

Cosa Fare nell'hangar?

Il processo partecipativo dell'Agenzia Regionale per il Lavoro di Cagliari (dicembre 2010 / luglio 2011)



OPEN PISM 2011

Progettazione Partecipata Sostenibile

Corso integrativo del Master Internazionale di II livello in
Progettazione Interattiva Sostenibile e Multimedialità
2010/2011

Sommario

- 1) Introduzione
- 2) Processo di Progettazione Partecipata
- 3) Campagna di Comunicazione
- 4) Incontri
- 5) Partecipanti
- 6) Risultati del Processo Partecipativo
- 7) Fonti

Marco Piccolo

marcopiccolo.eu@gmail.com

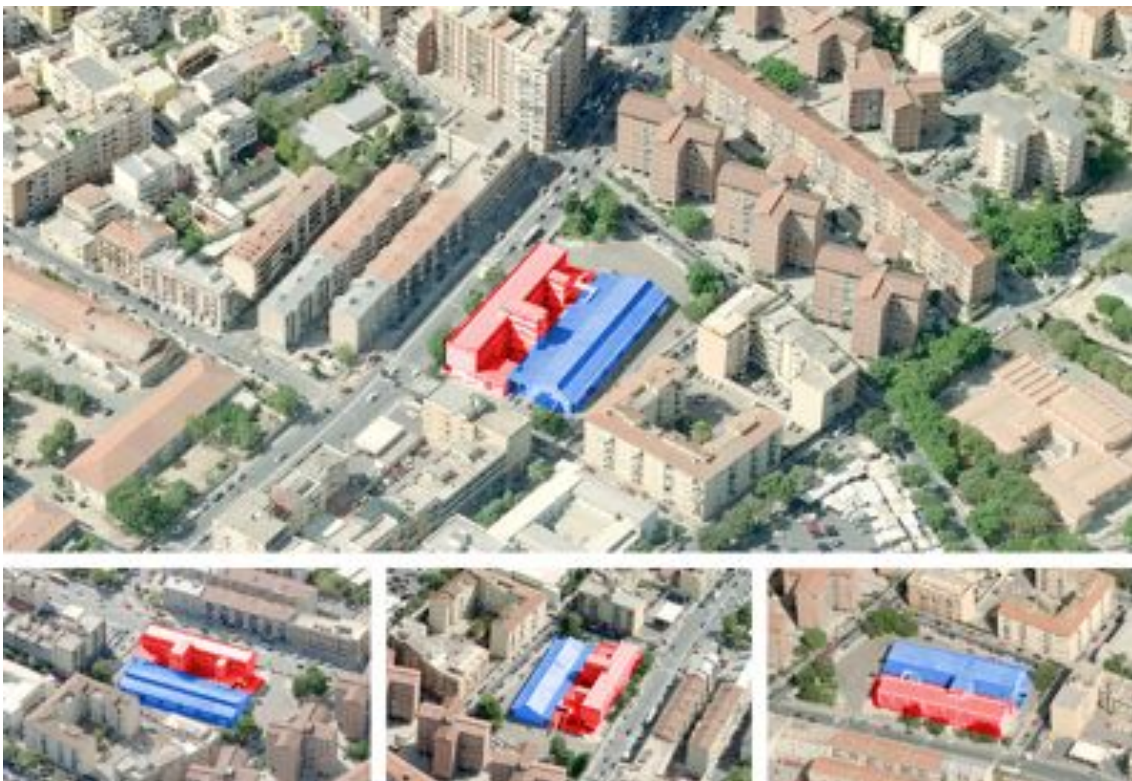
1) Introduzione

“Cosa fare nell’hangar?” è il nome del processo partecipativo che l’Agenzia Regionale per il Lavoro (ARL) ha promosso tra dicembre 2010 e luglio 2011 nell’ambito del progetto “**Med More & Better Jobs Network**”.

Il progetto, finanziato dal “**Programma Operativo di Cooperazione Transfrontaliera Italia Francia Marittimo**”, aveva l’obiettivo di costruire una rete stabile di cooperazione transregionale e l’attivazione di sinergie capaci di favorire l’inclusione sociale e lavorativa delle fasce più deboli.

L’hangar oggetto del processo partecipativo è un edificio recentemente acquisito dall’Agenzia e si trova a Cagliari nel quartiere storico di Is Mirrionis.

L’hangar (in blu nell’immagine sotto) ha una superficie di circa 1.400 metri quadri ed è adiacente agli uffici dell’Agenzia Regionale per il Lavoro (in rosso nell’immagine sotto) e sino agli anni Ottanta è stato la sede dell’officina meccanica della Scuola di Formazione Professionale Regionale.



L’ARL si è proposta di dare nuova vita all’hangar coinvolgendo i cittadini e le istituzioni nella creazione di uno spazio di inclusione sociale e di dialogo.

L’Agenzia Regionale per il Lavoro ha curato la promozione del Progetto Med More and Better Jobs Network, con l’assistenza tecnica della società Poliste, che si è occupata della progettazione e facilitazione del processo partecipativo.

2) Processo di Progettazione Partecipata

L'approccio metodologico per la facilitazione dei workshop è stato incentrato sulla metodologia **Metaplan®**, una tecnica di discussione basata sulla visualizzazione, utile per affrontare e risolvere i problemi in maniera condivisa.

Essa consente, infatti, di gestire una discussione di gruppo e raccogliere, selezionare e omogeneizzare i diversi contenuti espressi dai partecipanti: esperienze, opinioni, soluzioni, domande, proposte, etc.



Il processo di progettazione partecipata è iniziato con una prima fase di mappatura e analisi degli attori rilevanti sul tema del Progetto (inclusione sociale/lavorativa e occupabilità) a livello regionale e in particolare nel quartiere di Is Mirrionis.

Questo tipo di analisi dei “**soggetti portatori di interesse della comunità**” (detti **stakeholder**) permette di stabilire quali attori coinvolgere nelle diverse fasi, e risulta fondamentale per includere tutti i differenti punti di vista sul tema in discussione, in modo da rendere il processo decisionale realmente partecipato e inclusivo.

Nella fase iniziale di rilevazione dei soggetti da coinvolgere (da dicembre 2010 a gennaio 2011), che ha preceduto l'animazione territoriale, sono stati individuati circa 130 attori rilevanti per il percorso da attivare.

Per effettuare la mappatura e analisi, sono state prese in considerazione tre macro-categorie di attori: **Istituzioni pubbliche** - enti locali territoriali (comuni, province, regioni, CM), agenzie funzionali (consorzi, camere di commercio, aziende sanitarie, agenzie ambientali, scuole, università, ecc.), aziende controllate e partecipate; **Gruppi organizzati** - gruppi di pressione (sindacati, associazioni di categoria, partiti e movimenti politici, mass media), associazioni del territorio (associazioni culturali, ambientali, di consumatori, sociali, gruppi sportivi o ricreativi, ecc.); **Gruppi non organizzati o singoli** - singole imprese, cittadini e collettività (l'insieme dei cittadini che compongono la comunità locale).

Con il tempo, soprattutto attraverso il processo di animazione territoriale, la mappatura iniziale è stata integrata con ulteriori 170 soggetti che sono stati inclusi nel processo.

I soggetti individuati sono stati coinvolti nel percorso partecipativo a diversi livelli: tutti sono stati informati sul processo, un gruppo di attori più rilevanti è stato contattato attraverso specifici strumenti di comunicazione (telefonate, scambi di e-mail). Tutti i soggetti che avevano interesse hanno avuto la possibilità di prendere parte al processo di comunicazione attivato sul web. Gli attori più rilevanti (alta capacità di influenza e alto interesse) sono stati coinvolti negli incontri realizzati fra il mese di febbraio e quello luglio 2011.

Nel dettaglio, i quattro livelli di coinvolgimento con i relativi target di riferimento e gli strumenti utilizzati per il coinvolgimento:

- **Informazione.** Target: tutti gli attori. Strumenti: azioni di animazione territoriale (passeggiate di quartiere), campagna di comunicazione web.
- **Comunicazione.** Target: gruppo di attori rilevanti. Strumenti: email, telefonate, campagna di comunicazione web.
- **Partecipazione.** Target: attori più rappresentativi dei punti di vista rilevanti. Strumenti: email, telefonate, campagna di comunicazione web, interviste/ incontri bilaterali.
- **Network.** Target: selezione di attori più rappresentativi dei punti di vista rilevanti. Strumenti: email, telefonate, comunicazione formale e incontri mirati.

3) Campagna di Comunicazione

Partendo dagli elementi grafici identificativi del Progetto è stata messa a punto un'immagine coordinata capace di veicolare in maniera semplice e diretta i principi del progetto e le sue linee guida, rendendo chiare anche ad un pubblico più vasto le varie articolazioni del percorso partecipativo.

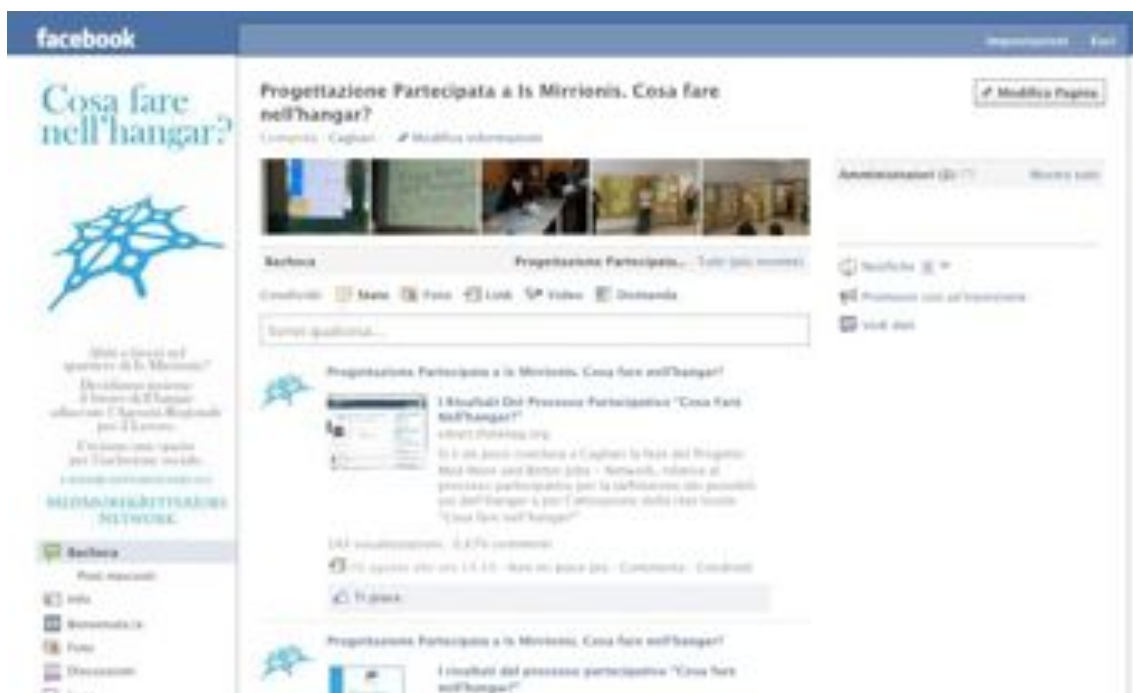
Lo slogan “**Cosa fare nell’hangar?**”, ritenuto adatto al target, è stato utilizzato anche in maniera grafica e visiva sulle varie articolazioni della campagna di comunicazione, nell’intento di rendere esplicito fin dal nome stesso l’obiettivo da raggiungere.

La semplicità grafica che contraddistingue i vari elementi della campagna è finalizzata - oltre che al raggiungimento di un target più ampio rispetto a quello strettamente specialistico - alla immediata riconoscibilità visiva, per rendere “popolare” un processo partecipativo altrimenti difficile da veicolare nello stretto spazio della pubblicità e della comunicazione.

La campagna “Cosa fare nell’hangar?” si è articolata sul doppio binario online/offline.

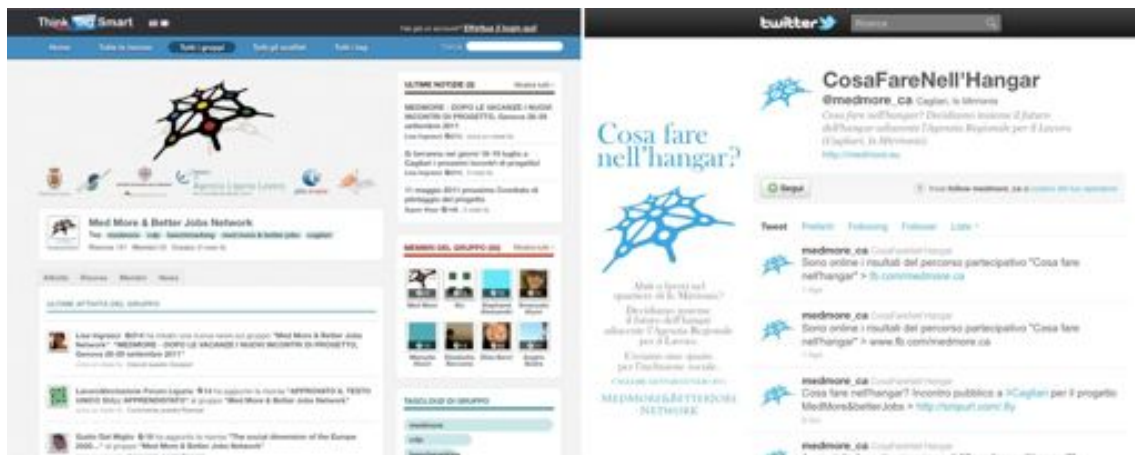
Per quanto riguarda la comunicazione online, si è puntato sull’utilizzo del social network Facebook e sulla diffusione delle notizie e degli appuntamenti su blog e siti di settore.

L’elaborazione degli accessi al social network Facebook ha permesso di rilevare il target di soggetti che ha partecipato al processo di comunicazione e diffusione via web. In maggioranza donne di 25/34 anni. La fascia di popolazione meno coinvolta in assoluto, nonostante la tipologia di strumento scelto, è quella dei ragazzi fino ai 17 anni.



Seppur in maniera minore, altri social network sono stati coinvolti nella diffusione delle notizie riguardanti la campagna “Cosa fare nell’hangar?”, in

primo luogo mezzi quali Twitter e ThinkTag, il social network utilizzato dall'intera rete internazionale del Progetto Med More and Better Jobs Network.



Per quanto riguarda la comunicazione offline, sono stati realizzati e distribuiti materiali informativi, sia nel corso degli eventi che durante tutta la fase di animazione e in particolar modo durante le "passeggiate di quartiere", utilizzate per promuovere e informare i cittadini sulle attività che si stavano realizzando.

Si sono predisposti e stampati manifesti, cartoline e brochure. Inoltre sono state distribuite, durante uno degli incontri pubblici, delle shopping-bag di promozione del Progetto e sono stati prodotti dei pannelli fotografici sulla storia dell'Hangar.



4) Incontri

Da febbraio a luglio 2011 sono stati realizzati 5 incontri a cui hanno partecipato differenti tipologie di attori, coinvolti a differenti livelli nel Progetto.

Queste le tipologie di evento, con il relativo target di riferimento:

- Incontro interno: personale Agenzia Regionale per il Lavoro
- Incontro Rete locale: un gruppo di attori rilevanti
- Incontro pubblico: tutta la cittadinanza
- Incontri di progettazione partecipata: selezione di attori più rappresentativi dei punti di vista rilevanti.

Il **21 febbraio 2011** si è svolto il primo incontro, rivolto ai dipendenti dell’Agenzia regionale per il Lavoro, necessario per informare e coinvolgere nel processo il personale interno all’ente.

L’incontro ha dato inizio alla fase di animazione territoriale, consistita in un’attività di informazione e sensibilizzazione degli attori locali, in particolare dei residenti nel quartiere di Is Mirrionis; nella realizzazione di interviste ad alcuni dei soggetti più rilevanti mappati e nell’attivazione della campagna di comunicazione e informazione sul web “Cosa fare nell’hangar?”.



A maggio 2011 l'attività di animazione si è intensificata e si è avviato il processo di attivazione della rete locale, partendo da un nucleo chiave di attori fra i più rilevanti individuati.

Il **13 maggio 2011**, presso i locali dell'Agenzia, si è realizzato il primo Workshop di attivazione della rete locale, a cui hanno preso parte 16 partecipanti del mondo pubblico e privato.



Fra la fine di maggio e i primi di giugno 2011 si è realizzata una visita studio al Festarch Lab di Terni, per analizzare un caso di riqualificazione edilizia in chiave culturale/ricreativa (in una ulteriore fase del Progetto sono previste altre attività destinate alla rete locale tra cui ulteriori visite studio).

Il **10 giugno 2011** si è realizzato l'incontro pubblico aperto ad istituzioni, imprese, associazioni, cittadinanza ed esperti, per avviare un percorso di riflessione e analisi delle problematiche, che ha preceduto il vero e proprio percorso di progettazione partecipata e la creazione della rete locale.



Il **5 luglio 2011** si è svolto il primo workshop analisi e identificazione, dedicato in particolare all'analisi dei contributi raccolti nei vari momenti di ascolto degli attori locali (interviste, Forum, Workshop precedenti).



Il **18 luglio 2011** si è svolto il workshop di progettazione: sono state tracciate le linee d'azione e le attività da svolgere all'interno dell'hangar e individuati dei referenti per ognuno degli ambiti tematici su cui si è lavorato.



5) Partecipanti

Durante il percorso di progettazione partecipata sono stati coinvolti **diversi target di soggetti**, dalle istituzioni ai cittadini che sono stati informati e sensibilizzati con diversi strumenti di comunicazione. Dall'ampia partecipazione agli incontri si è riusciti a percepire gli effetti della campagna di comunicazione e del percorso di animazione.

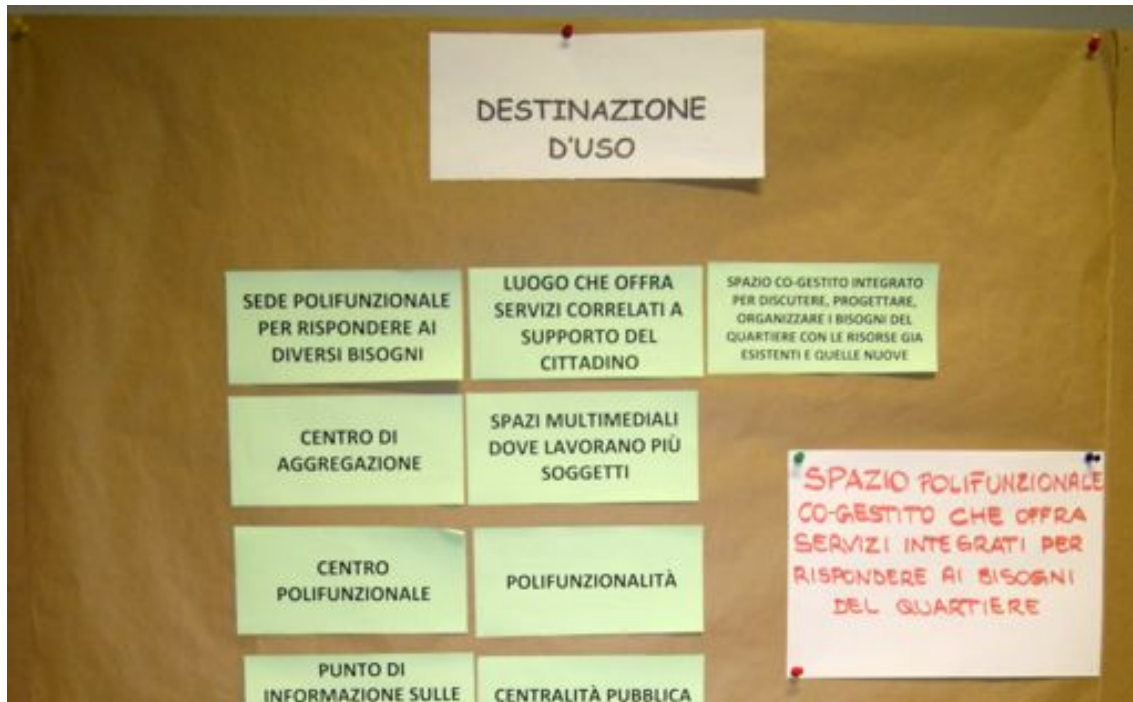
Il **primo incontro con la rete locale** (maggio 2011) era finalizzato a coinvolgere un primo ristretto gruppo di attori da cui avviare il percorso di costruzione della rete locale. In questo caso, essendo state informate tutte le categorie di attori si è rilevata una presenza ben distribuita di persone provenienti da associazioni e istituzioni.

L'**Incontro pubblico** (giugno 2011) è stato il primo momento di vero coinvolgimento di tutte quelle persone che non è possibile raggiungere facilmente, le persone comuni che spesso hanno difficoltà a dare voce alle proprie istanze. In questa occasione hanno preso parte circa 150 persone, considerando anche la presenza dei dipendenti dell'Agenzia che hanno supportato l'organizzazione dell'evento. È stata ampia la partecipazione dei cittadini comuni, abitanti del quartiere (circa 80 persone), seguita dalla presenza di Associazioni (circa 21 persone di 17 differenti Associazioni). Per contro, da parte delle istituzioni è stata rilevata una provenienza variegata ma esigua (Regione, Comune, ASL, UEPE), con circa 12 soggetti. Infine, è stata registrata una bassa affluenza da parte di studenti e mondo delle scuole (hanno partecipato 4 studenti e il preside dell'Istituto comprensivo "Ciusa").

Durante gli **incontri di progettazione** (luglio 2011) la presenza dei cittadini è stata esigua ma fondamentale. La maggior parte dei partecipanti ha portato il punto di vista delle associazioni del quartiere e delle istituzioni.

6) Risultati del Processo Partecipativo

Dal processo di partecipazione è emersa l'indicazione che l'Hangar dovrebbe costituire uno **spazio polifunzionale co-gestito** che offra servizi integrati per rispondere ai bisogni del quartiere.



Alcune delle riflessioni più rilevanti emerse si indirizzano verso la creazione di un luogo che abbia funzioni di aggregazione del quartiere, di ascolto e di inserimento sociale.

Le idee convergono sulla costruzione di un punto di riferimento fisico, che sia però un reale strumento di integrazione di iniziative diverse, che crei occasioni di partecipazione per i cittadini, e in particolare per le fasce più deboli a rischio di isolamento, esclusione sociale e marginalità, così che possano essere accompagnate verso processi di inclusione, utilizzando principalmente l'arte e la cultura come strumento di comunicazione.

Le riflessioni emerse negli incontri sono state sintetizzate in 5 ambiti d'azione:

- Azioni per l'integrazione comunitaria;
- Luogo per lo sviluppo di una rete dei servizi integrati del quartiere;
- Attività artistico-culturali;
- Attività sportive;
- Azioni per l'occupabilità.

I partecipanti all'ultimo workshop sono partiti da questi ambiti per produrre quattro schede di progettazione, contenenti le azioni da realizzare per mettere in pratica gli orientamenti raccolti.

Le schede prodotte potranno essere utilizzate dalla rete "Cosa fare nell'hangar?" per rendere operative le decisioni prese insieme, approfondire il lavoro svolto e garantirne la fattibilità nel momento in cui l'Hangar sarà restaurato e accessibile al quartiere.

7) Fonti

I contenuti di queste pagine sono tratti dal report finale della fase di networking del progetto, curato dalla società Poliste (www.poliste.com).

Ulteriori informazioni possono essere reperite ai seguenti link:

- www.medmore.eu
- www.medmorenetwork.eu
- www.facebook.com/medmore.ca
- www.twitter.com/medmore_ca