

# La “Cassetta degli attrezzi” del Bilancio Partecipativo

**Informazioni, consigli e strumenti per poter comunicare al meglio  
i progetti ad impatto civico, partendo dal Bilancio Partecipativo  
2017 e farli votare dai cittadini.**



# Introduzione



La “cassetta degli attrezzi” che segue è pensata in prima istanza per le comunità che hanno presentato progetti per il Bilancio Partecipativo ed indica, attraverso diversi passaggi e l’uso di più strumenti, come strutturare una campagna di coinvolgimento e quali sono le azioni per ingaggiare comunità.

Non si tratta di una “cassetta degli attrezzi” esaustiva e completa, bensì di una serie di strumenti aperta a suggerimenti ed implementazioni, flessibile a seconda dei contesti, che può essere d’aiuto a chi vuole promuovere un progetto nel proprio Quartiere.

# Introduzione



Alla base di tutto, c'è un processo basato non solo sul passaparola ma sulla cura delle relazioni per far conoscere il proprio progetto al più alto numero di persone possibile.

In sintesi:

INFORMAZIONE > COMUNICAZIONE > RELAZIONE > COLLABORAZIONE

Nei punti che seguono, proviamo ad elencare alcuni piccoli consigli e passi da seguire per far sì che il progetto sappia coinvolgere diverse comunità, fin dalle prime fasi.

## **Elenco dei contenuti:**

- Gli elementi chiave e la strategia
- La “cassetta degli attrezzi” che mettiamo a disposizione come Ufficio Immaginazione Civica dell'Urban Center Bologna

# Gli elementi chiave e la strategia



Alcuni punti chiave su cui riflettere, che costituiscono la base per poter comunicare e raccontare il proprio progetto in modo efficace.

## **1. il contesto del progetto**

Qual è stato il bisogno/la mancanza che ha suscitato l'idea per il progetto? Sicuramente l'idea risponde ad uno o più bisogni di molti altri abitanti del Quartiere, ed è dunque importante tenere questo aspetto sempre in mente. In altre parole, da dove e da cosa nasce l'idea per il progetto? Cosa ha spinto a presentarlo, perché deve essere fatto? Cosa si vuole ottenere con il progetto?

# Gli elementi chiave e la strategia



## 2. Gli obiettivi del progetto

Prima di iniziare, è molto importante definire al meglio gli obiettivi: quale impatto ha il progetto?

**OBIETTIVO:** dev'essere il più concreto possibile, rispondere ai bisogni espressi, coinvolgere i cittadini

**LA PROPOSTA:** deve essere scritta in modo semplice, in modo che possa essere capita dal più alto numero di persone possibile

Ad esempio, se si propone di realizzare un nuovo spazio giochi per bimbi, possiamo identificare quali sono gli spazi giochi più vicini? Quali potrebbero essere le zone di riferimento?

Quale utilità ha il progetto? Quanti bimbi e genitori ci sono da coinvolgere?

Se l'**obiettivo principale** può risultare molto chiaro, ovvero rispondere a un certo bisogno (ed esempio, installare dei lampioni per migliorare la luminosità di una strada, oppure riqualificare un edificio per farne un luogo per i più giovani), dietro a ciò ci possono essere degli **obiettivi secondari**, che vanno esplicitati per rafforzare l'idea (ad esempio, grazie ai lampioni nuovi che vogliamo far installare, può aumentare la socialità notturna, nonché la sicurezza della strada, oppure grazie ad un luogo aperto, possiamo innescare nuove relazioni e favorire inclusione, fare formazione, creare nuove forme di vivere il quartiere, attirare i più giovani).

# Gli elementi chiave e la strategia



## **3. i punti di forza e di debolezza del progetto**

Il progetto avrà anche delle criticità ed è importante avere in mente quali sono i suoi punti di forza e quelli di debolezza, per saperlo raccontare al meglio anche di fronte a problemi.

## **4. le comunità a cui ci si rivolge**

E' necessario avere ben chiaro in mente a chi si vuole raccontare il progetto, identificare quali comunità attivare per raccontarlo e per averne il sostegno in fase di voto. Possiamo definire le fasce di popolazione in base a età, genere, luogo di residenza, occupazione, interessi e stile di vita.

Combinando attività e progetti, possiamo coinvolgere diverse comunità anche a seconda degli orari. Per esempio una panchina può essere frequentata da genitori con bimbi, da anziani, da ragazzi. Ma può essere anche strumento per esercizi sportivi e arredo anche realizzato da un artista. All'interno di queste comunità è importante individuare coloro che, in gergo definiti "influencer", possono darci un supporto rilevante nel promuovere il progetto e raggiungere ulteriori comunità.

# Gli elementi chiave e la strategia



## 5. Elaborare il messaggio chiave

Una volta stabilite le comunità a cui ci si vuole rivolgere, è importante definire il **messaggio da comunicare**. Parlare in modo chiaro è fondamentale, utilizzando parole chiave, frasi brevi, avvalendosi anche di immagini, grafica, elementi visivi (foto, video).

Fa parte della strategia anche definire i canali su cui comunicare mettendo insieme diversi strumenti (sia digitali che analogici) come:

- fotocopie da distribuire nella zona di riferimento;
- un evento su Facebook;
- far girare un testo via sms o WhatsApp.

Qui di seguito suggeriamo alcuni dei **canali/mezzi di comunicazione**: non è necessario avvalersi di tutti, ed è importante sceglierne diversi in base al pubblico/ai pubblici: qual è il luogo, il mezzo, la situazione?

I primi gruppi Facebook dedicati a riunire gli abitanti di una stessa strada, le social street, si sono conosciute anche grazie a fotocopie attaccate in strada.

# Sul territorio



**Fotocopie, cartoline, volantini, posters** nei diversi formati (poster A3, flyer A4, volantini A5) possono essere stampati anche con poco costo e distribuiti nei luoghi e negli spazi del Quartiere: mercati, centri anziani, fermate dell'autobus, bar, scuole, palestre...

**Incontri:** la comunicazione è utile soprattutto quando finalizzata a creare le premesse per un incontro dove potersi conoscere, scambiare idee e opinioni. e momenti di interazione informale

**Organizzare piccole feste** risulta particolarmente efficace: trovare il luogo adatto, chiedere a tutti di contribuire, creare momenti di incontro in modo pubblico è fare comunità a favore del proprio quartiere



# Online e digitali



**SMS o WhatsApp:** è essenziale per raggiungere anzitutto le cerchie strette partendo da chi sappiamo essere a favore del progetto: un piccolo testo via SMS o WhatsApp è molto semplice da fare.

**Email:** per raggiungere liste di contatti, condividendo il materiale digitale a disposizione: il link al sito dei progetti, le schede dei progetti, i canali social dove vengono raccontati...

**Social Media.** Un buon uso dei social media (Facebook, Twitter e Instagram sono i più usati) può aiutare l'esito di una campagna, più avanti qualche consiglio specifico.

**Video.** Realizzare un video che racconti la campagna è uno dei mezzi più efficaci da utilizzare. YouTube e Vimeo sono le piattaforme più in uso, anche se oggi i video si possono caricare e condividere direttamente sui social media.

## **6. Connettersi con le comunità di riferimento e renderle partecipi alla campagna**

Dobbiamo rendere attive le comunità di riferimento, affinché tutti possano contribuire. Oltre ai gruppi formali ed informali vicini al progetto e che già lo appoggiano “naturalmente”, è importante cercare di raggiungere anche chi:

vive nello stesso territorio

ha appoggiato idee/progetti simili in passato o tuttora

vive il problema/bisogno che il progetto cerca di risolvere/soddisfare

fa parte di associazioni attive sul territorio

# La “Cassetta degli attrezzi” che l’Ufficio Immaginazione Civica dell’Urban Center mette a disposizione per il Bilancio Partecipativo



Qui di seguito una lista degli strumenti che mettiamo a disposizione:

- Un volantino generico che spiega nel dettaglio modi e tempi del #bilanciopartecipativo.
- 6 spillette, 1 per Quartiere, che invitano al Voto.
- Una copertina del Vota! rettangola, da utilizzare e condividere sui propri profili social.
- 3 cartoline del Vota! da condividere sui propri canali digitali.
- Il materiale completo (foto, titolo, sottotitolo, abstract, descrizione completa) di ognuno dei 27 progetti che vanno al voto, disponibile su: [comunita.comune.bologna.it/bilancio-partecipativo](https://comunita.comune.bologna.it/bilancio-partecipativo)