

CHLaYdoscope
I Leader degli Hub Creativi Europei
per far crescere giovani leader di comunità

Un percorso formativo per **Giovani Leader di comunità**

Data di pubblicazione: ottobre 2023
A cura di: Warehouse hub
CHLaYdoscope, Risultato di progetto 2

Available also in:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

chlaydoscope.eu



CURRICULUM FORMATIVO

Introduzione

I. Leadership comunitaria giovanile	4
II. Il gruppo target del Progetto CHLaYdoscope	5
III. Di quali competenze hanno bisogno i leader di comunità?	6
IV. Il pacchetto formativo CHLaYdoscope	7

PARTE1: Sviluppare le competenze essenziali per la leadership comunitaria

Modulo 1: Diventare leader di comunità

1.1 Introduzione al modulo	12
1.2 Risultati di apprendimento attesi	14
1.3 Competenze allenate	15
1.4 Workshop 1. Definire il proprio stile di leadership	16
1.5 Workshop 2. Concetto di sé e sé sociale	20
1.6 Workshop 3. La sfida inclusiva	24

Modulo 2: Comprendere la comunità

2.1 Introduzione al modulo	28
2.2 Risultati di apprendimento attesi	30
2.3 Competenze allenate	30
2.4 Workshop 1. Analizzare le risorse nella propria comunità: la mappa dei talenti	31
2.5 Workshop 2. Workshop 2. Comprendere la propria comunità e il valore della diversità: progettare attraverso le Personas	34
2.6 Workshop 3. Uno strumento pratico per identificare i problemi principali della comunità: l’albero dei problemi e l'albero delle soluzioni	37

Modulo 3: Partecipazione, advocacy e networking

3.1 Introduzione al modulo	40
3.2 Risultati di apprendimento attesi	42
3.3 Competenze allenate	43
3.4 Workshop 1. Costruire una forte cultura comunitaria	44
3.5 Workshop 2. La partecipazione giovanile	47
3.6 Workshop 3. Advocacy giovanile per il cambiamento	50
3.7 Workshop 4. Mappare gli <i>stakeholder</i> per mobilitare risorse	52

Modulo 4: Ispirare, influenzare, motivare

4.1 Introduzione al modulo	56
4.2 Risultati di apprendimento attesi	57
4.3 Competenze allenate	57
4.4 Workshop 1. Come funziona la comunicazione e come creare una presentazione chiara ed efficace per catturare l'attenzione del tuo pubblico?	58
4.5 Workshop 2. Come creare una cultura del <i>feedback</i> ?	62

Modulo 5: La creatività come competenza

5.1 Introduzione al modulo	66
5.2 Risultati di apprendimento attesi	68
5.3 Competenze allenate	68
5.4 Workshop 1. <i>Creativity=Remix</i>	69
5.5 Workshop 2. <i>Lego Serious Play</i> : incoraggiare il pensiero creativo	73
5.6 Laboratorio 3. Il Teatro Forum	75

Modulo 6: Sostenere il cambiamento

6.1 Introduzione al modulo	79
6.2 Risultati di apprendimento attesi	81
6.3 Competenze allenate	81
6.4 Workshop 1. Come guidare il cambiamento centrato sulle persone: Value Proposition Canvas	82
6.5 Workshop 2. Il modello di cambiamento in 8 fasi di Kotter	85
6.6 Workshop 3. Creative project canvas e metodologia del Living Lab	88
6.7 Workshop 4. Come coinvolgere la comunità nella co-creazione e nel crowdfunding	92

PARTE2: *Youth Local Labs*. Laboratori locali promossi da giovani leader di comunità. Coinvolgere gli stakeholder nelle sfide locali

Modulo 7: Come condurre uno *Youth Local Lab*

7.1 Introduzione al modulo	96
7.2 Fasi e strumenti per l’organizzazione e la facilitazione di uno <i>Youth Local Lab</i>	98
7.2.1 Prima del <i>Local Lab</i> : la preparazione	98
7.2.2 Durante il <i>Local Lab</i> : la facilitazione di un workshop multi-stakeholder	101
7.2.3 Dopo il <i>Local Lab</i> : andare oltre	103
7.3 Un esempio di <i>Local Lab</i> : Azione Pilota Lab Connection 2017 - il ruolo degli hub creativi per favorire l’ingresso dei giovani nel nuovo mondo del lavoro.	104



I. Leadership comunitaria giovanile

Trasformare la società verso un futuro equo e sostenibile richiede nuove forme di leadership. Ma che tipo di leadership?

È necessaria **una nuova generazione di leader** per affrontare le grandi sfide del mondo contemporaneo, tra cui l'emergenza climatica, la crisi sanitaria, le trasformazioni dei centri urbani, la gestione dei conflitti, la transizione digitale, l'uguaglianza di genere, la disoccupazione giovanile e molte altre. Una generazione di leader che abbia un forte senso di consapevolezza, preparazione e **capacità di stimolare l'azione collettiva, la creatività e le connessioni**. Guidate da questi nuovi profili professionali, legati ai territori, orientati alle relazioni e a nuove modalità di lavoro, le comunità locali possono rispondere meglio ai propri bisogni e risolvere autonomamente le sfide che le riguardano.

A differenza della leadership individuale, i giovani leader di comunità, così come intesi dal progetto CHLaYdoscope, non sono figure isolate, ma hanno sempre una comunità di riferimento rispetto alla quale il loro impegno assume senso; sono giovani che ottengono la loro influenza non sulla base di un ruolo formale, ma piuttosto perché possiedono determinate caratteristiche e competenze che consentono loro di rappresentare le loro comunità, i loro contesti di vita e di guidare il cambiamento sociale.

Queste caratteristiche, che sono le **conoscenze**, le **attitudini** e le **competenze** chiave che il progetto CHLaYdoscope ha contribuito a identificare, sono in grado di facilitare la partecipazione attiva dei giovani nei gruppi, nelle organizzazioni locali, nei gruppi di lavoro, consentendo loro di gestire processi di crescita collettiva, sociale, culturale ed economica.

I leader comunitari non definiscono, né indicano, quale debba essere il percorso corretto. Piuttosto accompagnano e facilitano i processi; stimolano nuovi modi di fare le cose. La loro priorità è favorire il bene comune.

Nel progetto CHLaYdoscope abbiamo messo a fuoco, dunque, un'idea di leadership comunitaria che ha poco a che fare con posizioni di potere all'interno delle organizzazioni o delle comunità virtuali sui social media. I giovani leader di comunità si muovono nel mondo reale, condividono quotidianamente con le loro comunità spazi geograficamente definiti e agiscono come cittadini attivi piuttosto che come figure autoritarie.

I giovani leader di comunità possiedono una serie di qualità personali e competenze che, ulteriormente sviluppate, possono consentire loro di facilitare i processi di cambiamento attraverso iniziative di promozione e azione territoriale, inclusione e collaborazione.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



II. Il gruppo target del progetto CHLaYdoscope

Il target del progetto CHLaYdoscope sono giovani che hanno un ruolo attivo nelle loro comunità, che operano all'interno di organizzazioni non profit, che dedicano tempo e competenze in gruppi di volontariato, giovani creativi e imprenditori sociali con progetti nei settori dell'arte e della cultura. Giovani che in molti casi hanno avuto l'opportunità di fare anche esperienze all'estero, e che oggi sono desiderosi di condividere le loro conoscenze con gli altri e di mettersi in gioco per lo sviluppo dei loro contesti di vita.

I giovani, infatti, possono dare un contributo inestimabile alle comunità cui appartengono e rafforzare sé stessi quando partecipano e si mettono in gioco.

Il progetto CHLaYdoscope mira a sostenere la partecipazione attiva dei giovani e a sviluppare competenze chiave, consapevolezza e conoscenze che possano aiutarli ad agire sulle sfide e le opportunità del nostro tempo, specie quelle che hanno un reale impatto sulla loro vita, e a immaginare soluzioni che creino **valore condiviso**.

Un'evidente spinta personale e collettiva emerge dall'analisi delle domande che molti giovani hanno inviato per partecipare a questo progetto pilota. I giovani che hanno risposto al bando del progetto europeo CHLaYdoscope e che vivono in Italia, Portogallo, Slovenia, Grecia e Paesi Bassi hanno espresso il bisogno di vedere cambiamenti concreti nei loro contesti di vita: cambiamenti che li vedano protagonisti.

Le sfide che hanno di fronte sono impegnative ed entusiasmanti allo stesso tempo, e il progetto CHLaYdoscope intende sviluppare le competenze necessarie per farvi fronte: potenziare la consapevolezza di sé e delle proprie capacità decisionali; trasmettere nuovi approcci e modelli collaborativi e partecipativi; sviluppare la capacità di immaginare e pianificare nuove risposte a problemi complessi; di generare risorse, quando sono scarse; di imparare a gestire iniziative e progetti in diversi campi: sociale, culturale, turistico, occupazionale e ambientale.

Il progetto CHLaYdoscope aspira a sostenere nuovi leader responsabili e creativi che danno priorità al bene comune.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



III. Di quali competenze hanno bisogno i leader di comunità?

Il Caleidoscopio, strumento richiamato dall'acronimo del nome in inglese del progetto (*CHLaYdoscope, Creative Hub Leaders developing community-based Youth leadership*), simboleggia l'insieme di quelle capacità che consentono ad una persona creativa di vedere le cose da diversi punti di vista e di immaginare soluzioni inaspettate.

Il progetto CHLaYdoscope, infatti, ha contribuito a identificare un "caleidoscopio" di nove aree di competenza, **nove competenze trasversali**, che definiscono il profilo dello *Youth Community Leader* e che sono emerse come caratteristiche di leadership fondamentali oggi sia nelle organizzazioni che nelle nostre comunità.

Le capacità ricercate nell'ambito del Risultato di Progetto 1 (*Competency Profile of Youth Community leader*), grazie al contributo di esperti e di giovani leader, e riconosciute come competenze chiave per i giovani leader di comunità, sono:

1. **Capacità di comprendere la comunità:** capacità di osservare e far emergere le motivazioni, i bisogni, i talenti e il potenziale collettivo della comunità, riconoscendone le motivazioni, i punti di forza e di debolezza.
2. **Comunicare in modo significativo con gli altri:** capacità di ascoltare e di facilitare un dialogo aperto con i membri della propria comunità e con gli stakeholder locali.
3. **Promuovere e sostenere le iniziative dei giovani:** capacità di facilitare la crescita individuale e collettiva.
4. **Ispirare e incoraggiare la partecipazione:** capacità di incoraggiare altri membri della comunità ad avere un ruolo attivo nella società.
5. **Essere changemaker:** capacità di facilitare e sostenere i processi di cambiamento.
6. **Sostenere l'apprendimento individuale e di gruppo:** essere consapevoli dell'importanza, per sé stessi e per i membri della comunità, di continuare a formarsi e ad apprendere.
7. **Mostrare competenze interculturali:** capacità di costruire relazioni positive con giovani provenienti da contesti diversi (culturali, sociali, economici, geografici).
8. **Mostrare competenze creative:** capacità di innescare nell'ambito della propria comunità processi creativi e di facilitare la progettazione di soluzioni innovative per sfide complesse.
9. **Networking, advocacy e generazione di risorse:** la capacità di creare connessioni e impiegare risorse per i processi di partecipazione e cambiamento.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



IV. Il pacchetto formativo CHLaYdoscope

L'obiettivo principale del pacchetto formativo CHLaYdoscope è fornire ai giovani leader di comunità un set di conoscenze, competenze e di strumenti che consentano loro di sviluppare le caratteristiche chiave della leadership comunitaria.

I contenuti racchiusi in questo e-book possono supportare i giovani leader nell'attivazione delle loro comunità e nella promozione, attuazione e gestione di iniziative concrete a fini sociali, culturali e ambientali.

Questo volume presenta una metodologia e un kit di strumenti strutturati, ma flessibili e adattabili, basati sull'apprendimento non formale e sull'approccio progettuale, utili allo sviluppo delle competenze chiave identificate nel profilo *Youth Community Leader* indagato in questo progetto (PR1).

Questa guida raccoglie l'esperienza di molti hub creativi europei e delle organizzazioni giovanili partner di questo progetto, nonché dei loro leader.

In particolare, il pacchetto formativo CHLaYdoscope è stato sviluppato grazie a:

- l'esperienza e le conoscenze dei leader degli Hub Creativi Europei, e la loro capacità di attivare le loro comunità, costituite prevalentemente da giovani, creativi, freelance e microimprese nel settore delle industrie culturali e creative.
- Le esperienze di molti giovani europei attivi nei loro contesti comunitari, decisi a impiegare i loro vissuti e le loro competenze a favore delle loro comunità di origine, per il loro futuro, e per creare cambiamenti positivi con impegno e creatività.

Questo pacchetto formativo racchiude quindi:

- Metodologie, risorse formative e strumenti già sperimentati dai diversi partner sia con le rispettive comunità, sia con il gruppo target durante i due anni del progetto pilota.
- Raccomandazioni, suggerimenti e riferimenti per la facilitazione di laboratori pratici adatti a sviluppare le capacità di leadership comunitaria e a lavorare con le comunità.

Questo manuale è stato costruito sulla base di un'evidenza condivisa tra i partner del progetto: i giovani possono essere efficaci promotori di cambiamento nella nostra società.

Il pacchetto formativo CHLaYdoscope può essere considerato una risorsa importante per le organizzazioni giovanili, per gli operatori giovanili e i giovani impegnati nella pianificazione, organizzazione ed esecuzione di iniziative a livello locale, nazionale e internazionale. I temi

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



trasversali di grande importanza che vengono toccati sono relativi alla partecipazione attiva dei giovani nei contesti comunitari, allo sviluppo locale e all'impegno dei giovani per la creazione di un futuro migliore.

Questo manuale rappresenta uno strumento che può aiutare i giovani ad uscire dalla loro zona di comfort, ad acquisire consapevolezza su questioni importanti e a sviluppare e portare avanti concretamente processi partecipati e iniziative mirate nelle loro comunità.

Il pacchetto formativo CHLaYdoscope è composto da due parti:

- **Parte I, Sviluppare le competenze essenziali per la leadership comunitaria.**

La prima parte di questo manuale comprende 6 moduli e, al loro interno, la descrizione di 19 workshop, che coprono una selezione di argomenti adatti ad aiutare i giovani a crescere e ad avere successo come leader e attivatori di comunità. I moduli inclusi sono:

1. Diventare un leader di comunità
2. Comprendere la comunità
3. Partecipazione, advocacy e networking
4. Ispirare, influenzare, motivare
5. La creatività come competenza
6. Sostenere il cambiamento

I contenuti spaziano dalla consapevolezza di sé, a come acquisire una conoscenza approfondita delle comunità di appartenenza; dalla capacità di analizzare i problemi a quella di individuare soluzioni innovative; dall'acquisizione di importanti conoscenze sui valori della partecipazione, della diversità e dell'inclusione, alla scoperta di tecniche per comunicare efficacemente con gli altri, per liberare la creatività nei processi di progettazione partecipata e per pianificare azioni di cambiamento.

Ogni modulo è collegato all'altro e anche le competenze che vengono allenate nei diversi laboratori pratici sono complementari tra loro.

I moduli sono stati progettati da un gruppo di esperti delle organizzazioni partner.

Ogni modulo formativo contiene le componenti qui descritte:

- I contenuti proposti nel modulo per lo sviluppo della leadership comunitaria.
- I risultati di apprendimento attesi.
- Le competenze allenate grazie ai workshop suggeriti, che fanno riferimento sia alle aree identificate nel [Chlaydoscope Competency Profile](#) fper i giovani leader di comunità, sia all' [Entrecomp Competency Framework](#), il Quadro delle Competenze Imprenditoriali sviluppato dalla Commissione Europea per aiutare le persone a essere più creative, più proattive, più orientate alle opportunità e più innovative. EntreComp viene preso come quadro di riferimento in un questo manuale perché gli hub creativi coinvolti in questo progetto hanno lavorato



molto con questo standard di riferimento, creando e sperimentando percorsi di educazione non formale per lo sviluppo di competenze trasversali chiave per i giovani che operano nelle industrie culturali e creative europee.

- I workshop suggeriti per allenare specifiche competenze.

La parte 1 del pacchetto formativo contiene in ciascun workshop anche i riferimenti e i link al sito web del progetto, dove si trova pubblicato il materiale formativo (audio e video) preparato per i workshop pilota.

- **Parte II, Youth Local Lab.**

Laboratori locali promossi dai giovani. Coinvolgere gli stakeholder nelle sfide locali.

Questa seconda parte del manuale formativo comprende un altro modulo, il Modulo 7, che descrive possibili metodologie e strumenti che possono essere utilizzati dai giovani leader di comunità per pianificare, organizzare e facilitare un workshop di un giorno con la partecipazione di stakeholder locali su una specifica sfida locale, contribuendo così a ideare e immaginare in maniera partecipata possibili soluzioni a problemi concreti che hanno un impatto sulla loro vita. I contenuti del pacchetto formativo CHLaYdoscope sono stati co-progettati grazie al coinvolgimento di tutti i partner di questo progetto: [Materahub](#) (IT), [Generazione Lucana](#), GL (IT), [Warehouse Hub](#) (IT), [Association for Culture and Education](#), PINA (SLO), [The European Creative Hubs Networks](#), [ECHN](#) (GR), [Dypall Network](#) (PT) and [The Artist and the Others](#), [TAATO](#) (NL).

Il partner incaricato di guidare il processo di co-progettazione è stato l'hub creativo italiano [Warehouse Hub](#), una start-up innovativa a vocazione sociale specializzata nella progettazione di percorsi di educazione non formale per lo sviluppo di competenze trasversali e imprenditoriali nei giovani.

La progettazione di questo pacchetto formativo si è basata su un processo iterativo che si è svolto per tutta la durata del progetto. È stata infatti disegnata una prima versione del manuale, con i suoi moduli e le sue attività formative; il team di progetto lo ha poi rivisto in diverse fasi successive dopo averlo ripetutamente sottoposto ad un riscontro da parte di esperti nell'ambito delle organizzazioni partner.

Inoltre, i contenuti della formazione sono stati testati con la *community* dei partecipanti al progetto pilota durante il secondo anno di vita del progetto, in occasione di:

- 6 workshop che si sono svolti online con 60 giovani selezionati per partecipare al progetto.
- 1 settimana intensiva di formazione per i formatori che si è svolta in Slovenia, con la partecipazione di 12 formatori provenienti dalle diverse organizzazioni partner.
- 1 settimana intensiva di formazione in presenza con i giovani beneficiari, la *Youth Academy*, che si è svolta in Portogallo, con la partecipazione di 18 aspiranti leader di comunità selezionati dal gruppo più ampio di partecipanti.

I contenuti sono stati poi rivisti per la versione finale, tenendo conto anche del riscontro fornito attraverso questionari dai partecipanti stessi, dopo ogni sessione di formazione.



PARTE1

Sviluppare le competenze
essenziali
per la leadership comunitaria

MODULO 1

**DIVENTARE
LEADER DI COMUNITÀ**

Co-progettato da:
TAATO, ECHN, GL



1.1 Introduzione al modulo

I leader di comunità sono inseriti nella comunità di riferimento, di solito sono scelti dalla comunità stessa e hanno un rapporto di dipendenza reciproca con la loro comunità (Boehm et al, 2010). Tuttavia, un leader di comunità deve anche lavorare con altre figure, gli stessi membri dell'organizzazione, professionisti esterni, politici e altri stakeholder per il benessere e il miglioramento della comunità. Diventare leader di comunità significa quindi accrescere in primis le competenze sociali e interpersonali.

Molti leader di successo hanno iniziato senza avere troppa fiducia in sé stessi, né consapevolezza rispetto alle proprie capacità. Ma le competenze trasversali necessarie per essere un buon leader di comunità possono essere allenare e costruite nel tempo.

Indipendentemente dalle vostre capacità attuali, quindi, potete diventare buoni leader di comunità se ci mettete impegno!

Questo primo modulo è una componente importante del pacchetto formativo CHLaYdoscope. Vi aiuterà ad accrescere competenze fondamentali per diventare un buon leader di comunità nel vostro contesto, ad acquisire consapevolezza rispetto a capacità, attitudini e strumenti che probabilmente portate con voi anche da esperienze precedenti e ad apprendere nuove conoscenze e metodologie che possono esservi utili a comprendere i membri della vostra comunità e ad accompagnare la crescita.

Gran parte dell'influenza di un leader di comunità sugli altri è emotiva e dipende dalla vostra capacità di identificare e trarre il meglio dalle motivazioni e dai punti di forza delle persone che ne fanno parte, attingere ai valori e alle ragioni dei singoli per ispirare azioni collettive di cambiamento, raccogliendo idee e aspirazioni.

Gli olandesi hanno un detto: "vooruitzien is regeren". Si traduce così "prevedere è governare". Prendendolo alla lettera, si potrebbe pensare di dover diventare un indovino o un matematico per riuscire ad immaginare determinati scenari. Entrambe le cose sono sbagliate. Prevedere è capire. Ed è proprio questo il fulcro di questo primo modulo: **guidare è capire. Capire sé stessi, capire l'altro e capire l'ambiente e il contesto in cui si vive.**



Capire sé stessi richiede consapevolezza di sé.

La prima e principale competenza che rende un leader comunitario un buon leader è l'**autoconsapevolezza**. I leader comunitari devono essere consapevoli delle proprie capacità, punti di forza e di debolezza, inclinazioni e motivazioni, per poter guidare, motivare e ispirare gli altri.

Questo modulo inizia presentando nel **Workshop 1** metodologie e strumenti che possono aiutare il leader comunitario a **comprendere** meglio **sé stesso, come chiave per comprendere la comunità di cui fa parte**. L'autoconsapevolezza è la capacità di comprendere non solo i propri punti di forza e di debolezza, ma anche di riconoscere le proprie emozioni e l'effetto che esse hanno sulle prestazioni proprie e dei membri della comunità.

Comprendere l'altro, richiedere empatia

L'empatia è la capacità di identificare e comprendere le emozioni altrui ed è un'abilità fondamentale per i leader. Aumenta la fiducia, la comunicazione e il valore attribuito ai membri della comunità. Il **workshop 2** di questo modulo aiuta gli aspiranti leader di comunità a **prendere coscienza della propria comunità** come gruppo umano che condivide aspetti significativi della propria esistenza, un'area geografica definita, stessi interessi, attività ed esperienze comuni, pur avendo i singoli membri prospettive e background diversi.

In questo workshop i partecipanti sono invitati a mettere in pratica l'empatia, la capacità di comprendere le esperienze e le emozioni degli altri, e a riflettere sulla **competenza interculturale**, la capacità di comunicare in modo efficace con persone di altre culture, valorizzando la **diversità** e costruendo relazioni positive con i propri pari.

Comprendere l'ambiente, il contesto comunitario, il luogo in cui i membri della comunità si riuniscono per intraprendere un'azione collettiva e generare soluzioni per un cambiamento, richiede capacità di analisi e l'adozione di un approccio collaborativo alla risoluzione dei problemi. Sviluppare la capacità di analizzare i problemi e le disuguaglianze, assumere una prospettiva e liberare la creatività in modo collaborativo, può aiutare voi e la vostra comunità ad elaborare risposte innovative a problemi complessi.

Il **workshop 3** del Modulo 1 offre spunti ai leader di comunità per **creare un ambiente aperto e sicuro per la collaborazione** e per lavorare sull'**analisi di un problema** assumendo una prospettiva e adottando anche il punto di vista di altre persone.





1.2 Risultati di apprendimento attesi

L'obiettivo di questo modulo è quello di fornire ai partecipanti consapevolezza, strumenti e mentalità adeguati a diventare leader di comunità, aiutandoli a raggiungere i seguenti risultati di apprendimento:

- I partecipanti sono consapevoli delle principali differenze tra un leader tradizionale e un leader di comunità.
- I partecipanti acquisiscono familiarità con le competenze individuate nell'ambito del progetto CHLaYdoscope relative al profilo del leader di comunità.
- I partecipanti sono consapevoli delle principali caratteristiche, competenze e conoscenze che occorre sviluppare per facilitare la crescita di una comunità.
- I partecipanti comprendono e approfondiscono il proprio stile di leadership
- I partecipanti esplorano le componenti principali dell'intelligenza emotiva (consapevolezza di sé; empatia; consapevolezza sociale) e della diversità.
- I partecipanti apprendono alcune metodologie, tecniche e strumenti per sviluppare l'autoconsapevolezza, l'empatia e la capacità di assumere la prospettiva degli altri.



1.3 Competenze allenare

Competenze CHLaYdoscope

- **COMPRENDERE LA COMUNITÀ** (capacità di osservare la realtà della vostra comunità utilizzando varie tecniche, di creare relazioni significative con/tra i membri della comunità e di identificare i bisogni del gruppo).
- **COMUNICARE BENE CON GLI ALTRI** (capacità di ascoltare attivamente, di essere empatici, di esprimere chiaramente pensieri ed emozioni, di essere consapevoli della diversità).

Competenze EntreComp:

- **AUTOCONSAPEVOLEZZA** (capacità di sviluppare una profonda comprensione dei propri interessi, valori, competenze, limiti, sentimenti e motivazioni).
- **EMPATIA** (capacità di comprendere le emozioni, le esperienze e i valori altrui).
- **ENGAGEMENT** (capacità di rimanere coinvolti e motivati durante lo svolgimento delle attività).
- **LAVORARE CON GLI ALTRI** (capacità di lavorare insieme e di cooperare con gli altri).





1.4 Workshop 1. Definire il proprio stile di leadership

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore dovrebbe avere familiarità con i concetti legati alla leadership comunitaria e avere familiarità con il <i>Competency Profile for Youth Community Leader</i> descritto nel Risultato di Progetto1: in questo workshop il formatore ha occasione di fare un focus sulle competenze che descrivono il profilo di <i>Youth Community Leader</i> indagato dal progetto. Il formatore sa presentare l'autoconsapevolezza come importante competenza trasversale e ha familiarità con il modello DiSC®, riconosciuto come un'ottima base per iniziare ad analizzare e costruire le competenze di leadership. L'idea di fondo di questo modello è che i leader possono avere diversi stili comportamentali: pertanto il formatore dovrebbe sottolineare che ogni persona ha un punto di partenza, un set di competenze unico; quindi inviterà ognuno a riconoscere il proprio stile nell'esercizio "definisci il tuo stile di leadership e la tua visione personale".	 Argomenti Definizione di leadership - Che cos'è la leadership? - Definizioni di leadership e focus sulla leadership giovanile - Introduzione ai diversi stili di leadership - Fondamenti di un leader di comunità: <i>visione, valori, competenze, supporto, sfide, ispirazioni</i> - Consapevolezza di sé: <i>valutazione personale con analisi DISC/ SWOT</i> - Esercizio: definire il proprio stile di leadership/ descrivere la propria visione



 Metodologie, strumenti e schema del workshop
Fondamenti della leadership [30 min] - Introduzione alla leadership e al profilo di giovane leader di comunità definito nell'ambito del progetto CHLaYdoscope 'Foundations of a hub leader' (Creative Hub Leader's Toolkit, Nesta p.36): Presentazione di questo strumento mutuato dal toolkit per leader di hub creativi realizzato da Nesta, il British Council e Hivos, che può aiutare i giovani leader di comunità a riflettere sulle motivazioni personali, le capacità e le attitudini necessarie per guidare una comunità da leader. Autoconsapevolezza [45 min] Esercizio: Self-reflection framework (p.40) [10 min] Breve presentazione DISC [15 min] Strumento di valutazione della personalità e del comportamento DISC [20 min] Definire il proprio stile di leadership Analisi SWOT (livello personale) - Breve presentazione - Compilare la SWOT analisi personale - Definire la visione e lo stile della propria leadership - Collegamento con la presentazione - I partecipanti possono utilizzare DISC e/o SWOT come base per l'esercizio.



Perché utilizzare questi strumenti?

Quadro delle competenze CHLaYdoscope

I discenti dovranno familiarizzare con questo quadro di riferimento (PR1), i cui riferimenti si trovano sul sito del progetto, che rivela le competenze chiave della leadership comunitaria investigati in questo progetto pilota e che costituisce uno strumento fondamentale sul quale è impostato questo pacchetto formativo.

Fondamenti di un leader giovanile (leadership)

Cosa significa essere un giovane leader?

Guardarsi dentro e conoscere i propri valori personali, le capacità che si hanno e quelle che si vogliono sviluppare è fondamentale per raggiungere i propri obiettivi come leader.

DISCO - strumento

Chi sono io? (Punto di partenza per l'autoconsapevolezza e l'autoregolazione come animatore della comunità giovanile)

Quadro di auto-riflessione

Come gestire il fallimento?

Lo strumento di autoriflessione indicato sopra vi aiuta a definire alcune delle vostre qualità uniche, a considerare cosa avete bisogno di sviluppare in voi stessi, e dove trovare ispirazione o supporto. Considerando le azioni, le conseguenze e quanto appreso, si può adattare il proprio approccio alla leadership.

Matrice SWOT e di confronto

Panoramica dei punti di forza e di debolezza in base al DISC. Migliorare i punti di forza e le opportunità o sviluppare o combinare nuove competenze per affrontare i punti deboli.

Esercizio per definire il proprio stile di leadership anche in base alle consapevolezze e le competenze acquisite in questo workshop. Questo creerà un buon punto di partenza per approcciare il resto del kit di strumenti presentati in questo manuale.



Come vi aiutano questi strumenti?

Attraverso gli strumenti presentati in questo workshop, i giovani saranno in grado di identificare la propria attitudine alla leadership, gli stili di leadership e come utilizzarli.

Gli esercizi proposti nel workshop 1 aiutano a sviluppare competenze fondamentali per i leader, come l'autoconsapevolezza e l'empatia, e permettono ai giovani di mettersi alla prova in diverse situazioni di sfida.

Come utilizzare questi strumenti?

1. Quadro di auto-riflessione
2. Profilo DISC - valutazione
3. Effettuare l'analisi SWOT (panoramica dei punti di forza e di debolezza)
4. Cos'è la leadership comunitaria, cosa implica; leadership e visione (come processo fatto di autoanalisi, confronto e ricerca).
5. Le principali caratteristiche di un leader di hub creativo come strumento per indagare gli aspetti fondamentali della leadership di comunità (con o senza esempio: sfida/necessità)



Riferimenti e materiale formativo

[DISC profile](#) - Marchio registrato di Wiley

[Seth Godin - Corso sulla leadership](#)

[Analisi SWOT](#)

Daniel Goleman - The emotionally Intelligent leader

Jo Owen- how to lead

[Harvard Business School Online](#)



I contenuti del Workshop 1 "Definisci il tuo stile di leadership", così come progettato e testato nel progetto pilota, sono disponibili sul [sito web](#) di CHLaYdoscope.



1.5 Workshop 2. Concetto di sé e sé sociale

 **Durata** (2-4 ore)

 **Profilo del formatore suggerito e consigli**

Il formatore dovrebbe essere esperto di di Intelligenza emotiva e gestione dei conflitti; essere in grado di creare un ambiente di lavoro aperto e collaborativo, sia che il workshop si svolga online che in presenza, dove tutti possono sentirsi accolti, valorizzati e ascoltati; guidare i discenti nel mantenere una visione d'insieme rispetto alle tematiche trattate e ad essere analitici; comprendere i loro comportamenti, raccogliere punti di vista e condividere gli stimoli che emergono.

 **Argomenti**

- Comprendere la comunità da diverse prospettive è una premessa importante per la risoluzione sostenibile di problemi e la definizione dei problemi rilevanti per la comunità
- Partecipare in maniera attiva in una comunità è una chiave per capire e scoprire sé stessi.
- Comprendere la propria identità come rappresentazione di sé stessi e delle proprie caratteristiche uniche, affiliazioni e ruoli sociali.
- Il conflitto quale modo di esprimere la propria identità che si verifica quando obiettivi e comportamenti sono incompatibili.
- Tipi di conflitti
- Il potere delle ipotesi
- Principi del dialogo
- Capacità di porre domande
- Intelligenza emotiva e gestione dei conflitti



Metodologie, strumenti e schema del workshop

- **Finestra di Johari** (30 min)
- **I ciechi e l'elefante** (30 min)
- **Giudice e Creatore** (30 min)

Perché utilizzare questi strumenti?

- **La finestra di Johari**, che prende il nome dai suoi due ideatori, Joe Luft e Harry Ingham, è un modello che concettualizza i meccanismi di conoscenza e auto-conoscenza delle persone; è una tecnica progettata per aiutare le persone a comprendere meglio il loro rapporto con sé stessi e con gli altri e a capire il valore di condividere di più su di sé e di ricevere feedback dagli altri.
- **Gli uomini ciechi e l'elefante** introducono l'idea che tutti noi abbiamo un pezzo del puzzle e che c'è valore nelle diverse prospettive da cui guardiamo il mondo.
- **Fare domande**: un ingrediente fondamentale per una comunicazione significativa e per il cambiamento personale. Quando ci poniamo delle domande, possiamo assumere la posizione di giudice o di creatore (indagine e scoperta).



Come vi aiutano questi strumenti?

- Utilizzando la *finestra di Johari*, i partecipanti esplorano l'idea che tutti noi abbiamo parti nascoste e parti visibili della nostra identità e cultura. Il modello viene utilizzato per migliorare la percezione individuale degli altri. Questo modello si basa su due idee: la fiducia può essere acquisita rivelando agli altri informazioni su di voi e imparando voi stessi dal feedback degli altri.
- *I ciechi e l'elefante*: la storia aiuta ad esplorare il modo in cui le supposizioni guidano il nostro comportamento. Riflettere sulle supposizioni significa concentrarsi sul modo in cui esse hanno un impatto su di noi come individui e causano le nostre realizzazioni e i nostri conflitti.
- Una domanda "giudicante" è un giudizio sulla persona a cui viene posta la domanda, mentre una domanda "creatrice" dimostra curiosità ed è formulata in modo positivo. Nel far notare i diversi tipi di domande è importante spostare il focus delle domande da una modalità problematica a una modalità di indagine positiva, da giudice a creatore.



Come utilizzare questi strumenti?

- Attraverso la finestra di Johari i partecipanti fanno un brainstorming sulle loro caratteristiche visibili e quelle nascoste e considerano come questo abbia un impatto sulla loro vita, sul loro comportamento e sull'interazione con le altre persone. Innanzitutto, dobbiamo immaginarci come una finestra: sullo spigolo alto vi è ciò che noi conosciamo, mentre su quello basso ciò che non conosciamo; sullo spigolo destro, invece, immaginiamo che ci sia ciò che di noi è noto agli altri, mentre, viceversa, sullo spigolo sinistro ciò che, di noi, non è noto a chi ci circonda. Attraverso l'intersezione di queste quattro caratteristiche emergeranno 4 diversi riquadri, delle finestrelle, tra loro diverse, che definiscono il nostro rapporto con gli altri.
- Dopo aver raccontato la storia "I ciechi e l'elefante", lasciate che il gruppo condivida i propri pensieri e introducete il concetto di prospettiva. Esplorate il valore delle diverse prospettive e il modo in cui possono essere rivelate, condividendo conoscenze ed esperienze e ponendo domande agli altri.
- Chiedete ai partecipanti di scrivere 2 domande, 1 per loro stessi e 2 per gli altri partecipanti. Chiedete ai partecipanti di accoppiare le domande "giudice" e "creatore" che hanno scritto.
- Chiedete ai partecipanti di pensare a due domande "creatrici" per ispirare la motivazione, l'impegno e il pensiero creativo: 1. per sé stessi 2. Per gli altri partecipanti.



Riferimenti e materiale formativo

[La finestra di Johari](#)

[I ciechi e l'elefante](#)



I contenuti del workshop 2 così come sono stati progettati e testati nel workshop ideato per il progetto pilota "*Community as a Source of Diverse Identity*", sono disponibili sul [sito web](#) di CHLaYdoscope. Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell'obiettivo che intendete dare al workshop.



1.6 Workshop 3. La sfida inclusiva

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore in questo workshop svolge prevalentemente il ruolo di facilitatore; dovrebbe quindi essere in grado di creare un ambiente sicuro e collaborativo, in cui tutti possano sentirsi liberi di esprimersi. Ecco alcuni suggerimenti e consigli utili per svolgere efficacemente il workshop: • Fornire una definizione di inclusività e come questa possa essere applicata in diversi contesti sociali. • Fornire esempi dei principali ostacoli all'inclusione (ad esempio, la discriminazione). • Stimolare l'empatia e convalidare il punto di vista di ciascun membro. • Dare il giusto tempo a tutti: intervenire per mediare solo quando è necessario. In questo modo, il gruppo può lavorare in modo indipendente e creare relazioni. and create relationships	 Argomenti • abilità sociali, consapevolezza di sé, empatia • mediazione del dibattito e co-progettazione • lavoro di squadra



Metodologie, strumenti e schema del workshop

GL Café è una metodologia implementata dal partner di progetto [Generazione Lucana](#), un collettivo giovanile locale nato nel 2019 nella Regione Basilicata (Italia) per rafforzare lo sviluppo giovanile e la cittadinanza attiva nel Sud Italia. L'approccio utilizzato è finalizzato ad accompagnare i giovani leader a coltivare la consapevolezza di sé, comprendere la comunità e creare impegno. Il workshop aiuta a:

- riflettere sulle proprie prestazioni come leader di comunità
- seguire il proprio sviluppo all'interno della comunità
- valutare il valore all'interno della comunità
- celebrare le vittorie, i punti di forza e le nuove idee che nascono dai membri della comunità

Questa metodologia è stata presentata nel workshop pilota (nel link indicato nei riferimenti qui di seguito) insieme allo strumento "l'Albero dei Problemi e delle Soluzioni", tecnica presentata nel Modulo 2, per analizzare a fondo i problemi in modo partecipativo e inclusivo e co-progettare.



Perché utilizzare questo strumento?

Il **GL Café** è una metodologia di brainstorming per trovare soluzioni a una sfida; è un modo informale per creare uno spazio sicuro (sia offline che online) dove tutti possono esprimersi.

Come vi aiuta questo strumento?

Il **GL Café** stimola il lavoro di squadra, promuove il pensiero critico e divergente e offre ai partecipanti diversi modi di guardare allo stesso problema. La metodologia offre anche l'opportunità di mettere in pratica il problem-solving creativo come processo di innovazione poco strutturato che incoraggia l'esplorazione di soluzioni aperte e originali.

Come utilizzare questo strumento?

- Cominciate a creare un ambiente aperto e informale: questo vi aiuterà a creare uno “spazio sicuro”, dove tutti possono condividere il proprio punto di vista.
- Il formatore pone al gruppo una semplice domanda: **“Quali sono le principali sfide che impediscono alla vostra città di diventare una città adatta ai giovani?”**
- I giovani sono facilitati dai formatori nella discussione e analisi delle origini dei principali problemi che riguardano loro e i loro contesti di vita e incoraggiati a esplorare le soluzioni innovative e originali.



Riferimenti e materiale formativo

[GL'S Café](#)



I contenuti del workshop 3, così come è stato progettato e testato nel workshop pilota “Una sfida locale”, sono disponibili sul [sito web di CHLaYdoscope](#). Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell'obiettivo che intendete dare al workshop.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This Project has been founded with the support of the European Commission. This publication (Communication) reflect the view only of the author and the Commission can not be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

MODULO 2

COMPRENDERE LA COMUNITÀ

Co-progettato da:
PINA, ECHN, GL



2.1 Introduzione al modulo

Una parte integrante dell'identità di un leader di comunità è la comunità stessa: i leader di comunità devono entrare in possesso di quelle capacità, metodologie e strumenti che possono aiutarli a comprendere i diversi talenti, valori, interessi e bisogni di cui i membri della comunità sono portatori e capire se i singoli hanno a cuore le stesse cose che interessano i leader.

Un passo importante per iniziare a comprendere la propria comunità è quello di valutare e mappare i suoi talenti e le risorse esistenti, e di incorporare questi punti di forza nelle azioni e nei progetti di sviluppo della/ per la comunità.

Guardare alla comunità come a un ecosistema, un insieme di risorse, consente ai singoli membri di riconoscere i propri punti di forza e le proprie capacità e di dar vita a un sistema di relazioni vitali e generative.

La mappatura dei talenti è un'analisi interna per comprendere la propria comunità e valutarne la preparazione rispetto a sviluppi futuri: nuovi progetti, nuove iniziative, ricerca di soluzioni a sfide specifiche.

Il Workshop 1 di questo modulo offre l'occasione di approfondire l'importanza di **mappare i talenti**, le risorse umane esistenti all'interno della vostra comunità, e di studiare e replicare una buona pratica sviluppata da uno dei partner di questo progetto, [Generazione Lucana](#), il collettivo giovanile nato nel Sud Italia con l'intento di incrementare la partecipazione attiva dei giovani in Basilicata.

Nel **Workshop 2** del Modulo 2, gli aspiranti giovani leader di comunità vengono introdotti a una tecnica di **Design Thinking: Personas Design**. Si tratta di un metodo e di uno strumento di progettazione mutuato dal marketing che può aiutare i leader a sviluppare empatia e a calarsi nei panni dei membri della loro comunità per capirne a fondo bisogni e necessità.

Personas Design è una tecnica che consente di comprendere a fondo il retroterra culturale, le esigenze e le motivazioni dei membri di una comunità e di co-progettare azioni di cambiamento che includano le loro diverse voci.

Così come gli individui hanno problemi, le comunità hanno problemi di comunità. Ogni comunità vuole affrontare i problemi e immaginare le soluzioni più adatte. Tuttavia, come dimostrato da questo progetto pilota durante la sperimentazione di metodologie e strumenti con giovani di diversi Paesi europei, esistono sfide comuni alle comunità giovanili di tutto il mondo, e lavorare insieme, con persone di culture e contesti diverse, può portare a identificare soluzioni inaspettate e molto creative.

Quando le comunità cercano di risolvere un problema, devono iniziare a riflettere e ad



analizzare il problema per trovare una soluzione. Ma prima di discutere le soluzioni, i problemi devono essere riconosciuti e studiati a fondo. Il leader della comunità deve essere in grado di facilitare questo processo di indagine.

Innanzitutto, cos'è un problema? Può trattarsi di molte cose. Un problema può essere solo la sensazione che qualcosa sia sbagliato e che debba essere corretto. Si può provare un senso di angoscia o di ingiustizia. In parole povere, *“un problema è la differenza tra ciò che è e ciò che potrebbe o dovrebbe essere”*.

Il Workshop 3 di questo Modulo presenta ai giovani leader e alle loro comunità uno strumento molto utile per comprendere problemi e sfide complesse della comunità e immaginare soluzioni concrete: **L'albero dei problemi e delle soluzioni**.

Questa metodologia può aiutarvi in modo significativo a comprendere i problemi complessi della vostra comunità e a facilitare il processo di ricerca di soluzioni adeguate, mappando in dettaglio le cause e gli effetti di ciascun problema.





2.2 Risultati di apprendimento attesi

L'obiettivo di questo modulo è aiutare gli aspiranti giovani leader di comunità a raggiungere i seguenti risultati di apprendimento:

- I partecipanti sanno come mappare i talenti e le risorse nelle loro comunità
- I partecipanti sanno come creare empatia nei confronti dell'esperienza dei membri della comunità.
- I partecipanti imparano ad analizzare i bisogni e le difficoltà dei membri della comunità.
- I partecipanti comprendono l'utilizzo di metodologie che aiutano a facilitare processi collaborativi con la comunità, all'identificazione di soluzioni nuove, a intraprendere azioni e decisioni importanti.

2.3 Competenze allenate

30 Competenze CHLaYdoscope

- **COMPNDERE LA COMUNITÀ** (capacità di osservare la realtà della vostra comunità utilizzando varie tecniche, di creare relazioni significative con/tra i membri della comunità e di identificare i bisogni del gruppo).
- **MOSTRARE COMPETENZA INTERCULTURALE** (capacità di comunicare in modo efficace con persone di altre culture, valorizzare la diversità e di costruire relazioni positive con persone provenienti da contesti diversi)

Competenze EntreComp

- **EMPATIA** (capacità di comprendere le emozioni, le esperienze e i valori di un'altra persona).
- **ENGAGEMENT** (capacità di rimanere coinvolti e motivati durante lo svolgimento delle attività).
- **LAVORARE CON GLI ALTRI** (capacità di lavorare insieme e di cooperare con gli altri).
- **CREATIVITÀ** (capacità di sviluppare diverse idee e opportunità per creare valore, comprese soluzioni migliori alle sfide esistenti e nuove; di esplorare e sperimentare approcci innovativi; di combinare conoscenze e risorse per generare soluzioni che creano valore).



2.4 Workshop 1. Analizzare le risorse nella propria comunità: la mappa dei talenti

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore dovrebbe conoscere alcuni strumenti e metodologie per mappare talenti e competenze, abilità, punti di forza e passioni dei membri di un gruppo o comunità per fornire una mappa delle risorse e delle connessioni di quella specifica comunità o organizzazione; dovrebbe avere familiarità con i processi partecipativi, la costruzione di reti, l'attivazione di comunità.	 Argomenti • Perché, Come e Obiettivi della mappatura dei talenti e delle risorse di una comunità • Presentazione di un esempio di mappa dei talenti e della buona pratica: il modello creato da Generazione Lucana (o qualsiasi altro metodo per la mappatura dei talenti). • Focus group: mappatura dei talenti • Consigli e suggerimenti per una mappa funzionale





Metodologia e strumenti

La mappa dei talenti

Perché utilizzare questo strumento?

La mappatura della comunità genera un enorme valore per la comunità stessa e per tutti coloro che sono coinvolti in questo processo. Crea uno spazio per rappresentare le componenti della propria identità collettiva e condividere le conoscenze.

Spesso non riusciamo a mettere in pratica le nostre competenze come vorremmo, per molti motivi diversi: mancanza di opportunità, inesperienza nell'argomento che trattiamo, mancanza di un team giusto o della giusta motivazione.

Una delle soluzioni a questo problema è la conoscenza della propria comunità: idee e soluzioni sono favorite da una fitta rete di rapporti e interrelazioni tra gli elementi che la contraddistinguono e le persone che la vivono.

La mappa dei talenti di GL è una rappresentazione online dei talenti di giovani attivisti originari della regione Basilicata: una piattaforma digitale dove i giovani possono registrarsi e mettere a disposizione le loro competenze e conoscenze.

Questa mappa mira a creare un database di giovani che oggi risiedono in diverse regioni d'Italia e del mondo, e rappresenta un quadro delle loro competenze, ai fini di un loro potenziale contributo ai progetti di uno specifico territorio.

Come vi aiuta questo strumento?

Condividere l'esperienza della Mappatura dei Talenti di Generazione Lucana potrebbe stimolare i partecipanti a:

- Creare una propria mappa dei talenti
- Riflettere sul proprio talento e sul modo in cui esso può essere messo in relazione con gli altri
- Motivare all'impegno collettivo e allo sviluppo di competenze trasversali
- Ragionare sulla progettazione di nuove iniziative o soluzioni a qualche sfida identificata.
- Comprendere il punto di vista degli altri



Come utilizzare questo strumento?

- Introdurre il tema della mappatura dei talenti nella vostra comunità e della gestione dei talenti.
- Presentazione della mappa dei talenti di GL e del suo funzionamento attraverso un esempio come: La storia di Marcella.
- Stimolare la discussione e la condivisione di esperienze simili: a tutti i partecipanti può essere data l'opportunità di fornire una definizione personale di "talento" e di fare riferimento alla propria esperienza su come i diversi talenti possano creare valore condiviso nell'ambito di un percorso collettivo
- Come costruire una "mappa dei talenti offline" attraverso il Modello dei talenti.
- Talent's Canvas: uno strumento che vi porta a ragionare ponendosi domande su
 - I vostri beni materiali, risorse e conoscenze
 - Le vostre competenze
 - La vostra esperienza
 - La vostra comunità
 - Il vostro scopo/la vostra sfida/il vostro problema
- Ogni partecipante riempie il modello e lo scambia con gli altri.



Riferimenti e materiale formativo

- [My Talent Map](#)
- [Mapping your community: The GL's Talent Map](#)





2.5 Workshop 2. Comprendere la propria comunità e il valore della diversità: progettare attraverso le Personas

Durata (2-4 ore)	
Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore dovrebbe conoscere il Design thinking, un approccio human-centred che facilita l'ideazione di soluzioni concrete a problemi complessi, mettendo al centro le priorità e le esigenze dei propri utenti. In particolare, devono avere esperienza nel facilitare workshop con lo strumento specifico qui presentato: Personas Canvas	Argomenti - Che cos'è il design thinking? In che modo è rilevante per comprendere meglio la comunità in cui viviamo? - Focus sulla progettazione <i>human-centred</i> come approccio ad alto impatto sociale che sfrutta le conoscenze e l'innovazione della comunità per cui la soluzione viene progettata. - Sviluppare empatia per realizzare un processo di cambiamento: la prima fase del Design Thinking consiste nel capire le esigenze degli utenti, raccogliendo informazioni sulle loro esperienze, necessità, e desideri. - Persona Canvas e collegamento con l'identificazione degli stakeholder - Il template Personas Canvas e come compilarlo passo dopo passo - Individuare le somiglianze tra i diversi utenti tipo, entrare in empatia con le loro esigenze e ragionare sull'importanza delle competenze interculturali.



Metodologia e strumenti <i>Design Thinking and Personas Design</i>
Perché utilizzare questo strumento? Il <i>Design Thinking</i> è una metodologia che mette al centro l'utente finale, consentendo a persone diverse di lavorare insieme per risolvere i problemi della comunità. La definizione del contesto e la chiara comprensione delle esigenze e delle sfide degli utenti sono fondamentali per l'esplorazione di idee e soluzioni. Lo strumento che i giovani leader impareranno a usare in questo workshop è il <i>Personas Design</i>. Il <i>Personas Design</i> è un processo che permette di guidare un cambiamento incentrato sulle persone, di incorporare la voce dei diversi utenti/beneficiari all'interno della vostra azione di cambiamento e di visualizzare l'esperienza, i bisogni, le motivazioni e le aspirazioni dei diversi membri della comunità. Le Personas (personaggi immaginari creati sulla base di una ricerca condotta sugli utenti/beneficiari reali allo scopo di identificare gli utenti/beneficiari-tipo del vostro progetto/azione/servizio), sono <i>personaggi</i> proprio perché - a differenza di un generico target - operano in un contesto ben preciso, hanno delle caratteristiche distintive, degli <i>obiettivi</i> da perseguire, delle <i>motivazioni</i> che li spingono e delle sfide che li ostacolano. Una Personas ha una sua personalità, possiamo identificarla con qualcuno che conosciamo, possiamo capirla e quindi comprendere meglio la comunità.
Come vi aiuta questo strumento? Il Personas Design è un processo di progettazione che consente di dare un volto e un nome ai membri della vostra comunità e a rendere più facile calarsi nei loro panni. Questo strumento vi permette di approfondire i comportamenti e le motivazioni del vostro gruppo o di altri gruppi di stakeholder. Attraverso la progettazione di Personas, è possibile costruire una storia dettagliata di ciascun gruppo per esplorare quanto bene si sta facendo per soddisfare le loro esigenze e come si potrebbe migliorare. Le Personas possono essere utili sostituti dei veri stakeholder durante la progettazione o la revisione delle attività che si desidera cambiare o implementare. La progettazione attraverso le Personas permette di fare tre cose importanti: 1) creare empatia con le esperienze dei membri della comunità o con lo specifico target cui è rivolta la vostra azione /soluzione; 2) immaginare progetti/azioni/iniziative uniche per i vostri membri che soddisfano le loro esigenze; 3) creare e testare "inviti all'azione" e altre decisioni cruciali che riguardano la vostra comunità.



Come utilizzare questo strumento? • Prima del workshop, sondare il livello di conoscenza del Design Thinking tra i partecipanti. • Sulla base del punto precedente, presentare il concetto di Design Thinking. • Presentare le 5 fasi del Design Thinking (empatizzare, definire, ideare, realizzare un prototipo e testare) e collegarle a una sfida. • Presentare il template per la creazione di Personas • Presentare la sfida e il contesto in cui si muovono le Personas della vostra comunità (nel workshop 2 realizzato per questo progetto pilota, i cui riferimenti sono indicati di seguito, abbiamo diviso i partecipanti in 6 gruppi, che hanno lavorato online su 6 diverse Jamboard, e abbiamo chiesto a ciascun gruppo di lavorare su almeno 3 Personas per ogni scenario dato: abbiamo presentato loro 6 diversi scenari di contesti possibili) • lavoro di gruppo sul template Personas Canvas
 References and Training Material • Design Thinking • Persona Canvas • Creative hub Leader's toolkit (Persona Development, Pag. 64)
 I contenuti del workshop 2 così come sono stati progettati e testati nel progetto pilota nel workshop “<i>Community as a Source of Diverse Identity</i>”, sono disponibili sul sito web di CHLaYdoscope. Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell’obiettivo che intendete dare al workshop.



2.6 Workshop 3. Uno strumento pratico per identificare i problemi principali della comunità: l’albero dei Problemi e l’albero delle Soluzioni

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore dovrebbe essere in grado di facilitare questo workshop creando uno spazio in cui i partecipanti riescano a partecipare, togliersi la maschera e a connettersi a un livello profondo con sé stessi e con il gruppo; creare un ambiente (virtuale o fisico) che sia in grado di portare i partecipanti a collaborare in maniera fattiva, senza pregiudizi o ostacoli di alcun tipo. Il formatore dovrebbe essere un <i>problem solver</i>, abile nel facilitare il processo di analisi e confronto all’interno del gruppo utilizzando lo strumento proposto: l’albero dei problemi e l’albero delle soluzioni	 Argomenti • I giovani leader di comunità e le sfide attuali (la riflessione può partire dagli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile fissati dall’agenda ONU per il 2030 • Presentazione della sfida suggerita: Quali sono i principali problemi che impediscono alla vostra città di essere una città youth-friendly? • Trasformando l’albero dei problemi in un albero delle soluzioni, si iniziano a visualizzare le azioni possibili e gli obiettivi del progetto.
 Metodologia e strumenti L’albero dei Problemi e l’albero delle Soluzioni	
Perché utilizzare questo strumento? L’analisi attraverso l’albero dei problemi e delle soluzioni è un processo che permette di comprendere le sfide complesse e trovare le soluzioni adeguate, identificando nel dettaglio le cause e gli effetti di ciascun problema.	



Come vi aiuta questo strumento?

Questa tecnica, usata moltissimo nella progettazione, serve per focalizzare i problemi nelle loro relazioni causali e, quindi, poter mappare in un diagramma causa-effetto. Partendo da questa mappatura e rovesciando il punto di vista, la tecnica consente di lavorare sulle soluzioni. È utile per entrare nel merito dei fenomeni e per co-progettare con la comunità un'attivazione futura. Lo svolgimento di questo tipo di analisi con gli stakeholder può essere efficace per migliorare la comprensione del contesto locale, delle sfide e delle opportunità, fornendo l'occasione di condividere prospettive diverse, considerare i problemi in modi nuovi e prendere in considerazione soluzioni alternative.

Come utilizzare questo strumento?

Albero dei problemi e delle soluzioni

- Definire la sfida principale: per elaborare il diagramma dell'albero bisogna prima di tutto identificare tra i diversi problemi uno da cui partire.
- Identificare le cause della sfida
- Identificare le conseguenze della sfida
- Sviluppare un albero delle soluzioni
- Utilizzare l'albero delle soluzioni per identificare le opportunità e supportare la progettazione.



Riferimenti e materiale formativo

- [L'Albero dei Problemi e l'Albero delle Soluzioni](#)
- [Step Up Glasgow: Analisi attraverso l'Albero dei Problemi e l'Albero delle Soluzioni \(un esempio\)](#)



I contenuti del workshop 3, così come progettati nel workshop del progetto pilota "A Local Challenge", sono disponibili sul [sito web](#) di CHLaYdoscope. Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell'obiettivo che intendete dare al workshop.



MODULO 3

PARTECIPAZIONE, ADVOCACY E NETWORKING

Co-progettato da:
DYPALL, PINA, ECHN



3.1 Introduzione al modulo

Nel 2018, a seguito di un dialogo strutturato con i giovani, i responsabili politici e altre parti interessate, l'Unione Europea ha sviluppato la [Strategia dell'UE per la gioventù 2019-2027](#). La strategia si propone di raggiungere [undici obiettivi per i giovani](#) europei. Questi obiettivi mirano a superare le principali sfide che i giovani sono chiamati ad affrontare nella loro vita quotidiana e **presentano una visione dell'Europa che consente ai giovani di sfruttare il loro pieno potenziale**.

Promuovere la **partecipazione attiva dei giovani** alle decisioni e alle azioni a partire dal livello locale, è dunque essenziale se vogliamo costruire una società più democratica, inclusiva e prospera. Partecipazione e cittadinanza attiva significa avere il diritto, i mezzi, lo spazio e l'opportunità e, se necessario, il sostegno, per partecipare e influenzare le decisioni, per impegnarsi in azioni e attività in modo da contribuire alla costruzione di una società migliore. Per promuovere la partecipazione dei giovani leader e delle loro comunità nei contesti locali, è molto importante che, come primo passo, essi acquisiscano consapevolezza dell'identità della comunità cui appartengono, e imparino a identificare l'obiettivo principale che la comunità si è data, e ad avere chiara la visione che ogni giorno muove azioni e progettualità al suo interno, in maniera tale da poter condividere e comunicare chiaramente alle parti interessate questi fondamenti quando si sostengono cause, idee, iniziative.

Il Workshop 1 del Modulo 3 “Costruire una forte cultura comunitaria” aiuta i giovani leader e le loro comunità a riflettere sulla vision, la mission e i valori che la comunità intende perseguire, aspetti fondamentali di ogni organizzazione specie quando si prendono decisioni e si partecipa con altri *stakeholders*.

Le dichiarazioni di *mission* e *vision* descrivono ciò a cui la vostra comunità aspira e il cambiamento che volete creare. Allo stesso tempo, la discussione sui principali valori, principi e convinzioni che guidano i vostri comportamenti e le vostre decisioni crea un'esperienza coerente nelle relazioni che coltivate e nei diversi contesti in cui partecipate.

La **partecipazione** ha molte dimensioni e implica diversi modi di essere coinvolti. Tutte le azioni di *advocacy* intraprese dai giovani possono essere definite come forme di partecipazione giovanile, ma non tutte le forme di partecipazione giovanile sono considerate azioni di *advocacy*.

Nei workshop 2 e 3 di questo modulo i giovani leader sono guidati nella comprensione dei temi dell'*advocacy* e della **partecipazione con il supporto di risorse considerate “indispensabili”**.

I giovani sono sempre più coinvolti in “forme alternative” di partecipazione, tra cui l'attivismo giovanile, il volontariato di comunità, l'attivismo online o i movimenti sociali giovanili, come quello per il clima e altri. Le comunità giovanili stanno attraversando un momento di transizione, passando da modelli gerarchici strutturati di rappresentanza e partecipazione a



un approccio più reticolare e diversificato. Essere consapevoli di questi nuovi modelli e livelli di coinvolgimento aiuta i giovani leader di comunità a pianificare la loro partecipazione ai processi decisionali con nuovi approcci, adatti a migliorare l'inclusione e ad aprirsi a nuove possibilità uguali per tutti.

Questo è l'obiettivo del **Workshop 2** del Modulo 3. Questo secondo workshop presenta lo strumento [Youth Participation Toolkit](#), e in particolare i moduli **“Promoting participation for all” (Promuovere la partecipazione per tutti)** e **“Young people leading projects” (Giovani alla guida di progetti)**, che aiutano a sviluppare la consapevolezza di come la partecipazione possa essere accessibile, inclusiva e **sensibile alla diversità** e di come i giovani, attraverso la partecipazione attiva, possano aprire nuove opportunità per i gruppi e le comunità che rappresentano.

Il **Workshop 3** si concentra invece sull'**advocacy comunitaria**. L'*advocacy* è quell'insieme di azioni con cui un gruppo intende sostenere, raccomandare o intraprendere azioni collettive legate a un'idea o a una causa che sta a cuore. Comporta la capacità di rappresentare i diritti e i bisogni della comunità al livello delle istituzioni più idonee a rispondere. Le migliori pratiche di *advocacy* iniziano con una “richiesta” chiara e realistica supportata da prove. Questa “richiesta” è più efficace quando rappresenta il sentimento e la cultura della comunità. In generale, le strategie e le campagne di *advocacy* mirano a influenzare finanziamenti e risorse, cambiamenti politici o di processo.

A questo punto, avere una chiara percezione dei diversi attori e stakeholder che, in un'area specifica, potrebbero avere un'influenza o un potere nell'aiutarvi a dare seguito ad azioni legate alla vostra idea, o potrebbero essere influenzati dall'iniziativa che proponete, è un prerequisito per implementare progetti e iniziative validi.

Il workshop 4 di questo modulo si concentra proprio su come mappare accuratamente gli stakeholder, ovvero i portatori di interessi, rispetto alla vostra iniziativa.





3.2 Risultati di apprendimento attesi

L'obiettivo del Modulo 3 è quello di aiutare i giovani leader di comunità a raggiungere i seguenti risultati di apprendimento:

- I partecipanti conoscono la strategia dell'UE per la gioventù 2019-2027 e gli undici obiettivi europei per i giovani.
- I partecipanti sanno come guidare i membri della comunità a riflettere e a identificare gli aspetti essenziali per il successo delle loro iniziative: la *mission*, la *vision* e i valori fondanti della cultura della comunità.
- I partecipanti conoscono il significato e l'importanza della partecipazione e dell'*advocacy* per svolgere un ruolo attivo nello sviluppo della società.
- I partecipanti conoscono i diversi livelli e le principali componenti della partecipazione dei giovani.
- I partecipanti sanno come identificare un obiettivo di *advocacy* e impostare una campagna.
- I partecipanti sanno come identificare e mappare i principali *stakeholder*.
- I partecipanti imparano a sviluppare la propria comunità e le proprie risorse attraverso il *networking*.



3.3 Competenze allenate:

Competenze CHLaYdoscope

- GENERARE RISORSE, NETWORKING E ADVOCACY (capacità di mobilitare risorse finanziarie e non finanziarie, di coinvolgere gli stakeholder e di sostenere le iniziative giovanili).
- ISPIRARE E INCORAGGIARE LA PARTECIPAZIONE (capacità di sensibilizzare, incoraggiare la partecipazione, promuovere chiari obiettivi comuni)
- PROMUOVERE E SOSTENERE LE INIZIATIVE GIOVANILI (capacità di mappare gli stakeholder e di analizzare l'ecosistema dell'azione giovanile locale; conoscere le risorse disponibili per sostenere le iniziative giovanili; capacità di coinvolgere i giovani nella pianificazione ed esecuzione di progetti e iniziative).

Competenze EntreComp

MOBILITARE GLI ALTRI (capacità di collaborare e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azione; dimostrare capacità di comunicazione efficace, persuasione, negoziazione)





3.4 Workshop 1. Costruire una forte cultura comunitaria

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore dovrebbe avere esperienza di lavoro con i gruppi e saper facilitare il processo per identificare e stabilire <i>vision</i> , <i>mission</i> e sistema dei valori di un'organizzazione o comunità. Il formatore dovrebbe quindi avere familiarità con questi concetti. La <i>vision</i> , la <i>mission</i> e il sistema di valori aiutano a rafforzare l'identità di una organizzazione e sono ingredienti importanti per qualsiasi progetto in quanto definiscono obiettivi e strategie di crescita e sviluppo della comunità stessa.	 Argomenti • Focus sul significato di vision, mission e sistema dei valori di un'organizzazione • Raccogliere i contributi dei partecipanti sul significato di questi concetti e il sistema dei valori delle rispettive comunità. • Presentare i due template indicati nei riferimenti: il <i>Vision-Mission Canvas</i> e il <i>Building your Hub Culture Canvas</i>. • Lavoro di gruppo
 Metodologia e strumenti Il template che i leader dei Creative Hub utilizzano quando lavorano con le loro comunità su questi temi e sul sistema valoriale del proprio hub culturale sono contenuti nel Creative Hub Leader's toolkit (British Council, Nesta, pag. 20 e 30 in particolare). Nel nostro caso, per aiutare i giovani leader comunitari a coinvolgere le loro comunità nella definizione di questi aspetti importanti, i template sono stati leggermente adattati nel pilota in maniera tale che il focus rimanga sulla comunità stessa piuttosto che sull'hub. I due strumenti che sono stati utilizzati e che suggeriamo qui per supportare questo processo di definizione degli aspetti identitari sono: • Il template vision/mission (Pag. 20 del toolkit sopra menzionato) • Costruire la cultura del vostro hub (Pag. 30 del toolkit sopra menzionato)	



Perché utilizzare questi strumenti?

Lo sviluppo della **cultura di una comunitaria** può essere considerato come la definizione del carattere di quella comunità modellato da valori, legami e comportamenti finalizzati alla produzione di beni e benefici condivisi e collettivi.

Creare una cultura può aiutarvi a mantenere la vostra comunità ben strutturata, ad attrarre nuove persone e a mobilitare altre persone con gli stessi valori per gli stessi obiettivi.

Il primo strumento presentato in questo workshop, il **Vision/Mission Canvas**, che aiuta i leader a garantire che ogni membro della comunità sia allineato e possa motivare gli altri a raggiungere obiettivi condivisi. Il senso di appartenenza ad un gruppo o ad una comunità, che emerge dalla vision e mission che essa si dà, è una motivazione potente che spinge le persone a prendere parte a processi di costruzione collettiva.

La dichiarazione della vision descrive ciò a cui la comunità aspira e il cambiamento che si vuole ottenere. L'enunciazione della mission e della vision vi permettono di guardare avanti e motivare l'azione e il lavoro di comunità.

La vision è un'aspirazione, una dichiarazione rispetto a dove la comunità vuole essere nel futuro; la mission è lo scopo principale della comunità, il motivo per cui essa esiste.

È molto importante anche una riflessione sul sistema di valori, sui modi di agire e di vedere il mondo che la comunità condivide. I valori determinano l'impegno di un gruppo verso altri esterni, favoriscono anche la crescita personale dei singoli membri, in quanto ognuno si trova obbligato, nel percorso, a ridefinirsi e rivedere criticamente le motivazioni del proprio "fare sociale". I valori e i principi rappresentano il modo in cui la comunità agisce e fa le cose.

Come vi aiutano questi strumenti?

La vision comunitaria è un processo collaborativo che aiuta i membri della comunità a dire la loro su come vogliono che sia la loro comunità in futuro.

In generale, questo processo spinge a riflettere su:

- le cose che le persone amano della loro comunità e che vogliono conservare
- le sfide e i problemi che vogliono affrontare e risolvere
- nuovi aspetti che vorrebbero diventassero parte del tessuto comunitario.

Attraverso questo processo, una comunità può immaginare come vuole essere tra qualche anno o può guardare avanti a 5-10 anni e anche oltre.

La riflessione condivisa sugli elementi chiave che danno forma alla cultura di una comunità aiuta i membri della comunità a riflettere sui valori che guidano i loro comportamenti, la loro etica e il loro modo di lavorare. Ci sono alcune cose molto stimolanti che si possono fare nei workshop per aiutare i partecipanti a definire i propri valori condivisi. Lo strumento proposto aiuta a sostenere un processo funzionale alla creazione di reti e alla mobilitazione di risorse, poiché senza identità è impossibile intraprendere azioni coerenti e creare connessioni, che sono gli elementi chiave per generare e mobilitare risorse e rispondere a bisogni socialmente sentiti (di spazi, di cura, di tutela di interessi comuni ecc.).



Come utilizzare questi strumenti?

Il template Vision e Mission

- Iniziare con la vision.
- Chiedete ai partecipanti di immaginare la loro/vostra comunità tra 3, 5 o 10 anni: utilizzate le domande suggerite di seguito per stimolare la riflessione nel gruppo oppure la tecnica di facilitazione chiamata "WIFI: *what if...* Non sarebbe fantastico se..." Chiedete ai partecipanti di lavorare in piccoli gruppi per completare l'affermazione "Non sarebbe fantastico se..." il maggior numero di volte possibile, concentrandosi sulle cose che sarebbero in grado di influenzare, controllare o creare. Potreste chiedere: "Non sarebbe fantastico se tra un anno..., tre anni..., cinque anni..." e invitarli a scrivere quante più affermazioni possibili per ogni orizzonte temporale. La frase "Non sarebbe fantastico se..." è così semplice, ma sorprendentemente potente. Apre molte possibilità e il pensiero creativo.
- Guidati dalle risposte, redigere la vostra dichiarazione di "visione" in una o due frasi.
- Ora tentate di sintetizzare la vision pensando a chi ne beneficerà.
- Utilizzate le domande dello strumento per guidare la vostra riflessione.
- Redigere la vostra "Mission" in poche frasi: lo scopo principale della vostra comunità. Non preoccupatevi se non è perfetta. Possono essere necessari molti tentativi per trovare la formulazione giusta.

Costruire la cultura del vostro hub

- Invitate piccoli gruppi di lavoro all'interno della vostra comunità a creare un poster che li ritragga mentre lavorano al meglio, quando sono davvero in forma, quando il gruppo funziona alla grande, quando tutto va bene. Chiedete ai membri di creare questo poster in immagini e poi, come fase successiva, aggiungete alcune parole chiave che descrivono i valori in azione.
- I giovani leader di comunità possono riflettere sui valori della loro comunità rispondendo anche alle seguenti domande: Come descrivereste il vostro senso di appartenenza a questa comunità? Come descriverebbero i vostri interlocutori la vostra comunità? È in linea con i vostri principi? Come dovrebbero comportarsi le persone della comunità?
- Diversità, equità, inclusione, appartenenza potrebbero anche rappresentare temi legati a questa discussione aperta, riflettendo sulle persone della comunità:
 - Cosa cercano i membri? Perché sono qui?
 - Che tipo di persone sono?
 - Qual'è un buon spazio comunitario per loro?
- Compilare i sei elementi dello strumento (o riadattarli nel caso in cui alcuni di essi non siano rilevanti per la comunità specifica). È importante entrare nei dettagli il più possibile
- Discussione sulla possibilità che le persone siano attratte dalle culture create e che queste soddisfino alcuni dei loro bisogni.
- Ricordate: non ci sono regole, ma principi
- some of their needs
- Remember: there are no rules, but principles

Riferimenti e materiale formativo

- Lo strumento utilizzato è il template che trovate nel toolkit [Creative Hub Leader's toolkit](#) pag.20, Vision e Mission
- [Idee di facilitazione per Missione Visione Valori del Dr. Jo North](#)



3.5 Workshop 2. La partecipazione giovanile

Durata (2-4 ore)	
Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore dovrebbe conoscere, comprendere e/o avere un'esperienza diretta delle pratiche di cittadinanza democratica e di partecipazione attiva con le comunità giovanili; dovrebbe comprendere ed essere in grado di facilitare processi partecipativi e conoscere il Programma della CE e le risorse per sostenere la partecipazione dei giovani. È importante condividere le opportunità europee con i giovani, in modo che siano consapevoli delle opportunità che l'Europa offre loro di fare esperienze significative che aiutano a sviluppare la leadership e le competenze interculturali insieme ad altre importanti competenze trasversali. Potrebbe suggerire ai discenti di controllare le opportunità legate al programma Erasmus+ e programmi che promuovono la partecipazione attiva dei giovani; mostrare loro il Corpo europeo di solidarietà che aiuta i giovani a partecipare a progetti che vanno a beneficio delle comunità, sia all'estero che nel proprio paese, e/o progetti che promuovono l'esperienza del volontariato. Potrebbe mostrare le opportunità offerte dalla piattaforma Eurodesk, il Portale europeo per i giovani e le opportunità di partecipazione al dialogo giovanile dell'UE.	Topics • Ai giovani leader di comunità viene presentato il concetto di partecipazione attiva e l'importanza di far sentire e includere la propria voce nei processi decisionali; viene spiegato come la partecipazione può contribuire efficacemente a trasformare le idee in azioni e progetti che possono avere un impatto sulla loro vita • Definire la partecipazione come processo di condivisione delle decisioni che afferiscono alla quotidianità delle persone • Presentare la Scala della partecipazione giovanile e i gradi di partecipazione (Metafora presa in prestito da Sherry Arnstein, 1969) • Presentare il modello RMSOS a sostegno della partecipazione dei giovani. • Definire l'inclusione e la diversità • Presentare un esempio in cui la partecipazione può avvenire concretamente • Presentare opportunità offerte dai programmi dell'UE di partecipazione a progetti per lo sviluppo della leadership e dell'imprenditorialità.



Metodologia e strumenti

Lo strumento di partecipazione giovanile [Youth Participation Toolkit](#) è rivolto a tutti coloro che promuovono la partecipazione dei giovani e sono interessati a farlo attraverso i programmi dell'UE per la gioventù. Questo workshop, in particolare, propone ai partecipanti un focus sul modulo #3 di questo strumento: **Promuovere la partecipazione per tutti** e sul modulo #5: **Giovani alla guida di progetti**. Suggerisce inoltre di esplorare il Manuale *Have your Say "Di la tua!"*, dove gli operatori giovanili e i giovani possono trovare strumenti educativi e pratici per sostenere e avviare la partecipazione giovanile. In particolare, i giovani leader di comunità vengono introdotti al Modello RMSOS e la sessione di laboratorio è una discussione aperta su tutti gli aspetti inclusi nella cornice RMSOS, che può aiutare a investigare se i giovani nei loro contesti di vita e nelle loro comunità hanno il Diritto, i Mezzi, lo Spazio, le Opportunità e il Supporto (RMSOS): in altre parole, se hanno tutti gli elementi necessari per una partecipazione significativa.

Perché utilizzare questi strumenti?

Lo strumento di partecipazione giovanile [Youth Participation Toolkit](#) fornisce informazioni, strumenti e accesso a contenuti sulla partecipazione così come intesa dalla Commissione europea, presenta i programmi dell'UE per la gioventù e le opportunità che la CE offre per consentire e promuovere la partecipazione dei giovani; lo strumento è stato sviluppato dagli esperti del settore giovanile in seguito al processo di consultazione con i giovani, gli operatori giovanili e gli utenti dei programmi dell'UE per la gioventù, nonché con le Agenzie nazionali e i loro referenti per la partecipazione.

Presentando il Modello RMSOS, i giovani vengono introdotti alle cinque parole chiave che rappresentano i principali fattori che influenzano il coinvolgimento dei giovani a livello locale. Il modello si basa sul principio che una partecipazione significativa dei giovani può avvenire solo quando le giuste condizioni sono state create e a tutti gli attori coinvolti nel lavoro partecipativo è stata data la responsabilità di garantire che queste condizioni siano presenti. Le cinque parole chiave, Diritto, Mezzi, Spazio, Opportunità e Sostegno, rappresentano i principali fattori che hanno influenza sul coinvolgimento dei giovani a livello locale.

Come vi aiutano questi strumenti?

Potreste essere il leader di un gruppo giovanile, di un team in una start-up, un operatore giovanile in un centro giovanile, un leader di un'organizzazione giovanile, un peer educator, il rappresentante di altri giovani, un formatore o semplicemente qualcuno che lavora per coinvolgere i giovani in modo attivo nelle loro comunità. Il kit di strumenti, e in particolare i moduli e i modelli presentati in questa formazione, sono rivolti a coloro che sono interessati a sviluppare e comprendere la teoria e i concetti della partecipazione giovanile, a migliorare la qualità del pensiero e della pratica della partecipazione giovanile e a ottenere ulteriori informazioni sulla partecipazione giovanile nel contesto dei programmi dell'UE per i giovani.



Come utilizzare questi strumenti?

- Presentare e spiegare i contenuti rilevanti del Modulo 3 dello *Youth Participation Toolkit* (15 min) con particolare attenzione alla partecipazione e ai diversi livelli di partecipazione.
- Introdurre il Modello RMSOS senza presentare inizialmente il significato di ciascun elemento.
- Workshop: dividere i partecipanti in 5 piccoli gruppi: ogni gruppo discute apertamente una delle cinque parole chiave del quadro RMSOS, stimolato dalle seguenti domande "Cosa pensate che significhi questo concetto?" e "Quali sono le conseguenze di questo aspetto per la partecipazione?" (15 min) + condivisione della riflessione per ciascun gruppo (5 min per gruppo)
- Mentre i giovani condividono le loro idee su questi elementi, analizzate le loro spiegazioni e aiutateli a esaminare criticamente i loro progetti o iniziative e a scoprire se sono state create le condizioni giuste per la partecipazione dei giovani.
- Presentare e spiegare i contenuti rilevanti del Modulo 5 dello *Youth Participation Toolkit* (20 min.)
- Workshop su Decisioni da prendere per il vostro progetto e chi sarà coinvolto (5 min) + riflessione (5 min)
- Fornite loro le risorse suggerite nel Toolkit (in aggiunta potete presentare anche il modulo 12).



Riferimenti e materiale formativo

- Il [kit di strumenti per la partecipazione giovanile](#) (moduli 3 e 5)

Inoltre, come modulo di valutazione, il modulo 12 Pianificazione della partecipazione – presenta una lista di elementi che può aiutare a rendere la progettazione e l'attuazione del progetto più favorevole alla partecipazione dei giovani.

- Il Manuale *"Di la tua!"*, la Carta europea riveduta della partecipazione dei giovani a livello locale e regionale, la guida rivolta ai poteri locali e regionali che invita ad attuare politiche settoriali nell'interesse sia dei giovani che dell'insieme dei cittadini.



I contenuti del workshop così come sono stati progettati e testati nel progetto pilota nel workshop 5 "Youth Participation and Stakeholder Engagement", sono disponibili sul [sito web](#) di CHLaYdoscope. Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell'obiettivo che intendete dare al workshop.



3.6 Workshop 3. Advocacy giovanile per il cambiamento

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli I formatori devono avere esperienza nel campo dell'advocacy; devono sapere come condurre la ricerca su una causa specifica, mappare i bisogni e gli stakeholder e individuare i canali di diffusione. Durante il workshop verranno forniti esempi significativi di advocacy e di persone che hanno ispirato il cambiamento nel mondo.	 Topics - Definire l'advocacy - Presentare la UNICEF Youth Advocacy Guide - Coinvolgere la comunità in un'azione di advocacy - Praticare i diritti: l'advocacy si nutre di diritti - Ricerca - Sessione di laboratorio
 Metodologia e strumenti UNICEF Youth Advocacy Guide+ Advocacy Work Plan	
Perché utilizzare questo strumento? L'advocacy aiuta a far sentire la propria voce. L'obiettivo di questa forma di attivismo è aiutare le persone a comprendere e allargare la propria sfera dei diritti, delle regole, delle risorse per gruppi e individui, mediante relazioni con le istituzioni, sensibilizzazione dell'opinione pubblica, diffusione di messaggi tramite il sistema dei mass media, manifestazioni e mobilitazioni. Attraverso l'advocacy, le comunità in generale avranno una maggiore consapevolezza dei loro diritti e delle loro prerogative sociali, nonché della violazione dei diritti che i gruppi emarginati della società si trovano ad affrontare oggi. L'advocacy può influenzare direttamente le decisioni sulle politiche pubbliche. Quando le comunità si battono per una determinata causa o questione, i politici e i legislatori diventano sempre più consapevoli di tali questioni e possono prendere in considerazione l'inclusione delle prospettive dei sostenitori nelle leggi o nelle politiche formali. L'advocacy è anche collegata alla mobilitazione delle risorse, in un processo più completo che comprende la pianificazione strategica, l'advocacy, la comunicazione e la negoziazione con i donatori e i responsabili politici. Poiché l'advocacy e il suo utilizzo sono un processo complesso, è importante comprenderne tutte le fasi. La <i>Youth Advocacy Guide dell'UNICEF</i> è un kit di strumenti completo che può aiutare i giovani a capire cosa sia l'advocacy e come impegnare	



le loro comunità nell'influencare le politiche. A complemento della Guida all'Advocacy per i giovani, l'Unicef ha sviluppato un piano di advocacy che intende aiutare i giovani a pianificare e sostenere il cambiamento. Si basa sulle idee e sui suggerimenti inclusi nella "Guida dell'UNICEF all'advocacy giovanile" e aiuta i giovani ad applicare tali suggerimenti ai propri obiettivi di cambiamento, sviluppando progetti specifici.	
Come vi aiuta questo strumento? <i>UNICEF Youth Advocacy Guide</i> vi aiuterà a riflettere su questioni cruciali per la creazione della vostra rete e vi darà indicazioni su come condurre un processo di advocacy. Mentre il Piano di lavoro per l'advocacy vi aiuterà a progettare e condurre ricerche sull'argomento che volete difendere. Vi permetterà di capire dove si trova il problema della questione che state analizzando e come affrontarlo. Una volta che lo saprete, potrete diffondere il vostro messaggio e mettervi in contatto con altre persone che si battono per la stessa causa. Il kit di strumenti vi aiuterà a comprendere meglio la vostra rete, a mobilitarsi e a individuare gli stakeholder a cui dovete rivolgervi per sostenere la vostra agenda e ottenere un cambiamento.	
Come utilizzare questi strumenti? - Iniziate con la domanda "Chi è un modello di ispirazione per voi e perché?" (5 min.) - Presentare il concetto di advocacy (spiegare cos'è e qual è l'importanza dell'advocacy per la mobilitazione delle risorse) - (10min) - Presentate l'<i>UNICEF Youth Advocacy Guide</i> - Modulo 5. Creare reti e alleanze; Modulo 6. Partecipare alle conferenze e incontrare i responsabili delle decisioni (30 min) - Tempo di riflessione (5min) - Sessione laboratoriale: lavorate con i partecipanti in piccoli gruppi e date indicazioni su come definire il tema dell'advocacy e come individuare gli interlocutori giusti per affrontarlo (40 min.) - Resoconto in sala plenaria: Riflessione (10 min)	
 Riferimenti e materiale formativo 2022 UNICEF Youth Advocacy Guide [ENG]	



3.7 Workshop 4. Mappare gli stakeholder per mobilitare risorse

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore dovrebbe essere una figura che ha esperienza di lavoro con i giovani e capacità di coinvolgere istituzioni e organizzazioni, di motivare i gruppi, comprenderne le dinamiche e la gestione dei conflitti. Dovrebbe avere esperienza di lavoro con gruppi giovanili multiculturali, saper creare spazi per la comprensione reciproca e la collaborazione, l'apprezzamento e il rispetto tra gli individui. Naturalmente, il formatore dovrebbe essere in grado di guidare il processo di mappatura degli stakeholder utilizzando la <i>Stakeholder Map</i> .	 Argomenti - Definizione degli stakeholder - Elencate le ragioni per cui è importante avere una chiara percezione dei diversi attori e stakeholder che, in un'area specifica, potrebbero avere interesse o essere influenzati dalle vostre iniziative e progetti. - Come creare una rappresentazione visiva dell'ecosistema della vostra comunità? - Come raggruppare gli stakeholder in base ai loro comportamenti e alle loro motivazioni? - Come dare priorità agli stakeholder che possono influenzare direttamente la vostra comunità rispetto a quelli che potrebbero avere un impatto minore e come comunicare con i vari stakeholder di conseguenza?



 Metodologia e strumenti La mappa degli stakeholder
Perché utilizzare questo strumento? La mappatura degli stakeholder è un processo visivo che consiste nel rappresentare tutti gli stakeholder di un progetto o di un'idea su una mappa. Il vantaggio principale di una mappa degli stakeholder è quello di ottenere una rappresentazione visiva di tutte le persone che possono influenzare il progetto e di come sono collegate tra loro. La mappatura della comunità ha lo scopo di rappresentare visivamente la comunità, per comprendere meglio le connessioni basate sulla fiducia e i livelli di influenza tra i diversi stakeholder. L'identificazione dei principali influenzatori è importante per definire i diversi gruppi della comunità, la loro motivazione, il loro comportamento e il loro livello di impegno, per garantire che le attività rispondano alle esigenze della comunità e che le comunicazioni siano mirate.
Come vi aiuta questo strumento? Questo strumento aiuta a identificare gli stakeholder coinvolti, influenzati o interessati dalla comunità, raggruppandoli in base al loro livello di partecipazione, interesse e influenza nella comunità. Aiuta inoltre a determinare il modo migliore per coinvolgere e comunicare con ciascuno dei gruppi di stakeholder.



Come utilizzare questo strumento?

- Lavorare con i partecipanti in piccoli gruppi
- Chiedere loro di iniziare con l'indicare chiaramente lo "scopo" della loro comunità o dell'attività pianificata.
- Guidare il gruppo nella compilazione della mappa degli stakeholder
- Chiedere loro di pensare ai soggetti e alle organizzazioni che interagiscono con la loro comunità, utilizzando nome, titolo e organizzazione.
- Gli "stakeholder diretti" sono coloro che hanno la massima influenza sul vostro successo.
- Gli "stakeholder indiretti" potrebbero includere coloro che beneficiano delle vostre attività, i finanziatori che le sostengono o i giornalisti che possono promuovere le vostre storie di successo.
- I "potenziali stakeholder" possono avere un impatto futuro sulla vostra comunità o sulle vostre attività o possono rappresentare una direzione in cui volete muovervi. Potrebbero includere un nuovo gruppo target o un possibile investitore.
- Aiutate a raggruppare gli stakeholder per temi di interesse sulla mappa e a individuare dove ci sono somiglianze tra individui o organizzazioni.
- Chiedete loro di classificare gli stakeholder in termini di influenza, interesse e livello di partecipazione al progetto, utilizzando la griglia del potere e dell'interesse.
- Chiedete ai partecipanti di riflettere sulle seguenti domande:
 - Cosa motiva ogni stakeholder?
 - Quali altre priorità hanno e come potete allineare la vostra comunità a tali priorità e persino utilizzare la comunità per contribuire a raggiungere tali priorità?
 - Questo stakeholder avrà probabilmente un'opinione positiva della vostra comunità o delle vostre attività? In caso contrario, cosa potete fare?



Riferimenti e materiale formativo

- [Creative Hub Leader's toolkit](#) (British Council, Nesta), Mapping your stakeholders (Pag. 84)
- [Conducting a Stakeholder Analysis](#)



I contenuti del workshop, così come sono stati progettati e testati nel workshop 5 del progetto pilota, "Youth Participation and Stakeholder Engagement", sono disponibili sul [sito web](#) di CHLaYdoscope. Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell'obiettivo che intendete dare al workshop.



MODULO 4

ISPIRARE, INFLUENZARE, MOTIVARE

Co-progettato da:
TAATO, Warehouse hub



4.1 Introduzione al modulo

I leader comunitari ispirano cambiamenti positivi mettendo in grado coloro che li circondano di lavorare per raggiungere obiettivi comuni. Lo strumento più potente di un leader per fare questo è la comunicazione. Una comunicazione efficace è fondamentale per ottenere fiducia, allineare gli sforzi nel perseguimento di obiettivi, spiegare una visione, ispirare all'azione.

Un buon leader di comunità deve essere un buon ascoltatore e un buon comunicatore e deve avere queste capacità fondamentali per diffondere le cause di cui si fa portavoce, comunicare in maniera convincente ed essere compreso da diversi tipi destinatari.

Il Modulo 4 è concepito in due livelli:

- **Micro-livello:** a questo livello il focus è sulla capacità che un giovane leader di comunità deve avere di comunicare in maniera efficace con gli altri, far comprendere chiaramente un messaggio e saperlo indirizzare a diversi tipi di destinatari.

Il **primo workshop** di questo modulo guida i giovani leader ad approfondire i **fondamenti della comunicazione come processo di interazione** adatto a coinvolgere il (potenziale) pubblico.

I partecipanti scoprono attraverso le tecniche proposte come funziona la comunicazione e come creare una presentazione che il pubblico è motivato ad ascoltare. Acquisiscono consapevolezza del fatto che la comunicazione efficace è un processo a due vie: parlare e ascoltare con capacità di comprendere.

Il focus è anche sulle storie e sul potenziale che esse hanno di far leva sulle emozioni e aiutare le persone a sviluppare una comprensione autentica del messaggio e a connettersi e unirsi attorno a scopi comuni.

Lo *storytelling* (e in particolare il *visual storytelling*) viene qui presentato come una forma di comunicazione strategica per i giovani leader di comunità per condividere storie e "battaglie" (personali), stimolare l'auto-riflessione, evocare un senso di passione personale, creare e/o coinvolgere una comunità, ispirare un cambiamento positivo e incoraggiare la comprensione reciproca tra i membri della comunità. La tecnica di storytelling si basa sull'idea che le storie sono una delle principali modalità di comunicazione umana e che esse sono in grado di connettere le persone tra loro, di condividere emozioni e di trasmettere idee in modo efficace. Inoltre, le storie sono spesso più memorizzabili rispetto alle informazioni presentate senza una narrazione.

- **Macro-livello:** A questo livello l'attenzione si concentra maggiormente su **come sprigionare il potenziale della comunità e motivare i singoli individui attraverso le conversazioni e il feedback quale elemento critico per continuare a imparare.**

La conversazione, per definizione, implica uno scambio di messaggi e di domande tra due o più persone, implica dare e ricevere feedback.

Può sembrare controproducente, ma se i giovani vogliono portare la leadership e le interazioni con le loro comunità ad un livello più evoluto, è fondamentale che sappiano come creare una cultura del feedback.

I giovani leader di comunità che si misurano con la pratica di dare e ricevere feedback, vedranno i membri della propria comunità più motivati e determinati a esprimere liberamente bisogni e idee, più coinvolti per un cambiamento positivo. Saranno in grado di promuovere una vera cultura di scambio, di creare uno spazio favorevole per il dialogo e la crescita.



4.2 Risultati di apprendimento attesi

L'obiettivo del Modulo 4 è aiutare gli aspiranti giovani leader di comunità a raggiungere i seguenti risultati di apprendimento:

- I partecipanti comprendono i fondamenti e la natura della comunicazione come processo di interazione, in grado di coinvolgere il pubblico con strategie, tecniche e abilità sia verbali che non verbali.
- I partecipanti sanno come adattare lo stile di comunicazione per accrescere la loro leadership: la leadership si manifesta attraverso la comunicazione
- I partecipanti apprendono il potere dello Storytelling
- I partecipanti sanno come sviluppare e promuovere all'interno della comunità una vera e propria cultura del feedback che crea uno spazio per il dialogo e la motivazione.
- I partecipanti sanno come migliorare le loro capacità di ascoltare, motivare, ispirare e responsabilizzare.

4.3 Competenze allenate:

Competenze CHLaYdoscope

- **COMUNICARE CON GLI ALTRI** (capacità di comunicare in modo chiaro, persuasivo e assertivo; capacità di ascoltare in modo efficace; capacità di esprimere chiaramente emozioni e pensieri; capacità di gestire i conflitti).
- **ISPIRARE E INCORAGGIARE LA PARTECIPAZIONE** (capacità di sensibilizzare, incoraggiare la partecipazione, promuovere chiari obiettivi comuni)
- **PROMUOVERE E SOSTENERE LE INIZIATIVE DEI GIOVANI** (capacità di sostenere i giovani nella promozione dei loro talenti e nel perseguimento delle loro aspirazioni).

Competenze EntreComp

- **MOBILITARE GLI ALTRI** (capacità di collaborare e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azione; dimostrare capacità di comunicazione efficace, persuasione, negoziazione)
- **IMPARARE DALL'ESPERIENZA** (Capacità di Utilizzare qualsiasi iniziativa per la creazione di valore come un'opportunità di apprendimento. Imparare con gli altri, compresi i colleghi e i mentori. Riflettere e imparare sia dal successo che dal fallimento (propri e altrui).





4.4 Workshop 1. Come funziona la comunicazione e come creare una presentazione chiara e significativa che venga ascoltata dalle persone?

Durata (2-4 ore)	
Profilo del formatore suggerito e consigli. Il formatore dovrebbe conoscere i fondamenti, le tecniche e le strategie di comunicazione; dovrebbe conoscere anche le dinamiche e i processi per la gestione dei conflitti.	Argomenti - Il focus del workshop è sui giovani leader di comunità e sulla loro capacità di capire chi sono, e di come spiegare e trasmettere agli altri chi sono e il cambiamento che vorrebbero portare all'interno delle loro comunità. - Spiegare i fondamenti e la natura della comunicazione in tutti i suoi aspetti verbali e non verbali. - Fare un focus sul potere dello storytelling (e del visual storytelling) - Pensare a un metodo creativo per coinvolgere i partecipanti nella creazione e nel racconto di una storia. Qui ne abbiamo suggeriti alcuni.
Metodologia e strumenti “Come creare una presentazione potente che gli altri ascolteranno” di Julian Treasure: il libro e la serie di conferenze Ted - Il libro e le conferenze Ted di Simon Sinek - Il format di presentazione Pecha Kucha - PipDeck Tattiche di narrazione	



Perché utilizzare questi strumenti?

La comunicazione è la chiave di ogni relazione. In qualità di giovane leader, la padronanza della comunicazione è fondamentale per il ruolo intrapreso. Comunicazione e ascolto vanno di pari passo. Per questo motivo, grazie agli strumenti condivisi, il giovane leader imparerà e padroneggerà. Le presentazioni e gli strumenti qui presentati forniranno una varietà di abilità e strumenti che le persone potranno utilizzare a seconda delle loro preferenze e della varietà del pubblico che hanno di fronte.

- How to create a powerful presentation that others will listen to, di Julian Treasure, è un libro e una serie di conferenze Ted** che possono aiutare un leader giovanile a spiegare e trasmettere agli altri chi sono e il cambiamento che vorrebbero portare all'interno delle comunità.
- Il libro e le conferenze di Simon Sinek** mostrano l'importanza del PERCHE'. Il motivo per cui facciamo qualcosa è al centro della nostra passione, la forza trainante che sostiene i leader anche nei momenti difficili. Perché è ciò che motiva le nostre azioni, e ne abbiamo bisogno per motivare la comunità.
- Tecnica narrativa del Visual Storytelling.** Ogni partecipante è invitato a trovare il proprio modo di creare presentazioni efficaci. Le presentazioni sono storie e le storie hanno una struttura. Si sviluppano verso un climax, un momento di impatto e scatenano un'onda di slancio che cambia la percezione e i pregiudizi di chi ascolta.
- Il formato di presentazione Pecha Kucha** è introdotto come formato *light* di presentazione che fornisce anche a chi ha più difficoltà ad esporre una struttura semplice ed efficace da utilizzare per iniziare a creare il proprio stile di presentazione. Ai partecipanti verranno inoltre presentate diverse tecniche incluse nella raccolta di tattiche di comunicazione **Pip Decks Storyteller Tactics**. In questo modo potranno trovare la tecnica più adatta ai vostri partecipanti.



Come vi aiutano questi strumenti?

Gli strumenti presentati qui sopra, e nel workshop che abbiamo progettato per il pilota, possono aiutarvi a imparare come funziona la comunicazione e i diversi strumenti che avete a disposizione per creare il vostro stile di presentazione. Possono anche aiutarvi a **prendere coscienza delle diverse tipologie di pubblico**: ci sono sempre persone diverse nel pubblico, nessuno è uguale all'altro. Sono persone uditive, visive o tattili? Imparare a identificare chi è il vostro pubblico vi permetterà di massimizzare la potenza della vostra presentazione e di indirizzarla nel modo migliore e con il miglior risultato.

Narrazione visiva: La nostra storia è ciò che siamo: raccontarla significa guardare dentro di noi e alla strada che abbiamo percorso, agli obiettivi raggiunti, agli ostacoli superati, alle esperienze positive e negative che ci hanno segnato, alle persone che abbiamo incontrato lungo il cammino. Significa capire come le nostre esperienze e le relazioni instaurate ci hanno arricchito professionalmente e umanamente, quali insegnamenti ne abbiamo tratto. Una narrazione che si avvale di elementi visivi (immagini, disegni, fotografie, ecc.) crea un racconto immediato, diretto, efficace, non noioso, fruibile rapidamente.



Come utilizzare questi strumenti?

Visual Storytelling (Pecha Kucha Style)

Oltre alla narrativa indicata sopra, indichiamo come creare una narrazione visiva efficace in stile Pecha Kucha

Narrazione visiva (stile Pecha Kucha)

Il [PechaKucha](#) (in giapponese “chiacchierata”) è la piattaforma di storytelling in più rapida crescita al mondo, utilizzata da milioni di persone e un format di grande successo.

PechaKucha significa “Mostra e racconta”: 20 diapositive (solo immagini o poche parole) 20 secondi di commento per ciascuna diapositiva. Tutto qui. Semplice. Coinvolgente. Questo format di presentazione definito anche lightning talk di PowerPoint (o keynote), stimola connessioni autentiche. È lo strumento ideale per condividere le passioni e trasmettere conoscenze.

Gli innovatori di tutto il mondo utilizzano la piattaforma PechaKucha o più ancora presentazioni in stile Pecha Kucha per creare storie potenti e visivamente coinvolgenti che emozionano il pubblico in meno di 7 minuti. La presentazione dura infatti 6,40 minuti. (20 slide x 20 secondi). Questo formato assicura che il narratore sia efficace e conciso, che impari a parlare con ritmo, seguendo l'ordine delle idee e delle immagini che trasmettono tutti i contenuti che si intende condividere.



Riferimenti e materiale formativo

- [Bullet Guide by Mo Shapiro](#)
- [Come creare una presentazione potente che gli altri ascolteranno di Julian Treasure](#), Ted Talk
- [Come parlare per farsi ascoltare](#) by Julian Treasure
- [Iniziare con il perché](#) Libro di Simon Sinek
- [Tattiche di narrazione visiva](#)
- Narrazione visiva: Stile [Pecha Kucha](#)



I contenuti del workshop “How does communication works and how to create a meaningful and clear presentation that people will listen to”, così come sono stati progettati e testati nel progetto pilota, workshop 4, sono disponibili sul [sito web di CHLaYdoscope](#). Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell'obiettivo che intendete dare al workshop.



4.5 Workshop 2. Come creare una cultura del *feedback*

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore deve essere un esperto di strategie di comunicazione, conoscere il funzionamento della comunicazione e avere anche capacità di coaching.	 Argomenti • Se i giovani vogliono elevare la leadership e le loro comunità ad un altro livello, è fondamentale che sappiano come creare una cultura sicura del feedback.
 Metodologia e strumenti • CLEAR MODEL • Capacità di ascolto e tecniche di conversazione • 4 modi per dare un feedback	



Perché utilizzare questi strumenti?

Il coaching è un'abilità estremamente utile per i leader e i manager nel mondo del lavoro. È un ottimo modo per aiutare i membri di un team a svilupparsi o [a cambiare il loro comportamento](#). È particolarmente utile se combinato con [feedback](#) e [rinforzi](#).

Modello CLEAR

Questo modello viene presentato come quadro di riferimento per allenare le tecniche di conversazione. Il modello ha forti indicatori da tenere a mente quando si comunica con una comunità a livello individuale o collettivo.

Le capacità di ascolto e le tecniche di conversazione sono importanti per un leader di comunità. Queste tecniche possono migliorare la leadership perché permettono di identificare i bisogni e di innescare il cambiamento dal basso verso l'alto.

4 modi per dare un feedback

Imparare diversi modi di dare feedback per imparare a gestire le difficoltà e le battute d'arresto.

Come vi aiutano questi strumenti?

Il feedback è un processo importante utilizzato nelle organizzazioni per garantire che gli individui siano consapevoli del loro rendimento, di ciò che dovrebbero continuare a fare e di ciò che dovrebbero cambiare per essere più efficaci. Sebbene sia spesso considerato uno strumento dall'alto verso il basso, il feedback può essere utile in tutte le direzioni.

Ci sono tre ragioni distinte per fornire un feedback: modificare i comportamenti, confrontare le prestazioni e celebrare i successi:

- Fornire feedback positivi e negativi con l'intento di migliorare i comportamenti può essere efficace. È correlato all'uso della ["teoria del rinforzo"](#) sul posto di lavoro.
- Il feedback ha anche un ruolo molto chiaro nell'aiutare le persone a capire la loro posizione rispetto ai loro pari.
- Il feedback è un ottimo modo per celebrare i successi.

Come utilizzare questi strumenti?

Suggeriamo di presentare nel workshop tutti gli strumenti contenuti nei riferimenti qui sotto.

Quindi, concentrandosi sull'importanza di creare una cultura del feedback nella sessione di laboratorio, seguite i passaggi indicati di seguito:

- Iniziate a spiegare cosa si intende per feedback costruttivo.
- Qual è la differenza tra feedback costruttivo e critica?
- Quali sono i benefici del feedback costruttivo?
- [10 esercizi di feedback costruttivo coinvolgenti](#)
- Suggerimenti per aiutare il vostro feedback a cambiare in modo positivo



Riferimenti e materiale formativo

- [La ruota del cambiamento di comportamento](#)
- [MODELLO CHIARO](#)
- [4 modi per dare un feedback](#)
- [10 esercizi di feedback costruttivo di grande impatto per i manager](#)

MODULE 5

LA CREATIVITÀ COME COMPETENZA

Co-progettato da:
Materahub, Warehouse hub, PINA



5.1 Introduzione al modulo

“Qualsiasi società che non riesca a sfruttare l’energia e la creatività dei suoi giovani rimarrà indietro”. - Kofi Annan

Il modulo 5 di questo pacchetto formativo è incentrato sulla **creatività come competenza e processo generativo**.

La creatività è una delle 15 competenze che possono essere allenare e acquisite per diventare imprenditori, secondo il [Quadro comune delle Competenze per l’Imprenditorialità](#) della Commissione Europea, meglio conosciuto come *EntreComp*, utilizzato come riferimento anche nella progettazione di questo manuale.

L’organizzazione [European Creative Hub Network](#) e gli hub creativi partner di questo progetto, così come altre organizzazioni e comunità che operano nell’ambito delle Industrie Culturali e Creative (ICC), credono fortemente nella creatività come capacità che consente di percepire e comprendere il mondo che ci circonda in modi nuovi e diversi e di generare soluzioni innovative a sfide complesse. I leader degli hub creativi hanno sperimentato molto, all’interno delle loro comunità, disegnando percorsi per lo sviluppo del potenziale creativo per stimolare l’apprendimento e lo sviluppo trasformatore, utilizzando metodi basati sull’arte, e sfruttando il potenziale delle arti per supportare i membri delle loro comunità nella ricerca di soluzioni inedite a problemi complessi.

La Creatività è la capacità di immaginare soluzioni e risposte innovative per le nuove sfide del nostro tempo; la capacità di integrare prospettive diverse in una nuova comprensione, un nuovo prodotto o un nuovo servizio; la capacità di vedere il mondo in modi nuovi, di trovare approcci originali, di creare connessioni tra cose apparentemente disparate e di generare nuove idee. Quindi, per essere un leader di comunità efficace e creare nuove possibilità per la vostra comunità, dovete imparare a diventare più creativi...apprendere la creatività! La creatività è una competenza chiave per adattarsi e portare cambiamenti. E in quanto competenza, può essere allenata e sviluppata con il supporto di metodologie e strumenti, alcuni dei quali sono presentati in questo Modulo e fanno parte del *background* di conoscenze utilizzate dai Leader dei Creative Hub europei con le loro comunità di giovani, professionisti e creativi.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell’autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l’uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Il **workshop 1** di questo modulo si intitola: **CREATIVITY=REMIX**. Progettato e testato in diversi contesti e con target diversi da Warehouse hub, hub creativo partner di questo progetto, il workshop inserito in questo programma formativo presenta ai futuri Youth Community Leader un focus sulla creatività come competenza; suggerisce alcune metodologie (come il Metodo Lean, la metodologia Agile, Design Thinking), processi e strumenti (Double Diamond Design; Product vision Box) che permettono di esplorare e addentrarsi nella **natura del processo creativo, liberare il pensiero creativo e esplorare nuove possibilità di cambiamento sociale e individuale**.

Il **Workshop 2** proposto per questo Modulo presenta una metodologia che può supportare i giovani leader e i membri delle loro comunità nell’attivazione di **processi creativi basati sulla sperimentazione e le dinamiche tipiche del gioco**, consentendo loro di iniziare a immaginare, costruire e visualizzare le idee. Il metodo presentato è il **Lego Serious Play**, una metodologia pratica ed esperienziale progettata per migliorare le prestazioni aziendali. Questa tecnica utilizza i mattoncini Lego per costruire modelli di business e di brand, per incoraggiare il pensiero creativo, la collaborazione, la co-creazione e la comunicazione.

La creatività implica anche capacità di riflessione e analisi, soprattutto quando viene messa in gioco per promuovere lo sviluppo professionale o personale di un individuo. Le tecniche teatrali interattive, come il **Teatro Forum** descritto nel **workshop 3**, sono particolarmente adatte a promuovere questo tipo di creatività, poiché offrono ai partecipanti l’opportunità di assumere prospettive diverse, superando la divisione tra “attori e spettatori”.

Il Teatro Forum è una delle tecniche del Teatro dell’Oppresso (TO), un tipo di teatro creato dal regista brasiliano Augusto Boal. Questo laboratorio co-partecipato si fonda sulla partecipazione degli spettatori chiamati ad intervenire e ad influenzare la performance, e che per questo sono definiti “spett-attori”. Nel Teatro forum si mette in scena spesso una situazione oppressiva; può essere considerato per questo un metodo per fare brainstorming su temi sociali. Gli “spett-attori” sono chiamati ad intervenire e cercare soluzioni, sostituendosi agli attori. La resilienza (cioè la capacità di un individuo di adattarsi in maniera positiva ad una condizione negativa) implica la capacità di affrontare positivamente i problemi che emergono dalle avversità, trasformando i rischi e le sofferenze in sfide positive e risorse di sviluppo. Questa tecnica è una chiara dimostrazione di come metodi mutuati dal mondo dell’arte, in questo caso dal teatro sociale, possa diventare una metodologia utile per innescare un processo creativo e partecipativo per la risoluzione di problemi complessi.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell’autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l’uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



5.2 Risultati di apprendimento attesi

Lo scopo di questo modulo è quello di far apprendere ai giovani leader di comunità metodologie in grado di innescare all'interno della propria comunità processi creativi che possono aiutare a guardare le sfide da nuove prospettive e a generare nuove soluzioni. Il modulo 5 aiuta i futuri giovani leader di comunità a raggiungere i seguenti risultati di apprendimento:

- I partecipanti imparano a conoscere la creatività come competenza e come uno dei più potenti motori del cambiamento.
- I partecipanti acquisiscono metodologie collaborative per innescare processi creativi e far emergere nuove idee.
- I partecipanti sperimentano il potenziale generativo del teatro come arte che può aiutare le comunità ad affrontare problemi complessi.

5.3 Competenze allenate

68 CHLaYdoscope Competences

- CREATIVITÀ (capacità di sviluppare idee e opportunità per affrontare le sfide nuove ed esistenti; capacità di esplorare e sperimentare approcci innovativi; di combinare conoscenze e risorse per migliorare la qualità della vita).
- PROMUOVERE E SOSTENERE LE INIZIATIVE DEI GIOVANI (capacità di sostenere i giovani nella promozione dei loro talenti e nel perseguimento delle loro aspirazioni).

Competenze EntreComp:

- DARE VALORE ALLE IDEE (Capacità di riconoscere il potenziale di un'idea per la creazione di valore e di identificare gli strumenti più adeguati a tirarne fuori il meglio)
- VISIONE (Capacità di immaginare il futuro e di sviluppare una visione per trasformare le idee in azione; capacità di visualizzare scenari futuri per orientare gli sforzi e le azioni della comunità)
- MOBILITARE GLI ALTRI (capacità di collaborare e cooperare con gli altri per sviluppare idee e trasformarle in azione; dimostrare capacità di comunicazione efficace, persuasione, negoziazione)



5.4 Workshop 1. Creatività=Remix

Durata (2-4 ore)	
Profilo del formatore suggerito e consigli I formatori dovrebbero avere familiarità con <i>EntreComp</i> il quadro europeo per lo sviluppo della Competenza Imprenditoriale e altri riferimenti simili che indicano la creatività come competenza chiave per il futuro; dovrebbero inoltre avere familiarità con i concetti e gli strumenti principali del Design Thinking e delle metodologie che consentono di creare un prototipo per lo sviluppo di un'idea.	Topics • Focus sulla creatività come competenza chiave • Presentare la creatività come processo che porta alla generazione di nuove idee • Presentare la creatività come processo cruciale per ideare e collegare nuove idee con le esperienze esistenti: il riutilizzo della conoscenza esistente è una parte indispensabile della creazione di nuove idee. Nel settore creativo il riutilizzo della conoscenza è una pratica comune nota come “remixing”. • Presentare alcuni metodi per definire un problema specifico (ad esempio, il <i>Double Diamond</i> è un modello che sta alla base del Design Thinking per esplorare i problemi e creare una rappresentazione visiva del processo di design e di innovazione; l'analisi attraverso lo strumento <i>Problem Tree</i>, l'Albero dei Problemi ecc.) • Presentare lo scenario di una sfida: i giovani leader della comunità sono divisi in piccoli gruppi e viene loro assegnata una sfida o un problema da risolvere. • Suggestire l'utilizzo a scelta di un metodo tra quelli presentati per definire il problema/ la sfida e poi chiedere di creare il prototipo della soluzione identificata con il Product Vision Box. • I giovani leader della comunità possono poi scrivere una lettera a sé stessi dal futuro con la tecnica Letter from the future, immaginando il mondo tra 8 anni: quali nuove sfide si dovranno affrontare? La soluzione rappresentata dal prototipo sarebbe ancora valida? Porterebbe con sé lo stesso valore e la stessa visione?



Metodologia e strumenti

Uno degli strumenti presentati in questo workshop è [Product Vision Box](#).

Il secondo è [La lettera dal futuro](#)

Perché utilizzare questi strumenti?

PRODUCT VISION BOX:

Come leader di una comunità di giovani, dovete essere in grado di guidare la vostra comunità verso la costruzione di una comprensione condivisa del “prodotto” (idea, iniziativa, cambiamento che volete proporre) in modo molto diretto e visivo. La *Product Vision Box* consente a voi e ai membri della vostra comunità di dare priorità alle funzionalità e ai requisiti dell’idea o iniziativa, e di raggiungere un consenso sui benefici e sulle caratteristiche più importanti che porterebbe agli utenti finali.

Questo esercizio fornisce un metodo ludico e al tempo stesso perspicace per trasmettere una comprensione più profonda della soluzione che state ideando, promuovendo al tempo stesso la discussione e la collaborazione tra tutti gli attori coinvolti nel suo sviluppo.

Poiché anche gli utenti (beneficiari finali) sono invitati a partecipare a questo esercizio, la *Product Vision Box* è anche una tecnica orientata al target finale che offre al team l’opportunità di apprendere in prima persona ciò che gli utenti desiderano dal vostro “prodotto”

LETTERA DAL FUTURO:

È importante che i giovani leader comunichino correttamente e siano in grado di trasmettere la loro visione alla comunità, per evitare che i membri non abbiano chiara la direzione da seguire. Attraverso la lettera dal futuro, i giovani leader di comunità seguiranno un percorso di immersione nel futuro, in modo da chiarire innanzitutto a sé stessi come vogliono affrontare le sfide del futuro e creare una visione comune.



Come vi aiutano questi strumenti?

LA PRODUCT VISION BOX

È una tecnica che ispira entusiasmo tra i partecipanti e i portatori di interesse (gli stakeholder) e li aiuta ad allineare i loro sforzi verso una visione comune. La visualizzazione di un prodotto, di un servizio, di un’iniziativa, di un cambiamento, aiuta a descrivere l’obiettivo della soluzione che state immaginando e il valore per il cliente (target/beneficiari). La visione migliora la chiarezza: descrive ad alto livello di dettaglio dove si vuole arrivare con il “prodotto” a lungo termine.

LETTERA DAL FUTURO

Il processo di immaginazione che si crea durante questo lavoro di squadra è molto interessante. I giovani leader di comunità saranno divisi in gruppi e ogni gruppo riflette al suo interno, in una fase iniziale, su come sarà il mondo nel 2030. In questo contesto, qual è la visione comune all’interno della comunità? L’immaginazione aiuta a fare chiarezza e pensare di affrontare insieme le sfide future crea uno spirito comunitario. In una seconda fase, i partecipanti devono scrivere da soli una lettera rivolta al futuro, mettendo su carta la visione comune maturata nel gruppo e chiarendo ulteriormente che è una visione comune a tutti. La stesura in una lettera rende di ciò che si immagina nel futuro è l’esperienza più reale, la visione comune si fissa nella mente del leader e della sua comunità.

Come utilizzare questi strumenti?

PRODUCT VISION BOX

Per facilitare questa attività munitevi di tante scatole di cartone quanti sono i gruppi (lavorate in piccoli gruppi di lavoro da un minimo di 3 a un massimo di 5) per permettere a tutti di partecipare all’esercizio).

- Il workshop dura in genere tra i 40 minuti e un’ora. Ogni team deve costruire la propria scatola
- L’idea di base della *product vision box* è quella di creare una scatola fisica (una scatola di cartone) che deve essere utilizzata per commercializzare il prodotto, servizio, l’idea, la soluzione che si sta immaginando.
- Ogni lato della scatola contiene informazioni che riassumono i vantaggi e le caratteristiche del prodotto/servizio.
- Il nome, il logo e lo slogan (la proposta di valore dell’idea) si trovano sul fronte, insieme a un paio di punti che evidenziano i principali vantaggi di quel marchio/prodotto/servizio.





- Sul retro della scatola, dovrete indicare informazioni più dettagliate sugli attributi del prodotto/servizio/iniziativa e un po' di storia dell'azienda/organizzazione che lo ha pensato.
- Sui lati della scatola sono presenti anche alcune informazioni aggiuntive sul marchio.

LETTERA DAL FUTURO

- Il formatore dividerà i giovani leader della comunità in sottogruppi (composti da 4-5 membri ciascuno)
- Il formatore fornirà ai gruppi dei fogli e dei pennarelli.
- Sono necessari circa 60 minuti per sviluppare il commento di una visione e condividerla con gli altri partecipanti.
- Scrivete alcune domande di supporto ai giovani leader della comunità per ispirare la stesura della lettera, come ad esempio: (Cosa ha realizzato nello specifico la comunità? / Cosa è stato necessario per raggiungere questi risultati? / Quali ostacoli e barriere ha dovuto superare la comunità? Come hanno superato queste barriere? / Qual è l'impatto dei risultati ottenuti dal gruppo per l'organizzazione e i suoi clienti? / Quali sono le maggiori sfide della comunità per i prossimi 8 anni?)
- Fase 1 (5-10 minuti): pensare a tutti i probabili cambiamenti che potrebbero verificarsi nel mondo nei prossimi 8 anni.
- Fase 2 (25 minuti): creare una visione del futuro della comunità scrivendo la lettera dal futuro!
- Fase 3 (15): leggere le lettere dei diversi gruppi e discutere.
- Fase 4: discussione dei temi comuni. In questa fase il formatore dovrebbe facilitare la definizione delle priorità

I due strumenti possono essere usati insieme e la "Lettera dal futuro" può essere usata per riflettere in prospettiva di medio lungo termine sulla soluzione al problema emersa dalla "product vision box" e capire se tra 5-8 anni quella soluzione potrà essere ancora praticabile o, invece, di quali input o modifiche potrebbe aver bisogno.



Riferimenti e materiale formativo

- [Product Vision Box](#)
- [La lettera dal futuro](#)



I contenuti del workshop "Creatività=Remix", come originariamente progettato da [Warehouse Hub](#) e testato nel progetto pilota nel workshop 7, sono disponibili sul [sito web](#) di CHLYdoscope. Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell'obiettivo che intendete dare al workshop.



5.5 Workshop 2. Lego Serious Play: incoraggiare il pensiero creativo



Durata (2-4 ore)



Profilo del formatore suggerito e consigli

Idealmente il formatore dovrebbe essere un formatore certificato Lego Serious Play (LSP), in grado di comprendere i concetti di *FLOW* e i principi fondamentali della metodologia.



Argomenti

- Primo passo per creare un cambiamento nella comunità e dare forma al cambiamento
- Guidare i giovani leader di comunità nell'approccio al cambiamento.
- Aumentare il coinvolgimento e la capacità di apportare cambiamenti
- Elementi di LSP: costruzione, metafore, narrazione e immaginazione.



Metodologia e strumenti

[THE LEGO® SERIOUS PLAY®](#) (LSP)

Perché utilizzare questo strumento?

LSP è una metodologia ludica che aiuta prima a concentrarsi (con esercizi individuali, che mettono le persone nel flusso, flow), per poi passare alla costruzione di modelli individuali e poi di gruppo.

La LSP può aiutare i partecipanti a vedere le sfide in modo nuovo e a sviluppare insieme una conoscenza completamente nuova delle loro sfide e opportunità.





Come vi aiuta questo strumento?

Si tratta di uno strumento visivo che nelle prime fasi aiuta a entrare nel flow e a concentrarsi sul lavoro, per poi costruire le proprie capacità per il lavoro di gruppo e lavorare in modo da aiutare i giovani a esprimere più facilmente le proprie idee.

Il metodo innalza i loro processi di sviluppo a un nuovo livello, così come aumenta il coinvolgimento, la creatività e la capacità innovativa di apportare cambiamenti.

Come utilizzare questo strumento?

- 1) costruire esercizi per la metodologia LSP (utilizzando gli elementi di base)
 - facilitare il workshop per portare i partecipanti nella dimensione “flow” (quando i partecipanti sono completamente impegnati e immersi in uno stato di apprendimento ottimale)
- 2) costruire l’identità di un cambiamento che si vuole attuare nel proprio ambiente
 - elementi dell’identità: centrale, aspirazionale, esterna
- 3) visualizzare il contesto di un cambiamento, per essere in grado di sviluppare una strategia
- 4) creare connessioni di scenario utilizzando la narrazione e le metafore
- 5) giocare con i possibili cambiamenti e scenari, preparando i partecipanti ad affrontare in modo costruttivo sia i cambiamenti attesi che quelli inattesi
- 6) Viene quindi analizzato il modo in cui i cambiamenti influenzano lo scenario e vengono delineati gli effetti e le conseguenze di questa analisi. Sulla base dell’analisi, vengono evidenziate e decise le possibili azioni.
- 7) Estrarre gli insight e i punti d’azione.



Riferimenti e materiale formativo

- [LEGO® SERIOUS PLAY®](#)



5.6 Workshop 3. Il Teatro Forum



Durata (2-4 ore)



**Profilo del formatore
suggerito e consigli**

Per facilitare un laboratorio di teatro forum, un formatore dovrebbe conoscere la metodologia ed essere pronto a perseguire un’azione concreta ed etica contro quanto crea uno stato di “oppressione” con i partecipanti divisi tra attori e il pubblico. Quando facilitiamo, costruiamo la nostra consapevolezza collettiva di come funziona l’oppressione in modo che tutti noi troviamo azioni e collaborazioni per liberarci da questo stato di cose. Il formatore deve anche avere esperienza nel condurre un processo di riflessione e di debriefing.



Argomenti

- Discutere situazioni e problematiche tipiche della comunità
- Trasformare le soluzioni immaginate in azione
- Storie / “opere teatrali” sulla sfida all’ingiustizia e all’oppressione
- Il Teatro Forum è un tipo di teatro interattivo: il pubblico si impegna attivamente, può partecipare al processo e diventare “spett-attore”;
- Inscenare uno spettacolo teatrale che prevede una dinamica oppressore - oppresso
- Mentre la maggior parte del teatro che conosciamo offre al pubblico un prodotto finale, il teatro dell’oppresso offre al pubblico un processo.





Metodologia e strumenti

Gli spettacoli del Teatro Forum presentano brevi opere che mostrano una situazione che deve essere cambiata. I membri del pubblico sono invitati a sostituire un attore sul palco e a cercare di cambiare la situazione. Gli altri attori rispondono nel loro personaggio, cercando di mantenere il loro potere oppressivo o di sfruttamento. Il Teatro Forum fornisce un mezzo per testare le soluzioni in azione. Il pubblico fa e valuta tutte le scelte.

Il Teatro dell'Oppresso è un metodo ampiamente utilizzato - per l'attivismo teatrale, per scopi pedagogici ed educativi, anche come strumento per promuovere la giustizia sociale, ma può anche avere effetti terapeutici.

Perché utilizzare questo strumento?

- È uno strumento potente per la costruzione di comunità, l'espressione creativa e l'attivismo.
- Amplia i modi in cui possiamo esplorare le soluzioni alle difficili sfide della comunità.
- Illumina l'esperienza umana di un problema attingendo ai sentimenti del pubblico.
- Ha un effetto potenziante sulle comunità perché si concentra su alternative creative e azioni concrete per risolvere i problemi della vita reale.
- Offrire una panoramica su diverse soluzioni che permettano di imparare da esperienze e mentalità diverse su come una persona accetta e reagisce alla stessa situazione.

Come vi aiuta questo strumento?

Questa tecnica utilizza il teatro come strumento per affrontare le possibilità di cambiamento sociale - riflette la realtà e rappresenta un esercizio per l'azione in future situazioni di vita reale. Il teatro forum presenta al suo pubblico un problema irrisolto; un problema che gli interessa perché ha un impatto sulla sua vita o su quella delle persone che conosce.



Come utilizzare questo strumento?

- Creare uno spazio sicuro per discutere le sfide della vita reale su cui ci stiamo concentrando nelle comunità e sentirci a nostro agio nel giocare. Gli argomenti devono essere collegati alle ingiustizie o alle discriminazioni che si verificano nella società.
- Sviluppare un'opera teatrale originale che si chiama "forum play". Questa rappresentazione mostra un problema causato dall'oppressione. L'opera può durare solo pochi minuti.
- In ogni rappresentazione del teatro Forum, i personaggi principali sono: Protagonista (il personaggio principale, che subisce l'oppressione); Oppressore/Antagonista (colui che opprime il Protagonista); Alleati del protagonista e Alleati dell'oppressore (coloro che attivamente o passivamente si schierano da una parte o dall'altra), Persone neutrali (osservatori passivi della situazione, passanti) e Jolly (mediatore tra pubblico e attori, moderatore della discussione). Tutti gli altri partecipanti sono Spett-attori. Possono giocare 6 persone o 4, ma il protagonista e l'antagonista devono sempre giocare (le persone neutrali o gli alleati possono cambiare).
- La scena deve portare al culmine dell'oppressione che invoca sentimenti nel pubblico o negli spettatori.
- Al culmine, la rappresentazione termina e Joker invita il pubblico a entrare nel gioco e a improvvisare possibili modi per affrontare il problema. Questo si chiama intervento.
- Il ruolo del Protagonista deve essere assunto e il pubblico/gli spettatori devono cercare cosa il Protagonista potrebbe fare di diverso in una particolare situazione per cambiarla in una direzione migliore.
- L'oppressore rimane sempre la stessa persona
- L'obiettivo del teatro Forum non è quello di trovare soluzioni magiche, ma di prepararsi alle comuni situazioni quotidiane, in cui sono necessarie la nostra resistenza, la nostra creatività e il nostro coraggio.



Riferimenti e materiale formativo

- [Il metodo del Teatro Forum](#)
- [Il libro Wild Card](#)
- [Breve video su YouTube con diversi esempi di attuazione della tecnica Forum Theater](#)
- [Teatro dell'oppresso](#)



MODULE 6

SOSTENERE IL CAMBIAMENTO

Co-progettato da:
Materahub, Warehouse hub, PINA



6.1 Introduzione al modulo

“Il cambiamento è l’unica costante” - Eraclito, filosofo greco

I leader comunitari promuovono il cambiamento e le innovazioni dal basso, spinti da sfide sociali e motivazioni legate alla sostenibilità.

Quando un leader di comunità supporta un processo di cambiamento - che si tratti di affrontare un problema con l'intervento della comunità, di ispirare una nuova politica, di impedire che accada qualcosa di negativo o di cambiare il modo in cui la comunità pensa e agisce - non è sufficiente che metta in evidenza ciò che non va o ciò che potrebbe essere migliorato: un leader deve essere in grado di presentare alternative valide.

Ciò significa anche che un leader di comunità deve essere in grado di facilitare i processi di cambiamento e di coinvolgere attivamente la comunità nella preparazione di una proposta, un suggerimento, una richiesta di cambiamento.

Sostenere il cambiamento per un giovani leader di comunità significa responsabilizzare la comunità nella costruzione di soluzioni radicate e incentrate sulle persone della comunità.

Questo processo implica la capacità di:

- **visualizzare il cambiamento** (come un'opportunità di crescita e miglioramento);
- **coinvolgere** i membri della comunità e renderli entusiasti del cambiamento;
- **facilitare i processi** che consentono alla comunità di realizzare il **cambiamento**;
- **pianificare** le azioni per il cambiamento;
- **costruire un supporto finanziario** e collaborativo per sviluppare concretamente iniziative e progetti.

It also entails to be aware of important concepts that should be part of the cultural background of a community leader and that have driven the action of the European Creative hub leaders: Social innovation, social entrepreneurship, social value creation, where the **“social” is at the heart of the change** that a community leader should be able to support.

Ciò implica anche essere a conoscenza di argomenti e concetti importanti che dovrebbero far parte del bagaglio culturale di un leader di comunità e che hanno guidato l'azione dei leader degli hub creativi europei nell'ultimo decennio: innovazione sociale, imprenditorialità sociale, creazione di valore sociale, dove il **“sociale” è al centro del cambiamento** che un leader di comunità dovrebbe essere in grado di sostenere.

Il **Workshop 1** di questo Modulo offre l'occasione ai futuri leader di comunità di esaminare





come le idee, i progetti e le iniziative identificate per portare un cambiamento possano produrre effettivamente **valore** per i beneficiari finali. I leader di comunità devono essere promotori di nuove idee e opportunità, devono essere in grado di riconoscere un'opportunità quando si presenta, ma devono anche essere in grado di dimostrare come intendono creare valore per i beneficiari attraverso l'iniziativa che hanno individuato e cui intendono dare seguito. I giovani leader vengono introdotti attraverso questo workshop allo strumento **Value Proposition Canvas**, un modo per pensare a ciò di cui hanno bisogno i beneficiari finali di un progetto o iniziativa e al valore che si sta realmente apportando loro attraverso il cambiamento che si intende promuovere.

Il **Workshop 2** di questo Modulo presenta ai giovani leader di comunità un modello molto utile per pianificare un cambiamento sostenibile e duraturo: il **Modello Kotter**. John Kotter, professore alla Harvard Business School ed **esperto di cambiamento** di fama mondiale, **ha introdotto per la prima volta il suo modello di cambiamento in otto fasi nel suo libro del 1995 "Leading Change"**. I leader degli hub creativi conoscono bene questa metodologia che ha aiutato queste realtà e le loro comunità a diventare motori di cambiamenti (sociali) nelle comunità in cui operano.

Il **Workshop 3** presenta una metodologia e uno strumento progettati e sperimentati da Materahub, partner di questo progetto. La metodologia è il **Deus Living Lab**, un processo partecipativo multi-stakeholder che mette al centro delle sfide locali e dei cambiamenti desiderati il **settore creativo**.

Il **Creative Project Canvas**, che si ispira al famoso Business Model Canvas, è presentato come un quadro di riferimento per mappare gli aspetti principali da prendere in considerazione **per iniziare a sviluppare una proposta concreta di cambiamento** e renderla sostenibile a lungo termine.

Nel **Workshop 4** i leader delle comunità giovanili vengono introdotti ad un altro **strumento** molto **potente per il cambiamento** sociale, in quanto può consentire ai singoli e alle comunità di sostenere iniziative in linea con i loro valori, interessi e bisogni: il **crowdfunding**. Il crowdfunding, la pratica di finanziare un progetto, un'idea o un'impresa raccogliendo fondi "dalla folla", può consentire alle persone di partecipare concretamente al futuro delle loro comunità. Questa pratica richiede la partecipazione della comunità, la collaborazione e l'attitudine ad aiutare gli altri quali elementi chiave per ottenere risultati attraverso la raccolta di risorse finanziarie e no.

6.2 Risultati di apprendimento attesi

L'obiettivo di questo modulo è quello di rendere i giovani leader di comunità artefici del cambiamento nei loro contesti di vita. Il modulo 6 aiuta i giovani leader a raggiungere i seguenti risultati di apprendimento:

- I partecipanti capiscono cosa si intende per innovazione sociale e sanno come incorporare potenzialmente questo approccio nelle loro azioni di cambiamento.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



- I partecipanti conoscono i fondamenti del cambiamento
- I partecipanti apprendono alcune tecniche e metodologie per visualizzare il cambiamento.
- I partecipanti conoscono alcune metodologie per attivare la creatività come uno dei più potenti motori del cambiamento
- I partecipanti conoscono alcune metodologie per pianificare il cambiamento e sono consapevoli del valore che il cambiamento porta con sé per i diversi target interessati dai progetti e dalle iniziative cui si intende dare seguito
- I partecipanti capiscono il ruolo della comunità nel crowdfunding, il finanziamento della folla.

6.3 Competenze formate:

Competenze CHLaYdoscope

- SOSTENERE IL CAMBIAMENTO (capacità di agevolare il cambiamento; capacità di gestire il cambiamento, capacità di sostenere le persone per riuscire ad adottare il cambiamento)
- PROMUOVERE E SOSTENERE LE INIZIATIVE DEI GIOVANI (capacità di sostenere i giovani nella promozione dei loro talenti e nel perseguimento delle loro aspirazioni)
- CREATIVITÀ (capacità di sviluppare diverse idee e opportunità per creare valore, comprese soluzioni migliori alle sfide esistenti e nuove; di esplorare e sperimentare approcci innovativi; di combinare conoscenze e risorse per generare soluzioni che creano valore).

Competenze EtreComp

- VISIONE (Capacità di immaginare il futuro e di sviluppare una visione per trasformare le idee in azione; capacità di visualizzare scenari futuri per orientare gli sforzi e le azioni della comunità)
- PIANIFICAZIONE E GESTIONE (Capacità di creare un piano d'azione che identifichi le priorità e le principali azioni per raggiungere gli obiettivi.
- PENSIERO ETICO E SOSTENIBILE (Capacità di valutare le conseguenze di idee che portano valore e l'effetto delle azioni sulla comunità e la società. Capacità di riflettere su quanto sono sostenibili nel lungo periodo gli obiettivi sociali, culturali ed economici della linea di condotta scelta. Agire in modo sostenibile.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



6.4 Workshop 1. Come guidare il cambiamento centrato sulle persone: *Value Proposition Canvas*

Durata (2-4 ore)	
Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore dovrebbe conoscere i concetti e gli strumenti del Design Thinking ed in particolare il Value Proposition Canvas, un framework che utilizza il design thinking per analizzare e migliorare il valore di un progetto, iniziativa, azione. Assicuratevi che ogni gruppo abbia il Canvas stampato o, se il workshop è online, rendetelo disponibile utilizzando una lavagna digitale come miro.com, Jamboard o altri.	Argomenti • Focus sulla progettazione centrata sulle persone (<i>human centered-design</i>), come metodo di progettazione guidato da obiettivi e bisogni per creare impatto sociale e sfruttare le conoscenze della comunità per cui viene progettata la soluzione. • La progettazione centrata sulle persone come mentalità e processo che può aiutare i giovani leader delle comunità a lavorare creando interazioni significative all' interno delle loro comunità per creare soluzioni che rispondano ai bisogni più urgenti e crei un cambiamento duraturo. • Riferimento al Business Model Canvas (Alexander Osterwalder) • concentrarsi sulla Value Proposition • Laboratorio pratico



Metodologia e strumenti Il quadro della proposta di valore
Perché utilizzare questi strumenti? Il Value Proposition Canvas aiuta le organizzazioni e i team a creare soluzioni che rispondono a bisogni reali. Lo strumento consente di raccogliere, strutturare e rendere tangibili tutte le informazioni sui beneficiari delle soluzioni esplorate: i loro bisogni, le loro esigenze, le loro gioie e le loro frustrazioni. Il Value Proposition Canvas ci aiuta a identificare: - Cosa vuole il nostro target: i suoi problemi - Il modo in cui possiamo risolvere questi problemi, concentrandoci sul cambiamento e l'impatto positivo che si riesce a generare. Una volta identificati i punti precedenti e una loro visualizzazione strutturata, sarete in grado di individuare come generare correttamente una proposta di valore per la vostra soluzione (prodotto/servizio/azione/progetto che sia).
Come vi aiuta questo strumento? Il Value Proposition Canvas è stato sviluppato come complemento del Business Model Canvas, e aiuta i team a prestare particolare attenzione allo scopo principale di ogni modello di business: il soddisfacimento dei clienti. Nel <i>design per il sociale</i> , gli utenti non sono consumatori, ma co-progettisti e co-produttori (o <i>consumatori proattivi</i>), e l'obiettivo non è tanto il soddisfacimento di un <i>bisogno</i> , ma lo <i>sviluppo umano</i> della persona oltre i propri bisogni contingenti. Utilizzando il Value Proposition Canvas, le organizzazioni possono identificare le esigenze dei loro beneficiari in modo visivo e strutturato, poiché consente di individuare, in modo semplice, i requisiti della loro soluzione (le loro fonti di dolore o frustrazione e gioia).



Come utilizzare questi strumenti?

- Guidare i giovani nell'identificazione del target/segmento principale per il quale stanno progettando la proposta di valore.
- Iniziare a individuare che cosa il vostro target sta cercando di svolgere nella vita, nello studio, nel lavoro
- Identificare le difficoltà del vostro target: ogni difficoltà ha un corrispondente "riduttore" e generatore di vantaggio
- Proposta di valore: ora è il momento di pensare al prodotto/servizio/azione/progetto che si intende offrire, iniziando con enumerare tutti i prodotti i servizi, nel nostro caso le iniziative, le azioni per le quali la proposta di valore è stata formulata.
- Fit: si raggiunge il Fit quando si affrontano lavori importanti, si alleviano dolori estremi e si creano benefici a cui i clienti tengono. il tuo target è il giudice
- Pitch: ogni team deve preparare un breve pitch che illustri il segmento di utenti definito e ripercorrendo il Value Proposition Canvas, enuncia la proposta di valore che la propria azione, soluzione, iniziativa porta con sé per quel target.



Riferimenti e materiale formativo

The Value Proposition Canvas

- [What is the Value Proposition Canvas and what is it for?](#)
- [Ideas to Action with Value Proposition design Workshops](#)



6.5 Workshop 2. Il modello di cambiamento in 8 fasi di Kotter



Durata (2-4 ore)



**Profilo del formatore
suggerito e consigli**

Il formatore avrà il ruolo di facilitatore in questa attività suggerita.

Di seguito, le competenze e le conoscenze che dovrebbe possedere per essere in grado di facilitare questo workshop:

- Buona conoscenza del modello di Kotter per poter rispondere a qualsiasi domanda su di esso;
- Approccio e conoscenza di base dei concetti del Design Thinking.
- Ottima capacità di comunicazione - per essere in grado di comunicare con i giovani leader della comunità.
- Conoscenza del contesto delle industrie culturali e creative.
- Conoscenza delle questioni giovanili legate al contesto specifico.



Argomenti

- Come promuovere il cambiamento
- Come ispirare le persone creando un senso di urgenza
- Come costruire una visione strategica
- Comunicazione
- Come rimanere motivati (obiettivi a breve termine)
- Cosa significa davvero miglioramento continuo
- Come realizzare un cambiamento duraturo



Metodologia e strumenti

La metodologia utilizzata in questo workshop è il modello di [Kotter](#). Si tratta di un modello semplice e relativamente facile da adottare che, passo dopo passo, fornisce una descrizione chiara e una guida sull'intero processo di cambiamento.





Perché utilizzare questo strumento?

Il cambiamento avviene sempre a un certo punto, ma non si sa bene come realizzarlo. Da dove iniziare? Chi coinvolgere? Come si fa a portarlo a termine?

Grazie al Modello di Kotter in 8 fasi, i giovani leader di comunità sono facilitati nel comprendere come affrontare e come creare il cambiamento desiderato, avendo una visione d'insieme della situazione, necessaria per creare un vero cambiamento nella società. Conoscere questo metodo è essenziale per poter pianificare, mantenere la motivazione e di conseguenza mantenere la comunità determinata e favorevole al cambiamento.

Come vi aiuta questo strumento?

È fondamentale assicurarsi che l'intera comunità voglia il cambiamento auspicato dal leader di comunità.

I giovani leader di comunità devono conoscere questo metodo per essere in grado, soprattutto nella prima fase, di ispirare le persone, facendole sentire davvero parte del problema che deve essere affrontato, in modo che il cambiamento avvenga davvero insieme. Nelle fasi successive la comunità deve rimanere motivata e continuare a imparare, tenendo presente l'obiettivo di creare un cambiamento che duri nel tempo.



Come utilizzare questi strumenti?

Il formatore spiegherà il modello di Kotter seguendo le 8 fasi seguenti:

1. Creare un senso di urgenza: Perché il cambiamento progettato possa avvenire nella realtà, è necessario che l'organizzazione o la comunità lo voglia davvero e che si crei un senso di necessità verso il cambiamento stesso.
2. Costruire un'alleanza forte e farne parte: l'alleanza sarà composta dai leader di comunità, leader del cambiamento, persone molto impegnate e attive che sanno come lavorare con la comunità durante tutto il processo.
3. Creare una vision - capire qual è la vision, cioè la visione del futuro quando il cambiamento viene attuato. Immaginare le differenze con il presente.
4. Comunicare la vision- è importante comunicare la visione alla comunità, in modo chiaro e onesto, per coinvolgere il maggior numero di persone possibile e creare un cambiamento su larga scala.
5. Abilitare l'azione rimuovendo gli ostacoli- assicurarsi che ci siano meno ostacoli possibili, controllando spesso le situazioni e le parti interessate.
6. Creare obiettivi a breve termine: avere obiettivi e traguardi a breve termine aiuta a rimanere motivati. Le ricompense possono essere date anche alla comunità. Allo stesso tempo, gli obiettivi raggiunti possono essere comunicati all'esterno.
7. Costruire il cambiamento- non smettere mai di imparare, è possibile un miglioramento continuo, ad esempio analizzando le storie di successo.
8. Ancorare il cambiamento nella cultura aziendale o del gruppo- assicurarsi che il cambiamento diventi parte integrante della cultura organizzativa e che sia visibile in ogni aspetto organizzativo. A questo punto è bene creare connessioni e reti.



Riferimenti e materiale formativo

[Modello di Kotter](#)



6.6 Workshop 3. *Creative Project Canvas* e metodologia del *Living Lab*

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore avrà il ruolo di facilitatore in questa attività suggerita. Di seguito, le competenze e le conoscenze che dovrebbe possedere per essere in grado di facilitare questo workshop: • Conoscenza di come facilitare il processo utilizzando un Canva, nello specifico meglio se si tratta del <i>Creative Project Canvas</i> originariamente progettato da Materahub; • Conoscenza della metodologia del <i>Living Lab</i>. • Conoscenza dell' approccio progettuale proprio del <i>Design Thinking</i> • Buona capacità di comunicazione • Conoscenza del contesto delle industrie culturali e creative. • Conoscenza del contesto e delle situazioni esistenti all'interno della comunità target Preparate un elenco di possibili sfide/scenari in cui avete già una visione chiara della simulazione, dei diversi soggetti interessati e dei loro ruoli. Non dare mai suggerimenti o soluzioni ai partecipanti, ma stimolare la riflessione attraverso domande (non dare risposte per evitare di influenzare i loro pensieri e le loro idee).	 Topics • Come definire il cambiamento desiderato • Come pianificare il cambiamento e costruire una visione strategica • Come coinvolgere persone, spazi e risorse • Impatto a breve e a lungo termine • Come prevenire gli ostacoli



 Metodologia e strumenti Questo workshop prevede sia l'utilizzo dello strumento chiamato <i>Creative Project Canvas</i> , sia della metodologia <i>Living Lab</i> . Il <i>Creative Project Canvas</i> è un modello di Canvas creato da Materahub nel 2016 con l'obiettivo di supportare artisti e creativi nelle loro decisioni per lo sviluppo di nuove imprese o di nuovi progetti. Il <i>Creative Project Canvas</i> aiuta ad avere diverse prospettive dell'idea: è diviso in nove blocchi che formano quattro macroaree: valore, realizzazione pratica, feedback, sostenibilità. La metodologia del <i>Living Lab</i> è nata nell'ambito del progetto DeuS, finanziato dall'UE. Si tratta di un processo creativo e collaborativo che sfrutta la prospettiva eterogenea di gruppi multidisciplinari per individuare soluzioni alle sfide che si presentano nelle comunità locali.
--



Perché utilizzare questo strumento?

Il *Creative Project Canvas* è uno strumento operativo che può essere di grande utilità in diverse fasi della vita di un progetto. Abbiamo pensato che potesse essere particolarmente adatto a supportare l'argomento del Modulo 6. In questa fase, i partecipanti devono comprendere e pianificare una visione strategica del cambiamento che intendono realizzare. Questo strumento permette ai multi-stakeholder di riflettere attraverso una serie di domande per pianificare il cambiamento in ogni suo piccolo aspetto. - Perché volete realizzare il vostro progetto? Quali sono gli obiettivi principali? Come otterrete un feedback? Come può la vostra comunità sostenerlo? Che impatto avrà sulle persone?

Per quanto riguarda la metodologia del *Living Lab*, essa può aiutare a testare il cambiamento poiché si basa su un approccio di apprendimento peer-to-peer e basato su sfide che danno agli utenti un'idea concreta dei problemi da affrontare.

Il *Creative Project Canvas* e la metodologia del *Living Lab* sono strettamente legati all'approccio challenge-based e coinvolge un gruppo eterogeneo di persone.

Come vi aiuta questo strumento?

Questo strumento vi aiuterà a pianificare in dettaglio i vostri progetti professionali e personali, dando una visione d'insieme immediata, ampliando i vostri orizzonti; potrete usarlo da soli come strumento di riflessione, o con altri come nei workshop.

Allo stesso tempo, l'approccio del *Living Lab* vi aiuterà a capire quanto sia utile lavorare in un team composto da persone con background molto diversi.

L'uso di questo strumento e di questa metodologia vi aiuterà a rafforzare alcune delle vostre *soft skills* come la creatività, l'empatia e la razionalità.

Infine, vi aiuteranno a superare le fasi di Kotter, come la costruzione di una visione strategica, la rimozione degli ostacoli (prevenendoli), la pianificazione degli obiettivi a breve termine, l'attrazione delle persone e la comprensione di come ancorare il cambiamento.



Come utilizzare questi strumenti?

- I partecipanti saranno divisi in gruppi che rappresenteranno un certo grado di multidisciplinarietà.
- Ci sono due opzioni per la decisione della sfida:
 - Il formatore avrà un elenco di sfide e scenari e li proporrà ai partecipanti
 - I partecipanti proporranno alcune sfide che vorrebbero affrontare (forse vorrebbero dare continuità ai workshop precedenti), il formatore li faciliterà nella scelta di una di queste.
- I partecipanti svilupperanno il *Creative Project Canvas*, come spiegato dal formatore, sulla sfida scelta.
- È importante mantenere sempre un approccio e una prospettiva da *Living Lab* in cui i partecipanti lavoreranno in team *peer-to-peer* e impareranno nel corso dell'attività -> I team saranno eterogenei in modo da avere risultati da un lavoro multidisciplinare.



Riferimenti e materiale formativo

- [Manuale DeuS Living Lab](#)
- [Progetto creativo Canvas da stampare e linee guida online](#)



I contenuti del Workshop "*The Creative Project Canvas*", come originariamente progettato da [Materahub](#) e testato nel workshop 6 del progetto pilota, sono disponibili sul [sito web di CHLaYdoscope](#). Tenete presente che gli strumenti e le metodologie descritte nei diversi workshop di questo manuale possono essere combinati in modo flessibile, a seconda dell'obiettivo che intendete dare al workshop.



6.7 Workshop 4. Come coinvolgere la comunità nella co-creazione e nel crowdfunding

 Durata (2-4 ore)	
 Profilo del formatore suggerito e consigli Il formatore per facilitare questo workshop deve conoscere lo strumento del crowdfunding, in particolare il crowdfunding reward based e il civic crowdfunding. Utilizzate molti esempi che mostrino direttamente sulle piattaforme di crowdfunding diversi progetti e campagne.	 Argomenti • Presentazione del crowdfunding come sforzo collettivo di molti individui che si mettono in rete e uniscono le loro risorse per sostenere iniziative avviate da altre persone, comunità o organizzazioni: chi è la folla. • Il Crowdfunding: focus sul crowdfunding basato sulle ricompense (<i>reward based</i>) e il <i>Civic Crowdfunding</i>, come strumento interessante che sfrutta un alto livello di coinvolgimento della comunità e della folla per co-creare valore e conoscenza. • Come le comunità possono giocare un ruolo in un progetto di crowdfunding • Partendo da esempi concreti, presentare i fondamenti della co-creazione (ciclo di vita dell'idea del progetto con la folla: idea, co-creazione, validazione, pre-ordine) • partendo da esempi concreti, spiegare i fondamenti del <i>reward-based</i> e del <i>civic crowdfunding</i> • Perché lanciare una campagna? • Stabilire l'obiettivo/Quale settore?/ Impostare il budget necessario/il tempo/la descrizione del progetto/le ricompense/le attività e il piano di comunicazione



 Metodologia e strumenti Crowdfunding (<i>reward-based and civic crowdfunding</i>)
Perché utilizzare questi strumenti? Se siete leader di una comunità già esistente, la vostra comunità può diventare la piattaforma da cui lanciare un progetto di crowdfunding. Questo strumento consentirà a voi e alla vostra comunità: • rafforzare il senso di appartenenza alla comunità • raccogliere denaro e risorse con il sostegno della folla (in primis dalla comunità stessa) • per testare la vostra idea: il crowdfunding può essere una “prova di concetto” per le idee • comunicare il vostro progetto e le vostre idee raggiungendo, ben oltre la vostra comunità, altre comunità interessate al vostro progetto, persino in altre parti del mondo
Come vi aiuta questo strumento? Il crowdfunding può aiutarvi a tradurre un’idea in un progetto realizzabile, coinvolgendo la vostra comunità nel processo di co-creazione.
Come utilizzare questi strumenti? Questo workshop si concentra sul crowdfunding <i>reward based</i> e civico. Gli aspetti principali da spiegare chiaramente nel corso del workshop sono i seguenti: • Stabilire un obiettivo chiaro • Stabilire il vostro obiettivo di finanziamento • Coinvolgere la vostra comunità, la vostra rete: la folla • Ottimizzare il periodo della campagna • Pianificare le attività di comunicazione

PARTE2

Youth Local Labs

Laboratori locali promossi da
giovani leader di comunità

Coinvolgere gli stakeholder
nelle sfide locali

MODULO 7

COME CONDURRE UNO YOUTH LOCAL LAB



7.1 Introduzione al modulo

I giovani possono essere efficaci promotori del cambiamento nella nostra società.

Le organizzazioni e le iniziative guidate dai giovani possono aiutare le istituzioni, i governi locali, i responsabili politici e il settore privato a dare priorità alle esigenze dei giovani e ad affrontare sfide locali specifiche.

Il modulo 7 del pacchetto formativo CHLaYdoscope intende supportare i giovani leader di comunità nella risoluzione di sfide e problemi che hanno un impatto significativo sulla loro vita, aiutandoli a coinvolgere le loro comunità, e altri stakeholder, in occasioni di lavoro congiunte per lo sviluppo di iniziative, azioni e soluzioni che fanno leva sulla collaborazione tra più soggetti, sull'adozione specifiche metodologie di progettazione, sull'attivazione di processi creativi e approcci basati su sfide reali.

Più concretamente, questo modulo descrive alcuni passi specifici, metodologie e strumenti che possono aiutare i giovani leader di comunità a facilitare quelli che il progetto CHLaYdoscope chiama *Local Lab*, **workshop locali, con la partecipazione di più stakeholder, in cui indagare un problema specifico e il suo contesto, e identificare possibili soluzioni.**

Un workshop multi-stakeholder è un modo per coinvolgere gli stakeholder (coloro che hanno un interesse diretto o che sono in qualche modo coinvolti dal problema identificato, oppure che hanno accesso alle persone o alle risorse necessarie per risolverlo), per sviluppare un'iniziativa sociale o culturale, innescare un cambiamento comportamentale, contribuire alla progettazione di nuove politiche o alla pianificazione di un nuovo progetto. Coinvolgere o ricevere input dagli attori chiave è fondamentale per la progettazione di nuove idee e per lo sviluppo di soluzioni di successo.

Un *Local Lab* può essere organizzato per:

- Creare uno spazio per la partecipazione e il dialogo.
- Creare un'occasione di apprendimento, risolvendo sfide del mondo reale (apprendimento *challenge-based*).
- Coinvolgere direttamente la comunità, gli *stakeholder* e i decisori su questioni rilevanti.
- Indagare e definire sia il problema che l'obiettivo per cui si vuole progettare una soluzione.
- Sviluppare risposte innovative progettando insieme a persone diverse, liberando la creatività e l'intelligenza multipla.
- Consegnare, testare e realizzare prototipi per possibili soluzioni

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Le metodologie e gli strumenti partecipativi suggeriti in questa sezione si basano sul *Design Thinking* e su altri approcci progettuali sperimentati dai leader degli hub creativi europei con le loro comunità, la maggior parte dei quali già presentati nei moduli della Parte I di questo manuale. Queste metodologie possono supportare i giovani leader di una comunità locale nel guidare e facilitare il dialogo tra gli stessi membri della comunità e i principali stakeholder, progettare azioni e iniziative, prendere decisioni o creare un piano d'azione comune.

Durante il progetto pilota, queste metodologie sono state messe in pratica con i giovani beneficiari in "workshop di scenario", sessioni pratiche (che si sono tenute sia nei momenti formativi online che in presenza) che prevedevano la descrizione di scenari possibili, con potenziali problemi, spesso radicati in tematiche di importanza globale (sostenibilità ambientale, diversità e inclusione, disoccupazione giovanile e sicurezza dei giovani, tra altri) e utilizzati per raccogliere e condividere conoscenze e punti di vista dei partecipanti su un argomento di rilevanza locale.

Un "workshop di scenario" in cui si studia una sfida o un problema, prevede tipicamente diverse fasi:

1. una fase investigativa
2. una fase creativa e visionaria
3. una fase in cui si prova a creare un prototipo della soluzione immaginata
4. una fase di presentazione della soluzione.

I tempi del workshop seguono queste fasi e tengono conto della presentazione finale delle soluzioni individuate.

Il *Local Lab*, concepito come un evento laboratoriale di un giorno, viene descritto in questo manuale tenendo conto delle fasi sopra menzionate e la sua organizzazione è descritta seguendo i tre principali momenti che occorre considerare quando si organizza un workshop multi-stakeholder: il *prima*, il *durante* e il *dopo*. Questo per aiutare i giovani leader di comunità a preparare con successo l'evento, a creare e strutturare un laboratorio di successo, identificare gli strumenti di progettazione appropriati, facilitare efficacemente le dinamiche e prevedere un seguito.

Questo modulo descrive anche una *best practice*, un *Local Lab* tenutosi in Italia nel 2017 e guidato dal [Centro Comune di Ricerca della Commissione Europea](#), il JRC, coinvolgendo direttamente due Creative Hubs partner di questo progetto: Materahub e Warehouse hub.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



7.2. Fasi e strumenti per l'organizzazione e la facilitazione di uno Youth Local Lab

La pianificazione e preparazione di un Local Lab possono richiedere fino a un mese di tempo. Anche se il laboratorio in sé dura solo un giorno, l'organizzazione può richiedere diverse settimane. Ci sono molti compiti che devono essere svolti dal giovane leader e dalla sua comunità prima del workshop vero e proprio, durante e dopo, per darvi seguito.

7.2.1. Prima del Local Lab: la preparazione

Fase 1: identificazione e analisi della sfida o del problema

In questa fase i giovani leader di comunità e le loro comunità si incontrano e discutono il problema rilevante per loro, per passare da un'idea che in questa fase è ancora ampia, astratta, alla definizione di una sfida concreta e perseguibile, che verrà discussa ulteriormente in occasione del workshop multi-stakeholder: *il Local Lab*. L'idea generale di partenza generalmente può essere esplorata in più modi. L'argomento deve essere discusso, studiato: l'aggregazione di dati accurati è fondamentale per identificare gli aspetti chiave da presentare durante il Local Lab per aumentare le possibilità di buona riuscita del laboratorio con gli stakeholder. Questa fase è importante per creare partecipazione e motivazione da parte dei membri della comunità e consenso rispetto al problema o alla sfida che si intende affrontare nel *Local Lab*.

Prima del *Local Lab* potrebbe essere utile un workshop con la vostra comunità per realizzare questa fase.

Risorse e strumenti di guida

- **L'albero dei problemi e delle soluzioni.** Questa metodologia, presentata nel **Modulo 2/Workshop 3** di questo manuale, può essere uno strumento e un modello molto utile per investigare, insieme alla vostra comunità, il problema su cui volete concentrarvi durante il Local Lab. (I riferimenti per utilizzare questo strumento sono indicati nel Modulo 2/Workshop 3).
- **Analisi SWOT.** SWOT sta per *Strengths* (punti di forza), *Weaknesses* (punti di debolezza), *Opportunities* (opportunità) e *Threats* (minacce). Un'analisi SWOT vi guida nell'identificazione dei punti di forza e di debolezza della vostra comunità (S-W), nonché delle opportunità e delle minacce più rilevanti (O-T). Lo sviluppo di una consapevolezza più completa della situazione aiuta sia la pianificazione strategica di azioni che il processo decisionale. Un'analisi SWOT può offrire prospettive utili in qualsiasi fase di un progetto. Si può usare per a) esplorare le possibilità di un'azione, di una soluzione a un problema; b) prendere decisioni sul percorso migliore per la vostra iniziativa; c) determinare dove è possibile il cambiamento. (Riferimenti e modelli per condurre un'analisi SWOT sono facilmente reperibili sul web. Questa nel link è una possibile fonte che vi indichiamo <https://www.smartsheet.com/content/swot-template-google-slides>).



Fase 2: Analisi del target e degli stakeholder

In questa fase i giovani leader di comunità e le loro comunità esplorano internamente le priorità, le motivazioni e le esigenze dei principali gruppi target interessati dal problema o dalla sfida che vogliono affrontare. Molto probabilmente un target da indagare è la comunità stessa e i suoi membri, con i loro diversi atteggiamenti, pratiche, storie e battaglie.

Prima del *Local Lab* potrebbe essere utile organizzare un workshop con la vostra comunità per realizzare questa fase utilizzando gli strumenti indicati di seguito. Se dovete progettare e inviare un questionario per raccogliere informazioni rilevanti, dovete considerare che possono essere necessarie fino a due o tre settimane di tempo.

Risorse e strumenti di guida

- **Progettazione di Personas.** Questo strumento, presentato nel **Modulo 2/Workshop 2**, vi permette di approfondire i comportamenti e le motivazioni del vostro gruppo target o di altri gruppi di stakeholder. Attraverso la progettazione di Personas, è possibile costruire i profili dettagliati di ciascun gruppo per esplorare il grado in cui l'azione che state progettando risponderà di fatto ai bisogni specifici di ciascuno. (I riferimenti e i modelli sono indicati nel Modulo 2/Workshop 2).
- **Progettazione del questionario.** Un questionario è un elenco di domande o voci utilizzate per raccogliere dati dagli intervistati sui loro comportamenti, esperienze o opinioni. I questionari possono essere utilizzati per raccogliere informazioni quantitative e/o qualitative sui vostri target. La progettazione di un questionario dipenderà dal fatto che si desideri raccogliere informazioni esplorative (cioè informazioni qualitative per una migliore comprensione del target o per generare delle ipotesi su un argomento) o quantitative (per testare ipotesi specifiche che sono state precedentemente generate). (Per la progettazione di un questionario si possono trovare molti moduli nel web, ma si può semplicemente utilizzare Google Form).
- **Il Value Proposition Canvas.** Questo strumento, presentato nel **Modulo 6/Workshop 6**, aiuta le organizzazioni e i gruppi a creare soluzioni coerenti che rispondono alle reali esigenze del target. (I riferimenti e i modelli sono indicati nel Modulo 6/Workshop 6).
- **La mappa degli stakeholder.** Questo strumento, presentato nel **Modulo 3/workshop 4**, può aiutare i giovani leader e le loro comunità a definire bene la progettazione del Local Lab e individuare chi è invitato a partecipare. Mentre gli strumenti precedenti possono essere alternativi per esplorare i bisogni della vostra comunità e dei gruppi target, questo strumento è indispensabile per individuare gli stakeholder, i portatori di interesse rispetto alla sfida o al problema che vi proponete di risolvere, in base al loro campo d'azione e sfera di influenza, e quindi a stabilire chi sarà invitato al vostro workshop multi-stakeholder. Dovete chiarire esattamente cosa volete ottenere dai vostri stakeholder: un workshop per ottenere l'adesione o il consenso degli attori chiave è molto diverso da un workshop organizzato per raccogliere, grazie a loro, informazioni che vi mancano. Suddividete l'obiettivo generale del workshop in obiettivi specifici da perseguire durante il Local Lab. (Riferimenti e modelli sono indicati nel Modulo 3/Workshop 4).





Fase 3: Definire l'obiettivo e lo scopo

Definite un obiettivo e uno scopo chiari per il vostro *Local Lab*. L'obiettivo che vi ponete per il vostro workshop multi-stakeholder determina in che modo lo disegnerete e chi sarà invitato a partecipare. Il gruppo che sarà incaricato di organizzare il *Local Lab* deve avere chiaro cosa vi serve ottenere dagli stakeholder. Come detto sopra, un workshop che si pone come obiettivo quello di ottenere la partecipazione o il consenso degli attori chiave è molto diverso da un workshop organizzato per raccogliere, grazie agli attori chiave, informazioni che vi mancano. Provate a suddividere dunque l'obiettivo generale del workshop in obiettivi specifici da perseguire durante il *Local Lab*. Prima del *Local Lab* potrebbe essere utile organizzare un momento condiviso con la vostra comunità per definire l'obiettivo principale del workshop e come comunicarlo adeguatamente quando si preparano le attività di comunicazione finalizzate a coinvolgere gli stakeholder.

Fase 4: organizzazione e preparazione del workshop

Indipendentemente dal fatto che il giovane leader di comunità e il suo team vogliano o meno considerare un budget per questo evento (per il luogo, le attrezzature e i materiali necessari, la pausa caffè o un aperitivo), in preparazione al *Local Lab* il team dovrebbe:

- Identificare tutte le **metodologie e gli strumenti che verranno utilizzati nel processo (diverse fasi) del workshop** e che servono allo scopo stesso del *Local Lab*:
 - Fase di analisi e indagine
 - Fase visionaria e creativa
 - Fase di test e prototipazione
 - Consegna/presentazione di soluzioni
- Stabilire le **date e la durata** del workshop con largo anticipo, in modo che i partecipanti possano organizzarsi di conseguenza. La durata dipende dalla situazione locale, ma dovrebbe essere compresa tra un minimo di 4 ore e un massimo di una giornata, a seconda dell'agenda e dei contributi richiesti.
- Individuare e prenotare una **sede** che soddisfi le esigenze del workshop, compresi prezzo, posizione, dimensioni, versatilità degli spazi.
- Redigere un **programma di attività** che consenta al gruppo di raggiungere gli obiettivi del workshop.
- Utilizzare lavagne a fogli mobili o PowerPoint per **preparare una presentazione** del contesto, del problema/sfida e degli obiettivi che il *Local Lab* si pone. I materiali e i punti chiave che saranno discussi possono essere inviati in sintesi ai partecipanti prima del workshop. Preparare la presentazione in modo da garantire la massima partecipazione e includere solo le informazioni necessarie per raggiungere gli obiettivi.
- Preparare la stampa di tutti i Canvas e i materiali necessari al workshop, considerando che lavorerete in piccoli gruppi.



Fase 5: invitare gli stakeholder

Scrivete una mail di invito e decidete chi deve spedire l'invito. Ad esempio, potrebbe essere necessario che l'invito venga fatto attraverso il responsabile della vostra organizzazione. E' bene includere brevi informazioni sul progetto CHLaYdoscope, sugli obiettivi da raggiungere attraverso il *Local Lab* e sull'importanza di avere un workshop multi-stakeholder. Ricordate di includere le date, il luogo, le informazioni e i contatti.

Inviare l'invito in anticipo per consentire ai partecipanti di pianificare le proprie agende di conseguenza. Fate seguire un reminder due o tre giorni prima del workshop per assicurarvi che i partecipanti abbiano ancora intenzione di partecipare.

7.2.2. Durante il *Local Lab*: facilitazione di un workshop multi-stakeholder

Fase 6: apertura dei lavori e introduzione del workshop

In qualità di leader della vostra comunità e promotori dell'evento, spetta a voi ora dare inizio all'evento, moderato, creare un contesto aperto e partecipativo e chiarire fin dall'inizio cosa ci si aspetta, per risparmiare tempo e garantire il successo.

- Aprite il workshop dando il benvenuto alle persone e introducendo brevemente cosa si farà, ricordando gli obiettivi e stabilendo le regole di base (telefonini spenti, ecc.).
- Iniziate con un gioco rompighiaccio simpatico ed efficace che possa aiutare a stabilire il giusto tono e a creare connessioni. In questo link ne trovate molti. Scegliete un'attività divertente per far conoscere i partecipanti <https://www.sessionlab.com/blog/icebreaker-games/>
- Incoraggiate dinamiche collaborative, dividendo fin dall'inizio i partecipanti in gruppi più piccoli omogenei, in maniera tale per cui tutti gli stakeholder, compresa la comunità locale, possano lavorare a stretto contatto anche con professionisti ed esperti delle tematiche relative all'argomento della vostra sfida

Step 7: Workshop Process

In linea con la sfida e l'obiettivo individuati per il vostro *Local Lab*, procedete con l'attuazione delle diverse fasi del workshop, assicurandovi di rispettare i tempi per ogni esercizio collaborativo scelto e di seguire la scaletta che avete preparato. Tenete d'occhio l'obiettivo dell'incontro, ma siate flessibili se si verificano cambiamenti di programma inaspettati.



**Fasi del workshop:****1. La fase investigativa del problema/sfida**

Iniziate a facilitare i piccoli gruppi a lavorare con le metodologie e gli strumenti scelti:

- indagare il target, ovvero le persone su cui il problema/sfida identificato ha un impatto
- indagare la sfida stessa, per capire meglio il problema e il suo contesto (raccolgere idee, opinioni, informazioni)

2. La fase visionaria e creativa

Fate un brainstorming raccogliendo all'interno del vostro gruppo una gamma più vasta di opinioni, soluzioni, idee. Per questo esercizio potete utilizzare qualsiasi modello di brainstorming che trovate su Internet, oppure strumenti come "S.C.A.M.P.E.R." (Substitute/Combine/Adapt/Modify/Put to another use/Eliminate/Reverse), al seguente link <https://www.mindtools.com/ao2rt8j/scamper>, o "the product tree" al seguente link <https://www.innovationgames.com/prune-the-product-tree/>, tra molti altri.

3. La fase di prototipazione

Mentre si definisce un problema e si sviluppa un'ipotesi per una possibile soluzione/iniziativa/azione, la prototipazione può prevedere già in questa occasione il coinvolgimento concreto degli stakeholder, molto importante per il successo della vostra azione. Questa fase è utile anche per:

- definire la visione che sta alla base della vostra soluzione (quale problema risolve?);
- concentrarsi sugli aspetti principali;
- produrne/ideare una prima versione;
- testarla e perfezionarla
- presentarla ad un primo pubblico

Ciascun piccolo gruppo, dunque, è chiamato a fare un prototipo della propria soluzione. Esistono strumenti e modelli per creare un primo prototipo dell'idea. Nel nostro progetto pilota abbiamo utilizzato una tecnica molto semplice, ma efficace, ideata da Jim Highsmith, che può essere utilizzata da qualsiasi gruppo per qualsiasi tipo di idea, soluzione, prodotto o iniziativa: la *Product Vision Box*. Trovate la spiegazione al seguente link:

<https://reqtest.com/agile-blog/how-to-build-a-product-vision-box-and-clarify-your-software-goals/>

4. La fase di consegna/ presentazione.

Nel **Modulo 4/Workshop 1** di questo manuale c'è un focus molto interessante su come funziona la comunicazione e su come creare una presentazione chiara ed efficace che le persone ascoltano con interesse. I giovani leader di comunità e i membri della loro comunità che partecipano al Local Lab potrebbero e dovrebbero rivedere questo capitolo e i riferimenti indicati in quella sezione per essere in grado di facilitare nel gruppo più piccolo la creazione di una presentazione efficace. Ma



esistono anche metodologie e strumenti per progettare rapidamente una presentazione efficace e sintetica, soprattutto in mancanza di tempo. La più nota è l'Elevator Pitch: per definizione, un elevator pitch è un rapido discorso persuasivo che viene utilizzato per creare interesse verso un'idea o un progetto. Il discorso è costruito per illustrare la vostra idea nei suoi aspetti più essenziali e il suo valore, ciò che rende unica la vostra soluzione, e suscitare una curiosità tale da indurre chi vi ascolta a volerne sapere di più. Per definizione, questa presentazione non dovrebbe essere più lunga del tempo necessario per salire in ascensore fino all'ultimo piano di un edificio, tra i 30 secondi e i 2 minuti. Quello che segue nel link è un formato di presentazione standard che può essere applicato a quasi tutte le situazioni, e che potete indicare nel vostro workshop come format per presentare l'idea prodotta nella fase di prototipazione.

https://fi-hatchbox-production-uploads.s3.amazonaws.com/drive/Startup_Madlibs_white_handout.jpg

Fase 8. Conclusione del Local Lab

Riassumete i principali risultati del workshop, i passi da compiere e le potenziali idee/argomenti da mettere all'ordine del giorno per il prossimo futuro.

Concludete con *Mentimeter* per ottenere una valutazione e una visione preziosa del vostro Local Lab da parte di tutti... prima che se ne vadano. Ecco il link allo strumento di

<https://www.mentimeter.com>

7.2.3. Dopo il Local Lab: andare oltre

Una volta terminato il *Local Lab*, i giovani leader di comunità giovanili e la loro comunità dovrebbero provare a dare seguito alla soluzione individuata come la più adatta o comunque sviluppare un report che riepiloga i passi identificati per portarla a termine e continuare. Condividere questo loro lavoro con il resto degli stakeholder, mantenendo questi attori chiave impegnati e motivati. Alcuni modi concreti per mantenere l'interesse degli stakeholder:

- Condividere i progressi e mostrare i risultati in maniera periodica e costante: questo dimostrerà che le attività della vostra comunità sono inserite nel contesto locale e supportate dai decisori locali.
- Incoraggiare i vostri interlocutori a condividere regolarmente il feedback.
- Formalizzare la vostra comunità se il vostro gruppo è stato creato appositamente per questo o altri progetti.





7.3. Un esempio di *Local Lab*: *Azione Pilota Lab Connections 2017- il ruolo degli hub creativi per favorire l'ingresso dei giovani nel nuovo mondo del lavoro*

La buona pratica riportata di seguito è stata sviluppata tra ottobre e dicembre 2017. Il Local Lab si è svolto in Italia il 1° dicembre 2017 presso la sede del Warehouse hub, l'hub creativo italiano partner nel progetto CHLaYdoscope.

La sfida

La disoccupazione giovanile è una sfida importante per l'Europa. I Creative Hub, ovvero gli hub creativi sono realtà che si rivolgono ai giovani (cioè a ragazzi tra i 15 e i 29 anni di età) attraverso una serie di attività e iniziative per lo sviluppo di competenze culturali e creative, sociali e imprenditoriali, che possono aiutare i giovani a trovare o creare il proprio lavoro. Questo loro ruolo può assumere un'importanza ancora maggiore con la crescita dell'economia digitale.

Che ruolo hanno i *Creative Hub* nel supportare i giovani a trovare un lavoro rilevante e ben retribuito in un mercato del lavoro caratterizzato dalla gig economy?

Obiettivo

Lo scopo di questa azione pilota è quello di creare un modello e testare uno strumento che possa consentire agli hub creativi di posizionare le loro attività a sostegno dei giovani che cercano di crearsi un posto significativo nel mercato del lavoro dell'economia digitale.

Metodologia

L'azione ha riunito presso gli hub Colaborativa di Spagna e Limerick, e Materahub e Warehouse Hub in Italia, giovani che sono entrati in contatto con questi hub e organizzazioni locali, (compresi enti pubblici e istituzioni accademiche) che si occupano di lavoro e formazione per i giovani.

La metodologia è stata sviluppata dal [Laboratorio scientifico della CE \(JRC\)](#) insieme a [Cat Drew](#) (Cat Drew è consulente del governo britannico per il design di processi e creatrice del modello di progettazione iterativo *Double Diamond*, noto in tutto il mondo).

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Il processo

1. Ottenere il punto di vista degli attori

a) Sondaggio online rivolto ai giovani utenti degli hub per individuare:

- Quali sono le esigenze, le aspirazioni e la motivazione al lavoro?
- Quali sono le richieste e le opportunità in un mercato del lavoro in continua evoluzione (economia digitale)?
- Quali sono i gap di competenze che gli hub creativi potrebbero contribuire a colmare?

b) Identificazione di e interviste con almeno tre persone rappresentanti di organizzazioni locali per l'occupazione e/o la formazione dei giovani (comprese le autorità pubbliche locali) identificate da ciascuno degli Hub coinvolti, al fine di comprendere le loro maggiori sfide e se – e perché - apprezzano il lavoro degli Hub creativi.

c) Interviste con i team e i leader degli hub per identificare le loro principali attività, le loro principali problematiche e la loro visione per il futuro.

2. Local Lab: Laboratorio di esplorazione

d) workshop di esplorazione con i tre gruppi per posizionare gli hub in relazione alle richieste dei giovani e ai requisiti del mercato del lavoro. Questo includeva anche il punto di vista dei giovani sul futuro mercato del lavoro.

e) Ideare come gli hub creativi possano colmare meglio il divario tra istruzione e lavoro e quali siano le implicazioni per i loro modelli di business, le fonti di finanziamento, ecc.

chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Il programma del workshop di un giorno

10:00-10:15	Benvenuto e introduzione
10:15-10:30	Rompighiaccio
10:30 -11:00	Utenti dell'hub creativo Creazione di <i>Personas</i>
11:00-11:45	Il futuro del lavoro Immaginare il futuro osservando il passato (<i>TimeLine</i> dal 2018 al 2050)
11:45-12:00	Pausa caffè
12:00-13:00	I bisogni dei giovani e le esigenze del mercato del lavoro Dal 2018 al 2050
13:00-14:00	Pranzo
14:00-14:45	Analisi dei gap Come colmare il vuoto?
14:45-15:30	Brainstorming Nuove opportunità per gli hub creativi?
15:30-16:30	Creazione di idee Dall'idea al prototipo
16:30 -17:00	Presentazione delle idee
17:00-17:15	Conclusioni



Gli strumenti

- **Personas Design/membri - tipo della comunità**
Questo strumento permette di guidare un cambiamento incentrato sulle persone, di incorporare la voce dei membri della comunità nella vostra azione di cambiamento e di visualizzare la loro esperienza, i loro bisogni, le loro motivazioni e i loro sogni.
- **La Timeline: immaginare il futuro osservando il passato**
È un modo di pensare al futuro che si colloca nell'orizzonte di ciò che possiamo conoscere, osservando il passato e i segni del presente, le tendenze più profonde che plasmeranno gli eventi e ci permettono di immaginare ciò che può essere raggiunto.
- **Esigenze dei giovani e bisogni del mercato**
È uno espediente per identificare e riflettere su bisogni e opportunità: le trasformazioni (digitali, organizzative) nel mondo del lavoro sono un'opportunità per i giovani di apprendere e accrescere le proprie competenze più velocemente, e di essere molto più attivi e co-creatori.
- **Analisi del divario: come colmare il divario**
Un processo di analisi dello stato attuale, delle esigenze di miglioramento non soddisfatte
- **Brainstorming: nuove opportunità per i Creative Hub?**
Una tecnica di risoluzione dei problemi
- **Dall'idea al prototipo**
La prototipazione è un processo sperimentale in cui i gruppi di progettazione realizzano idee in forme tangibili, dalla carta al digitale.
- **Presentazione dell'idea**
Presentazione dell'idea con l'Elevator Pitch

Ora tocca a voi, cari giovani Leader di Comunità, promuovere e facilitare, all'interno della vostra comunità e nei vostri contesti di vita, processi di lavoro collaborativo con il coinvolgimento di organizzazioni e gruppi di attori chiave, per affrontare questioni importanti che riguardano il vostro benessere e quello della vostra comunità. Diventare un leader di comunità, come avrete appreso leggendo questo manuale, implica lo sviluppo di competenze trasversali importanti, la costruzione di relazioni e partnership, la condivisione di informazioni e il coinvolgimento di attori chiave nella pianificazione e nei processi decisionali, con l'obiettivo di migliorare gli esiti di politiche, iniziative, azioni e progetti a voi dedicati.

Per maggiori informazioni su Warehouse hub , il partner italiano che ha curato nell'ambito del progetto CHLaYdoscope questo pacchetto di contenuti formativi per lo sviluppo della leadership di comunità nei giovani:

SITO WEB

<https://warehousehub.org/en-education/>

E-MAIL

laura@warehousehub.org

FACEBOOK

<https://www.facebook.com/WarehouseCoworkingFactory>

INSTAGRAM

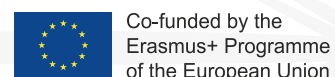
<https://www.instagram.com/warehousecoworkingfactory/>

Questo risultato (Project Result 2) realizzato appositamente per il progetto CHLaYdoscope è stato reso possibile grazie alla collaborazione di tutti i partner: Materahub (Italia), il partner capofila, DYPALL Network (Portogallo), Generazione Lucana (Italia), ECHN (Grecia), PiNA (Slovenia) e The Artist and The Others (Paesi Bassi).

Finanziato dall'Unione Europea nell'ambito del programma Erasmus+: Partenariati di cooperazione in materia di gioventù, con il sostegno dell'Agenzia Nazionale Italiana.



chlaydoscope.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Questo progetto è stato realizzato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



chlaydoscope.eu