

## Vademecum della partecipazione di quartiere

Il presente vademecum rappresenta uno schema di attivazione di iniziative partecipate a livello locale, prevedendo un'integrazione di attività di sollecitazione, comunicazione e partecipazione.

### Fase di ideazione

La fase prevede le attività di progettazione dell'iniziativa di partecipazione. In questa fase, occorre:

- > Istituire una Cabina di Regia con tutte le professionalità interne necessarie
- > Circoscrivere l'oggetto dell'iniziativa
- > Raccogliere le informazioni dal territorio per costruire la pianificazione delle attività
- > Individuare le metodologie di partecipazione (Percorso di partecipazione)
- > Individuare gli strumenti di comunicazione idonei (Piano di comunicazione)

Checklist di controllo:

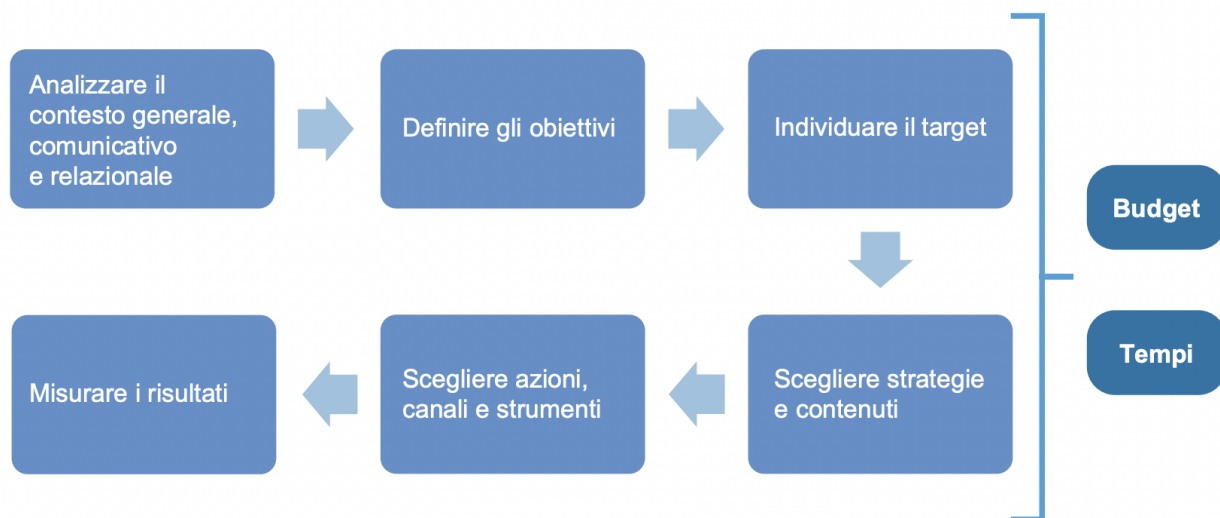
- L'oggetto del processo è un tema rilevante e di interesse per i partecipanti.
- I tempi del processo partecipativo sono coerenti con i tempi istituzionali.
- Tutti i punti di vista esistenti sul tema oggetto del processo sono stati coinvolti.
- Sono stati coinvolti anche soggetti fragili, deboli o svantaggiati.
- I partecipanti hanno una composizione sufficientemente eterogenea.
- La composizione dei partecipanti al processo rispecchia la parità di genere.

### Fase di progettazione

La fase di progettazione traduce gli strumenti ipotizzati in attività concrete. In particolare, è fondamentale adottare obiettivi "smart":

- ▶ Specifici
- ▶ Misurabili
- ▶ Accessibili
- ▶ Rilevanti
- ▶ Temporalmente determinati

L'attività di comunicazione dovrà essere costruita tenendo conto dei tempi e del budget, con un percorso tipico della pianificazione.



Dal contesto si passa agli obiettivi, ai target, ai contenuti e agli strumenti, senza perdere di vista la misurabilità dei risultati.

A livello metodologico, è importante adottare gli strumenti di partecipazione più idonei al tipo di risultato che si vuole ottenere.

*Checklist di controllo:*

- Si stanno realizzando gli obiettivi definiti inizialmente.
- Si utilizzano specifiche tecniche per la partecipazione.
- Si utilizzano facilitatori interni o esterni all'ente.
- Si utilizzano i social media per coinvolgere e dialogare con gli stakeholder.
- Si stanno rispettando i tempi e i costi preventivati.
- È presente almeno una risorsa dedicata alla comunicazione
- È stato definito un Piano delle attività di comunicazione.
- Dopo ogni incontro sono realizzati i verbali e condivisi coi partecipanti.
- Viene dedicata una pagina web al processo partecipativo.
- Vengono realizzati materiali di approfondimento da usare durante gli incontri.

**Fase di attuazione**

La fase di attuazione comprende il presidio delle attività sviluppate, con attenzione particolare a:

- > Coordinare il gruppo di lavoro
- > Coinvolgere i partecipanti, prevedendo sedi raggiungibili e spazi allestiti in modo idoneo
- > Monitorare criticità, risultati, nuove opportunità emerse in corso d'opera

La fase prevede anche la fase decisionale, che sia trasparente e capace di restituire adeguatamente i risultati raggiunti.

*Checklist di controllo:*

- Il Gruppo di lavoro riesce ad incontrarsi periodicamente.
- Sono accolte richieste di approfondimento da parte dei partecipanti.
- Sono accolti nuovi partecipanti in corso d'opera.
- Per la logistica e l'allestimento degli spazi si utilizzano risorse e materiali già a disposizione dell'ente.
- È stata scelta una sede per gli incontri facilmente raggiungibile e priva di barriere architettoniche.
- Si pone attenzione al setting degli incontri, evitando la classica disposizione frontale.

## Un progetto per Fiorano

### Fase di ideazione

L'emersione di iniziative di quartiere nasce dalla **mappatura** delle principali aree da coinvolgere, definendo bene cosa si vuole ottenere da ogni attività (informare, sollecitare, codecidere...).

Le **iniziative partecipative** saranno conseguenti agli obiettivi: tendenzialmente, è importante "esserci" nei luoghi frequentati, creare informazioni di supporto, prevedere una fase iniziale di **ascolto** (questionario, focus group...) dei bisogni e delle criticità, stimolando allo stesso tempo l'emersione di proposte dal basso.

La **comunicazione** va pianificata in modo da prevedere materiali informativi, materiali di supporto alle attività, materiali per allestire gli spazi (vele mobili, locandine, brochure informative, ma anche gadget...). Inoltre, è importante **comunicare ai residenti** di quartiere (con distribuzioni porta a porta ad esempio, o con postazioni mobili nei parchi o durante i mercati), ma anche **far sapere a tutta la comunità** delle iniziative in corso (con comunicati stampa o tramite social network).

### Fase di progettazione

Gli obiettivi concreti di attivazione delle aree verdi di quartiere prevedono fasi di analisi, di outreach, di informazione e di partecipazione.

Analisi: è fondamentale **conoscere l'oggetto di indagine e il territorio** di riferimento: occorre mappare le dotazioni, le attività svolte, le modalità di frequentazione... Questo può essere svolto in parte **internamente**, partendo dai dati già in possesso, in parte **esternamente**, con attività qualitative o quantitative.

Si possono ipotizzare questionari da distribuire anche in loco, o interviste a stakeholders di rilievo (ad es. abituali frequentatori degli spazi, rappresentanti di associazioni impattate, ecc.).

La fase di **outreach** ha l'obiettivo di coinvolgere tutti i potenziali soggetti interessati, senza discriminazioni e senza creare diseguità di accesso. Outreach significa non aspettarsi che le persone vengano ai nostri incontri, ma realizzare attività direttamente nei luoghi in cui le persone si incontrano. È importante quindi ipotizzare uscite, passeggiate di quartiere, trekking urbano, stand nei luoghi di incontri della comunità, presidi informativi in luoghi di passaggio...

L'outreach va sostenuto da adeguati **strumenti di comunicazione**, che vanno pianificati e realizzati in funzione di budget, tempi, esigenze concrete e sostenibilità delle scelte. Locandine, brochure, vele mobili sono gli strumenti più facili da realizzare, ma occorre anche garantire un presidio informativo aggiornato, ad esempio sui social network o sulla stampa locale.

Una volta creata una **base di partecipanti**, occorre renderli "convocabili": dai questionari e dalle iniziative di outreach è importante ottenere dei contatti caldi, email o telefonici, per riconvocare le persone e chiedere loro di fare da cassa di risonanza sulla loro rete di relazioni interessata al tema.

### Fase di attuazione

È importante garantire **incontri periodici del gruppo di lavoro**, per non perdere il presidio del progetto. Inoltre, il percorso di partecipazione è sempre un'attività flessibile: durante gli incontri



potrebbero uscire indicazioni o bisogni di cui tenere conto, a volte anche rimodulando e ripensando le metodologie adottate.

Le **attività partecipate** dovranno essere condotte da un facilitatore che sceglie la metodologia più idonea in base alle esigenze: vi sono strumenti che si prestano meglio all'emersione di idee innovative (OST) o al raggiungimento di una visione condivisa di obiettivi (Metaplan), alla consultazione libera di opinioni (focus group) alla discussione flessibile (World Cafè), per arrivare a strumenti di codecisione e di progettazione condivisa.

Le metodologie hanno bisogno di **spazi adeguatamente allestiti**, per creare le condizioni più idonee al raggiungimento degli obiettivi. Inoltre, occorre garantire massima accessibilità, scegliendo sedi di incontro facilmente raggiungibili e prive di barriere architettoniche.

La **sintesi degli esiti di lavoro** si deve tradurre in una proposta concreta da portare al decisore politico, per avviare un iter che deve continuare a coinvolgere la comunità anche nelle fasi successive di monitoraggio, esecuzione e realizzazione.