se non è sempre facile, questa regolarità è la chiave per restare motivati e non mollare lungo la strada." Dice uno dei project manager.

## **Passo 2: Costruire il team e le partnership**

Unisci la squadra: la distribuzione dei ruoli per ciascuna persona è avvenuta naturalmente, in base alle competenze che ciascuno poteva contribuire e al tempo che poteva dedicare ad essi.

Budget (Finanziamento e Presentazione): Per ottenere finanziamenti, quattro giovani (due ragazze e due ragazzi) hanno difeso il progetto davanti alla giuria "ID'J" (1ª e 2ª edizione).

"Presentare il tuo progetto ai professionisti ti rende più responsabile e rende l'avventura reale. Esci dalla tua zona di comfort, ma sei così soddisfatto quando raggiungi l'obiettivo che vi siete posti insieme." Dice uno dei project manager.

La Costruzione (Co-creazione):

- **Workshop di upcycling:** Grazie al recupero di ritagli di tessuto e a circa dieci sessioni per creare una collezione di moda dalla A alla Z, è stata realizzata una grande sfilata di moda con un approccio etico (prima edizione nel 2024).
- **Comunicazione sul campo:** Andiamo! Otto mezze giornate per coprire il villaggio con manifesti e volantini. Questo rimane un mezzo tradizionale di comunicazione che non va trascurato, oltre ai social media e ad altre piattaforme online.

Un'apparizione sulla stazione radio locale Radio Asso aiutò anche a diffondere informazioni in un'area più ampia, raggiungendo tutte le città e i villaggi del dipartimento di Tarn-et-Garonne.

La partecipazione all'evento Castanet Open Mic ha permesso a due giovani di presentare il progetto e reclutare artisti per l'evento Rap Music'all, mentre un altro ha fatto parte della giuria.

## **Passo 3: Implementazione**

**D-Day:** Allestire un villaggio interattivo gestito da giovani. Con la partecipazione di altre strutture esistenti e partnership con associazioni locali, come il Tour de jeu e il comitato del festival della città, per offrire attività aggiuntive al pubblico:

- un'area relax con giochi in legno,
- un open mic che mette in mostra talenti locali,
- workshop partecipativi: podcasting, arti visive con murales collaborativo e creazione musicale,
- concerti con artisti rap principalmente locali, e cibo disponibile.

- **Programma dettagliato:**

Giorno dell'evento: sabato 15 giugno 2024 (1ª edizione)

Mattina:

- Preparazione del luogo. Allestendo stand e decorazioni.
- Allestimento di attrezzature per intrattenimento e spettacoli.
- Prove generali per artisti e partecipanti alla parata.
- Cena informale per organizzatori, volontari e partner.

Pomeriggio:

- Lancio delle attività.
- Alle 16:00, l'evento apre al pubblico.
- Palco aperto: uno spazio per i giovani talenti per esprimersi (poesia slam, rap, ballo).
- Stand interattivi: durante tutta la giornata è stato creato un murale d'arte collaborativo, permettendo ai visitatori di contribuire a un'opera d'arte collettiva.
- Ore 18:00, sfilata di moda. Presentazione di creazioni tessili realizzate dai giovani partecipanti. Un momento per celebrare il loro lavoro, davanti a un pubblico misto e intergenerazionale.

Sera:

- Alle 20:00, concerti con giovani artisti locali e regionali.
- Chiusura festiva con esibizioni musicali e attività partecipative.

#### **Passo 4: Adattamento e problem solving**

Nonostante alcune sfide impreviste durante i preparativi e durante il giorno stesso, la coesione e la reattività della squadra giovanile hanno permesso loro di superare ogni ostacolo, trasformando queste sfide in preziose lezioni per le future edizioni di RapMusicall.

#### **Punti chiave:**

- Dai priorità allo scopo rispetto alla pianificazione: definisci un obiettivo chiaro invece di cercare di pianificare tutto.
- Favorire la sperimentazione: creare un clima di fiducia in cui gli errori siano accettati come opportunità di apprendimento.
- Incoraggiare il coinvolgimento: condividere più ampiamente il potere decisionale, anche se questo sconvolge la struttura organizzativa esistente.
- Costruisci una rete di alleati: trova mentori e partner che possano beneficiare della loro esperienza e risorse.
- Dai priorità alla qualità rispetto alla quantità: lavora al tuo ritmo, concentrandoti su alcune attività essenziali ed evitando la necessità di gestire tutto. Ad esempio, il catering è stato esternalizzato.



Da sinistra a destra: Louise (volontaria), Emma (personarissora, associazione ADENS) e Milan (volontario), Foto di ADENS, Fablab Le Dynamik



Manifesto del Festival, ADENS



In questa pagina: Partecipazione al Castanet Open Mic, foto di ADENS, Fablab Le Dynamik



Sopra: Introduzione ai graffiti. Murale partecipativo, foto di ADENS, Fablab Le Dynamik



Associazione stand di gioco Game tower, foto di ADENS, Fablab Le Dynamik



Laboratorio di scrittura poetica, foto di ADENS, Fablab Le Dynamik

## **RISULTATI E IMPATTO**

### **In numeri:**

350 partecipanti, 35 giovani volontari che hanno organizzato l'evento, 12 gruppi sul palco, 10 stilisti formati.

### **Impatto sociale:**

Dialogo intergenerazionale rafforzato (funzionari eletti, imprenditori e giovani che lavorano fianco a fianco). Attirando persone di ogni contesto socioeconomico, anziani e famiglie al festival. Feedback molto positivi dalla comunità locale, e ora l'evento si tiene ogni anno.

### **Occupabilità:**

I partecipanti hanno acquisito competenze nella gestione dei progetti, nell'oratoria, nella negoziazione con partner tecnici e nella gestione del budget. È un'esperienza chiavi in mano per un futuro CV o micro-impresa. Un vantaggio per progetti personali e professionali futuri.



## PERCHÉ HA FUNZIONATO – FATTORI DI SUCCESSO

Il successo di questo progetto dimostra che, oltre alla competenza tecnica, l'adattamento costante e l'empatia sono la base essenziale di qualsiasi mediazione culturale. Rimanendo attenti alle esigenze di tutti e coltivando uno spirito di reciproco supporto, il team è riuscito a trasformare i vincoli in opportunità e a completare con successo questo progetto. Questo dimostra che l'elemento umano è la forza trainante più potente dietro la creazione collettiva.

Ecco alcuni dei fattori che contribuiscono al successo:

### **Il vero discorso:**

Presentare davanti a una giuria non è solo un passaggio amministrativo; è un esercizio di fiducia in se stessi. Questo richiede una preparazione significativa, specialmente mentale.

### **La Partnership Win-Win:**

Sfruttare l'esperienza degli stakeholder locali (il Municipio, Happy Culture) per garantire la logistica senza sacrificare l'autonomia.

Collaborazione orizzontale: i giovani prendono le decisioni, gli adulti facilitano (persone risorse).

### **Lo stile "Staff":**

Creare magliette e poster personalizzati ha rafforzato il team e proiettato un'immagine professionale immediata.

Libertà: I giovani hanno contribuito continuamente o occasionalmente. Questa libertà di partecipazione per i giovani favoriva un senso di unità.



## LESSONS LEARNED & ADVICE

Le nostre raccomandazioni sulle "best practice":

- **Distribuire i ruoli:** Non lasciare che una sola persona faccia tutto. Avere un manager per ogni area previene il burnout.
- **Gli errori sono opportunità di apprendimento:** un problema meteorologico o tecnico? È allora che impari di più sulla gestione delle crisi.
- **Anticipare problemi tecnici:** i sistemi audio e i soundcheck richiedono sempre più tempo del previsto. Pianifica un "tempo cuscinetto".

- **Mescolare le arti:** Unire arte e cultura, musica, moda e teatro ti permette di raggiungere un pubblico che non sarebbe venuto solo per il rap.
- **Concentrarsi su:** le missioni principali e utilizzare fornitori esterni per determinati compiti.

## MATERIALI AGGIUNTIVI

### Checklist bonus per il giovane imprenditore culturale

- **Il concept:** Qual è la tua idea? Definiscilo in una frase semplice.
- **La squadra:** Trova i tuoi alleati e fissa un orario di incontro regolare (ad esempio, il venerdì sera).
- **Il budget:** Elenca tutto (ad esempio, impianto audio, rinfreschi, marketing, artisti). Quanto ti serve?
- **La proposta:** Prepara la tua proposta per convincere il town hall o i partner.
- **La comunicazione:** Crea un forte visivo. Inondare Instagram, ma anche mettere manifesti per strada.
- **Il giorno:** Prepara un programma ora per ora. Chi fa cosa alle 14:00? Alle 18:00?

Testimonianze di 3 giovani volontari che hanno organizzato l'evento:

Milan:

Inizialmente mi sono unito a questo progetto perché amo il rap e la cultura della street art, e sono curioso di conoscere le diverse professioni all'interno di questo campo. Ciò che mi ha attirato di più è stato vedere un'idea prendere forma, evolversi e migliorare. Mi è anche piaciuto molto partecipare attivamente al progetto e acquisire nuove competenze, come la comunicazione digitale (design di poster), la stampa di abbigliamento e la vettorizzazione al computer.

Louise:

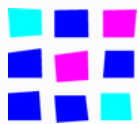
Amo la cultura rap e volevo scoprire nuovi progetti. Mi è piaciuto vedere il processo e ho apprezzato far parte di un gruppo.

Sono riuscito a scoprire molte iniziative nella mia città e nelle aree circostanti, grazie ai relatori esterni. Sono riuscito a sviluppare le mie capacità di pensiero critico e distinguere tra idee buone e cattive.

Lizéa:

Non conoscevo affatto questo evento, ma grazie ai miei genitori, che sono membri dell'associazione ASENs e me ne hanno parlato, sono stata ispirata a

partecipare. Questo progetto mi ha insegnato a essere più aperto mentalmente, a migliorare le mie abilità sociali e a essere più aperto verso le persone. Ho fatto teatro per un po', e questo mi ha davvero aiutato a assumere il ruolo di annunciatore sul palco e durante tutto il festival. Ho anche aiutato al chiosco di rinfreschi, e ora mi sento davvero capace di farlo in un contesto diverso.



# YOUNG JAZZ DA VENO'S (MŁODY JAZZ Z VENO'S)



## FATTI DI BASE

### **Paese/regione:**

Slesia, Polonia

### **Chi l'ha implementato:**

gruppo non formale di giovani musicisti affascinati dal jazz

All'inizio erano solo pochi giovani musicisti, ma nelle fasi successive il gruppo crebbe includendo appassionati di jazz di diverse generazioni, animatori culturali, ecc.

### **Quando:**

2016 - 2017 - 2018

### **Risorse e finanziamenti (se presenti):**

- supporto finanziario da parte della ARTeria Foundation,
- supporto organizzativo da parte della Scuola Privata di Musica VENO'S STUDIO,
- Supporto da partner e musicisti ospiti, istituzioni culturali e altri.



## PUNTO DI PARTENZA: CONTESTO E PROBLEMA

Il progetto 'Young Jazz from VENO'S' è stato creato in Slesia, una regione dove la musica ha sempre avuto un ruolo importante. Fu qui che fu istituito il primo programma accademico di jazz in Polonia, e il jazz e la musica improvvisata sono una parte importante dell'identità locale.

I giovani musicisti notarono diversi problemi. Innanzitutto, mancava uno spazio dove esibirsi regolarmente e svilupparsi artisticamente. In secondo luogo, avevano poche opportunità di incontrare e suonare con musicisti della generazione più anziana. In terzo luogo, i giovani raramente hanno avuto l'opportunità di avere un reale impatto sugli eventi culturali della loro zona. In risposta a queste esigenze, decisero di creare una propria iniziativa - aperta, collaborativa e improvvisata.

Il progetto non era solo pensato per permettere loro di esibirsi, ma anche per rafforzare il senso di autonomia dei giovani e incoraggiare il pubblico locale a partecipare attivamente alla cultura.

La maggior parte di questi giovani musicisti erano studenti della SCUOLA DI MUSICA STUDIO VENO, e rappresentavano il 'cuore' del progetto. Col tempo, l'iniziativa è diventata collegata alla Giornata Internazionale del Jazz (di cui parleremo <https://jazzday.com/>) - un evento organizzato dall'UNESCO che promuove il dialogo, la diversità e la creazione musicale in tutto il mondo.

### **Consiglio pratico: come puoi identificare un problema simile nella tua zona?**

- Parla con giovani artisti, amici, musicisti o persone coinvolte nella cultura - chiedi loro dove e come possono mostrare i loro talenti.
- Controlla se ci sono eventi davvero creati dai giovani, con i giovani, e non solo per i giovani.
- Verifica se generazioni diverse hanno l'opportunità di incontrarsi e lavorare insieme, o se tendono ad operare separatamente.
- Presta attenzione agli spazi vuoti: la mancanza di concerti, jam session o luoghi dove esprimersi liberamente è spesso un segno che c'è un reale bisogno di cambiamento.

## **IDEA & OBIETTIVI**

L'idea del progetto è nata da una semplice domanda: perché i giovani musicisti non dovrebbero creare uno spazio proprio per suonare, incontrarsi e imparare gli uni dagli altri? L'ispirazione è venuta sia dalle tradizioni jazz locali sia dal contesto internazionale della Giornata Internazionale del Jazz dell'UNESCO.

### **Obiettivo principale dell'iniziativa:**

Creare un'iniziativa in cui i giovani musicisti possano svilupparsi, acquisire esperienza scenica e imparare come funziona l'ambiente artistico "dietro le quinte".

### **Obiettivi specifici:**

- Cooperazione per l'apprendimento e responsabilità delle attività congiunte
- sviluppare abilità di improvvisazione e dialogo musicale
- rafforzare la fiducia in sé stesso e il senso di agenzia
- costruire relazioni con la comunità locale e con i musicisti delle generazioni più anziane.

Il progetto ha combinato azione sociale, cultura ed educazione. I giovani partecipanti hanno co-creato eventi culturali aperti con valore artistico, educativo e sociale. In questo modo, sono diventati un 'legame' tra la tradizione jazz della regione e un nuovo pubblico, implementando valori UNESCO come dialogo, rispetto e creatività.

### **E se questo progetto non fosse mai avvenuto?**

- I giovani musicisti non avrebbero avuto l'opportunità di esibirsi regolarmente davanti a un pubblico.
- Non ci sarebbero stati incontri naturali e collaborazioni tra musicisti giovani ed esperti.
- Il jazz avrebbe potuto rimanere "musica per gli iniziati" piuttosto che una forma vivente di dialogo con la comunità locale.
- I giovani non avrebbero acquisito esperienza pratica nell'organizzazione di eventi, nella promozione e nel lavoro di squadra.



## **PASSO DOPO PASSO: COME È STATO REALIZZATO**

### **Passo 1: Preparazione**

All'inizio si formò un gruppo informale di giovani musicisti associati a VENO'S STUDIO. Partecipavano all'apprendimento congiunto e alla creazione musicale, discutevano di cosa volevano fare, in quale forma volevano esibirsi e di come dividere le responsabilità. Si incontravano per prove, discussioni e consulenze con i mentori.

### **Passo 2: Costruire un team e partnership**

Col tempo, più persone si sono unite al progetto, tra cui giovani musicisti e artisti più esperti.

I giovani erano motivati dall'opportunità di esibirsi, avere voce in capitolo negli eventi e lavorare direttamente con i mentori. La collaborazione era intergenerazionale e si basava sul suonare e improvvisare insieme, oltre che sulla preparazione di concerti ed eventi.

### **Passo 3: Implementazione**

Il progetto includeva riunioni di lavoro, prove, concerti, jam session ed eventi speciali, come:

- la prima esibizione ufficiale è stata presentata nell'ambito di un evento internazionale - il progetto WinJAZZ cofinanziato dal Ministero della Cultura italiano il 4 dicembre 2015 a Katowice, video: <https://youtu.be/dn78Vd1g8Bo>

- Espansione del repertorio e della formazione della band
- concerti originali (ad esempio durante l'apertura del Qultura Resort il 24 settembre 2016, ad esempio: <https://youtu.be/pImwFp3AfEA>)
- co-creazione delle celebrazioni della Giornata Internazionale del Jazz
- eventi intergenerazionali, come il concerto 'PRZYJAŹŃ&JAZZ' (AMICIZIA&JAZZ) nel 2018, che è diventato un esempio di palcoscenico intergenerazionale che riunisce giovani strumentisti, amici di scuola e un gruppo di musicisti maturi in un unico evento musicale congiunto.

Una gamma di metodi di mediazione culturale, educazione artistica e animazione sociale sono stati utilizzati nell'implementazione del progetto. Questi includevano:

- Imparare facendo
- Workshop con mentori
- dialogo intergenerazionale basato sull'improvvisazione
- creare spazio per un contatto diretto con il pubblico
- integrazione di diversi stili musicali ed esperienze sotto forma di una sessione di jam aperta.

Questi eventi hanno anche servito come strumento per costruire il capitale culturale della comunità locale attraverso l'accesso alla musica jazz dal vivo, la promozione dei valori UNESCO legati alla libertà, la creatività e il dialogo interculturale, e lo sviluppo delle competenze sociali dei partecipanti.

L'improvvisazione - un elemento chiave del jazz - fungeva da mediatore: insegnava ascolto, cooperazione e risposta agli altri, e permetteva ai giovani musicisti di esprimere la propria identità creativa.

Il ruolo dei giovani partecipanti era cruciale per tutte le attività. Hanno ideato, creato il repertorio, inclusi riferimenti alla tradizione slesiana e al repertorio jazz degli artisti polacchi, co-organizzato eventi, tra cui, ad esempio, inviti video (<https://youtu.be/jeoX9kl3-fQ>) e deciso sul carattere artistico dei concerti (2017 <https://youtu.be/6Hu4ZXseHRA> 2018 - <https://youtu.be/8MYaqCUFMIY> ).

Divennero animatori della vita culturale, co-creando uno spazio per incontri, educazione e dialogo. La loro presenza sul palco - circondati da mentori e dal pubblico - simboleggiava la naturale continuità della tradizione musicale slesiana e la sua trasmissione alle generazioni future.

#### **Passo 4: Adattamento e problem solving**

Durante le attività sono sorte sfide organizzative e artistiche. Il team ha adattato il formato degli eventi su base continuativa, ha imparato dai loro errori e ha risposto alle esigenze dei partecipanti e del pubblico.

- Le cose più importanti da sapere prima di iniziare un progetto simile:
- Non è necessario avere un piano per tutto – è più importante avere un chiaro 'perché' ed essere aperti al processo.
- Crea un'atmosfera sicura – ricorda che puoi provarci, commettere errori e imparare da essi.
- Dai a tutti i partecipanti una vera voce in capitolo nelle decisioni – anche se all'inizio significa ancora più caos.
- Trova almeno un mentore o partner che supporti il progetto con la sua esperienza e le risorse organizzative.



Manifesto del Festival, Young Jazz di VENO'S



In questa pagina: foto degli eventi, di Mateusz Paszek



## RISULTATI E IMPATTO

### **Risultati chiave:**

- esibizioni regolari, anche come parte di iniziative internazionali,
- sviluppo delle capacità teatrali, di improvvisazione e organizzative,
- creazione di una comunità musicale multigenerazionale,
- la promozione dei valori UNESCO legati al dialogo e alla diversità.

### **Impatto sulla comunità locale:**

- maggiore accesso alla musica dal vivo e all'educazione culturale,
- integrazione dei residenti e rafforzamento dell'identità locale,
- costruire un'immagine positiva della regione basata sulla tradizione della musica musicale.

### **Impatto sullo sviluppo giovanile:**

- Sviluppo delle soft skills (comunicazione, cooperazione, organizzazione)
- maggiore autostima e senso di autonomia
- esperienze che aumentano le opportunità di carriera nel settore culturale e nelle industrie creative.

### **Riflessione pratica: quale effetto è stato il più sorprendente?**

La sorpresa più grande è stata la rapidità con cui si sono costruite relazioni basate sulla fiducia tra partecipanti di generazioni diverse. L'improvvisazione significava che le differenze di età, esperienza o stile avevano smesso di avere importanza – ciò che contava era ascoltarsi a vicenda e rispondere alla musica. Questo dimostra che attività artistiche ben progettate possono naturalmente unire le persone.



## PERCHÉ HA FUNZIONATO – FATTORI DI SUCCESSO

### **Cosa ha contribuito al successo del progetto:**

- Uno spazio sicuro e aperto per la sperimentazione
- attività regolari che garantivano un senso di continuità
- Supporto da parte di istituzioni partner
- combinando l'istruzione con la vera pratica artistica.

### **Buone pratiche che possono essere utilizzate altrove:**

- riunendo giovani e musicisti esperti

- Opera basata sull'improvvisazione
- sessioni di jam aperte disponibili a tutti
- lasciando spazio alla creatività e alla responsabilità condivisa tra i giovani.

### **Elementi innovativi:**

- Usare il jazz come strumento per il dialogo,
- unendo la tradizione musicale locale con l'iniziativa globale UNESCO,
- rafforzare le competenze dei giovani attraverso reali compiti organizzativi.

### **Checklist: Cosa DEVE succedere affinché il progetto abbia successo?**

- I giovani devono avere una vera responsabilità, non solo il ruolo di esecutori testamentari
- Le attività dovrebbero essere regolari, non occasionali
- Deve esserci uno spazio (fisico o simbolico) dove possano operare liberamente
- I partner devono fidarsi dei giovani e permettere loro di prendere decisioni
- Il progetto dovrebbe essere aperto a cambiamenti e sviluppi durante il suo corso.



## **LEZIONI APPRESE E CONSIGLI**

### **Conclusioni dell'implementazione del progetto:**

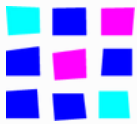
- Le attività a lungo termine sono fondamentali per creare comunità sostenibili
- L'esperienza pratica sostiene lo sviluppo dei giovani più della teoria
- I valori dell'UNESCO diventano reali quando vengono messi in pratica
- La cooperazione in partnership rafforza la qualità e l'ambito dell'iniziativa.

### **Raccomandazioni per gli organizzatori:**

- Concentrati sul processo, non solo sul risultato finale
- creare opportunità per i giovani di collaborare con artisti più esperti
- coinvolgere la comunità locale in modo aperto e accessibile
- lascia spazio alla spontaneità, alla creatività e all'improvvisazione
- Assicurati un messaggio semplice e chiaro, comprensibile a tutti.

### **Consiglio diretto: se stai facendo un progetto simile, inizia con...**

- parlando con persone che vogliono davvero agire
- piccole azioni realistiche (ad esempio un evento)
- una chiara divisione delle responsabilità
- creare uno spazio per incontrarsi e lavorare insieme
- accettando che non tutto andrà a finire perfettamente la prima volta.



## CASI DI STUDIO – CONCLUSIONI CHIAVE

Gli studi di caso presentati nella sezione precedente mostrano che cultura, patrimonio e la mediazione basata su di essi non sono dominio delle istituzioni o dei professionisti. Molti di loro iniziano con (giovani) entusiasti che comprendono i bisogni della loro comunità e hanno il coraggio di agire.

Che si tratti di un caffè per cittadini, uno spazio culturale guidato dai giovani, un'iniziativa musicale o un festival partecipativo, tutti i progetti discussi in questa pubblicazione sono iniziati con un'idea semplice radicata nelle realtà locali e con il desiderio di unire le persone.

### **Imparare facendo**

Il coinvolgimento in progetti di mediazione culturale dal basso e locale aiuta a sviluppare competenze preziose, come comunicazione, lavoro di squadra, organizzazione, creatività e risoluzione dei problemi. E non è una simulazione VR né una teoria di un libro. I progetti di mediazione culturale sono una vera responsabilità nel mondo reale.

### **Roma non è stata costruita in un giorno**

I casi di studio evidenziano che non sono necessarie condizioni perfette per iniziare. Le iniziative di successo sono cresciute passo dopo passo. Si adattano alle sfide, alle esigenze dei partecipanti e alle circostanze in evoluzione. In una parola: si evolvono. Ciò che conta davvero è avere uno scopo chiaro, una rete di supporto (coetanei, mentori, partner locali) e la flessibilità di imparare dagli errori.

### **Coinvolgimento del patrimonio**

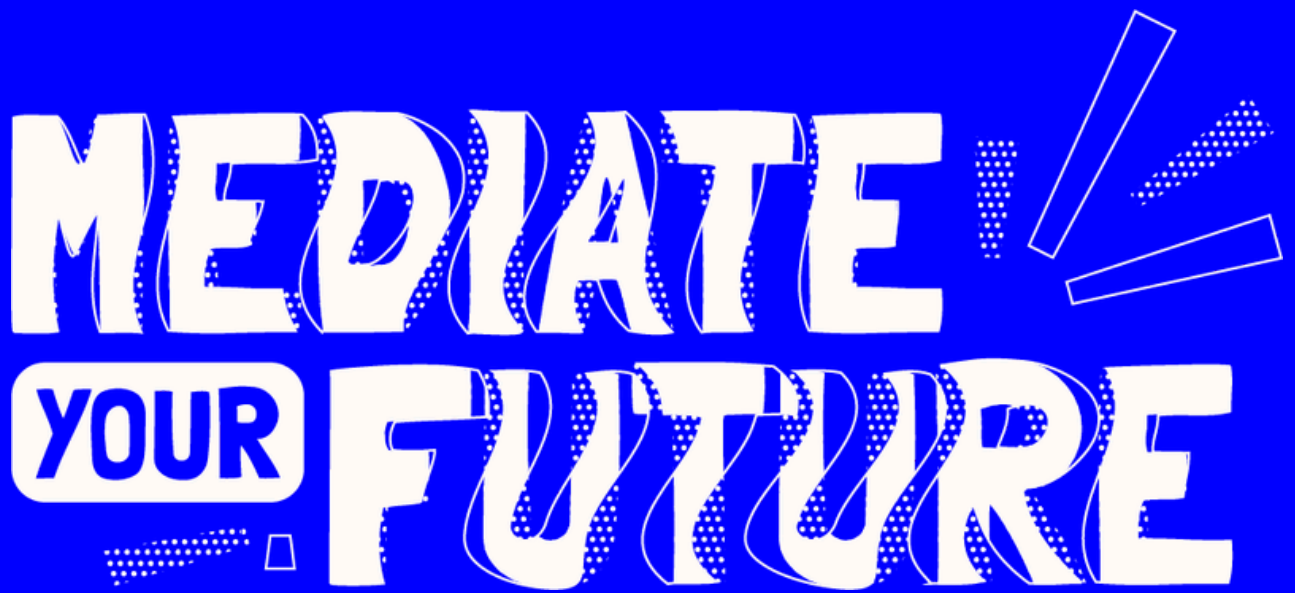
Ricorda che la mediazione culturale può essere un potente mezzo per connettere patrimonio, creatività e cambiamento sociale. Anche temi complessi, come la sostenibilità, l'identità o la storia locale, possono essere trasformati in attività accessibili e coinvolgenti che permettono ai giovani di diventare attori culturali attivi nelle loro comunità.





## RACCOMANDAZIONI

Le migliori pratiche raccolte in questo opuscolo dimostrano che i progetti di mediazione culturale di successo combinano partecipazione, pianificazione chiara e un forte legame con i contesti locali. Queste sono raccomandazioni generali tratte dagli studi di caso presentati in questo opuscolo; Alla fine di ogni caso di studio vengono forniti consigli più specifici.

- Partire da contesti e bisogni reali: come dimostrano iniziative come il Café Citoyen in Belgio.
- Progetti di progettazione collaborativa: coinvolgendo i giovani come contributori attivi e decisori, come dimostrato dall'approccio guidato dai giovani di La Source.
- Incoraggiare i giovani a diventare produttori culturali: come RAP MUSIC'ALL.
- Creare spazi per la sperimentazione e lo scambio: come Young Jazz di VENO'S.
- Collegare temi complessi a esperienze quotidiane: come il Festival Altrocioccolato.
- Coinvolgere gli stakeholder locali fin dall'inizio.
- Documentare e comunicare attività ed esiti.



**MEDIATE**   
**YOUR FUTURE** 

[mediateyourfuture.eu](http://mediateyourfuture.eu)