

POLITECNICO DI MILANO

Scuola del Design

Corso di Laurea Magistrale in Design della Comunicazione



**TESSITURE SOCIALI
UN NUOVO MODELLO DI WELFARE DI COMUNITÀ
TRA MAPPATURA E COMUNICAZIONE
PER IL QUARTIERE NOLO A MILANO**

Relatore: Prof. Davide FASSI

Co-relatore: Prof. Marco QUAGGIOTTO

Tesi di Laurea di:

Ilaria SAPONE

Matr. 916938

Anno Accademico 2019 - 2020

Ad Andrea.

Indice della Relazione

Indice delle Figure.....	6
Indice delle Tabelle.....	8
Indice delle Tavole.....	9
Abstract (italiano).....	10
Abstract (english).....	11

Introduzione.....	12
-------------------	----

I. PARTE 1

Capitolo 1 - La ricerca pregressa.....	14
1.1 <i>Il contesto di ricerca</i>	14
1.1.1 <i>Lettura socio-urbanistica</i>	14
1.1.2 <i>Lettura socio-culturale</i>	16
1.1.3 <i>Cultura ed economia del quartiere</i>	17
1.1.4 <i>Principali canali di comunicazione del quartiere</i>	19
1.2 <i>Il progetto di ricerca</i>	23
1.3 <i>Gli insights di ricerca</i>	25
1.4 <i>Opportunità emerse</i>	26
Capitolo 2 - Welfare di Comunità e Reti di relazioni.....	28
2.1 <i>Dal Government pubblico al Welfare di Comunità</i>	28
2.2 <i>Reti di Collaborazione</i>	29
2.3 <i>Il ruolo della Comunicazione</i>	31
2.4 <i>I Punti di Comunità</i>	33
Capitolo 3 - Strumenti e Sistemi di Welfare di Comunità a NoLo.....	37
3.1 <i>QuBì Loreto</i>	38
3.1.1 <i>Il progetto QuBì a Milano</i>	38
3.1.2 <i>La rete di QuBì Loreto</i>	39
3.2 <i>WeMi Venini</i>	42
3.2.1 <i>Il progetto WeMi a Milano</i>	42
3.2.2 <i>WeMi Venini: il progetto WeMi a NoLo</i>	44
3.3 <i>Off Campus NoLo</i>	45
3.3.1 <i>Off Campus San Siro</i>	46

3.3.2 Il progetto <i>Off Campus a NoLo</i>	47
3.4 Il <i>PuntoCom di Via Padova</i>	49
3.4.1 Il programma <i>Lacittaintorno di Fondazione Cariplo a Milano</i>	49
3.4.2 Il <i>PuntoCom di Via Padova: il Punto di Comunità di Lacittaintorno a NoLo</i>	51
3.5 <i>Casa delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2</i>	52
3.6 <i>Burlagiò</i>	54
3.7 <i>Comune milano</i>	57
3.8 <i>FRCM - Fondazione Reti Civiche Milano</i>	59
3.9 <i>Overview dei sistemi di Welfare di Comunità a NoLo</i>	61

II. PARTE 2

Capitolo 4 - Il processo di ricerca sul campo.....	64
4.1 <i>Configurazione della ricerca</i>	64
4.1.1 <i>Gli attori</i>	65
4.1.2 <i>Estensione della ricerca</i>	65
4.1.3 <i>Gli obiettivi</i>	66
4.1.4 <i>L'Iter di ricerca e la nota metodologica</i>	68
4.2 <i>Fase preliminare: il colloquio col Key Actor</i>	71
4.3 <i>Focus group da remoto con gli abitanti rappresentativi del quartiere</i>	75
4.3.1 <i>Domanda n.1</i>	78
4.3.2 <i>Domanda n.2</i>	79
4.3.3 <i>Domanda n.3</i>	79
4.4 <i>Focus group con i rappresentanti della rete attiva nel quartiere</i>	81
4.4.1 <i>Domanda n.1</i>	83
4.4.2 <i>Domanda n.2</i>	84
4.4.3 <i>Domanda n.3</i>	85
4.5 <i>Highlights della ricerca</i>	86
4.5.1 <i>I potenziali target di progetto</i>	88
4.5.2 <i>Opportunità e criticità emerse</i>	89
4.6 <i>Considerazioni personali sugli output di ricerca e sugli spunti di progetto</i>	91
Capitolo 5 - Alcuni Studi di caso.....	95
5.1 <i>Brescia Città del Noi</i>	95
5.2 <i>Lulu Dans Ma Rue</i>	97
5.3 <i>Milano Sei l'Altro</i>	99
5.4 <i>Rete delle Case del Quartiere APS</i>	101
5.5 <i>Ideaginger.it</i>	103
5.6 <i>Considerazioni sugli Studi di caso</i>	105

III. PARTE 3

Capitolo 6 - Il lavoro metaprogettuale.....	109
6.1 <i>Verso la definizione degli scenari</i>	110
Capitolo 7 - Gli Scenari di Progetto.....	113
7.1 <i>Scenario n. 1</i>	114
7.1.1 <i>Opportunità dello Scenario n. 1 per NoLo</i>	116
7.2 <i>Scenario n. 2</i>	118
7.2.1 <i>Opportunità dello Scenario n. 2 per NoLo</i>	121
7.3 <i>Scenario n. 3</i>	124
7.3.1 <i>Opportunità dello Scenario n. 3 per NoLo</i>	127
7.4 <i>Il processo di mappatura</i>	130
Capitolo 8 - Gli Artefatti di Comunicazione.....	131
8.1 <i>Artefatti di Comunicazione dello Scenario n. 1</i>	132
8.1.1 <i>Gli Artefatti di Sensibilizzazione dello Scenario n. 1</i>	132
8.1.2 <i>Gli Artefatti di Approfondimento dello Scenario n. 1</i>	134
8.1.3 <i>Gli Artefatti di Coinvolgimento dello Scenario n. 1</i>	137
8.1.4 <i>Gli Artefatti di Aggiornamento dello Scenario n. 1</i>	140
8.2 <i>Artefatti di Comunicazione dello Scenario n. 2</i>	141
8.2.1 <i>Gli Artefatti di Sensibilizzazione dello Scenario n. 2</i>	141
8.2.2 <i>Gli Artefatti di Approfondimento dello Scenario n. 2</i>	142
8.2.3 <i>Gli Artefatti di Coinvolgimento dello Scenario n. 2</i>	144
8.2.4 <i>Gli Artefatti di Aggiornamento dello Scenario n. 2</i>	146
8.3 <i>Riflessioni sul funzionamento</i>	147
Capitolo 9 - Il Piano di Comunicazione.....	149
9.1 <i>Piano di Comunicazione dello Scenario n. 1</i>	150
9.2 <i>Piano di Comunicazione dello Scenario n. 2</i>	159
Capitolo 10 - Riflessioni e Conclusioni.....	165
Bibliografia.....	167
Sitografia.....	167

Indice delle Figure

- Fig. 1 - *I confini sfumati di NoLo oggi* 15
Fonte: *Nord Loreto è a NoLo*, a cura di Fassi, D., Dipartimento di Design, Politecnico di Milano, 2017, PDF,
<https://www.identitamilano.com/wp-content/uploads/2017/03/FASSI_NoLo_Urban-Center_low.pdf> [28/03/21]
- Fig. 2 - *Diagramma delle relazioni tra i diversi attori nel Quartiere Villaggio Sereno* 34
Fonte: *La forza della Comunità: Esperienze dei Punti Comunità e buone prassi di Welfare Cittadino*, a cura di Asis, J., Biazzini, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto “Brescia Città del Noi”, 2017, PDF,
<http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Punti-comunita_best-practices.pdf> [14/05/21]
- Fig. 3 - *I confini di progetto di QuBì Loreto-NIL20* 40
Fonte: QuBì Loreto, *Progetto di contrasto alla povertà minorile*, Cooperativa Comin, 2019, PDF,
<https://www.coopcomin.org/images/pdf/QUBi_Loreto_abstract_feb_2019.pdf> [14/04/21]
- Fig. 4 - *Colloquio con Key Actor* 75
Fonte: elaborazione propria
- Fig. 5 - *Focus group da remoto con abitanti del quartiere* 81
Fonte: elaborazione propria
- Fig. 6 - *Focus group da remoto con associazioni attive nel quartiere - Domanda n.1* 86
Fonte: elaborazione propria
- Fig. 7 - *Brescia Città del Noi - Mappa digitale del Welfare della Città di Brescia* 97
Fonte: *Brescia Città del Noi*, a cura di Comune di Brescia, sito web,
<<http://bresciacittadelnoi.it>> [18/04/21]
- Fig. 8 - *Lulu Dans Ma Rue - Chiosco* 99
Fonte: Manfrini, M. G., *Lulu Dans Ma Rue: una soluzione a portata di tutti*, in *Labsus Laboratorio per la Sussidiarietà*, 2016,
<<https://www.labsus.org/2016/03/lulu-dans-ma-rue-una-soluzione-a-portata-di-tutti/>> [18/04/21]
- Fig. 9 - *Circolo Terre e Libertà - Portineria di Quartiere* 101
Fonte: *Portineria di Quartiere*, a cura di Milano Sei l'Altro, sito web, 2017,
<http://www.milanoseilaltro.it/attivita_page/portineria-di-quartiere> [18/04/21]

- Fig. 10 - *Valutazione dell'Impatto Sociale - Rete delle Case del Quartiere APS*..... 103
Fonte: *VISioni: La Valutazione dell'Impatto Sociale delle Case del Quartiere di Torino*, a cura di Depedri, S. e Turri, S., Fondazione di Ricerca Euricse, 2018, PDF, <http://www.retecasesedelquartiere.org/wp-content/uploads/2019/07/VISioni_Valutazione-Impatto-Sociale-delle-Case-del-Quartiere-di-Torino_2018_web.pdf> [18/04/21]
- Fig. 11 - *Ideaginger.it - Piattaforma di crowdfunding* 105
Fonte: *Ideaginger.it*, sito web, 2020, <<https://www.ideaginger.it>> [18/04/21]

Indice delle Tabelle

Tab.1 - <i>I tre modelli di Punto Comunità</i>	36
Fonte: <i>La forza della Comunità: Esperienze dei Punti Comunità e buone prassi di Welfare Cittadino</i> , a cura di Asis, J., Biazzini, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto “Brescia Città del Noi”, 2017, PDF, < http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Punti-comunita_best-practices.pdf > [14/05/21]	
Tab. 2 - <i>Sistemi di Welfare di Comunità a NoLo</i>	63
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 3 - <i>Struttura della ricerca</i>	67
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 4 - <i>Dettaglio colloquio con Key Actor</i>	72
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 5 - <i>Dettaglio focus group da remoto con abitanti del quartiere</i>	77
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 6 - <i>Dettaglio focus group da remoto con associazioni attive nel quartiere</i>	83
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 7 - <i>Potenziati target di progetto per modelli di Punto di Comunità</i>	89
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 8 - <i>Tab. 8 - Schematizzazione dei risultati degli interventi di ricerca</i>	94
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 9 - <i>Opportunità progettuali per modelli di Punto di Comunità</i>	108
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 10 - <i>Tabella riassuntiva delle linee guida di progetto</i>	112
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 11 - <i>Scenari di progetto</i>	129
Fonte: elaborazione propria	
Tab. 12 - <i>Ipotesi di sistemi di artefatti</i>	147
Fonte: elaborazione propria	

Indice delle Tavole

Tav. 1 - <i>Iter di ricerca</i>	70
Fonte: elaborazione propria	
Tav. 2 - <i>Highlights di ricerca</i>	87
Fonte: elaborazione propria	
Tav. 3 - <i>Timeline del piano di comunicazione dello Scenario 1</i>	156
Fonte: elaborazione propria	
Tav. 4 - <i>Timeline del piano di comunicazione dello Scenario 2</i>	163
Fonte: elaborazione propria	

Abstract (*italiano*)

Il presente elaborato intende consolidare un percorso iniziato fra le mura accademiche attraverso un lavoro di ricerca e analisi propedeutici allo sviluppo di alcune proposte progettuali.

Sviluppato sulla base di una sensibilità personale, il lavoro ha preso spunto da un'indagine sull'identità socio-culturale creativa di NoLo, un quartiere di Milano con una storia che vale la pena raccontare, e si è evoluto fino a metterne in luce l'aspetto forse più preponderante: il cuore solidale. Non senza una retrospettiva su tale ricerca e una nuova indagine sul campo, il testo intende affrontare un discorso sul sistema quartiere, sul potere immenso che oggi il senso di comunità ha nella ridefinizione dei panorami di governance e di welfare.

Si menzioneranno termini quali Sviluppo di Comunità e Welfare di Comunità, temi come la coprogettazione sociale e il lavoro di rete, oggi al centro di innumerevoli discussioni e di altrettante progettualità: è ormai provato che il coinvolgimento attivo della cittadinanza può visibilmente migliorare la qualità di vita nel quartiere, percepito non più come mero luogo in cui vivere, ma come luogo da costruire in prima persona. Si intendono individuare strategie innovative ed efficaci per comunicare a livello territoriale servizi sociali e iniziative sviluppati dal basso, pensati ed offerti da realtà che cooperano tra loro e coi cittadini. Si vuole sviluppare una strategia di comunicazione per il quartiere NoLo, considerandone attori e pareri, con l'auspicio che il lavoro possa almeno in parte aiutare il quartiere (e non solo) nel concreto. L'obiettivo è quindi tentare di valorizzare, attraverso un intervento progettuale, ciò che vi è nel quartiere e anche cosa non vi è ancora secondo la sensibilità personale: una sufficiente coesione e unione di intenti.

Focus dell'elaborato, a questo proposito, è il processo di mappatura come strumento per unire, fare rete, coprogettare azioni di Welfare di Comunità, comunicare al meglio l'impegno di un quartiere dall'amore stranamente sconfinato per i vicini di casa. Rafforzare tali connessioni, costituitesi dal basso, è ciò che può dare al tessuto sociale la certezza di non strapparsi mai.

Abstract (*english*)

This dissertation is the outcome of a research started within the University walls and it has been developed through an analysis preparatory to develop some project proposals. The work is based on a personal sensitivity; it started with a survey on the socio-cultural creative identity of NoLo, a district of Milan with a story worth telling, and highlights the most predominant aspect: a heart full of solidarity. Not without a retrospective on this research and a new investigation on the field, this dissertation aims to focus on the “neighborhood universe” and on the big influence that the sense of community has nowadays in redefining the landscapes of governance and welfare. Terms such as Community Development and Community Welfare will be mentioned, as well as themes such as social co-planning and networking, which are today the core of countless discussions and projects: it is now proven that the active involvement of citizens can visibly improve the quality of life in the neighborhood, no longer perceived as a mere place to live, but as a place to be built.

This work is aimed at identifying innovative and effective strategies to voice social initiatives conceived locally by means of the cooperation between citizens and small realities. The aim is to develop a communication strategy for NoLo which focuses on its people and their opinion, hoping this work could at least partially help the neighborhood (and beyond) in practice. The objective is therefore to enhance, through a project intervention, what does now exist in the neighborhood and also what, according to my personal sensitivity, is still missing: a sufficient cohesion and unity of purpose. The project focus here is the process of mapping as a tool to unite, network, co-design actions for Community Welfare, to better communicate the commitment of a neighborhood with such unusually boundless love for its people. Strengthening these grassroots connections is what can give the social fabric the certainty of never ripping itself apart.

Introduzione

Il seguente elaborato intende individuare modalità e strategie maggiormente innovative ed efficaci per comunicare a livello territoriale servizi sociali e iniziative elaborati e sviluppati dal basso, pensati ed offerti da realtà che co-operano sul territorio tra loro e coi cittadini, a partire da una ricerca pregressa svolta in ambito accademico e attraverso un lavoro propedeutico di analisi. In particolare, tale prodotto si pone come Tesi di consolidamento del lavoro svolto per il Laboratorio di Sintesi Finale del Corso di Design della Comunicazione del Politecnico di Milano nell'Anno Accademico 2019-2020, e come tale si prefigge l'obiettivo di indagare a livello più approfondito alcuni temi oggetto del Corso nonché determinati aspetti rilevati durante lo svolgimento della ricerca di particolare importanza per il periodo storico in cui stiamo vivendo. La ricerca vuole presentare alcune delle pratiche migliori, promettenti ed emergenti nell'ambito di esperienze di comunità, in Italia e all'estero. I metodi utilizzati per la ricerca sono stati la revisione della letteratura e la ricerca via internet. Parole chiave utilizzate nella ricerca sono *lavoro di Comunità*, *Welfare di Comunità* e *Welfare cittadino*.

Nei seguenti capitoli verrà pertanto indagato il tema della mappatura, argomento proposto durante il Laboratorio quale tecnica per restituire una panoramica adeguatamente descrittiva dell'identità creativa di un territorio circoscritto, al fine di comprenderne l'utilizzo attuale e le opportunità di utilizzo nell'ambito della comunicazione dell'offerta sociale cittadina.

A livello teorico si parlerà di Welfare di Comunità come nuovo sistema di *Governance cittadina*, emerso, e da molti già abbracciato, negli ultimi anni in risposta all'esigenza delle comunità di trovare, organizzare e sviluppare in autonomia soluzioni alle problematiche interne e inerenti il proprio territorio, arrivando laddove le Pubbliche Amministrazioni talvolta faticano ad arrivare, con la coscienza che il cambiamento deve partire dal basso e che nessuno conosce dinamiche e problemi di una zona meglio di chi vi vive tutti i giorni. Pertanto, si affronteranno argomenti quali la governance cittadina, il sistema quartiere, le reti di relazioni e la collaborazione cittadini-organizzazioni, la co-progettazione e la partecipazione attiva.

Un approfondimento sul lavoro di ricerca pregresso presenterà il contesto di partenza per la nuova analisi che l'elaborato intende proporre: favorirà una comprensione del luogo, il NIL 20 di Milano, dal punto di vista storico, sociale e culturale; ne riporterà gli obiettivi originali e, più importante, i risultati, fra i quali verranno evidenziati gli aspetti chiave di orientamento al lavoro successivo. Sarà quindi svolta una seconda ricerca, di tipo desk, riguardante nello specifico il quartiere di NoLo, avente l'obiettivo di approfondire i sistemi di comunicazione dei servizi e delle iniziative di Welfare di Comunità attualmente attivi e a disposizione della cittadinanza. Aspetto importante che verrà tenuto in considerazione è l'*empowerment cittadino*, ovvero il concetto di rafforzamento del ruolo

del singolo abitante e di valorizzazione del peso dell'opinione e del contributo di ciascuno nelle decisioni riguardanti il proprio quartiere e nella definizione dell'identità dello stesso.

Seguirà un lavoro metaprogettuale di elaborazione di possibili scenari di progetto per il quartiere, orientati alla definizione di linee guida utili ad un eventuale sviluppo di sistemi di comunicazione del Welfare di Comunità in linea con l'identità del territorio, le sue necessità, le sue risorse e i suoi progetti attualmente in fase di elaborazione. Perché sia possibile restituire la visione più realistica, verranno presi in considerazione alcuni studi di caso inerenti agli aspetti d'interesse del lavoro e, prima ancora, verranno presentati i risultati di un iter di ricerca sul campo che vede coinvolti diversi attori del panorama sociale di NoLo, attivi nell'ambito del Welfare cittadino, rappresentanti di organizzazioni no-profit, di reti formali e di gruppi informali di cittadini.

L'obiettivo di questa Tesi è dunque contribuire ad un cambiamento di prospettiva sul Welfare: dal tradizionale stato sociale al riconoscimento e alla promozione di un Welfare cittadino, di Comunità. L'Amministrazione locale non è infatti l'unico soggetto erogatore di Welfare e la comunità non è solo un destinatario di servizi, ma ha un ruolo attivo e fondamentale anche nella loro produzione. Ci si pone dunque l'obiettivo di indagare come ad oggi sia possibile valorizzare le risorse comunitarie e la messa in rete dei servizi del Settore Pubblico e del Terzo Settore al fine di realizzare un Welfare diffuso e partecipato, una comunità coesa ed un sistema di servizi equo ed universalistico. Nel caso specifico di NoLo, si vuole dapprima fotografare lo stato dell'arte del sistema di Welfare del quartiere, comprendere in quale modo e misura sia possibile arricchirlo, ricorrendo alla tecnica della mappatura e mediante una strategia di comunicazione adeguata; quindi restituire indicazioni per lo sviluppo di nuovi sistemi interessanti il quartiere stesso nonché alcune linee guida del processo di ricerca e analisi valide e utili allo sviluppo di progettualità prescindenti il contesto. La ricerca non intende fornire rigide prescrizioni ma vuole porsi come uno strumento per aiutare gli attori della comunità a riflettere sulla possibile applicazione e adattabilità delle pratiche descritte al proprio contesto locale.

PARTE 1

Capitolo 1 - La ricerca pregressa

1.1 Il contesto di ricerca

NoLo, acronimo di "Nord di Loreto" (NOrth of LOreto), è un vivace quartiere di Milano, a nord est della città e inserito nel Municipio 2. È un quartiere a forte vocazione multietnica in cui giovani, artisti, architetti e creativi si stanno impegnando ad aprire molte attività per dare un volto più commerciale alla zona, vivace, sprizzante e dinamica di giorno e piacevole di notte.

1.1.1 Lettura socio-urbanistica

Il quartiere di NoLo, i cui confini sono tuttora in una certa misura sfumati e discussi, si fa generalmente coincidere con la specifica area urbana che da piazzale Loreto si estende verso nord-est e che si sviluppa a ventaglio lungo gli assi di viale Monza, Via Padova e Via Porpora, delimitata a sud da Viale Brianza, a nord dai binari della ferrovia che portano alla stazione Centrale e dal quartiere Turro, ad ovest dagli stessi binari e ad est da Via Leoncavallo. Per quanto concerne le dinamiche di sviluppo urbano, questo comparto presenta una duplice natura, tra l'espansione lineare delle direttrici viarie e i baricentri esterni a questi assi che ne delineano uno sviluppo per nuclei.

La ferrovia descrive un solco netto tra un tessuto urbano denso e intricato, costituito da edifici che si sviluppano a corte lungo isolati di piccole dimensioni, e uno più dilatato. Eterogeneità visibile soprattutto nella caratterizzazione di Via Padova, che il taglio della ferrovia divide in due tratti la cui differenza è riconoscibile in special modo nei due grandi spazi verdi che caratterizzano la via: nel primo tratto il Parco Trotter, cintato ed edificato, e nel secondo il Parco della Martesana, attraversato dal naviglio, con grandi prati e cascate rifunzionalizzate. Ciascun tratto si presenta a sua volta frammentato in segmenti aventi caratteristiche peculiari e significati e ruoli differenti, a testimonianza della natura variegata della zona. L'area delimitata dal primo tratto della via è abitata da oltre 44.000 abitanti, quella delimitata dal secondo da oltre 36.000¹. Tra 2006 e 2016 l'incremento complessivo è stato superiore al 10%, dettato dalla forte attrattiva per gli stranieri che nel 2016 rappresentavano circa il 34% della popolazione (su una media cittadina del 19%) ma anche dai processi di rilancio del mercato immobiliare che ha cominciato ad attrarre a sé le classi giovani².

¹ *Via Padova. Conoscenza per il cambiamento*, a cura di Fondazione Cariplo, 2019, PDF, <https://lacittaintorno.fondazionecariplo.it/wp-content/uploads/2019/11/Lacittaintorno_quaderno-Padova.pdf> [14/04/21]

² *ibidem*.

1.1.2 Lettura socio-culturale

Per decenni nel grande quartiere di Milano che si sviluppa tra viale Monza e viale Padova non sono mancate situazioni difficili di degrado, microcriminalità e tensioni sociali date dall'incredibile melting pot culturale e dal posizionamento periferico rispetto alla città. Nonostante l'inesauribile ricchezza percepita dalla maggior parte dei suoi abitanti, negli anni passati è sempre stato considerato in maniera negativa da buona parte dei Milanesi, associato da sempre a fenomeni come spaccio, prostituzione, scippi, case occupate e criminalità generalizzata.

La situazione, tuttavia, sta lentamente cambiando: l'intera zona che si estende a nord di piazzale Loreto sta vivendo negli ultimi anni un intenso risveglio culturale e sociale, dovuto principalmente all'arrivo in quartiere di giovani creativi con le loro gallerie d'arte, centri culturali, studi di architettura e spazi di coworking. Il quartiere sta infatti vivendo una terza ondata di immigrazione: dopo gli operai provenienti dal Sud Italia e gli extracomunitari, stanno arrivando giovani designer, architetti, artisti, fotografi, portandosi dietro le proprie tendenze, idee e culture.

Questi soggetti sono arrivati nel quartiere attratti dai prezzi bassi degli affitti e si sono subito integrati con la vita e gli abitanti della zona. I locali e le attività dei nuovi arrivati sono stati aperti vicino e nel rispetto delle numerose comunità di sudamericani, cinesi e musulmani presenti nel quartiere. L'alto grado di tolleranza e integrazione multiculturale delle nuove generazioni sta contribuendo non poco a migliorare la difficile situazione di alcune vie, in particolare via Padova, finora conosciuta come via dello spaccio, delle gang, della prostituzione. È proprio grazie a questa nuova forma di contaminazione, questa concentrazione e mescolanza di realtà diverse, che NoLo è divenuto un quartiere vivacissimo, uno dei più multiculturali dell'intera città, ricco di cultura e di valori come la condivisione e l'uguaglianza. A questo proposito è di fondamentale importanza citare il ricco e prezioso tessuto associazionistico, che vanta oltre un centinaio di enti fra cui organizzazioni profit e no-profit, reti e gruppi informali che in questo contesto caratterizzato da varietà, multiculturalità e scambio hanno trovato terreno fertile per il proprio lavoro. Esse si sono manifestate, negli ultimi anni, particolarmente interessate a contribuire al rafforzamento del tessuto socio-economico dei quartieri periferici, e si sono rese promotrici di interessanti iniziative, nate dalle collaborazioni interne e da quelle esterne con altri enti. Il quartiere è stato inoltre, di recente, oggetto di diversi progetti di riqualificazione. Primo tra questi, l'apertura di nuovi locali, che oltre ad essere caratterizzati da un look fresco e artistico, si fanno promotori di eventi culturali che hanno la capacità di coinvolgere sempre di più la popolazione locale e quella di chi viene da fuori. L'idea di base di questi luoghi è quella di conoscersi, fare cose insieme e vivere il quartiere nella sua quotidianità, senza pregiudizi. Tra ristoranti sudamericani e caffetterie alla moda, osterie, bar LGBTQI+, sale cinema storiche resistenti, progetti di rigenerazione artistica che passano attraverso la maggiore presenza di street artist, di gallerie d'arte e design e di spazi indipendenti, a NoLo il nuovo convive con il vecchio, mostrando il volto di un quartiere sempre più partecipato e vivo.

Il tessuto residenziale è al centro di un forte cambiamento della struttura socio-culturale e l'intensa

attività di riqualificazione e trasformazione di edifici e spazi legati al sistema abitativo e commerciale ha rafforzato l'attrattività del mercato immobiliare per le fasce medio-alte, tanto che questa si presenta oggi come l'area con una maggiore presenza di abitanti laureati. Dal punto di vista della dotazione di servizi e di spazi aperti pubblici, oltre al Parco Trotter, tra le risorse più importanti vi è la parrocchia e oratorio S. Maria Beltrade dove si trova il Cinema Beltrade, attivo nella programmazione di film d'autore, serate a tema e altre iniziative. Lungo viale Monza il mercato comunale coperto è un punto di riferimento per la vita sociale del quartiere anche al di là della funzione commerciale; insieme a piazza Morbegno, un sistema di piccole piazze accolgono parte della vita sociale che vede sempre di più crescere attività che integrano aspetti commerciali a quelli sociali e di servizio. Lungo Via Ferrante Aporti, si affacciano i Magazzini Raccordati della stazione centrale, spazi in parte riattivati per manifestazioni legate al mondo del design. Osservando il baricentro NoLo si entra in contatto con la nascita di un'identità giovane e in via di sviluppo, che segue traiettorie e dinamiche solo in parte sovrapponibili alla struttura urbana e per questo con dei confini poco definibili e in continua evoluzione.

1.1.3 Cultura ed economia del quartiere

La zona tra piazzale Loreto e la ferrovia, a differenza di altri quartieri identificati con un nome, come Turro, Gorla e Casoretto, pur sviluppandosi in maniera omogenea, non ha mai posseduto un vero e proprio nome, ad esclusione di *zona Pasteur* o *zona Rovereto* (dai nomi delle relative fermate della Metropolitana di Milano). Nel 2012 viene inventato a Brooklyn il nome *NoLo* dagli architetti Francesco Cavalli, Luisa Milani e Walter Molteni, mentre scherzavano sulla possibilità di creare un brand di quartiere, sulla falsa riga di SoHo o Tribeca. Un'operazione di branding a costo zero considerando che è diventato presto etichetta accettata per gruppi social, manifestazioni, eventi, nomi di locali, il tutto grazie al mezzo più semplice e potente di sempre: il passaparola. Si tratta di un'identità di recente formazione che ha il suo fulcro in piazza Morbegno, luogo intorno al quale si sono sviluppati locali, attività e nuove istituzioni culturali che stanno rilanciando l'immagine della zona. Il nome vanta la sua definitiva ufficializzazione in data 14 ottobre 2019, quando il consiglio comunale approva l'emendamento al PGT (Piano di Governo del Territorio per Milano 2030) con il quale vengono ribattezzati alcuni quartieri della città, iniziando così a comparire anche nei documenti e nelle mappe ufficiali. Da quel momento, il nuovo nome si è reso responsabile di un'ondata mediatica e sociale di portata inimmaginabile. Molte testate giornalistiche si sono interessate al "fenomeno NoLo", la "Brooklyn dei creativi", contribuendo a pubblicizzarne il fenomeno e a diffondere la consapevolezza che interi quartieri possono essere riqualificati, rinnovati e dotarsi autonomamente di una identità unica e forte. Complici dunque i media, bramosi di riportare le storie di questa città che cambia, sul modello NoLo sono nate nuove iniziative nei

dintorni, come SoS (South of Sesto) o SoCi (South of Cinisello).

Mentre in città aleggia il sospetto che si tratti di un'operazione di marketing territoriale calata dall'alto, una trama ordita dagli immobiljaristi sullo stile di tanti quartieri americani, sono in realtà le piccole agenzie e i piccoli esercizi a cavalcare il fenomeno NoLo, e in tanti vogliono trasferirsi attratti dall'eco del luogo e delle sue nuove relazioni interne.

Come ogni brand che si rispetti, NoLo ha adottato il suo logo e i suoi colori. Simbolo del quartiere è un capodoglio (più comunemente chiamata *balena*), ufficializzato dalla realizzazione di un murale largo 3 metri raffigurante l'animale, dipinto nel 2015 in via Pontano. Sebbene successivamente coperto, è rimasto un'icona di riferimento, stilizzata e largamente utilizzata in innumerevoli illustrazioni, materiali di comunicazione e magliette commemorative.

Restando in tema graffiti, la *street art* è molto attiva a NoLo: esempi ne sono gli omini rosa dello street artist Aluà, i pinguini di Pao, gli occhi della Pupazza, i graffiti in rilievo degli Urban Solid. Prendendo in considerazione i murales, gli esempi più significativi si ritrovano nella splendida galleria a cielo aperto di via Pontano, parte del progetto Muri liberi del Comune di Milano e ogni anno sede di eventi a tema, e nei muri dell'Anfiteatro della Martesana. A NoLo si trovano negozi alla moda "alternativi", gallerie d'arte, spazi dedicati al coworking, studi di design e videomaking. Si organizzano cinema e concerti nei cortili (di tanti cinema storici del XX secolo ancora presenti, l'unico attivo è il Cinema Beltrade, costruito negli anni venti), corse lungo il naviglio della Martesana, colazioni di quartiere, eventi di gioco in piazza e cene in bianco.

Per i cittadini, NoLo ha persino un "sindaco" tutto suo: un ragazzo che di professione si occupa di marketing e ricerche di mercato, è uno dei fondatori (e dei due amministratori) del NoLo Social District, nato nel 2016 dalla fusione di tre Social Street (Via Padova, gli Amici di Pasteur e NoLo Social Street). Il forte senso d'identità e di comunità del quartiere, accelerato dalla potenza del *brand*, ha di fatto posto le basi per la nascita di una rete di relazioni fra i cittadini, dunque reso fertile il terreno per l'adesione dello stesso al fenomeno delle Social Street, di cui parleremo meglio nel prossimo capitolo. L'adesione alla Social Street rasenta la totalità del numero degli abitanti: dai cittadini semplici, che in essa non è difficile possano ritrovare gli stessi vicini di casa, ai proprietari di negozi e di altre attività, alle numerose associazioni attive sul territorio: la sensazione è quella che ci si conosca tutti e non vi sia alcun piano di separazione fra l'una e l'altra categoria sociale.

Vi è poi una radio di quartiere, Radio NoLo, e persino un Festival della Canzone, il Festival di SanNoLo, testimonianza, questa, della volontà del quartiere di costruirsi un proprio universo autonomo, un sistema che sappia autosorreggersi e camminare con le proprie gambe, forse dettata dal desiderio nostalgico di recuperare quell'atmosfera che ha per secoli caratterizzato gli antichi borghi italiani. Iniziative interne come queste nascono cavalcando un già forte senso di comunità e d'identità e allo stesso tempo compiono un'azione di rafforzamento delle stesse; non è un caso, infatti, che gli stessi abitanti del quartiere abbiano coniato un nome per auto-definirsi e distinguersi dai non appartenenti al quartiere, ovvero *Nolers*.

Oltre alle tante curiosità sociologiche e culturali del quartiere, è interessante analizzare anche l'aspetto legato all'evoluzione sostenibile che potrebbe avere l'intero territorio. Il nuovo tessuto sociale che sta pian piano popolando il quartiere, infatti, ha un'elevata cultura in tema di sostenibilità ambientale, risparmio energetico e nuove tendenze dell'abitare. Generalmente i quartieri innovativi dal punto di vista energetico e ambientale sono frutto di politiche governative strutturate ad hoc, pensate per costituire nuovi quartieri smart o riqualificare aree dismesse, che possono rivitalizzare il mercato immobiliare. In questo caso si potrebbe assistere ad una sorta di rivoluzione green che parte dal basso, ovvero dagli stessi cittadini che di queste beneficerebbero.

1.1.4 Principali canali di comunicazione del quartiere

L'essenza variegata e attiva di NoLo non può prescindere da un sistema di comunicazione adeguato della stessa. In particolare, un sistema di canali digitali, per loro natura giovani e dinamici, si rivela il più adatto nel veicolare una comunicazione social in tempo reale delle iniziative locali, degli aggiornamenti d'interesse collettivo e delle storie di vita quotidiana di un quartiere in continua evoluzione, tra i suoi punti di forza e le sue inevitabili criticità.

Primo e principale mezzo di comunicazione indiscusso è il canale Facebook NoLo Social District⁴, canale ufficiale della Social Street di NoLo. Sara Atelier e Daniele Dodaro, i due fondatori del NoLo Social District, che sabato 11 novembre ai Milano Storytelling Awards è stato dichiarato miglior Social Street della città vincendo un'agguerrita concorrenza, sono arrivati a creare una unica Social Street di quartiere partendo dall'unione di diverse realtà sul territorio che stentavano a decollare autonomamente: fra queste, la precedente Social Street di Via Padova, quella ristretta ai confini di NoLo e una terza realtà chiamata Amici di Pasteur. La coniazione dell'acronimo che ora denomina ufficialmente il quartiere, ha preceduto e generato quell'atmosfera e voglia di cambiamento che ha accompagnato questa manovra. Il trasferimento di Daniele in zona nel gennaio 2016, forse per necessità di stringere nuovi rapporti, crea il pretesto per la creazione di una pagina social, che oggi si mostra a tutti gli effetti come un gruppo chiuso che conta oltre le 11.000 iscrizioni⁵.

Nonostante i grandi numeri, l'accesso è incredibilmente riservato ai soli abitanti del quartiere, per mantenere la discussione stabile sui temi rilevanti per la comunità e relativi alla vita nel quartiere e certamente per favorire l'adesione e la partecipazione estesa in un periodo storico in cui è di fondamentale importanza il tema della privacy personale. Creare un ambiente familiare, frequentato da persone conosciute o perlomeno con le quali si condividono il legame con il territorio e il fine di raggiungere il più alto livello di benessere cittadino all'interno della medesima comunità, garantisce alti livelli di fiducia fra partecipanti, che si traducono in un altrettanto alto livello di interazioni. Fra queste, la condivisione di opinioni, di dubbi e di quesiti personali,

⁴ NoLo Social District - Nord Loreto, Milano, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

⁵ Il seguente elaborato è stato realizzato nel periodo tra marzo e maggio 2021.

richieste di aiuto, inviti a iniziative nate dal basso anche dai gruppi più piccoli e informali, annunci di scambio, e ovviamente lo svolgimento di tutte queste pratiche “a viso scoperto”, con la massima trasparenza. Tale gruppo oggi è molto più di una risposta ad un’esigenza personale; esso rappresenta la risposta alla più ampia necessità del quartiere di conoscere se stesso e le persone che lo animano. Al tempo del primo lancio della pagina, la conoscenza con il vicinato era quasi inesistente, e le interazioni che lo interconnettevano pari a zero. Daniele e Sara, che si era appassionata all’idea della Social Street proposta dal primo, oggi gestiscono il gruppo cercando di mantenerne lo spirito *social*, attenti a evitare qualsiasi tipo di risvolto commerciale o di autopromozione. C’è chi propone corsi (rigorosamente gratuiti), biciclettate notturne tra vicini, cinema in cortile, colazioni in strada ogni sabato mattina (ognuno portando qualcosa, dai tavoli alle brioches). Vi si legge una riappropriazione degli spazi con fini sociali a costo zero. L’idea della Social Street è quella di creare un contenitore sociale che stimoli le relazioni salvaguardando i principi fondamentali della socialità e autoresponsabilizzando i vicini a portare avanti in prima persona i progetti, creando una rete autonoma di persone che condividono gli stessi valori e che sappiano esportarli anche al di fuori del contesto digitale, nella vita di tutti i giorni, nelle strade e nelle piazze. Tuttavia il gruppo non è solo luogo di riunione di cittadini nella loro individualità: è anche agorà d’incontro fra cittadini e realtà organizzate del quartiere. Il ricco tessuto di associazioni e gruppi no-profit non poteva prescindere dall’approdare anch’esso sulla piattaforma, mezzo migliore di ogni altro, data la sua essenza e struttura partecipativa, per comunicare azioni di welfare e progetti in corso, e ancora per lanciare appelli di partecipazione collettiva alla realizzazione degli stessi, consci che un quartiere coinvolto attivamente nelle trasformazioni del proprio territorio è un quartiere fiero della realtà in cui vive.

Nell’ottobre 2017 invece nasce Radio NoLo⁶, altro canale di comunicazione identitario del quartiere. Radio NoLo è una radio comunitaria no-profit nata all’interno del quartiere di NoLo a opera di un gruppo di vicini di casa che si sono conosciuti grazie alla Social Street.

Vincendo nel 2018 la seconda edizione dei Milano Storytelling Awards come migliore web radio, riconoscimento assegnato a realtà cittadine distinte per il loro operato, Radio NoLo fa informazione (locale e non), seleziona tracce originali capaci di stimolare riflessioni ed emozioni, trasmette show radiofonici capaci di avventurarsi nei meandri più profondi della società e della psicologia umana. Alcune tra le rubriche trasmesse gravitano attorno al tema del quartiere, la sua storia e come è oggi vissuto e percepito dai noLers. Tra i podcast più significativi: *In Poche Parole*, nato in collaborazione con il Politecnico di Milano nello spazio di OFF Campus NoLo (di cui si parlerà meglio nel terzo capitolo) e più nello specifico da un progetto di design partecipativo con gli abitanti chiamato Vocabolario di Quartiere, con l’obiettivo di stimolare discussioni attorno a 10 parole chiave sapientemente selezionate fra quelle che meglio descrivono l’evoluzione del quartiere; *House of NoLo*, un’ora di tracce mixate da un deejay del luogo che vuole raccontare le *vibrazioni* di NoLo attraverso la musica, in quella che si dimostra una sessione musicale democratica e

⁶ *Radio Nolo: racconti dal Quartiere*, sito web, <<https://radionolo.it>> [14/04/21]

collaborativa che tiene conto dei suggerimenti della comunità; *Cuori Spartani*, un laboratorio di idee, stimoli culturali e musicali, dove una parola chiave del giorno costituisce il *fil rouge* di un viaggio fra conversazioni, brani musicali dai generi più disparati e riflessioni sui significati; *GiorNoLo Radio*, il settimanale d'informazione di quartiere, la cui redazione offre ogni sette giorni uno sguardo alle novità riguardanti scuole, associazioni e salute e dà voce ai cittadini esponendo i temi da essi più dibattuti. In maniera originale e mai uguale, quindi, Radio NoLo s'impegna a coinvolgere attivamente la cittadinanza nella creazione dei propri programmi, e talvolta ne amplifica la voce in modo straordinariamente letterale: ne *In Poche Parole*, ad esempio, la redazione trasmette in chiaro tracce vocali che i noters registrano e inviano a quest'ultima per intervenire sulla tematica legata alla parola in questione, testimoniando stessi fra quella e quanto accade tra le strade di NoLo o riportando la propria esperienza. La portata rivoluzionaria di questo mezzo è racchiusa dunque nella volontà di estendere la parola e la possibilità di comunicazione a un bacino ampio di persone, che conta fra le sue file individui di età, lingua ed estrazione sociale differente; per questa ragione Radio NoLo si pone non solo come emittente locale divulgatrice di informazione e di programmi di intrattenimento musicale e non, bensì anche come esperimento di *media education*, ovvero come strumento di *educazione* della popolazione, al di là di ogni barriera, alla comprensione delle infinite opportunità comunicative che il mezzo della radio può offrire.

Un terzo canale di comunicazione del quartiere è attivo sulla piattaforma social di Instagram e risponde al nome di *nolomilano*⁷. L'account è oggi all'attivo di 380 post e 10.000 iscritti. Anch'esso largamente seguito, quasi al pari della corrispondente pagina Facebook NoLo Social District, *nolomilano* si differenzia da quest'ultimo per una serie di aspetti, legati alla tipologia di social network e non. Per capire le differenze nelle strategie di comunicazione attive nei due canali, è per prima cosa necessario considerare le diverse funzionalità che le due piattaforme offrono; a questo proposito se ne riportano due esempi significativi. In prima istanza, gli account Instagram possono aprirsi ad un bacino di utenti potenzialmente infinito (possono essere *seguiti* da chiunque, anche dai non appartenenti al quartiere) o meglio, forse, è per il proprietario impossibile circoscrivere la visione dei contenuti ai soli abitanti. Il profilo è pubblico, se anche fosse privato non esiste un sistema di accesso ai contenuti simile a quello dei gruppi chiusi di Facebook, con regole d'ingresso indicate per tempo e domande "scova-intrusi". Ciò perché la piattaforma di Instagram non offre attualmente una distinzione tra profili personali e pagine pubbliche, ogni account segue le medesime procedure per quanto riguarda il *follow* e il diritto alla visualizzazione dei contenuti. In secondo luogo, Instagram segue la logica del *feed*, ovvero lascia al proprietario dell'account l'esclusiva possibilità di riempire il proprio contenitore digitale degli elementi multimediali che preferisce, fino alla creazione di una vera e propria vetrina di contenuti, e riserva ai *followers* un margine di contributo limitato al feedback. Dunque il paradigma è totalmente differente: se da una parte (Facebook) il gruppo è un'agorà di interazioni libere fra membri, dentro la quale i proprietari

⁷ *Nolomilano*, Instagram page, 2021, <<https://www.instagram.com/nolomilano/?hl=it>> [28/03/21]

svolgono un'azione perlopiù inclusiva e di supervisione, e solo di tanto in tanto partecipano alla discussione, dall'altra (Instagram) il proprietario è interlocutore unico e l'utente è fruitore, commentatore, al massimo segnalatore di contenuti interessanti per vie private (*chat*). Da una parte, si crea uno spazio di confronto, socializzazione e informazione *many-to-many*, dall'altra una comunicazione *one-to-many* di tipo informativo. La funzione di nolomilano è di fatto paragonabile a quella di "occhio del quartiere", onnipresente e vigilante, riportante episodi e situazioni degni di segnalazione pubblica. Con una narrazione particolarmente orientata alla descrizione del quartiere attraverso il suo assetto urbanistico, la pagina costituisce una vetrina delle bellezze e delle brutture del quartiere, alternando, ad esempio, foto di piazze colorate a *stories*⁸ di denuncia dell'abbandono di rifiuti sul suolo pubblico. Altri scatti della città vogliono invece raccontare la natura multiculturale del quartiere (una vetrina dall'insegna cinese tradotta), altri ancora il forte senso di identità e di legame col territorio (un omino di street art o il tram della Linea 1). Altri ancora gli interventi di riqualificazione degli spazi pubblici, le nuove aperture, le iniziative di tipo artistico-culturale attive. Un piccolo spazio è inoltre dedicato ai nostalgici, coloro il cui legame col territorio vanta una storia decennale, che niente ha a che vedere con il fenomeno NoLo. A loro sono regalati scatti di edifici erosi dal tempo e luoghi che hanno fatto la storia, brevemente raccontati nella descrizione in accompagnamento al post. Le limitate funzionalità d'interazione che il social network offre e la stessa natura dei contenuti (di segnalazione o di mostra) fa sì che il livello di interazione nella pagina sia piuttosto basso, con una media di 5-6 commenti per post.

Per riassumere, i tre canali offrono diverse narrazioni del quartiere, diverse funzionalità di fruizione dei contenuti e diversi livelli di interazione. Mentre la pagina NoLo Social District funge da spazio pubblico entro il quale i membri della comunità sono liberi di comunicare eventi e novità d'interesse collettivo, di interagire fra loro e di costruire relazioni su logiche di scambio e solidarietà, Radio NoLo mira a creare un ambiente di informazione, riflessione e dialogo, puntano su consapevolezza e sensibilizzazione, mentre ancora nolomilano si impegna a restituire una fotografia a più prospettive del quartiere, aperta forse maggiormente ai "turisti" che ai locali.

La comunicazione *fra* canali vede una maggiore interazione fra le realtà che animano NoLo Social District e la redazione di Radio NoLo, i quali scambiano informazioni e know-how; ne è un esempio la cooperazione fra Radio NoLo e OFF Campus (attivo nella Social Street) che ha dato i natali al podcast *In Poche Parole*, senza contare che ad oggi lo studio di registrazione di Radio NoLo è ospitato all'interno dello spazio OFF Campus, dunque si possono prevedere nuove collaborazioni in futuro. Rispetto a questi, nolomilano conduce un lavoro più autonomo. L'eterogeneità dell'offerta, tuttavia, indica una saggia volontà di evitare sovrapposizioni.

⁸ Le Instagram Stories, o Storie di Instagram, sono testi, foto e brevi video (dalla durata massima di 15 secondi) inseribili nel proprio profilo Instagram in una sezione dedicata, dove restano visibili per 24 ore.

1.2 Il progetto di ricerca

Il brief di progetto di natura interdisciplinare avanzato dal Laboratorio di Sintesi Finale richiedeva la progettazione di un sistema di artefatti utili alla comprensione e all'esplorazione di un *NIL* (Nucleo d'Identità Locale⁹) milanese a scelta fra gli 88 previsti dal Piano di Governo del Territorio (*PGT*) del 2012. La prima fase è stata dunque di tipo analitico, dedicata alla lettura e comprensione della scheda *NIL*¹⁰ relativa al Nucleo di Identità in cui il quartiere è inserito, ovvero il n.20 (Loreto - NoLo-Casoretto). Le schede *NIL* rappresentano un vero e proprio atlante territoriale, uno strumento analitico-progettuale di verifica e consultazione per la programmazione dei servizi, ma soprattutto uno strumento sintetico di conoscenza delle componenti socio-demografiche e territoriali dei quartieri che compongono le diverse realtà locali. Vi si evidenziano le caratteristiche uniche e differenti per ogni nucleo che, rappresentate graficamente e dunque facilmente relazionabili tra loro, restituiscono un sistema informativo della zona rispondente a diverse finalità di analisi per lo sviluppo locale. Una ricerca *desk* ha permesso di restituire una prima analisi storica dello sviluppo urbano del territorio, dei suoi confini e baricentri, e un'esplorazione fisica del quartiere ha permesso di collezionare materiale multimediale (fotografico, video) dell'assetto urbanistico e le testimonianze verbali (foto, video, registrazioni vocali) di alcuni residenti che si sono prestati a un racconto del quartiere dal proprio punto di vista coinvolti secondo di diverse aree, la cui selezione ha volutamente tenuto conto di un'eterogeneità nei parametri di genere, età, etnia, attività, luoghi di frequentazione. Dei tre quartieri, NoLo è stato quello maggiormente degno di attenzione, dal momento che la sua area è stata quella più interessata dai fenomeni di urbanizzazione, attraversata e/o delimitata da quelli che si sono rivelati, nel secolo scorso, gli assi principali dello sviluppo urbano di zona Loreto. La seconda fase apriva il discorso al vero tema del progetto: la restituzione visiva, resa possibile da una mappatura, dei luoghi che al giorno d'oggi costituiscono l'identità creativa del *NIL*. Date le grandi ondate migratorie che negli ultimi anni hanno visto NoLo prendere vita come quartiere indipendente e arricchirsi di realtà a forte vocazione artistica (capitolo 1), pare evidente che la ricerca si sia concentrata sul suo suolo.

Non per questo sono mancate attività di esplorazione negli altri quartieri, tuttavia c'è da dire che lo sviluppo socio-demografico di tali aree ha subito evidenti ripercussioni del fenomeno NoLo in tempi recenti. La fase di individuazione dei luoghi ha previsto una fase di ricerca primaria *desk* e una successiva analisi delle caratteristiche degli stessi. In questo processo si sono classificate le realtà a seconda delle tipologie di attività: si sono rilevate gallerie, centri di aggregazione, botteghe e negozi, associazioni, luoghi di ristorazione, luoghi storici. La visualizzazione dell'insieme dei dati è stata possibile mediante la creazione gratuita e l'utilizzo di una mappa digitale¹¹, sulla quale i luoghi sono stati collocati spazialmente e indicati da *pin* colorati, automaticamente riportati in una legenda laterale e coerentemente raggruppati secondo il criterio di classificazione per tipologia.

⁹ I *NIL*, o Nuclei di Identità Locale, sono suddivisioni territoriali del Comune di Milano previste dal Piano di Governo del Territorio 2012 (*PGT*).

¹⁰ Le schede *NIL* sono uno strumento analitico-progettuale che restituisce in modo sintetico le componenti socio-demografiche territoriali dei *NIL*.

¹¹ Google My Maps è uno strumento gratuito disponibile in Google Maps che consente di creare mappe digitali personalizzate.

Le informazioni sui luoghi, reperite anche grazie alla stessa mappa, che lavora con i dati satellitari di Google, sono state organizzate in una tabella opportunamente suddivisa nelle voci d'interesse quali nome, descrizione dell'attività, ubicazione, tipologia di esercizio. Osservati nell'insieme, i pin posti sulla mappa hanno fatto sì che si potessero individuare e tracciare alcuni pattern interessanti, ad esempio la concentrazione di determinate tipologie di attività nei pressi di una piazza o lungo un particolare tratto di direttrice. L'aspetto più importante tuttavia, è costituito dal fatto che si sia fatta parecchia fatica a dare un'identità univoca ad alcune realtà, porle in un contenitore semantico preciso piuttosto che in un altro. Il team ha constatato che non uno ma numerosi luoghi celavano in verità quelle che oggi verrebbero definite delle *identità ibride*. Realtà nate con una particolare vocazione poi sfociata in nuovi interessi, contaminate da nuove culture e tendenze, influenzate nell'offerta da nuove esigenze territoriali: creative in termini di re-invenzione di sé.

Attraverso una rapportazione spaziale di tali luoghi nelle diverse aree del quartiere, quindi in seguito ad una riflessione sugli elementi del contesto urbano che potevano averne, con maggior probabilità, influenzato l'ibridazione, è stata da ultimo operata una selezione definitiva di dei 6 luoghi più significativi. Ha avuto quindi luogo un'effettiva ricerca sul campo, con l'esplorazione fisica dei luoghi, lo svolgimento di interviste con gli attori, la collezione di materiale multimediale di testimonianza. Prese dunque in esame realtà polifunzionali, incubatrici di pratiche diversificate, influenzate dal posizionamento sul territorio, promotrici di eventi ed iniziative legati alle tematiche più attuali per lo più legate agli ambiti culturale e artistico, si è proposto un tema di comunicazione dell'identità territoriale che facesse perno attorno al concetto di apertura, considerata come abbattimento di confini tanto fisici e spaziali quanto mentali e di percezione. Le realtà selezionate sono infatti rappresentative di una volontà del quartiere di sperimentare, coprogettare, di avviare un dialogo con la comunità dal carattere multi-identitario e multiculturale.

Il progetto si è quindi risolto nella prototipizzazione di un sistema artefatti di comunicazione più e meno tradizionali: digitali, editoriali, esperienziali. Si è voluto proporre un'esplorazione dei luoghi creativi del quartiere nati e sviluppati "dal basso", raccontandoli attraverso il punto di vista e l'esperienza personale di chi, con i propri progetti creativi, sta dando un contributo alla rigenerazione del quartiere e di chi, dall'altra parte, questi luoghi li vive nella quotidianità.

Gli artefatti, brevemente, sono stati pensati come segue: dal sito web di approfondimento del progetto di racconto del quartiere, ad un account Instagram di sensibilizzazione all'importanza e alla bellezza di essere realtà ibride nella e per la comunità; dall'evento di lancio di un'iniziativa di scoperta del quartiere attraverso i suoi percorsi, all'app per la navigazione guidata, con mappa digitale arricchita dalle storie dei suoi attori. Dal kit (compreso di mappa stampata) di esplorazione del territorio, per favorire la partecipazione e l'immersione nell'esperienza, alla guida stampata per conoscere tutti i segreti delle sue mete. Il concetto di mobilità che il progetto vuole proporre coi suoi percorsi urbani si unisce a quello dell'apertura come evidente conseguenza: aprirsi, di fatto, significa incentivare un'azione di ingresso alle nuove realtà tanto quanto motivare l'uscita di ciascuno dai propri spazi, fisici e mentali, verso nuove prospettive.

1.3 Gli insights di ricerca

L'attenzione mediatica al fenomeno NoLo ha permesso di raccogliere le testimonianze dei nuovi e dei vecchi abitanti del quartiere. È sicuramente percepita una crescita della zona e dello spirito di comunità, che da virtuale, grazie ai social e in particolare al gruppo Facebook NoLo Social District, diventa reale. Per molti cittadini e commercianti, la zona è migliorata dal punto di vista della vivibilità, se ne dicono contenti in nome delle nuove iniziative che nascono dal basso ogni giorno, guidate dalla spinta creativa di artisti e designer. Anche molti abitanti anziani del quartiere hanno accolto positivamente il rinnovamento della zona, constatata una riduzione della criminalità diffusa da troppi anni tra le vie del quartiere. Altri, invece, lamentano la concentrazione di tale "vita" in poche strade elette e il permanere di problematiche inerenti il decoro, la viabilità e le infrastrutture per i trasporti anche a seguito di un maggiore impegno del Comune nell'attivazione di nuovi interventi di riqualifica. Altri ancora, più importante, temono un progressivo aumento dei prezzi fino a un effetto bolla che in definitiva potrebbe peggiorare la situazione economica della zona. *Gentrification* è difatti uno dei termini, e temi, al centro di innumerevoli discussioni che hanno luogo sui principali canali di comunicazione e confronto locali.

Dalle interviste condotte sul campo emerge quindi, fra le tante cose, un sentimento più o meno largamente condiviso di sfiducia nelle azioni delle Istituzioni, circa la bontà delle stesse oltre che la loro effettiva utilità. Si può forse vedere un nesso, almeno in parte, con la sopra citata volontà del quartiere di costruirsi le proprie soluzioni da sé, la volontà (non si sa per certo se spinta da bisogni intrinseci o da un sentimento di rassegnazione verso "i piani alti") di questa gente di crearsi un proprio sistema autonomo e autosufficiente, la stessa volontà che ha portato all'apertura di canali di comunicazione interni per favorire l'autogestione.

Pare chiaro che nell'elaborazione di futuri piani di progetto territoriale, quali che essi siano, sia necessario considerare dinamiche di progettazione e promozione *bottom-up*, cosiddette *dal basso*, quanto più coinvolgenti dei diretti interessati nel ruolo chiave di attori oltre che di fruitori; dinamiche secondo le quali le Istituzioni si fanno figure garanti e di supporto e siano bene comunicate, onde evitare la percezione delle novità proposte in buona fede come atti di facciata aventi altro fine; secondo le quali la riqualificazione avviene maggiormente a livello sociale che non a livello urbano, dove il restyling urbanistico (che è tuttavia un punto chiave da affrontare) è invece frutto di un lavoro congiunto con i cittadini (meglio rispondente alle vere necessità del quartiere e catalizzatore di *empowerment cittadino*).

Per quanto riguarda più strettamente il tema delle forme di creatività del quartiere e le interviste alle realtà ibride selezionate per la ricerca, sono stati raccolti feedback decisamente positivi. Chi lavora nell'ambito creativo e progettuale, e con i termini si indica quell'universo di pratiche di reinvenzione volte a esplorare e navigare nuove vie e nuovi mondi, può dirsi assai soddisfatto della piega innovativa e inclusiva che ha preso il quartiere negli ultimi tempi, della vitalità e del senso di comunità che motiva la partecipazione degli abitanti alle iniziative di socialità che questi

propongono. A questo proposito è doveroso segnalare la risposta positiva alla ricerca, l'entusiasmo col quale è stato accolto il lavoro, oltre che la disponibilità nel condividere le informazioni di interesse per il progetto e, più importante ancora, la volontà da parte di alcune realtà di conoscere gli sviluppi del progetto e di ricevere la mappatura risultante definitiva delle realtà creative di quartiere, per farne uso personale.

1.4 Opportunità emerse

Per concludere questo capitolo, dell'esperienza personale svolta in occasione di questo laboratorio, un aspetto ha incuriosito particolarmente: l'attenzione che questo quartiere dedica alle questioni sociali. L'impegno nei confronti della cittadinanza, l'accoglienza, l'aiuto si mostrano nelle forme più varie, si riflettono nei media locali, nella presenza di un forte tessuto associazionistico, nell'ibridazione di un numero sempre maggiore di attività nate sotto altre prospettive. La voglia di cambiare, o forse un'evoluzione muta e inconscia, sempre attiva. La volontà di aprirsi e di collaborare per creare qualcosa che prima non c'era, la cui unicità coincide con un'essenza fluida e che ben si adatta alle situazioni, alle necessità. Un quartiere che si plasma sulla forma di se stesso, talvolta generando qualche interrogativo in chi non è mentalmente pronto a tale malleabilità. Un quartiere che fa tutto ciò perché ha sviluppato un amore per la comunità attiva e solidale di cui è composto, e con esso un forte senso di identità.

Il mio personale interesse nell'affrontare una tematica di questa natura per la redazione di un elaborato di Tesi è scaturito da alcuni interessanti interrogativi che mi sono naturalmente posti a lavori terminati: un sistema territoriale avente questa cultura, questa economia sociale, così ricca nell'offerta, così estesa nel coinvolgimento attivo... Come si muove nello specifico? A chi e come comunica l'impegno sociale? Riesce a raggiungere appieno i suoi obiettivi o può essere migliorato, ripensato, ...? Ma soprattutto, che ruolo hanno le piccole iniziative dal basso che nascono ogni giorno? Un'opportunità progettuale emerge da quest'ultimo quesito in particolare: pensare, (previa una valutazione dell'esistente a questo punto ancora sconosciuto) ad un sistema che includa e valorizzi le categorie minori, le realtà analizzate per il progetto e coloro che non sono state prese in considerazione ma possiedono anch'esse una certa vocazione sociale; oppure ancora quelle che saranno nate successivamente, dato il contesto straordinariamente cangiante.

Sempre in riferimento alla ricerca condotta e fin qui raccontata, altro punto chiave può essere la mappatura, che si parli di output in forma di mappa o di altri sistemi di visualizzazione d'insieme: come precedentemente affermato, è stato constatato negli interlocutori della ricerca un interesse per gli sviluppi progettuali, in particolare è stato da alcuni espresso il desiderio di vedersi condivisa la mappatura definitiva delle realtà creative, per curiosità personale. *Ci si conosce tutti*, si dice nel quartiere, forse non proprio tutti tutti. O forse, c'è voglia di intercettare e conoscere eventuali nuovi

arrivati. L'intenzione, ad ogni modo, era chiara: collaborare.

Dunque, prima di provare a fornire una qualsiasi risposta ai quesiti posti in questa sede, il capitolo seguente produrrà una panoramica sugli argomenti chiave delle precedenti riflessioni: impegno sociale, welfare, comunità, collaborazione.

Capitolo 2 - Welfare di Comunità e Reti di relazioni

2.1 Dal Government pubblico al Welfare di Comunità

Di questi tempi, tre concezioni di Welfare vengono confrontate dagli studiosi per determinare quella con l'assetto migliore: il Welfare State, in cui il benessere sociale dovrebbe essere garantito dallo Stato, il Welfare Mix, dove il benessere è considerato competenza anche del mercato e infine il Welfare Societario, per cui il benessere viene co-costruito dalla società civile. Nessuno di questi modelli, ideali, si realizza a tutti gli effetti in qualche Paese¹².

Con Welfare State si intende il complesso di politiche pubbliche messe in atto da uno Stato che interviene per garantire l'assistenza e il benessere dei cittadini, modificando il modo deliberato la distribuzione dei redditi, in un'ottica di equità e giustizia sociale, con lo scopo di ridurre l'insicurezza sociale. Si tratta di un welfare "puro", che parte dal presupposto che, poiché lo Stato è responsabile nel garantire i diritti sociali dei cittadini, è lo Stato stesso che direttamente deve considerarsi titolare dell'erogazione delle prestazioni e dell'organizzazione dei servizi. Prevede l'accentramento e l'esercizio del potere pubblico e la funzione di governo guidati prevalentemente dai principi e dalle regole del *government* (predominanza del ruolo pubblico, meccanismi di tipo *top-down*). Questo Welfare burocratico non regge più: non è mai venuto meno del tutto, ma ha subito delle trasformazioni. Trascurando la "via di mezzo" rappresentata dal Welfare Mix, si è oggi giunti all'ascesa del Welfare Societario, un sistema sociale in cui l'impegno per il benessere sociale si basa sulla creatività e sulla forza delle relazioni sociali comunitarie, facilitate da professionisti messi a disposizione dal Welfare State, il modello che più vede protagonista la società: concepisce la cittadinanza in maniera attiva, sostituisce l'approccio di *government* dello Stato con uno di *governance*, costruisce dinamiche relazionali tra i diversi attori che operano nel campo del sociale, incentiva gli attori ad una maggiore partecipazione favorendo la sussidiarietà orizzontale¹³.

Il concetto di sussidiarietà orizzontale viene introdotto nel 2001, con la riforma del Titolo V della Costituzione, nell'Art. 118. Con essa, viene portato avanti un ripensamento dei rapporti tra i diversi livelli di governo pubblico ma anche di quelli tra i privati cittadini e le Istituzioni¹⁴. L'inserimento di questa norma costituisce un aggiornamento del precedente principio di sussidiarietà verticale, che definiva il dovere solo da parte degli enti di livello superiore di sostenere gli sforzi degli enti di livello inferiore. Dal 2001, invece, la sussidiarietà orizzontale stabilisce che le funzioni pubbliche devono poter essere svolte anche dagli stessi cittadini, sostenuti dalle amministrazioni pubbliche. La sussidiarietà orizzontale dà vita ad un modo nuovo di esercitare la

¹² Baroni, R. *La coprogettazione sociale: L'esperienza del programma QuBì a Milano*. Università del Sacro Cuore di Milano, 2019.

¹³ ibidem.

¹⁴ Benetta, L. *Milano scende a Patti: Una nuova stagione di partecipazione a Milano. Valutazioni e riflessioni*. Politecnico di Milano, 2020.

sovranità popolare, definito *cittadinanza attiva*, che si realizza quando i cittadini, singoli e associati, promuovono autonomamente iniziative di interesse generale che le Istituzioni sono tenute a riconoscere, sostenere ed integrare nelle loro politiche. Con la nuova legge, la cittadinanza attiva produce capitale sociale e promuove fiducia nei rapporti fra le persone e verso le istituzioni, realizzando una nuova forma di libertà finalizzata al miglioramento della vita di tutti, apporta risorse e capacità in grado di fornire risposte innovative ai problemi di interesse generale¹⁵. Sono nell'interesse generale le attività dei cittadini volte alla produzione, cura e valorizzazione dei beni comuni, realizzate senza fini di lucro nel rispetto dei principi di solidarietà, responsabilità, uguaglianza e legalità. Le organizzazioni realizzano forme di cittadinanza attiva d'impresa sia sostenendo le autonome iniziative dei cittadini, sia prendendosi direttamente cura dei beni comuni, mentre le istituzioni devono applicare la sussidiarietà riconoscendo i cittadini titolari del diritto ad agire concretamente per la soluzione di problemi di interesse generale: ciò significa anche che applicando la sussidiarietà i cittadini attivi danno vita ad una democrazia fondata sull'assunzione diretta di responsabilità pubblica¹⁶.

2.2 Reti di collaborazione

La collaborazione è una qualità innata nell'uomo. Tuttavia non è una capacità scontata, che possa svilupparsi senza venire esercitata e approfondita: è un'abilità sociale, è capacità di ascoltare, confrontarsi, dialogare con il prossimo per realizzare opere che da soli non si conseguirebbero¹⁷. Può essere definita, generalmente, come uno scambio in cui i partecipanti traggono vantaggio dall'essere insieme, e oggi le società hanno bisogno di questo scambio.

Il contesto di crisi socio-economica ha determinato l'esigenza di avviare rapporti di collaborazione con altri soggetti contribuendo a diffondere il concetto di "fare rete" in tutti gli ambiti di intervento. Nell'ambito delle organizzazioni di Welfare il concetto di rete richiama una realtà composta da organizzazioni diverse tra loro ed eterogenee, che decidono intenzionalmente di collaborare per il raggiungimento di obiettivi condivisi, mettendo a disposizione risorse (umane ed economiche¹⁸). In alcuni casi tali entità assumono la configurazione giuridica di associazioni, in altri casi il vincolo formale che lega è basato su accordi di progetto. Da qualche tempo a questa parte, l'uso dell'espressione "far rete" ha cominciato a diffondersi nel vasto universo del Welfare, per indicare una strategia di lavoro comune tra organizzazioni diverse, volta a "unire le forze" per conseguire obiettivi che singolarmente ognuna di quelle organizzazioni non sarebbe in grado di

¹⁵ *La Carta della Sussidiarietà*, a cura di LABSUS - Laboratorio per la sussidiarietà, sito web, 2018, <<https://www.labsus.org/la-carta-della-sussidiarieta>> [14/05/21]

¹⁶ *ibidem*.

¹⁷ Sennet, R. *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione*. Feltrinelli, Milano, 2012.

¹⁸ *Fare Rete: 15 linee guida per sperimentare la rete tra organizzazioni di volontariato*, a cura di Galvini, E. e Salvini, A., Cesvot, 2015, PDF, <<https://www.volontariatotrentino.it/sites/default/files/download/fate%20rete.pdf>> [21/03/21]

raggiungere. Nei servizi sociali si sperimentano forme di interventi che prevedono la collaborazione di una molteplicità di figure professionali e di enti al fine di offrire prestazioni più efficaci rispetto alla complessità crescente dei bisogni sociali, familiari e personali.

Come insegna la teoria delle reti sociali, l'incremento del numero dei nodi di una rete, cioè dei soggetti che ne fanno parte, rende più difficile mantenere la connessione tra i suoi membri, poiché gli sforzi che ogni soggetto deve fare per avviare relazioni con i nuovi arrivati non sono sostenuti dalle risorse disponibili¹⁹. Per questa ragione, è molto più facile e conveniente rafforzare le relazioni e la collaborazione già avviate con pochi soggetti di cui ci si fida perché se ne conoscono le caratteristiche. L'incontro ed il confronto con gli altri richiede una certa "pazienza" e la disponibilità a mettersi in gioco, qualità che hanno bisogno di essere maturate nel tempo. Fare rete implica un certo dispendio di energie psicologiche, relazionali e l'investimento di tempo e denaro, ma soprattutto un'apertura in termini di fiducia verso gli altri membri della rete e la disponibilità a condividere e talvolta ad ampliare i propri orizzonti valoriali ed operativi, andando al di là dei confini dell'identità delle singole organizzazioni.

La stessa società civile si organizza in forme di attivazione collettiva che implicano livelli di connessione significativa tra soggetti²⁰. Talvolta queste mobilitazioni si manifestano anche a distanza, facilitate dalla diffusione delle tecnologie della comunicazione mobile. La cosa può suonare contraddittoria. L'uomo è un animale sociale che ha bisogno di relazioni che si manifestano nello spazio e nel tempo. Ha cioè bisogno di *luoghi* in cui costruire la propria identità individuale grazie al contatto e al confronto con gli altri²¹. I mezzi di comunicazione elettronici esercitano un certo fascino, ma rimangono nella direzione contraria alla costruzione delle relazioni tra individui, collocandoli fuori da queste dimensioni.

Tuttavia, il fenomeno innovativo e recente delle Social Street²² è riuscito nell'intento di connettere, anche all'interno di ambienti virtuali, persone che fanno generalmente esperienza le une delle altre nella sfera reale, e a trarre da questa aggregazione a-spaziale un valore che non sarebbe mai stato immaginabile ottenere (solo) all'esterno. Sono letteralmente "strade sociali" 2.0, ovvero strade abitate da vicini di casa che prima non avevano rapporti e relazioni sociali significative e poi, grazie al Social Network Facebook, hanno iniziato a conoscersi, frequentarsi e fare cose assieme, talvolta non solo online ma anche offline. Sono gruppi chiusi, ma aperti a tutti i vicini di casa di un determinato quartiere che, stanchi di vivere nell'anonimato, decidono di fare rete sul web. A differenza delle generiche comunità online, le persone che si connettono nelle Social Street sono generalmente spazialmente prossime. Le Social Street quindi in qualche modo riattivano la socialità, il capitale sociale tra i vicini di casa di piccoli centri urbani, rendendo il gruppo una vera e propria piazza di quartiere²³. Il fenomeno è rilevante a questo elaborato perché si sono evidenziati,

¹⁹ *ivi.*

²⁰ *ivi.*

²¹ *Vicini e connessi: Rapporto sulle Social Street a Milano*, a cura di Pasqualini, C., Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, 2018, PDF, <<https://fondazionefeltrinelli.it/app/uploads/2018/02/Vicini-e-connessi.-Rapporto-sulle-Social-Street-a-Milano.pdf>> [28/03/21]

²² La Social Street sono comunità virtuali e reali di cittadini che abitano nella stessa strada.

²³ *ibidem.*

negli anni, trend di collaborazione sempre più in crescita all'interno di tali gruppi, soprattutto perché frequentati non solo da cittadini semplici ma anche da account rappresentativi di realtà del pubblico e del privato sociale, associazioni, gruppi civici. Questi hanno da subito intuito il potenziale rivoluzionario del mezzo, e hanno presto iniziato a sfruttarlo come strumento per comunicare iniziative dedicate alla comunità e progetti partecipativi e di empowerment cittadino²⁴. Questo ambiente virtuale in grado di unire le persone nella realtà, ha determinato il rafforzamento delle relazioni di tali gruppi, la coesione interna, il senso d'identità e di appartenenza al quartiere e di comunità, così come il senso di utilità per il proprio quartiere.

2.3 Il ruolo della Comunicazione

L'Unione Europea incoraggia l'innovazione territoriale, le iniziative su base comunitaria di natura *bottom-up*²⁵, la circolazione della conoscenza e il rafforzamento delle reti locali. Gli interessi europei circa la crescita sostenibile e inclusiva sono anche legati all'interesse crescente per le questioni correlate alla crescita del capitale umano²⁶, il miglioramento dei processi imprenditoriali e la diffusione e l'adozione di nuove tecnologie anche su piccola scala²⁷. La possibilità di introdurre un cambiamento è influenzata da diversi fattori: essa dipende dai processi decisionali e di pianificazione, dalle politiche locali, dalla capacità e dalle competenze delle persone coinvolte, dalla partecipazione ai processi di trasformazione di imprenditori, organizzazioni e cittadini stessi. Per loro stessa natura, tali processi hanno carattere partecipativo: l'innovazione è infatti un cambiamento che coinvolge le comunità locali come attori fondamentali.

Osservando tale fenomeno attraverso l'approccio progettuale *design-driven*²⁸, le iniziative a livello locale assumono una connotazione *community-based*²⁹ o *community-centred*³⁰, cioè quello di attività progettuali in cui le comunità di un determinato contesto sono considerate protagoniste attive in grado di promuovere e generare il cambiamento desiderato³¹.

L'Europa sta investendo sul tema dell'innovazione sociale come motore di crescita, sostenendo l'idea di una nuova economia basata su dinamiche sociali e sulla partecipazione allargata ai processi di governance locali. Il concetto di innovazione sociale può essere riferito a differenti scale e ambiti di intervento, da ampie scale geografiche a contesti molto piccoli, come i quartieri, oggi al centro di numerose riflessioni progettuali. Da un punto di vista generale, l'innovazione sociale si riferisce a

²⁴ *ivi*.

²⁵ Letteralmente: *dal basso in alto*. Il termine si utilizza di solito per indicare qualcosa, un prodotto, un servizio, una pratica, sviluppata dal basso, ovvero dai gruppi di cittadinanza attiva che costituiscono un territorio specifico.

²⁶ Col termine si indica l'insieme di conoscenze, competenze, abilità, emozioni, acquisite durante la vita da un individuo e finalizzate al raggiungimento di obiettivi sociali ed economici, singoli o collettivi.

²⁷ Villari, B. *Coltivazioni sociali urbane. Innovazione sociale di quartiere*. Milano, Maggioli Editore, Collana Politecnica, 2015.

²⁸ Letteralmente, *guidato dal design*.

²⁹ Letteralmente, *basate sulla comunità*, ovvero che partono dalla comunità.

³⁰ Letteralmente, *incentrate sulla comunità*, ovvero che pongono la comunità al centro del discorso.

³¹ *ibidem*.

nuovi prodotti, nuovi servizi, modelli di business e imprese in grado di rispondere a necessità sociali e di attivare nuove forme di collaborazione. I risultati finali possono essere quindi artefatti materiali e immateriali che consentono di creare valore in un contesto particolare, acquisire nuove conoscenze e, per le persone coinvolte nel processo, la capacità di agire in modo autonomo e di divenire promotori di ulteriori iniziative. Diversamente dall'innovazione tecnologica, i concetti di innovazione *community-centred* e di innovazione sociale mettono l'accento prevalentemente sulla dimensione umana e sulle caratteristiche che connotano i contesti sociali. Persone e cittadini e meccanismi relazionali sono al centro del processo progettuale per cui le iniziative si caratterizzano sempre più per l'attivazione di processi di coprogettazione, co-creazione, coproduzione³². Le iniziative *community-based* considerano gli individui come leva principale per l'introduzione di innovazioni a scale diverse. Nella grande maggioranza dei casi, i risultati di tali processi dipendono fortemente dai contesti analizzati, pertanto non sono replicabili *tout-court* in altre situazioni.

I teorici dell'innovazione sociale descrivono sei momenti che ne connotano lo sviluppo: suggerimenti, proposte, prototipi, conferme, diffusione, cambiamento del sistema. Tale processo è paragonabile a quello che i designer seguono nella loro pratica professionale e nell'ambito della ricerca. Nello specifico, uno degli approcci di ricerca basato su attività di collaborazione e partecipazione tra soggetti differenti e sulla relazione tra teoria e pratica è la *ricerca-azione*³³.

Le caratteristiche interessanti di questo approccio sono legate alla natura sperimentale e al processo di condivisione di conoscenze da parte dei partecipanti che entrano a fare parte di un percorso continuo di apprendimento. Inoltre, nella ricerca-azione, le comunità hanno un ruolo importante poiché considerate veicoli di *conoscenza tacita e pratica*.

Attraverso il design, l'approccio di ricerca-azione permette ai ricercatori di acquisire la conoscenza della situazione in esame, delle risorse locali e di proporre idee che siano coerenti alle reali esigenze del contesto analizzato, ciò che si cercherà di fare in questo elaborato.

Il processo di ricerca-azione coinvolge progettisti e ricercatori nel sostenere la comunità locale al fine di comprendere al meglio le problematiche del contesto e porre le condizioni ideali per co-creare e coprogettare le soluzioni da introdurre. Le comunità locali sono in grado così di acquisire nuove competenze e di immaginare soluzioni progettuali in base alle loro esigenze specifiche, nonché di assumere un ruolo attivo durante tutto il processo progettuale.

Il processo inizia con l'analisi delle risorse locali, mirando a ottenere dati qualitativi e quantitativi.

I dati ottenuti vengono utilizzati per creare alcuni scenari di progetto, ovvero alcune ipotesi circa gli sviluppi futuri, in grado di guidare la generazione delle idee nelle fasi successive. Gli scenari di progetto sono visualizzati e condivisi poi agli attori coinvolti al fine di strutturare attività in cui le soluzioni sono coprogettate. La generazione delle idee è l'attività in cui le soluzioni progettuali sono discusse al fine di definire gli sviluppi futuri coerenti con il tessuto socio-economico in questione. Le proposte possono riguardare servizi, strategie di sviluppo, sistemi di prodotto-servizio, attività

³² Villari, B. *Coltivazioni sociali urbane. Innovazione sociale di quartiere*. Milano, Maggioli Editore, Collana Politecnica, 2015.

³³ *ibidem*.

relazionali, iniziative su piccola scala in grado di risolvere problemi specifici per l'area locale. Le idee hanno bisogno di essere discusse e riviste da tutte le parti interessate, e dopo le valutazioni, esse saranno discusse e descritte al fine di definire le opportunità e criticità per un reale sviluppo.

2.4 I Punti di Comunità

Milano ha di recente iniziato a ripensare la città nella direzione di costruirla una nuova basata sulla prossimità³⁴. Come visto nel paragrafo precedente, i processi di innovazione possono partire dai contesti più piccoli, dai quartieri ad esempio. Il caso di NoLo nello specifico è simbolico di tale affermazione, considerando lo sviluppo urbano e soprattutto sociale che ha visto il quartiere trasformarsi, innovarsi a partire da un processo del tutto *bottom-up*.

Parallelamente a questo fenomeno, nella città intera si è risvegliato un interesse, o forse la necessità, di modificare i luoghi e gli spazi della città di modo da renderla a grandezza di quartiere, una *Milano a 15 minuti*³⁵. L'obiettivo è quello di contribuire a ridisegnare il modo di vivere e fruire della città e dei suoi servizi per guardare al futuro in un'ottica di risparmio di tempo negli spostamenti e di una migliore conciliazione tra tempi di vita e tempi di lavoro³⁶.

Il quartiere è così diventato campo di nuovi interventi, sperimentazioni, progetti. Nelle grandi metropoli, si è passati da una visione in cui si cerca di creare valore all'interno di un *sistema città*, ad una visione che predilige invece un *sistema quartiere*, più piccolo, semplice da amministrare, e ora forte di politiche a favore dell'empowerment cittadino, quali la sussidiarietà orizzontale trattata nei precedenti paragrafi. Anche i sistemi di Welfare, come visto, si sono trasformati di conseguenza accostando alle politiche del Welfare State una visione meno totalitaristica e più democratica, relazionale e partecipativa quale il Welfare di Comunità.

La massima espressione del bisogno di avvicinare fisicamente a le politiche di Welfare al *sistema quartiere* e quindi di favorire la sussidiarietà orizzontale e valorizzare le risorse comunitarie, è rappresentata dalla costituzione dei Punti di Comunità.

I Punti Comunità sono organizzazioni locali, a dimensione di quartiere, che hanno il compito di individuare, promuovere e coordinare risorse già esistenti sul territorio, in particolare le risorse aggregative e di aiuto informale della comunità territoriale³⁷. Essi operano con la rete dei servizi territoriali, con i rappresentanti dei quartieri e con organizzazioni locali (associazioni, cooperative, enti ecclesiastici, privati, fondazioni, etc.) per migliorare la dimensione comunitaria di Welfare sociale e favorire lo sviluppo della socializzazione e della partecipazione con lo scopo di aumentare il

³⁴ *Milano sperimenta nuovi spazi e modi di lavorare*, a cura del Comune di Milano, sito web, <<https://economiaelavoro.comune.milano.it/news/nuovi-modi-di-lavorare>> [21/03/21]

³⁵ Il Piano della Milano in 15 minuti è un modello della città basata sulla prossimità, concetto introdotto nel 2021.

³⁶ ibidem.

³⁷ *La forza della comunità: Esperienze dei punti comunità e buone prassi di welfare cittadino*, a cura di Asis, J., Biazzini, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto "Brescia Città del Noi", 2017, PDF, <http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Punti-comunita_best-practices.pdf> [14/05/21]

benessere della comunità. Il rapporto tra il Punto di Comunità, il Consiglio di Quartiere, l'Amministrazione comunale, il Servizio Sociale Territoriale (SST) e i cittadini è mostrato in *fig. 2*. Il Punto Comunità si interpone tra il cittadino e il Servizio Sociale Territoriale per rendere i servizi sociali più accessibili, collegandosi e comunicando con il Consiglio del Quartiere per un migliore coordinamento che aiuta a individuare e identificare le esigenze dei cittadini e a collaborare alla realizzazione di possibili nuove soluzioni³⁸. Attraverso la creazione dei Punti Comunità, si intende promuovere lo sviluppo delle capacità progettuali, operative e di raccordo tra i servizi sociali professionali e le realtà del territorio, per costruire una collaborazione solida e diffusa favorendo la solidarietà, i rapporti di buon vicinato, il senso d'identità di quartiere e la costruzione di legami sociali. I Punti di Comunità hanno lo scopo di valorizzare le risorse comunitarie, promuovere forme di collaborazioni tra la rete dei servizi sociali territoriali e le rappresentanze di quartiere, unendo la funzione di sostegno ai cittadini a quella di promotore di sviluppo e coesione sociale.



Fig. 2 - Diagramma delle relazioni tra i diversi attori nel Quartiere Villaggio Sereno³⁹

³⁸ ibidem.

³⁹ *Diagramma delle relazioni tra i diversi attori nel Quartiere Villaggio Sereno*, tratta da: *La forza della Comunità: Esperienze dei Punti Comunità e buone prassi di Welfare Cittadino*, a cura di Asis, J., Biazzini, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto “Brescia Città del Noi”, 2017, PDF, <http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Punti-comunita_best-practices.pdf> [14/05/21]

Il tessuto sociale e le specificità di un territorio possono influenzare lo sviluppo dei Punti di Comunità, tant'è che ogni Punto di Comunità può svilupparsi secondo diverse dinamiche e per crearne uno è necessaria una buona conoscenza e comprensione del territorio (la storia del quartiere, le sue caratteristiche, etc.). La creazione di un Punto di Comunità è però favorita nei casi in cui vi è già una comunità esistente. I Punti di Comunità, sebbene non vi sia una linea di sviluppo unica, sono generalmente classificati in base a tre diversi modelli⁴⁰ a partire dalla funzione che intendono ricoprire.

Il primo modello è la forma più semplice di Punto di Comunità. Serve a raccogliere e centralizzare le informazioni e a fornire assistenza e orientamento sui servizi disponibili per rispondere alle esigenze dei residenti. È anche uno spazio in cui le persone possono chiedere assistenza per ciò che concerne le procedure burocratiche o il reindirizzamento verso organizzazioni che potrebbero fornire determinati servizi. Il Punto Comunità di questa tipologia funge da ponte tra i Servizi Sociali Territoriali e il cittadino, intercettando le persone che possono trovarsi in difficoltà nel cercare aiuto attraverso i canali ufficiali.

Il secondo modello ha come scopo aumentare la visibilità delle organizzazioni esistenti all'interno del quartiere, come le associazioni, le cooperative, le parrocchie, etc., e collegarle attraverso una rete. L'obiettivo è valorizzare i servizi offerti dalle organizzazioni della comunità: le associazioni più piccole o di più recente costituzione, difatti, hanno così la possibilità di farsi conoscere, di essere inserite in una rete più ampia e di collaborare con altri gruppi; le organizzazioni più anziane e consolidate possono intanto trarre vantaggio da queste in termini di nuove idee e approcci freschi.

Il terzo modello vede i Punti di Comunità diventare uno strumento utile alla costruzione vera e propria della comunità tramite il coinvolgimento diretto dei cittadini. Pratica un lavoro di rafforzamento della comunità che inizia con uno sforzo intenzionale di investire nello sviluppo e nella crescita di un senso di cura e di connessione tra le persone che abitano uno stesso luogo.

La creazione o il rafforzamento del senso della comunità possono essere favoriti dalla creazione di spazi per la socialità, dalla creazione di opportunità e sviluppo di iniziative locali, dalla creazione di occasioni di co-creazione e dalla gestione condivisa (anche con il Comune) degli spazi del quartiere. La costruzione di una comunità è supportata da un gran numero di associazioni e partecipazioni civiche, associazioni stabili di volontari locali, ed elevati livelli di interazioni informali di vicinato.

⁴⁰ ibidem.

	MODELLO 1	MODELLO 2	MODELLO 3
FUNZIONE	Fornitore di informazioni integrate (Hub/Centro informativo per cittadini)	Facilitatore di reti sociali tra i gruppi della comunità	Creatore di Comunità
SERVIZI OFFERTI	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitura di servizi tramite uno sportello (helpdesk) • Rinvio al Servizio Sociale Territoriale o a organizzazioni che offrono servizi corrispondenti alle esigenze dei cittadini • Database aggiornato e collaborativo per la mappatura dei servizi 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitura di uno spazio alle organizzazioni per incoraggiare possibili collaborazioni • Facilitazione di reti sociali e di collaborazione tra i gruppi presenti sul territorio • Rafforzamento delle capacità e competenze delle organizzazioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di spazi di socialità nella vita quotidiana del quartiere • Creazione di opportunità per la co-pianificazione di iniziative • Collegamento dei singoli attori ai gruppi di comunità
RUOLO DEL CITTADINO	Utente del servizio	Attori coinvolti nelle organizzazioni della comunità	Partner, co-produttore di servizi
VALORI	<ul style="list-style-type: none"> • Maggiore accessibilità dei servizi per l'utente • Riconoscimento delle risorse disponibili / punti di forza 	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilità delle organizzazioni della comunità • Coinvolgimento di diversi partner della comunità • Promozione della cittadinanza attiva attraverso le organizzazioni (volontariato) • Scambio di competenze tra i gruppi di comunità 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto senso di appartenenza e di comunità • Promozione della cittadinanza attiva (guidata dai residenti) • Co-produzione di servizi • Sforzo di costruzione della comunità • Costruire competenze organizzative e individuali
TEMI SALIENTI PER IL FUNZIONAMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Posizione strategica • Competenza dello staff • Esistenza di un database accessibile e unificato su organizzazioni e servizi esistenti • Feedback • Monitoraggio 	<ul style="list-style-type: none"> • Identità e autonomia • Legittimità e autorità dell'organizzazione che gestisce il Punto di Comunità • Costruzione delle capacità (delle competenze) per i gruppi di comunità • Gruppo Direttivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento di potenziali collaboratori in una rete sociale • Come attrarre i cittadini in maggiore collaborazione • Sostenibilità • Monitoraggio e valutazione

Tab. 1 - I tre modelli di Punto Comunità⁴¹

⁴¹ *I tre modelli di Punto Comunità*, tratta da: *La forza della Comunità: Esperienze dei Punti Comunità e buone prassi di Welfare Cittadino*, a cura di Asis, J., Biazzì, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto "Brescia Città del Noi", 2017, PDF, <http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Punti-comunita_best-practices.pdf> [14/05/21]

Capitolo 3 - Strumenti e Sistemi di Welfare di Comunità a NoLo

Obiettivo di questo capitolo è raccontare il primo passo da compiere all'interno di quello che è l'iter di progettazione di una nuova strategia di comunicazione del Welfare di Comunità per il quartiere di NoLo, ovvero la comprensione dei sistemi di Welfare di Comunità esistenti. Con il termine "sistemi di Welfare di Comunità" si fa qui riferimento alle strategie relazionali del tessuto sociale/associazionistico del quartiere, alle modalità con le quali alcune realtà si organizzano per co-progettare nel territorio servizi per il bene comune dei suoi cittadini, alle reti sociali e alle strutture attive nel quartiere per il quartiere, ai progetti, agli spazi e agli strumenti di supporto alla comunicazione di iniziative e servizi di pubblica utilità. Comunicazione dei servizi è infatti analisi degli attivatori dei servizi, degli strumenti di comunicazione e dei sistemi di supporto della comunicazione e della coprogettazione delle iniziative sociali.

In questa sede si cercherà di capire quali strumenti esistono, oltre alle reti e ai canali già analizzati (NoLo Social District, Radio NoLo e nolomilano), alla portata degli abitanti del quartiere per informarsi sulle iniziative, accedervi ed, eventualmente, prenderne attivamente parte. Quali invece si prestino al lavoro di gruppi attivi nel sociale più o meno strutturati, per la veicolazione di informazioni fra le stesse organizzazioni e la comunicazione dell'operato destinata a realtà esterne al quartiere. Si prenderanno in considerazione, oltre ai sistemi attivi a NoLo, per estensione quelli messi a disposizione dal Comune di Milano che hanno effetti sul quartiere o che ad ogni modo si può presupporre possano essere utilizzati da tutti gli abitanti. Dal momento che il lavoro di progettazione da portare avanti sarà "a dimensione di quartiere", e che le dimensioni di un quartiere milanese, comparate a quelle dell'intera città, sono abbastanza contenute per consentirlo, si cercherà di studiare soluzioni che permettano l'incontro fisico tra le persone (in accordo con lo spirito vivace e socievole del quartiere), dunque saranno da subito prese in considerazione le modalità secondo le quali il quartiere fa Welfare di Comunità non solo per vie digitali ma anche mediante l'incontro e la relazione diretta. In coda al capitolo sarà infine redatta una classificazione delle voci analizzate secondo i modelli di Punto di Comunità visti nella sezione precedente.

3.1 QuBi Loreto

3.1.1 Il progetto QuBi a Milano

*QuBi, Quanto Basta: La ricetta di Milano contro la povertà infantile*⁴² è un progetto pluriennale da 25 milioni di euro promosso da Fondazione Cariplo⁴³ che si pone l'obiettivo di rafforzare la capacità di contrasto della povertà minorile nella città. Attivo dal 2017, il piano intende realizzare una fotografia della povertà in città, in modo da poter meglio indirizzare gli interventi e sostenere le famiglie in difficoltà. Incentivando un Patto per la Città, esso mira a promuovere la collaborazione tra diverse realtà del pubblico (le Istituzioni pubbliche, gli attori del Terzo Settore, le aziende e i cittadini) e la loro aggregazione in un'unità di intenti che, convogliando energie e capacità progettuali, implementi interventi efficaci mirati a bisogni puntuali o ad aree specifiche del territorio milanese.

Stime nazionali raccontano di una povertà in costante crescita, anche nel Nord Italia, soprattutto per quel che concerne le famiglie a carico di minori. Sono 4 milioni 742 mila le persone in povertà assoluta nel nostro Paese di cui 1 milione 292 mila minori (Fonte Istat) e secondo le proiezioni riportate sulla città di Milano, sono circa 21.000 i minori in povertà assoluta (Fonte Osservatorio e Valutazione Fondazione Cariplo⁴⁴). Il programma QuBi, a questo proposito, si pone l'obiettivo di offrire alla città di Milano nuovi elementi utili ad intercettare le risorse pubbliche disponibili per affrontare tale sfida. Il primo obiettivo, dunque la prima fase del progetto, è stato integrare e omologare i dati raccolti nel corso degli anni sul piano del contrasto alle povertà nel territorio milanese e costruire una fotografia nitida delle persone che si trovano in difficoltà, dei bisogni e della capacità di risposta già presente nella città. Le prime azioni sono state quindi finalizzate alla creazione di un database attraverso l'incrocio di più fonti (Amministrazione Pubblica, privato sociale) per procedere all'ottimizzazione delle risorse e all'individuazione di risposte efficaci e tempestive dirette alle persone in situazioni di difficoltà. Risalgono al 2016 le prime stime delle misure di sostegno previste per i residenti a Milano e la ricomposizione dei nuclei familiari tramite l'anagrafe cittadina, a partire dai beneficiari della singola misura di contrasto alla povertà. Sono stati rilevati: 54.493 individui membri di famiglie beneficiarie di almeno una misura; 9.433 famiglie con minori beneficiarie di almeno una misura; 19.703 minori che vivono in famiglie in cui almeno un membro è beneficiario di una misura⁴⁵. Come percorsi di fuoriuscita dal bisogno si è deciso di puntare su azioni specifiche e innovative di sostegno sociale con presa in carico delle famiglie con al centro i bisogni del minore, in primo luogo il sostegno alla spesa, l'attivazione lavorativa e il potenziamento dei sistemi di presa in carico dei beneficiari per favorire l'uscita definitiva dalla

⁴² *QuBi la ricetta contro la povertà infantile*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://ricettaqubi.it>> [06/05/21]

⁴³ Fondazione Cariplo è una fondazione di origine bancaria che persegue esclusivamente finalità di utilità sociale e di promozione dello sviluppo economico in attuazione del Principio Costituzionale di Sussidiarietà Orizzontale.

⁴⁴ *Un patto per la città: contrastare la povertà, partendo dai minori*, a cura di Fondazione Cariplo, 2017, PDF, <https://www.fondazione-cariplo.it/static/upload/qub/qubi_presentazione1.pdf> [06/05/21]

⁴⁵ ibidem.

situazione di bisogno. Per rendere tutto questo possibile si sono proposti Patti Territoriali con le comunità per promuovere la tessitura di legami e l'attivazione delle stesse e valorizzare le risorse dei singoli. Centrale è quindi stato il bisogno di attivare quante più realtà possibili, a livello territoriale, mediante azioni di sensibilizzazione.

Grazie alle collaborazioni, negli ultimi anni QuBì ha raggiunto importanti traguardi e sostenuto un numero sempre più ampio di famiglie in difficoltà. Per riportarne qualche numero (con dati aggiornati al 2021⁴⁶): l'attivazione di 23 *Ricette* (piani d'azione) contro la povertà su 25 quartieri; 25 milioni di euro di Impegno triennale del Programma QuBì (stanziati da Fondazione Cariplo col sostegno di enti quali Fondazione Peppino Vismara, Intesa San Paolo, Fondazione Fiera Milano e Fondazione Snam e la collaborazione del Comune di Milano); l'attivazione di 10 *hub* di raccolta di cibo e di redistribuzione di pacchi alimentari alle persone che vivono in una condizione di povertà, possibile grazie all'impegno di dipendenti del Comune, volontari e operatori sociali; l'inaugurazione di 4 Empori della Solidarietà, minimarket solidali in cui le famiglie in difficoltà possono fare la spesa pagando con una tessera a punti assegnata dagli operatori della Caritas; la consegna di 540 device, router e schede sim ai minori privi di strumenti digitali per contrastare il fenomeno del *digital divide*. Da queste azioni è visibile come il Patto abbia giocato un ruolo indubbiamente significativo nel favorire l'accesso alla spesa per le famiglie povere, creando uno strumento conoscitivo che ha permesso di calibrare meglio la definizione operativa del programma e attivando sul territorio servizi di pubblica utilità.

3.1.2 La rete di QuBì Loreto

QuBì Loreto (o QuBì NIL Loreto) è la *ricetta* pensata da QuBì per interessare il territorio di Loreto, nello specifico il precedentemente citato NIL 20 (Loreto - NoLo - Casoretto), attraversato dal confine tra Municipio 2 e 3 e di cui è restituita qui sotto una rappresentazione visiva (*fig. 3*).

Il progetto specifico per questo territorio prevede diversi attori: le fondazioni finanziatrici del progetto in collaborazione con il Comune di Milano e organizzazioni del Terzo Settore. Strutturalmente, tali realtà si costituiscono come un'unica rete formale di lavoro unita nel perseguimento di specifici obiettivi settati su macro aree d'intervento.

⁴⁶ *QuBì la ricetta contro la povertà infantile*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://ricettaqubi.it>> [06/05/21]

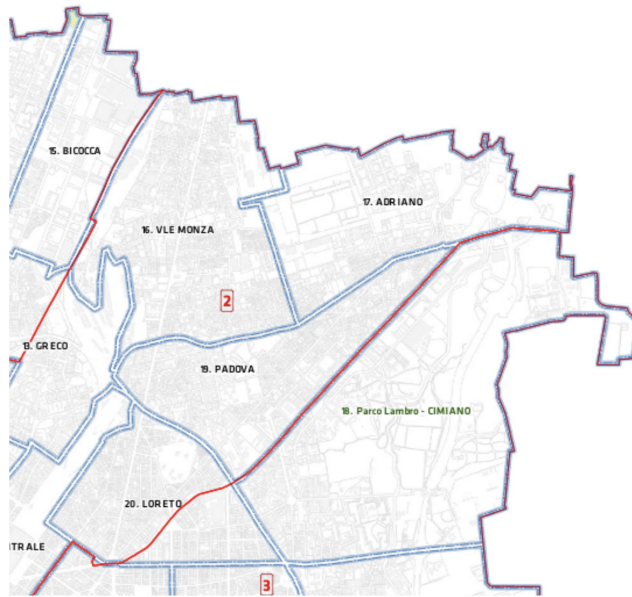


Fig. 3 - I confini di progetto di QuBi Loreto-NIL20⁴⁷

Il gruppo di coprogettazione del NIL Loreto comprende due Assistenti Sociali del Comune di Milano (riferimenti dei Municipi 2 e 3) ed una pluralità di cooperative e associazioni che operano in ambito locale: Cooperativa Comin, B-CAM Cooperativa sociale, La Cordata, Abitare Sociale Metropolitano, Spazio Aperto Servizi, LILT, Terza Settimana Onlus, Nuovi Orizzonti Cooperativa Sociale, Abarekà Nandree Onlus, Codici Ricerca e Intervento⁴⁸. La struttura della rete prevede un'estensione a realtà partner della zona, la cosiddetta *rete locale allargata*, in via di ulteriore ampliamento, attualmente costituita da: Caritas Parrocchia S. M. Beltrade, S. Vincenzo Parrocchia S. Gabriele, T12-lab, Progetto Integrazione, Scout CNGEI gruppo 10, GRT Gruppo per le relazioni transculturali, ALA Milano, Amici del Parco Trotter Onlus, Via Padova Viva, NoLo Social District, Compagnia Itinerante, Legambiente/Orti di via Padova e i Municipi 2 e 3⁴⁹.

La rete QuBi del NIL Loreto, come si può constatare già ricca di risorse, si pone come realtà aperta a nuovi arrivi così come a spunti progettuali di miglioramento alla capacità di risposta ai bisogni connessi alla povertà dei minori e delle loro famiglie. Quest'ultimo sarà uno spunto da tenere bene a mente per gli sviluppi dell'elaborato che interesseranno i capitoli successivi.

Un Referente di rete assicura una tenuta generale di visione come garante progettuale, cura le relazioni con i servizi pubblici e con la committenza ed è suo compito seguire le attività di tipo amministrativo e di rendicontazione del progetto. È invece mansione del Coordinatore operativo di progetto, presente sul "campo", l'implementazione e l'accompagnamento alla costruzione delle

⁴⁷ I confini di progetto di QuBi Loreto-NIL20, tratta da: QuBi Loreto, *Progetto di contrasto alla povertà minorile*, Cooperativa Comin, 2019, PDF, <https://www.coopcomin.org/images/pdf/QUBi_Loreto_abstract_feb_2019.pdf> [14/04/21]

⁴⁸ QuBi Loreto, *Progetto di contrasto alla povertà minorile*, a cura di Cooperativa Comin, 2019, PDF, <https://www.coopcomin.org/images/pdf/QUBi_Loreto_abstract_feb_2019.pdf> [14/04/21]

⁴⁹ ibidem.

diverse azioni. A lui sono relegate le attività di comunicazione per mezzo dei canali social e nel territorio, con un lavoro di coinvolgimento attivo, di presa di contatto e di distribuzione di materiale informativo. Una Cabina di regia costituita da Referente di rete, Coordinatore di progetto e Assistenti Sociali deve assicurare la continuità della connessione e del confronto tra i diversi ruoli chiave, con un'attenzione alla gestione delle attività e al raccordo tra settore pubblico e privato sociale. Tutti i referenti delle organizzazioni coinvolte e tutte le figure di particolare rilevanza per lo sviluppo del progetto si ritrovano periodicamente per fare il punto sull'andamento delle attività e rivisitare e condividere le strategie future. È previsto l'utilizzo di attività di grafica e di stampa per la realizzazione del materiale informativo connesso al programma del progetto.

Le aree di lavoro della rete sono organizzate in tre macro categorie e corrispondono alle tipologie di povertà che il progetto ambisce a contrastare: povertà educativa, povertà socio-economica e povertà socio-sanitaria. Per ogni area, l'intento è sia quello di dare risposte ai bisogni nell'immediato, sia quello di fornire gli strumenti e le competenze adatti per un'uscita dalla situazione di bisogno.

Ad oggi sono significativi i risultati raggiunti: nel primo triennio, gli interventi hanno riguardato soprattutto l'ambito educativo, quindi l'organizzazione di doposcuola per i ragazzi e di attività educative, sportive, culturali e aggregative sempre per gli stessi. Sul fronte alimentare QuBi Loreto ha fornito buoni spesa, pacchi di cibi freschi in collaborazione con l'hub alimentare del Municipio. Ha gestito incontri dedicati al benessere e alla cura della persona e creato occasioni tra la domanda e l'offerta di lavoro nel territorio. Nell'ultimo anno, in occasione della chiusura delle scuole dovuta alla diffusione della pandemia di COVID-19⁵⁰, QuBi si è focalizzato sul reperimento di materiale scolastico per consentire lo svolgimento della didattica a distanza dei minori meno fortunati⁵¹.

Il 22 maggio 2018 è stato inaugurato lo spazio Bell Nett, Largo Fratelli Cervi 1 a Milano. Dove prima c'era un'ex-lavanderia, bene confiscato alla criminalità organizzata di proprietà del Comune di Milano e assegnato tramite bando alla cooperativa sociale Comin che lo gestisce in collaborazione con B-CAM, ora c'è un info point nonché un laboratorio di ascolto e partecipazione locale finalizzato a sostenere i bisogni di prossimità e la cultura della legalità⁵². Lo spazio Bell Nett è destinato ad attività di promozione della solidarietà tra famiglie a partire da attività per il tempo libero. Fondamentale è la vicinanza, e connessione, con lo sportello WeMi Venini (che verrà presentato più avanti in quest'elaborato) del Comune di Milano, gestito sempre da Comin e attraverso il quale si intercettano bisogni, desideri e interessi dei cittadini del quartiere. Con l'allestimento di questo spazio si vogliono certamente favorire occasioni di conoscenza reciproca e condivisione di passioni comuni tra cittadini e gruppi informali, si mira a promuovere e realizzare progetti sociali con le realtà locali, ad ospitare servizi educativi, laboratori ed attività formative⁵³.

Per quanto riguarda le prospettive future, nel 2021 e 2022 QuBi Loreto si occuperà di fare sistema tra chi offre cibo e beni di prima necessità a minori e famiglie, di continuare il lavoro a sostegno

⁵⁰ La pandemia di COVID-19 è un'epidemia diffusasi a livello globale da fine anno 2019 e tuttora in corso.

⁵¹ *QuBi la ricetta contro la povertà infantile*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://ricettaqubi.it>> [06/05/21]

⁵² *Bell Nett, Lo spazio confiscato alla criminalità e restituito alla comunità*, a cura di Cooperativa Comin, sito web, <<https://www.coopcomin.org/coesione-sociale-e-promozione-del-benessere/bell-nett.html>> [06/05/21]

⁵³ *ibidem*.

dell'istruzione a distanza, di formare i volontari dei punti informativi per sostenere le famiglie e di organizzare feste di quartiere, percorsi animativi e sport inclusivo⁵⁴.

Nell'abstract di progetto⁵⁵, era stato espresso il desiderio di costruire, anche assieme ad altre realtà, un luogo fisico unico che diventasse un punto di riferimento per i bisogni legati alla povertà e per creare occasioni di socialità: una sorta di Centro di Comunità che assolvesse alle funzioni di social market, di spazio di orientamento e risposta dei bisogni, di luogo di condivisione con orti a gestione collettiva ed iniziative per l'inclusione sociale. Si era inoltre espressa la volontà di operare per rafforzare, valorizzare e mettere in rete tra loro luoghi già esistenti, delegando loro attività di ascolto e orientamento; mettere a sistema l'esistente per dare il via a un'attività di coinvolgimento di nuovi soggetti privati in grado di mettere a disposizione beni e risorse a favore della comunità.

Sul piano della comunicazione, infine, il progetto QuBi, oltre a distribuire materiale informativo stampato presso il punto d'informazione Bell Nett, prevede canali digitali dedicati al progetto strutturati come segue: prevede una comunicazione del progetto nel suo complesso, con focus sulle azioni attivate e perseguite sull'intero suolo milanese, attraverso i maggiori canali social del momento quali Facebook⁵⁶ e Instagram⁵⁷, e una moltitudine di pagine Facebook gestite dalle Cabine di regia delle singole realtà territoriali, fra le quali non fa eccezione la pagina interamente dedicata al progetto QuBi Loreto⁵⁸. In aggiunta alle attività di aggiornamento e sensibilizzazione ai progetti di solidarietà portati avanti da QuBi, punto cardine della comunicazione Instagram, a Facebook sono delegate le azioni di promozione degli eventi di aggregazione e partecipazione collettiva poiché esso costituisce il mezzo ottimale per assolvere a tale funzione. Una stretta collaborazione con la Social Street rende poi, di fatto, possibile una ricondivisione degli stessi comunicati di coinvolgimento della pagina NoLo Social District al fine di raggiungere il più ampio e prezioso bacino di utenti-cittadini del quartiere di NoLo e dintorni.

3.2 *WeMi Venini*

3.2.1 *Il progetto WeMi a Milano*

WeMi, si pone come un sistema di Welfare della città di Milano condiviso e partecipato, di tutti e per tutti, come luogo in cui il cittadino può trovare nuove forme di risposte ai propri bisogni⁵⁹. Si costituisce come una rete di spazi distribuiti sul territorio a supporto del Welfare di Comunità poiché adibiti allo svolgimento di attività di orientamento ai servizi domiciliari del Comune di

⁵⁴ *QuBi la ricetta contro la povertà infantile*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://ricettaqubi.it>> [06/05/21]

⁵⁵ QuBi Loreto, *Progetto di contrasto alla povertà minorile*, a cura di Cooperativa Comin, 2019, PDF, <https://www.coopcomin.org/images/pdf/QUBi_Loreto_abstract_feb_2019.pdf> [14/04/21]

⁵⁶ *Ricetta QuBi*, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/RicettaQuBi/>> [14/04/21]

⁵⁷ *Ricetta QuBi*, Instagram page, 2021, <<https://www.instagram.com/ricettaqubi/?hl=it>> [14/04/21]

⁵⁸ *QuBi Loreto*, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/qubiloreto>> [14/04/21]

⁵⁹ *WeMi: La città per il Welfare*, a cura di Comune di Milano, sito web, <<https://wemi.comune.milano.it>> [06/05/21]

Milano offerti dalla rete di imprese e cooperative sociali attive su tutto il territorio cittadino. L'obiettivo di tali spazi è rendere più semplice l'incontro degli abitanti con l'offerta pubblica e l'individuazione di servizi su misura per la cura e il benessere dei figli, delle persone non autosufficienti e degli animali domestici e per la gestione della casa, garantendo un servizio di assistenza accompagnato da operatori qualificati che guarda alle categorie più fragili. Ad oggi si contano 308 servizi offerti, 53 enti partecipanti, 3147 operatori coinvolti e 1168 cittadini raggiunti. Gli spazi WeMi si trovano in strutture accoglienti diverse tra loro, gestite da associazioni e cooperative che collaborano con il Comune di Milano, in risposta al bisogno di rendere fisicamente presente e quanto più prossimo un servizio di tale importanza soprattutto per coloro che non sono in grado di gestire richieste di supporto in autonomia.

Il servizio è tuttavia erogato ai cittadini anche in formato digitale, tramite una piattaforma (o meglio, di un *tool*) digitale presente sul sito internet ufficiale di WeMi Milano⁶⁰. Mediante l'utilizzo di tale piattaforma, che condivide lo stesso database di servizi in uso dagli operatori negli spazi, è possibile filtrare l'offerta a seconda della tipologia del servizio desiderato, secondo un criterio di ricerca "a imbuto". Attraverso una serie di selezioni di preferenza (espresse per mezzo di pulsanti di testo virtuali e di icone rappresentative) legate a un sempre maggiore livello di dettaglio, si rende possibile infatti l'individuazione dello specifico servizio di interesse, e degli enti che ne hanno una formula di erogazione. L'accesso è completamente pubblico, non basato quindi su alcun requisito, ed è possibile trovare risposte sia gratuite, sia a pagamento, individuali o in condivisione con altre persone. Il processo di entrata in collaborazione degli enti avviene come segue: essi propongono la propria candidatura al Comune di Milano, che ne definisce i requisiti e li qualifica; la piattaforma WeMi rende accessibili i servizi offerti; i cittadini scelgono i servizi più adatti alle loro esigenze e gli operatori WeMi offrono il servizio scelto con professionalità.

Oltre a essere supporto di supporto ai cittadini bisognosi d'aiuto, WeMi è anche comunità di operatori che vogliono mostrare ai cittadini e alle aziende i propri servizi, quindi spazio di incrocio tra chi cerca personale qualificato e chi offre la propria professionalità. Per citare un esempio, *WeMi Tate, Colf, Badanti*, è il servizio del Comune di Milano che aiuta i cittadini in cerca di assistenti familiari a trovare la soluzione per la cura delle persone care, dei bambini e della casa e allo stesso tempo supporta gli assistenti familiari a trovare una famiglia in cui lavorare⁶¹.

In ultimo, il progetto WeMi offre alla comunità di operatori e cittadini la possibilità di condividere esperienze e occasioni per stare insieme. sperimentando nuove forme di condivisione (*sharing welfare*) e costruendo legami tra persone che hanno gli stessi bisogni: alcune delle iniziative nate nell'ambito WeMi a questo proposito sono uno sportello per la consulenza psicologica, un campus e doposcuola pomeridiani per ragazzi, laboratori di quartiere. Una menzione particolare merita l'iniziativa di apertura di uno Spazio Chiocciol@ presso la sede WeMi Piazzetta⁶².

⁶⁰ *ivi*.

⁶¹ *ivi*.

⁶² *In arrivo lo spazio Chiocciol@ negli spazi WeMi della tua città*, a cura di Comune di Milano, sito web, 2020, <[https://www.comune.milano.it/-/riparte-lo-spazio-chiocciol-?fbclid=IwAR1nr2y6M2mnCLQeWa773-xQ3gSuDXVjhpXRGWvqTcjjDMnfurwT4A\[t6-Q\]](https://www.comune.milano.it/-/riparte-lo-spazio-chiocciol-?fbclid=IwAR1nr2y6M2mnCLQeWa773-xQ3gSuDXVjhpXRGWvqTcjjDMnfurwT4A[t6-Q])> [14/04/21]

Lo Spazio Chiocciol@, mettendo a disposizione alcune postazioni computer e l'assistenza di un operatore, si pone come luogo di supporto allo svolgimento di quelle pratiche burocratiche che interessano quotidianamente i cittadini, come la compilazione di richieste di sostegno al reddito, e delle complesse attività di ricerca di lavoro tramite mezzi digitali. L'obiettivo è combattere lo scoraggiamento che molti manifestano in presenza di moduli e istruzioni non sempre semplici da comprendere, figli di servizi sempre più digitali e di sistemi informatici che per chi ha poca dimestichezza online possono diventare una barriera difficile da sormontare, dando a tutti le stesse possibilità. Gli operatori in questo caso aiutano chi ne fa richiesta ad orientarsi all'interno dei portali in questione e a risolvere i piccoli problemi tecnici che possono impedire, ad esempio, di inoltrare una richiesta o di mandare un curriculum. L'obiettivo è supportare le singole pratiche, ma anche fare acquisire le competenze utili a poter replicare gli stessi processi, in futuro, in autonomia.

3.2.2 *WeMi Venini: il progetto WeMi a NoLo*

A NoLo, lo spazio WeMi Venini (dal nome della via che lo ospita) nasce dall'incontro tra due realtà del Municipio 2: l'associazione Hug, uno spazio polifunzionale con al suo interno un bistrot, una ciclofficina e spazi di coworking, e la cooperativa Comin (incontrata nel paragrafo dedicato a QuBi Loreto), realtà radicata sul territorio che favorisce occasioni di incontro e relazione e che crede profondamente nell'incontro-confronto fra benessere e disagio nel dialogo⁶³. Nella *vision* di WeMi Venini, accoglienza e creatività si propongono di valorizzare i rapporti umani e le risorse presenti in un territorio che ha a cuore il benessere dei suoi cittadini. In primo luogo, WeMi Venini si dedica all'ascolto dei bisogni, creando la giusta dimensione di accoglienza e di libero confronto attraverso il dispiego di operatori qualificati e competenti non solo nella sfera dei servizi esistenti, ma anche, e primariamente, nella sfera emotiva ed empatica. Lo spazio è luogo di informazione e orientamento per scovare il servizio più adatto alle esigenze delle persone, capire in cosa consiste e come attivarlo, da soli o eventualmente in condivisione con altre persone, amici, famiglie del quartiere, vicini di casa, compagni di scuola o colleghi. È anche occasione di scoperta delle iniziative di volontariato attive e più adatte al proprio bagaglio di competenze e capacità. Carattere particolare (come si è detto, ogni spazio è diverso dall'altro) è l'estensione dell'offerta WeMi a quella delle realtà partner. L'associazione Hug fornisce al quartiere e ai suoi soci all'interno del progetto servizi di smart working, portineria di quartiere, una ciclofficina, uno sportello legale, uno spazio bimbi, uno sportello Alzheimer, servizi per le mamme, laboratori di maglia, laboratori di cucina con adulti e bambini. La cooperativa Comin fornisce aiuto allo studio singolo o in piccoli gruppi per studenti di scuole primarie e secondarie, attraverso il potenziamento delle competenze e l'individuazione di un miglior metodo di studio, anche per coloro che hanno difficoltà di apprendimento; offre un servizio

⁶³ *WeMi Venini*, a cura di Comune di Milano, sito web, <<https://wemi.comune.milano.it/pinfsw/5703>> [14/04/21]

di counseling, organizzando incontri individuali o di gruppo finalizzati a supportare i nuclei familiari nella gestione delle questioni quotidiane attraverso il dialogo; tiene laboratori di arteterapia, utile nei disturbi relazionali e del comportamento, nell'iperattività, nelle difficoltà di apprendimento e di linguaggio, come sostegno allo sviluppo personale; promuove iniziative di attenzione alla salute fisica e mentale, passando attraverso l'esercizio fisico, il rapporto mente corpo, l'educazione alimentare, esperienze culturali e di condivisione; si prende cura dei più giovani organizzando centri estivi che sviluppano, in collaborazione con un team di educatori professionali, momenti di gioco libero e di gruppo, laboratori artistico/musicali, attività di cura del verde, compiti, pranzi e merende.

3.3 *Off Campus NoLo*

Off Campus, Il Cantiere per le Periferie, è un'iniziativa promossa da Polisocial⁶⁴ con l'obiettivo di rafforzare la presenza del Politecnico nella città di Milano, aprendo le porte ad un'epoca in cui l'Università vuole avvicinarsi ai territori e alle comunità e rendersi maggiormente partecipe, nonché responsabile, delle sfide sociali di oggi⁶⁵. Avviata nel 2018, nell'aprile 2019 l'iniziativa ha visto l'apertura del primo spazio Off Campus all'interno del quartiere San Siro, e nel settembre 2020 di un secondo spazio nel quartiere di NoLo. All'interno degli Off Campus docenti, ricercatori e studenti sviluppano attività di didattica innovativa, tra lavoro di ricerca responsabile, attento ai processi di inclusione, e contesti reali di co-progettazione con le realtà locali, finalizzati alla realizzazione di interventi in grado di produrre un impatto positivo sulla collettività. Gli spazi (di circa 40 mq di superficie) sono veri e propri "distaccamenti" dell'Università nel territorio, che consentono di spostare il punto di vista all'interno del contesto e ragionare sull'innovazione responsabile della didattica e della ricerca⁶⁶.

L'esperienza si caratterizza all'interno del panorama accademico italiano per la sua natura sperimentale, posizionandosi tra didattica, ricerca e azione locale: Off Campus, nei suoi diversi contesti di azione, intende applicare una traslazione dalla pratica più tradizionale di insegnamento verso nuove forme di didattica e apprendimento basate sulla prossimità territoriale, sull'ascolto diretto, il dialogo, la coproduzione di valore e conoscenza con i soggetti locali e l'interdisciplinarietà. Il progetto, pertanto, richiede una doppia assunzione di responsabilità, da parte degli studenti tanto quando dal territorio d'intervento. Se da una parte gli studenti hanno l'opportunità di testare le capacità e le competenze acquisite negli anni di studio in modo concreto e con atteggiamento responsabile, uscendo per la prima volta dalla dimensione di simulazione per confrontarsi con

⁶⁴ Polisocial è un programma di impegno e responsabilità sociale firmato dal Politecnico di Milano.

⁶⁵ *Polisocial: Il programma di impegno e responsabilità sociale @Politecnico di Milano*, a cura di Politecnico di Milano, sito web, <<http://www.polisocial.polimi.it/it/off-campus/>> [14/04/21]

⁶⁶ ibidem.

richieste e risposte reali, allo stesso tempo il progetto delega alla società la responsabilità di intraprendere nuovi impegni verso la promozione di una diversa cooperazione fra Università e società civile.

3.3.1 *Off Campus San Siro*

Promotore di attività e progettualità per il quartiere, il Laboratorio Mapping San Siro⁶⁷ è un progetto di ricerca-azione attivo nel quartiere di edilizia residenziale pubblica a San Siro a Milano, promosso dal Dipartimento di Architettura e Studi Urbani del Politecnico di Milano, inserito all'interno del programma Polisocial – Programma di responsabilità sociale di ateneo. Il progetto ha preso avvio nel 2013 a partire da un workshop e proseguendo successivamente grazie al primo coinvolgimento attivo di alcuni partecipanti ai *Living Labs*, laboratori sociali. La nascita di Off Campus San Siro è stata resa possibile grazie alla collaborazione fra il gruppo di ricerca Mapping San Siro e diversi attori e istituzioni, fra i quali anche la rete locale *Sansheroes*⁶⁸. Al suo interno, difatti, si svolgono attività nate dalla collaborazione tra Università e reti locali di abitanti.

La sede di San Siro costituisce la prima di una serie di luoghi concepiti dal Politecnico di Milano quali mezzi per di uscire dai suoi edifici storici e proiettare la propria azione sul territorio: affinché l'università possa inserirsi ancor più incisivamente nel territorio e partecipare alle grandi trasformazioni della nostra città, oltre a Off Campus San Siro sono stati pensati altri tre spazi da aprire all'interno della città di Milano, in particolare in alcune aree considerate periferiche e in contesti marginali di povertà educativa: di queste, Off Campus NoLo rappresenta la seconda sede ad essere stata inaugurata, mentre invece sono ancora in fase di valutazione le aperture delle sedi di Giambellino-Lorenteggio e di Corvetto. Off Campus San Siro è volontà di ricerca attraverso i Living Labs circa le politiche e i progetti per l'abitare in contesti marginali, la povertà educativa e la segregazione in contesti multiculturali; promozione di educazione e cultura attraverso laboratori formativi di cittadinanza territoriale, eventi culturali, seminari, workshop didattici e tirocini curricolari; coprogettazione per la riattivazione e riqualificazione partecipata degli spazi pubblici e comuni; realizzazione di un archivio di quartiere attraverso la raccolta dei testi e dei materiali anche personali degli abitanti, in collaborazione con la rete locale delle realtà attive nel quartiere. Off Campus San Siro ospita uno sportello giuridico e di educazione alla legalità, promosso e gestito dall'Università Bocconi, e un touch point del progetto Milano 2035 (finanziato nell'ambito del Programma Welfare in Azione di Fondazione Cariplo) sul tema dell'abitare accessibile e collaborativo per i giovani sotto i 35 anni⁶⁹.

⁶⁷ *Mapping San Siro*, a cura di Politecnico di Milano, sito web, <<http://www.mappingsansiro.polimi.it/>> [14/04/21]

⁶⁸ *Reti e competenze locali*, Mapping San Siro, a cura di Politecnico di Milano, sito web, <<http://www.mappingsansiro.polimi.it/3-progetti/3-2-reti-e-competenze-locali/>> [14/04/21]

⁶⁹ *Mapping San Siro*, a cura di Politecnico di Milano, sito web, <<http://www.mappingsansiro.polimi.it/>> [14/04/21]

3.3.2 Il progetto Off Campus a NoLo

Quello nel quartiere NoLo, ubicato all'interno del Mercato Comunale Crespi di Viale Monza, è il secondo spazio Off Campus nato dalla collaborazione tra il Comune di Milano e il Politecnico. Così come il primo, Off Campus NoLo trae il suo significato dalla volontà di consolidare e rafforzare la presenza dell'Ateneo in un territorio periferico della città, permettendo a docenti, ricercatori e studenti, insieme agli abitanti e alle associazioni interessate, di sviluppare attività di didattica innovativa, di ricerca responsabile e di coprogettazione a favore della collettività e dello sviluppo del quartiere. Qui, grazie al lavoro svolto dal Dipartimento di Design, dalla Scuola di Design e della Scuola di Architettura, Urbanistica e Ingegneria delle Costruzioni, sono state sviluppate nel tempo attività e progettualità per il Mercato Comunale⁷⁰. Forme ibride tra l'attività commerciale e le attività con finalità sociale, culturale e aggregativa, lo rendono punto di scambio non solo di merci ma anche di idee e di relazioni.

Off Campus NoLo, nato nel tardo 2020 e non ancora in piena attività⁷¹, intende fungere da osservatorio sui temi legati alla rigenerazione e alla riattivazione del quartiere. Si pone come realtà incubatrice di laboratori e workshop didattici, seminari e lezioni aperte alla comunità intera, mostre ed esposizioni, eventi pubblici, attività di coprogettazione, di dialogo e di incontro con i soggetti locali e istituzionali. Nel panorama del Welfare di Comunità del quartiere si propone come realtà attivatrice di Welfare, in quanto vuole fornire ai cittadini strumenti utili per coprogettare in autonomia soluzioni orientate alla generazione di valore per il quartiere.

A sua volta raccoglie documenti, ricerche, tesi universitarie e progetti in un archivio di quartiere, da rendere accessibile alla consultazione dei noloers quale patrimonio locale.

Come visto nel primo capitolo, Off Campus NoLo ospita gli spazi di Radio NoLo, la web radio di quartiere che offre un palinsesto di informazione, intrattenimento da e per il quartiere e attività di *media education* dedicate a ogni fascia d'età⁷². Un esempio di lavoro portato avanti da Off Campus NoLo in collaborazione con Radio NoLo è il *Vocabolario di Quartiere* (si veda *paragr. 1.1.4*), progetto di design partecipativo che mira ad attivare riflessioni e dialoghi su temi di particolare interesse per la zona, partendo da un'auto interrogazione sui significati di parole chiave quali *spazio*, *degrado*, *senso di appartenenza*, *memoria*. L'attività di raccolta delle parole chiave ha richiesto un lavoro "social" sia nella sfera *online* che in quella *offline*. Grazie all'impiego dei volontari della redazione di Radio NoLo, la comunità ha ragionato sulle parole più abusate a NoLo per descrivere il quartiere e la sua trasformazione, quelle che riecheggiano più spesso nelle piazze reali e in quelle virtuali (NoLo Social District⁷³). La raccolta di diverse voci e la messa in evidenza di convergenze e divergenze d'opinione costituiscono la volontà di dar vita a conversazioni promotrici di una cultura della trasformazione sociale, nella quale il contributo di ognuno è fonte di nuove e preziose

⁷⁰ *Polisocial: Il programma di impegno e responsabilità sociale @Politecnico di Milano*, a cura di Politecnico di Milano, sito web, <<http://www.polisocial.polimi.it/it/off-campus/>> [14/04/21]

⁷¹ Il seguente elaborato è stato realizzato nel periodo tra marzo e maggio 2021.

⁷² *Radio Nolo: racconti dal Quartiere*, sito web, <<https://radionolo.it/>> [14/04/21]

⁷³ *NoLo Social District - Nord Loreto, Milano*, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

prospettive. Tali voci provengono da chi spesso oggi è tagliato fuori dai discorsi (stranieri, anziani, bambini, portatori di handicap) ma anche da coloro che nel quartiere operano creativamente: progettisti, personalità rivoluzionarie quali intellettuali, scrittori e artisti possono aiutare a cambiare prospettiva sulle cose. Alimentando conversazioni sulle necessità e sulle potenzialità dell'area, il progetto ha l'obiettivo di esplorare nuove possibili azioni di trasformazione da attivare sul quartiere, a partire dalle parole chiave che meglio ne definiscono l'immagine.

All'interno dello spazio di Off Campus NoLo si prospetta di poter far presto incontrare le idee delle persone e dei gruppi informali col know-how degli esperti: partendo dalla segnalazione dell'emissione di nuovi bandi comunali e/o della messa a disposizione di risorse da parte degli enti locali, il luogo vuole aggregare la comunità attorno a un tavolo, quindi essere *catalizzatore di relazione*⁷⁴, per avviare azioni di progettualità partecipata, democratica e condivisa.

In attesa di tempi migliori per mettere in atto tale piano, il team di Off Campus si mette a disposizione della Social Street offrendosi volontario nella raccolta e redistribuzione dei pacchi alimentari parte del progetto solidale *Spesa Sospesa NoLo*⁷⁵. Sfruttando il proprio posizionamento strategico in pieno Mercato Comunale, da inoltre una mano a realizzare le spese "sospese" e ad accogliere chi decide di fare richiesta del sostegno come beneficiario. Obiettivo dell'iniziativa è mettere in contatto chi non può permettersi una spesa settimanale con chi invece può e vuole dare una mano a questi individui regalandone una, donando una cifra rappresentativa a piacere (da 30 euro in su) per mezzo di una piattaforma dedicata, che viene interamente devoluta per l'acquisto di prodotti dello stesso Mercato. In questo modo si genera un circolo di solidarietà che va ad aiutare sia coloro che hanno bisogno di un sostegno alimentare, sia i piccoli commercianti di zona. Più importante ancora, come testimonia in più occasioni sulla pagina Facebook di NoLo Social District⁷⁶, quest'onda di generosità e di amore per il prossimo ha generato in alcuni cittadini membri della Social Street il desiderio spontaneo di portare avanti l'iniziativa in autonomia, con l'acquisto indipendente e la consegna diretta di una "spesa sospesa" ad amici, vicini di casa o conoscenti in difficoltà economica.

Interessante è notare come l'iniziativa sia nata quasi per caso, e soprattutto *dal basso*. Il progetto è difatti partito da un semplice post tramite il quale uno di coloro che oggi sono a tutti gli effetti considerati i co-fondatori dell'iniziativa aveva espresso la volontà di acquistare, sul modello napoletano del *caffè sospeso*⁷⁷, una spesa alimentare da consegnare ad un soggetto in difficoltà, nella presa di coscienza che il 2020 fosse stato per molti un anno difficile. Le reazioni al post hanno subito manifestato il desiderio di tanti a mettersi a disposizione allo stesso modo, e non troppo tempo dopo i numeri erano tanto alti da consentire di portare le azioni su un piano strutturato, quindi di realizzare di un servizio dotato di attori (volontari) e di una piattaforma digitale, il tutto sostenuto dalla stessa Social Street.

⁷⁴ Giacomelli, A., *Il Politecnico crea il laboratorio di quartiere in città. Nasce a Nolo e si chiama Off Campus*, in *CSRnatives*, 2020, <<https://www.csrnatives.net/post/il-politecnico-crea-il-laboratorio-di-quartiere-in-citta%C3%A0-nasce-a-nolo-e-si-chiama-off-campus>> [14/04/21]

⁷⁵ *Spesa Sospesa Nolo*, sito web, <<https://spesa-sospesa.web.app/>> [14/04/21]

⁷⁶ *NoLo Social District - Nord Loreto, Milano*, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

⁷⁷ Il caffè sospeso è un'abitudine solidale che vede gli avventori di un bar donare una tazzina di caffè a beneficio di uno sconosciuto in difficoltà.

3.4 Il PuntoCom di Via Padova

3.4.1 Il programma Lacittàintorno di Fondazione Cariplo a Milano

Lacittàintorno è il programma triennale intersettoriale di rigenerazione urbana, promosso da Fondazione Cariplo, che si propone di sviluppare e migliorare il benessere e la qualità della vita per gli abitanti dei quartieri intorno al centro storico di Milano⁷⁸. Con un investimento complessivo di 10 milioni di euro, il progetto è promotore di un processo di rigenerazione urbana che mira a portare valore in particolare nelle aree urbane periferiche, trasformandole in poli attrattivi per le reti e le comunità: aumentando le iniziative culturali, economiche e creative e rendendo la comunità locale attiva e partecipe, protagonista del proprio quartiere.

In queste zone, parallelo alle criticità tipiche del contesto periferico di una grande metropoli, è presente un ricco tessuto di associazioni, cooperative sociali e gruppi informali che costituisce una preziosa opportunità di sviluppo. Il programma Lacittàintorno, infatti, si basa sulla collaborazione tra diversi attori, anche locali: Istituzioni, Università, scuole, attori del privato sociale e dell'associazionismo locale e cittadini. Partner strategici sono il Comune di Milano, con il quale è stato siglato un protocollo d'intesa che prevede un mutuo impegno nel realizzare azioni coordinate per il miglioramento e la valorizzazione di alcuni quartieri periferici, sperimentando azioni orientate all'inclusione sociale e alla sostenibilità, e il Politecnico di Milano, il cui Dipartimento di Architettura e Studi Urbani è incaricato di sviluppare percorsi di ricerca territoriale tramite il coinvolgimento delle stesse comunità di delineare quadri conoscitivi dei contesti d'intervento. I coordinatori del programma hanno infine aperto il dialogo con alcune associazioni di categoria, fondazioni d'impresa e realtà aziendali, che si sono manifestate particolarmente interessate a contribuire al rafforzamento del tessuto economico dei quartieri periferici.

Lacittàintorno è un programma intersettoriale, fondato cioè sulla tessitura di saperi, esperienze e relazioni attorno alle quattro aree filantropiche – Ambiente, Arte e Cultura, Ricerca Scientifica e Servizi alla Persona⁷⁹. L'azione del programma di Lacittàintorno si articola in una serie di attività di coinvolgimento delle comunità locali diversificate per accessibilità e impegno richiesto, in modo tale da rendere possibile la partecipazione più vasta possibile, e vengono declinate a seconda dei quartieri d'intervento in base alle caratteristiche specifiche di ciascuno. Lacittàintorno promuove inoltre momenti di riflessione trasversale sulla rigenerazione urbana e sulle sfide dello sviluppo sostenibile nelle città, coinvolgendo non solo architetti e urbanisti ma anche la società civile, il mondo dell'impresa, del commercio, dell'artigianato e i cosiddetti *citymaker*.

La sfida più ambiziosa è stata avviata nell'ottobre 2016 attraverso una sperimentazione in alcune aree "pilota" milanesi: Adriano-Via Padova, Corvetto-Chiaravalle, rispettivamente aree a nord-est e a sud-est rispetto al centro storico della città. Il programma punta a rendere i quartieri più vivibili

⁷⁸ *La città Intorno: Più spazio in città*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://lacittaintorno.fondazionecariplo.it>> [06/05/21]

⁷⁹ *Via Padova. Conoscenza per il cambiamento*, a cura di Fondazione Cariplo, 2019, PDF, <https://lacittaintorno.fondazionecariplo.it/wp-content/uploads/2019/11/Lacittaintorno_quaderno-Padova.pdf> [14/04/21]

arricchendoli di nuovi servizi e funzioni che siano in grado, contemporaneamente, di aumentare le opportunità a disposizione degli abitanti e di attrarre pubblici provenienti dal resto della città⁸⁰.

Ambisce ad agire nei quartieri pilota seguendo tre elementi essenziali: la rigenerazione senza gentrificazione, l'autogenerazione di valore, il protagonismo delle comunità⁸¹.

L'auspicio è che, elaborando politiche di sviluppo urbano basate sui quadri conoscitivi sviluppati a supporto del programma, sia possibile comporre un piano di interventi unitario, coerente e armonioso nei contesti d'intervento a partire dall'azione degli attori coinvolti.

I dispositivi principali attraverso cui prenderanno piede le azioni più significative di Lacittaintorno sono i *PuntoCom*, i Punti di Comunità (o *Community Center*), luoghi polifunzionali di aggregazione, centri aperti all'incontro, alla fruizione di servizi e alla partecipazione ad attività culturali, formative, progettuali, orientate al lavoro, allo scambio e alla creazione di innovazione⁸². Il PuntoCom vuole essere punto di aggregazione, punto di gravitazione dell'attività sociale e punto di partenza per estendere il coinvolgimento a tutto il quartiere.

L'obiettivo è quello di avviare un PuntoCom in ogni quartiere, ed allargare il discorso al tema del cibo: si parla infatti anche di *Community Food Hub*, spazi rispetto ai primi dotati di una cucina e che oltre ad una funzione aggregativa assumono una funzione educativa circa i temi della corretta alimentazione e degli stili di vita sani⁸³. In queste strutture, il tema del cibo si presterebbe ad essere declinato in una serie di attività diverse, dai laboratori e i corsi alle conferenze e momenti ricreativi; vi saranno incoraggiate la filiera corta e iniziative di condivisione quale l'orto di quartiere. Il primo Community center-Food Hub nascerà al quartiere Adriano nell'ex asilo nido di Largo Bigatti, ma sono allo studio anche altre ipotesi, una delle quali potrebbe interessare l'Ex Convitto del Parco Trotter a NoLo.

I Punti di comunità sono pensati per essere gestiti da gruppi di più attori e basati su un modello capace di combinare impatto sociale e sostenibilità economica. Per questo motivo potrebbero intercettare più facilmente i soggetti maggiormente strutturati che non le piccole associazioni, i gruppi informali e i singoli cittadini⁸⁴.

Essi possono divenire promotori di Luoghicomuni, il programma di Fondazione Cariplo con cui si trasformano gli incolti urbani in giardini e orti condivisi. Vi è inoltre il bando Sottocasa Fondazione Cariplo, con cui le organizzazioni, attive nei quartieri d'intervento ma non solo, vengono invitate a proporre iniziative di natura culturale e aggregativa capaci di coinvolgere pubblici diversificati e appartenenti a generazioni diverse, che raramente hanno l'opportunità di incontrarsi e dialogare⁸⁵. Dai concerti jazz ai laboratori di disegno animato, Sottocasa intende arricchire l'offerta culturale nei territori fragili di Milano sostenendo iniziative capaci di promuovere la partecipazione culturale di

⁸⁰ *ivi*.

⁸¹ *La città Intorno: Più spazio in città*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://lacittaintorno.fondazione-cariplo.it/>> [06/05/21]

⁸² *Punti di Comunità*, Lacittaintorno, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://lacittaintorno.fondazione-cariplo.it/punti-di-comunita/>> [06/05/21]

⁸³ *ibidem*.

⁸⁴ *Via Padova. Conoscenza per il cambiamento*, a cura di Fondazione Cariplo, 2019, PDF, <https://lacittaintorno.fondazione-cariplo.it/wp-content/uploads/2019/11/Lacittaintorno_quaderno-Padova.pdf> [14/04/21]

⁸⁵ *ibidem*.

fasce sempre più ampie della popolazione residente e di intercettare pubblici sia locali sia cittadini. L'edizione precedente, partita nel 2017 nell'ambito del programma di Lacittaintorno, grazie al quale sono state coinvolte oltre 60 organizzazioni e 43.000 persone, vede riconfermare gli obiettivi per il nuovo bando che scadrà al più tardi nell'ottobre 2021⁸⁶.

La scommessa di Fondazione Cariplo è che questa pluralità di iniziative, promosse in maniera sinergica e in collaborazione con gli attori del territorio, consenta alle comunità presenti e attive nelle aree di sperimentazione e in tutte quelle che saranno coinvolte successivamente, di trasformare i propri territori in nuovi centri di attrazione e di stimolo per tutta la città.

3.4.2 Il PuntoCom di Via Padova: il Punto di Comunità di Lacittaintorno a NoLo

A NoLo, e nello specifico in Via Padova, come visto nel primo capitolo una delle direttrici principali del quartiere, Lacittaintorno punta sul recupero e rilancio dell'Ex Convitto del Parco Trotter per la realizzazione del *PuntoCom*⁸⁷ (o Punto di Comunità) destinato a ospitare attività e servizi di utilità sociale e di rigenerazione del quartiere. A mettere in moto l'iniziativa, un bando di coprogettazione promosso dal Comune di Milano. Tra i nomi figuranti nell'ATI selezionata, merita una menzione la già citata Cooperativa Comin, riunitasi nel 2019 a un tavolo di coprogettazione con il Comune di Milano e Fondazione Cariplo, per tracciare un disegno dei servizi che avrebbero interessato il futuro PuntoCom. L'apertura del PuntoCom, prevista nel 2021, potrebbe aver subito rallentamenti a causa degli avvenimenti straordinari del presente e dello scorso anno.

L'approvazione del progetto definitivo dell'Ex Convitto è stata per il quartiere una felice notizia.

Dopo vent'anni, si avvia concretamente il recupero di un pezzo di storia di Milano che si inserisce in un patrimonio vivo e ricco, fatto del lavoro e della passione di tanti cittadini che negli ultimi anni hanno seguito col fiato sospeso gli sviluppi riguardanti il futuro del Parco Trotter.

Strutturalmente, l'Ex Convitto, situato all'interno del parco e a ridosso di via Padova, si presenta come un complesso di 7 padiglioni dismessi e collegati tra loro, che saranno restaurati grazie a un contributo straordinario di 8 milioni di euro deliberato da Fondazione Cariplo⁸⁸.

Il progetto di riqualificazione, elaborato dai tecnici del Comune in collaborazione con il Politecnico di Milano, prevede il recupero dei locali e la conservazione delle caratteristiche originarie del complesso: in particolare, gli interventi concordati riguardano la messa in sicurezza e il rinforzo strutturale dell'immobile, la ristrutturazione generale, gli adeguamenti normativi e il rifacimento degli impianti. Si tratta di un'opera inserita nel Piano Triennale delle Opere pubbliche 2013, dell'importo totale di 12 milioni di euro (contributo di Fondazione Cariplo compreso⁸⁹).

⁸⁶ *La città Intorno: Più spazio in città*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://lacittaintorno.fondazionecariplo.it>> [06/05/21]

⁸⁷ *ibidem*.

⁸⁸ *ibidem*.

⁸⁹ *Trotter: Davvero una buona notizia*, a cura di La Città del Sole - Amici del Parco Trotter Onlus, sito web, <http://www.parcotrotter.org/news/index.php?option=com_content&view=article&id=290:ex-convitto> [14/04/21]

Il nuovo plesso ospiterà, oltre a quelle di tipo sociale, anche attività di tipo didattico. Oltre al PuntoCom, cui verranno destinati circa 2.630 mq della superficie totale del complesso, sarà infatti recuperata anche la funzione storica dell'ex convitto, che a partire dagli anni Venti è stato un centro educativo che ha ospitato scuole elementari e medie (si veda *paragr. 1.1.1*).

La valutazione delle proposte pervenute al Comune di Milano, illustranti gli spunti delle diverse ipotesi di coprogettazione, si è basata su elementi qualitativi di impatto sociale e ambientale ed economici. In particolare, è stato preso in esame il grado di integrazione fra servizi proposti e territorio, di varietà delle esperienze proposte ad inclusione dei soggetti svantaggiati, di accessibilità economica e di integrazione tra generazioni e culture. Sono state valutate anche le modalità innovative di ingaggio della comunità locale, l'intensità e la qualità delle attività finalizzate all'educazione e alla formazione, la creazione di lavoro e di inclusione lavorativa, l'efficienza energetica e la produzione e l'utilizzo di prodotti biologici e a filiera corta.

Il Punto di Comunità, descritto dalla formula spazi+comunità, si propone quindi come luogo organizzato di aggregazione ed integrazione sociale, di partecipazione culturale, inclusione lavorativa e formazione professionale.

Si pone come attivatore di Welfare in quanto ha l'obiettivo di generare, con le sue azioni, un impatto sociale nel territorio di riferimento tale da costituire un modello in grado di autosostenersi superato il termine del programma finanziato da Fondazione Cariplo. Il PuntoCom di via Padova diventerà luogo di innovazione e di riferimento per il quartiere e per la città, con la cucina al centro di un dialogo dove mangiare diventa azione di condivisione e stare insieme a tavola occasione di coproduzione e scambio culturale. Linee che guideranno il progetto sono coesione e aggregazione, ma anche portierato sociale, riuso creativo, attivazione di percorsi di formazione e inclusione sociale, produzione di cibo e di eventi e laboratori culturali, mercatini, avvio lavoro e lotta alla dispersione scolastica⁹⁰.

3.5 Casa delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2

La Casa delle Associazioni e del Volontariato accoglie le associazioni attive in ciascun Municipio della città di Milano e consente loro libero accesso e utilizzo di servizi e risorse utili allo sviluppo del lavoro⁹¹. Il Comune di Milano ha previsto la costituzione di una Casa delle Associazioni e del Volontariato per ogni Zona (Municipio) del decentramento cittadino. Le Case sono quindi strutture al supporto del Welfare locale, realtà al servizio delle associazioni gestite dalle associazioni stesse, che costituiscono luoghi di animazione del tessuto associativo e incubatori di progettualità.

La nascita di tali strutture è da ricondursi alla capacità del Comune di Milano di riconoscere il

⁹⁰ *La città Intorno: Più spazio in città*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://lacittaintorno.fondazionecariplo.it>> [06/05/21]

⁹¹ *Casa delle Associazioni nel Municipio 2*, a cura di Comune di Milano, sito web, 2021, <<https://www.comune.milano.it/servizi/casa-delle-associazioni-nel-municipio-2>> [14/04/21]

contributo cruciale che l'associazionismo e il volontariato offrono alla comunità locale in termini di coesione sociale, sviluppo, solidarietà, partecipazione e cittadinanza attiva, nonché la necessità di quest'ultime di essere sostenute e rafforzate nella loro capacità di azione sul territorio.

Le Case delle Associazioni e del Volontariato sono infatti state costituite proprio per sostenere e promuovere la crescita dell'associazionismo nella città di Milano e per aiutare tutte le associazioni a svolgere al meglio la propria attività, gestite da un comitato composto dai rappresentanti del Comune e del Consiglio di zona e dai rappresentanti delle associazioni che insieme programmano l'attività della Casa⁹². Ad esse possono aderire le associazioni iscritte agli Albi di Zona, le organizzazioni di volontariato e le associazioni iscritte ai rispettivi Registri regionali e i gruppi spontanei associativi non iscritti ai Registri. Se lo spazio logistico lo consente, anche i cittadini possono essere attori e promotori di iniziative.

Tra i servizi offerti dalla Case delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2 agli enti iscritti, figurano la messa a disposizione di postazioni ufficio, di sale riunioni e sale per la formazione, di spazi espositivi e per eventi. Lasciano libero accesso inoltre a strumenti digitali e di supporto al lavoro digitale, prima su tutti la connessione a internet, e materiale informativo in formato stampato o digitale sulle altre associazioni, sui loro progetti ed eventi⁹³.

Lo spazio si configura infatti, inoltre, come *info point* per gli enti che fanno richiesta di informazioni, come luogo dove trovare consulenza per comunicare al meglio iniziative semplici e campagne di sensibilizzazione, come *meeting point* tra le associazioni e la cittadinanza. Per accedere alla location e ai servizi messi in condivisione, è previsto un servizio di accompagnamento all'iscrizione agli Albi di Zona per ogni ente, che si tratti di una semplice associazione o di un'organizzazione di volontariato. Anche i cittadini quindi possono accedere allo spazio, liberamente e gratuitamente, incontrare le associazioni per conoscerne le opportunità di volontariato attivate sul territorio ed effettuare colloqui di orientamento per facilitare l'avvicinamento. A questo proposito, sono organizzate annualmente le Giornate del volontariato, eventi di incontro e sensibilizzazione della cittadinanza attiva. Occasionalmente le Case organizzano con il Consiglio di zona feste ed iniziative di quartiere per farsi conoscere dai cittadini e per favorire la partecipazione alle iniziative di volontariato, richiedendo una donazione di tempo e risorse⁹⁴.

Le Case, forti della presenza fisica e del posizionamento sul territorio, orientano la propria attività nella direzione di promuovere buone pratiche di condivisione e collaborazione: sono luoghi in cui le associazioni possono reperire strumenti e trovare nuovi volontari, ma anche soprattutto elaborare idee, coprogettare e realizzare progetti comuni e partecipare a progetti finanziati dalle istituzioni.

⁹² *Le Case delle Associazioni e del Volontariato*, a cura di Granelli M., sito web, 2015, <<http://www.marcogranelli.it/le-case-delle-associazioni-e-del-volontariato>> [14/04/21]

⁹³ *Casa delle Associazioni nel Municipio 2*, a cura di Comune di Milano, sito web, 2021, <<https://www.comune.milano.it/servizi/casa-delle-associazioni-nel-municipio-2>> [14/04/21]

⁹⁴ *Le Case delle Associazioni e del Volontariato*, a cura di Granelli M., sito web, 2015, <<http://www.marcogranelli.it/le-case-delle-associazioni-e-del-volontariato>> [14/04/21]

Per ciò che riguarda la comunicazione del servizio offerto alle realtà sociali del quartiere, la Casa delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2 ha aperto una pagina Facebook⁹⁵ tutta sua quale mezzo prevalentemente utilizzato per promuovere l'operato e le nuove iniziative delle associazioni registrate all'Albo di Zona 2. Tuttavia, il mezzo si dimostra scarsamente sfruttato dai cittadini, che restituiscono un livello di interazione utente (*like* e *commenti*) quasi nullo.

3.6 Burlagiò

Burlagiò, Beni Comuni Urbani per l'Attivazione dei Giovani è un progetto di cittadinanza attiva rivolto ai giovani abitanti dei quartieri di Turro, Gorla e NoLo che desiderano contribuire concretamente allo sviluppo urbano della zona. Organizzato da BiPart, Cooperativa Sociale Onlus Tempo per l'Infanzia ed Ecologismo Turismo Cultura, con il Contributo di Fondazione Cariplo, avviato presso il Giardino Nascosto in Cascina Martesana, il progetto Burlagiò intende liberare le energie civiche delle ragazze e dei ragazzi di età compresa fra i 14 e i 30 anni e iniziare con loro un percorso di cura condivisa dei beni comuni⁹⁶.

L'obiettivo del progetto è promuovere la coesione sociale e l'attivazione dei ragazzi, avviando un processo in primo luogo di sensibilizzazione, quindi di attivazione della cittadinanza giovane, finalizzato al miglioramento delle condizioni urbanistiche del quartiere e all'ottimizzazione del patrimonio storico urbano. Il percorso intende condurre i giovani cittadini verso lo sviluppo di una riflessione collettiva assieme alla comunità, che passa dall'individuazione di punti di forza e necessità del territorio e dall'elaborazione di proposte sostenibili di miglioramento della vivibilità⁹⁷. Attraverso la messa in realtà di progettualità nate dal basso, le cui proposte d'intervento e gli sviluppi sono frutto di un coinvolgimento diretto delle comunità, Burlagiò vuole porsi come strumento a supporto del Welfare di Comunità quale catalizzatore del pensiero creativo orientato al bene comune ed incanalatore di tali energie creative nella direzione della concretizzazione.

Il progetto prevede difatti un Patto di Collaborazione con il Comune di Milano e nello specifico con il Municipio 2, il quale mette a disposizione spazi pubblici e risorse per avviare lo sviluppo di uno o più progetti concreti sul territorio. Un Patto di Collaborazione è un accordo che permette ad un gruppo di cittadini di realizzare progetti di gestione, manutenzione, miglioramento e attivazione di beni comuni urbani con il supporto dell'amministrazione comunale, che si tratti di intervenire su aree verdi, porzioni di terreno o spazi chiusi.

All'interno di questa esperienza, Burlagiò intende fornire tutto il supporto e gli strumenti necessari per attivare le azioni e comunicarle al meglio.

⁹⁵ *Associazioni della Casa delle Associazioni e del Volontariato Municipio 2*, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/AssCasa2/>> [14/04/21]

⁹⁶ *Burlagiò: Beni comuni urbani per l'attivazione dei giovani*, a cura di BiPart, sito web, <<https://burlagio.org>> [06/05/21]

⁹⁷ *ibidem*.

È richiesto il download di un'applicazione mobile per dare il via ai giochi: un'interfaccia semplice e fresca mostra in primo luogo una mappa digitale interattiva della zona interessata, dove alcuni pin di diverso colore indicano punti specifici del territorio. Pin rossi indicano i luoghi segnalati dagli utenti quali critici e quindi meritevoli di intervento, che si tratti di una ristrutturazione o di un completo rifacimento; pin verdi indicano quegli elementi urbani o quelle zone che, sulla base di determinati fattori, per qualcuno detengono un alto potenziale progettuale: si parla in questo secondo caso di interventi di rilevazione e/o di riqualificazione. Ogni pin del primo tipo è corredato da una descrizione del luogo, dalla segnalazione delle criticità constatate e da eventuali commenti pervenuti da altri utenti. Questi ultimi possono esporsi sull'argomento anche per mezzo di indicatori di "gradimento" del luogo, pulsanti digitali che rappresentano stati d'animo più o meno allegri: da legenda, l'*emoticon* sorridente lascia intendere che quel luogo è, nell'opinione personale, in buono stato; quella neutra simboleggia un sentimento né particolarmente positivo né negativo in merito; quella arrabbiata è metafora di condivisione dell'opinione del creatore del pin che il luogo in questione versi in condizioni critiche per le quali si rendono necessarie delle azioni. Tale sistema di segnalazione dello stato degli elementi urbani rappresenta un primo esempio di *social mapping*⁹⁸ e di *e-democracy*⁹⁹. Da un lato fornisce ai cittadini uno strumento per restituire una rappresentazione tematica quanto più fedele della realtà del quartiere (in questo caso, una mappa dei luoghi che necessitano di un intervento, realizzata da coloro che quei luoghi li vivono nella quotidianità), dall'altro fornisce un mezzo per comunicare e confrontare democraticamente i diversi punti di vista. La possibilità degli utenti di intervenire non solo sulla mappa ma anche sui contributi di altri, permette un confronto delle opinioni e la restituzione di un'immagine quanto più veritiera delle condizioni del luogo e dell'urgenza di apportarvi delle modifiche rispetto, ad esempio, agli altri punti segnalati sulla mappa.

Il discorso dei pin verdi è quello che riguarda invece più da vicino il carattere coprogettuale di Burlagìo, quello che tira in gioco le idee e le opportunità di incidere significativamente sul benessere del quartiere: quello che apre le porte a prospettive più grandi. L'esperienza si svolge come segue: si segnala un luogo nel quartiere, lo si descrive valutando se è in condizioni buone o cattive, se ne racconta l'importanza che ha per il quartiere e per la comunità; infine si propone un'idea di riqualificazione e la si comunica all'esterno dell'app (tramite canali digitali o campagne di altro tipo), in particolar modo nel quartiere stesso, per farla votare. Si fa lo stesso anche nel caso di un progetto precedentemente ponderato di cui si vogliono valutare, quindi raccogliere, consensi.

Burlagìo mette inoltre a disposizione un percorso formativo di 40 ore, dal calendario prestabilito, uno strumento di supporto allo sviluppo delle competenze utili a incubare adeguatamente l'idea e a portarla sul piano della realizzazione concreta una volta conclusa la fase di presentazione, candidatura e raccolta dei voti.

⁹⁸ Il social mapping è una pratica che consente a utenti comuni di integrare una mappa digitale segnalando luoghi specifici in linea col tema.

⁹⁹ La e-democracy è una forma di democrazia partecipativa che si avvale delle moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione 2.0.

Prima di passare alla fase di coprogettazione dell'idea selezionata, Burlaglio estende a tutti gli abitanti della zona tra i 14 e i 30 anni un sistema di iscrizione per prendere parte attiva ad un laboratorio di sviluppo finale del progetto. Agli ultra-trentenni dunque è permessa la sola attività di mappatura del territorio e di promozione dell'iniziativa: una scelta forse limitante ma in accordo con lo spirito vivace del progetto e con la volontà di portare avanti una progettualità tutta giovane. A fronte di una redazione del piano dei costi da sostenere e delle tempistiche di realizzazione, il Municipio 2 di Milano si impegna a collaborare alla definizione del progetto elaborato dal team e a supportarlo economicamente con un contributo di start-up che può arrivare a coprire fino all'80% le spese complessive di sviluppo¹⁰⁰. Ennesima testimonianza dell'impegno dell'Amministrazione comunale nei quartieri periferici della città, attraverso il sostegno di iniziative di coinvolgimento dal basso, grazie alla collaborazione costante con associazioni, enti e realtà attive sul territorio.

Oltre all'esperienza legata alla piattaforma, Burlaglio è anche creatore di occasioni di aggregazione e confronto con la comunità. Offre laboratori aperti alla cittadinanza, tavoli di confronto creativo e costruttivo per chiunque voglia portare le proprie idee progettuali da trasformare in azione partecipata sul territorio, senza necessità di registrazione; pianifica mostre che raccolgono e illustrano il lavoro svolto all'interno del progetto Burlaglio tra mappature di quartiere, interviste, fotografie, rendering e modellini; organizza camminate di quartiere, passeggiate per le vie e i parchi della zona Gorla-Turro-NoLo guidate dai ragazzi che portano avanti il progetto di Burlaglio, pensate per osservare e valutare in gruppo i luoghi indicati dagli abitanti come interessanti per la loro bellezza o per la loro potenzialità di trasformazione.

Per concludere, si vuole riportare brevemente un esempio dell'utilizzo efficace di questo mezzo in tempi recenti: dopo mesi di incontri svolti nel quartiere e tra i suoi abitanti per scovare beni comuni da riqualificare e dopo aver dato il via ad una maratona di idee, attraverso un laboratorio di progettazione partecipata, un gruppo di giovani dai 14 ai 30 anni è riuscito a proporre 3 progetti per il quartiere di Gorla e Turro, tra i quali *LiberArti Festival*, un festival multidisciplinare ed interattivo aperto gratuitamente a tutti, in grado di coinvolgere attivamente i giovani nelle diverse discipline artistiche e nella partecipazione ad alcune performances¹⁰¹.

Per loro il Comune ed il Municipio 2 hanno messo a disposizione spazi pubblici e risorse per avviare uno o più progetti concreti sul territorio e un laboratorio di coprogettazione. Inoltre, il corso ed i progetti derivanti hanno ricevuto un contributo da Fondazione Cariplo. I risultati del percorso di partecipazione saranno esposti in una mostra che si terrà all'interno della galleria espositiva El Bagnin de Gorla in Cascina Martesana.

¹⁰⁰ *Burlaglio: Beni comuni urbani per l'attivazione dei giovani*, a cura di BiPart, sito web, <<https://burlaglio.org>> [06/05/21]

¹⁰¹ *ibidem*.

3.7 Comune di Milano

Al fine di non riportare una visione riduttiva dei Sistemi di Welfare di Comunità attivi a NoLo, che come si vuole ricordare è un termine che indica quei progetti nati per favorire la partecipazione collettiva alle questioni riguardanti il quartiere, quegli strumenti sviluppati per la fruizione di servizi orientati al benessere del cittadino e al contrasto delle situazioni di povertà e persino quegli artefatti utili a comunicare i servizi di utilità collettiva, pensati e sviluppati dagli abitanti stessi organizzati in gruppi più o meno formali, è bene estendere almeno in questa fase lo sguardo su qualche realtà esterna al quartiere ma che ha o può con probabilità avere le sue ripercussioni sul quartiere. Si parla, ovviamente, dei sistemi di Welfare cittadino sviluppati e promossi dal Comune di Milano e attivi a beneficio dell'intera città. Si fa riferimento, in questa sede, degli strumenti digitali messi a disposizione da questa, poiché se parliamo di iniziative dovremmo citare anche progetti come Lacittaintorno e QuBi, i quali hanno un loro coordinamento territoriale all'interno del Municipio 2 ma fanno capo a Istituzioni che hanno sguardo più ampio.

Tornando al discorso sugli strumenti digitali che il Comune mette a disposizione della cittadinanza, una menzione la merita certamente il *Geoportale*¹⁰² delle mappe tematiche di Milano. Si tratta di mappe digitali navigabili, ciascuna arricchita da *pin* aventi diverso trattamento grafico (forme geometriche, colori, icone) o scandita da aree colorate rappresentanti i confini dei Municipi, dei NIL¹⁰³ o dei quartieri. Ognuna dotata di una sua legenda laterale interattiva che, mostrando voci selezionabili, funge da barra di navigazione che opera secondo il criterio della ricerca per filtri.

All'interno del Geoportale, quindi nella sezione del sito del Comune di Milano dedicata alle mappe virtuali, è possibile trovare una mappa per ogni tematica. Il filo conduttore che le lega, il denominatore comune, è uno soltanto: l'estensione di ciascuna ricerca ai confini dell'area metropolitana della città. Vi si trovano mappe sulla conformazione storica degli agglomerati urbani, sulla distribuzione delle biblioteche o delle case dell'acqua o sulle affissioni pubblicitarie, per citarne qualche esempio. Si riporta questo caso di ricerca per il semplice motivo che il Comune ha elaborato anche – mediante questo strumento che si dimostra decisamente versatile – mappe segnalanti luoghi distributori di servizi utili alla cittadinanza. Due esempi trovati sono una mappa dei servizi all'infanzia da 0 a 6 anni¹⁰⁴ e una di servizi utili per gli stranieri¹⁰⁵. L'intenzione del Comune pare quella di voler intercettare le necessità di orientamento ai servizi riscontrate dai suoi cittadini, ma effettuando di volta in volta mappature specifiche e mettendo a disposizione mappe individuali di servizi riconducibili ad un'unica categoria.

Il Comune di Milano viene incontro alle esigenze dei cittadini dei singoli Municipi offrendo pagine web dedicate alle singole municipalità. All'interno di quella relativa al Municipio 2¹⁰⁶ è possibile

¹⁰² *Geoportale del Comune di Milano*, a cura di Comune di Milano, sito web, 2021, <<https://geoportale.comune.milano.it>> [14/04/21]

¹⁰³ I NIL, o Nuclei di Identità Locale, sono suddivisioni territoriali del Comune di Milano previste dal Piano di Governo del Territorio 2012 (PGT).

¹⁰⁴ *Mappa dei servizi per l'infanzia (0-6 anni)*, a cura di SIT Comune di Milano, sito web, <<https://geoportale.comune.milano.it>> [14/04/21]

¹⁰⁵ *Mappa dei servizi per stranieri*, a cura di SIT Comune di Milano, sito web, <<https://geoportale.comune.milano.it>> [14/04/21]

¹⁰⁶ *Municipio 2*, a cura di Comune di Milano, sito web, <<https://www.comune.milano.it/web/municipio-2>> [14/04/21]

trovare una sezione elencante alcuni servizi civici che questo offre, come il servizio di accesso agli atti delle pratiche edilizie, ascolto e sostegno psicologico per giovani, attività artistiche e culturali, richiesta di attestazioni ISEE, consulenza per coppie in difficoltà. Ciascuna voce apre una schermata riportante le indicazioni necessarie a richiedere detti servizi e/o gli indirizzi degli sportelli a cui fare richiesta presentandosi personalmente.

La situazione storica odierna, in riferimento alla situazione di difficoltà generale causata dalla pandemia da COVID-19¹⁰⁷, ha mobilitato l'impegno del Comune di Milano nei confronti di un'azione di mappatura a sostegno delle famiglie costrette nella propria abitazione e delle categorie duramente colpite dei commercianti di generi alimentari e dei ristoratori. Ha difatti sviluppato una mappa digitale georeferenziata, basata sul modello delle mappe tematiche del Geoportale, che permette a tutti i cittadini milanesi di conoscere le piccole attività commerciali dei propri quartieri che vendono prodotti di prima necessità ed effettuano consegne a domicilio. Tale strumento è stato collocato in un nuovo sito a cura del Comune di Milano, chiamato Milano Aiuta¹⁰⁸. Per l'occasione, il Comune ha di fatto costituito una rete di aiuto per fronteggiare l'emergenza, chiamando a raccolta volontari, aziende e privato sociale. Nella pagina vengono visualizzate le istruzioni per ricevere assistenza, per attivare servizi dedicati a persone fragili e per reperire indicazioni utili per attivarsi come volontari. Per realizzare la mappa del servizio di spesa a domicilio è stato stilato un elenco di 370 realtà nato dalla collaborazione del Comune di Milano con i nove municipi della città, Confcommercio Milano e il suo sistema associativo, le associazioni locali e le principali Social Street presenti in città.

Per ultimo si vuole citare un esempio di strumento di Welfare cittadino del tutto diverso ma ugualmente importante, anche per gli stessi abitanti di NoLo: il Bilancio Partecipativo. È uno strumento di amministrazione partecipata ormai diffuso in tutto il mondo che, sulla base di un budget stanziato da un ente pubblico (di solito il Comune) permette direttamente ai cittadini di proporre, progettare e votare interventi per il proprio territorio, che verranno poi realizzati dall'ente. Esso si compone di quattro fasi: una prima fase di proposta e supporto, poi la fase di progettazione, voto (previa campagna di comunicazione nei quartieri a discrezione dei partecipanti) e infine la fase di monitoraggio (esaminazione e valutazione). Ciascuna fase è regolata, nei ruoli e nelle responsabilità, da un Patto di Partecipazione, un regolamento che definisce ruoli e modalità di partecipazione e di valutazione, che riguarda il Municipio, i residenti, un Coordinamento Organizzativo e una Commissione Tecnica.

Sperimentato per la prima volta nel 2015, nel 2017 è stata avviata la seconda edizione il cui monitoraggio dei lavori è ancora attualmente in corso e consultabile nella sua forma più aggiornata sul sito dedicato, Milano Partecipa¹⁰⁹. Del Bilancio Partecipativo 2017-18 sono stati proclamati i progetti più votati che andranno in fase di coprogettazione, merita una menzione il progetto

¹⁰⁷ La pandemia di COVID-19 è un'epidemia diffusasi a livello globale da fine anno 2019 e tuttora in corso.

¹⁰⁸ *Milano Aiuta*, a cura di Comune di Milano, sito web, 2020, <<https://www.comune.milano.it/web/milanoaiuta>> [14/04/21]

¹⁰⁹ *Milano Partecipa*, a cura di Comune di Milano, sito web, 2021, <<https://bilanciopartecipativo.comune.milano.it>> [14/04/21]

Mobi¹¹⁰, concepito a NoLo e a cui ha partecipato, fra gli altri membri della Social Street, il Prof. Davide Fassi, Relatore di questo elaborato. Il processo si concluderà negli anni successivi con la realizzazione dei progetti vincitori, ma per il momento a NoLo sono state portate avanti individualmente attività di sperimentazione in collaborazione con la cittadinanza.

3.8 FRCM - Fondazione Rete Civica Milano

Fondazione Rete Civica Milano (o *Fondazione RCM* o ancora *FRCM*) è una fondazione di partecipazione senza fini di lucro che si occupa della diffusione nella comunità civica di strumenti informatici atti a promuovere e favorire la partecipazione cittadina. Si pone a supporto del Welfare civico poiché nasce con lo scopo di mettere a disposizione di Pubbliche Amministrazioni, imprese e no-profit di Milano e provincia, servizi e strumenti di sostegno allo sviluppo di ambienti di partecipazione cittadina attiva e quindi di una democratizzazione dei processi di governance, avvalendosi di strumenti digitali nei processi di formazione, adozione e valutazione delle decisioni e dei servizi di pubblico rilievo¹¹¹. Fra questi, il software openDCN, realizzato in collaborazione il Dipartimento di Informatica dell'Università di Milano, e utilizzato per la gestione di svariate iniziative di coinvolgimento dei cittadini milanesi, tra le quali il Bilancio Partecipativo¹¹² (Milano Partecipa, si veda il paragrafo precedente). Oltre ai Bilanci Partecipativi, percorsi in cui i partecipanti decidono come allocare parte del budget di una organizzazione pubblica o privata, FRCM offre – a Comuni, enti pubblici, associazioni e comitati di cittadini, aziende ed altre organizzazioni – soluzioni per raccogliere pareri o proposte associate a specifiche problematiche e aggregare su di essi opinioni pro e contro, come PartecipaMI¹¹³, piattaforma digitale ma prima di tutto iniziativa dedicata ai cittadini milanesi e ai loro rappresentanti locali per avviare o partecipare alle discussioni inerenti la gestione della vita in città, facendo valere le proprie opinioni all'interno di un sistema democratico (*e-democracy*), nonché per facilitare la connessione e il dialogo tra cittadini e Pubblica Amministrazione¹¹⁴. Offre anche, come *features* della piattaforma openDCN, un calendario eventi per condividere gli avvenimenti che hanno luogo su un territorio, uno strumento di *e-petitioning* per lanciare petizioni online, uno spazio candidati per attivare un dialogo tra i candidati alle elezioni comunali e i cittadini. Fondazione Rete Civica Milano è anche costruzione di gallerie multimediali collaborative, raccolta di proposte e segnalazione di problemi, realizzazione di progetti di mappatura partecipata e raccolta, su una mappa, di segnalazioni integrate con allegati, commenti e

¹¹⁰ Mobi è un progetto di mobilità dolce proposto da un gruppo di membri del NoLo Social District per il Bilancio Partecipativo 2017-18 del Comune di Milano.

¹¹¹ *Fondazione RCM*, a cura di Università degli Studi di Milano, sito web, <<https://www.fondazionercm.it>> [14/04/21]

¹¹² *Milano Partecipa*, a cura di Comune di Milano, sito web, 2021, <<https://bilanciopartecipativo.comune.milano.it>> [14/04/21]

¹¹³ *PartecipaMI*, a cura di Fondazione RCM, sito web, 2021 <<https://www.partecipami.it>> [14/04/21]

¹¹⁴ *Fondazione RCM*, a cura di Università degli Studi di Milano, sito web, <<https://www.fondazionercm.it>> [14/04/21]

gradimento¹¹⁵ (*Social Mapping & Reporting*). Quest'ultimo strumento ricorda il progetto di mappatura collettiva di Burlagìo: non è da escludersi uno sviluppo collaborato della piattaforma, ad ogni modo questa corrispondenza denota certamente un *trend* nel panorama della coprogettazione sociale. FRCM non è solo diffusione di strumenti ma anche collaborazione alla creazione degli stessi sulle esigenze dei committenti, quindi offerta di servizi quali il design, l'allestimento e la personalizzazione grafica degli ambienti informativi e partecipativi della piattaforma openDCN; le attività di ricerca sul campo e in ambito accademico; la moderazione degli ambienti, il *social media management* e il supporto alla gestione delle *communities*; l'assistenza tecnico-scientifica, la gestione informatica e il supporto metodologico alle iniziative di partecipazione online; la gestione di contenuti digitali e la produzione di contenuti originali per promuovere la partecipazione tramite la realizzazione di campagne o iniziative di comunicazione; il monitoraggio, il *data analysis* e la valutazione della partecipazione e degli accessi¹¹⁶.

Oltre a costruire ambienti digitali per far supportare e favorire l'interazione di cittadini, amministrazioni, organizzazioni e imprese, Fondazione Rete Civica Milano mette a disposizione delle associazioni milanesi una piattaforma completamente dedicata, Associazioni Milano¹¹⁷. Associazioni Milano è uno spazio all'interno del quale le associazioni no-profit di Milano e provincia possono trovare strumenti e servizi gratuiti a supporto del lavoro individuale. Vi si trova un elenco delle realtà attive, una descrizione dei servizi erogati e indirizzi e contatti utili a rintracciarle. Offre loro uno spazio web illimitato per creare il proprio sito e una casella email di 10 MB con indirizzo che specifica Associazioni Milano in qualità di provider. Vi è la possibilità di accedere a tre forum pubblici, subito attivi e facilmente integrabili in siti esistenti, perché i siti delle associazioni diventino anche uno strumento di comunicazione interattiva con gli utenti della rete.

I forum infatti possono essere utilizzati sia come aree di discussione nei quali gli utenti possono porre quesiti pubblici e trovare pubblica risposta da parte dell'associazione, sia come contenitori per pubblicare informazioni. Le associazioni aderenti possono creare una o più *mailing list* o *newsletter* per discutere, comunicare e diffondere notizie e informazioni. Possono inoltre creare facilmente degli album di immagini completi di didascalie per informare, condividere e documentare gli eventi e fatti di interesse¹¹⁸.

¹¹⁵ *ivi*.

¹¹⁶ *Fondazione RCM*, a cura di Università degli Studi di Milano, sito web, <<https://www.fondazionercm.it>> [14/04/21]

¹¹⁷ *Associazioni Milano*, a cura di Fondazione RCM, sito web, <<http://www.associazioni.milano.it>> [14/04/21]

¹¹⁸ *ibidem*.

3.9 Overview dei sistemi di Welfare di Comunità a NoLo

In questo paragrafo si esterneranno i primi spunti di riflessione sulla generale situazione di Welfare di Comunità a NoLo, una prima rilevazione qualitativa che incroci punti di forza e criticità emerse. NoLo è un quartiere che si nutre dell'aggregazione spontanea dei suoi abitanti. All'interno del contesto del quartiere di NoLo e nello specifico entro il contesto dei principali sistemi di Welfare rilevati e analizzati, è emerso vi siano dei sistemi di reti cittadine, alcune incomplete, alcune poco gestite; si distinguono gruppi informali e alle volte anche solo singoli progetti capaci di coinvolgere la comunità nella realizzazione di qualcosa che sia di valore per la collettività. Non ve n'è una unica a raggruppamento di tutte le realtà sociali di quartiere, non in termini di rete formale di lavoro. Molte organizzazioni più e meno ampie sviluppano progetti in autonomia sul territorio e all'interno della stessa rete informale, con il risultato di promuovere progetti di breve durata (poiché vi può essere allocato un piccolo budget) e talvolta, senza un'adeguata comunicazione interna, di creare una sovrapposizione nell'offerta generale. La tendenza delle piccole realtà è quella di creare valore per la comunità utilizzando le proprie risorse per avviare progetti che non hanno grande risonanza nel resto della zona; di conseguenza coinvolgono maggiormente i pubblici di prossimità, l'immediato vicinato, le reti di conoscenze personali.

La rete QuBì, attiva a NoLo con il progetto QuBì Loreto, è certamente la più ricca e strutturata poiché vede la collaborazione di diverse organizzazioni, unite nel conseguimento di obiettivi grandi quali la lotta alla povertà nel quartiere nelle sue diverse forme. Nella presentazione di QuBì Loreto¹¹⁹ si indicano chiaramente gli obiettivi del progetto, tra cui l'instaurazione di un Patto Territoriale tra enti del Terzo settore, cittadinanza e Comune, la promozione e la tessitura di legami, l'attivazione delle comunità e la ricomposizione di interventi e risorse. È, fra tutte quelle analizzate, la realtà che maggiormente si cura di *attivare* pratiche di Welfare per la comunità, di mappare le realtà erogatrici nonché quella che si sta muovendo nella direzione di esplorare nuove vie passando per il coinvolgimento della cittadinanza attiva. Off Campus si pone come realtà a supporto del Welfare orientando il proprio lavoro verso il fine di arricchire le competenze dei cittadini per permettere loro di sviluppare, attraverso attività di didattica innovativa, azioni di ricerca responsabile e di coprogettazione a favore della collettività e della crescita del quartiere. WeMi Venini si dedica invece all'ascolto dei bisogni, creando la giusta dimensione di accoglienza e di libero confronto attraverso il dispiego di operatori qualificati e competenti non solo nella sfera dei servizi esistenti, ma anche, e primariamente, nella sfera emotiva ed empatica. Utilizza uno spazio che è luogo di informazione e orientamento per scovare il servizio più adatto alle esigenze delle persone, anche per ciò che riguarda il volontariato, e per supportare le pratiche di attivazione. Il progetto Lacittàintorno si pone a sua volta a supporto del Welfare, occupandosi di creare spazi per favorire l'aggregazione, la condivisione e la co-creazione, una versione "offline" del lavoro di Burlagìo, progetto che intende restituire strumenti digitali utili alla co-pianificazione di interventi di

¹¹⁹ *Un patto per la città: contrastare la povertà, partendo dai minori*, a cura di Fondazione Cariplo, 2017, PDF, <https://www.fondazionecariplo.it/static/upload/qub/qubi_presentazione1.pdf> [06/05/21]

riqualificazione e trampolini di lancio per l'attivazione pratica e concreta. Fuori dal contesto NoLo, il Comune di Milano cerca di comunicare la propria offerta di servizi civici elaborando mappe che si prestano alla consultazione individuale, mentre la Fondazione Rete Civica di Milano punta sulla distribuzione di strumenti digitali che possono prestarsi a supporto dell'attivazione cittadina e del lavoro più o meno individuale degli attori del Terzo Settore.

In questa sezione, e al paragrafo 1.1.4, si sono viste quindi realtà che attivano progetti di Welfare, realtà che supportano azioni di Welfare, realtà che comunicano l'impegno locale. Ognuna di loro riveste un ruolo fondamentale all'interno del sistema, che si articola attraverso tutte e tre le azioni di attivazione, supporto e comunicazione.

Per illustrare qualche criticità constatata, i servizi al cittadino ci sono ma sono scarsamente comunicati a livello di quartiere, le uniche rappresentazioni complessive provengono dagli archivi del Comune di Milano (Geoportale) e trattano un limitato numero di tematiche; non c'è un'adeguata esaustività delle informazioni e alla ricerca individuale si preferisce il canale informale e relazionale del passaparola. La comunicazione dei servizi e delle pratiche di Welfare sui canali digitali principali rappresenta un tipo di informazione che predilige la messa in luce dell'iniziativa fresca, badando poco alla questione della panoramica generale. Ciò accade perché non è semplice realizzare un quadro generale e completo, descrittivo di un contesto in continuo e rapido mutamento. Il lavoro da svolgere in merito non sarebbe indifferente ma porterebbe ad uscire da una dimensione di casualità. Non sono molte le comunicazioni di recruitment per quanto riguarda l'attivazione spontanea alle pratiche di volontariato, e in quei casi ancora una volta la comunicazione è impostata per essere processata da pochi prima di essere sovrastata dalle altre, anche di genere ben differente. È ciò che accade nel gruppo NoLo Social District, che come tutti gli account Facebook si basa sulla logica del *feed* di notizie. Comunicazioni del genere dovrebbero essere "fermate" nel tempo, secondo la logica della *fotografia*, per essere accessibili e fruibili in ogni momento, per un periodo sufficientemente esteso. Mentre una panoramica favorisce una visione di insieme, che consente il confronto, qui esiste una narrazione cronologica lineare a senso invertito. I servizi al cittadino, quelli che non cambiano con tanta frequenza, si possono trovare navigando in internet ma da alcuni è preferibile accedere ad uno sportello per avere informazione ma anche confronto come quello di WeMi Venini, testimonianza del fatto che vi sia bisogno di orientarsi nella complessità.

Il *Welfare di Comunità*, o *Welfare di quartiere*, nasce dall'osservazione che molti fenomeni, quali la solidarietà, stanno acquisendo una valenza spaziale più forte di quella che avevano solo qualche anno fa, radicandosi nei territori e divenendone parte. Per questo motivo bisogna raccogliere le forme di solidarietà, supporto e aiuto che possono essere ricondotte a un vero e proprio sistema di Welfare informale tra abitanti dello stesso quartiere. Data l'esistenza di tante realtà che si reinventano e offrono servizi a cui tradizionalmente provvederebbe il Comune (insight di ricerca per il Laboratorio di Sintesi Finale), una mappatura che coinvolgesse anche quelli e dal format di facile aggiornamento potrebbe essere utile a ottimizzare le risorse interne e a rafforzare la catena del

valore e del senso di comunità. Esiste, fra queste realtà, un forte trend di ibridazione per rispondere a più esigenze e per costituirsi come contenitore di soluzioni a disposizione della comunità, tendenza destinata a crescere. Si rivelerebbe a questo proposito utile uno strumento di mappatura che possa in qualche modo descrivere e valorizzare tale ricchezza che è anche complessità, o perlomeno che possa far emergere, tra le altre, la vocazione sociale di tali soggetti ibridi.

La mappatura dei servizi di Welfare si inserisce in questo contesto quindi con l'obiettivo di elevare il grado di conoscenza e consapevolezza della ricchezza del territorio, valorizzare le risorse comunitarie, mettere in rete servizi pubblici e Terzo settore e realizzare così un Welfare partecipato. Il prodotto finale dovrà essere uno strumento operativo per orientarsi nel panorama delle realtà presenti nel quartiere, utile a Amministrazione, Consigli di Quartiere, operatori dei servizi e, ovviamente, ai cittadini stessi.

Per compiere azioni di supporto e valorizzazione del lavoro sociale di più realtà, sempre ristretto a un contesto di piccole dimensioni, si rende importante lo sviluppo di una comunicazione fra le realtà stesse, interna. Ciò significa creare prima un contenitore, una *rete*. È quindi sui temi di rete, mappatura e mappe sociali di quartiere che si focalizzerà la ricerca sul campo nel prossimo capitolo.

	MODELLO 1	MODELLO 2	MODELLO 3
SISTEMI DI WELFARE DI COMUNITÀ A NOLO	<ul style="list-style-type: none"> • WeMi Venini • Geoportale - Comune di Milano • Milano Aiuta - Comune di Milano • QuBi: la ricetta contro la povertà infantile - Fondazione Cariplo • PuntoCom Via Padova - La Città Intorno 	<ul style="list-style-type: none"> • QuBi: la ricetta contro la povertà infantile - Fondazione Cariplo • Casa delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2 - Comune di Milano • Associazioni Milano - FRCM • NoLo Social District • FRCM - servizi e strumenti digitali (Analisi partecipazione e Monitoraggio) 	<ul style="list-style-type: none"> • NoLo Social District • Off Campus • Milano Partecipa - Comune di Milano • Social Map - FRCM • PuntoCom via Padova - La Città Intorno • Case delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2 • Burlaglio

Tab. 2 - Sistemi di Welfare di Comunità a NoLo

Capitolo 4 - Il processo di ricerca sul campo

4.1 Configurazione della ricerca

Alla luce della ricerca desk sulle realtà e sugli strumenti di attivazione, supporto e comunicazione del Welfare di Comunità del quartiere NoLo, che hanno evidenziato l'assenza di una vera unica rete di lavoro degli attori locali e la presenza tuttavia di una rete informale di cittadini e gruppi minori, la Social Street, attiva e solidale ma guidata da logiche di casualità, ritratto del carattere spontaneo del quartiere e della sua voglia di attivarsi per il bene di se stesso, si intende in questo capitolo riportare l'attività di ricerca sul campo portata avanti per definire un quadro maggiormente completo e realistico della situazione del quartiere a marzo 2021. Il tessuto sociale e le specificità di un territorio possono influenzare lo sviluppo di pratiche di Welfare differenti da quelle elaborate al di fuori. I quartieri sono molto diversi in termini di storia locale, vita associativa e livelli di identificazione nella comunità. Alcuni quartieri sono serviti meglio in termini di infrastrutture e servizi sociali, hanno un numero maggiore di associazioni e altre organizzazioni e un senso di comunità più sviluppato. Ciò significa che i quartieri partono da diversi livelli e che è necessaria una buona conoscenza e comprensione del territorio prima di proporre un sistema di Welfare (la storia del quartiere, le sue caratteristiche, etc.). La creazione di un sistema di Welfare di Comunità necessita che alla base vi sia già una comunità esistente, o che all'interno del quartiere vi sia la percezione che ne esista una. Al momento non esiste una uniformità di procedure formali e struttura organizzativa valida per tutti i territori. Ciascuno di essi dovrebbe essere in grado di riconoscere la strategia e la forma più appropriate da adottare basandosi sulla storia del proprio contesto territoriale e sulle proprie caratteristiche.

L'intervento di ricerca vero e proprio è stato comprensivo di un ciclo di tre incontri informativi con la cittadinanza rappresentativa delle realtà di Welfare di Comunità del quartiere. Di seguito verranno illustrati gli attori coinvolti, i contesti di riferimento, le modalità di svolgimento e la struttura dell'iter metodologico. Seguiranno analisi puntuali delle singole attività, con riferimento alle domande poste e alle dinamiche di discussione dei temi, un riassunto dei risultati ottenuti e una riflessione sulla situazione complessiva.

4.1.1 Gli attori

La selezione degli attori da coinvolgere nel processo di ricerca diretta si è basata sull'analisi delle realtà attive nel panorama del Welfare di Comunità di NoLo illustrata nelle sezioni precedenti. Gli attori contattati fanno per lo più riferimento agli enti precedentemente presentati, dei quali si pongono in rappresentanza. In particolare, si è voluto ricevere il contributo dei rappresentanti di alcune realtà attive nella Social Street, di alcuni enti facenti parte della rete formale meglio strutturata della zona, ovvero QuBi Loreto, e dell'organizzazione che nell'ambito della ricerca desk si è distinta per la volontà e capacità di sviluppare azioni territoriali in collaborazione con i diversi tessuti associazionistici attivi nelle diverse zone del suolo milanese, la Cooperativa Comin. Il rappresentante di quest'ultima realtà nell'ambito della presente ricerca, Luca Rossetti, nello specifico è stato decretato *key actor* del progetto, in nome dell'esigenza di iniziative come questa di avvalersi della collaborazione di un individuo in grado di accompagnare lo svolgimento di attività che entrano nel cuore di un contesto preso in analisi dall'esterno, di accedere a informazioni non rilevabili sul web, di raggiungere gli attori più indicati e di orientare il ricercatore verso una migliore consapevolezza di quelle che sono le effettive dinamiche interne al quartiere e gli approcci più indicati per proporre nuove soluzioni. L'inclusione di un Assistente sociale è rappresentativa invece dell'esigenza di coinvolgere le Istituzioni nel discorso, enti senza i quali è impensabile sperare nell'attuazione di un piano complesso e strutturato e nel perseguimento di risultati significativi.

4.1.2 Estensione della ricerca

Il campo di estensione della ricerca è strettamente legato a due fattori: il primo riguarda la natura del progetto, il secondo il raggio d'azione delle realtà prese in considerazione. Come dichiarato nell'Introduzione di questo elaborato, si vuole indagare il "sistema quartiere", quindi realizzare un ipotetico piano progettuale utile alle organizzazioni presenti e/o attive nel contesto del quartiere di NoLo per avviare azioni che mirino a generare valore all'interno del quartiere stesso. A questo scopo, si includeranno nel discorso le realtà che sono fisicamente presenti nel quartiere e agiscono totalmente entro i confini di esso, quali i gruppi informali della Social Street e le associazioni autonome; allo stesso tempo si allargherà la ricerca a quelle che si configurano come enti promotori di progettualità estese all'intera Città di Milano che sono dotate di una *governance* strutturata in Coordinamenti di Unità Territoriali dislocate sul territorio e comprensive di un Coordinamento attivo nel Municipio 2. Fra queste, QuBi e Lacittaintorno. Data la natura organizzativa e il sistema di finanziamento di questi progetti, sarà fondamentale coinvolgere le Istituzioni, principali catalizzatori di iniziative destinate a pubblici ampi e orientate a generare impatti importanti sulla società e nell'ambito del Welfare. Per non allontanarsi dal contesto di lavoro si terrà in

considerazione un eventuale coinvolgimento del Municipio 2 del Comune di Milano e di un ente promotore di buone pratiche d'impatto territoriale come Fondazione Cariplo, già più volte citata nelle sezioni precedenti a testimonianza dell'impegno portato avanti tanto nella Città di Milano, quanto nello specifico distretto in cui si inserisce NoLo.

Per quanto riguarda i confini tematici, la ricerca e il progetto derivante toccheranno diversi temi appartenenti alla sfera del Welfare di Comunità: con le realtà della Social Street si indagheranno concetti quali le reti di collaborazione, il lavoro di rete, la mappatura come mezzo comunicare l'impegno sociale e gestire il lavoro sociale in maniera collaborativa; con le realtà del progetto QuBi Loreto si esplorerà più da vicino lo strumento della mappatura, per indagare le sue diverse forme di utilizzo, i limiti, le potenzialità, le caratteristiche e le funzioni che deve offrire per adeguarsi all'identità del territorio, i pubblici per il quale una mappatura può costituire uno strumento significativamente utile al raggiungimento di determinati obiettivi.

4.1.3 Gli obiettivi

Scopo della ricerca diretta mediante i focus group, e quindi del progetto di un sistema di comunicazione del Welfare di Comunità, è la comprensione di quel che c'è sul dato sociale a NoLo e, a livello più esteso, nel NIL 20. Di come lo si possa arricchire, evitando le sovrapposizioni, con un intervento esterno di tipo integrativo finalizzato alla valorizzazione delle risorse interne già presenti e/o in uso. Gli incontri hanno l'obiettivo di dare ai diversi attori uno spazio per condividere le proprie esperienze, i problemi e le strategie nella gestione della propria attività sociale allargata al confronto con le altre realtà. Si vuole creare un'occasione di confronto dove ragionare sui sistemi e sui mezzi, in particolare sul significato dato oggi alle attività di mappatura, sulle opportunità generate dal mezzo inteso non nella sua accezione più tradizionale ma in quella di strumento aperto a interpretazioni e a spostamenti di significato. Il progetto vuole restituire, utilizzando gli strumenti del design, gli sviluppi di tale processo di indagine, articolati all'interno di un sistema di comunicazione del Welfare di Comunità che prevede artefatti, esperienze e piani di comunicazione, pensati ed elaborati sulla base di target specifici che emergeranno in fase di ricerca.

	COLLOQUIO CON KEY ACTOR	DIGITAL WORKSHOP n.1	DIGITAL WORKSHOP n.2
DESTINATARI RICERCA	Referente della rete QuBi (Key Actor)	Abitanti del quartiere rappresentativi di associazioni, gruppi e progetti sociali localmente attivi	Rappresentanti di associazioni e gruppi della rete QuBi
ATTORI E RUOLI	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Key Actor di ricerca; • 1 Moderatore; • 1 Responsabile di trasposizione insights 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 Attori di ricerca; • 1 Moderatore; • 1 Responsabile di trasposizione insights 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 Attori di ricerca; • 1 Moderatore; • 1 Responsabile di trasposizione insights
MODALITA' ORGANIZZATIVA	email (mailing list Moderatore)	email (mailing list Moderatore)	email (mailing list Key Actor)
FREQUENZA E DURATA INCONTRO	<ul style="list-style-type: none"> • 1 giorno • 30 minuti 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 giorno • 1 ora 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 giorno • 1 ora
LUOGO DI SVOLGIMENTO	Da remoto	Da remoto	Da remoto
E CANALI / STRUMENTI UTILIZZATI	<ul style="list-style-type: none"> • Pc / Device mobile • Web platform per videoconferenze 	<ul style="list-style-type: none"> • Pc / Device mobile • Web platform per videoconferenze; + Real time board virtuale per il lavoro progettuale condiviso in tempo reale 	<ul style="list-style-type: none"> • Pc / Device mobile • Web platform per videoconferenze; + Realtime board virtuale per il lavoro progettuale condiviso in tempo reale
OGGETTO DELL'INTERVENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Presentazione progetto di ricerca e obiettivi; • Discussione fattibilità e potenziale utilizzo della ricerca da parte della rete QuBi; • Indagine progetti della rete attivi e/o in arrivo; • Indagine attori della rete coinvolgibili nella ricerca 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentazione progetto di ricerca e obiettivi; • Indagine tema mappatura realtà sociali di quartiere 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentazione progetto di ricerca e obiettivi; • Indagine tema piattaforme di mappatura delle realtà sociali di quartiere e strategie di comunicazione dell'impegno sociale
ATTIVITÀ SVOLTE	Discussione semplice	<ul style="list-style-type: none"> • Breve introduzione verbale; • Instaurazione di un dialogo fra gli interlocutori guidato dal moderatore, sviluppato attorno a 3 macro domande; • Trascrizione e restituzione visiva in tempo reale dei contributi degli interlocutori (tramite compilazione di mappa mentale) 	<ul style="list-style-type: none"> • Breve introduzione verbale; • Instaurazione di un dialogo fra gli interlocutori guidato dal moderatore, sviluppato attorno a 3 macro domande; • Trascrizione e restituzione visiva in tempo reale dei contributi degli interlocutori (tramite compilazione di mappa mentale)
OBIETTIVI E CRITERI DI VALUTAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> • Risposta positiva: disponibilità a collaborare e a coinvolgere membri della propria rete; • Interesse negli sviluppi della ricerca per utilità futura per la rete; • Orientamento: suggerimenti per adattare la ricerca al contesto e alle persone; • Informazioni: progetti attivi/futuri, nomi e contatti attori più adatti per il tipo di ricerca 	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione: quantità e qualità dei contributi; • Coinvolgimento: propensione all'attività di riflessione sul tema rapportandosi alla propria esperienza; • Informazioni: progetti passati più o meno riusciti, target di progetto ottimali, spunti di riflessione 	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione: quantità e qualità dei contributi; • Coinvolgimento: propensione all'attività di riflessione sul proprio operato e di brainstorming di idee applicabili alla propria realtà; • Informazioni: progetti passati più o meno riusciti, target di progetto ottimali, spunti di riflessione

Tab. 3 - Struttura della ricerca

4.1.4 L'Iter di ricerca e la nota metodologica

L'intervento di ricerca si costituisce di tre incontri informativi virtuali, svoltisi in tre occasioni distribuite nel mese di marzo, che hanno visto la partecipazione della cittadinanza rappresentativa delle realtà di Welfare di Comunità del quartiere.

La strategia adottata nella determinazione del numero degli incontri e degli obiettivi di ricerca di ognuno, è stata discussa assieme al Prof. Davide Fassi¹²⁰, Relatore di questo elaborato, responsabile della sede di Off Campus NoLo e membro attivo della Social Street da diversi anni. La partecipazione attiva del Professore allo sviluppo di progetti per il quartiere ha determinato la costruzione di una fitta rete di relazioni, dunque una importante rete di conoscenze nel panorama sociale locale, specialmente in ambito Social Street.

Il primo incontro avrebbe avuto finalità informative, si sarebbe presentato il progetto per la prima volta ad un personaggio chiave (chiamato in questa sede *key actor*) del panorama sociale di NoLo. Avrebbe restituito il parere di questi circa la bontà dell'idea progettuale, l'utilità di portare avanti un progetto del genere nel quartiere rapportata al contesto storico e geografico presente; avrebbe fatto emergere un quadro dello stato dell'arte, in special modo per quanto poteva concernere i progetti in cantiere delle reti e le prospettive di intervento future; avrebbe orientato la ricerca e fornito eventualmente i primi spunti utili all'impostazione del lavoro. Il secondo e terzo incontro avrebbero invece previsto l'instaurazione di un dialogo fra membri del tessuto sociale di NoLo attorno ai temi d'interesse per il progetto: sarebbero stati strutturati, rispettivamente, come *focus group* durante i quali il Prof. Fassi avrebbe moderato il discorso, proponendo i temi in forma di domande in grado di attivare un processo di botta e risposta fra i partecipanti. Il confronto delle opinioni avrebbe delineato punti di continuità e di discontinuità fra i pareri, i primi dei quali avrebbero costituito gli *insights* utili nella fase successiva di progetto.

La strategia ha previsto che il secondo incontro avrebbe coinvolto un target di ricerca "maggiormente qualificato" rispetto al terzo: con questa accezione si intende sottolineare che, ai fini della ricerca, un pubblico di cittadini *del* quartiere (i rappresentanti di gruppi di cittadinanza attiva sono in primo luogo cittadini di quel luogo) attivi con diverse iniziative *nel* quartiere, sono interlocutori che meglio di chiunque altro hanno chiari attori, culture, economie e dinamiche locali. A differenza di questi, il target del terzo incontro sarebbe stato selezionato a partire da un contesto maggiormente formale e strutturato, e sarebbe stato interpellato in merito a temi meno culturali e più pratici.

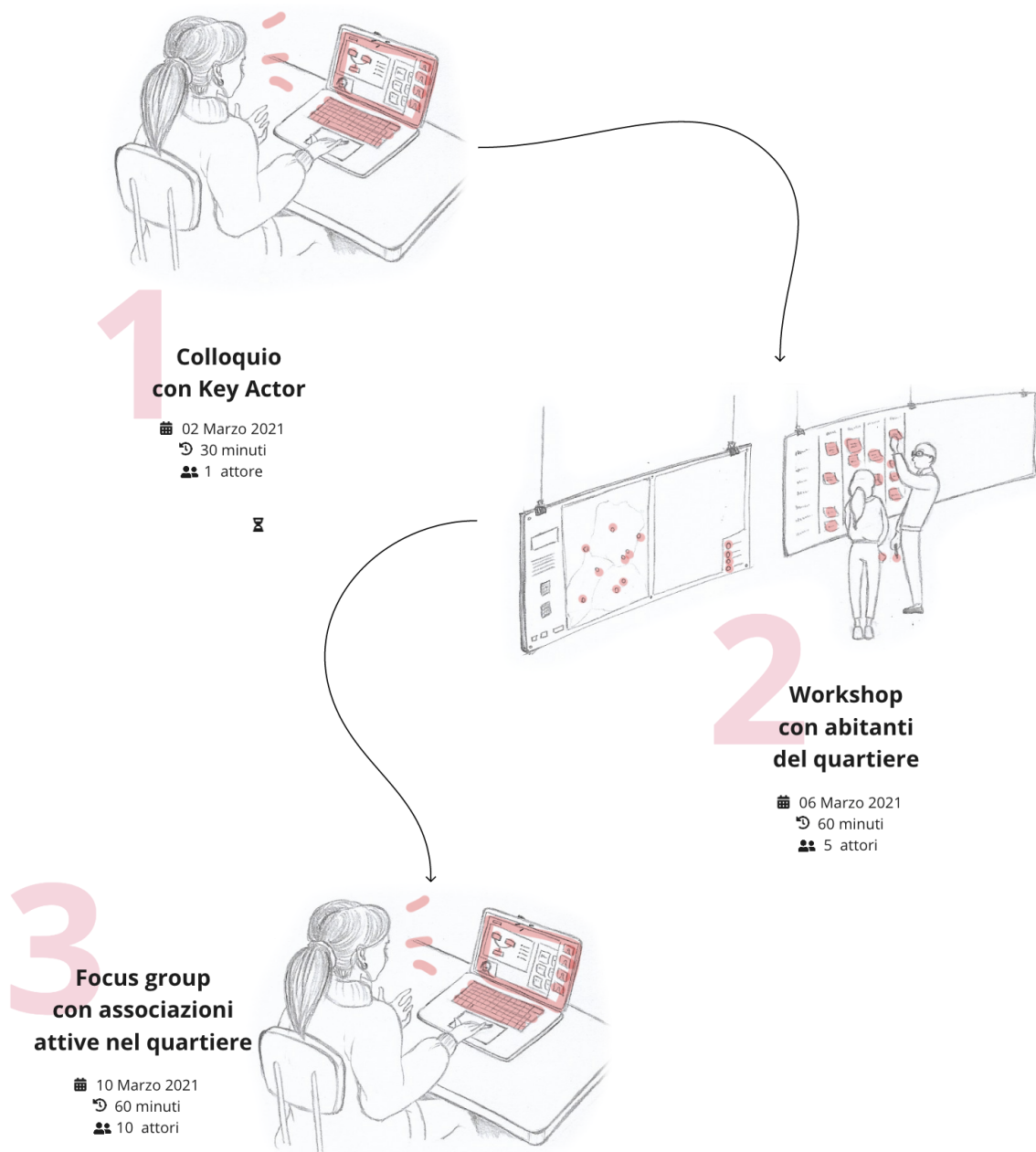
Originariamente, il piano comprendeva una differenziazione nelle modalità di svolgimento, oltre che nei temi e nella partecipazione, tra i due incontri con i gruppi: nello specifico, la strategia prevedeva un *workshop* in presenza come modalità di svolgimento del secondo incontro, quello con i cittadini del quartiere. La maggior preparazione di tale gruppo riguardo alla situazione del quartiere ma soprattutto la comune prossimità di abitazione dei partecipanti ad un qualsivoglia

¹²⁰ Davide Fassi è professore associato e docente di "Design per l'innovazione sociale e la sostenibilità" al Politecnico di Milano, responsabile dello spazio Off Campus NoLo e coinvolto in progetti come Spesa Sospesa e Mobi per il NoLo Social District.

meeting point in centro (si era ipotizzato il Mercato Comunale, luogo dal posizionamento strategico e casa di Off Campus) costituivano le condizioni ideali per l'organizzazione di un piccolo laboratorio che avrebbe potuto stimolare la riflessione e il confronto attraverso la guida allo svolgimento di attività a tratti collaborative, ispirate agli strumenti del design (*brainstorming, mappe mentali, keyword mapping, ...*) e avrebbe inoltre potuto lanciare una piccola attività di *social mapping*, per mezzo di un prototipo di mappa del quartiere, da portare avanti nel tempo come esperimento per valutare la generale percezione di un'attività di mappatura delle realtà sociali autoctone. Ancora una volta, questo spostamento negli intenti è da ricollegarsi alle cause di forza maggiore precedentemente citate.

Grazie al supporto del Prof. Fassi, è stato possibile contattare per via telematica gli attori del primo e del secondo incontro, che come ricordiamo sono realtà attive nel contesto ristretto della Social Street, quindi facilmente contattabili da un membro della stessa; gli attori del terzo, invece, sarebbero stati selezionati dal bacino di conoscenze del *key actor*, attingendoli da una rete di Welfare cittadino che, sebbene sia attiva nel quartiere, non guarda ad esso in maniera esclusiva. Le azioni svolte per reperire il materiale d'interesse della ricerca, ovvero le testimonianze degli attori chiave delle pratiche di Welfare dal basso, si sono dovute adeguare al periodo storico in cui si colloca questo elaborato. In particolare, il fenomeno di pandemia globale che sta affliggendo il nostro Paese da oltre un anno a questa parte e le misure di sicurezza adottate per contrastarlo, hanno determinato l'impossibilità di condurre i focus group nella maniera tradizionale in cui questi sono soliti svolgersi, ovvero in presenza, attraverso l'organizzazione di un tavolo di discussione. Per questo motivo le attività sono state condotte da remoto e hanno previsto l'utilizzo di strumenti di comunicazione e di collaborazione digitali, dunque il coinvolgimento si è necessariamente dovuto restringere a piccoli gruppi. Entrando nello specifico dei mezzi utilizzati per il contatto e lo svolgimento delle attività, mentre per il primo incontro ci si è limitati all'utilizzo di una popolare e gratuita piattaforma di *web conference*, gli altri due incontri hanno visto l'introduzione di una piattaforma di *visual collaboration* che permette la condivisione di "lavagne virtuali" tra i membri di un team di coprogettazione. Previo invio del link d'invito, la piattaforma in questione permette a gruppi anche numerosi di collaborare alla stessa *board* e apportarvi modifiche in tempo reale; vi si inseriscono in genere testi, elementi multimediali, templates precostruiti e modificabili di tabelle, diagrammi, mappe mentali e concettuali, strumenti tipici del design dei servizi semanticamente tradotti nel virtuale come gli amatissimi foglietti colorati per le annotazioni, e ancora frecce, linee, kit di icone anch'essi appartenenti al mondo del design. Dal momento che la piattaforma non è di semplice utilizzo per gli esploratori, in particolare per coloro che non lavorano nell'ambito della progettazione e possono avere difficoltà nel ricollegare le forme alle funzioni, non era possibile pensare ad un "workshop digitale", ovvero prevedere forme di partecipazione tipiche dei workshop in presenza, stavolta, a livello virtuale. Si è quindi optato per lo svolgimento dei focus group da remoto per mezzo della piattaforma di web conference, quindi una condivisione dello schermo a mostra di una board già preparata per l'occasione: tre slide per incontro, ciascuna riportante la

domanda attorno alla quale si intendeva articolare il dialogo, e il primo box di una mappa mentale che si sarebbe via via sviluppata con l'integrazione costante dei contributi più significativi del discorso. La condivisione dello schermo, e quindi dell'attività in corso nella board, ha consentito a ciascun partecipante di seguire lo snodo del discorso con il supporto visivo di una schematizzazione dei concetti chiave logica, sintetica e in tempo reale.



Tav. 1 - Iter di ricerca

4.2 Fase preliminare: il colloquio col Key Actor

Il primo incontro ha coinvolto Luca Rossetti, precedentemente ribattezzato *key actor* del progetto di ricerca, figura attiva nelle Cooperative Comin e B-CAM e membro particolarmente attivo nella coprogettazione sociale del quartiere e nella comunicazione delle iniziative sui canali digitali di QuBì Loreto¹²¹ e del NoLo Social District¹²². Questi rappresentava difatti la figura più adatta per una prima discussione del progetto, per la restituzione di un primo feedback sulla fattibilità e per la richiesta di suggerimenti circa le modalità d'indagine successiva. Su consiglio di Luca sono state individuate le personalità più adatte allo svolgimento del terzo intervento, quello riguardante i partner di QuBì Loreto.

La modalità di contatto e organizzazione dell'incontro più ottimale si è rivelata l'invio di una email di invito alla partecipazione per opera del Relatore di questo elaborato, che ne aveva in archivio l'indirizzo riservato alle comunicazioni di tipo professionale. Quale membro attivo della Social Street, ambiente di relazione formale e informale, il Prof. Fassi è legato a questo attore da rapporti di lavoro nonché di amicizia. In nome di tale relazione, è stato possibile ricevere un feedback di disponibilità positivo in pochi giorni. L'incontro, unico e della durata di circa 30 minuti, si è tenuto da remoto e quindi ha previsto l'utilizzo di strumenti digitali e di una piattaforma per conferenze.

Partecipanti all'incontro, il key actor in qualità di interlocutore, il Relatore in qualità di moderatore del colloquio e la sottoscritta nel ruolo di responsabile della trasposizione delle informazioni recepite. Oggetto dell'intervento una prima presentazione del progetto di ricerca e dei suoi obiettivi, brevemente riassunti, sviluppata attraverso un colloquio piuttosto informale ma attento a mantenere un approccio serio al tema. Si sarebbe discussa la fattibilità di un progetto che vuole proporre nel territorio un nuovo sistema di Welfare basato sulla comunicazione delle azioni sociali partendo da una riflessione sullo stato dell'arte (in termini di progetti attivi ed eventualmente in arrivo). Si sarebbe posta la questione del coinvolgimento di altri attori, in particolare l'intenzione di circoscrivere l'ambito di ricerca al contesto del quartiere di NoLo.

Gli obiettivi di questo incontro preliminare includevano la ricezione di una prima risposta positiva da parte del key actor, misurata a partire dalla manifestazione di un interesse per la tematica e dal livello di disponibilità a collaborare e a coinvolgere altre figure per lo sviluppo della ricerca; l'orientamento progettuale, valutato sulla base dei suggerimenti ricevuti circa le modalità di adattamento della ricerca al contesto; informazioni sullo stato dell'arte del lavoro sociale nel quartiere e sulle figure da coinvolgere, valutate secondo la qualità delle stesse, il livello di dettaglio e di aggiornamento.

¹²¹ *QuBì Loreto*, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/qubiloreto>> [14/04/21]

¹²² *NoLo Social District - Nord Loreto, Milano*, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

DESTINATARI RICERCA	Coordinatore rete QuBi (Key Actor)
ATTORI E RUOLI	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Key Actor di ricerca; • 1 Moderatore; • 1 Responsabile di trasposizione degli insights
MODALITA' ORGANIZZATIVA	Email (lista dei contatti professionali del Relatore)
FREQUENZA E DURATA INCONTRO	<ul style="list-style-type: none"> • 1 giorno • 30 minuti
LUOGO DI SVOLGIMENTO	Da remoto
E CANALI / STRUMENTI UTILIZZATI	<ul style="list-style-type: none"> • Pc / Device mobile • Web platform per videoconferenze
OGGETTO DELL'INTERVENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Presentazione progetto di ricerca e obiettivi; • Discussione fattibilità e potenziale utilizzo della ricerca da parte della rete; • Indagine progetti della rete attivi e/o in arrivo; • Indagine attori della rete coinvolgibili nella ricerca
ATTIVITÀ SVOLTE	Colloquio semplice
OBIETTIVI E CRITERI DI VALUTAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> • Risposta positiva: disponibilità a collaborare e a coinvolgere membri della propria rete; Interesse negli sviluppi della ricerca per utilità futura per la rete; • Orientamento: suggerimenti per adattare la ricerca al contesto e alle persone; • Qualità delle informazioni: progetti attivi/futuri, nomi e contatti attori più adatti per il tipo di ricerca

Tab. 4 - Dettaglio colloquio con Key Actor

Il colloquio ha restituito spunti interessanti nonostante la durata breve del suo svolgimento. Innanzitutto, il progetto è stato accolto di buon grado per il suo carattere inclusivo e conscio che nel quartiere c'è bisogno di un lavoro sulla e per la comunità, e ha stimolato l'elaborazione di idee di applicazione. Ad esempio, è stato citato un progetto alle prime fasi di ideazione che avrebbe riguardato il recupero di uno spazio sottratto alla criminalità e quindi la riappropriazione di un bene comune da restituire alla comunità. L'idea, nello specifico, era quella di "donarlo" letteralmente ai cittadini, ripensarlo completamente per essere messo a disposizione degli abitanti quale luogo di aggregazione, sviluppo di pratiche di socialità e inclusione, scambio culturale. Il luogo in questione sono i giardini di Via Mosso angolo Via Padova. Una ricerca mirata di informazioni circa l'iniziativa sul media di utilizzo principale per le comunicazioni di Welfare cittadino del quartiere, il gruppo Facebook NoLo Social District, ha portato alla luce due post di Luca in merito. Il primo, postato in data 31 luglio 2020, recante il seguente testo:

Con piacere annunciamo che per il giardino di Via Padova angolo Via Mosso, recintato e chiuso da circa un anno, la Cooperativa Sociale B-CAM propone il progetto “1,2,3, Mosso!”, una serie di eventi culturali fra i quali serate cinema all’aperto e di confronto che promuovano la cultura della partecipazione civica. Il progetto supporterà inoltre l’elaborazione di un Patto di collaborazione fra Istituzioni, realtà locali e cittadini per fare rivivere un bene comune importante per il benessere degli abitanti e da cui, un domani, si accederà al nuovo PuntoCom di Lacittàintorno. Le attività saranno realizzate in collaborazione con diverse realtà a partire da La Città del Sole - Amici del Parco Trotter ODV, Cinevan, Lacittàintorno. @fondazioneCARIPLO¹²³

Il secondo, pubblicato in data 15 gennaio 2021, invece, recita quanto segue:

GRAZIE a tutte e tutti per avere risposto al questionario sui Giardini di Via Mosso per il progetto “1,2,3, Mosso!”; sono arrivate più di 160 risposte. Un bell’esercizio di immaginazione ed intelligenza collettiva!

Le proposte che hanno raccolto un grado di preferenza più significativo (sopra l’80%) sono le seguenti:

- Portineria di Quartiere con bacheca multilingue (4,5,6 lingue) che pubblicizzi le attività che si faranno*
- Libro Una giornata al mese per diverse fasce d’età (adolescenti, adulti...) con presentazioni e letture pubbliche (letteratura, storia, religione, razzismo, cambiamenti climatici, viaggi...)*
- Libro Iniziative di coinvolgimento, anche attivo (realizzazione di un libro collettivo, scrittura creativa...) che portino persone, di diverse comunità, con i loro libri (classici delle letterature del mondo, libri con sole immagini...)*
- Riuso Laboratori di cucito e ricamo*
- Tavoli per fare feste di compleanno per bambini con torte “sospese”, rinfreschi a prezzo calmierato*
- Tavoli comunitari per realizzare piccoli orti in cassoni (piante aromatiche)*
- Tavoli per gioco libero come scacchi, dama, quiz, giochi di ruolo, giochi tipici dei paesi del mondo...*
- Tavoli per gioco carte e ginnastica dolce per anziani*
- Bellezza Giardino pieno di urban decor trasformando artisticamente panchine, cestini, tubi, grondaie, punti luce e parte del suolo (mosaico) coinvolgendo l’ICS*

¹²³ ivi.

*Giacosa e il Liceo Artistico Caravaggio. Sono giunti suggerimenti ed idee aggiuntivi; dal riuso (biblioteca degli oggetti, repair café, ciclofficina), al mix sociale (spazio utilizzabile da bambini, giovani, anziani e persone di diverse culture) al Portierato di Quartiere (punto di informazioni e assistenza su servizi sociali e del Comune, giornale letterario quartiere), ai corsi di vario tipo, mercatini e ristoro, attività culturali (cinema, teatro, musica, mostre, balli, laboratori artistici, storia locale, street art) fino alle feste di quartiere e all'attenzione ai quattro zampe... L'uso futuro dei Giardini di Via Mosso angolo Via Padova non può prescindere dalla situazione Covid; al momento non siamo in grado di stabilire con precisione quando e come potremo riprendere ad utilizzare questo spazio prezioso per il quartiere in vista della bella stagione. [...]*¹²⁴

Entrambi i post, pubblicati in data precedente all'incontro online con Luca, hanno dato un chiaro segno che il quartiere, forte del suo straordinario tessuto associativo che deve gran parte della sua robustezza alla presenza della Social Street, si sta mobilitando per realizzare un importante progetto a beneficio dei suoi cittadini, promotore di buone pratiche di cittadinanza e di attività per il tempo libero utili al benessere fisico e mentale. Durante l'incontro, Luca ha fatto menzione dell'idea di realizzare una *Portineria di Quartiere*, descrivendola come un luogo di supporto alla vita di tutti i giorni, da corredare con una bacheca quale mezzo di comunicazione delle attività d'interesse pubblico in corso. La Portineria di Quartiere¹²⁵ (o *Portierato di Quartiere*) è considerata una pratica emergente tuttavia già abbastanza diffusa nel periodo storico attuale, recentemente adottata a NoLo anche da Hug¹²⁶, le cui origini semantiche sono rintracciabili nel caso studio di Lulu Dans Ma Rue che si illustrerà più avanti. In accordo anche con quanto riportato nelle ultime righe del secondo post, l'intenzione del gruppo di lavoro di Luca nei confronti della Portineria di Quartiere è quella di renderla anche *punto di informazioni e assistenza su servizi sociali e del Comune*. È in questa nicchia che, a detta di questi, si inserirebbe perfettamente un lavoro di mappatura delle realtà sociali del quartiere. A questo proposito, è importante notare il significato dell'interposizione della congiunzione “e” tra “servizi sociali” e “del Comune”: l'intenzione del progetto Portineria di Quartiere, parte del progetto *1,2,3, Mosso!*, è quella di conciliare servizi sociali erogati da Comune e non, dunque tutti coloro che nascono in ambiti *grassroots* (“dal basso”), dall'intelligenza collettiva dei cittadini che hanno a cuore il bene della comunità.

L'entusiasmo per il progetto ha fatto poi sì che il key actor, degno di questo nome, rivelasse l'intenzione della Rete QuBi Loreto di cercare nuove opportunità in termini di enti-risorsa al lavoro della rete sociale, ubicate nel territorio e negli immediati dintorni.

¹²⁴ *ivi*.

¹²⁵ Le Portinerie di Quartiere (servizio di Portierato di Quartiere), sono punti di riferimento in grado di tessere relazioni nel territorio e di aiutare a risolvere i piccoli problemi quotidiani, mettendo in gioco il più delle volte le risorse e le competenze presenti sul territorio stesso.

¹²⁶ Hug è un bistrot di NoLo, un community hub che ospita uno spazio di lavoro, eventi e laboratori aperti alla comunità.

A supporto della ricerca di tali realtà, era stato realizzato un principio di mappatura dei luoghi tramite la creazione privata di una mappa digitale di Google My Maps (le stesse introdotte nel Capitolo 1, nel racconto del progetto avviato per il Laboratorio di Sintesi Finale), i cui pin a indicazione dei luoghi nella legenda erano stati coerentemente organizzati in gruppi e per colore in base alle tipologie di servizi erogati.

Infine, Luca ha stilato un elenco di nomi di personaggi ed enti, per lo più appartenenti alla propria rete di lavoro, che si sarebbe personalmente preso l'incarico di contattare: figure che nel suo modesto parere avrebbero, con molta probabilità, avuto qualcosa di interessante da condividere con questa ricerca nell'ambito del terzo incontro, cui egli stesso si è gentilmente offerto di prender parte.

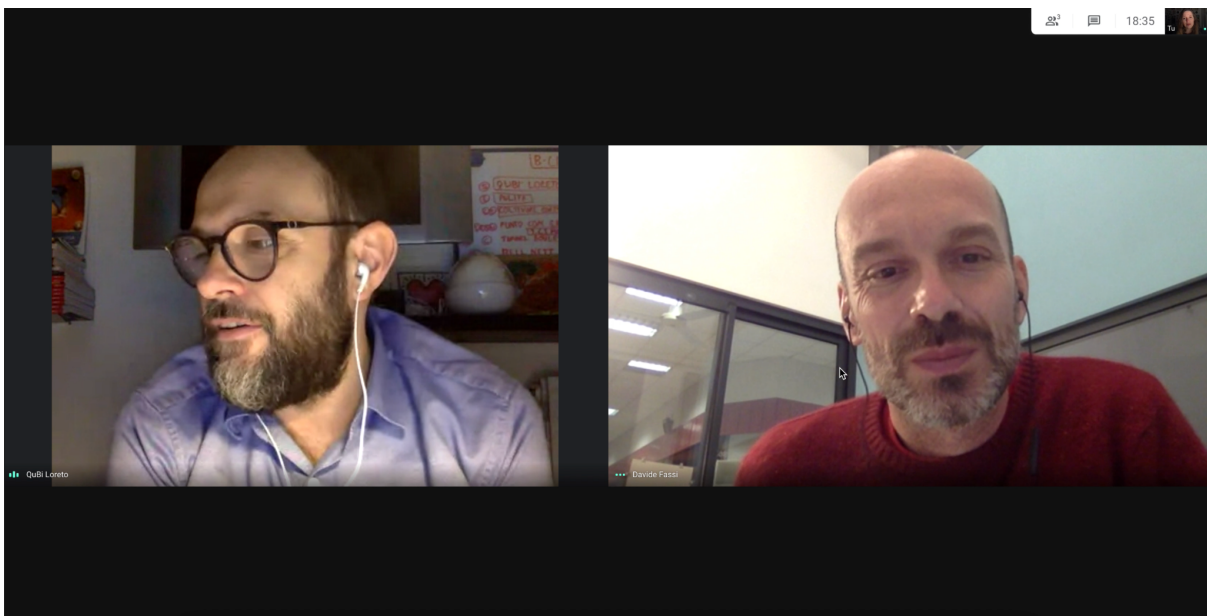


Fig. 4 - Colloquio con Key Actor

4.3 Focus group da remoto con gli abitanti rappresentativi del quartiere

Il secondo incontro, che ricordiamo fosse stato inizialmente concepito per lo svolgimento in presenza in modalità *workshop*, ha visto la collaborazione di 5 abitanti del quartiere attivi socialmente a NoLo con diverse progettualità e all'interno di diversi contesti, tuttavia riuniti sotto l'unica bandiera della Social Street. Fra questi, il già citato Daniele Dodaro, fondatore del District ma anche ricercatore di mercato, redattore musicale, socio fondatore e speaker di Radio NoLo; Sabrina Baroncini, architetto di professione e coprogettista del Progetto Mobi; Armando Toscano, psicologo sociale e consulente aziendale, manager di progetto dell'area *Benessere Urbano* di

CORE-Lab¹²⁷; Maria Grazia Allegra, membro della redazione di Radio NoLo, collaboratrice di podcast quali *Umani a NoLo* e *I 15 di Piazzale Loreto*; infine Riccardo Poli, direttore di Radio NoLo ma anche conduttore di programmi radiofonici su palinsesti nazionali. Il legame di buona parte di loro con la radio di quartiere non è casuale ma derivante certamente dal fatto che il Professore abbia attinto dai propri contatti personali per supportarmi nella ricerca; come precedentemente raccontato, Radio NoLo condivide gli spazi di Off Campus, la frequentazione con questi attori dunque sfiora il quotidiano.

In linea con questo rapporto ibrido professionale-amicale, la modalità di contatto e organizzazione dell'incontro più ottimale si è rivelata ancora una volta l'invio di email d'invito alla partecipazione, previa creazione di una piccola mailing list con i contatti dei futuri collaboratori, ad opera del Professore, partendo dal bacino di contatti aziendali e non in suo possesso. Anche in questo caso è stato possibile ricevere i feedback di disponibilità in pochi giorni. Incontro unico e della durata di circa 60 minuti, si è tenuto secondo le medesime condizioni del primo: in modalità da remoto, con ogni attore collocato nel proprio contesto di quotidianità (si è optato per le 18.00/18.30 come orario di inizio, per non intralciare la giornata lavorativa di alcuno), per mezzo di device digitali di personale possesso. Quindi l'utilizzo della stessa piattaforma di web conference e l'introduzione di una piattaforma di *visual collaboration* che avrebbe a tutti consentito la visualizzazione di una lavagna virtuale mediante la condivisione dello schermo, da parte della sottoscritta, ai partecipanti e al Professore presente in qualità di Relatore. Obiettivo dell'aggiunta di questa funzionalità, condividere una restituzione visiva in tempo reale di quello che sarebbe stato l'andamento della conversazione, perché tutti i partecipanti potessero aver chiaro l'orientamento del discorso, i punti chiave toccati nei singoli interventi, le logiche di relazione fra i concetti esposti. Ciò si rende possibile grazie alla caratteristica di questo particolare mezzo di creare mappe mentali virtuali costituite da elementi visivi quali box per l'inserimento di testo e frecce di collegamento di tali voci, dove la funzione di link delle voci si realizza secondo logiche consequenziali di causa-effetto.

Oggetto dell'intervento una prima presentazione riassuntiva del progetto di ricerca e dei suoi obiettivi e l'intenzione di circoscrivere l'ambito di ricerca al contesto del quartiere di NoLo, con focus in particolare sulla sua natura indagatrice di temi come le reti di comunità, le reti di lavoro sociale e la mappatura dell'impegno sociale del quartiere come strumento per creare una migliore consapevolezza delle azioni di Welfare e progettare un'esperienza coinvolgente per i cittadini. La modalità di svolgimento delle attività avrebbe previsto l'articolazione e lo sviluppo di un dialogo attorno a tre domande coerenti con la tematica, strutturato in tre momenti ciascuno dei quali corrispondente alla visualizzazione a schermo di un diverso *canvas* digitale. Ciascun canvas traeva il proprio titolo dalla domanda di turno e ospitava la sua propria mappa mentale da riempire; l'output da valutare in conclusione dell'esperienza si sarebbe quindi costituito dei contenuti delle mappe dei tre "tavoli di lavoro".

¹²⁷ CORE-Lab è una rete di professionisti che offre servizi alla persona e all'ambiente, consulenza, orientamento, ricerca ed empowerment.

Le conversazioni intendevano rimanere su toni abbastanza informali, per stimolare la partecipazione attiva e la volontaria condivisione di punti di vista anche personali: gran parte dei contenuti è quindi espressione di concetti elaborati con le proprie parole facenti capo ad esperienze e riflessioni puramente personali.

Gli obiettivi di questo incontro includevano la partecipazione attiva degli attori nella discussione, valutata a partire dalla quantità e dalla qualità dei contributi; il coinvolgimento personale ed emotivo dunque la propensione all'attività di riflessione sui temi con riferimento alla propria esperienza personale portata avanti negli anni di attività; la restituzione di informazioni sullo stato dell'arte del lavoro sociale *grassroots* nel quartiere, sull'economia e sulla cultura sulla quale è bastato, misurato sul livello di dettaglio e di aggiornamento delle testimonianze nonché sui suggerimenti di esempi e casi studio da considerare in fase progettuale.

DESTINATARI RICERCA	Abitanti del quartiere rappresentativi di associazioni, gruppi e progetti sociali localmente attivi
ATTORI E RUOLI	<ul style="list-style-type: none"> • 5 Attori di ricerca; • 1 Moderatore; • 1 Responsabile di trasposizione degli insights
MODALITA' ORGANIZZATIVA	Email (lista dei contatti professionali del Relatore)
FREQUENZA E DURATA INCONTRO	<ul style="list-style-type: none"> • 1 giorno • 60 minuti
LUOGO DI SVOLGIMENTO	Da remoto
E CANALI / STRUMENTI UTILIZZATI	<ul style="list-style-type: none"> • Pc / Device mobile • Web platform per videoconferenze; • Real time board virtuale per il lavoro progettuale condiviso
OGGETTO DELL'INTERVENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Presentazione progetto di ricerca e obiettivi; • Indagine tema mappatura realtà sociali di quartiere
ATTIVITÀ SVOLTE	<ul style="list-style-type: none"> • Breve introduzione verbale; • Instaurazione di un dialogo fra gli interlocutori guidato dal moderatore, sviluppato attorno a 3 macro domande; • Trascrizione e restituzione visiva in tempo reale dei contributi degli interlocutori (tramite compilazione di mappa mentale)
OBIETTIVI E CRITERI DI VALUTAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione attiva : quantità e qualità dei contributi; • Coinvolgimento: propensione all'attività di riflessione sul tema rapportandosi alla propria esperienza; • Qualità delle informazioni: progetti passati più o meno riusciti, target di progetto ottimali, spunti di riflessione

Tab. 5 - Dettaglio focus group da remoto con abitanti del quartiere

4.3.1 Domanda n.1

La prima attività di discussione verteva attorno alla domanda *Cosa vuol dire fare rete a NoLo?* la quale, rapportata ad una riflessione sulle proprie esperienze personali, a sua volta lasciava spazio a domande come *Fai rete a NoLo? Come?* e apriva l'ingresso a nuove suggestioni.

I discorsi dei partecipanti, le cui figure potevano essere tutte rapportate in un modo o nell'altro alla Social Street, hanno certamente fatto menzione di tale rete informale di cittadinanza, la più viva e prolifica, orientata da pratiche di buon vicinato, solidarietà e amore per il proprio quartiere.

Di questa è stata menzionata la natura informale, che è alla base di tutto: momenti di socialità, amicizia e approcci spontanei anche nelle perseguimento delle attività più impegnative (quelle grazie alle quali nel quartiere si raggiungono importanti obiettivi concreti), incanalano la voglia di fare, e questo è ciò che una rete, qualsiasi essa sia, nella visione di alcuni partecipanti deve considerare per funzionare a NoLo. È stato riportato e condiviso che una rete di quartiere nasce dai bisogni di chi vi abita e vive, dunque che debba plasmarsi sulla forma dei bisogni delle persone, e ancora che nel quartiere non prenderebbe forma una rete se non ve ne fosse un bisogno di fondo.

Il riferimento va a QuBì e alla sua rete fondata sulla persecuzione di obiettivi identificabili nei tre tipi di povertà maggiormente riscontrati a Milano (si veda *paragr. 3.1*).

Fare rete a NoLo, per qualcuno significa costruire relazioni fra persone, gruppi e realtà più grandi, e muoversi nella direzione di renderle sempre più forti puntando tutto sul comune senso d'identità e di appartenenza al quartiere, a partire dal legame con il territorio. Per qualcuno, infatti, la struttura urbana ha un ruolo fondamentale nella vita di tutti i giorni: crea luoghi di aggregazione e offre luoghi di intervento partecipato, e si apre ad opportunità sempre nuove di sperimentazione di pratiche collettive. A questo proposito, è stata lanciata la prima idea "inattesa", che è ciò per il quale vengono tenuti focus group come questo: partire da una domanda ma aspettarsi, oltre alle risposte, quel salto in più nel lavoro cognitivo di riflessione. Si è parlato della strada (in particolare delle arterie stradali, Via Padova, Viale Monza, etc.) come potenziale laboratorio; del distretto (il Social District) come grappolo di *hotspot*, ovvero di punti "caldi" di aggregazione e mobilitazione, creazione di valore. È emerso poi che fare rete è un processo che nasce dal basso: si parla di fare *community* poiché è dalla creazione di situazioni semplici che nasce la progettualità, piuttosto che di costituire un *network*, di natura troppo formale, rigido e destinato a spegnersi perché guidato da motivazioni estrinseche sempre troppo deboli. Il concetto di comunità viene legato ad un concetto di libertà (di accesso, di poter mantenere un approccio spontaneo in diverse situazioni, ...) ritenuto sacro all'interno del contesto. Mantenere una dimensione ibrida, bilanciata, per qualcun altro è la perfetta prerogativa da seguire per costruire una rete fatta di persone a NoLo. La conciliazione delle due sfere, egualmente importanti – da una parte quella dell'impegno serio nel voler perseguire un risultato concreto, in quanto rete di lavoro, dall'altra quella della costruzione di relazioni interpersonali per consentire lo sviluppo armonico e il mantenimento dei giusti livelli di motivazione intrinseca – può essere l'approccio progettuale vincente.

4.3.2 Domanda n.2

La seconda attività di discussione verteva attorno alla domanda *Cosa vuol dire mappare realtà locali?*, apertasi inevitabilmente a riflessioni personali su questioni come *Hai esperienza di mappature? Rispecchiano la realtà?*. Con questa domanda si rendeva chiaro l'obiettivo di raccogliere i pareri e punti di vista delle persone chiave del panorama Social Street di NoLo riguardo il tema della mappatura delle realtà di quartiere, del mettere assieme in un'unica visione elementi dello stesso contesto per crearne un unico sistema, per il momento senza specificare di quale tipologia.

Il tema della mappatura quindi in questa sede lo si voleva sviluppare in un'ottica ancora generica. Per qualcuno "mappare" significa, nella sua accezione più astratta, uscire dalla casualità, dall'indefinitività, dal caos. Mettere ordine per il vantaggio di muoversi in un ambiente maggiormente strutturato. Qualcuno ha proposto la metafora dell'essere "anelli di una grande maglia" nel momento in cui si decide di prestarsi ad una mappatura, indicando con questo la possibilità di connettersi per conoscersi ed interagire su più fronti, conoscere e ritrovarsi conosciuti.

Mappare è creare ordine e stasi in un contesto che invece cambia e si arricchisce sempre, dominato da forze che non consentono una immutabilità delle cose. È perciò un tentativo di fotografare il quartiere, che talvolta però può risultare fallace. È opinione condivisa che la mappatura sia qualcosa che invecchia velocemente, che in questo periodo storico si riveli già vecchio dopo la sua realizzazione, nella fattispecie per un quartiere in continua evoluzione e che vede nascere ogni giorno nuove realtà come NoLo. Per altri significa allargare i propri orizzonti a realtà che non si conoscono, dare un'opportunità a chi è nuovo per farsi conoscere sul territorio ed entrare a far finalmente parte del discorso, amplificare le voci minori. Interessante è stato l'uso dei termini "creare scorciatoie mentali" ad indicare il modo di organizzare le (e la) realtà. Secondo questa riflessione, una mappatura andrebbe a compiere un lavoro di classificazione in *cluster* mentali, nicchie preimpostate e non completamente rappresentative del vero, allo stesso modo di come lavora la mente: per semplificazione.

4.3.3 Domanda n.3

La terza ed ultima attività del ciclo di discussioni verteva attorno alla domanda *Cosa ti aspetti da una mappa sociale di quartiere?*, d'impostazione già personale, declinata poi in sottodomande quali: *Come dovrebbe essere? Quali contenuti dovrebbe avere? A cosa dovrebbe servire? Ce n'è bisogno a NoLo?*. Con queste domande si intendeva indagare il tema della mappatura portando il discorso ad un livello più concreto, invitando i partecipanti a sperimentare lo sguardo e il lavoro del progettista mediante una piccola sessione di *brainstorming*. C'è chi ha ipotizzato l'idea di uno strumento di mappatura che sappia fotografare – per comunicarla – l'evoluzione del quartiere, piuttosto che

limitarsi a dare una rappresentazione dell'esistente, intendendo con questo uno strumento in grado di auto-aggiornarsi e di tenere traccia di ciò che è stato in passato per descrivere un percorso evolutivo. C'è chi ha suggerito la creazione di una piattaforma digitale che si rivolga principalmente ai gruppi attivi nel quartiere per ridurre le sovrapposizioni nelle diverse offerte sociali, dunque gli sprechi di tempo e risorse. Chi invece si immagina uno strumento che venga in aiuto maggiormente a quelle realtà sociali fuori dai riflettori per diversi motivi, perché attive primariamente in altri settori o perché nuove. Chi percepisce la maggiore necessità di coinvolgere nelle attività collettive di coprogettazione sociale e di sviluppo del quartiere i singoli attori (cittadini semplici) che ancora non hanno trovato la motivazione ad attivarsi per la comunità. Si immagina un artefatto che metta al centro del discorso, e quindi valorizzi e ottimizzi, le risorse esistenti; una mappatura che scoraggi il protagonismo delle realtà e ponga l'attenzione invece sul *cosa* si sta proponendo, il *benefit* per il destinatario che può essere il singolo abitante, un piccolo gruppo o una realtà affermata, soluzione che aiuterebbe chi non è (particolarmente) attivo nel quartiere a trovare la propria dimensione. Qualcosa che comunichi, mettendoli al primo posto, i servizi in maniera trasversale, multilivello, tenendo in considerazione la varietà degli interlocutori nonché una complessità di bisogni e valori.

I partecipanti hanno poi concordato la necessità di collocare il processo di mappatura all'interno di un sistema "ibrido", statico e dinamico allo stesso tempo: strutturato ma capace di fotografare l'evoluzione del quartiere. Sulla linea delle soluzioni ibride, è stata utilizzata per la prima volta l'espressione *sistema phygital*¹²⁸, riferita ad un sistema che si componga di elementi fisici e digitali, che agisca in entrambe le sfere dell'offline e dell'online, perché possano essere conciliati il bisogno di rappresentare l'evoluzione dinamica del quartiere con quello di rimanere vicini al cuore degli abitanti. Agire progettando una soluzione da inserire nel territorio apre le porte all'opportunità di realizzare un prodotto digitale che può porsi a supporto di una interazione umana, consentendo maggiori livelli di accesso (di cui è stata segnalata la necessità) in alcuni casi e favorendo la costruzione di relazioni in altri. Può accompagnare altri artefatti di comunicazione o di coinvolgimento sociale del quartiere rintracciabili nella dimensione offline: sistemi di bacheche e totem informativi, hotspot per la comunità, Banche del Tempo¹²⁹, info point. In questa ottica, potrebbe essere pensata una certa distribuzione sul territorio che, in opposizione al carattere unico e unificante di una mappatura digitale, costituisca una rete di prossimità fisica, visibile e accessibile.

¹²⁸ Il *phygital*, nell'ambito della progettazione dei servizi, è il ponte di collegamento tra online e offline che crea un modello ibrido. Lo scopo di unire il meglio del mondo fisico e del mondo digitale è offrire la migliore e più completa esperienza del servizio in questione.

¹²⁹ Per Banca del Tempo (abbreviato, BdT) si intende un particolare tipo di associazione che si basa sullo scambio gratuito di "tempo".

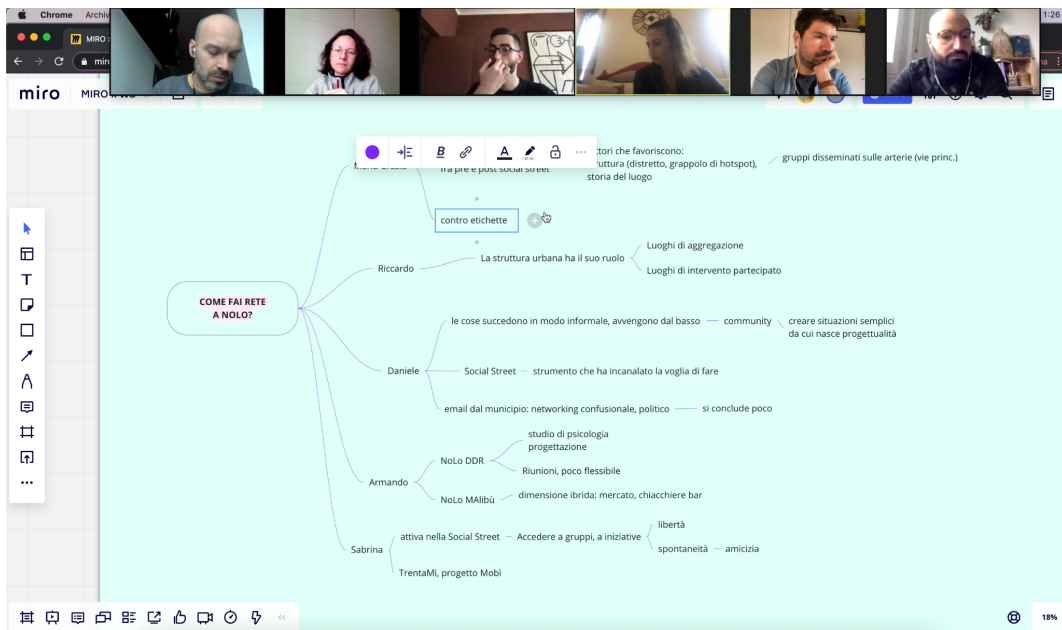


Fig. 5 - Focus group da remoto con abitanti del quartiere

4.4 Focus group con i rappresentanti della rete attiva nel quartiere

Il terzo incontro ha visto la collaborazione di 10 rappresentanti della rete maggiormente strutturata, attiva e socialmente riconosciuta a NoLo: la rete di QuBì Loreto (Comin).

Fra questi, Luca Rossetti di Cooperativa Comin e B-CAM Cooperativa Sociale, key actor della ricerca incontrato nel primo di questi tre confronti e organizzatore dell'evento.

La modalità di contatto e organizzazione dell'incontro più ottimale si è infatti rivelata quella diretta, tramite l'invio di email d'invito alla partecipazione operata dal Prof. Davide Fassi, a partire dalla lista di contatti aziendali e non stesa da Luca. Ancora per merito di questo rapporto ibrido professionale-amicale, è stato possibile ottenere una larga partecipazione e feedback di disponibilità in pochi giorni. Incontro unico e della durata di circa 60 minuti, si è tenuto secondo le medesime condizioni dei precedenti: in modalità da remoto, con ogni attore collocato nel proprio contesto di quotidianità o di professione (optando per le 18.00/18.30 come orario di inizio, per intralciare il meno possibile la giornata lavorativa di ognuno), per mezzo di device digitali di personale possesso: pc, tablet, smartphone. L'unico vincolo riguardava la sottoscritta e l'uso obbligato di un pc.

Quindi l'utilizzo della stessa piattaforma di web conference e, di nuovo, della piattaforma di visual collaboration (utilizzata dalla sottoscritta), per restituire visivamente e in tempo reale, all'intero gruppo di ricerca, l'andamento della conversazione e i concetti chiave trascritti all'interno di mappe mentali digitali. Oggetto dell'intervento, una presentazione riassuntiva del progetto di ricerca e dei suoi obiettivi, con un accenno all'intenzione di circoscrivere l'ambito di ricerca al contesto del quartiere di NoLo, e un momento di dialogo e generazione di idee orientato all'indagine di temi

quali la mappatura delle realtà sociali di quartiere, gli strumenti e le strategie di comunicazione dell'impegno sociale di oggi e le opportunità di domani, utili a creare una migliore cosapevolezza delle azioni di Welfare nel quartiere e a progettare esperienze coinvolgenti per la comunità.

Così come fatto per il secondo incontro, la modalità di svolgimento delle attività avrebbe previsto l'articolazione e lo sviluppo di un dialogo attorno a tre domande inerenti la tematica, strutturato in tre momenti ciascuno dei quali corrispondente alla visualizzazione a schermo di un diverso canvas digitale riportante la stessa domanda e la mappa mentale da riempire. L'output da valutare in conclusione dell'esperienza si sarebbe quindi costituito dei contenuti delle tre mappe.

Le conversazioni intendevano rimanere su toni abbastanza informali, per stimolare la partecipazione attiva e la volontaria condivisione di punti di vista anche personali; tuttavia la natura del rapporto fra i partecipanti ha determinato un tono più pesante e formale rispetto al precedente evento, e un livello di partecipazione minore, forse in parte dovuto anche alla numerosità degli attori che sociologicamente rende più propensi all'ascolto che non all'intervento.

Gli obiettivi di questo incontro includevano la partecipazione attiva degli attori nella discussione, valutata a partire dalla quantità e dalla qualità dei contributi; il coinvolgimento personale ed emotivo, dunque la propensione di ciascuno a svolgere un'attività di riflessione (e *brainstorming*) sui temi, in riferimento alla propria esperienza nelle vesti di rappresentanti di organizzazioni operanti all'interno di una rete; la restituzione di informazioni in parte riguardanti lo stato dell'arte del lavoro sociale nel quartiere e nelle zone limitrofe (Municipi 2 e 3), in parte riguardanti i progetti passati più o meno riusciti, i possibili target per i quali potrebbe essere pensata una nuova strategia di comunicazione o un intervento di ottimizzazione della stessa, eventuali spunti di riflessione e suggerimenti che solo i protagonisti sul campo possono dare, tutte misurate sul livello di dettaglio e di aggiornamento delle testimonianze nonché sulla qualità dei suggerimenti di casi studio da considerare in fase progettuale.

DESTINATARI RICERCA	Coordinatore rete QuBi (Key Actor)
ATTORI E RUOLI	<ul style="list-style-type: none"> • 10 attori di ricerca; • 1 Moderatore; • 1 Responsabile di trasposizione insights
MODALITA' ORGANIZZATIVA	Email (lista dei contatti professionali del Key Actor)
FREQUENZA E DURATA INCONTRO	<ul style="list-style-type: none"> • 1 giorno • 60 minuti
LUOGO DI SVOLGIMENTO	Da remoto
E CANALI / STRUMENTI UTILIZZATI	<ul style="list-style-type: none"> • Pc / Device mobile • Web platform per videoconferenze; • Real time board virtuale per il lavoro progettuale condiviso
OGGETTO DELL'INTERVENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Presentazione progetto di ricerca e obiettivi; • Indagine tema piattaforme di mappatura delle realtà sociali di quartiere e strategie di comunicazione dell'impegno sociale
ATTIVITÀ SVOLTE	<ul style="list-style-type: none"> • Breve introduzione verbale; • Instaurazione di un dialogo fra gli interlocutori guidato dal moderatore, sviluppato attorno a 3 macro domande; • Trascrizione e restituzione visiva in tempo reale dei contributi degli interlocutori (tramite compilazione di mappa mentale)
OBIETTIVI E CRITERI DI VALUTAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione attiva: quantità e qualità dei contributi; • Coinvolgimento: propensione all'attività di riflessione sul proprio operato e di brainstorming di idee applicabili alla propria realtà; • Qualità delle informazioni: progetti passati più o meno riusciti, target di progetto ottimali, spunti di riflessione

Tab. 6 - Dettaglio focus group da remoto con associazioni attive nel quartiere

4.4.1 Domanda n.1

La prima attività di discussione verteva attorno alla domanda *A chi si può rivolgere una mappa delle realtà sociali di quartiere?*. Obiettivo di questo primo *task* era introdurre da subito l'intenzione di indagare il tema della mappatura e delle mappe intese nella loro accezione generica, dal punto di vista di persone aventi esperienza dei concetti di costruzione di rete e di lavoro di rete.

Per qualcuno, una mappatura delle realtà sociali di quartiere deve rivolgersi primariamente ai referenti di associazioni operative del Terzo Settore, per i quali una mappa può condividere dati sensibili e una ricchezza di informazioni circa le risorse di rete, d'interesse per le parti coinvolte in quanto favorirebbe lo sviluppo di pratiche di collaborazione. Per altri, può essere utile alle Istituzioni, le quali conoscono il quartiere meno di chi vi opera all'interno, per organizzare la propria distribuzione di servizi civici e sociali, intercettare lacune, gruppi non serviti, e comunicare

in linea diretta bandi e altre iniziative di interesse per le associazioni locali per mezzo di unico portavoce, il coordinatore della rete che andrebbe così costituendosi. Una rete ha di fatto sempre un coordinamento centrale che, senza necessariamente andare a omologare le parti coordinate, crea il giusto ordine nell'eterogeneità delle parti, consente un accesso universale e consente di direzionare gli sforzi individuali verso il raggiungimento di obiettivi condivisi.

Largamente condivisa è l'opinione che i cittadini di cui le realtà interpellate sono interlocutrici (NoLo e dintorni) siano in genere scettici nei confronti dell'utilità delle mappature, sebbene non esista una vera e propria, tesi dedotta dall'osservazione di un comportamento che preferisce lo scambio di informazioni diretto, orale. NoLo è un quartiere in cui l'informazione si muove di base su due canali principali, l'uno offline e l'altro online: da una parte il passaparola, che trova i suoi focolai, in ordine di ampiezza, nei cortili, nelle strade e nelle piazze; dall'altra i gruppi Facebook di aggregazione, re dei quali il gruppo NoLo Social District¹³⁰. Entrambe le sfere fanno capo a logiche di gruppi di scambio, dove anche la richiesta di informazioni vuole essere occasione per instaurare o rafforzare una relazione, per generare o alimentare il circolo di valore (solidarietà e aiuto) che anima il quartiere dal suo interno.

Pertanto per i cittadini, senza entrare nel merito della categoria (bisognosi o attivi nella comunità), una mappa delle realtà sociali di quartiere può essere strumento sì utile ma solo nel momento in cui integri la possibilità, sempre necessaria, di un'autonoma fruizione, con opportunità di relazione e di condivisione. Per i cittadini bisognosi di servizi dovrebbe integrare pratiche di supporto basate sulla relazione interpersonale di prossimità, dove le soluzioni ai bisogni espressi siano frutto di uno scambio reciproco. Per i cittadini attivi nel quartiere e in particolare nel circuito del Social District, dovrebbe essere utilizzata allo scopo di avvicinare i cittadini alle organizzazioni in una logica di scambio e di coprogettazione la quale, senza una comunicazione, senza la costruzione di ponti, non sarebbe possibile da auspicare se non in scala ridotta e poco significativa per la collettività.

4.4.2 Domanda n.2

La seconda attività di discussione verteva attorno alla domanda *Quali contenuti dovrebbe avere una mappa delle realtà sociali di quartiere?* la quale, rapportata ad una riflessione sulle proprie esperienze personali, apriva la strada a un momento creativo di *brainstorming* di idee. Si è detto che nell'elaborazione dei contenuti di una mappa di questo tipo deve essere messa in luce l'identità delle realtà di quartiere, opinione messa in contrasto da chi invece sostiene che in primo piano bisogna mettere i progetti e le attività portate avanti da queste ultime, in particolare porre il focus sui target per i quali sono pensati, i *benefit* per i quali vengono offerti ed eventualmente la natura gratuita. Importante è, successivamente, la segnalazione di un contatto a cui fare riferimento per avere

¹³⁰ NoLo Social District - Nord Loreto, Milano, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

maggiori informazioni, che rimandi al sito di ciascun ente mappato. Fondamentale un sistema di ricerca veloce e quanto più mirata, un filtro in grado di individuare l'offerta delle realtà secondo parametri specifici che diano modo di collocarla all'interno di una cornice quanto più descrittiva della verità, onde evitare la percezione di disorientamento generata dal raggruppamento nel medesimo *cluster* di servizi significativamente diversi. Il fattore della lingua è da tenere in considerazione vista la varietà di etnie presenti nel quartiere, e la difficoltà di molti a parlare la lingua italiana. Constatate le potenzialità che una mappatura avrebbe per entrambe le categorie (cittadini e organizzazioni) potrebbe essere utile pensare ad un sistema di doppio destinatario, che si rivolga in diverso modo ad entrambe: nel caso dei cittadini potrebbe essere più interessante un discorso sui servizi, nel caso delle organizzazioni una comprensione delle identità che ne fanno parte. Diversi partecipanti hanno segnalato l'importanza di considerare la mappatura punto di partenza per la creazione di un sistema per conoscersi e creare sinergia, che potrebbe riflettersi in una piattaforma digitale ma avere ripercussioni a livello territoriale.

Alle organizzazioni dovrebbe offrire un sistema mediante il quale mettere in luce le competenze, anche per favorire l'estensione a gruppi più piccoli e informali ad ora poco considerati, ai cittadini un sistema che sviluppi empatia, legami, senso di comunità e d'importanza, dunque un sistema che si presti a ricevere un contributo attivo da questi, di utilità per il resto del quartiere. In particolare si parlava di dare loro gli strumenti necessari ad integrare le informazioni sulle realtà sociali locali e il loro impegno per la comunità con opinioni personali, commenti, dettagli sull'esperienza personale fatta di un determinato servizio: contributi costruttivi che possono rivelarsi preziose risorse per lo sviluppo futuro degli stessi progetti o di nuovi.

4.4.3 Domanda n.3

La terza ed ultima attività di discussione dell'incontro con le associazioni attive nel quartiere è stata pensata per snodarsi attorno alla domanda conclusiva *Come dovrebbe essere? (digitale, fisica, multicanale...)*, quindi sintetizzare i risultati della sessione di brainstorming in una ultima riflessione collettiva. In accordo con i feedback del precedente intervento, è stato decisamente unanime il parere per cui una soluzione ibrida tra sistemi circoscrivibili alla sfera online e sistemi relativi a quella offline. Nello specifico, un *medium*¹³¹ digitale si presta all'apertura di diversi livelli d'accesso, che in base al contesto possono prevedere o meno un obbligo di registrazione; è interattivo, il che consentirebbe agli abitanti di integrare le informazioni con i propri contributi e renderle disponibili ad altri; è facilmente aggiornabile; consente di raccogliere i dati in un unico contenitore accessibile in qualunque momento e ben strutturato nella presentazione dei contenuti. Un medium fisico – e in questa sede la riflessione si è concentrata sul target rappresentato dai cittadini – consente la collocazione spaziale nel territorio e l'avvicinamento alla comunità; può

¹³¹ Il termine *medium* è la forma singolare di *media*, termine col quale si indicano i mezzi di comunicazione di massa.

entrare a fare parte di un sistema pre-esistente, integrare iniziative fisicamente presenti nel quartiere, supportare altri tipi di servizio di utilità sociale (ad esempio, si vorrebbero creare una Portineria di quartiere e una Banca del Tempo); da modo di coinvolgere quelle fasce che preferiscono i sistemi di comunicazione tradizionali (stampa). È in considerazione l'idea di realizzare un prodotto stampato a testimonianza dell'impegno delle realtà di quartiere attive nel sociale, una pubblicazione annuale o semestrale per queste categorie. Alcune delle idee espresse riguardavano la collocazione di strumenti informativi quali bacheche e totem in una pluralità di punti nevralgici del tessuto urbano, attorno ai quali creare uno spazio di aggregazione e di condivisione. Altre, lo sviluppo di una piattaforma digitale da rendere fruibile sul territorio mediante una distribuzione (via tablet o altro dispositivo) in luoghi coerenti e significativi ed accessibile a tutti nel quartiere quali, ad esempio, gli spazi WeMi (si veda *paragr. 3.2*), supportati da una Cabina di Regia, la Portineria di Quartiere, i luoghi di coworking e gli internet point, supportati da un operatore. Per ultima, l'ipotesi di poter rendere accessibile la mappatura dal Portale web del Comune di Milano.

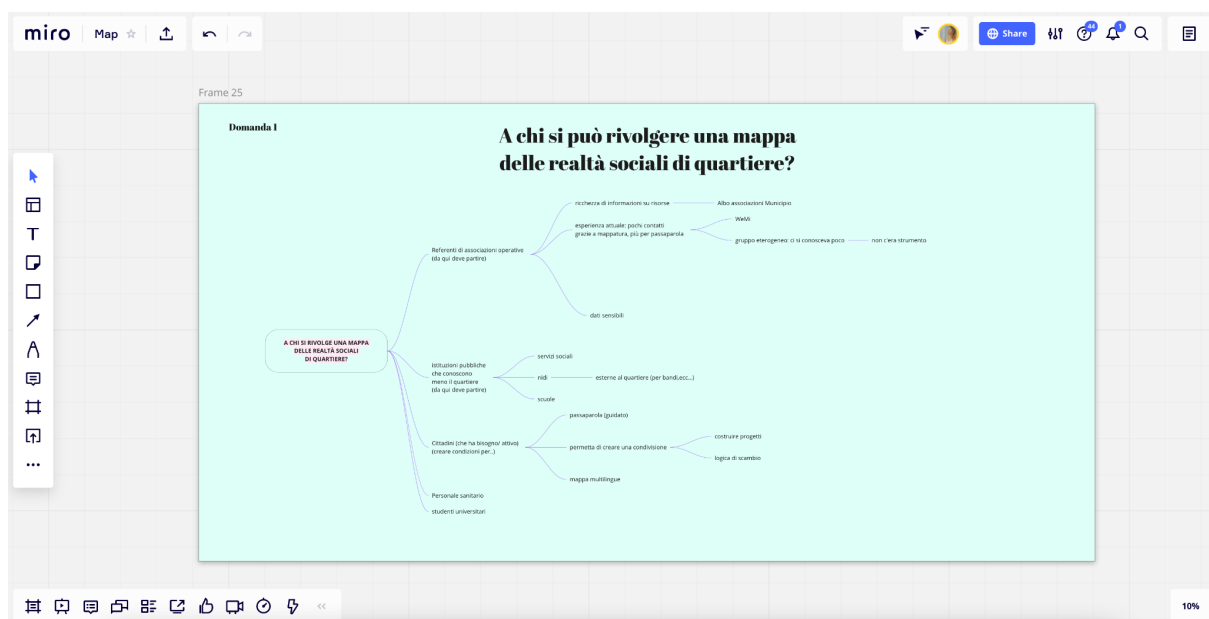


Fig. 6 - Focus group da remoto con associazioni attive nel quartiere - Domanda n.1

4.5 Highlights della ricerca

In questo paragrafo saranno riportati i punti chiave emersi nel corso del ciclo di interventi. Il criterio di selezione si basa sull'osservazione delle tematiche che hanno accolto più consensi e visto una maggiore condivisione di posizioni.

Primo fra tutti, il tema del *phygital*: la proposta di soluzioni ibride innovative in grado di conciliare ambienti virtuali e spazi fisici di interazione e relazione diretta. La combinazione di strumenti digitali e artefatti fisici (e *touchpoint*) è vista come perfetta situazione di equilibrio fra le diverse esigenze riscontrabili nel quartiere. È stata evidenziata l'importanza del veicolo umano, della relazione interpersonale sia nei contesti in cui è necessario un supporto (empatica, amicale) sia nei contesti di lavoro quando si tratta di fare rete (rapporto ibrido formale-informale, spontaneità delle azioni). Si è parlato di costituire una rete di *hotspot* o comunque un sistema distribuito di luoghi "caldi", ovvero attivi e attivatori di pratiche di altro tipo purché inerenti il contesto sociale.

Si è detto che la struttura urbana del quartiere può agevolare il lavoro e lo scambio, poiché alcuni suoi punti si prestano bene alla progettualità, si pensi alle piazze, alle arterie stradali e agli spazi verdi, ma anche agli edifici di possesso del Comune in cerca di uno scopo. Tornando alla mappatura, è pienamente condiviso che in primo luogo una mappa – nella sua accezione generica e trasversale – serva a fotografare l'evoluzione dell'esistente. Si è d'accordo che debba scattare un'istantanea dello stato dell'arte di qualcosa, ma anche che debba, allo stesso tempo, contemplare frequenti azioni di aggiornamento, e possibilmente raccontare la stessa trasformazione per mezzo dei suoi contenuti. Diversi attori hanno manifestato l'utilità che la mappatura avrebbe se restituisse uno strumento con obiettivo B2B, ovvero orientato al supporto del lavoro di rete, di cui la comunicazione interna è colonna portante. Altri hanno condiviso l'idea di uno strumento che sappia comunicare in maniera efficace l'impegno del quartiere per il quartiere stesso, narrazione che potrebbe aprire le porte a nuove opportunità di mobilitazione cittadina volontaria sull'onda di un crescente senso di comunità e di solidarietà. A questo proposito, può essere utile anche ragionare su quali vie si potrebbero percorrere per incanalare la voglia di fare, con uno sguardo però a non creare sovrapposizioni con i sistemi esistenti e in particolare con la Social Street. La mappatura, infine, deve essere attenta a restituire uno strumento di comprensione quanto migliore della realtà, in nome di una constatata inefficacia di quelle mappe più "mentali" che rappresentative del vero.



Tav. 2 - Highlights di ricerca

4.5.1 I potenziali target di progetto

Il target, ovvero le persone coinvolte, va considerato nel suo contesto, che non sono solo i luoghi in cui è inserito e di cui fa esperienza ma sono anche i ruoli, gli obiettivi, le relazioni, le caratteristiche culturali le condizioni percettive che si creano.

Nell'ottica dei risultati della ricerca sul campo riportata nei precedenti paragrafi, tre sono le categorie di target meritevoli di attenzione per quanto riguarda lo sviluppo progettuale di questo elaborato. Considerando gli highlights della ricerca e in particolare il concetto di *sistema phygital* che, in accordo con le testimonianze, rappresenta un aspetto chiave per la progettazione, è parso opportuno ai fini di questa ricerca riprendere le teorie sui Punti di Comunità trattate nel Capitolo 2 del testo. L'analisi svolta da Brescia Città del Noi¹³², progetto di Welfare in Azione e Comune Brescia con il contributo di Fondazione Cariplo, riguarda i diversi sistemi di Welfare *grassroots* che traggono origine dalle attività svolte in particolari spazi di collaborazione e partecipazione cittadina chiamati Punti di Comunità. Come si vuole ricordare, la ricerca ne ha individuato tre tipologie, chiamate anche *modelli* (*tab. 1*), ciascuna delle quali pensata per assolvere a diverse necessità e quindi per un diverso target. Gli incontri hanno fatto emergere tre categorie di possibili target, sovrapponibili ai tre destinatari dell'offerta dei Punti di Comunità che la ricerca di Brescia Città del Noi aveva preso in esame: i cittadini che hanno bisogno di servizi alla persona, le organizzazioni socialmente attive nel quartiere e i cittadini socialmente attivi nel quartiere (si veda il confronto nella *tab. 7* sottostante). Delle tre, tuttavia, è bene da subito indicare che il terzo di questi target sia stato preso in considerazione abbastanza marginalmente, poiché una realtà forte come la Social Street di NoLo per alcuni partecipanti del ciclo di focus group è sufficiente a soddisfare ogni volontà di attivazione per il bene collettivo da parte della cittadinanza. A mio modesto parere, è possibile fare sempre meglio, ne è testimonianza un progetto come quello di Lacittàintorno (*paragr. 3.4*), ancora in fase di sviluppo. Quel che si voleva esprimere era certamente che delle tre categorie fosse quella attualmente più servita. L'intenzione riguardo questo ultimo gruppo è quella di elaborare una prospettiva progettuale che lo coinvolga, detta anche *Scenario*. Mettendo a sistema il target con bisogni, valori, sistemi di Welfare di Comunità attivi a NoLo a beneficio della categoria e opportunità emerse dall'analisi di nuovi casi studio, si trarrà una riflessione su cosa, eventualmente, una mappatura delle realtà sociali di quartiere possa offrire a questo gruppo.

¹³² *La forza della comunità: Esperienze dei punti comunità e buone prassi di welfare cittadino*, a cura di Asis, J., Biazzi, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto "Brescia Città del Noi", 2017, PDF, <http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Punti-comunita_best-practices.pdf> [14/05/21]

	MODELLO 1	MODELLO 2	MODELLO 3
FUNZIONE DEL PUNTO DI COMUNITÀ	Fornitore di informazioni integrate (Hub/Centro informativo per cittadini)	Facilitatore di reti sociali tra i gruppi della comunità	Creatore di Comunità
RUOLO DEL CITTADINO	Utente del servizio	Attore coinvolto nelle organizzazioni della comunità	Partner, co-produttore di servizi
POTENZIALE TARGET DI PROGETTO	Cittadini che hanno bisogno di servizi alla persona	Organizzazioni socialmente attive nel quartiere	Cittadini socialmente attivi nel quartiere

Tab. 7 - Potenziali target di progetto per modelli di Punto di Comunità

4.5.2 Opportunità e criticità emerse

Il seguente capitolo vuole riportare una sintesi dei risultati ottenuti dagli interventi di ricerca sul campo, strutturata sul modello dell'analisi SWOT¹³³, strumento tipico del lavoro del designer, riportante in quest'ordine: punti di forza (*Strengths*), debolezze (*Weaknesses*), opportunità (*Opportunities*) e rischi (*Threats*), o *minacce*, legati ai temi esplorati. In particolare, si è deciso di descrivere i punti di forza e le debolezze partendo dalle testimonianze sullo stato dell'arte del Welfare di Comunità a NoLo, sul modo di fare rete oggi nel quartiere, etc. e di riportare opportunità e rischi legati alle testimonianze raccolte sul tema della mappatura.

• *Strengths - punti di forza*

NoLo è un quartiere che si nutre dell'aggregazione spontanea dei suoi abitanti, dal ricco tessuto di organizzazioni no-profit e di volontari attivi nel quartiere. Vi è abbondanza di servizi e iniziative a favore del cittadino, testimonianze di un impegno del quartiere per il quartiere. L'assetto urbano rende favorevole lo sviluppo di progetti sul territorio tanto quanto la storicità del posto e il legame che gli abitanti hanno con tale contesto storico grazie anche alla conservazione edilizia di alcuni elementi che hanno caratterizzato il secolo passato. C'è uno straordinario livello di conoscenza personale reciproca, favorito dalla ristrettezza del quartiere o quantomeno del suo baricentro, mentre alla Social Street è da attribuire il merito di aver consolidato tali rapporti e quello di promuovere tuttora un'atmosfera di condivisione, fiducia, inclusione e scambio generazionale e multiculturale. Vi sono canali di comunicazione dedicati, largamente utilizzati e fortemente identitari. Vi è una dimensione ibrida nei rapporti che legano la realtà collaboranti all'interno del panorama del Welfare cittadino, che ammette relazioni di tipo formale e informale. La Social Street è, oltre a un canale di informazione, luogo di promozione della cittadinanza attiva e di

¹³³ L'analisi SWOT è uno strumento di pianificazione strategica usato per valutare i punti di forza (*Strengths*), le debolezze (*Weaknesses*), le opportunità (*Opportunities*) e le minacce (*Threats*) di un progetto.

comunicazione delle azioni di Welfare e del loro impatto sul quartiere. Vi è, in generale, una diffusa voglia di fare e di rendersi utili alla comunità a partire dai singoli cittadini, soddisfatta dalla nascita frequente di progetti a carattere partecipativo, iniziative di carattere informale, di liberi accesso e partecipazione. È forte il senso di comunità (*community*) che anima tale voglia di partecipare, favorito dalla ristrettezza del contesto e ancora una volta dalla Social Street che, promuovendo anche iniziative di natura puramente aggregativa e inclusiva, determina un ambiente di mutua conoscenza, amicizia e fiducia.

- *Weaknesses - debolezze*

La ricerca dei servizi difficilmente è autonoma: ad internet generalmente si preferisce il passaparola. Vi sono abitanti che non parlano a dovere o per nulla la lingua, che ovviamente si sentono in difficoltà o totalmente abbandonati. I cittadini più anziani sono meno o per niente avvezzi all'uso degli strumenti digitali, per cui hanno bisogno di servizi informativi di prossimità, specialmente se non hanno a disposizione parenti a cui chiedere aiuto. L'evoluzione costante del quartiere rende difficile una fotografia unica delle iniziative e dei servizi attivi, e l'assenza di questa può creare situazioni di difficoltà o di complessità nel momento in cui si rende necessario accedere a un determinato servizio. I canali di comunicazione mainstream del quartiere seguono la logica del *feed*¹³⁴ e/o pubblicano contenuti di genere misto. Vi è complessità per il cittadino anche nell'attivazione come volontario in assenza di un sistema dedicato. La difficoltà ad avere una visione chiara d'insieme sui servizi e i progetti attivi nel quartiere crea talvolta una sovrapposizione nell'offerta. I piccoli e i nuovi gruppi difficilmente riescono a rendersi visibili nel quartiere, tanto più agli occhi delle Istituzioni. Un coordinamento di cittadini attivi basato *solo* su relazioni personali limita la costruzione della comunità e il perseguimento di obiettivi significativi. Vi è difficoltà a reperire un quadro completo dei risultati dell'impegno sociale e degli obiettivi raggiunti da parte dei cittadini attivi: il rischio è un calo dei livelli di motivazione a proseguire nell'impegno. I canali di comunicazione e di promozione della cittadinanza attiva, gli stessi sopra citati, propongono contenuti facili da perdere, impersonali e di genere misto.

- *Opportunities - opportunità*

Una mappatura consente di avere una panoramica dei servizi al cittadino e dell'ubicazione degli enti eroganti, di allargare gli orizzonti a realtà alternative, una comprensione e ottimizzazione delle risorse del quartiere e degli ambiti non serviti (per localizzare un intervento). Un servizio interattivo può aiutare la ricerca del servizio più appropriato e a comprendere il modo migliore di rispondere al proprio bisogno, e un sistema di servizi distribuito può raggiungere più persone. Una mappatura consente ai gruppi della rete di avere maggiore visibilità agli occhi di cittadini, organizzazioni e Istituzioni esterne; consente la redazione di un bilancio e quindi una valutazione dell'impatto sociale sulla base del quale orientare nuove azioni d'intervento mirato.

¹³⁴ La logica del feed è il criterio secondo il quale il flusso di contenuti di una homepage (tipicamente di un social network) viene visualizzato sulla base delle preferenze contenutistiche personali dell'utente, individuate dall'algoritmo di cui il social network si serve.

Sfruttare una location per erogare un servizio può venire incontro alla necessità di creare occasioni d'incontro con la cittadinanza e favorire occasioni di riunione per coordinare il lavoro di rete.

La creazione di situazioni di aggregazione e scambio può favorire la coesione e la progettualità dei cittadini attivi e un servizio interattivo può aiutare a comprendere le migliori risorse da condividere con la comunità. Una mappatura può aiutare chi non è attivo a capire l'impegno sociale del territorio, ma solo grazie ad un sistema di comunicazione può restituire un quadro dell'efficacia delle attività svolte e motivare la prosecuzione dell'impegno sociale. Inoltre, una comunicazione diretta può soddisfare i bisogni di inclusione e di importanza del singolo partecipante.

- *Threats - rischi o minacce*

La rapidità con cui si evolvono in questi anni i quartieri, in particolare di quello di NoLo, costituisce una minaccia per la mappatura in termini di prematura obsolescenza.

L'aggiornamento continuo di una mappatura può risultare dispendioso in termini di tempo e se non è pianificato in maniera corretta, ad esempio standardizzando i processi e le informazioni da registrare, significherebbe la morte della mappatura stessa. Se di fruizione autonoma, una mappa potrebbe riscontrare un inutilizzo dai cittadini alla ricerca di un servizio poiché magari troppo complessa ed impersonale; al contrario, uno strumento unicamente digitale rischierebbe di limitare la possibilità di accesso a chi non ha (o non sa usare) gli strumenti digitali. Si vedrebbero negata la possibilità di accedere al servizio anche coloro che non parlano bene o per nulla l'italiano nel momento in cui esso fosse elaborato in quella lingua soltanto. Se non si fa richiesta, in fase di mappatura, di un adeguato numero e di una altrettanto adeguata qualità di informazioni, si rischia di cadere nel tranello delle mappe mentali, le quali restituiscono scenari poco realistici e poco descrittivi della realtà. C'è inoltre la possibilità di precludere l'ingresso a nuove realtà qualora si realizzasse una mappatura povera nel numero delle realtà coinvolte. Un sistema basato sulle sole relazioni digitali invece finirebbe per intaccare la coesione fra i gruppi.

4.6 Considerazioni personali sugli output di ricerca e sugli spunti di progetto

Gli incontri hanno fornito molti spunti di riflessione e hanno dato un'opportunità di apprendimento della situazione generale in cui versa il sistema di Welfare cittadino del quartiere. In questo paragrafo verranno quindi riassunti i risultati della ricerca combinando i punti chiave di ciascun intervento e riportando qualche spunto progettuale emerso; successivamente si avvierà una riflessione generale sulla situazione del Welfare di Comunità di NoLo che sia d'ispirazione per la selezione di casi studio. Ma prima di cominciare, una piccola riflessione sulle modalità di contatto: è stato di fondamentale importanza, per gli obiettivi di questa ricerca, richiedere il supporto di un Key Actor decisamente qualificato, ben inserito nel panorama del Welfare del quartiere, in grado di fare sia da portavoce che da garante della ricerca. Anche il supporto del Relatore di questa tesi,

membro della Social Street, non si può dire non essere stato essenziale. Dunque per condurre una ricerca sul campo di questo tipo ed esser certi di ottenere una larga partecipazione e un dialogo il più possibile spontaneo, sinonimo di un alto numero di feedback e di una ricchezza di informazioni, è importante inserirsi piano piano nella scena, richiedendo la consulenza della figura più competente e chiedendo il suo supporto nel raggiungimento di un più esteso coinvolgimento.

In generale si può sintetizzare affermando che è sentita l'importanza di avviare una comunicazione sia interna alla rete, sia esterna ad essa e rivolta al cittadino, che promuova logiche di coprogettazione e scambio in ogni contesto partendo da mappature che coinvolgano anche gli attori più piccoli e quelli nuovi. Si può riportare con un certo livello di certezza che l'intenzione degli attori attualmente rappresentativi di realtà più e meno formali attive nel quartiere sia quella di promuovere soluzioni ibride innovative (*phygital*) che sappiano conciliare mezzi digitali e cultura del quartiere, ambienti virtuali e luoghi di relazione, in nome dello spirito vivo, inclusivo e collaborativo di NoLo. Dal confronto dei 3 interventi dunque appare chiaro che bisogna lavorare sul territorio, sfruttarne l'assetto urbano – ritenuto ottimale per lo sviluppo di progettualità – per la distribuzione omogenea “a rete” di un servizio. Il punto di approdo è infatti la generazione di luoghi inclusivi, in cui è centrale l'attivazione delle persone nei confronti della comunità di prossimità, come d'altra parte il coinvolgimento di reti ampie di attori diversi, motori di cittadinanza responsabile. Fondamentale è il veicolo umano e l'umanizzazione dei processi. Sempre in tema di inclusione, è bene considerare l'erogazione del servizio in almeno una lingua straniera, partendo dall'inglese e raccogliendo feedback sull'eventuale necessità di considerare nuovi idiomi. Avere il supporto di luoghi fisici all'interno del quartiere significa avere l'opportunità di creare ambienti polifunzionali a supporto di diverse esigenze o desideri della cittadinanza, che la comunità può sentire come propri: dove sviluppare pratiche di coprogettazione, di riqualificazione del territorio, di scambio e condivisione di pratiche e competenze.

La parola chiave è ibridazione: è importante mettere insieme nello stesso spazio attività del tutto diverse tra loro per rendere quest'ultimo maggiormente attrattivo e funzionale.

Anche per le organizzazioni un luogo fisico è occasione di incontro e rafforzamento delle relazioni, che si sono viste essere caratteristiche chiave anche del lavoro di rete, nel contesto di NoLo ma con probabilità anche altrove.

In generale, la mappatura si rivela uno strumento con buone opportunità per entrambi gli scenari B2B e B2C, chiaro è che tale processo sia da delegare alle stesse realtà di quartiere in entrambi i casi, e più nello specifico ad una Cabina di Regia (un coordinamento centrale). Dalla mappatura si potrebbe creare un set di dati utile allo sviluppo di uno spazio digitale condiviso, accessibile da più parti su più livelli. L'obiettivo di sviluppare piattaforma digitale è trasmutare il più precisamente possibile lo spazio fisico in spazio digitale, per consentire al cittadino di potersi orientare all'interno del quartiere e di individuare servizi di interesse e ubicazione degli enti eroganti. Alle organizzazioni permetterebbe di visualizzare un quadro completo dell'offerta sociale del territorio, cosa che rende possibile l'individuazione di pattern, concentrazioni e aree non servite. È bene creare un luogo

sicuro mediante un sistema di accesso limitato agli abitanti e alle realtà del quartiere, all'interno del quale sia percepito un condiviso senso di sicurezza capace di garantire il corretto funzionamento del sistema: il rilascio di dati sensibili, l'adesione alle iniziative, l'adesione alle attività di volontariato, l'apertura alle collaborazioni, la condivisione di contributi personali. Perché lo strumento di ponga obiettivi B2B è necessario coinvolgere nel discorso la Pubblica Amministrazione, perché questo mezzo avrebbe bisogno di un sostegno e potrebbe rivelarsi utile allo stesso lavoro delle Istituzioni sulla città. Una complessità potrebbe essere costituita dalla necessità di infrastruttura hardware e dai costi di sviluppo e gestione di un software, voci che renderebbero chiara la necessità di un finanziamento. Una linea meno dispendiosa può essere invece una comunicazione offline per l'inclusione di quelle fasce che per divari culturali o generazionali potrebbero non avere accesso agli strumenti digitali, ma conserverebbero tutto il diritto di essere inclusi nel piano.

La tabella che segue (*tab. 8*) schematizza i risultati degli incontri contemplando però, in parte, anche un'interpretazione delle teorie dei modelli di Punto di Comunità¹³⁵. Bisogni e valori ad esempio sono stati parzialmente elaborati sulla base del modello a cui ciascun target fa riferimento.

Le opportunità emerse in questa fase costituiscono uno dei criteri di selezione degli studi di caso che seguiranno. Da questa prima ricerca già si capisce che un ipotetico intervento progettuale non deve tralasciare l'importanza del rapporto interpersonale, non solo per i cittadini aventi bisogno di ascolto e orientamento ai servizi alla persona, ma anche per quanto riguarda associazioni e cittadini attivi, entrambe realtà che trovano valore nella creazione di legami e nella collaborazione. Il loro rapporto, fondato in gran parte sul senso di comunità, sulla relazione, la conoscenza e la fiducia reciproche, deve essere difeso e arricchito. Verranno quindi considerate unicamente soluzioni a supporto di tali rapporti, specialmente se digitali, da integrare in maniera non invasiva e non limitante. Il tema del "phygital" qui è chiave di tale risoluzione progettuale, in quanto fa riferimento a una soluzione ibrida capace di conciliare cultura locale e innovazione.

¹³⁵ *La forza della comunità: Esperienze dei punti comunità e buone prassi di welfare cittadino*, a cura di Asis, J., Biazzi, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto "Brescia Città del Noi", 2017, PDF, <http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Punti-comunita_best-practices.pdf> [14/05/21]

	MODELLO 1	MODELLO 2	MODELLO 3
POTENZIALE TARGET DI PROGETTO	Cittadini che hanno bisogno di servizi alla persona	Organizzazioni socialmente attive nel quartiere	Cittadini socialmente attivi nel quartiere
BISOGNI	<ul style="list-style-type: none"> • Avere accesso facilitato alle informazioni • Trovare ascolto ai propri bisogni • Orientarsi fra le informazioni • Accedere al servizio con facilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Avere un quadro informativo completo dell'esistente (enti, progetti, servizi) • Costruire una rete di relazioni • Visibilità agli occhi di comunità e istituzioni • Scambiare competenze e risorse • Promuovere cittadinanza attiva • Monitorare lavoro sociale • Coordinare azioni verso obiettivi comuni 	<ul style="list-style-type: none"> • Sentirsi parte attiva e utile per la comunità • Orientarsi fra i progetti attivi • Ricevere un riscontro sull'impatto positivo delle attività nel quartiere • Costruire relazioni con la comunità • Partecipare in modo attivo
VALORI DEL TARGET	<ul style="list-style-type: none"> • Accessibilità • Ascolto • Relazione • Comprensione • Informazione • Guida all'orientamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Completezza e accuratezza informazione • Senso di utilità • Visibilità • Condivisione e scambio • Costruzione relazioni • Raggiungimento obiettivi comuni 	<ul style="list-style-type: none"> • Senso di appartenenza e comunità • Senso dell'apporto concreto • Inclusione • Libertà • Condivisione e scambio • Costruzione comunità
PUNTI DI FORZA	<ul style="list-style-type: none"> • Ricco tessuto di organizzazioni no-profit e di volontari attivi nel quartiere • Abbondanza di servizi e iniziative a favore del cittadino • Impegno del quartiere per il quartiere • Assetto urbano favorevole allo sviluppo di progetti sul territorio • Conoscenza personale reciproca • Rapporto di scambio e fiducia fra abitanti grazie alla Social Street 	<ul style="list-style-type: none"> • Ricco tessuto di organizzazioni no-profit e di volontari attivi nel quartiere • Impegno del quartiere per il quartiere • Condivisione iniziative tramite canali di comunicazione • Rapporto di conoscenza, scambio e fiducia fra organizzazioni grazie alla Social Street • Dimensione ibrida relazione: formale e informale • Promozione cittadinanza attiva grazie alla Social Street • Comunicazione dell'impatto positivo delle azioni tramite canali di comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Impegno del quartiere per il quartiere • Voglia di fare e di rendersi utili alla comunità • Assetto urbano favorevole allo sviluppo di progetti sul territorio • Sviluppo quotidiano di progetti a carattere partecipativo • Senso di community (più che di network) • Iniziative di carattere informale • Relazioni di amicizia • Libertà di accesso e partecipazione • Rapporto di conoscenza, scambio e fiducia fra cittadini e gruppi grazie alla Social Street
PUNTI DI DEBOLEZZA	<ul style="list-style-type: none"> • La ricerca difficilmente è autonoma: a internet si preferisce il passaparola • Abitanti che non parlano la lingua • Cittadini anziani o non avvezzi all'uso degli strumenti digitali • L'assenza di una fotografia delle iniziative e dei servizi attivi crea disorientamento / complessità nella ricerca del servizio desiderato 	<ul style="list-style-type: none"> • L'evoluzione costante del quartiere rende difficile una fotografia • Canali di comunicazione mainstream del quartiere: logica del feed e contenuti di genere misto • Complessità per il cittadino nell'accedere ai servizi o attivarsi (assenza di un sistema di crowdsourcing) • Sovrapposizione nell'offerta dei servizi • Assenza di una rete unica e di un coordinamento centrale • Difficoltà dei piccoli gruppi a rendersi visibili alle istituzioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinamento basato solo su relazioni personali limita la costruzione della comunità • Difficoltà ad avere un quadro completo dell'impegno sociale e degli obiettivi raggiunti • Non c'è un punto di riferimento che aiuti la valutazione delle competenze e la collocazione • Canali di comunicazione e promozione della cittadinanza attiva: logica del feed, contenuti impersonali e di genere misto
OPPORTUNITÀ DELLA MAPPATURA	<ul style="list-style-type: none"> • Una mappatura consente di avere una panoramica dei servizi al cittadino e dell'ubicazione degli enti eroganti • Una mappatura consente di allargare gli orizzonti a realtà alternative • Un servizio interattivo può aiutare la ricerca del servizio più appropriato • Un servizio interattivo può aiutare a comprendere il modo migliore di rispondere al proprio bisogno • Un sistema di servizi distribuito può raggiungere più persone 	<ul style="list-style-type: none"> • Una mappatura consente di allargare i propri orizzonti a realtà nuove • Una mappatura consente comprensione e ottimizzazione delle risorse del quartiere • Una mappatura consente comprensione degli ambiti non serviti (per intervento) • Una mappatura consente visibilità da cittadini, organizzazioni e enti esterni • Una mappatura consente un bilancio e una valutazione dell'impatto sociale • Un servizio può creare occasioni d'incontro • Un servizio interattivo può favorire azioni di coordinamento del lavoro di rete 	<ul style="list-style-type: none"> • La creazione di situazioni di aggregazione e scambio può favorire coesione e progettualità • Una mappatura può aiutare chi non è attivo a capire l'impegno sociale del territorio • Un servizio interattivo può aiutare a comprendere le migliori risorse da condividere con la comunità • Un sistema di comunicazione può restituire un quadro dell'efficacia delle attività svolte e motivare la prosecuzione dell'impegno sociale • Una comunicazione diretta può soddisfare i bisogni d'inclusione e importanza del singolo
RISCHI	<ul style="list-style-type: none"> • Aggiornamento mappatura dispendioso • Inutilizzo di una mappa se di fruizione autonoma poiché complessa e impersonale • Uno strumento unicamente digitale limita l'accesso a chi non ha o non sa usare gli strumenti digitali • Inutilizzo di uno servizio elaborato nella sola lingua italiana da chi non la parla bene 	<ul style="list-style-type: none"> • Creare mappe mentali (poco realistiche) • Aggiornamento mappatura dispendioso • Precludere l'ingresso a nuove realtà con una mappatura limitata • Intaccare la coesione fra i gruppi con un sistema basato sulle sole relazioni digitali • Inutilizzo di una mappa se di fruizione autonoma poiché complessa e impersonale 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapida obsolescenza della mappatura • Creare mappe mentali (poco realistiche) • Aggiornamento mappatura dispendioso • Intaccare la coesione fra i gruppi con un sistema basato sulle sole relazioni digitali • Inutilizzo di una mappa di fruizione autonoma poiché complessa e impersonale
SPUNTI PROGETTUALI	<ul style="list-style-type: none"> • Mappatura dei servizi al cittadino • Filtro servizi/progetti per destinatari • Sistema phygital: fisico/digitale • Sfruttare l'assetto urbano per un servizio distribuito, facilmente raggiungibile da tutti • Accesso gratuito e non impegnativo • Relazione diretta con una persona • Approccio empatico e amicale orientato all'ascolto dei bisogni • Processo di orientamento guidato • Uso di linguaggi semplici e più lingue 	<ul style="list-style-type: none"> • Mappatura degli enti e dei servizi • Sistema phygital: fisico/digitale • Sistema digitale per aggiornamento semplice e fruizione multipla (enti/cittadini) • Piattaforma multilivello (enti/servizi) • Filtro enti per tipologia servizi • Notifica delle novità (es. bandi) • Sistema di monitoraggio attività • Sistema fisicamente collocato nel quartiere per essere facilmente accessibile • Sistema per conoscersi e creare sinergia • Coordinamento centralizzato 	<ul style="list-style-type: none"> • Mappatura attività partecipative/volontariato • Sistema digitale per aggiornamento semplice • Piattaforma multilivello (enti/iniziativa) • Filtro iniziative per tipologia • Notifica delle novità (iniziative in scadenza) • Integrazione contributi abitanti • Sfruttare l'assetto urbano per un servizio distribuito, facilmente raggiungibile da tutti • Sfruttare la storicità del luogo per stimolare il senso di appartenenza al quartiere • Creare di occasioni di incontro e condivisione • Accostare ad altre iniziative (es. Laboratori urbani, Banca del Tempo)

Tab. 8 - Schematizzazione dei risultati degli interventi di ricerca

Capitolo 5 - Alcuni Studi di caso

5.1 Brescia Città del Noi

Brescia Città del Noi è un progetto realizzato dal Comune di Brescia in partenariato con diverse cooperative e associazioni di volontariato locali, finanziato con il contributo di Fondazione Cariplo. Ha preso avvio a maggio 2016 ed ha avuto una durata triennale. È un progetto finalizzato a contribuire a trasformare l'impianto dei servizi sociali della città per ricostruire una reale capacità di risposta diffusa ed equa, attraverso una visione ed una strategia comuni ed un approccio responsabile e organizzato, con l'intento di passare da un Welfare amministrativo ad un Welfare di Comunità¹³⁶. Il progetto ha agito sulle 5 zone e sui 33 quartieri della città, ciascuno avente caratteristiche proprie e differenti.

Del progetto Brescia Città del Noi si vogliono menzionare il processo di mappatura che ha coinvolto le realtà attrici del Welfare di Comunità della Città di Brescia e ha messo le basi per l'elaborazione della strategia dei Punti di Comunità vista nel Capitolo 2.

La mappatura dei servizi di Welfare della città di Brescia rientrava a pieno titolo tra le azioni del progetto. Un report metodologico¹³⁷ presenta l'iter metodologico grazie al quale un team addetto è arrivato alla produzione della prima lista dei servizi di Welfare erogati nella città di Brescia da soggetti pubblici e privati. Il risultato ha costituito una base di partenza per ulteriori sviluppi, implementazioni e perfezionamenti sia dal punto di vista della completezza delle informazioni, sia dal punto di vista della forma. Il compito di ricognizione e mappatura è stato assegnato all'Agenzia Conoscenza e Innovazione del Progetto Brescia Città del Noi, per conoscere il sistema di produzione complessivo del Welfare della città e accrescere la consapevolezza rispetto alla ricchezza delle risorse comunitarie da poter valorizzare per realizzare un Welfare partecipato¹³⁸. L'obiettivo condiviso era quello di riuscire ad evidenziare chi e quali fossero i servizi presenti sul territorio, oltre a quelli erogati direttamente dal Comune o gestiti in relazione con esso. Il prodotto finale voleva essere uno strumento operativo per orientarsi nel panorama delle realtà presenti nel territorio comunale, utile ad Amministrazione, Punti Comunità, Consigli di Quartiere, operatori dei servizi e, ovviamente, ai cittadini stessi.

La ricerca si è mossa sulla base dell'identificazione di quei soggetti che nella città di Brescia offrivano servizi rivolti al benessere di soggetti appartenenti a categorie quali la prima infanzia, i minori, le famiglie, i giovani, gli adulti con disagio, gli stranieri, i disabili, gli anziani, i disoccupati, la comunità

¹³⁶ *Brescia Città del Noi*, a cura di Comune di Brescia, sito web, <<http://bresciacittadelnoi.it>> [18/04/21]

¹³⁷ *La mappatura dell'offerta di welfare della città: l'analisi dell'offerta di servizi nel comune di Brescia*, a cura di Biazzi, G. e Chiaf, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto "Brescia Città del Noi", 2017, PDF, <http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Forza-della-comunita%CC%80_Report-metodologico.pdf> [14/05/21]

¹³⁸ *ibidem*.

in generale. Il processo si è svolto in diverse fasi, partendo dall'individuazione delle fonti dati. La base di partenza è stata il Censimento delle Istituzioni No-Profit di cui sono state tenute in considerazione fonti quali: gli elenchi di enti beneficiari del 5 per mille, di ONLUS e ONG; registri o albi regionali delle organizzazioni di volontariato, delle APS e delle cooperative sociali; l'elenco degli enti ecclesiastici.¹³⁹ Una scrematura dei dati è avvenuta sulla base dell'attività svolta dalle singole organizzazioni, escludendo quelle che non svolgevano attività rivolte al sociale o al benessere delle categorie individuate inizialmente. Sono state intese come "welfare" le attività inerenti ai settori sociali, socio-sanitari, e alcuni servizi educativi. Sono stati inoltre mappati servizi rivolti alla multiutenza come caf, patronati, volontari ospedalieri, protezione civile, punti famiglia, ed escluse attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento, attività culturali generiche, attività formative, servizi scolastici classici e altre attività specifiche del proprio settore¹⁴⁰.

La lista di soggetti erogatori e servizi così ottenuta è stata infine sottoposta alla valutazione di ogni singola zona amministrativa della città, dal quale confronto è emersa la presenza di organizzazioni non più attive, ma anche l'assenza di organizzazioni dal ruolo importante nel territorio che non figuravano in alcun elenco ufficiale in quanto afferenti a categorie non sociali o socio-sanitarie ma che tuttavia invece offrivano, nel ventaglio delle loro attività, anche progetti o servizi che potevano essere classificati come Welfare. Dopo un processo di ripulitura dei dati, il risultato della mappatura è stato un file Excel¹⁴¹ che conteneva, per ogni servizio, le seguenti informazioni: il nome dell'ente gestore, la forma giuridica, il target, la tipologia di servizio, il nome del servizio o progetto, la zona territoriale, il quartiere della sede, l'indirizzo, la modalità di rapporto col Comune, contatti telefonici, web e email¹⁴². Dalla lista ottenuta è stato redatto e inviato a tutte le realtà un questionario, il quale richiedeva dati aggiornati relativamente alle informazioni precedenti (per ciascun servizio erogato) e inoltre il numero di utenti per ciascun servizio nell'anno precedente, nome e contatti del referente dell'organizzazione, il totale del Valore della Produzione dell'organizzazione registrato l'anno precedente, la suddivisione dell'ammontare di tale valore e la provenienza (fonte pubblica, pubblica e privata o solo privata), l'ammontare del Capitale Investito, il numero di dipendenti presenti nelle attività erogate (collaboratori inclusi) e il numero di volontari attivi nelle attività.

Come precedentemente espresso, tale mappatura si presta a più scopi e a più categorie di utilizzatori: i cittadini hanno il loro ruolo, e possono "fruire" della mappatura dei singoli servizi consultando la mappa digitale risultante sul sito di Brescia Città del Noi¹⁴³. Tuttavia, per gli addetti ai lavori, è allo stesso tempo aperto alla consultazione universale lo stesso database: da quella pagina del sito è infatti possibile accedere ai dati presentati sia mediante una rappresentazione spaziale (mappa) sia mediante un file gestionale (file Excel di cui prima).

¹³⁹ *ivi*.

¹⁴⁰ *ibidem*.

¹⁴¹ Microsoft Excel è il software di foglio di calcolo leader di settore, uno strumento per la visualizzazione e l'analisi dei dati.

¹⁴² *ibidem*.

¹⁴³ *Brescia Città del Noi*, a cura di Comune di Brescia, sito web, <<http://bresciacittadelnoi.it>> [18/04/21]

Per concludere, si vuole accennare ad un Punto di Comunità previsto dal progetto, definito come rispondente al *terzo modello* della classificazione di Brescia Città del noi (si veda *tab. 1*).

Il Punto Comunità di Borgo Trento¹⁴⁴, che si trova all'interno dello spazio Il Folle Volo, è un ambiente multifunzionale creato per ristabilire la rete di socialità e condivisione, promuovere la comunità e la responsabilità cittadina e favorire iniziative che provengono dal basso. Offre una cucina e una sala da pranzo per il *social eating*, si presta a eventi privati o ad attività aziendali, ad attività della comunità, riunioni e corsi di educazione alimentare. È dotato di uno spazio di segreteria comune e a seconda dell'uso che se ne vuole fare può essere un ufficio per associazioni, uno spazio di studio e co-working per i giovani, una stanza per una varietà di attività per piccoli gruppi e per attività di coprogettazione di iniziative.

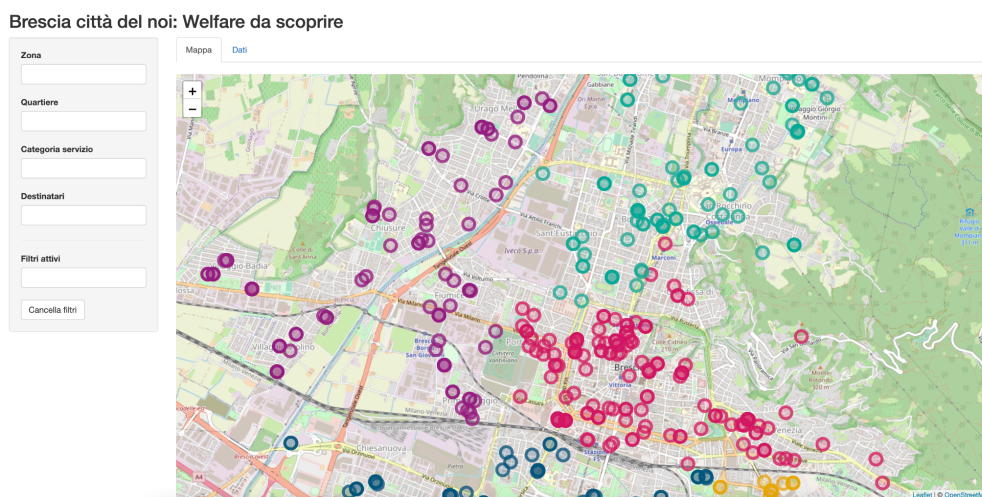


Fig. 7 - Brescia Città del Noi - Mappa digitale del Welfare della Città di Brescia¹⁴⁵

5.2 Lulu Dans Ma Rue

Lulu Dans Ma Rue¹⁴⁶ è la nuova concezione di Portierato di Quartiere ideata dal professore francese Charles-Edouard Vincent e sperimentata a Parigi per la prima volta nel 2015. Combinando le abilità individuali dei collaboratori di questo progetto con i piccoli bisogni quotidiani dei residenti, Lulu Dans Ma Rue sperimenta un nuovo modello di imprenditoria sociale che coniuga

¹⁴⁴ Punto Comunità Il Folle Volo, a cura di Circolo Acli Cristo Re, sito web, 2015, <<https://www.aclicristore.it/il-folle-volo/punto-comunita.html>> [18/04/21]

¹⁴⁵ Brescia Città del Noi - Mappa digitale del Welfare della Città di Brescia, tratta da: Brescia Città del Noi, a cura di Comune di Brescia, sito web, <<http://bresciacittadelnoi.it>> [18/04/21]

¹⁴⁶ LuLu Dans Ma Rue, sito web, 2021 <<https://www.luludansmarue.org>> [18/04/21]

l'offerta di servizi con la creazione di capitale sociale¹⁴⁷. È un progetto di portierato sociale che vuole aiutare i parigini a risolvere i piccoli e grandi problemi quotidiani; la *mission* è difatti quella di rendere più semplice la vita delle persone, aiutandole a cercare ciò di cui hanno bisogno e ponendosi come soluzione a portata di tutti. L'obiettivo di Lulu Dans Ma Rue non è solo creare un portale che possa offrire una serie di servizi alla comunità, ma far tutto ciò rafforzando le relazioni con e tra gli abitanti del quartiere Marais. Nato in forma di piccolo gazebo di sei metri quadrati, questo portierato di quartiere propone diversi servizi come bricolage, babysitting, assistenza informatica, giardinaggio. Il carattere più interessante di Lulu Dans Ma Rue è che tutto questo viene offerto dagli stessi residenti del quartiere. L'idea alla base è semplice: si vogliono combinare i talenti di alcuni con i bisogni di altri. In questo modo, il portierato diventa la struttura di ricezione delle richieste di servizi e delle domande di collaborazione. Ci si può presentare direttamente al chioschetto oppure contattare un operatore via telefono o email, e subito viene attivato il processo per trovare l'abbinamento ideale, ovvero il *Lulu* che meglio può rispondere all'esigenza.

Il modello di business prevede che il servizio venga pagato al gestore del chioschetto, il concierge, che presenta una lista indicativa di tariffe per ogni tipo di servizio elargito. Nei primi dieci mesi di vita questo portierato parigino ha risolto ben 4000 problemi di natura quotidiana, dando prova dell'efficacia di un modello di attività economica basata sull'autoregolamentazione nonché sulla centralità del capitale sociale delle relazioni interpersonali nel contesto dell'impresa¹⁴⁸.

Il progetto a Parigi sta riscuotendo un enorme successo, tanto da avere anche il sostegno del Comune. Obiettivo del fondatore è la distribuzione sempre più capillare del servizio in altri quartieri di Parigi e, successivamente, l'applicazione del modello Lulu ad altre realtà francesi.

In seguito, in una forma nuova il portierato di quartiere è arrivato in Italia, anche a Milano. A NoLo ne è un esempio Hug¹⁴⁹, un bar che, per appunto, è anche una portineria: si ritirano chiavi, pacchi, la posta, le medicine in farmacia, gli acquisti on-line, la spesa. Sebbene questo non rappresenti un modello di business, la ragione per la quale realtà come questa si ispirano alla pratica emergente di portierato sociale di Lulu Dans Ma Rue, è perché si vuole dare sostegno concreto ai cittadini al di fuori della burocrazia, portando inoltre la relazione con loro ad un più alto livello.

L'ispirazione, che parte dall'immaginario della portineria, è in questi casi tradotta in un servizio che semanticamente rimane fedele all'originale, ma applica il resto come può, e nota la cultura dell'aiuto gratuito a NoLo, vi si attiene ridimensionandosi di conseguenza. In entrambi i casi, il servizio funziona perché è erogato in piccoli quartieri dove si ha a che fare per lo più con le stesse persone; ci si conosce, si sviluppa un rapporto di fiducia. Nel caso di NoLo questo rapporto si sviluppa fra i proprietari di Hug e i clienti, nel caso di Lulu Dans Ma Rue fra i clienti e i *Lulu*. L'aiuto viene offerto (e ricevuto) più volentieri quando è promesso (e accettato) da una comunità in cui si sente di appartenere, una comunità solidale della quale potersi fidare tranquillamente. Dunque, forse, il

¹⁴⁷ Manfrini, M. G., *Lulu Dans Ma Rue: una soluzione a portata di tutti*, in *Labsus Laboratorio per la Sussidiarietà*, 2016, <<https://www.labsus.org/2016/03/lulu-dans-ma-rue-una-soluzione-a-portata-di-tutti/>> [18/04/21]

¹⁴⁸ ibidem.

¹⁴⁹ Hug è un bistrot di NoLo, un community hub che ospita uno spazio di lavoro, eventi e laboratori aperti alla comunità.

ruolo principale dei portierati di quartiere è certamente offrire supporto, ma soprattutto fiducia. Sulla base di questo modello si sviluppa anche la pratica sempre più diffusa delle Banche del Tempo¹⁵⁰ di cui Luca Rossetti ha fatto menzione nel Capitolo 4 relativamente ai progetti da attivare a NoLo e che potrebbero trovare posto nel nuovo Punto di Comunità.



Fig. 8 - Lulu Dans Ma Rue - Chiosco¹⁵¹

5.3 Milano Sei l'Altro

Milano Sei l'Altro è un progetto realizzato nell'ambito di Welfare in Azione, un progetto di Fondazione Cariplo. Rappresenta un modello di Welfare di Comunità territoriale che si pone l'obiettivo di rispondere al crescente bisogno delle persone di conciliare vita privata e vita lavorativa, attraverso azioni basate sulla collaborazione e sulla coproduzione¹⁵².

Per il momento attivo nei soli municipi 4 e 6 di Milano, il progetto vuole quindi coinvolgere cittadini, imprese e Terzo Settore in un grande progetto di aggregazione e valorizzazione delle risorse della comunità, capace di creare nuove opportunità per l'equilibrio tra vita, lavoro e famiglia. La convinzione di Milano Sei l'Altro è che dall'incontro di queste realtà del pubblico e del privato sociale, dall'ascolto reciproco, dalla valorizzazione delle competenze e delle risorse e dall'attivazione della comunità possono nascere soluzioni innovative e nuove fonti di benessere per tutto il territorio. Fondazione Cariplo ha lanciato una sfida con il progetto Welfare di Comunità e

¹⁵⁰ Per Banca del Tempo (abbreviato, BdT) si intende un particolare tipo di associazione che si basa sullo scambio gratuito di "tempo".

¹⁵¹ *Lulu Dans Ma Rue - Chiosco*, tratta da: Manfrini, M. G., *Lulu Dans Ma Rue: una soluzione a portata di tutti*, in *Labsus Laboratorio per la Sussidiarietà*, 2016, <<https://www.labsus.org/2016/03/lulu-dans-ma-rue-una-soluzione-a-portata-di-tutti/>> [18/04/21]

¹⁵² *Milano Sei l'Altro*, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, 2017, <<http://www.milanoseilaltro.it/progetto/>> [18/04/21]

Innovazione Sociale, da cui nasce il Milano Sei l'Altro: quella di contribuire a innovare l'attuale sistema di Welfare sostenendo sperimentazioni che sappiano attivare risposte più efficaci, efficienti ed eque, rafforzando la dimensione comunitaria, coinvolgendo la società e i cittadini in processi partecipati e rendendo così maggiormente incisiva, stabile e sostenibile l'innovazione prodotta¹⁵³.

L'obiettivo è da un lato sostenere le sperimentazioni nate dal basso, laboratori viventi capaci di declinare nel concreto approcci innovativi di governance, processi e servizi; dall'altro, approfondire e diffondere conoscenza attraverso il monitoraggio degli interventi finanziati, la costituzione di una comunità di pratica che alimenti il confronto e lo scambio delle diverse competenze ed esperienze e la narrazione di quanto il progetto nel suo insieme stia muovendo nelle singole realtà territoriali coinvolte. Il progetto necessita, per la sua realizzazione, di strumenti funzionali che facilitino e sostengano il processo di coprogettazione: a questo proposito sono nate le figure dei *manager di comunità*¹⁵⁴, figure professionali che abitano le comunità, che ne sanno cogliere i punti di forza e di debolezza, ne sanno leggere i bisogni e le risorse e sono quindi in grado di attivare le comunità e contribuire alla costruzione di soluzioni ideate dal basso. I manager di comunità, ad oggi 8, sono a disposizione per ascoltare, scoprire i bisogni delle persone in difficoltà e stimolare la risposta delle associazioni e delle imprese presenti in un determinato quartiere, sollecitando l'attivazione di risorse per fare incontrare bisogni e opportunità¹⁵⁵.

Obiettivo del progetto è anche creare spazi dove fare incontrare la comunità per favorire lo scambio e fornire servizi di supporto alle diverse problematiche quotidiane. Il Circolo Terre e Libertà è la prima sede di sperimentazione del progetto Milano Sei l'Altro, un'associazione di promozione sociale nata nel dicembre 2015 da un gruppo eterogeneo di persone appassionate di temi sociali, cooperazione internazionale e volontariato¹⁵⁶. È una portineria di quartiere, ma anche un luogo nuovo, aperto, comunitario, di servizio, dove scambiare risorse e competenze, idee e professionalità e in cui trovare servizi che aiutano a semplificare la vita di tutti i giorni, uno spazio dove condividere esperienze e costruire relazioni tra gli abitanti della stessa zona.

Vi si possono trovare servizi rivolti sia alle famiglie che ai cittadini, fra i quali uno spazio di aggregazione e di socializzazione, spazi per bambini e feste, una portineria di quartiere per il disbrigo di pratiche quotidiane, consulenza per mamme e papà, uno sportello di informazione sui servizi domiciliari, servizi di cura per facilitare l'equilibrio vita-lavoro-famiglia, uno sportello legale per la famiglia, il lavoro e l'orientamento legale, uno sportello informatico, percorsi di empowerment femminile, uno spazio per dare vita a nuove idee¹⁵⁷.

¹⁵³ *ivi*.

¹⁵⁴ *Nei quartieri arriva il manager di comunità per aiutare le famiglie*, a cura di Redattore Sociale, sito web, 2017, <<https://www.redattoresociale.it/article/notiziario/nei-quartieri-arriva-il-manager-di-comunita-per-aiutare-le-famiglie>> [18/04/21]

¹⁵⁵ *ibidem*.

¹⁵⁶ *Portineria di Quartiere*, a cura di Milano Sei l'Altro, sito web, 2017, <http://www.milanoiseilaltro.it/attivita_page/portineria-di-quartiere> [18/04/21]

¹⁵⁷ *ibidem*.



Fig. 9 - Circolo Terre e Libertà - Portineria di Quartiere¹⁵⁸

5.4 Rete delle Case del Quartiere APS

La Rete delle Case del Quartiere APS è un network locale che raggruppa le otto Case del Quartiere di Torino e promuove interventi di riqualificazione dello spazio pubblico e privato, supportando concretamente iniziative di partecipazione cittadina. L'obiettivo è sviluppare progetti di innovazione sociale e diffondere buone pratiche di cittadinanza attiva e rigenerazione urbana, a partire dalle necessità dei territori. Si vogliono rendere i cittadini protagonisti della vita sociale e culturale dei quartieri, per raggiungere la condizione ideale per cui tutti gli abitanti si impegnano, cooperando, nel far crescere la propria comunità¹⁵⁹.

Quello delle Case di Quartiere si pone come un vero e proprio modello, che coordina le attività attraverso il consolidamento di una rete e la redazione di un suo proprio *manifesto*. Le Case del Quartiere sono luoghi aperti e pubblici, laboratori sociali e culturali nei quali si esprimono pensieri e vissuti collettivi, spazi che avviano esperienze di partecipazione e coinvolgimento. Questi spazi nascono da politiche innovative di rigenerazione urbana, sviluppate a partire dalla fine degli anni Novanta grazie a un'attitudine della Città di Torino a sperimentare idee e progetti con il contributo e la creatività della cittadinanza. Nel 2007 nasce la prima Casa del Quartiere e negli anni seguenti si sviluppano nuove esperienze in altri quartieri della città, attraverso percorsi e storie differenti ma tutte allineati su un pensiero comune: devono essere spazi ad uso pubblico riqualificati grazie alla collaborazione tra Istituzioni pubbliche, fondazioni bancarie, associazioni e cittadini: luoghi che

¹⁵⁸ Circolo Terre e Libertà - Portineria di Quartiere, tratta da: *Portineria di Quartiere*, a cura di Milano Sei l'Altro, sito web, 2017, <http://www.milanoceilaltro.it/attivita_page/portineria-di-quartiere> [18/04/21]

¹⁵⁹ Rete delle case del Quartiere, a cura di Rete delle Case del Quartiere APS, sito web, <<http://www.retecasesdelquartiere.org/beni-comuni>> [18/04/21]

diventano spazi per la popolazione¹⁶⁰. Da maggio 2012 la Città di Torino ha invitato i soggetti gestori delle Case a riunirsi intorno ad un tavolo con il proposito di coordinare le attività delle stesse attraverso il consolidamento di una rete, per mettere in comune conoscenze, esperienze e progetti. Ad oggi le Case a Torino sono otto, distribuite su tutto il territorio cittadino.

Il Manifesto delle Case del Quartiere è un documento che raccoglie in dieci punti gli elementi che caratterizzano questi spazi e che tracciano un percorso di crescita e sviluppo per gli anni a venire.

A partire al 2017 la Rete ha intrapreso un percorso per valutare l'impatto sociale delle otto Case attraverso un'indagine che ha coinvolto oltre 300 enti del Terzo Settore e gruppi che collaborano attivamente all'interno delle otto strutture¹⁶¹.

Attraverso il metodo ImpACT proposto da Euricse, fondazione di ricerca di Trento, la Rete delle Case del Quartiere ha definito indici e strumenti quantitativi e qualitativi per raccontare i risultati raggiunti in termini di benessere promosso e cambiamenti sociali generati dall'azione delle Case¹⁶². L'indagine di Rete delle Case del Quartiere, inoltre, risponde alla recente Riforma del Terzo Settore¹⁶³ che richiede alle imprese sociali di redigere un proprio *bilancio sociale* e di dotarsi quindi di strumenti di trasparenza e informazione verso terzi. La riforma promuove inoltre la Valutazione dell'Impatto Sociale, intesa come valutazione qualitativa e quantitativa, sul breve, medio e lungo periodo, degli effetti delle attività svolte sulla comunità di riferimento rispetto agli obiettivi. Il modello proposto è stato quindi applicato in via sperimentale nel 2017 e quindi replicato sui dati del 2018, con non poche difficoltà per le Case nell'approcciarsi al monitoraggio e alla raccolta di dati puntuali. La Rete ha quindi deciso di raccontare in modo articolato e completo l'esperienza delle Case, le iniziative e i progetti realizzati, e soprattutto il valore aggiunto che le azioni promosse hanno apportato al territorio cittadino. La decisione è stata, tuttavia, di fare ciò non solo con i dati, strumenti scientifici e concreti ma piuttosto "freddi", bensì con una narrazione che descrivesse le peculiarità delle Case, il loro modo di agire, di mobilitare persone, di soddisfare bisogni¹⁶⁴.

¹⁶⁰ *ivi*.

¹⁶¹ *VISioni: La Valutazione dell'Impatto Sociale delle Case del Quartiere di Torino*, a cura di Depedri, S. e Turri, S., Fondazione di Ricerca Euricse, 2018, PDF, <http://www.retecasesdelquartiere.org/wp-content/uploads/2019/07/VISioni_Valutazione-Impatto-Sociale-delle-Case-del-Quartiere-di-Torino_2018_web.pdf> [18/04/21]

¹⁶² *ibidem*.

¹⁶³ La Riforma del Terzo settore (L.106/2016, art. 7 comma d), legge n.106 del 6 giugno 2016 e relativi decreti attuativi, richiede alle imprese sociali di redigere un proprio bilancio sociale e di dotarsi quindi di strumenti di trasparenza e informazione verso terzi.

¹⁶⁴ *VISioni: La Valutazione dell'Impatto Sociale delle Case del Quartiere di Torino*, a cura di Depedri, S. e Turri, S., Fondazione di Ricerca Euricse, 2018, PDF, <http://www.retecasesdelquartiere.org/wp-content/uploads/2019/07/VISioni_Valutazione-Impatto-Sociale-delle-Case-del-Quartiere-di-Torino_2018_web.pdf> [18/04/21]

diplomati e da scuola dell'obbligo o qualifica professionale, con un solo lavoratore senza scuola dell'obbligo; tutti i lavoratori dei Bagni di Via Agliè sono inoltre laureati. E rispetto alla formazione, si osserva inoltre che più della metà delle Case del Quartiere ha un piano formativo strutturato, dedicato alla creazione di specifiche figure professionali e allo sviluppo delle competenze del personale; solo 3 prevedono percorsi formativi aperti a tutti e 3 non hanno un piano formativo pianificato ma prevedono la mera attività formativa prevista dalla normativa. E ancora, è **personale sufficientemente coinvolto**, se complessivamente i lavoratori remunerati non soci prevalgono in percentuale sui lavoratori soci degli enti gestori delle Case. È vero comunque che le situazioni sono molto eterogenee tra case, con i Bagni e Barrito a maggioranza di lavoratori soci e all'opposto Casa nel Parco e Cascina Roccafranca in cui nessun lavoratore è socio.

È lavoro di qualità, considerando le politiche occupazionali: per tutti gli enti gestori la gestione delle risorse umane da loro proposta è caratterizzata da elementi di pari opportunità, coinvolgimento nel processo decisionale, flessibilità, promozione dell'ascolto e dello sviluppo di relazioni; bassa è invece l'attenzione volta dalle Case al controllo dello stress e al riconoscimento economico dei propri lavoratori.

È inoltre impatto occupazionale anche verso specifiche categorie di lavoratori e con azioni mirate a favore di soggetti deboli. Tra i numeri di lavoratori delle Case del Quartiere sin qui presentati trovano occupazione **20 lavoratori con svantaggio** (disabili secondo la Legge 68/1999 o lavoratori svantaggiati certificati in base all'ex art. 4 della Legge 381/1991), ed anche in questo aspetto emerge la valenza sociale delle Case. Inoltre, la Rete delle Case del Quartiere offre **occasioni di formazione e lavoro a persone cosiddette fragili per il mercato del lavoro** dimostrando, ancora una volta, impatti sociale ed occupazionale positivi. Sono infatti **276** i soggetti che durante il 2018 hanno potuto beneficiare di queste attività, nei quali casi le diverse Case del Quartiere hanno previsto talvolta il pagamento di borse lavoro, oppure il pagamento di un regolare stipendio, oppure ancora l'erogazione di formazione gratuita.

Un assetto organizzativo e politiche occupazionali quindi che bilanciano l'attivazione di risorse esperte, per lo più provenienti dagli enti che gestiscono le Case e già precedentemente dipendenti delle stesse, con la creazione di luoghi di lavoro ed occasioni di avviamento al lavoro per molti:

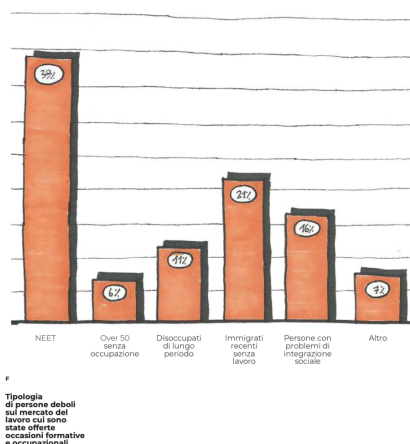


Fig. 10 - Valutazione dell'Impatto Sociale - Rete delle Case del Quartiere APS¹⁶⁵

5.5 Ideaginger.it

Ideaginger.it è la piattaforma di crowdfunding territoriale gestita dall'Associazione Ginger, una realtà no-profit bolognese impegnata dal 2013 nella promozione della cultura e delle buone pratiche del crowdfunding. Dal giorno del suo lancio, il sito ha ospitato quasi 400 campagne di crowdfunding, in ambito imprenditoriale, sociale, culturale e civico¹⁶⁶. Il gruppo Ginger apre le porte del suo servizio proprio a tutti: privati, associazioni, imprese e pubbliche amministrazioni: chiunque può pubblicare il proprio progetto sul sito, profit o no-profit, e utilizzare il crowdfunding per raccogliere i fondi necessari a realizzarlo. È lo stesso staff di Ginger il cuore “frizzante” del progetto: persone entusiaste, competenti e sognatrici, determinate ad aiutare le piccole realtà territoriali a realizzare con il crowdfunding i propri progetti e sogni, a patto che conservino una vocazione sociale e generino valore per una collettività di persone.

Ideaginger.it è infatti una piattaforma di crowdfunding territoriale. Ciò significa che intende ospitare progetti che nascono o sono radicati in una comunità, con valenza sociale o di natura civica; sfruttare le relazioni del progettista come primo trampolino per raccogliere fondi; amplificare le potenzialità della comunicazione online organizzando eventi offline¹⁶⁷. Le campagne

¹⁶⁵ *Valutazione dell'Impatto Sociale - Rete delle Case del Quartiere APS*, tratta da: *VISIONI: La Valutazione dell'Impatto Sociale delle Case del Quartiere di Torino*, a cura di Depedri, S. e Turri, S., Fondazione di Ricerca Eurice, 2018, PDF, <http://www.retecasesdelquartiere.org/wp-content/uploads/2019/07/VISIONI_Valutazione-Impatto-Sociale-delle-Case-del-Quartiere-di-Torino_2018_web.pdf> [18/04/21]

¹⁶⁶ *Ideaginger.it*, sito web, 2020, <<https://www.ideaginger.it/>> [18/04/21]

¹⁶⁷ *ibidem*.

ospitate su *Ideaginger.it* sono del tipo "O tutto o niente", ovvero solamente al raggiungimento della cifra stabilita la piattaforma trasferisce il denaro, in caso contrario lo restituisce ai sostenitori.

Ideaginger.it è molto più di una semplice piattaforma di crowdfunding: è strumento di supporto ai progettisti nello sviluppo delle competenze fondamentali per portare beneficio ad una collettività.

Il lavoro principale del team non è la gestione della piattaforma, quanto aiutare la concreta realizzazione di campagne efficaci, questo perché non c'è raccolta fondi senza il coinvolgimento di ampi pubblici, soprattutto della stessa comunità destinataria. Il team è infatti conscio che sebbene il crowdfunding premi le buone idee, queste da sole non bastano, non è sufficiente avere un'idea e pubblicarla sulla piattaforma online perché questa raccolga fondi. Una campagna di crowdfunding comincia sempre con la stesura del suo business plan, ma bisogna poi saper raccontare il proprio progetto in modo brillante, mediante una strategia di comunicazione coinvolgente che permetta di raggiungere i propri potenziali sostenitori, elaborare la giusta campagna che evidenzi i *target*, i *benefit* e la *reason why* del progetto che si sta proponendo¹⁶⁸. Per dare forma a una raccolta fondi occorre poi presentarla con materiali sviluppati appositamente, come testi, video e grafiche.

Dal momento che non tutti i piccoli progettisti sono necessariamente abili comunicatori, Idea Ginger ha ideato soluzioni per supportare le idee di questi prima, durante e dopo la raccolta fondi. A questo proposito ha creato diversi pacchetti tra cui scegliere, che differiscono nel livello di supporto che si desidera ricevere dallo staff. Complessivamente, l'offerta di Ginger prevede workshop di formazione, momenti di didattica operativa frutto di una esperienza professionale, per comprendere per mezzo di tutorial, modelli e guide quali siano generalmente gli strumenti utili a progettare e comunicare una campagna di crowdfunding; la consulenza di un membro dello staff di Ginger dal primo contatto fino alla conclusione della campagna, che aiuta a definire gli obiettivi del progetto, a raccontarlo con contenuti ottimizzati per la raccolta fondi e a pianificare una strategia di comunicazione vincente; una collaborazione fianco a fianco che va oltre il servizio di consulenza, per sviluppare in maniera collaborativa con lo staff e in particolar modo con un proprio *campaign manager* ogni aspetto del progetto: dal business plan ai contenuti della campagna, dalla strategia di comunicazione alla consulenza legale e amministrativa¹⁶⁹. Per un ente pubblico o privato, organizzare un corso di formazione al crowdfunding ad hoc rappresenta l'occasione per offrire ai propri utenti un servizio utile e innovativo, nonché per arricchire le competenze dei propri collaboratori. Per ciò che riguarda lo strumento stesso, una piattaforma di crowdfunding deve essere sicura e funzionale, ma anche facile da usare dai progettisti e dai loro sostenitori. Una piattaforma di crowdfunding serve per raccogliere fondi, ma anche per raccontare una storia, per questo identità grafica ed esperienza d'uso sono importanti tanto quanto il contenuto del messaggio. L'intuizione di Idea Ginger risiede quindi nella consapevolezza che il crowdfunding sia un'arma potente e che come tale vada pensata ad hoc, confrontata con una squadra di esperti, e che sia necessario sviluppare adeguate competenze e padroneggiare i giusti strumenti di comunicazione.

¹⁶⁸ *ivi.*

¹⁶⁹ *ivi.*



Fig. 11 - Ideaginger.it - Piattaforma di crowdfunding¹⁷⁰

5.6 Considerazioni sugli Studi di caso

Con il seguente paragrafo si intendono operare riflessioni emerse dall'analisi dei precedenti casi.

Brescia Città del Noi offre un interessante spunto sull'iter da seguire per sviluppare coscientemente e correttamente un processo di mappatura dei servizi di Welfare di Comunità¹⁷¹, ed è interessante notare come siano state incluse, in un secondo momento, quelle realtà che non apparivano negli albi delle associazioni ma che fra il variegato ventaglio della loro offerta comprendevano servizi e iniziative classificabili come produttrici di Welfare tanto importanti da essere indicate dalle zone amministrative della città come meritevoli di coinvolgimento.

La mappa digitale risultante dalle attività di mappatura, operativamente condotte attraverso l'invio alle organizzazioni di questionari molto dettagliati da compilare, si mostra ricca e facilmente navigabile, con un sistema di filtro di ricerca ottimale poiché incentrato sulle categorie di destinatari, espressi in base alle caratteristiche socio-culturali (età, nazionalità) e al tipo di bisogni. Rispetto ad altre mappature, quali quelle alla base delle mappe tematiche del Geoportale (*paragr.* 3.7) e quella su cui si fonda l'elenco di associazioni milanesi fruibile sul sito di Associazioni Milano (*paragr.* 3.8), quella di Brescia Città del Noi¹⁷² riesce a rispondere a diverse esigenze: in primo luogo quella di avere una restituzione visiva e totalizzante (mappa geolocalizzata), in secondo

¹⁷⁰ Ideaginger.it - Piattaforma di crowdfunding, tratta da: Ideaginger.it, sito web, 2020, <<https://www.ideaginger.it>> [18/04/21]

¹⁷¹ La mappatura dell'offerta di welfare della città: l'analisi dell'offerta di servizi nel comune di Brescia, a cura di Biazzi, G. e Chiaf, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto "Brescia Città del Noi", 2017, PDF, <http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Forza-della-comunita%CC%80_Report-metodologico.pdf> [18/04/21]

¹⁷² Brescia Città del Noi, a cura di Comune di Brescia, sito web, <<http://bresciacittadelnoi.it>> [18/04/21]

luogo quella di avere una visione esaustiva non dell'erogazione di un singolo servizio ma del mix di tutti i servizi facenti capo alla definizione di Welfare di Comunità, vari, ibridi, sviluppati da soggetti pubblici e non. Il sistema di ricerca per parole chiave di Associazioni Milano potrebbe essere già di maggiore aiuto se solo segnalasse una lista delle parole chiave inseribili e facenti capo alle tipologie di ente o servizio.

Il Punto di Comunità di Borgo Trento può essere oggetto di ispirazione per il PuntoCom di Lacittàintorno, e prova che un unico Punto di Comunità può funzionare anche nel momento in cui assolvesse a diverse funzioni e parlasse a diversi gruppi. Il caso suggerisce l'opportunità di creare un unico spazio che diventi a tutti gli effetti "punto" di ritrovo della comunità e in cui fare comunità, uno ed unico. La collocazione di un dispositivo digitale dal quale accedere alla piattaforma pensata per questo progetto, in un unico spazio multifunzionale, potrebbe aprire le porte all'opportunità di realizzare un touchpoint digitale più complesso ed economicamente più costoso, ad esempio un *totem* dallo schermo ampio rispetto ad un piccolo tablet, e potrebbe portare vantaggio a più soggetti: sia ai cittadini bisognosi di servizi, come supporto al servizio di orientamento agli stessi; sia ai cittadini attivi, come supporto nella ricerca di un servizio di volontariato a cui fare domanda; sia alle organizzazioni, come supporto per eventuali riunioni di lavoro di rete e per la consultazione delle opportunità progettuali nel quartiere, la visualizzazione delle aree meno servite, la ricerca delle risorse, etc.

Il progetto Lulu Dans Ma Rue fa capo alla pratica emergente del Portierato di Quartiere, tematica menzionata da Luca Rossetti in diverse occasioni, e può costituire una fonte di ispirazione per la realizzazione del PuntoCom di Via Padova di Lacittàintorno (*paragr. 3.4.2*). Il servizio di Lulu Dans Ma Rue funziona perché è erogato in piccoli quartieri dove si ha a che fare per lo più con le stesse persone. Come a NoLo, ci si conosce tutti, e tale immersione nello stesso contesto ristretto determina dinamiche di sviluppo nei rapporti di solidarietà e fiducia. L'aiuto viene offerto (e ricevuto) più volentieri quando è promesso (e accettato) da una comunità in cui si sente di appartenere, una comunità solidale della quale potersi fidare tranquillamente. Il sistema quartiere, che genera fiducia, riconoscenza e senso di comunità attorno alla pratica dell'aiuto informale, dunque si dimostra ancora una volta il contesto perfetto per avviare nuove pratiche di Welfare di Comunità così come quello ideale per fare comunicazione a riguardo. Sulla base di questo modello si sviluppa anche la pratica sempre più diffusa delle Banche del Tempo¹⁷³, di cui Luca Rossetti ha fatto menzione nel Capitolo 4 relativamente ai progetti da attivare a NoLo e che potrebbero trovare posto nel nuovo Punto di Comunità. Personale opinione è che l'apprezzamento del servizio e la fiducia nei suoi mezzi (i *Lulu*) da parte delle persone siano supportate dalla solida narrazione, splendidamente sviluppata, del concierge che dal suo chioschetto si offre all'ascolto dei bisogni e all'aiuto nel disbrigo di piccole pratiche quotidiane. Sempre personale punto di vista è che a NoLo un sistema del genere si debba rendere gratuito in nome della sua "economia di scambio sociale",

¹⁷³ Per Banca del Tempo (abbreviato, BdT) si intende un particolare tipo di associazione che si basa sullo scambio gratuito di "tempo".

dunque la Banca del Tempo sarebbe la risposta ottimale. Anche la distribuzione omogenea nel quartiere degli sportelli è da considerare, diversamente dai Punti di Comunità gli sportelli informativi possono e dovrebbero essere pensati per una distribuzione capillare, poiché l'informazione sui servizi è una necessità primaria.

Il caso di Milano sei l'altro, così come il Punto di Comunità Borgo Trento, apre una riflessione sui luoghi ibridi come necessità per rendere un punto di comunicazione dei servizi, l'*info point*, un luogo che si mostra vivo, condiviso, solidale e frequentato, per risolvere le eventuali situazioni di disagio che potrebbero far allontanare un cittadino in difficoltà dall'idea di recarsi di persona in uno spazio per chiedere aiuto. Il manager di comunità, invece, sembra una figura preziosa in quanto anello di congiunzione fra cittadini, Terzo Settore e Istituzioni, soggetto informato e coordinatore del lavoro di rete delle organizzazioni locali e portavoce dei bisogni del quartiere.

La Rete delle Case del Quartiere APS è un esempio di rete "leggera" ma strutturata delle realtà operanti per il Welfare, che rispetto alla rete che si vorrebbe pensare per NoLo fa un salto in più essendo rete di una città grande come Torino, raggruppante le sue Case, entità a loro volta reti di realtà locali (testimonianza dell'opportunità di poter scalare l'iniziativa in futuro). È la rete delle reti, e per questo motivo ha avuto la necessità di fare un punto della situazione, di fare chiarezza e ordine all'interno di un sistema decisamente variegato. Il suo caso restituisce un'idea dei fattori che generano tale bisogno: non sono gli stessi di NoLo, il quale è un semplice quartiere, ma potrebbe essercene la necessità in nome del tessuto associativo particolarmente ricco e della possibilità di coinvolgere enti molto diversi tra loro (per dimensioni, forma giuridica, tipo di offerta sociale, etc.). Lo stesso caso inoltre fornisce ottimi spunti sull'attività di monitoraggio e valutazione vera e propria: innanzitutto, menziona la Riforma del Terzo settore (L.106/2016, art. 7 comma d), legge che obbliga gli enti del Terzo Settore a stilare e fornire un resoconto della propria attività, in nome del principio di trasparenza; in secondo luogo, suggerisce alcuni parametri di analisi qualitativa e quantitativa utili (il metodo ImpACT proposto da Euricse). Per ultimo, evidenzia l'importanza di corredare i dati scientifici con una narrazione qualitativa e descrittiva delle esperienze delle Case, per restituire un quadro completo e di significato.

Ideaginger.it, la piattaforma di crowdfunding cittadino del team Idea Ginger, suggerisce che per le associazioni e gli enti no-profit le potenzialità del crowdfunding sono straordinarie perché permettono di raccogliere fondi, rinsaldare i legami all'interno della comunità, farsi conoscere sul territorio nonché acquisire un nuovo metodo di lavoro e nuove competenze. Prova la potenza del coinvolgimento della *folla (crowd)*, illustrando come la somma di tanti piccoli contributi può generare risultati impensabili. Ideaginger.it fa questo proposito ragionare sulla potenza delle campagne di comunicazione e soprattutto degli strumenti multimediali (foto, video) come metodo per richiedere un supporto ma prima ancora per "immergere" l'utente nell'universo del progetto,

per farne comprendere appieno la storia, i bisogni e i valori alla base. Pone poi le fondamenta per riflessioni nuove sull'utilizzo del mezzo, al cui capo devono restare in ogni caso i valori del supporto, della collaborazione e della coprogettazione.

SISTEMI DI WELFARE DI COMUNITÀ A NOLO	<ul style="list-style-type: none"> • WeMi Venini • Geoportale - Comune di Milano • Milano Aiuta - Comune di Milano • QuBi: la ricetta contro la povertà infantile - Fondazione Cariplo • PuntoCom Via Padova - La Città Intorno 	<ul style="list-style-type: none"> • QuBi: la ricetta contro la povertà infantile - Fondazione Cariplo • Casa delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2 - Comune di Milano • Associazioni Milano - FRCM • NoLo Social District • FRCM - servizi e strumenti digitali (Analisi partecipazione e Monitoraggio) 	<ul style="list-style-type: none"> • NoLo Social District • Off Campus • Milano Partecipa - Comune di Milano • Social Map - FRCM • PuntoCom via Padova - La Città Intorno • Case delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2 • Burlaglio
CASI STUDIO - ESEMPI DI SISTEMI DI WELFARE DI COMUNITÀ FUORI NOLO	<ul style="list-style-type: none"> • Mappa dei servizi - Brescia Città del Noi • Punto di Comunità di Borgo Trento - Brescia Città del Noi • Lulu Dans Ma Rue • Bilancio impatto sociale - Rete delle Case di Quartiere 	<ul style="list-style-type: none"> • Manager di Comunità - Milano sei l'altro • Punto di Comunità di Borgo Trento - Brescia Città del Noi • Mappatura servizi - Brescia Città del Noi • Bilancio impatto sociale - Rete delle Case di Quartiere 	<ul style="list-style-type: none"> • Lulu Dans Ma Rue • Portineria di Quartiere - Milano sei l'altro • Idea Ginger • Punto di Comunità di Borgo Trento - Brescia Città del Noi

Tab. 9 - Opportunità progettuali per modelli di Punto di Comunità

Capitolo 6 - Il lavoro metaprogettuale

In questo nuovo capitolo si articolerà il progetto vero e proprio per cui è stato pensato questo elaborato, si sintetizzeranno i risultati delle ricerche effettuate e in particolar modo verranno combinati gli insights della seconda ricerca “sul campo” con le nuove possibilità emerse dall’analisi dei casi studio. Tutto questo per riflettere ed elaborare nuove opportunità di Welfare di Comunità a NoLo, nuovi sistemi per avvicinare i cittadini del quartiere alle tematiche di impegno sociale e solidale ma certamente anche per rispondere alle necessità più urgenti.

Si parla di lavoro progettuale, o *metaprogetto*, perché non si ha in questa sede la presunzione di rispondere in maniera diretta a specifiche necessità, elaborando un prodotto progettuale completo e specifico. Si vuole invece indagare il tema ad un livello più ampio: constatare l’esistente, dare una visione dei progetti sviluppati da altre città e per altre comunità, capire quali siano le buone pratiche a cui ispirarsi perché scalabili quindi traslabili in qualsivoglia contesto, capire cosa invece non fa per NoLo da un punto di vista culturale e strutturale; valutare i punti di vista dei cittadini e dei piccoli progettisti del quartiere per capire inoltre quali risorse potrebbero essere semplicemente sfruttate o ottimizzate e quali enti esistenti potrebbero prendersi carico di un’applicazione.

È altresì giusto però proporre un piano in semi-definitiva, senza arrogarsi il diritto di metterlo in pratica così come è stato pensato: delle *bozze di progetto*. Le ricerche pregresse hanno garantito una comprensione che forse per qualcuno può risultare ancora parziale, o ancora qualcuno potrebbe non essere d’accordo con i target selezionati; vi sarà uno scarto nelle proposte che seguiranno dettato da una constatazione personale su cui qualcuno potrebbe avere da ridire. A questo proposito, l’intenzione personale è quella di non lasciare il “vuoto” in quello spazio ma di fornire un paio di indicazioni che possono tornare utili con l’ulteriore approfondimento progettuale di quella via. Ad ogni modo, la ricerca si riserva la volontà di porsi quale strumento in grado di fornire linee guida utili alle progettualità future che avranno modo di svilupparsi in contesti esterni. Il minimo comune divisore, tuttavia, resta uno: il quartiere.

Altro punto chiave da trattare è il *budget*. Seguiranno progetti nei quali è ipotizzabile la possibilità di affidarsi ad una o più fonti di liquidità, ciò non è pensato casualmente: la ricerca ha evidenziato un consistente impegno economico da parte di realtà quali lo stesso Comune di Milano (e il Municipio 2) e Fondazione Cariplo, la seconda delle quali particolarmente propensa al sostegno di progetti di promozione sociale. In ognuno di questi casi, il presente elaborato proporrà soluzioni che guardano nel possibile all’ottimizzazione delle risorse esistenti o già in uso: non prevederà la messa in costruzione di edifici o la nascita di nuove associazioni, per fare un esempio.

Attraverso gli esempi che seguiranno, ogni promotore di Welfare di Comunità può trarre ispirazione e idee su progetti innovativi che vale la pena di implementare (prodotti, servizi) e nuovi modi di lavorare insieme (processi).

6.1 Verso la definizione degli scenari

Nella seconda sezione di questo elaborato si sono discussi i tre modelli di Punto di Comunità, distinti da diversi fattori e classificati soprattutto in base alla funzione che essi svolgono nella comunità: il modello 1 si propone come un hub informativo integrato per i cittadini, il modello 2 come facilitatore di rete tra i gruppi di comunità e il modello 3 come strumento per la costruzione della comunità. I modelli mostrano anche una varietà nel rapporto tra un Punto Comunità e i cittadini, dunque ciascuno è pensato per una “tipologia” di cittadini diversa, intendendo con questo termine distinzioni per ruolo nella società o semplicemente per bisogno.

Nel primo modello, il cittadino è considerato quale utente di servizi che si reca al Punto Comunità per informazioni e assistenza; nel secondo, è un membro istituzionalizzato di un gruppo della comunità e viene posta maggiore attenzione alla cooperazione tra le associazioni; nel terzo modello una risorsa preziosa per lo sviluppo di azioni orientate al benessere del quartiere.

Mentre un Punto di Comunità del primo modello interviene a livello individuale e centrato sul destinatario, il Punto di Comunità della seconda di queste categorie si trova più ad un livello di azione e organizzazione. Nel terzo modello ancora, invece, interviene a livello comunitario, collegando i cittadini che sono visti non solo come utenti, ma anche come fornitori di servizi.

Nel quarto capitolo si sono raccontati i punti di vista degli attori del luogo ed è emersa sopra ad ogni altra voce la necessità di riportare sul territorio, spazialmente e fisicamente, qualsiasi azione.

Si è parlato di dimensione *phygital*, di dimensione ibrida, di sistemi digitali ma contestualizzati, e soprattutto *vicini*.

Il Welfare di quartiere nasce dall'osservazione che molti fenomeni, quali la solidarietà, stanno acquisendo una valenza spaziale più forte di quella che avevano solo qualche anno fa, radicandosi nei territori e divenendone parte. Per questo motivo, per la creazione degli scenari di progetto si vuole immaginare una forma di Welfare che lavori sul campo, che raccolga le singole forme di solidarietà, supporto e aiuto che possono essere ricondotte a un vero e proprio sistema di scambio informale tra abitanti dello stesso quartiere. Quindi sistemi nei quali le azioni di Welfare passino dalle mani dei gruppi e delle realtà più piccole che hanno, o stanno, intraprendendo anche piccole azioni ma dal grande valore per la comunità.

Si cercherà di stimolare il più possibile l'azione dal basso, quindi di proporre contesti di attivazione e coproduzione di valore, ed è bene tener conto che attivare le persone nei confronti della comunità di prossimità significa generare luoghi inclusivi. Pertanto, prima di introdurre gli scenari, può essere interessante valutare questo passaggio di Emanuele Bana, presidente di Comin, pronunciatosi in data 22 maggio 2018 in occasione dell'inaugurazione dello spazio Bell Nett (vedi *paragr. 3.1.2*), in merito al rapporto fra la riappropriazione degli spazi sottratti alla criminalità e la crescita del senso di comunità:

Riteniamo che la lotta all'illegalità e alla criminalità non sia solo una questione di ordine pubblico e di azione repressiva, ma che sia, soprattutto nel lungo periodo, una questione di promozione dell'identità collettiva e del bene comune.

Crediamo che crescita e rafforzamento di una cultura della legalità passino soprattutto per lo sviluppo della coesione sociale, cioè attraverso la progressiva crescita del senso di appartenenza alla propria comunità.

È importante quindi sollecitare l'identità collettiva e il senso di appartenenza al proprio territorio, partendo dalla promozione di spazi di incontro in cui le scelte possibili e le soluzioni ai problemi siano promosse con e dagli abitanti stessi¹⁷⁴.

Da questo punto emerge l'importanza degli spazi per i cittadini di un quartiere, la dimensione spaziale nonché il loro significato storico e culturale. Per questo motivo verranno presi in considerazione in particolare quegli spazi significativi per gli abitanti per il loro lascito storico, si pensi ad esempio all'Ex-Convitto del Parco Trotter, e quelli che, come lo spazio Bell Nett, rappresentano una riappropriazione di beni collettivi.

Ogni tipologia di Punto di Comunità solleva diversi aspetti importanti che la prossima sezione illustrerà attraverso la presentazione scenari di progetto pensati ad hoc per ogni categoria di target emersa con lo svolgimento degli incontri.

A questo proposito, verrà fatta una riflessione circa la categoria (o le categorie) più adatta/e a ricevere un lavoro progettuale, in base a chi può dirsi meno soddisfatto dall'offerta attuale, chi non è coperto, ma anche in base agli obiettivi delle realtà di quartiere del tempo presente.

Verrà riproposta la tabella della struttura della ricerca fatta con le figure chiave del quartiere e del Welfare di quartiere (*tab. 8*) coi suoi risultati, integrata dei Sistemi di Welfare di Comunità a NoLo (*tab. 2*) e dei casi studio visti nel Capitolo 5 divisi secondo i tre modelli di Punto di Comunità (*tab. 9*), come base di partenza per l'elaborazione di scenari di progetto che tengano in considerazione i sistemi e le pratiche di Welfare cittadino e i sistemi di comunicazione delle stesse attualmente attivi sul territorio e quelle attive esternamente al contesto. Queste ultime, che hanno rivelato punti di similitudine e differenze rispetto ai casi di NoLo, possono divenire fonte di spunti progettuali ed opportunità interessanti per il presente lavoro.

¹⁷⁴ Bell Nett, *Lo spazio confiscato alla criminalità e restituito alla comunità*, a cura di Cooperativa Comin, sito web, <<https://www.coopcomin.org/coesione-sociale-e-promozione-del-benessere/bell-nett.html>> [06/05/21]

	MODELLO 1	MODELLO 2	MODELLO 3
POTENZIALE TARGET DI PROGETTO	Cittadini che hanno bisogno di servizi alla persona	Organizzazioni socialmente attive nel quartiere	Cittadini socialmente attivi nel quartiere
BISOGNI	<ul style="list-style-type: none"> Avere accesso facilitato alle informazioni Trovare ascolto ai propri bisogni Orientarsi fra le informazioni Accedere al servizio con facilità 	<ul style="list-style-type: none"> Avere un quadro informativo completo dell'esistente (enti, progetti, servizi) Costruire una rete di relazioni Visibilità agli occhi di comunità e istituzioni Scambiare competenze e risorse Promuovere cittadinanza attiva Monitorare lavoro sociale Coordinare azioni verso obiettivi comuni 	<ul style="list-style-type: none"> Sentirsi parte attiva e utile per la comunità Orientarsi fra i progetti attivi Ricevere un riscontro sull'impatto positivo delle attività nel quartiere Costruire relazioni con la comunità Partecipare in modo attivo
VALORI DEL TARGET	<ul style="list-style-type: none"> Accessibilità Ascolto Relazione Comprensione Informazione Guida all'orientamento 	<ul style="list-style-type: none"> Completezza e accuratezza informazione Senso di utilità Visibilità Condivisione e scambio Costruzione relazioni Raggiungimento obiettivi comuni 	<ul style="list-style-type: none"> Senso di appartenenza e comunità Senso dell'apporto concreto Inclusione Libertà Condivisione e scambio Costruzione comunità
PUNTI DI FORZA	<ul style="list-style-type: none"> Ricco tessuto di organizzazioni no-profit e di volontari attivi nel quartiere Abbondanza di servizi e iniziative a favore del cittadino Impegno del quartiere per il quartiere Assetto urbano favorevole allo sviluppo di progetti sul territorio Conoscenza personale reciproca Rapporto di scambio e fiducia fra abitanti grazie alla Social Street 	<ul style="list-style-type: none"> Ricco tessuto di organizzazioni no-profit e di volontari attivi nel quartiere Impegno del quartiere per il quartiere Condivisione iniziative tramite canali di comunicazione Rapporto di conoscenza, scambio e fiducia fra organizzazioni grazie alla Social Street Dimensione ibrida relazione: formale e informale Promozione cittadinanza attiva grazie alla Social Street Comunicazione dell'impatto positivo delle azioni tramite canali di comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> Impegno del quartiere per il quartiere Voglia di fare e di rendersi utili alla comunità Assetto urbano favorevole allo sviluppo di progetti sul territorio Sviluppo quotidiano di progetti a carattere partecipativo Senso di community (più che di network) Iniziative di carattere informale Relazioni di amicizia Libertà di accesso e partecipazione Rapporto di conoscenza, scambio e fiducia fra cittadini e gruppi grazie alla Social Street
PUNTI DI DEBOLEZZA	<ul style="list-style-type: none"> La ricerca difficilmente è autonoma: a internet si preferisce il passaparola Abitanti che non parlano la lingua Cittadini anziani o non avvezzi all'uso degli strumenti digitali L'assenza di una fotografia delle iniziative e dei servizi attivi crea disorientamento / complessità nella ricerca del servizio desiderato 	<ul style="list-style-type: none"> L'evoluzione costante del quartiere rende difficile una fotografia Canali di comunicazione mainstream del quartiere: logica del feed e contenuti di genere misto Complessità per il cittadino nell'accedere ai servizi o attivarsi (assenza di un sistema di crowdsourcing) Sovrapposizione nell'offerta dei servizi Assenza di una rete unica e di un coordinamento centrale Difficoltà dei piccoli gruppi a rendersi visibili alle istituzioni 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinamento basato solo su relazioni personali limita la costruzione della comunità Difficoltà ad avere un quadro completo dell'impegno sociale e degli obiettivi raggiunti Non c'è un punto di riferimento che aiuti la valutazione delle competenze e la collocazione Canali di comunicazione e promozione della cittadinanza attiva: logica del feed, contenuti impersonali e di genere misto
OPPORTUNITÀ DELLA MAPPATURA	<ul style="list-style-type: none"> Una mappatura consente di avere una panoramica dei servizi al cittadino e dell'ubicazione degli enti eroganti Una mappatura consente di allargare gli orizzonti a realtà alternative Un servizio interattivo può aiutare la ricerca del servizio più appropriato Un servizio interattivo può aiutare a comprendere il modo migliore di rispondere al proprio bisogno Un sistema di servizi distribuito può raggiungere più persone 	<ul style="list-style-type: none"> Una mappatura consente di allargare i propri orizzonti a realtà nuove Una mappatura consente comprensione e ottimizzazione delle risorse del quartiere Una mappatura consente comprensione degli ambiti non serviti (per intervento) Una mappatura consente visibilità da cittadini, organizzazioni e enti esterni Una mappatura consente un bilancio e una valutazione dell'impatto sociale Un servizio può creare occasioni d'incontro Un servizio interattivo può favorire azioni di coordinamento del lavoro di rete 	<ul style="list-style-type: none"> La creazione di situazioni di aggregazione e scambio può favorire coesione e progettualità Una mappatura può aiutare chi non è attivo a capire l'impegno sociale del territorio Un servizio interattivo può aiutare a comprendere le migliori risorse da condividere con la comunità Un sistema di comunicazione può restituire un quadro dell'efficacia delle attività svolte e motivare la prosecuzione dell'impegno sociale Una comunicazione diretta può soddisfare i bisogni d'inclusione e importanza del singolo
RISCHI	<ul style="list-style-type: none"> Aggiornamento mappatura dispendioso Inutilizzo di una mappa se di fruizione autonoma poiché complessa e impersonale Uno strumento unicamente digitale limita l'accesso a chi non ha o non sa usare gli strumenti digitali Inutilizzo di uno servizio elaborato nella sola lingua italiana da chi non la parla bene 	<ul style="list-style-type: none"> Creare mappe mentali (poco realistiche) Aggiornamento mappatura dispendioso Precludere l'ingresso a nuove realtà con una mappatura limitata Intaccare la coesione fra i gruppi con un sistema basato sulle sole relazioni digitali Inutilizzo di una mappa se di fruizione autonoma poiché complessa e impersonale 	<ul style="list-style-type: none"> Rapida obsolescenza della mappatura Creare mappe mentali (poco realistiche) Aggiornamento mappatura dispendioso Intaccare la coesione fra i gruppi con un sistema basato sulle sole relazioni digitali Inutilizzo di una mappa di fruizione autonoma poiché complessa e impersonale
SPUNTI PROGETTUALI	<ul style="list-style-type: none"> Mappatura dei servizi al cittadino Filtro servizi/progetti per destinatari Sistema phygital: fisico/digitale Sfruttare l'assetto urbano per un servizio distribuito, facilmente raggiungibile da tutti Accesso gratuito e non impegnativo Relazione diretta con una persona Approccio empatico e amicale orientato all'ascolto dei bisogni Processo di orientamento guidato Uso di linguaggi semplici e più lingue 	<ul style="list-style-type: none"> Mappatura degli enti e dei servizi Sistema phygital: fisico/digitale Sistema digitale per aggiornamento semplice e fruizione multipla (enti/cittadini) Piattaforma multilivello (enti/servizi) Filtro enti per tipologia servizi Notifica delle novità (es. bandi) Sistema di monitoraggio attività Sistema fisicamente collocato nel quartiere per essere facilmente accessibile Sistema per conoscersi e creare sinergia Coordinamento centralizzato 	<ul style="list-style-type: none"> Mappatura attività partecipative/volontariato Sistema digitale per aggiornamento semplice Piattaforma multilivello (enti/iniziative) Filtro iniziative per tipologia Notifica delle novità (iniziative in scadenza) Integrazione contributi abitanti Sfruttare l'assetto urbano per un servizio distribuito, facilmente raggiungibile da tutti Sfruttare la storicità del luogo per stimolare il senso di appartenenza al quartiere Creare di occasioni di incontro e condivisione Accostare ad altre iniziative (es. Laboratori urbani, Banca del Tempo)
SISTEMI DI WELFARE DI COMUNITÀ A NOLO	<ul style="list-style-type: none"> WeMi Venini Geoportale - Comune di Milano Milano Aiuta - Comune di Milano QuBi: la ricetta contro la povertà infantile - Fondazione Cariplo PuntoCom Via Padova - La Città Intorno 	<ul style="list-style-type: none"> QuBi: la ricetta contro la povertà infantile - Fondazione Cariplo Casa delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2 - Comune di Milano Associazioni Milano - FRCM NoLo Social District FRCM - servizi e strumenti digitali (Analisi partecipazione e Monitoraggio) 	<ul style="list-style-type: none"> NoLo Social District Off Campus Milano Partecipa - Comune di Milano Social Map - FRCM PuntoCom via Padova - La Città Intorno Case delle Associazioni e del Volontariato del Municipio 2 Burlaglio
CASI STUDIO - ESEMPI DI SISTEMI DI WELFARE DI COMUNITÀ FUORI NOLO	<ul style="list-style-type: none"> Mapa dei servizi - Brescia Città del Noi Punto di Comunità di Borgo Trento - Brescia Città del Noi Lulu Dans Ma Rue Bilancio impatto sociale - Rete delle Case di Quartiere 	<ul style="list-style-type: none"> Manager di Comunità - Milano sei l'altro Punto di Comunità di Borgo Trento - Brescia Città del Noi Mappatura servizi - Brescia Città del Noi Bilancio impatto sociale - Rete delle Case di Quartiere 	<ul style="list-style-type: none"> Lulu Dans Ma Rue Portineria di Quartiere - Milano sei l'altro Idea Ginger Punto di Comunità di Borgo Trento - Brescia Città del Noi

Tab. 10 - Tabella riassuntiva delle linee guida di progetto

Capitolo 7 - Gli Scenari di Progetto

Uno scenario di progetto è la descrizione di ciò a cui somiglierà una proposta progettuale una volta completata. Questo strumento, tipico del campo del design, ad esempio consente ai progettisti di identificare i potenziali problemi che possono verificarsi lungo la strada, così essi possono essere affrontati durante la fase di pianificazione per un risultato ottimale del progetto. Il processo di pianificazione può coinvolgere diversi scenari per permettere alle persone di determinare la migliore linea d'azione, dati gli obiettivi, le limitazioni finanziarie e altre considerazioni. Lo sviluppo di uno scenario comprende un'attenta ricerca per identificare tutti gli elementi di fondamentale importanza nello sviluppo del progetto. Essi si rivelano utili nello sviluppo di progetti su committenza di qualcun altro, dove il destinatario (che ha l'ultima parola nel processo decisionale) spesso preferisce confrontare diverse opzioni prima di procedere con l'applicazione effettiva.

Nel contesto di questo lavoro, gli scenari sono utili a presentare diverse idee riguardanti altrettanto diversi target progettuali, in conseguenza al fatto che il presente elaborato nasce da una curiosità d'indagine personale piuttosto che da un *brief* specifico. Inoltre, il tema del Welfare di Comunità può essere interpretato in diversi modi, e declinato secondo diverse prospettive. Basti pensare ai tre modelli di Punto di Comunità: nel primo modello, il Welfare di Comunità si manifesta creando le condizioni per cui ci si possa avvicinare ai cittadini e li si possa supportare; nel secondo, si manifesta ponendo le condizioni per favorire il lavoro di rete e la coprogettazione per le realtà che lavorano nell'ambito sociale; nel terzo, si manifesta dando ai cittadini i mezzi per crearsi le soluzioni ai problemi propri e della comunità da soli.

I risultati dunque saranno ben differenti, e in ogni caso non quelli di soluzioni definitive e comprensive di ogni dettaglio: si cercherà di coprire ogni aspetto e di motivare ogni scelta, ma il seguente lavoro progettuale si presta a costituire il punto di partenza per la progettazione vera e propria, quella che riunisce a un tavolo tutti gli attori coinvolti, stabilisce adesioni, termini e budget, e apporta le giuste modifiche.

Punti che verranno toccati per la costruzione degli scenari sono: il *contesto*, non solo il luogo, ma anche le persone coinvolte (*target*), i ruoli, gli obiettivi, le relazioni, le caratteristiche culturali e le condizioni percettive che si creano; le *funzionalità da comunicare*, ovvero quali funzionalità di una mappatura dell'impegno sociale del quartiere possono essere di valore per il target; le *linee possibili di sviluppo*, quindi quali azioni costituiscono una buona risposta ai bisogni precedentemente espressi, tenendo in considerazione le funzionalità della mappatura più adatte al contesto, le risorse ottimizzabili e valorizzabili e il sistema culturale-valoriale del quartiere.

7.1 Scenario n.1 - Cittadini che hanno bisogno di servizi alla persona

Il primo scenario che si vuole proporre fa riferimento al primo modello di Punto di Comunità (si veda la *tab. 1*), in quanto vuole porsi a supporto di quello che è il primo papabile target di progetto: quei cittadini che hanno bisogno di informazioni sui servizi alla persona e non hanno ad oggi gli strumenti necessari (o non ne sono a conoscenza) a procurarsele in autonomia. Bisogni di questo target quindi avere l'accesso facilitato a tali informazioni, trovare ascolto alle proprie necessità per individuare i servizi adatti, orientarsi fra le informazioni in maniera guidata, infine accedere ai servizi con facilità grazie supporto di una figura competente.

Questa tipologia di Punto di Comunità serve a raccogliere e centralizzare le informazioni e a fornire assistenza e orientamento sui servizi disponibili per rispondere alle esigenze dei residenti: funge da ponte tra i Servizi Sociali Territoriali e il cittadino come una sorta di segretariato sociale, intercettando le persone che possono trovarsi in difficoltà a cercare aiuto attraverso i canali ufficiali, offrendo assistenza diretta basata sull'ascolto dei bisogni e fornendo i recapiti di uffici o organizzazioni che potrebbero fornire determinati servizi. I Punti di Comunità appena aperti spesso sono di questa tipologia in quanto soddisfano le funzioni fondamentali e primarie di fornire informazioni, orientamento e supporto pratico.

A questo proposito, una mappatura degli enti e dei relativi servizi sociali attivi diverrebbe utile per restituire una panoramica dei servizi chiara, completa e aggiornata; per far conoscere l'offerta dei servizi sviluppati ed erogati dalle piccole realtà locali del quartiere, soddisfacendo il bisogno di un accesso facilitato ai servizi; per supportare i servizi di orientamento guidato negli helpdesk.

In questa visione si potrebbe perciò agire seguendo le seguenti linee di progetto.

Potrebbe essere creato un *team di coordinamento*, costituito da un Coordinatore e da una Cabina di Regia, addetti alla mappatura delle organizzazioni. La mappatura andrebbe a coinvolgere le organizzazioni attive sul territorio con servizi di Welfare, articolate in reti formali o autonome, includendo le realtà informali attive strettamente nel quartiere. Per la mappatura è possibile partire da reti esistenti, albi di associazioni, conoscenze legate a progetti passati o a gruppi di cittadinanza attiva (nel caso NoLo, alla Social Street). La creazione e l'invio di un questionario si presterebbero a reperire i dati sugli enti e in particolare sui relativi servizi offerti alla comunità.

Per rompere il ghiaccio e creare una prima occasione di incontro-approfondimento del progetto, si potrebbe organizzare un primo evento per le organizzazioni che hanno risposto al questionario. Si coglierebbe l'occasione per richiedere i dati di quelle organizzazioni che prima di fornire le proprie informazioni desiderano partecipare a tale incontro, quindi si procederebbe all'effettiva creazione di un unico database di enti e servizi di Welfare attivi nel quartiere e di un'unica mailing list con tutti i dati e i contatti raccolti. La costituzione di un Team addetto al Monitoraggio dei numeri del Welfare di Comunità del quartiere si porrebbe il fine di raccogliere i dati riguardanti l'attivazione di nuovi servizi da parte delle realtà mappate e la fruizione degli stessi da parte dei cittadini nell'arco di un anno; per fare ciò, è necessario creare un sistema standard di raccolta dei dati o affidarsi a

strumenti esistenti, e stipulare con le organizzazioni un Patto di Collaborazione mediante il quale esse si impegnano a fornire un riscontro regolare e a condividere i propri numeri in nome della recente Riforma del Terzo settore (L.106/2016, art. 7 comma d) e del Principio di Trasparenza¹⁷⁵. Si prevede lo sviluppo di una piattaforma digitale (web/app) per i cittadini, dominata da una mappa interattiva basata sul database, che offra come funzionalità la navigazione di enti e servizi, un sistema di ricerca veloce e quanto più mirata, la possibilità di contatto di un ente per fare richiesta di un determinato servizio, la possibilità di richiedere di rimanere aggiornati sulle novità di una o più categorie specifiche di servizi d'interesse. La costituzione di uno o più spazi di incontro fra cittadini e servizi, o lo sfruttamento di spazi esistenti, quindi la collocazione di un operatore competente in ciascuno spazio, pongono le basi per la realizzazione di un servizio a sostegno del cittadino; pensato per coloro che per diversi motivi non possono accedere alla versione digitale, o semplicemente preferiscono ricevere un supporto diretto basato sull'interazione umana, dunque ascolto, orientamento ai servizi e supporto nel disbrigo delle pratiche di applicazione. La piattaforma digitale può porsi a sostegno di luoghi d'informazione sociale già esistenti, prevedendo un'implementazione del database al sistema gestionale in uso, oppure può essere navigata dai cittadini in autonomia o col supporto dell'operatore mediante la collocazione di un dispositivo digitale, riservato alla fruizione della piattaforma, in ogni spazio. Può essere ideato un sistema standard di raccolta delle informazioni circa l'attività dei singoli spazi, che preveda l'inserimento dei dati dei cittadini facenti richiesta del servizio e la registrazione dei contatti (volontariamente ceduti) in un sistema di mailing list, pensato per l'invio di newsletter tematiche.

L'organizzazione di un evento di lancio della piattaforma, aperto alle organizzazioni, ai gruppi informali di comunità e ai singoli cittadini, avrebbe lo scopo di aggregare la comunità attorno alla presentazione ufficiale del progetto, sensibilizzare al tema dell'impegno sociale come leva per rafforzare il quartiere dal suo interno, lanciare la piattaforma e i mezzi di comunicazione. Eventi a cadenza regolare (si ipotizza bimestrale) per le organizzazioni possono rappresentare occasioni di condivisione e di confronto delle singole esperienze e dei risultati legati al progetto, così come occasioni di lavoro di rete; eventi a frequenza minore (magari quadrimestrale) per gruppi e cittadini, invece, occasioni di socialità per incontrarsi, costruire relazioni, continuare l'azione di sensibilizzazione del quartiere al progetto, coinvolgere nuovi partner, distribuire materiale informativo. Fra questo, una volta l'anno, un prodotto editoriale (*booklet*) di resoconto delle attività di Welfare di Comunità, pensato per i cittadini che, solleticati da un senso di comunità, da fruitori potrebbero decidere di divenire attori. La realizzazione di interviste ai cittadini e alle realtà sociali del quartiere che hanno trovato valore nel servizio e nella mappatura e hanno storie interessanti da raccontare in merito, possono prestarsi ad attività di comunicazione social oltre che costituire materiale importante per la redazione del prodotto editoriale. Un profilo Instagram per la comunicazione delle testimonianze e di contenuti riguardanti l'attività dei Punti di Comunità potrebbe costituire un canale di comunicazione dedicato, di tipo *narrativo* e alternativo a

¹⁷⁵ La Riforma del Terzo settore (L.106/2016, art. 7 comma d), legge n.106 del 6 giugno 2016 e relativi decreti attuativi, richiede alle imprese sociali di redigere un proprio bilancio sociale e di dotarsi quindi di strumenti di trasparenza e informazione verso terzi.

Facebook, che nel caso specifico di NoLo si dimostra saturo e maggiormente adatto alla veicolazione di notizie, aggiornamenti e segnalazioni.

La comunicazione delle occasioni d'incontro e degli aggiornamenti di interesse per le organizzazioni mappate potrebbe avvenire in maniera diretta tramite newsletter, a partire dalla mailing list costituita. La comunicazione delle novità riguardanti il progetto d'interesse per il cittadino e delle occasioni d'incontro estese al pubblico, invece, troverebbe migliore veicolazione per mezzo di Facebook ed eventuali altri canali di comunicazione maggiormente utilizzati. Infine si potrebbe avere un quadro delle attività di Welfare del quartiere attraverso la redazione annuale di un documento di bilancio delle stesse, basato sui dati del monitoraggio collezionati durante l'anno e destinato alla consultazione dell'ente coordinatore del progetto, del Comune, degli enti finanziatori etc. A partire da questo, successivamente, il prodotto editoriale per i cittadini.

7.1.1 Opportunità dello Scenario n.1 per NoLo

Oltre all'apertura di help desk dove i residenti possono passare a chiedere informazioni e assistenza, è necessario che vi sia una figura principale ad occuparsi della mappatura delle organizzazioni presenti nel quartiere e dei servizi offerti, in modo da identificare le risorse esistenti. Riflettendo sui sistemi di Welfare di Comunità di NoLo, per la mappatura e la gestione del progetto proposto in questo scenario ci si potrebbe appoggiare a un ente attivo localmente nella costruzione reti sociali e nell'ambito della progettazione e della gestione di interventi partecipativi, dotato di un suo sistema di coordinamento territoriale che interessa anche il quartiere in questione: la Cooperativa Comin. Essa rappresenta l'ente ideale per avviare il processo di mappatura delle realtà sociali di quartiere, poiché già responsabile di una rete (QuBì Loreto, attiva grazie al supporto di Fondazione Cariplo), e attualmente nella prospettiva di realizzare nuovi interventi per rispondere a nuove esigenze: ha difatti iniziato ad elaborare una mappa delle opportunità di espansione della rete stessa, rimanendo entro i confini del NIL, che può fare da base a un processo di mappatura stratificato per ciò che riguarda l'attuale progetto. Tra i servizi possibili da includere, quelli di assistenza per questioni fiscali, opportunità di lavoro, pensione, segnalazione di problemi riguardanti la comunità, abusi e problemi familiari. Si potrebbe fare riferimento alla Social Street per coinvolgere realtà imprenditrici del quartiere che hanno interesse nel mettersi a disposizione della comunità con un'offerta decisamente variegata e informale. Coordinatore e cabina di regia inoltre possono essere quelli di Comin e nello specifico quelli responsabili del progetto QuBì Loreto.

La posizione dei Punti di Comunità è importante, essi devono divenire spazi di incontro fra cittadini e servizi, quindi trovare posto in contesti di semplice accesso: è fondamentale sfruttare spazi esistenti ben distribuiti sul territorio, ben visibili e strategicamente posizionati. In alcuni casi, i Punti di Comunità sono ospitati in strutture dell'Amministrazione Comunale o di associazioni che forniscono un ufficio o uno spazio, tuttavia i partecipanti degli incontri erano d'accordo sul fatto

che dovrebbero essere posizionati nel cuore del quartiere o lungo le arterie principali, in un luogo facilmente accessibile ai residenti e possibilmente significativo in termini di legami con la storia e con l'identità del quartiere. Si propone quindi un sistema di helpdesk "semplici", capillarmente distribuiti, che per il momento usufruisca di spazi quali lo spazio WeMi Venini (*paragr. 3.2*) e lo sportello QuBi Loreto dello Spazio Bell Nett (*paragr. 3.1.2*), aventi posizione ottimalmente distribuita, autorità riconosciuta (Comune di Milano e Fondazione Cariplo), accesso semplice e operatori a disposizione del cittadino. Come quest'ultimo, possono essere adibiti a helpdesk altre location, di dimensioni non necessariamente elevate, di proprietà del Comune in quanto luoghi sottratti alla criminalità: in questo modo è possibile dar loro un nuovo scopo e veicolare ai cittadini un messaggio positivo di riqualificazione e di restituzione al quartiere degli spazi che ad esso appartengono. Da considerare sempre resta, tuttavia, la giusta distribuzione per non lasciare scoperta alcuna area.

In aggiunta al sistema di helpdesk si suggerisce di sfruttare la location del progetto del PuntoCom di Via Padova (parte del progetto intersettoriale Lacittàintorno, finanziato da Fondazione Cariplo, si veda *paragr. 3.4*) per favorire il lavoro di rete delle organizzazioni mappate e pianificare iniziative a coinvolgimento della cittadinanza: l'Ex-Convitto del Parco Trotter, edificio di larghe dimensioni immerso in un contesto storico importante per gli abitanti del quartiere. L'ente e il progetto hanno autorità riconosciuta a livello territoriale, l'impianto vanta grandi spazi per la progettazione di eventi e iniziative ad alto tasso di partecipazione cittadina. Destinato a ospitare attività e servizi di utilità sociale e di rigenerazione del quartiere, al momento sono in corso tavoli di coprogettazione, che vedono la presenza anche di Cooperativa Comin, per stabilire nel dettaglio quali usi farne.

Il 4 maggio 2021 è inoltre stato firmato un Patto di Collaborazione tra Istituzioni, realtà locali e abitanti del quartiere per far rivivere il giardino recintato di via Mosso (si veda *paragr. 4.2*), spazio sottratto alla criminalità che apre l'accesso all'Ex-Convitto del Trotter e che verrà destinato a ospitare un palinsesto di attività culturali, momenti di socialità e di scambio intergenerazionale e interculturale tra abitanti del quartiere. La vicinanza dei due spazi fa sì che si possa creare un unico, ideale, hotspot di promozione di Welfare di Comunità: dai servizi di pubblica utilità e di sostegno, alle attività culturali e aggregative (si veda il caso studio al, *paragr. 5.1*).

Per ciò che riguarda la mappatura, il caso studio di Brescia Città del Noi (*paragr. 5.1*) rappresenta un buon punto di riferimento per stabilire i criteri di ricerca e selezione delle realtà, e suggerisce di fare "engagement" tramite un questionario. Inoltre fornisce buoni spunti circa le modalità di visualizzazione e di filtro dei servizi della mappa interattiva presente sul loro sito, frutto dell'attività di mappatura; in confronto con le mappe del Geoportale del Comune di Milano (*paragr. 3.7*) e di Google My Maps, il criterio di ricerca sfrutta informazioni chiave quali la tipologia di destinatario del servizio e il bisogno. Si potrebbero in futuro scambiare i dati della mappatura con il Comune di Milano per arricchire la piattaforma Milano Aiuta (Comune di Milano, *paragr. 3.7*), in un'ottica di estensione del progetto ad altri quartieri del milanese. Potrebbe esserci una parziale sovrapposizione col terzo modello nell'opportunità di rendere la mappa digitale un "social network" del Welfare di

NoLo, dando l'opportunità agli utenti di caricare propri contenuti a testimonianza della propria esperienza coi singoli servizi: questa funzionalità aprirebbe le porte a occasioni di comunicazione del progetto a partire dal valore generato. Inoltre vi è l'opportunità di trasformare i Punti di Comunità in luoghi che collegano i cittadini attivi con le organizzazioni che lavorano con i volontari: una mappatura del genere non soddisfa appieno questa funzionalità, ma si potrebbe richiedere agli enti di indicare in fase di mappatura, in quel caso, se sviluppano azioni per cui sono aperti a ricevere candidature di volontari.

Ultima ispirazione dai casi studio riguarda il caso Lulu Dans Ma Rue (*paragr. 5.2*) e la narrazione che accompagna la modalità di erogazione del servizio e la configurazione visiva degli spazi: la storia del “concierge” (il portinaio) a cui chiedere supporto, come si faceva una volta forse, e la connotazione visiva, amichevole e giocosa dell'interfaccia degli helpdesk, i chioschetti dal sapore retrò. Si è già parlato di accesso semplice, di accoglienza e di distribuzione uniforme sul territorio, ma questo caso può illustrare anche come il processo di costruire, attorno a un servizio, una narrazione forte fatta di ricordi nostalgici e valori in qualche modo perduti, può garantire il successo del servizio stesso.

7.2 Scenario n.2 - Organizzazioni socialmente attive nel quartiere

Il secondo scenario che si vuole proporre fa riferimento al secondo modello di Punto di Comunità (*tab. 1*), in quanto vuole porsi a supporto del secondo target rilevato durante gli incontri: le organizzazioni che elaborano ed offrono servizi e iniziative per il quartiere. Un Punto di Comunità del secondo modello ha come scopo aumentare la visibilità delle organizzazioni esistenti all'interno del quartiere (ad esempio, associazioni, cooperative, parrocchie, etc.) e collegarle attraverso una rete. Tra i bisogni del target: avere accesso a un quadro informativo completo dell'esistente (in termini di enti, progetti e servizi); comunicare al meglio la propria offerta di servizi; avere visibilità agli occhi di comunità e Istituzioni, con cui costruire una rete di relazioni, scambiare competenze e risorse e coordinare le azioni verso obiettivi comuni; promuovere la cittadinanza attiva; monitorare il lavoro sociale. In accordo con le necessità del target, un Punto di Comunità di questo tipo si occupa di valorizzare i servizi offerti dalle organizzazioni della comunità oltre che di promuovere potenziali collaborazioni tra le stesse. Le associazioni più piccole o di più recente costituzione hanno la possibilità così farsi conoscere ed essere inserite in una rete più ampia per collaborare con altri gruppi, mentre le organizzazioni più anziane e consolidate possono trarre vantaggio da nuove idee e approcci da quelle più giovani. È più facile creare un Punto di Comunità quando esiste già un'infrastruttura fisica e sociale che riunisce diversi gruppi del quartiere. Possono essere ospitati da un'associazione o da una parrocchia in luoghi condivisi da diversi gruppi. La creazione di una rete di gruppi della comunità solitamente implica l'attrazione e mobilitazione di diversi gruppi e

organizzazioni per partecipare alle iniziative, l'offerta di uno spazio per instaurare un dialogo, condividere esperienze e porre le basi per future collaborazioni, collegare gli attori a livello comunitario ad attori dei settori pubblico e privato. La maggior parte dei gruppi e delle organizzazioni presenti in a NoLo che offrono servizi sociali sono frammentati, diversi e dispersi: con il secondo modello questa frammentazione viene affrontata e vengono messi in atto sforzi più coordinati e sinergici.

Bisogni di questo target quindi avere l'accesso facilitato a tali informazioni, trovare ascolto alle proprie necessità per individuare i servizi adatti, orientarsi fra le informazioni in maniera guidata, infine accedere ai servizi con facilità grazie supporto di una figura competente. Per questi gruppi, una mappatura andrebbe a supportare il lavoro di rete restituendo una panoramica dell'impegno sociale del quartiere (anche a enti esterni) e delle sue risorse, faciliterebbe la comunicazione di servizi e iniziative, favorirebbe il coinvolgimento della cittadinanza attiva, aiuterebbe a monitorare l'efficacia delle azioni.

Questa tipologia di Punto di Comunità serve a raccogliere e centralizzare le informazioni e a fornire assistenza e orientamento sui servizi disponibili per rispondere alle esigenze dei residenti: funge da ponte tra i Servizi Sociali Territoriali e il cittadino come una sorta di segretariato sociale, intercettando le persone che possono trovarsi in difficoltà a cercare aiuto attraverso i canali ufficiali, offrendo assistenza diretta basata sull'ascolto dei bisogni e fornendo i recapiti di uffici o organizzazioni che potrebbero fornire determinati servizi. I Punti di Comunità appena aperti spesso sono di questa tipologia in quanto soddisfano le funzioni fondamentali e primarie di fornire informazioni, orientamento e supporto pratico.

A questo proposito, una mappatura degli enti e dei relativi servizi sociali attivi diverrebbe utile per restituire una panoramica dei servizi chiara, completa e aggiornata; per far conoscere l'offerta di servizi sviluppati ed erogati dalle piccole realtà locali del quartiere, soddisfacendo il bisogno di un accesso facilitato ai servizi; per supportare i servizi di orientamento guidato negli helpdesk.

In questa visione si potrebbe perciò agire seguendo le seguenti linee di progetto.

Potrebbe essere creato un *team di coordinamento*, costituito da un Coordinatore e da una Cabina di Regia, addetti alla mappatura delle organizzazioni. La mappatura andrebbe a coinvolgere le organizzazioni attive sul territorio con servizi di Welfare, articolate in reti formali o autonome, includendo le realtà informali attive strettamente nel quartiere come Partner della Comunità. Per la mappatura è possibile partire da reti esistenti, albi di associazioni, conoscenze legate a progetti passati o a gruppi di cittadinanza attiva (nel caso NoLo, alla Social Street). La creazione e l'invio di un questionario si presterebbero a reperire i dati sugli enti e in particolare sui relativi servizi offerti alla comunità, oltre a reperire i contatti professionali a costituzione di una mailing list per l'invio di newsletter generiche o tematiche.

La costituzione di un *Team di Monitoraggio*, addetto al monitoraggio della sostenibilità delle azioni di Welfare di Comunità e del loro impatto sociale, si porrebbe il fine di raccogliere i dati riguardanti

i progetti attivi, le nuove azioni, la fruizione dei servizi da parte dei cittadini, l'efficacia dei risultati verificata nel tempo, il tutto nell'arco di un anno; per fare ciò, è necessario creare un sistema standard di raccolta dei dati o affidarsi a strumenti esistenti, e stipulare con le organizzazioni un Patto di Collaborazione mediante il quale esse si impegnano a fornire un riscontro regolare e a condividere i propri numeri in nome della recente Riforma del Terzo settore (L.106/2016, art. 7 comma d) e del Principio di Trasparenza.

Si prevede lo sviluppo di una piattaforma digitale (web/app) per le organizzazioni, dominata da una mappa interattiva basata sul database, che offra come funzionalità la navigazione di enti e servizi, un sistema di ricerca veloce e quanto più mirata, la possibilità di cooperare per lo sviluppo di nuove idee, di rimanere aggiornati sulle novità d'interesse, di monitorare il lavoro di rete. In particolare, potrebbe essere sviluppato un sistema all'interno della piattaforma per proporre e discutere idee per nuove iniziative di Welfare, da sviluppare in collaborazione con altre organizzazioni, per rendere il mezzo partecipativo e di fruizione anche autonoma.

Per far sì che il discorso coinvolga anche i cittadini e diventi in qualche modo trasversale, si suggerisce lo sviluppo di una sezione o di una versione per il cittadino (app), avente la stessa mappa interattiva e che offra come funzionalità anche qui la navigazione libera di enti e servizi e un sistema di ricerca mirata e veloce, ma inoltre anche la possibilità di contattare gli enti di interesse tramite il mezzo stesso, per richiedere in maniera autonoma e diretta i servizi più adatti ai propri bisogni o una consulenza ed essere sicuri di essere nel posto giusto per farlo.

La costituzione di un unico spazio di incontro e scambio tra organizzazioni, o lo sfruttamento di uno spazio esistente momentaneamente privo di funzionalità, da modo agli enti di conoscersi, confrontarsi, stabilire connessioni, organizzare e sviluppare in autonomia il proprio lavoro sociale.

La piattaforma digitale può porsi a sostegno di tale luogo d'informazione e di lavoro sociale, prevedendovi la collocazione di un dispositivo digitale riservato alla fruizione della piattaforma, oppure può essere navigata dalle organizzazioni in autonomia sui propri dispositivi.

Per creare una prima occasione di incontro mirata all'approfondimento del progetto, si potrebbe organizzare un primo evento per le organizzazioni che hanno risposto al questionario. Si coglierebbe l'occasione per richiedere i dati di quelle organizzazioni che prima di fornire le proprie informazioni desiderano partecipare a tale incontro, quindi si procederebbe all'effettiva creazione di un unico database di enti e servizi di Welfare di Comunità attivi nel quartiere e di un'unica mailing list con tutti i dati e i contatti raccolti. Tali elenchi tuttavia devono rimanere aperti all'integrazione o ad eventuali modifiche nel tempo. L'organizzazione di un evento di lancio della piattaforma, aperto alle organizzazioni, ai Partner di Comunità e ai singoli cittadini, avrebbe lo scopo di aggregare la comunità attorno alla presentazione ufficiale del progetto, sensibilizzare al tema dell'impegno sociale come leva per rafforzare il quartiere dal suo interno, favorire lo stringersi delle prime relazioni fra organizzazioni e cittadini e lanciare la piattaforma. Incontri a cadenza regolare (si ipotizza bimestrale, per creare nel limite del possibile un sistema coerente con quello del primo scenario) per le organizzazioni possono rappresentare occasioni per favorire la sinergia e la

collaborazione nel lavoro di rete, in particolare focus-group per il confronto dialogato e sessioni di coprogettazione per la costruzione di nuove risposte. Verrebbe necessaria, in questi casi, la presenza di un moderatore che sia anche coordinatore della rete. Può essere ideato un sistema standard di raccolta delle informazioni circa l'attività dei singoli spazi, a discrezione del coordinatore, da integrare di volta in volta al lavoro di monitoraggio del team addetto. Piccoli eventi informali a minore frequenza, invece, potrebbero lavorare sull'affiatamento interpersonale e sui rapporti di fiducia, momenti di convivialità e conoscenza, condivisione di risorse, *social cooking*. Lo spazio destinato ad ospitare il lavoro delle organizzazioni potrebbe essere concepito in modo tale da essere a disposizione del lavoro anche autonomo delle realtà membre.

La comunicazione delle occasioni d'incontro e degli aggiornamenti di interesse per le organizzazioni mappate può avvenire tramite newsletter (mailing list delle realtà mappate), mentre la comunicazione delle novità riguardanti il progetto e delle occasioni d'incontro estese al pubblico, entrambe d'interesse per la collettività, troverebbero migliore veicolazione tramite i canali di comunicazione di maggiore utilizzo nella diffusione di notizie, aggiornamenti e segnalazioni.

Si potrebbe, in ultima istanza, restituire un quadro delle attività di Welfare del quartiere attraverso la redazione annuale di un documento di bilancio, basato sui dati del monitoraggio collezionati durante l'anno, e destinato alla consultazione dell'ente coordinatore del progetto, del Comune, degli enti finanziatori ma anche delle stesse organizzazioni, come strumento per motivare a livello intrinseco la continuazione di un lavoro di tipo collettivo.

7.2.1 Opportunità dello Scenario n.2 per NoLo

Alla luce di tali linee di progetto, di nuovo si apre l'opportunità di appoggiarsi alla Cooperativa Comin per il processo di mappatura delle realtà attive sul territorio, in nome della dichiarata apertura della rete QuBi Loreto a nuovi arrivi così come a nuovi spunti progettuali per migliorare la capacità di risposta ai bisogni connessi alla povertà di minori e famiglie (si veda *paragr. 3.1*).

A questo proposito, si riporta il testo di un post pubblicato in data 14 aprile 2021 nel gruppo Facebook NoLo Social District da Luca Rossetti, key actor della ricerca sul campo (Capitolo 4) e membro del Coordinamento Territoriale di Comin attivo, fra gli altri, sul quartiere di NoLo:

Confronto online sulla questione della comunicazione interna ed esterna di QuBi Loreto. Alla rete serve far circolare le informazioni, trovare volontari, cittadini attivi e risorse economiche per le tante cose che fa, per sostegno alimentare, educativo, stare insieme, ascolto e orientamento dei bisogni di minori e famiglie in

*difficoltà. La comunicazione non è un pezzo che si aggiunge ma parte attiva, fondamentale e trasversale di tutte le nostre azioni*¹⁷⁶.

Appare chiara la necessità della rete di costituirsi meglio come tale, partendo dall'introduzione di un appropriato sistema di comunicazione interna, oltre che esterna. Un Punto di Comunità, oltre a valorizzare i servizi offerti dalle organizzazioni della comunità, promuoverebbe potenziali collaborazioni tra le stesse, aiuterebbe il lavoro di rete partendo da una messa in condivisione delle risorse. A questo scopo verrebbe utile il raccoglimento di tutte le forme di solidarietà, supporto e aiuto provenienti dal sistema di Welfare informale che esiste fra gli abitanti del quartiere, con riferimento assoluto alla Social Street. In questo modo anche le associazioni più piccole o di più recente costituzione hanno la possibilità di farsi conoscere e di collaborare con altri gruppi.

Come nel caso precedente, l'esempio più lampante per ispirare il processo di mappatura è quello fornito dal caso studio di Brescia Città del Noi (*paragr. 5.1*), attingendo poi da Associazioni Milano (strumento online per associazioni rilasciato dalla Fondazione Rete Civica Milano, trattato nel *paragr. 3.8*) i contatti di molte organizzazioni no-profit milanesi. Nel questionario, si potrebbe richiedere una serie di parole chiave (*tags*) per descrivere l'ente in merito ai suoi servizi (categoria, destinatari, etc.), da utilizzare per orientare la ricerca su una piattaforma digitale ma, diversamente da Associazioni Milano, organizzate in un elenco visibile. È infatti utile pensare e realizzare, successivamente a processo di mappatura, uno strumento digitale che restituisca una panoramica degli enti mappati, ne metta in luce i servizi ma soprattutto le risorse che ciascuna organizzazione potrebbe, e vorrebbe, mettere a disposizione della rete per creare un ambiente quanto più simbiotico. Lo sviluppo di una piattaforma sarebbe ideale anche in quanto può diventare strumento accessibile ai cittadini come mappa dei servizi attivi e fruibili nel quartiere, può restituire dati sulle ricerche effettuate, le richieste di servizi inoltrate, le categorie bisognose di servizi, elementi da cui può partire un lavoro di monitoraggio orientato alla redazione di un bilancio della domanda e non solo dell'offerta. Un lavoro di monitoraggio si rende indispensabile per valutare efficacia delle azioni e scovare ambiti o nicchie non serviti: ispirata dal caso studio di Rete delle Case del Quartiere (*paragr. 5.4*) è la scelta di creare un team addetto al monitoraggio, attivo tutto l'anno e incaricato di restituire un documento annuale comprensivo delle informazioni utili ai finanziatori del progetto e allo stesso Comune di Milano, da richiedere con regolarità alle organizzazioni sulla base delle norme di trasparenza vigenti attualmente a interesse del Terzo Settore, illustrate nel caso studio. Gli strumenti digitali di FRCM (Fondazione Rete Civica Milano), in particolare lo strumento di *Data Analysis e Monitoraggio*, può tornare utile per elaborare uno strumento di monitoraggio del Welfare locale.

Il secondo tipo di Punto di Comunità, per sua natura, non si presta a una distribuzione capillare come invece può succedere nel caso del primo modello, ma si costituisce come unico. Pertanto è

¹⁷⁶ NoLo Social District - Nord Loreto, Milano, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

ipotizzabile, come nel primo caso, appoggiarsi nuovamente agli ampi spazi che il futuro PuntoCom di Via Padova metterà a disposizione, dal momento che è stato pensato come spazio multifunzionale di ritrovo, di scambio e di rafforzamento dei legami tra membri della comunità, per favorire il coordinamento e la collaborazione fra organizzazioni e l'incontro coi cittadini sull'esempio del Punto di Comunità di Borgo Trento (Brescia Città del Noi, *paragr. 5.1*). Alternativa simile in zona è la Casa delle Associazioni e del Volontariato (*paragr. 3.5*) che però, sebbene situata all'interno del Municipio 2, è esterna al quartiere e dispersiva, e le piccole realtà di NoLo vi avrebbero difficilmente posto. Tuttavia, in una prospettiva futura in cui più quartieri saranno dotati del loro Punto di Comunità e la loro rete di Welfare, vi potrebbero avere luogo le riunioni dei rappresentanti di ogni quartiere del Municipio, per fare il punto della situazione col futuro *Manager di Comunità* di Milano Sei l'Altro (caso studio al *paragr. 5.3*). E ancora, potrebbe essere istituita una figura di Manager di Comunità – sulla falsariga del caso studio – in ogni quartiere, in ogni Punto di Comunità, quale coordinatore della rete e moderatore degli incontri. Tale figura può rendersi utile per il semplice motivo che coopera con il Comune, risponde direttamente a lui e riceve tutti gli aggiornamenti di interesse per le organizzazioni quali bandi, concorsi, progetti, bilancio partecipativo, etc. Infine, un sistema di *crowdsourcing* ispirato alle dinamiche sulle quali si basano le piattaforme Ideaginger.it (*paragr. 5.5*) e Milano Partecipa (*paragr. 3.7*), visualizzato in una sua sezione all'interno della piattaforma, può proporre idee per iniziative di Welfare realizzabili *solo* in collaborazione con altre organizzazioni, soltanto una volta raggiunta una determinata partecipazione o recuperate all'interno della rete le risorse necessarie. Come stimolo alla partecipazione, un racconto con foto, video, schizzi di progetto, poi un sistema di adesione e la possibilità di condividere l'iniziativa su altri canali digitali.

A questo proposito, può essere ipotizzata l'elaborazione di un'unica strategia che si rivolga sia alle organizzazioni, sia ai cittadini, che con un'unica mappatura e un'unica piattaforma digitale possono soddisfare ambe le parti. Dal punto di vista delle organizzazioni, il discorso può essere arricchito dall'introduzione di uno spazio per il lavoro di rete e da una strategia di pianificazione di focus group, sessioni di coprogettazione ed eventi di socialità. Dal punto di vista dei cittadini, può essere arricchito dalla creazione di uno o più luoghi fisici atti ad accogliere gli abitanti bisognosi di sostegno ed orientamento ai servizi. L'elaborazione di un'unica strategia può tradursi, nel possibile, in una ottimizzazione delle risorse necessarie: può, ad esempio, essere pensata l'attivazione di un unico Punto di Comunità, attivo a pieno regime come punto di orientamento, luogo di incontro e lavoro delle organizzazioni, location di cene sociali ed altri eventi di rafforzamento dei legami della comunità.

7.3 Scenario n.3 - Cittadini socialmente attivi nel quartiere

Il terzo scenario che si vuole proporre fa riferimento al terzo modello di Punto di Comunità (*tab. 1*), in quanto vuole porsi a supporto dell'ultimo target rilevato durante gli incontri: i cittadini attivi a NoLo. Tuttavia è bene sottolineare che nella selezione di questo target, considerati diversi fattori, si è voluta compiere una manovra verso una direzione più specifica. Considerando la popolarità della Social Street, patria della cittadinanza attiva, il lavoro di Off Campus (*paragr. 3.3*) e progetti quali Burlaglio (*paragr. 3.6*) – questi ultimi basati sul concetto che un quartiere coprogettato dai suoi cittadini è un quartiere vivo, fiero e felice – la natura partecipativa e collaborativa sui cui si basano le attività previste negli spazi di Via Mosso (*paragr. 4.2*) e dell'Ex-Convitto Trotter (*paragr. 3.1*), non sarebbe possibile progettare qualcosa che non vada a sovrapporsi, inutilmente, all'esistente. Ciò che è stato chiaro durante gli incontri online è stato che qualsiasi soluzione venga pensata per il quartiere, non deve mai escludere totalmente dalla partecipazione il cittadino.

Alla luce di questo, si è pensato di restringere il campo a quei cittadini attivi in quanto disposti a prestarsi all'aiuto volontario alle diverse cause, categoria menzionata dallo stesso Luca Rossetti (nel testo del post Facebook¹⁷⁷ riportato nel precedente paragrafo) nell'esprimere una attuale difficoltà della rete a comunicarsi e di conseguenza, tra le altre cose, a trovare nuovi volontari. Bisogni di questo target sono: sentirsi parte attiva e utile per la comunità, orientarsi fra le iniziative (di volontariato per definizione e non) attive, partecipare in modo attivo, costruire relazioni con la comunità, ricevere un riscontro sull'impatto positivo delle attività di tipo sociale svolte nel quartiere. Funzionalità della mappatura di utilità per questa categoria, quelle da comunicare, sono la restituzione di un quadro completo delle iniziative di cittadinanza attiva, la facilitazione dei processi di partecipazione, il coinvolgimento diretto personale, la costruzione di relazioni nel contesto reale, il supporto dei servizi di orientamento guidato negli helpdesk.

Il terzo modello va oltre il Modello 1 (fornire informazioni e orientamento) e il Modello 2 (creazione di reti tra i gruppi della comunità) preoccupandosi della costruzione vera e propria della comunità tramite il coinvolgimento diretto dei cittadini e non solo di coloro che fanno già parte di organizzazioni. Il lavoro di rafforzamento della comunità inizia con uno sforzo intenzionale di investire nello sviluppo e nella crescita di un senso di "cura" e di connessione tra le persone che abitano uno stesso luogo. Un Punto di Comunità del terzo modello ha come obiettivo coltivare un senso di comunità puntando sul senso di appartenenza condiviso, sulla percezione di influenza, quindi sulla sensazione di contare qualcosa, di fare la differenza per un gruppo; sulla connessione emotiva che scaturisce dalla condivisione di un comune impegno, di una motivazione, di una storia, nonché di luoghi.

La creazione o il rafforzamento del senso della comunità possono essere favoriti attraverso la creazione di spazi per la socialità, l'offerta di opportunità e sviluppo di iniziative locali, lasciando spazio anche per le proposte di volontariato, la coprogettazione e la gestione condivisa (in

¹⁷⁷ NoLo Social District - Nord Loreto, Milano, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

collaborazione con il Comune) di qualcosa, di uno spazio. La sua costruzione è favorita da quante più numerose sono le associazioni e le partecipazioni civiche, le associazioni stabili di volontari locali, e quanto più è alto il livello delle interazioni informali di vicinato. Il Punto di Comunità del terzo tipo favorisce iniziative che provengono dal basso promuovendo innanzitutto il coinvolgimento e il senso di responsabilità dei cittadini, indipendentemente da età, etnia e disabilità, fino a far sentire ogni cittadino un portatore di risorse e non solo di bisogni, favorendo solidarietà, senso di vicinanza, identità di quartiere e costruzione di legami sociali.

In questa visione si potrebbe perciò agire seguendo le seguenti linee di progetto.

Potrebbe essere creato un *team di coordinamento*, costituito da un Coordinatore e da una Cabina di Regia, addetti alla mappatura delle organizzazioni. La mappatura andrebbe a coinvolgere le organizzazioni territoriali promotrici di attività partecipative e di volontariato, associazioni civiche, associazioni stabili locali, includendo se possibile anche le realtà meno formali attive nel quartiere. Si potrebbe orientare la ricerca utilizzando banche dati online di sole associazioni di volontariato, e per le realtà minori ci si potrebbe focalizzare su eventuali gruppi di cittadinanza attiva più o meno organizzati. La creazione e l'invio di un questionario si presterebbero a reperire i dati sugli enti e in particolare sulla relativa offerta in termini di attività di volontariato per la comunità, che andrebbero a costituire un unico database; oltre a questi, verrebbero reperiti i contatti professionali a costituzione di una mailing list per l'invio di newsletter di aggiornamento. La costituzione di un *Team di Monitoraggio*, addetto al monitoraggio delle azioni di Welfare di Comunità che coinvolgono cittadini attivi e volontari, nonché alla valutazione del loro impatto sociale, si porrebbe il fine di raccogliere, nell'arco dell'anno, i numeri riguardanti i progetti attivati, le nuove adesioni, i cittadini supportati, l'efficacia dei risultati e la sostenibilità delle azioni. Anche in questo caso si renderebbe necessario un sistema standardizzato di raccolta dei dati o affidarsi a strumenti esistenti, e stipulare con le organizzazioni un Patto di Collaborazione mediante il quale esse si impegnano a fornire un riscontro regolare e a condividere i propri numeri in nome della recente Riforma del Terzo settore (L.106/2016, art. 7 comma d) e del Principio di Trasparenza.

Si prevede lo sviluppo di una piattaforma digitale (web/app) per la cittadinanza attiva, dove scoprire le iniziative di volontariato applicabili, orientarsi nella ricerca della più appropriata e parteciparvi attivamente. Una mappa interattiva sviluppata a partire dal database offrirebbe come funzionalità la navigazione di enti e servizi basati sulla collaborazione di volontari; un sistema di ricerca veloce e mirata, dotato di filtraggio delle iniziative per tematica, età e risorse che il volontario vuole mettere in campo; la possibilità di cooperare con gli altri cittadini-utenti allo sviluppo di nuove idee e di rimanere aggiornati sulle novità d'interesse. In particolare, potrebbe essere sviluppato un sistema di *crowdsourcing* all'interno della piattaforma per visualizzare le idee proposte dalle associazioni in merito a nuove iniziative di volontariato, da valutare assieme alla cittadinanza attiva. Potrebbe essere questo uno strumento per, assieme, giudicare la bontà di un progetto (e l'utilità percepita) e reclutare volontari, in una logica dove i "voti" dati ad un'iniziativa, ovvero il sostegno alla sua messa

in realizzazione, sono rappresentati dalle candidature che lo stesso progetto riceve. I progetti delle iniziative dovrebbero essere mostrati in un elenco oltre che sulla mappa, raggruppati distinguendo quelli che hanno già raggiunto l'obiettivo numerico da quelli che non ci sono ancora riusciti; dovrebbero evidenziare i requisiti richiesti ai volontari e i termini di collaborazione, il numero di volontari già coinvolti e quello dei posti vacanti; dovrebbero poter essere condivisi sui canali social personali, perché li si possa promuovere. Si potrebbero poi fornire i mezzi perché gli utenti possano integrare la mappa dei servizi con contenuti multimediali propri, restituendo testimonianze delle iniziative a cui hanno partecipato a vantaggio degli altri utenti. Per non perdersi comunicazioni importanti e per dare loro la giusta dose di importanza, i cittadini riceverebbero newsletter tematiche (in linea con l'iniziativa a cui ci si è iscritti, registrando il proprio contatto) e comunicazioni dirette dal Coordinatore.

Si potrebbero creare degli helpdesk, punti di informazione e orientamento ai servizi di volontariato, anche diversi tra loro e distribuiti sul territorio, meglio se appoggiandosi a spazi già attivi come luoghi di comunità o come *infopoint*: ideale sarebbe infatti la collocazione di un operatore competente per l'ascolto del cittadino che vuole attivarsi come volontario, quindi l'orientamento alle iniziative esistenti, la comprensione delle migliori risorse da condividere con la comunità e infine il collegamento dei singoli attori ai gruppi di comunità. Uno spazio più grande (possibilmente di possesso del Comune e in cerca di una funzione) potrebbe adempiere alle stesse funzioni e in più prestarsi a diversi scopi che vedono protagonista la comunità: aprirsi a laboratori di coprogettazione, organizzare orti condivisi, scambiare risorse col territorio, offrire altri servizi di Welfare. Vi sarebbero i pretesti, in quel caso, per organizzare nel Punto di Comunità iniziative di *empowerment* della cittadinanza e opportunità per la co-pianificazione di iniziative, ma anche momenti di socialità e condivisione nella vita quotidiana del quartiere. All'occorrenza, iniziative di questo tipo e coinvolgenti grandi gruppi potrebbero essere svolte in modalità itinerante nei giardini e nei cortili delle singole realtà del quartiere. Per promuovere ognuna di queste, la comunicazione delle attività dovrebbe seguire i media principali del quartiere, in particolar modo quelli che si distinguono per il carattere partecipativo. Infine, potrebbe essere redatto un prodotto editoriale con i contributi condivisi volontariamente dai cittadini attivi della piattaforma nonché i dati riportati dal team di monitoraggio, da diffondere tra gli attori della mappatura e inviare ad enti terzi potenzialmente interessati in formato digitale, e ai cittadini durante un'occasione di socialità in formato stampato, per sensibilizzare le categorie meno attive.

7.3.1 Opportunità dello Scenario n.3 per NoLo

Ancora in questo caso, senza ripetere troppo, si andrebbero a svolgere delle attività di mappatura collaborativa, stavolta il focus è puntato sugli enti che propongono attività partecipative e di volontariato, alla base delle quali l'impegno richiesto è di tipo solidale. Si potrebbe orientare la ricerca, ad esempio, grazie allo strumento online di Associazioni Milano di Fondazione Rete Civica Milano, che offre una lista delle associazioni attive nel territorio e la possibilità di selezionare coloro che si basano sul lavoro volontario mediante la funzione di ricerca per *keyword* e in particolare scrivendo "volontariato" (vedi *paragr. 3.8*). Anche in questo caso la selezione del Punto di Comunità cadrebbe sul PuntoCom di Via Padova, il cui possibile carattere ibrido non è a tutti i costi un difetto: come riportato nello studio di caso relativo al Punto di Comunità di Borgo Trento (*paragr. 5.1*), è stata la varietà di attività ospitate dalla struttura Il Folle Volo che ne ha determinato la trasformazione in baricentro della vita sociale di quartiere. NoLo è un quartiere che si nutre dell'aggregazione spontanea dei suoi abitanti, e aggregazione è varietà e contaminazione: la parola magica infatti è *ibridazione*, a definire tale messa assieme, nello stesso spazio, di attività del tutto diverse tra loro per generare qualcosa di nuovo, più attrattivo e funzionale.

Potrebbe essere interessante prevedere una strategia di organizzazione di eventi itineranti in giro per il quartiere, specialmente per quanto riguarda quelli a scopo aggregativo e di costruzione di relazioni. Per quanto riguarda il servizio di orientamento, lo spazio WeMi Venini (*paragr. 3.2*) e lo spazio Bell Nett (*paragr. 3.1.2*) costituirebbero ottimi punti di appoggio per consentire al servizio una distribuzione maggiormente capillare, ma solo perché già attivi.

Si potrebbe sfruttare il *know-how* in fatto di design dei servizi di Off Campus per creare dei Laboratori itineranti o fissi al nuovo Punto di Comunità e coinvolgere il team di Burlaglio (*paragr. 3.6*) nello sfruttamento della location, allo scopo di estendere la possibilità di partecipazione ai laboratori di coprogettazione ai cittadini che frequenteranno il PuntoCom. L'utilizzo di una *social map*, e a questo proposito si fa riferimento allo strumento omonimo fornito dalla Fondazione Rete Civica Milano, potrebbe rendere più interessante l'esperienza, in una prospettiva in cui si volesse dar modo ai cittadini non solo di aggiungere contenuti propri "di commento" a sezioni preventivamente create da altri (mappatura), ma di aggiungere sezioni proprie su quelle realtà non presenti in mappa che hanno ragione d'essere segnalate. A proposito della mappa sulla piattaforma digitale, anche in questo contesto si ipotizza la creazione di una sezione dedicata ad un sistema di crowdsourcing ispirato alle dinamiche delle esperienze fornite dalle piattaforme Ideaginger.it (*paragr. 5.5*) e Burlaglio: un sistema che permetta alle associazioni e ai gruppi della mappatura di proporre iniziative realizzabili una volta raggiunto un determinato numero di partecipanti volontari; proposte accompagnate da campagne di crowdsourcing vere e proprie con video, sistema di adesione e possibilità di condivisione sui canali digitali personali. La differenza fra questo tipo di partecipazione e quella offerta dalla piattaforma del Bilancio Partecipativo (Milano Partecipa, Comune di Milano, *paragr. 3.7*) è che la prima coinvolge attivamente l'individuo nella fase di costruzione del progetto tanto quanto nella fase di sostegno alla partenza: c'è un bilanciamento fra

il contributo iniziale versato come “caparra” e il contributo effettivo da versare a cifre raggiunte. Milano Partecipa, invece, che si costituisce come piattaforma di *e-democracy* anche se tratta progetti e non politica, offre una partecipazione democratica nei processi decisionali che riguardano lo sviluppo di progettualità urbane dell'intera Città ed eventualmente del proprio territorio, limitata tuttavia alla fase di versamento del contributo, che come in una democrazia che si rispetti, è un voto e vale 1. Al Comune poi, il compito di prendersi in carico lo sviluppo (in collaborazione con il team progettista) dell'idea e l'ultimazione.

Tornare al caso studio di Lulu Dans Ma Rue (*paragr. 5.2*) può essere utile per rafforzare il rapporto fra organizzazioni e candidati volontari, riflettendo sulla figura dei *Lulus* (coloro che svolgono le mansioni per cui viene richiesto aiuto), sulla scelta del fondatore del servizio di dar loro un nome e di elevarli a eroi contemporanei negli artefatti di comunicazione. Infine, si potrebbe sfruttare la pagina Facebook di NoLo Social District per comunicare le novità d'interesse al target, incontri e laboratori, momenti di aggregazione e nuove ricerche di volontari; Radio NoLo invece potrebbe essere coinvolta nella scrittura di un podcast in qualche modo testimone della rete del volontariato che si sta così costituendo.

In questa sede, è stato presentato lo scenario riguardante il target dei cittadini attivi, tuttavia esso non sarebbe dovuto esser presente. Durante il primo colloquio con Luca Rossetti, è stata scartata l'idea di un lavoro orientato a favorire il volontariato, affermando che non vi era un vero bisogno di progettare qualcosa in merito al sistema di reclutamento dei cittadini disposti all'attivazione. Per quanto riguarda invece i cittadini attivi per il quartiere nell'accezione generale del termine, coloro che vogliono collaborare fra loro alla coprogettazione del quartiere ideale, non è parso saggio andare a sovrapporsi a realtà come Off Campus (e per estensione le iniziative del NoLo Social District) o come Burlagìò. Tuttavia, il testo del post pubblicato di recente da Luca Rossetti nel gruppo NoLo Social District, illustrato nel paragrafo precedente, esprime la necessità della rete di trattare *anche* quel punto. Per tale motivo, si è scelto di sviluppare questo scenario come strumento che restituisse delle prime linee guida, ma non è stato possibile approfondirlo nei paragrafi successivi riguardanti l'ideazione dei sistemi di artefatti e dei piani di comunicazione, i quali faranno quindi riferimento ai soli primi due scenari.

POTENZIALE TARGET DI PROGETTO	Cittadini che hanno bisogno di servizi alla persona	Organizzazioni socialmente attive nel quartiere	Cittadini socialmente attivi nel quartiere
BISOGNI	<ul style="list-style-type: none"> • Avere accesso facilitato alle informazioni • Trovare ascolto ai propri bisogni • Orientarsi fra le informazioni • Accedere al servizio con facilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Avere un quadro informativo completo dell'esistente (enti, progetti, servizi) • Comunicare la propria offerta di servizi • Visibilità agli occhi di comunità e istituzioni • Costruire una rete di relazioni • Scambiare competenze e risorse • Promuovere cittadinanza attiva • Coordinare azioni verso obiettivi comuni • Monitorare lavoro sociale 	<ul style="list-style-type: none"> • Sentirsi parte attiva e utile per la comunità • Orientarsi fra le iniziative (di volontariato e non) attive • Partecipare in modo attivo • Costruire relazioni con la comunità • Ricevere un riscontro sull'impatto positivo delle attività di tipo sociale svolte nel quartiere
FUNZIONALITÀ DA COMUNICARE (Una mappatura...)	<ul style="list-style-type: none"> • Restituisce una panoramica dei servizi chiara, completa e aggiornata • Fa conoscere l'offerta dei servizi sviluppati ed erogati dalle realtà del quartiere • Supporta servizi di orientamento guidato negli helpdesk 	<ul style="list-style-type: none"> • Supporta il lavoro di rete • Restituisce una panoramica dell'impegno sociale del quartiere (anche a enti esterni) • Facilita comunicazione di servizi e iniziative • Aiuta il coinvolgimento della cittadinanza attiva • Aiuta a monitorare l'efficacia delle azioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Restituisce un quadro completo delle iniziative di cittadinanza attiva • Facilita la partecipazione • Permette un coinvolgimento diretto • Permette la costruzione di relazioni • Supporta servizi di orientamento guidato negli helpdesk
LINEE POSSIBILI DI SVILUPPO	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di un team di coordinamento • Mappatura delle organizzazioni attive sul territorio con servizi di welfare (partendo da reti esistenti, albi associazioni), conoscenze, Social Street) • Creazione e invio di un questionario per reperire dati su enti e relativi servizi • Organizzazione un primo evento per le organizzazioni che hanno risposto al questionario • Creazione di un database di enti e servizi di welfare del quartiere coi dati dei questionari • Creazione di team addetto al monitoraggio dei numeri del Welfare di Comunità locale • Creazione di un sistema standard di raccolta dei dati • Sviluppo di una piattaforma digitale per i cittadini • Creazione di uno o più spazi di incontro fra cittadini e servizi o sfruttamento di spazi esistenti • Collocazione di un operatore competente in ciascuno spazio per il servizio di orientamento • Implementazione del database / collocazione di un dispositivo digitale per l'utilizzo della piattaforma in ogni spazio • Raccolta delle informazioni dei fruitori del servizio (sistema standard di raccolta dei dati) • Creazione mailing list per invio di newsletter tematiche • Organizzazione di un evento di lancio della piattaforma con la comunità • Organizzazione di eventi a cadenza bimestrale per le organizzazioni • Organizzazione di eventi a cadenza quadrimestrale con la comunità • Interviste ai cittadini fruitori del servizio • Interviste alle realtà sociali del quartiere coinvolte nella mappatura • Creazione di un profilo social per la comunicazione delle testimonianze • Comunicazione delle occasioni d'incontro e degli aggiornamenti d'interesse per le organizzazioni mappate tramite newsletter • Comunicazione delle novità riguardanti il progetto e delle occasioni d'incontro tramite principali canali di comunicazione • Redazione semestrale/annuale di un documento di bilancio delle attività di welfare di comunità del quartiere • Redazione di un prodotto editoriale basato sui dati del bilancio e sulle testimonianze 	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di un team di coordinamento • Mappatura delle organizzazioni attive sul territorio con servizi di welfare • Inclusionione come Partner di Comunità di quelle realtà della Social Street che sviluppano in autonomia iniziative a carattere sociale • Creazione e invio di un questionario per reperire dati su enti e relativi servizi • Creazione di un database di enti e servizi di welfare del quartiere coi dati dei questionari • Creazione di una mailing list con i contatti reperiti mediante il questionario • Creazione di team addetto al monitoraggio dell'impatto e della sostenibilità delle azioni • Creazione di un sistema standard di raccolta dei dati • Sviluppo di una piattaforma digitale per favorire il lavoro di rete delle organizzazioni • Sviluppo di una sezione/versione per il cittadino (app) • Creazione di uno spazio d'incontro e scambio fra organizzazioni o sfruttamento di uno spazio esistente • Pianificazione di un primo evento per le organizzazioni della prima mappatura per approfondire il progetto • Organizzazione di un evento di lancio della piattaforma aperto alla comunità • Creazione di occasioni di incontro e lavoro di rete • Creazione di piccoli eventi informali per favorire la costruzione di legami fra i partner • Messa a disposizione dello spazio per il lavoro autonomo delle organizzazioni • Comunicazione delle occasioni d'incontro e degli aggiornamenti d'interesse per le organizzazioni mappate tramite newsletter • Comunicazione delle novità riguardanti il progetto e delle occasioni d'incontro estese al pubblico tramite i principali canali di comunicazione • Redazione annuale di un documento di bilancio delle attività di Welfare di Comunità • Redazione di un documento di bilancio delle attività di Welfare di Comunità 	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di un team di coordinamento • Mappatura delle organizzazioni attive sul territorio con servizi di welfare (partendo da reti esistenti, albi associazioni), conoscenze, Social Street) • Creazione e invio di un questionario per reperire dati su enti e relativi servizi • Creazione di un database di enti e servizi di welfare del quartiere coi dati dei questionari • Creazione di una mailing list con i contatti reperiti mediante il questionario • Creazione di team addetto al monitoraggio dell'impatto e della sostenibilità delle azioni • Creazione di un sistema di raccolta dei dati • Sviluppo di una piattaforma digitale per i cittadini attivi per scoprire le iniziative di volontariato o di partecipazione collettiva attive • Sviluppo di un sistema di crowdsourcing per le iniziative di volontariato a carattere partecipativo, integrato nella piattaforma • Creazione di un Punto di Comunità o sfruttamento di uno spazio esistente • Collocazione di un operatore competente per l'orientamento del cittadino che vuole attivarsi • Creazione di un sistema standard di raccolta delle informazioni • Organizzazione di eventi a cadenza bimestrale per le organizzazioni per valutarne l'operato • Comunicazione diretta di iniziative di incontro e scambio nel Punto di Comunità o altrove nel quartiere assieme alle organizzazioni • Creazione di momenti di socialità e condivisione fra cittadini • Creazione di opportunità per la co-pianificazione di iniziative (laboratori) • Possibilità di integrare con contenuti propri le iniziative di volontariato sulla piattaforma a cui si è preso parte • Comunicazione delle occasioni d'incontro e degli aggiornamenti d'interesse per le organizzazioni mappate tramite newsletter • Comunicazione delle novità d'interesse per i cittadini e delle occasioni d'incontro tramite principali canali di comunicazione • Redazione annuale di un documento di bilancio delle attività di Welfare di Comunità • Redazione di un prodotto editoriale basato sui dati del bilancio e sulle testimonianze dei cittadini

Tab. 11 - Scenari di progetto

7.4 Il processo di mappatura

Per tutti e tre gli scenari riportati, è stata pensata una fase di mappatura di tipo “Mapping&Engaging” (letteralmente “mappare e coinvolgere”) ad evidenziare in tutti e tre i contesti l’importanza di mappare per ingaggiare nuove realtà, il significato che avrebbe per un quartiere dal ricchissimo tessuto associazionistico e attivista coinvolgere quante più realtà specchio delle diverse sfumature di questo territorio. In parallelo all’indagine urbanistica e socio-demografica, la ricerca di svolta per il Laboratorio di Sintesi Finale, si ricorda, ha compreso attività di rilevazione degli attori “creativi” attivi sul territorio. Sono questi soggetti – sia del privato sociale che di natura commerciale, informali e sotto forma di reti – che stanno orientando e accompagnando la trasformazione del quartiere di NoLo tramite pratiche, servizi, progetti e iniziative che, a vario titolo, mettono al centro il quartiere, mobilitano risorse e persone e producono valore per le comunità. La mappatura degli attori territoriali è un’opera di natura progressiva e va vista come un work in progress da integrare, ampliare e riaggiornare costantemente. Come riportato da svariati attori degli incontri digitali, ogni forma di mappa che si conosca in quartiere lascia il tempo che trova, diventa subito obsoleta e inutilizzabile.

Diverse sono le fonti da cui è possibile attingere una “conoscenza in movimento” del quartiere: la prima fonte è costituita dalle conoscenze personali degli attori che attivano il processo di mappatura (qui chiamati membri dell’*ente coordinatore*), certamente favorite dal clima di socialità del Social District (deducibile dalle stesse dinamiche di contatto degli attori dei focus group); la seconda fonte è un’eventuale mailing list della rete, sicché si sta ipotizzando che sia Comin o un ente affine a prendersi la responsabilità di questo processo (come ente coordinatore), il quale già vanta una rete di lavoro; la terza fonte è costituita dall’insieme dei materiali documentali che gli attori stessi hanno prodotto relativamente ai progetti conclusi o in corso, come per esempio piani di progetto, programmi, reportistica, testi divulgativi; la quarta e ultima fonte è composta dagli albi pubblici delle associazioni e nello specifico quelli messi a disposizione dal Municipio 2 e/o dal Municipio 3. Per quanto riguarda l’aggiornamento costante, due sono i punti da valutare: l’aggiornamento della lista delle realtà parte della rete e quello delle attività attivate dai vari enti. Il primo può avvenire in maniera diretta (l’ente coordinatore viene a conoscenza di un nuovo ente e lo contatta) così come in maniera indiretta (nasce una nuova realtà senza che l’ente lo sappia, il suo coinvolgimento autonomo può essere motivato da una buona comunicazione regolare dell’iniziativa sui principali canali di comunicazione del quartiere e dal reindirizzamento ad un modulo digitale standard da compilare e inviare). Per ciò che concerne il secondo punto, può essere previsto da un Patto di Collaborazione l’obbligo di segnalazione all’ente coordinatore, come elemento fondamentale della buona riuscita del progetto: può essere poi motivato intrinsecamente dalla costruzione di un ambiente di relazioni forte (supportato dall’organizzazione di momenti d’incontro), dalla creazione di un social network che sappia dare il giusto spazio e peso ai diversi gruppi attivi nella rete e alle novità della loro offerta, e infine dalla redazione annuale di un prodotto sia editoriale sia digitale che riporti i numeri del Welfare di Comunità.

Capitolo 8 - Gli Artefatti di Comunicazione

In primo luogo, un obiettivo di comunicazione riguarda la scelta dei giusti mezzi di diffusione (il giusto *Communication Mix*). La ricezione e la percezione dei messaggi vengono di fatto influenzate su più livelli dalla selezione degli strumenti attraverso i quali verranno veicolati.

Anche la scelta di utilizzare un mezzo offline o online per veicolare i messaggi può determinare, dal punto di vista della comunicazione, una diversa interpretazione del messaggio stesso.

Gli artefatti che si esploreranno in questo paragrafo servono a comunicare l'impegno delle realtà di quartiere. Sono elaborati in base alle teorie della partecipazione viste in precedenza e a quelle scaturite dalle riflessioni personali e degli attori interpellati durante il processo di ricerca sul campo. L'artefatto è, da definizione, un prodotto del lavoro umano, il risultato materiale della progettazione, tutto ciò che è stato progettato e fabbricato successivamente a una fase di analisi.

È il risultato materiale del processo di design. Una volta che l'artefatto ha acquisito una sua propria vita, costituisce un elemento indipendente al quale occorre applicare giudizi non specificamente relazionati al processo che lo ha costituito. L'uso, il significato, i valori estetici e culturali possono essere considerati in accordo con la sua reale e attiva presenza nell'attualità.

Nel contesto di questo lavoro, che vuole porsi come lavoro metaprogettuale di supporto a un'azione postuma di definizione e progettazione definitiva comprensiva di tutte le voci necessarie, possiamo classificare gli artefatti che verranno a breve illustrati come rappresentazioni del processo del design di un artefatto piuttosto che come artefatti autodeterminanti.

Fondamentale è da tenere in considerazione, nella progettazione degli artefatti per questa ricerca, la logica dell'incontro e della relazione, poiché è emerso dai focus group del quarto capitolo che in questo contesto, per questa comunità, più che mai sono forti e centrali i valori dell'incontro, dello scambio e della relazione diretta. Forte è il senso d'identità, di comunità, di famiglia, per questo motivo anche a livello progettuale, i sistemi di artefatti e di comunicazione non possono prescindere da una dimensione offline aggregativa e informale, orientata alla costruzione di relazioni di amicizia e di una rete di lavoro affiatata anche al di fuori del rapporto professionale. Sono sviluppati in base alla funzione comunicativa e alla soddisfazione di determinati bisogni.

Gli obiettivi devono essere molto dettagliati e non riferirsi a qualcosa di generico. Deve essere chiaro cosa vogliamo fare, come vogliamo farlo, entro quando vogliamo portarli a termine, chi vogliamo coinvolgere e perché dobbiamo raggiungerli. Nell'ottica di un sistema, le funzioni da considerare nella definizione di questi elementi del progetto, quindi le funzionalità che questi devono assolvere per rispondere pienamente ad ogni tipo di bisogno che può emergere dalle diverse fasi di cui si costituisce un'esperienza di fruizione, sono molteplici e sono: la sensibilizzazione, l'approfondimento delle informazioni, il coinvolgimento e l'aggiornamento.

Gli artefatti di sensibilizzazione sono necessari poiché in una strategia di comunicazione il primo

step da effettuare è risvegliare la coscienza del target in merito alla presenza di criticità nel proprio contesto di esperienza, che hanno attratto l'attenzione di uno o più progettisti e stabilito la necessità di un intervento; dunque, le intenzioni progettuali scaturite dall'urgenza sociale di contrastare i bisogni che egli condivide all'interno di un gruppo. Gli artefatti di approfondimento, come semplicemente suggerisce il nome, sono quelli che hanno il ruolo di esplorare la tematica avanzata dagli artefatti di sensibilizzazione, fornendo gli strumenti necessari per la comprensione. Gli artefatti di coinvolgimento sono quelli che hanno il compito di far toccare con mano l'esperienza progettuale, quindi i benefici della soluzione e l'efficacia rispetto alle criticità. Gli artefatti di aggiornamento, infine, quelli che consentono al destinatario di sentirsi sempre incluso nel discorso e di prolungare l'esperienza nel tempo.

Il *monitoring* deve essere alla base della strategia di comunicazione: è partendo dai risultati monitorati in tempo reale che si possono modificare le strategie adottate, prevenire gli errori e ottimizzare quanto si sta realizzando, ma anche comunicare quadri della situazione sempre aggiornati; un'attività indispensabile perché un progetto che non ascolta i suoi destinatari è fine a se stesso, non genera valore e ha vita breve.

Si vedranno di seguito descritti gli artefatti ipotizzati non per come siano stati pensati nel complesso, ma in rapporto alle *features* ragionate per rispondere ad ogni esigenza.

8.1 Artefatti di Comunicazione dello Scenario n.1

In questo paragrafo si illustreranno le ipotesi di artefatti pensate per lo Scenario 1, presentato nella sezione precedente. Verranno descritti nella maniera più approfondita possibile, in ragione di tutti e quattro i punti precedentemente elencati.

8.1.1 Gli Artefatti di Sensibilizzazione dello Scenario n.1

• Questionario per le organizzazioni

Consente un primissimo approccio con le organizzazioni che si vogliono coinvolgere nella mappatura, da quelle già organizzate in reti più o meno formali, a quelle della Social Street, a quelle presenti negli Albi Comunali (si veda il processo di mappatura di Brescia Città del Noi, *paragr. 5.1*). È finalizzato al reperimento di tutte le informazioni necessarie per la mappatura dei singoli servizi (nome organizzazione, forma giuridica, categoria servizio, servizio, destinatari, indirizzo, cap, email contatto). Oltre a queste voci, si potrebbe richiedere di specificare quali risorse vanta l'organizzazione da poter mettere a disposizione della rete per avviare attività di collaborazione.

È allo stesso tempo artefatto di coinvolgimento, poiché costituisce una prima *call to action* per la costruzione collaborativa della mappatura, ma deve essere accompagnato da un racconto del progetto, degli obiettivi e del modo con cui ogni ente può portare valore alla comunità, orientato a una sensibilizzazione all'importanza di essere e fare rete. Deve raccontare l'importanza della mappatura, della costruzione di una rete di relazioni e della collaborazione come metodo per porsi obiettivi più grandi e raggiungere risultati più efficaci per il bene della comunità. Perché funzioni deve far presente che sarà fissata una prima occasione di incontro e di relazione per portare il discorso da subito ad una dimensione più calda di coinvolgimento. Il lavoro di mappatura, quindi quello di invio dei questionari, deve essere svolto da una figura facente capo ad un ente (*ente coordinatore*) avente autorità e riconosciuto nel territorio, noto per altri progetti di matrice sociale, possibilmente già in possesso di un primo livello di contatti delle organizzazioni no-profit attive nel quartiere. Deve essere disponibile un sistema di invio dei dati per la mappatura anche in un secondo momento, quindi è necessario creare un altro canale dove rendere sempre disponibile la compilazione e l'invio del form.

- *Evento di lancio della piattaforma e del servizio di orientamento*

Da tenere in un Punto di Comunità, aperto a organizzazioni, gruppi informali e cittadini. Ha l'obiettivo di favorire l'incontro e la conoscenza reciproca, di far respirare alla comunità intera l'atmosfera di socialità e scambio che l'iniziativa vuole promuovere. Potrebbe prevedere una presentazione a video del progetto, tenuta dal coordinatore; la promozione del servizio di orientamento, indicando l'ubicazione dei Punti di Comunità attivi sul territorio, per i casi in cui si ha bisogno di una piccola consulenza perché non si ha chiaro quale servizio è più adatto alle proprie esigenze, perché non si è troppo avvezzi all'uso dei mezzi digitali o perché semplicemente si preferisce rapportarsi con una persona; il download dell'app e la registrazione guidati; la navigazione proiettata a video della piattaforma nelle sue sezioni e l'illustrazione delle sue *features* per l'uso autonomo. Le condizioni per permettere lo svolgimento dell'evento riguardano l'ampiezza del luogo in ragione della possibilità di ospitare grandi numeri di persone e il coinvolgimento attivo per il download e la navigazione guidati. La presentazione deve essere breve e seguita da una social dinner o da un altro tipo di iniziativa informale di condivisione orientata alla sensibilizzazione dei gruppi della cittadinanza nonché ad una prima costruzione di relazioni.

- *Prodotto editoriale del bilancio del Welfare di Comunità nel quartiere*

Redatto da un team di comunicazione, a cadenza annuale. Unisce i numeri del *documento del bilancio annuale del Welfare di Comunità* – raccolti dal team di monitoraggio e derivanti dall'uso della piattaforma, dai dati registrati dagli operatori negli helpdesk durante le interazioni con i cittadini, dai resoconti inviati regolarmente dai singoli enti mappati – ad alcune testimonianze degli

attori del servizio e dei destinatari, racconti di storie personali prove di una effettiva generazione di valore. Riporta dunque i contenuti delle interviste svolte durante l'anno e organizzate con la rete in occasione di alcuni incontri, previa post-produzione di immagini e trascrizione dei testi. Ad essi unisce una selezione dei contenuti condivisi dagli utenti della piattaforma sulla piattaforma stessa, attuata da almeno un soggetto parte del team di coordinamento. Prevista una versione stampata oltre ad una digitale, in accordo con la necessità, comunicata da alcune realtà del quartiere durante i focus group, di non escludere quei pubblici cittadini che prediligono il più tradizionale mezzo stampato. La versione digitale si presta a una distribuzione telematica allargata così come ad una pubblicazione online che consente la consultazione e il download dell'artefatto autonomi e in qualunque momento, supportati da una comunicazione digitale multicanale. Tra i punti trattati nell'elaborato vi sarebbero i servizi e le iniziative avviate nell'anno, i volontari che hanno aderito (numero, età, nazionalità, etc.), le persone raggiunte, gli obiettivi conseguiti, il valore dell'impegno della comunità per la comunità, le testimonianze dei fruitori dei servizi e quelle delle realtà sociali, le prospettive e gli obiettivi futuri e infine le indicazioni sui luoghi di orientamento e attivazione. Si tratta in primo luogo di un artefatto di sensibilizzazione, perché approfondisce il lavoro svolto e la situazione creata, andando a costituire una fotografia del quartiere a distanza di un anno, ma ha l'intento primario di raggiungere e sensibilizzare le categorie non servite. Perché funzioni, la redazione deve essere a cura di almeno un individuo che abbia competenze in fatto di *data visualization* e di impaginazione. Il team di monitoraggio deve farsi carico di un lavoro regolare di raccolta dei dati (dalla piattaforma, dagli sportelli, dalle realtà sociali del quartiere). La versione stampata non può essere distribuita all'intero quartiere per questioni economiche e organizzative, quindi deve essere distribuita durante un'occasione di incontro ai partecipanti ed essere disponibile in qualche copia nei Punti di Comunità.

8.1.2 Gli Artefatti di Approfondimento dello Scenario n.1

• Incontro di approfondimento per le organizzazioni

Pensato per l'ente coordinatore per incontrare le organizzazioni che hanno risposto al questionario, per motivare la risposta dello stesso, mostrando da subito un approccio caldo e un impegno reale. In particolare, durante l'incontro si illustra l'accesso alla piattaforma (tramite specifiche credenziali), l'aggiornamento e la responsabilità a livello individuale (comunicare al coordinatore eventuali modifiche da apportare al database), le opportunità del mezzo e della rete e gli obiettivi, l'uso del luogo per gli incontri, il lavoro di monitoraggio svolto dal relativo team e quello individuale richiesto per le confrontazioni future (basato sulla Riforma del Terzo Settore). Perché funzioni serve avere una prima autorizzazione all'uso di un Punto di Comunità che sia ampio abbastanza da poter ospitare un elevato numero di partecipanti; avere pronta una lista di contatti degli enti a cui spedire il questionario; fornire un sistema di segnalazione delle presenze tramite email di invito.

- *Mappa interattiva per fruizione autonoma (Piattaforma digitale)*

Basata su un database accessibile, aggiornato e unificato su enti e servizi esistenti. Consente la localizzazione e l'esplorazione dei servizi di Welfare di Comunità nel quartiere per mezzo di un filtro che riporti tra le voci la tipologia di bisogno per il quale si sta cercando un servizio, connessa con la tipologia di destinatario. Inoltre si potrebbe proporre una ricerca per keywords, organizzati in una lista, per categoria di servizio ed eventualmente una voce che estenda la ricerca alle immediate vicinanze. Come elementi della mappa possono essere pensati *pin* che al clic rivelano le seguenti informazioni in un piccolo box (come accade in Google My Maps): la descrizione del servizio (destinatari e requisiti di accesso), l'ente erogatore, il contatto email dell'ente in forma di ipertesto, una galleria corredata dalle recensioni dei fruitori. Si potrebbe pensare alla piattaforma come a uno dei mezzi per reperire informazioni sulla fruizione cittadina dei servizi. Per fare sì che funzioni, deve essere pensata l'integrazione di un sistema di monitoraggio interno (enti contattati, servizi richiesti, voci selezionate per la ricerca, tipo di destinatario che ha richiesto il servizio) visibile al solo team di monitoraggio. Deve essere sviluppata in un formato app/mobile se si vuole massimizzare la fruizione da parte del cittadino. Si rende necessario un soggetto addetto allo sviluppo informatico della piattaforma e al suo mantenimento, quindi una valutazione dei costi di sviluppo e gestione. Dev'essere proposta una versione inglese, il che di conseguenza implica un lavoro di traduzione. L'aggiornamento individuale delle organizzazioni nei confronti del team di coordinamento circa i nuovi servizi e quelli non più attivi deve essere incentivato da motivazioni intrinseche e da una adeguata comunicazione del valore della mappatura, mentre l'invio di dati destinati al monitoraggio deve essere stabilito da un Patto di Collaborazione. Il team di coordinamento deve aver cura di aggiornare il database in seguito alle comunicazioni da parte delle organizzazioni o dell'Amministrazione di servizi nuovi o che cessano la propria attività.

- *Rete di helpdesk*

Da modo agli abitanti del quartiere di scoprire i servizi attivi all'interno di esso in maniera diretta e quanto più facilitata e di orientarsi nella ricerca di quelli più appropriati a rispondere alle proprie esigenze, grazie alla consulenza e alla guida di un operatore competente. Vi si può fare richiesta di attivazione (guidata) del servizio corrispondente alle esigenze individuate o essere rinviati all'indirizzo dell'organizzazione erogante. A seguito dell'operazione, al cittadino deve essere richiesto un feedback dell'esperienza, per sapere se è stata trovata risposta a tutti i suoi dubbi iniziali, se è interessato a ricevere comunicazioni riguardo lo stesso servizio d'interesse o altri servizi dello stesso ambito. Deve essere tenuta traccia dell'interazione: la categoria della persona richiedente il servizio, la tipologia di servizio richiesto, il contatto personale, risultati e feedback dell'interazione. Per funzionare, le location devono avere ubicazione distribuita e strategica sul territorio e accesso facilitato (sul modello *No-Wrong-Door*¹⁷⁸) per evitare quelle situazioni di disorientamento e

¹⁷⁸ La politica del No-Wrong-Door prevede la configurazione di uno spazio pubblico orientata all'accoglienza; prevede un accesso non impegnativo, incoraggiante, rassicurante, che comunichi non verbalmente "è il posto giusto, sei il benvenuto".

scoraggiamento che si manifestano quando si fa il proprio ingresso in un luogo a cui non si è mai acceduto prima, specialmente se lo si fa per motivazioni di disagio personale. Il luogo deve quindi, sin dall'ingresso, apparire aperto, accogliente, invitante, deve comunicare "Sei nel posto giusto". Trattandosi di un luogo di fruizione irregolare che tuttavia deve porsi a disposizione del cittadino, la location deve essere aperta e attiva il più possibile, idealmente per la durata dell'intera giornata lavorativa e a regime quotidiano. In caso di insostenibilità, è bene pensare il luogo come spazio multifunzionale a disposizione di diversi gruppi, atto a ospitare diverse attività, dove gli operatori possono svolgere ulteriori mansioni fra un'interazione e un'altra; tuttavia è bene che la funzione dello spazio resti il più possibile coerente con l'ambito sociale. L'ente gestore o ospitante devono avere legittimità e autorità riconosciute. Lo staff deve essere competente e aggiornato, capace di un approccio empatico e amicale, di comprendere bisogni e difficoltà di altri individui, di usare linguaggi semplici e possibilmente la lingua inglese. Deve essere provvisto di strumenti digitali, connessione alla rete e database dei servizi. In caso di un ente ospitante già addetto all'orientamento ai servizi, quindi già in possesso di un proprio database, deve essere possibile integrare il nuovo database della mappatura a quello esistente oppure fornire un ulteriore dispositivo digitale per la consultazione della piattaforma (tablet o computer). L'operatore deve ricevere una formazione per poter svolgere al meglio il proprio compito, soprattutto se volontario, nel qual caso si rende necessario un piano di formazione.

• *Report del bilancio del Welfare di Comunità del quartiere*

Documento digitale redatto annualmente dal team di monitoraggio, destinato alle realtà collaboranti della rete e aperto alla consultazione dell'Amministrazione locale e delle istituzioni interessate. Contiene i numeri dell'impegno sociale, raccolti dal team stesso a partire da quelli derivanti dall'uso della piattaforma, dai dati registrati dagli operatori degli helpdesk durante le interazioni con i cittadini, dai resoconti inviati regolarmente dai singoli enti mappati. Farà da base alla redazione del prodotto editoriale da distribuire ai cittadini durante un'occasione di incontro.

Documento di archiviazione, da inviare eventualmente all'Amministrazione locale e agli enti finanziatori del progetto come testimonianza e dimostrazione in cifre dell'efficacia di esso e del sistema di Welfare di Comunità del quartiere. Vi si illustrano: i servizi e le iniziative avviate; i volontari (numero, età, nazionalità, etc.) che hanno aderito; le persone raggiunte; gli obiettivi raggiunti; le prospettive e le opportunità future. Per funzionare, la redazione deve essere a cura di almeno un individuo che abbia competenze in fatto di data visualization e di impaginazione.

Il team di monitoraggio deve farsi carico di un lavoro regolare di raccolta dei dati (dati piattaforma, dati sportelli, dati realtà sociali del quartiere). Tali dati devono fare riferimento a indicatori specifici elaborati sulla base di misurazioni quantitative e qualitative (si veda il caso studio della Rete delle Case del Quartiere APS, *paragr. 5.4*)

- *Sezione dedicata al progetto su sito web dell'ente coordinatore*

Approfondisce il progetto per chi desidera averne maggiori informazioni in ogni momento dell'esperienza e illustra l'iter di registrazione (mappatura) per quei gruppi che non sono stati contattati in maniera diretta tramite questionario ma sono stati raggiunti per altre vie (Facebook, Instagram,...) e vogliono unirsi al progetto. Visualizza i seguenti contenuti: una breve *introduzione testuale*; un *video animato* che illustra il progetto, gli obiettivi per cui è stato pensato, il target a cui è rivolto, in cosa consiste il servizio e i luoghi di erogazione, cosa vuol dire diventare partner della rete, le opportunità del mezzo in termini lavoro di rete e di contributo concreto alla comunità e il valore che può portare alla collettività intera; una *sequenza illustrata delle fasi di registrazione step by step*, che spiega come si compila il *form* del questionario in tutte le sue voci, come verranno utilizzati e visualizzati i dati inseriti (pin all'interno di una mappa del quartiere, pop-up esplicativo del servizio), indicando infine che la mappa sarà fruibile sia dalle associazioni per ottimizzare il lavoro di rete, sia dai cittadini per orientarsi fra i servizi attivi nel quartiere e trovare quelli più adatti alle proprie esigenze; il *form* del questionario, da compilare e inviare al team di coordinamento; il *link agli store di app per il download dell'applicazione*. Si suggerisce l'aggiunta, ogni 4 mesi, di *due video-testimonianze*: la prima fornita da un cittadino e l'altra da una realtà del quartiere, entrambi selezionati quali attori o fruitori del progetto. Si costituiscono di montaggi video e grafica animata per mostrare le informazioni essenziali.

La sezione ospita annualmente e rende disponibile per il download il *file digitale del prodotto editoriale*, elaborato da un team grafico, realizzato a partire dal documento di Bilancio dell'attività di Welfare di Comunità del quartiere, dai contenuti delle interviste e da una selezione di contenuti condivisi dagli utenti sulla piattaforma. Perché funzioni deve quindi appoggiarsi al sito dell'ente coordinatore, un ente pre-esistente e avente autorità, già attivo nell'ambito del sociale e nello sviluppo di progetti di Welfare.

8.1.3 *Gli Artefatti di Coinvolgimento dello Scenario n.1*

- *Galleria dei contenuti degli utenti (Piattaforma digitale)*

Feature che consente al cittadino di integrare l'informazione visualizzata sulla piattaforma riguardo un determinato servizio con contenuti e testimonianze proprie, forniti in qualità di fruitore di tale servizio in prima persona. Possibilità di condividere commenti, fotografie, video (sul modello Tripadvisor) sulla propria esperienza a partire dal box informativo del singolo servizio, contenuti che una volta caricati vanno inoltre a caratterizzare un'unica gallery delle esperienze cittadine con i servizi locali.

Perché venga favorito lo *user generated content*, è necessario creare un sistema automatico di generazione ed invio di due email al cittadino che ha fatto prima richiesta e poi uso di un servizio

fra quelli mappati – che ha lasciato un proprio contatto e consenso per le comunicazioni – che inviti quest'ultimo a condividere la propria esperienza, premettendo che la condivisione della testimonianza del singolo aiuta l'orientamento degli altri e quindi contribuisce allo sviluppo del benessere della comunità: aiuta infatti a intercettare le criticità su cui lavorare, motiva la fruizione dei servizi da parte dei più scettici, contribuisce alla creazione di un ambiente basato su dinamiche di scambio di valori, mette al centro le persone. C'è quindi bisogno di un soggetto addetto alla selezione regolare dei contenuti per una ricondivisione sui canali di comunicazione.

- *Interviste ai cittadini*

Interviste a coloro che hanno fruito dei servizi della rete e/o del servizio di helpdesk e hanno trovato soddisfazione ai propri bisogni a Km0, riportanti le testimonianze delle relative esperienze personali. Si tratta di interviste registrate in alta qualità di un numero selezionato di cittadini, coloro che hanno riportato sulla piattaforma le storie più significative legate all'utilizzo dei servizi di Welfare di Comunità messi loro a disposizione. In particolare i contenuti devono riguardare: la narrazione del problema iniziale, del modo in cui hanno sentito parlare del servizio, dell'eventuale interazione con l'operatore di un helpdesk e quindi dell'orientamento al servizio più opportuno; l'esperienza del servizio per come l'ente lo ha fornito; il personale vantaggio di aver potuto rispondere ai propri bisogni senza uscire dal quartiere o senza allontanarsi troppo; il valore di fruire di un servizio messo in gioco dalla comunità per la comunità stessa. I prodotti video finali si prestano alla pubblicazione sui *canali social (account Instagram)*, sulla sezione nel *sito dell'ente coordinatore* e sul *prodotto editoriale* annuale. Perché sia possibile, un soggetto del team di coordinamento deve seguire i contenuti postati dagli utenti e selezionare un paio di storie ogni 4 mesi (le più significative, dettagliate, raccontate da persone di diversa età / etnia / estrazione sociale, ...), contattare gli utenti in questione e chiedere di poter tenere tale intervista con l'intento di condividerla successivamente sui principali canali di comunicazione. Il team di coordinamento deve richiedere la collaborazione di una figura abile nel videomaking e nel montaggio video.

- *Interviste alle realtà sociali del quartiere*

Interviste a coloro che hanno trovato valore nel coinvolgimento nella mappatura, che si sono realizzate come parte attiva della comunità in quanto realtà minori nel panorama delle azioni di Welfare. Da condividere sul *sito dell'ente coordinatore* del progetto e sul *prodotto editoriale* di sensibilizzazione. Per realizzarle serve organizzare incontri a cadenza regolare (bimestrali) di ritrovo e confronto sull'impatto del progetto di costituzione di una rete, in occasione dei quali fare il punto sui risultati e sul valore generato dalla piattaforma e dal servizio di orientamento. Concordare in quell'occasione le realtà (una o due) che possono prestarsi per l'intervista. Il team di coordinamento deve richiedere la collaborazione di una figura abile nel videomaking e nel montaggio video.

- *Punto di Comunità*

Da modo agli enti di sviluppare il lavoro di rete e di creare occasioni d'incontro con la comunità. Deve avere posizionamento strategico e facilità d'accesso, essere gestito da un ente le cui legittimità e autorità sono riconosciute e trattandosi di un luogo di fruizione irregolare e che deve rimanere a disposizione delle organizzazioni per il lavoro autonomo, deve costituirsi come ambiente polifunzionale, quotidianamente attivo anche in altre attività e dotato di personale disponibile a ricevere i gruppi. Può ad esempio comprendere un helpdesk dei servizi sociali del quartiere, costituito da un operatore a postazione fissa che oltre ad assistere i cittadini, gestisce gli ingressi nello spazio dedicato alle organizzazioni. Deve essere fornito degli strumenti utili alle organizzazioni per svolgere il proprio lavoro (tavoli, connessione internet, dispositivi digitali) e la dimensione deve rendere possibile l'alternanza di riunioni a momenti di socialità in condivisione con la comunità.

- *Focus group per le organizzazioni (Punto di Comunità)*

Incontri a cadenza regolare (bimestrali), da tenere all'interno di un Punto di Comunità, di ritrovo delle organizzazioni per un confronto sull'impatto del progetto avviato grazie alla mappatura, in occasione dei quali fare il punto sui risultati e sul valore generato dalla piattaforma e dal servizio di orientamento e concordare le realtà (una o due) che possono prestarsi per un'intervista da pubblicare sui canali di comunicazione. Per l'organizzazione dei focus group bisogna aver prima creato a una mailing list dei contatti delle organizzazioni per l'invio delle comunicazioni riguardo tali incontri. È necessario richiedere alle organizzazioni un monitoraggio del proprio lavoro.

- *Eventi a cadenza quadrimestrale (Punto di Comunità)*

Eventi aperti all'intera cittadinanza, per rafforzare la coesione interna favorendo la condivisione, per coinvolgere nuovi partner, illustrare i nuovi risultati raggiunti nell'arco dei quattro mesi di attività. Presentazioni e momenti di convivialità e scambio. Distribuzione annuale (ogni terzo evento dell'anno) di una copia cartacea del prodotto editoriale. Deve ospitare le figure che hanno creato i nuovi progetti-servizi e dare loro spazio per una presentazione degli stessi; il Punto di Comunità deve essere un luogo spazioso e dotato di una cucina nel caso si vogliano proporre delle *social dinner*, ottime per creare affiatamento tra i gruppi. Invitare i partecipanti a contribuire ognuno all'evento, condividendo spazi (può diventare un format itinerante), pietanze o altro tipo di risorsa. L'evento itinerante si rende sempre nuovo e può rafforzare il concetto di rete di condivisione.

8.1.4 Gli Artefatti di Aggiornamento dello Scenario n.1

- *Newsletter tematiche per i cittadini*

Invio regolare (bisettimanale) di novità riguardanti i servizi delle categorie d'interesse, in linea coi bisogni espressi, per coloro che interagiscono con un operatore all'interno degli helpdesk e sono interessati a ricevere comunicazioni in merito alle novità riguardanti un determinato ambito di servizi. Invio di due richieste di feedback, una successiva all'incontro e una in futuro, sull'esperienza fatta del servizio, da lasciare sulla piattaforma digitale (ad integrare poi la galleria dei contenuti degli utenti). Deve essere redatta una versione in lingua inglese da inviare a chi la richiede in fase di registrazione del contatto; deve essere richiesto un contatto ad ogni interazione presso l'helpdesk e un consenso all'invio delle comunicazioni; devono essere richiesti gli ambiti d'interesse per la ricezione degli aggiornamenti; deve essere possibile richiedere di ricevere tali newsletter anche dalla piattaforma, dando la possibilità di scegliere fra diverse opzioni: un servizio nello specifico, un ambito nello specifico, più ambiti, tutti gli ambiti.

- *Newsletter per le organizzazioni*

Comunicazioni via email per aggiornamenti di interesse collettivo e riguardanti i *focus group* e gli *eventi con la comunità*. Per i *focus group*, invio di inviti alla partecipazione agli incontri a porte chiuse, a cadenza bimestrale e organizzati e moderati dal coordinatore del progetto per discutere l'operato della rete e del servizio di orientamento, i benefici apportati alle organizzazioni e ai cittadini, le criticità constatate e gli altri fattori da considerare.

Per gli *eventi con la comunità*, invio di inviti alla partecipazione agli eventi di aggregazione con i cittadini presso il Punto di Comunità, a cadenza quadrimestrale, che specificano data, location, temi trattati, eventuali beni da mettere in condivisione con la comunità. I contatti devono essere reperiti mediante i questionari e organizzati all'interno di una unica mailing list.

- *Account Instagram*

Account pensato per la comunicazione aggiornata circa le attività degli helpdesk, le iniziative organizzate e aperte alla partecipazione collettiva, i nuovi servizi nati grazie alla natura collaborativa del progetto, etc. Volontà di comunicare il progetto di Welfare e di svelare il potenziale del quartiere che forse non era ancora riuscito ad emergere, attraverso le testimonianze delle esperienze personali delle persone che ad esse hanno fatto affidamento e delle realtà della rete che grazie al progetto riescono ad avvicinarsi maggiormente ai cittadini. In particolare: il *servizio di orientamento*; *l'impegno del quartiere*; le *testimonianze dei destinatari del progetto*; gli *eventi di aggregazione con la comunità*.

8.2 Artefatti di Comunicazione dello Scenario n.2

Allo stesso modo che del precedente, questo paragrafo illustrerà le ipotesi di artefatti che in accordo con la ricerca sono risultati più plausibili per lo Scenario 2, presentato nel Capitolo 7.

Verranno descritti nella maniera più approfondita possibile, in ragione di tutti e quattro i punti precedentemente elencati nonché nei contenuti e negli obiettivi.

8.2.1 Gli Artefatti di Sensibilizzazione dello Scenario n.2

• *Questionario*

Consente un primissimo approccio con le organizzazioni che si vogliono coinvolgere nella mappatura, in particolare si parte da quelle già presenti in reti più o meno formali, dalle associazioni conosciute e quelle presenti negli Albi comunali (si veda il processo di mappatura di Brescia Città del Noi, *paragr. 5.1*). È finalizzato al reperimento di tutte le informazioni su tali enti necessarie per la creazione di un database (si veda ancora il *paragr. 5.1* più le risorse messe a disposizione della rete e alcune parole chiave riferite ai servizi). È allo stesso tempo artefatto di coinvolgimento, poiché costituisce una prima *call to action* per la costruzione collaborativa della mappatura, ma deve essere accompagnato da un racconto del progetto, degli obiettivi e del modo con cui ogni ente può portare valore alla comunità, orientato quindi alla sensibilizzazione all'importanza di fare rete.

Deve raccontare l'importanza della mappatura, della costruzione di una rete di relazioni e della collaborazione come metodo per porsi obiettivi più grandi e raggiungere risultati più efficaci per il bene della comunità. Deve comunicare che ci sarà un evento aperto a tutti per riunire la comunità, conoscersi e approfondire il progetto in maniera diretta. Deve far quindi subito presente che sarà fissata una prima occasione d'incontro per portare il discorso immediatamente a una dimensione più calda di coinvolgimento. Il lavoro di invio dei questionari deve essere svolto da un team facente capo ad un ente coordinatore avente autorità e riconosciuto nel territorio, noto per altri progetti di matrice sociale, possibilmente già in possesso di un primo livello di contatti delle organizzazioni no-profit attive nel quartiere e quelle del pubblico e del privato sociale. Deve essere disponibile un sistema di invio dei dati per la mappatura anche in un secondo momento, quindi è necessario creare un altro canale dove rendere sempre possibile la compilazione e l'invio del form.

• *Evento di lancio della piattaforma*

Da tenere in un Punto di Comunità, consente di presentare il progetto alla comunità intera (aperto a organizzazioni formali, Partner di Comunità e cittadini). Vi si tiene una presentazione a video del progetto, tenuta dallo stesso coordinatore; sarà guidata una procedura di download dell'app e di

registrazione individuale; saranno illustrate la navigazione della piattaforma, le sezioni e le *features*. Viene distribuito materiale informativo, *badges*, adesivi e segnaletica, da apporre all'ingresso o allo sportello della sede di ciascun ente partecipante all'iniziativa. Segue un rinfresco e un momento di socialità. Perché funzioni deve avere luogo in uno spazio ampio per poter ospitare grandi numeri di persone, il coinvolgimento deve essere attivo, la presentazione breve e seguita da una *social dinner* o altro tipo di iniziativa informale di condivisione che permetta di far respirare alla comunità l'atmosfera di socialità e scambio che l'iniziativa vuole promuovere (sensibilizzazione dei gruppi della Social Street e dei cittadini) nonché di favorire una prima costruzione di relazioni.

- *Badges / adesivi / segnaletica*

Da apporre all'ingresso o agli sportelli delle sedi delle organizzazioni per segnalare alla comunità che quel luogo aderisce alla rete di Welfare del quartiere. Distribuiti all'evento di lancio della piattaforma. Devono poter essere reperibili anche successivamente in altro modo da coloro che vogliono unirsi alla rete in un secondo momento (es. gruppi della Social Street), deve essere possibile farne richiesta in via privata all'ente coordinatore oppure trovarli nel Punto di Comunità.

8.2.2 *Gli Artefatti di Approfondimento dello Scenario n.2*

- *Incontro di approfondimento*

Per incontrare le organizzazioni che hanno risposto al questionario, motivare la risposta dello stesso se non lo si è già fatto, fornire da subito una prima occasione di approfondimento del progetto.

Vi si illustra: l'accesso alla piattaforma (credenziali); l'aggiornamento e la responsabilità a livello individuale, comunicando i nuovi servizi al team di coordinamento perché siano aggiunti al database; le opportunità del mezzo e della rete e gli obiettivi di ciascuno; l'uso del luogo per gli incontri; il lavoro di monitoraggio svolto dal team addetto e quello individuale richiesto per le confronti future (basato sulle nuove disposizioni della Riforma del Terzo Settore).

Si deve già possedere l'autorizzazione all'uso di un Punto di Comunità, ampio abbastanza da poter ospitare un elevato numero di partecipanti. Si deve comunicare l'incontro tramite posta elettronica, quindi avere pronta una lista di contatti, e fornire un sistema di segnalazione delle presenze digitale.

- *Mappa digitale (Piattaforma digitale)*

Basata su database accessibile, aggiornato e unificato su enti e servizi esistenti. Consente di esplorare il panorama dei servizi, conoscere gli enti attivi e le risorse messe a disposizione della collettività. Prevede un doppio sistema di accesso, per le organizzazioni e i cittadini. La sezione dedicata alle

organizzazioni possiede le seguenti funzionalità: navigazione libera di enti e servizi; ricerca servizi per keywords da lista visibile; ricerca servizi per categoria; ricerca servizi per destinatari; ricerca enti per risorse; contatto diretto degli enti mappati. La sezione dedicata al cittadino permette invece: navigazione libera di enti e servizi; ricerca servizi per keywords da lista visibile; ricerca servizi per categoria; ricerca servizi per destinatari; possibilità di contattare gli enti per richiedere i servizi d'interesse. Deve essere sviluppata in un formato app mobile se si vuole massimizzare la fruizione da parte del cittadino. Deve esserci un soggetto addetto allo sviluppo informatico della piattaforma e al suo aggiornamento, nonché prima di tutto un investimento per svilupparla e mantenerne i costi; Un team deve occuparsi dell'invio di comunicazioni tramite notifiche in app e newsletter, dell'evasione di qualsiasi richiesta di aggiornamento del database, della consultazione regolare dell'Amministrazione locale per supportare i progetti proposti dalla rete così come per tenere aggiornata la rete sulle novità dal Comune. L'aggiornamento individuale dei contenuti da parte delle realtà mappate deve essere incentivato da motivazioni intrinseche.

- *Sezione dedicata al progetto su sito web dell'ente coordinatore*

Approfondisce l'iter di registrazione per quei gruppi raggiunti tramite Social Street che vogliono unirsi al progetto come Partner di Comunità. Presenta un *video animato* (per i gruppi) che illustra il progetto e gli obiettivi per cui è stato pensato, a chi è rivolto, come si diventa Partner della rete, le opportunità del mezzo in termini lavoro di rete e di contributo concreto alla comunità, il valore che può portare al singolo ente partecipante (ad esempio la visibilità e la costruzione di nuovi legami) e il valore che ogni ente o gruppo partecipante può portare alla propria comunità.

Una *video intervista* (per i cittadini) al coordinatore che spiega il progetto, già introdotto dal video animato precedente, dal punto di vista di chi lo sta organizzando: si sofferma difatti sui benefit per gli abitanti e usa argomentazioni che possano motivare l'utilizzo da parte di questi, solleticando l'immaginario già forte della comunità unita e affiatata che si aiuta dall'interno con le proprie risorse. Vi è una *sequenza illustrata delle fasi di registrazione step by step* che indica come si compila il form in tutte le sue voci, come verranno utilizzati e visualizzati i dati inseriti, specificando che la mappa sarà fruibile sia dalle associazioni per ottimizzare il lavoro di rete, sia dai cittadini per orientarsi fra i servizi attivi nel quartiere. Infine il *form* da compilare e inviare al team di coordinamento e il *link agli store di app per il download dell'applicazione*.

Deve appoggiarsi al sito di un ente esistente e avente autorità, che già lavori nell'ambito del sociale e sviluppi progetti di welfare, dunque lo stesso team di coordinamento deve essere personale appartenente a un ente riconosciuto o una squadra messa su per l'occasione da tale ente.

- *Report del Bilancio del Welfare di Comunità*

Redazione annuale di un documento di Bilancio, da parte di un team di monitoraggio, delle attività

di Welfare di Comunità del quartiere, basato sugli insights della piattaforma, degli incontri e delle singole organizzazioni della rete. Si approfondiscono gli effetti degli interventi di Welfare di Comunità attivati durante il periodo. Affinché si possa redigere, si devono dotare le organizzazioni, qualora non lo avessero, di un sistema di raccolta di dati unificato. Il team deve farsi carico della raccolta dei dati più volte l'anno previa comunicazione agli enti del Terzo Settore.

8.2.3 Gli Artefatti di Coinvolgimento dello Scenario n.2

- *Sezione di crowdsourcing (Piattaforma digitale)*

Consente alle organizzazioni e ai piccoli gruppi di promuovere le proprie idee su nuovi servizi e di muovere in autonomia i primi passi verso la coprogettazione, presentando in una sezione apposita la proposta d'intervento collaborativo corredata da foto, video e schizzi esplicativi dell'idea e specificando le risorse in possesso e quelle necessarie alla messa in realizzazione concreta.

Affinché funzioni, deve esistere un sistema di notificazione automatica di tutti gli enti, filtrati qualora fossero indicate una o più categorie specifiche con cui si vuole collaborare. Tale filtro deve comprendere voci quali la categoria dell'ente, le competenze che deve avere, le risorse necessarie.

- *Calendario del Punto di Comunità (Piattaforma digitale)*

Consente la prenotazione autonoma dello spazio per le organizzazioni, fa sì che gli enti possano organizzare anche in autonomia il proprio lavoro per la rete, avviando iniziative di coprogettazione. Per funzionare, deve essere precedentemente richiesto ad ogni ente di specificare le risorse che si vogliono mettere a servizio della comunità, tramite il questionario; senza di esse la mappatura diventa inutile al lavoro di rete. Deve essere comunicato che tali risorse sono visualizzabili solo alle organizzazioni, si ha quindi una sorta di privacy rispetto ai cittadini che invece visualizzeranno solo i servizi. Il luogo ospitante deve essere un ambiente attivo quotidianamente, aperto tutto il giorno e disponibile ad accogliere i gruppi che vi si presentano, preferibilmente polifunzionale.

Il calendario deve essere condiviso con l'ente gestore del Punto di Comunità così che un operatore possa controllare le prenotazioni e gli ingressi.

- *Punto di Comunità*

Da modo agli enti di creare occasioni di incontro, conoscenza e scambio e di poter organizzare e sviluppare in autonomia il lavoro di rete: permette l'avvio di sessioni progettuali fra enti accordatisi privatamente e momenti di brainstorming. Deve avere posizionamento quanto più centrale nel quartiere; deve essere gestito da un ente le cui legittimità e autorità sono riconosciute; trattandosi di

un luogo di fruizione irregolare, che deve rimanere a disposizione delle organizzazioni per il lavoro autonomo, deve essere inserito in un ambiente polifunzionale che possa per altre ragioni essere quotidianamente attivo e dotato di personale disponibile a ricevere i gruppi. Può ad esempio comprendere un helpdesk dei servizi sociali del quartiere, costituito da un operatore a postazione fissa che, oltre ad assistere i cittadini, gestisca gli ingressi nello spazio dedicato alle organizzazioni. Deve essere fornito degli strumenti utili alle organizzazioni per svolgere il proprio lavoro (tavoli, connessione internet, dispositivi digitali,) e avere dimensioni che permettano l'alternanza di riunioni a momenti di socialità in condivisione con la comunità.

• *Focus group e sessioni di coprogettazione (Punto di Comunità)*

Organizzati a cadenza regolare (bimestrale) o qualora un'iniziativa nata col crowdsourcing sulla piattaforma fosse pronta per la discussione, sempre moderati da un coordinatore. Hanno luogo nel Punto di Comunità ma all'occorrenza possono essere ospitati dalle singole realtà del quartiere.

Coinvolgono gli enti della rete in una riflessione collettiva e partecipata sullo stato delle cose, nell'ideazione e nello sviluppo di nuovi servizi. Vi si discute l'efficacia di servizi e iniziative, si evidenziano le criticità individuate, le categorie di destinatari meno considerate nell'offerta dei servizi; vi si valutano i bisogni a cui il quartiere non sa ancora rispondere (se c'è stato un reindirizzamento a enti esterni, vi si può provvedere internamente? Si può coprodurre una soluzione locale con l'ente esterno?), si riflette su nuove opportunità, si coprogetta.

Perché questi incontri si svolgano correttamente, deve esistere un sistema di comunicazione degli stessi via newsletter, deve essere presente un coordinatore della rete nel ruolo di moderatore della conversazione, vi si deve convogliare il maggior numero di attori che desiderano prendere parte alle decisioni riguardanti il proprio quartiere, in particolare deve essere richiesto alle realtà della Social Street se desiderano parteciparvi (e quindi riceverne le comunicazioni) o se preferiscono lasciare il lavoro decisionale in mano agli enti più esperti del settore. Deve essere redatto un Patto di Collaborazione a chiarire questi punti. Ai partecipanti deve essere richiesta un'attività di rendicontazione del proprio operato che renda possibile la condivisione di criticità e altri insights durante le riunioni. Gli incontri devono rafforzare le capacità e le competenze delle organizzazioni e almeno un membro del team coordinatore deve avere competenze nel campo della progettazione dei servizi. Il coordinatore deve comunicare con l'Amministrazione locale per valutare la fattibilità delle idee discusse e la loro realizzazione.

• *Occasioni di ritrovo e social dinner (Punto di Comunità)*

Da organizzare con regolarità per creare momenti di socialità e affiatamento, rafforzare i legami fra organizzazioni e coinvolgere nuove realtà mediante un approccio informale e amicale. Permettono ai partecipanti di sentirsi parte di un gruppo unito, di sentirsi inclusi in una rete di lavoro allargata e

che ha a cuore, come valore, la relazione umana. Sono questi momenti che creano senso di comunità e motivano a livello intrinseco la continuazione del rapporto cooperativo. Il Punto di Comunità deve essere un luogo spazioso e dotato di una cucina nel caso si vogliano proporre delle *social dinner*. Invitare i partecipanti a contribuire ognuno all'evento, condividendo spazi, pietanze o altro tipo di risorsa per rafforzare il concetto di rete basata sulla condivisione.

8.2.4 Gli Artefatti di Aggiornamento dello Scenario n.2

- *Sistema di notifiche in tempo reale e Calendario degli eventi (Piattaforma digitale)*

Il sistema di notifiche in tempo reale consente di rimanere aggiornati su bandi, iniziative, eventi, richieste di collaborazione direttamente dalla piattaforma; il calendario degli eventi consente di tenere traccia di iniziative, incontri, eventi e scadenze d'interesse per gli attori della rete.

Il coordinatore deve dialogare con l'Amministrazione e le Istituzioni in qualità di portavoce della rete per poter comunicare in tempi ottimali le novità d'interesse per le organizzazioni locali.

Tutte le comunicazioni devono essere automaticamente inviate ai contatti di posta elettronica come newsletter per essere segnalate anche ad app chiusa. Ciò richiede un certo lavoro di aggiornamento da parte del team di coordinamento.

- *Newsletter*

È creata e inviata rispettivamente da un team grafico e dal team di coordinamento; permette ai gruppi della rete (contatti registrati in una mailing list) di rimanere aggiornati sulle novità d'interesse mediante l'invio di comunicazioni per posta elettronica, che possono essere diverse in base alle preferenze selezionate. Vengono comunicate in ogni caso le date dei *focus group* e delle *sessioni di coprogettazione* a cadenza regolare. Oltre a questi, a frequenza variabile vengono comunicati incontri occasionali, ad esempio le sessioni di coprogettazione di servizi proposti sulla piattaforma che hanno raggiunto il supporto necessario per essere avviati.

Si comunicano occasionalmente le *novità* d'interesse per gli enti, generiche o mirate per ambiti tematici, come l'attivazione di nuovi servizi, i nuovi bandi, le comunicazioni dall'Amministrazione; infine, gli *eventi informali* e le *social dinner*.

Deve essere richiesto un contatto a ogni ente mappato mediante il questionario e con essi deve essere creata una prima, unica mailing list. La newsletter deve essere connessa al sistema di notifiche della piattaforma, tuttavia deve essere possibile interrompere la ricezione o modificare le preferenze in qualunque momento tramite le impostazioni della stessa. Il coordinatore deve dialogare con l'Amministrazione e le Istituzioni in qualità di portavoce della rete per poter comunicare in tempi ottimali, alle organizzazioni locali, le novità civiche di loro possibile interesse.

	SCENARIO N.1	SCENARIO N.2
TARGET DI PROGETTO	Cittadini che hanno bisogno di informazioni sui servizi alla persona	Organizzazioni socialmente attive nel quartiere
ARTEFATTI DI SENSIBILIZZAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> • Questionario per le organizzazioni: • Evento di lancio della piattaforma e del servizio di orientamento • Prodotto editoriale del bilancio del Welfare di Comunità nel quartiere 	<ul style="list-style-type: none"> • Questionario • Evento di lancio della piattaforma • Badges / adesivi / segnaletica
ARTEFATTI DI APPROFONDIMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Incontro di approfondimento per le organizzazioni • Piattaforma digitale con Mappa interattiva (fruizione autonoma) • Rete di helpdesk • Report del bilancio del Welfare di Comunità del quartiere • Sezione dedicata al progetto su sito web dell'ente coordinatore 	<ul style="list-style-type: none"> • Incontro di approfondimento • Mappa digitale (Piattaforma digitale) • Sezione dedicata al progetto su sito web dell'ente coordinatore • Report del Bilancio del Welfare di Comunità
ARTEFATTI DI COINVOLGIMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Galleria dei contenuti degli utenti (Piattaforma digitale) • Interviste ai cittadini • Interviste alle realtà sociali del quartiere • Focus group per le organizzazioni (Punto di Comunità) • Eventi a cadenza quadrimestrale (Punto di Comunità) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sezione di crowdsourcing (Piattaforma digitale) • Calendario del Punto di Comunità (Piattaforma digitale) • Focus group e sessioni di coprogettazione (Punto di Comunità) • Occasioni di ritrovo e social dinner (Punto di Comunità)
ARTEFATTI DI AGGIORNAMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Newsletter tematiche per i cittadini • Newsletter per le organizzazioni • Account Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema di notifiche in tempo reale (Piattaforma digitale) • Calendario degli eventi (Piattaforma digitale) • Newsletter

Tab. 12 - Ipotesi di sistemi di artefatti

8.3 Riflessioni sul funzionamento

Per riassumere, vi sono alcune cose da tenere in considerazione per quanto riguarda il funzionamento degli artefatti appena visti. In particolare, serve introdurre una Cabina di Regia (detta anche team di coordinamento) diretta da un coordinatore principale di rete, un team addetto al monitoraggio delle azioni, degli spazi fisici di supporto all'erogazione di servizi di orientamento e al lavoro di rete delle organizzazioni e, ovviamente, una piattaforma digitale.

Team di coordinamento

- Deve regolarmente organizzare e comunicare un incontro con gli enti tramite newsletter.
- Deve lavorare in stretta collaborazione con la Social Street per poter coinvolgere le realtà che vi fanno parte.
- Deve comunicare iniziative e incontri tramite i principali canali di comunicazione.
- Deve collaborare con l'Amministrazione locale e le Istituzioni interessate o coinvolte ed essere l'anello di congiunzione fra queste e le realtà locali.

- Deve occuparsi delle pubbliche relazioni con gli enti terzi (finanziatori, Istituzioni, etc.) e pensare a fonti di finanziamento possibili oltre ai fondi dell'Amministrazione locale

Team di monitoraggio

- Deve comunicare col coordinatore.
- Deve monitorare le azioni che avvengono sulla piattaforma.
- Deve farsi inviare i resoconti dagli enti della rete con regolarità.
- Deve elaborare un bilancio annuale delle prestazioni della rete e degli spazi. Se non fosse sostenibile un lavoro di rendicontazione da parte di tutte le organizzazioni, in alternativa potrebbe essere fatto un lavoro di monitoraggio limitato ai dati provenienti dall'uso della piattaforma (numero servizi attivati nel periodo , categorie servizi attivi, ricambio servizi) e dagli helpdesk / Punti di Comunità.

Luoghi fisici

- Deve avere l'autorizzazione per l'uso delle location a rinnovo annuale. La prospettiva ideale è quella di recuperare luoghi in disuso o sottratti alla criminalità.
- Devono essere gestiti da un ente riconosciuto sul territorio.
- È fondamentale uno spazio fisico visibile e strategico in cui collocare il Punto Comunità. Dovrebbe essere posizionato nel cuore del quartiere, in un luogo facilmente accessibile ai residenti, meglio ancora se in un contesto storico e significativo nella cultura del luogo.
 - Lo sportello di assistenza (helpdesk) deve essere aperto almeno sei ore a settimana e se si intende dare la gestione in mano a volontari, ad essi serve un previo periodo di formazione.
- Devono essere molteplici per poter essere distribuiti omogeneamente sul territorio e raggiungere anche le aree più periferiche, usualmente meno servite.
- Bisogna individuare un Punto di Comunità principale, ampio, in grado di ospitare incontri orientati alla coprogettazione, eventi e incontri di tipo aggregativo e relazionale con la comunità.

Piattaforma digitale

- È necessario un sostanzioso investimento iniziale per lo sviluppo
- Richiede una gestione e il mantenimento del dominio
- Deve rimanere aggiornata delle informazioni di tutte le realtà mappate, quindi serve un soggetto che gestisca un canale di invio delle nuove candidature e delle modifiche da apportare ai dataset precedentemente registrati ed integri di volta in volta il database degli enti mappati sulla base delle nuove informazioni ricevute.
- Un soggetto (si suggerisce che sia lo stesso coordinatore) deve farsi carico di comunicare le novità d'interesse per la rete, comprese le comunicazioni da parte dell'Amministrazione locale, tramite un sistema di newsletter ed uno di notifiche sulla piattaforma.
- Lo stesso soggetto deve inviare comunicazioni sugli incontri e aggiornare un calendario digitale.

Capitolo 9 - Il Piano di Comunicazione

Questo capitolo vuole indagare i possibili approcci delle ipotesi di progetto per gli scenari 1 e 2 dal punto di vista della Comunicazione, riportando gli artefatti pensati nella sezione precedente ai canali di comunicazione già esistenti nel contesto di intervento o, in base alle necessità, ad eventuali nuovi dalle funzionalità più adatte.

La comunicazione è un processo che ricopre un ruolo fondamentale non solo nei rapporti interpersonali, ma anche in ogni realtà aziendale che si rispetti, per questo è necessaria una sua pianificazione preventiva. Il Piano di Comunicazione è un documento strategico che ha il principale compito di guidare tutte le attività di comunicazione necessarie al raggiungimento degli obiettivi prefissati. Un buon piano di comunicazione esprime il concetto giusto al momento giusto, programmando con quali mezzi e tempi il messaggio verrà veicolato all'esterno. Può riguardare attività a lungo termine o unicamente il lancio di un nuovo prodotto-servizio. Si parte dall'analisi dello scenario per poi passare alla scelta degli obiettivi e dei canali di comunicazione più idonei. In un secondo momento si passa all'identificazione dei contenuti e alla misurazione dei dati che le azioni stesse generano, con la finalità di migliorare costantemente i risultati ottenuti in corso d'opera. Alcuni piani possono avere una durata pluriennale e vengono aggiornati in corso d'opera. Come specificato nel caso degli artefatti, in primo luogo un obiettivo riguarda la scelta dei giusti mezzi di comunicazione (del *Communication Mix*), e in particolar modo quella fra mezzi offline e online. La scelta delle aziende ricade solitamente su un mix di strumenti, poiché si tende a considerare comunicazione efficace quella che utilizza più mezzi per raggiungere la massima percentuale di target e adempiere a più funzioni. Il mix può essere online, offline o scegliere entrambe le modalità, ma deve in ogni caso essere ottimizzato per un ritorno di investimento.

Il piano di comunicazione è un documento operativo che tira in ballo il concetto di *media strategy*, ovvero la scelta della strategia vincente che combini gli strumenti e i canali più adatti per avviare campagne pubblicitarie o di promozione di qualcosa. Pianificare una *media strategy* significa, in generale, dato un budget predefinito, scegliere i canali (*media*) attraverso i quali diffondere il messaggio all'esterno, e prima di farlo bisogna conoscerne il mondo per capire quanto possono essere indicati o meno per un determinato prodotto-servizio. Si parla di *social media strategy* quando si elabora un piano strategico per le reti sociali, la cui definizione è un percorso ciclico più che un vero e proprio punto di arrivo, un processo in continua evoluzione. Il piano di comunicazione deve contenere inoltre una strategia dei contenuti (*content strategy*), cioè una serie di linee guida che poi andranno adeguate a ciascun mezzo che si intende utilizzare.

Occorre definire il *cosa*, i temi chiavi da comunicare, il *come*, il tono dei messaggi che in gergo è detto *tone of voice*, e tenere sempre presente il *chi*, il target di comunicazione. Il tutto va definito in base ai valori che il promotore osserva e intende veicolare. Punti chiave da tenere in considerazione

sono anche il *benefit*, la promessa, il motivo che dovrebbe spingere il target ad attivarsi come si vorrebbe, e la fornitura di prove tangibili (*supporting evidence*), testimoni del mantenimento delle promesse fatte. Il pubblico a cui ci si rivolge tale l'attività deve corrispondere al target di comunicazione, gli interlocutori attuali e potenziali, la loro fascia d'età, i siti che frequentano, i loro interessi, i temi di discussione in rete, le loro caratteristiche socio-culturali. Bisogna trovare innanzitutto il mezzo più in linea col pubblico di riferimento, poi ragionare sulle risorse economiche a disposizione e agire di conseguenza. Bisogna ragionare sui mezzi esistenti, i livelli di interazione che generano, stabilire quali contenuti pubblicare e con quale frequenza. Ci si può affidare a Facebook, re dei social network, e se l'attività si presta alle immagini, puntare a Instagram. Nel contesto di questo lavoro, si cercherà di restituire il miglior quadro descrittivo della strategia riflettendo sulle modalità più consone a veicolare informazioni orientate a sensibilizzare, approfondire, coinvolgere, aggiornare il target di riferimento. Si specificheranno le modalità di attivazione dei *touchpoint*, i lanci dei diversi artefatti, la frequenza di svolgimento di esperienze dirette quali gli incontri formali e gli eventi con la comunità; si prediligerà come canale principale di diffusione Facebook, e in particolare il gruppo NoLo Social District il quale vanta tassi di partecipazione e interazione notevoli, ma si introdurrà un nuovo canale Instagram per puntare su una comunicazione e un'interazione differenti. Come output finale, saranno visualizzate due *timeline* (*tav. 3 e tav. 4*) che presentano l'ordine di attivazione degli artefatti e dei touchpoint e la cessazione dell'attività di quelli pensati per rimanere funzionanti per un periodo inferiore ai 15 mesi; i momenti di attivazione e la frequenza di questi ultimi. Laddove, nei grafici, vi sia una corrispondenza di azioni nelle linee di vita di due differenti artefatti/touchpoint, è probabile vi sia una relazione fra gli stessi.

9.1 Piano di Comunicazione dello Scenario n.1

Questo paragrafo vuole indagare i possibili approcci che l'ipotesi di progetto per lo Scenario 1 può avere dal punto di vista della Comunicazione e restituire il miglior quadro descrittivo della strategia, evidenziando i rapporti fra gli artefatti pensati per lo Scenario 1 ed elaborando una media strategy che li promuova e ne supporti le funzionalità (sensibilizzazione, approfondimento, coinvolgimento, aggiornamento), attraverso l'uso di canali di comunicazione esistenti e nuovi. Il presente lavoro ha l'obiettivo di essere quanto più sostenibile, dunque cercherà di appoggiarsi a canali esistenti.

Il coinvolgimento del canale Facebook NoLo Social District è la scelta forse più ovvia ma coerente, tuttavia il bisogno di un'azione di approfondimento e sensibilizzazione ha suggerito la creazione di un nuovo canale, completamente dedicato e di differente paradigma rispetto al primo: un account sulla piattaforma social Instagram. Un'altra opportunità eventualmente sfruttabile in futuro potrebbe essere la collaborazione con Radio NoLo per la veicolazione di informazioni relative al

progetto o la vera e propria realizzazione di un podcast in tema (da ragionare come artefatto).
Come output finale, sarà visualizzata una timeline (suddivisa in tre parti per questioni di leggibilità) che presenti l'ordine di attivazione degli artefatti e dei *touchpoint*, i momenti di attivazione e la frequenza di questi ultimi.

- *Newsletter e comunicazioni per le organizzazioni*

Comunicazioni inviate dall'ente coordinatore alle organizzazioni della mappatura, distinguibili in *Newsletter per le organizzazioni* e *Comunicazioni per le organizzazioni*.

La *Newsletter per le organizzazioni* è creata a partire dai contatti reperiti tramite il questionario e registrati in un'apposita, unica, mailing list definitiva. Ha l'obiettivo di inviare comunicazioni "interne" al contesto del progetto, tramite email costruite su un format standardizzato (riportante nomi e loghi degli enti coordinatori nonché dei finanziatori del progetto) relative agli aggiornamenti di interesse collettivo e all'organizzazione di incontri ed eventi. In particolar modo saranno inviati regolarmente inviti a partecipare ai focus group e agli eventi con la comunità. La prima email della newsletter sarà quella relativa all'evento di lancio della piattaforma e del servizio di orientamento negli helpdesk.

Le *comunicazioni per le organizzazioni* servono al coordinatore per inviare messaggi agli enti in maniera diretta, al di fuori del contesto del progetto. Un esempio è l'email del primissimo contatto con le organizzazioni, quella contenente il questionario, inviata dall'ente coordinatore in qualità di portavoce di se stesso, e non del progetto che a quel punto non può dirsi ancora nato. Un'altro esempio è l'email ufficiale che le invita a prendere parte al primo incontro di approfondimento segnalando in quella sede la propria presenza, invito precedentemente accennato nella email del questionario. Queste comunicazioni sfruttano i contatti reperiti grazie alla primissima mappatura.

- *Comunicazione Facebook rivolta a cittadini e gruppi della Social Street (pagina ente coordinatore e ricondivisione sul gruppo NoLo Social District)*

- Post di *testimonianza del primo incontro delle organizzazioni*: unico, fotografico.
- Evento Facebook: per promuovere *l'evento di lancio della piattaforma* aperto all'intera comunità, compresi i gruppi informali della Social Street e i cittadini.
- Post unico di *presentazione del progetto e della piattaforma digitale* (in formato app): Si compone di un video con descrizione e link al sito dell'ente coordinatore per chi desidera accedere a maggiori informazioni sul progetto e al download dell'app.
 - *Descrizione*: sintetizza il nuovo progetto (valori e obiettivi, attori, partecipanti e destinatari); pone l'attenzione sulla piattaforma, meglio presentata nel video, che oltre ad essere presente nel

Punto di Comunità a disposizione degli operatori per l'attività di orientamento guidato, è disponibile in una versione di fruizione autonoma, in formato app. Rispetto all'esperienza che se ne fa negli helpdesk, oltre a mostrare i servizi offre una funzionalità in più: è possibile, difatti, accedere a una galleria di contenuti creati dagli utenti che offre una panoramica sui servizi dal punto di vista dei suoi fruitori, nonché condividere ognuno il proprio contenuto. Può sembrare piccola cosa ma così facendo si aiuta il resto della comunità a comprendere meglio la ricca offerta del quartiere.

- *Video*: montaggio video di un'intervista accompagnato da una *demo*¹⁷⁹ animata dell'uso della piattaforma. L'intervista ha come soggetto il coordinatore in prima persona, che del nuovo progetto descrive valori e obiettivi, attori, partecipanti e destinatari, artefatti, servizi e luoghi. Il focus è posto sulla piattaforma, artefatto di immersione e approfondimento che consente di conoscere i servizi attivi nel quartiere a disposizione del cittadino, anche quelli offerti dai gruppi informali che hanno a cuore il quartiere, e di integrarne il contenuto.

La demo offre una panoramica delle sezioni, dei dati condivisi e delle features offerte.

Va detto che la particolarità e il valore della piattaforma risiedono nella sua potenziale natura di "social network" dell'impegno sociale del quartiere, e che attraverso la condivisione della propria esperienza coi servizi del quartiere ogni singolo cittadino può portare valore alla propria comunità, aiutando gli altri a comprendere i servizi e a individuare quali fanno meglio al caso loro. Può sentirsi così parte attiva della comunità con un piccolo gesto di condivisione.

- Post unico per promuovere il *servizio della rete di helpdesk* : post fotografico.

Format replicabile ogni qual volta si volesse comunicare l'inaugurazione di un nuovo sportello.

- *Contenuto visivo*: foto delle locations (ingressi aperti) con relativi indirizzi e mappa stilizzata del quartiere che segnala l'ubicazione degli sportelli.

- *Descrizione*: sintesi del nuovo progetto (valori e obiettivi, attori, partecipanti e destinatari) e del servizio erogato dagli sportelli, luoghi di supporto per i cittadini che vogliono scoprire l'offerta di Welfare di Comunità del quartiere in maniera assistita, raccontando la propria esperienza e i propri bisogni e facendo capo a quella empatia di cui qualunque strumento digitale sarà sempre privo. Il focus è puntato su: distribuzione territoriale, accessibilità e accoglienza; recupero dei luoghi in disuso o sottratti alla criminalità e quindi riappropriazione degli spazi del quartiere; opportunità di crearne di nuovi in futuro.

- Eventi Facebook: per promuovere gli *eventi con la comunità* aperti ai gruppi informali della Social Street e ai cittadini, a cadenza quadrimestrale.

- Post di *resoconto degli eventi*: fotografici, per sensibilizzare la comunità a ciò che si fa, incentivare la partecipazione agli eventi futuri, presentare i nuovi servizi.

¹⁷⁹ La demo (abbreviazione dall'inglese *demonstration*) è un campione dimostrativo della produzione di artisti, creativi, programmatori, musicisti.

- Post *interviste ai cittadini*: formato video, per sensibilizzare i cittadini alla presenza attiva di un servizio pensato per loro soltanto e di una piattaforma digitale per cercare risposte ai propri bisogni, senza uscire dal proprio quartiere e mantenendo la relazione sul piano umano.
- Post *interviste alle realtà del quartiere*: video, per sensibilizzare i gruppi informali della Social Street, ma anche i cittadini, al valore che un progetto di mappatura del Welfare di Comunità può portare ad una realtà di quartiere, anche piccola e non necessariamente attiva esclusivamente nell'ambito del Welfare e del sociale. Focus sul senso di identità, sul senso di comunità, sulla relazione diretta con le persone, sul valore della condivisione.
- Post (unico o una tantum) per sponsorizzare l'*account Instagram del progetto*: fotografico, con descrizione e link al profilo, per portare traffico al nuovo profilo social.
Foto: tratta dall'account o condivisione diretta dell'URL del profilo.
Descrizione: con focus sui contenuti, si comunica l'obiettivo di tale account di condividere aggiornamenti sui servizi di Welfare di Comunità del quartiere e le testimonianze di quei cittadini che ne hanno fatto richiesta e uso e in essi hanno trovato un sostegno, che si dicono fieri dell'impegno del quartiere per il quartiere stesso. Volontà di svelare il potenziale del quartiere che forse non era ancora riuscito ad emergere, attraverso le testimonianze delle esperienze delle persone che ad essi hanno fatto affidamento. Indicare che il canale vuole dare voce alle storie raccontate sulla piattaforma digitale, poiché possono essere di motivazione e aiuto per altri.
- Post annuale per comunicare l'avvenuta *pubblicazione del prodotto editoriale* del Welfare di Comunità del quartiere contenente i dati del Bilancio dell'anno corrente e le testimonianze dei suoi attori: post-URL (link alla sezione del sito dedicata al progetto) e descrizione.
- *Comunicazione tramite pagina Instagram dedicata al progetto, rivolta a cittadini e gruppi del quartiere attivi o meno nella Social Street*
 - Post generici di comunicazione dell'*attività di Welfare di Comunità del progetto* in generale, fotografici o in formato video, pubblicati settimanalmente all'interno del *feed*.
Volontà di comunicare il progetto di Welfare e in particolare l'apporto dato alla comunità grazie al servizio di orientamento presso gli helpdesk e il Punto di Comunità; di svelare il potenziale nascosto del quartiere attraverso le testimonianze delle esperienze personali delle persone che ad esse hanno fatto affidamento.
 - Il *servizio di orientamento* (post fotografici con descrizione): posizionamento e distribuzione

che rendono l'accesso semplice e alla portata di tutti; attività di ascolto e orientamento mirate all'inclusione; le persone (operatori), volto umano del progetto.

- *Contenuti degli utenti della piattaforma* (foto/video con descrizione): creati e postati sulla piattaforma dai cittadini (previa autorizzazione) che hanno trovato risposte ai propri bisogni senza andare lontano, che hanno trovato valore nel potersi rivolgere a uno sportello "umano", un volto amichevole maggiormente in grado di comprendere il bisogno e di trovarvi la giusta soluzione a km0.

• Post a pubblicazione occasionale: la loro pubblicazione segue e sintetizza *eventi occasionali*.

- *Resoconto del primo incontro* delle organizzazioni e primo accenno al progetto;

- *Testimonianze dell'impegno del quartiere*: interviste video nel *feed* e nelle *storie in evidenza* a personaggi rappresentanti realtà locali che grazie alla mappatura sono riuscite a raggiungere i obiettivi più grandi a livello sociale sul territorio, racconti di eventuali progetti e prospettive future che grazie a una buona comunicazione dell'impegno sociale si immaginano possibili;

- *Testimonianze degli attori del progetto*: interviste video nel *feed* e nelle *storie in evidenza* di un numero selezionato di cittadini che hanno fruito dei servizi, coloro che hanno riportato sulla piattaforma le storie più significative legate all'utilizzo di un servizio

- Promozione di *nuovi eventi di aggregazione con la comunità*: post in *feed* e *storie*, fotografici o in formato video. Focus sull'ente ospitante, la location, la data e l'ora;

- *Testimonianze degli eventi di aggregazione della comunità*: *quadrimestrali, dirette streaming e storie*, creati e pubblicati in tempo reale durante lo svolgimento degli eventi, per permettere anche a chi è a casa di prendervi parte in qualche modo. Ad evento terminato, pubblicazione di post fotografici nel *feed* con attenzione particolare alla partecipazione collettiva, alle attività di intrattenimento (laboratori, giochi, spettacoli, interventi culturali, ...), e ai nuovi servizi attivati durante il semestre e di cui si è parlato durante una presentazione;

- Promozione del *prodotto editoriale*: post fotografico con descrizione, focalizzato sul prodotto editoriale del Bilancio di Welfare di Comunità del quartiere (fotografia di quello stampato), documento redatto a cadenza annuale, reso pubblico in formato digitale sul sito dell'ente coordinatore, disponibile alla lettura online e al download, e in formato cartaceo nel Punto di Comunità. Utilizzare la *biografia*¹⁸⁰ dell'account per condividere il link alla sezione dedicata al progetto del sito, e segnalare nella descrizione del post che il file è accessibile da lì.

• *Prodotto editoriale del Bilancio del Welfare di Comunità*

Distribuito in due versioni:

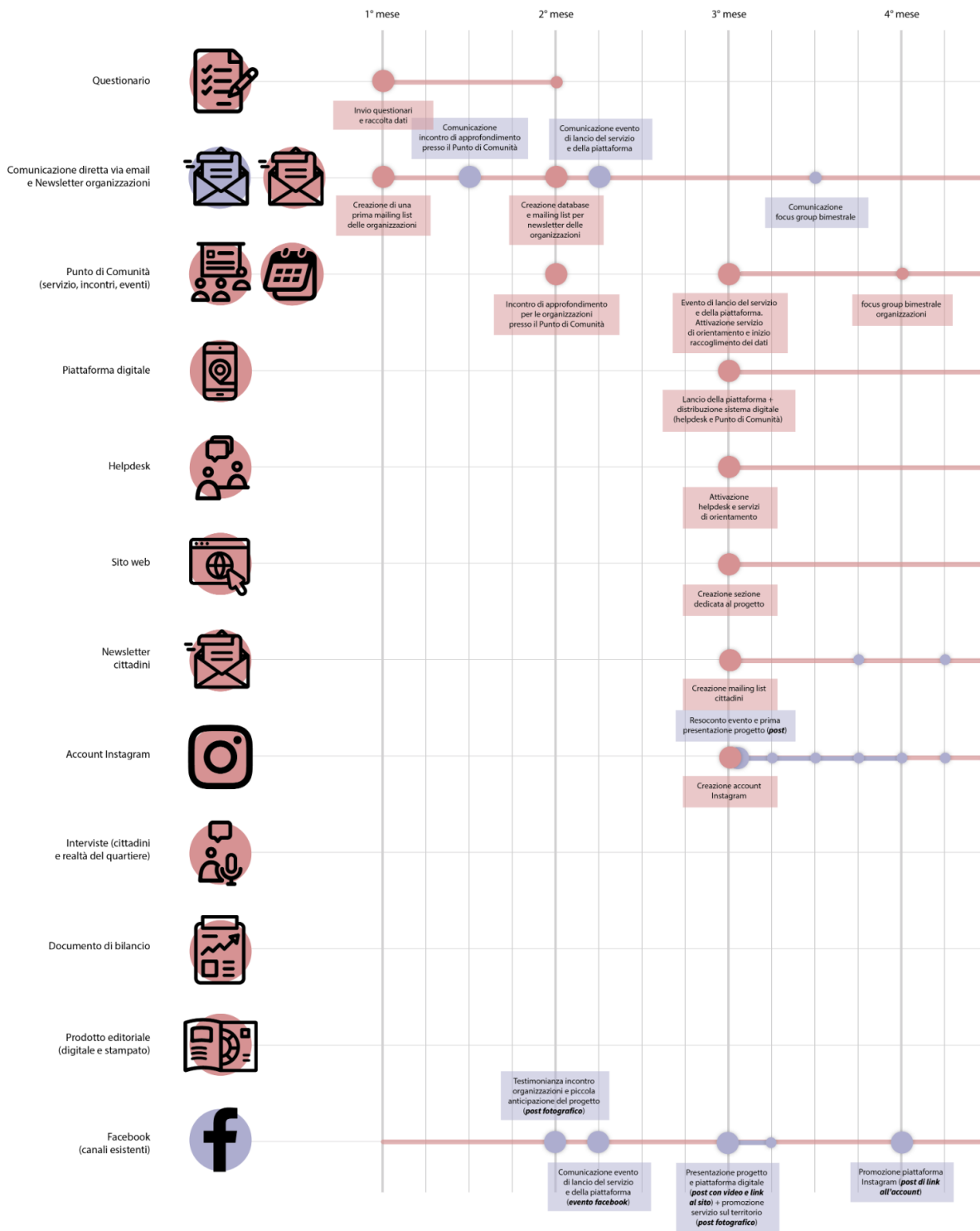
- *digitale*: una copia è inviata tramite *newsletter ai cittadini* che hanno fruito del servizio di

¹⁸⁰ La biografia Instagram, più comunemente detta *bio*, è la breve descrizione presente in ogni account che permette, a chi lo visualizza, di identificare chi è il proprietario, cosa fa o cosa è possibile trovare in tale profilo.

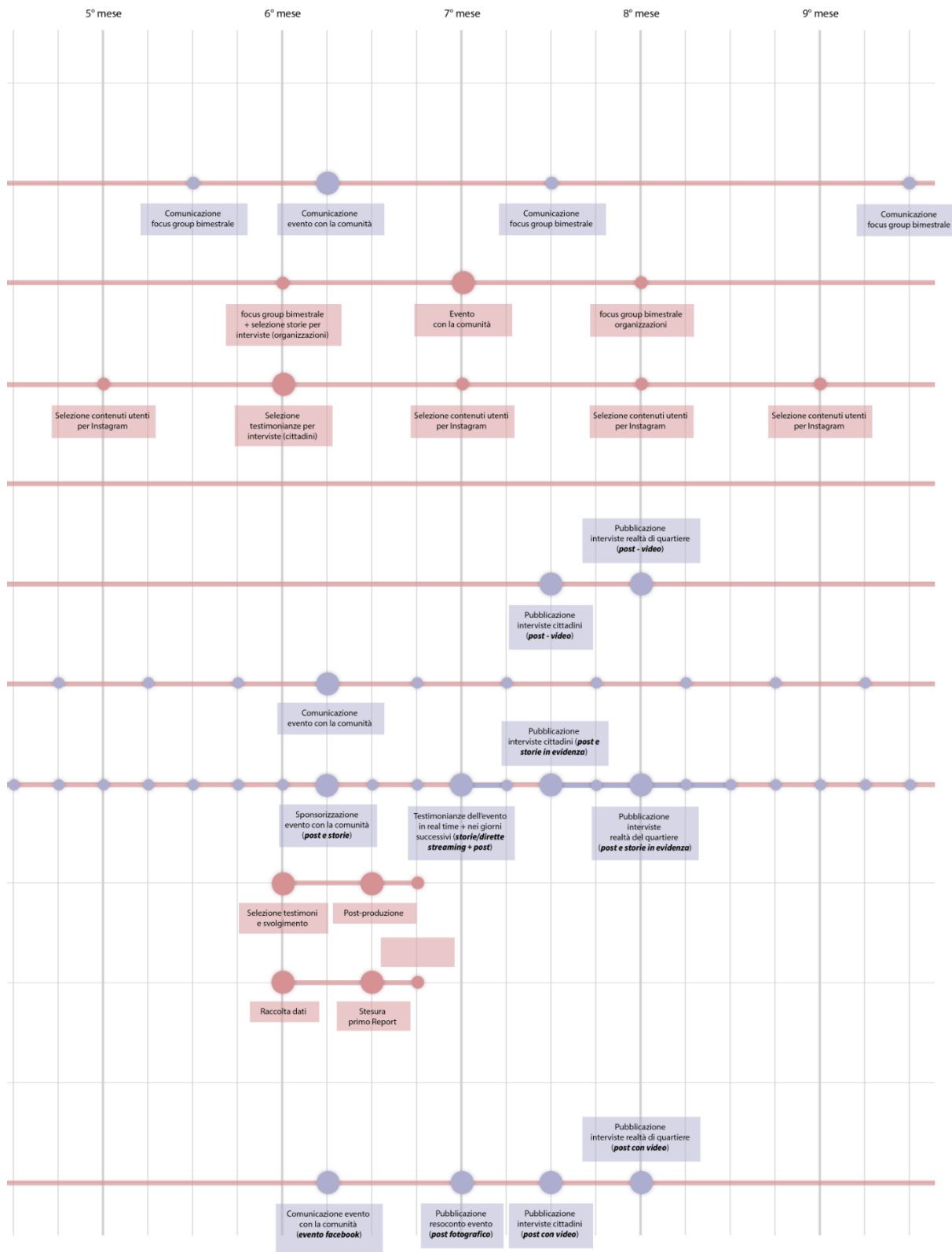
orientamento e hanno accordato il consenso a ricevere comunicazioni (newsletter), per sensibilizzarli all'ampiezza del progetto, agli altri ambiti cui offre soluzioni, al valore che porta nel quartiere, al grande impiego di volontari e associazioni no-profit, al contributo di ogni membro.

Motiva al riutilizzo futuro del servizio anche per rispondere a bisogni diversi. Fa vedere il quartiere con occhi nuovi, rafforzando il senso di appartenenza e di amore per un quartiere che ha a cuore i suoi abitanti, nonché una nuova fiducia verso le istituzioni promotrici. Una copia è *pubblicata sul sito dell'ente coordinatore*, accessibile a tutti, come contenuto in evidenza. Indirizzamento a partire dalla comunicazione sui canali digitali principali.

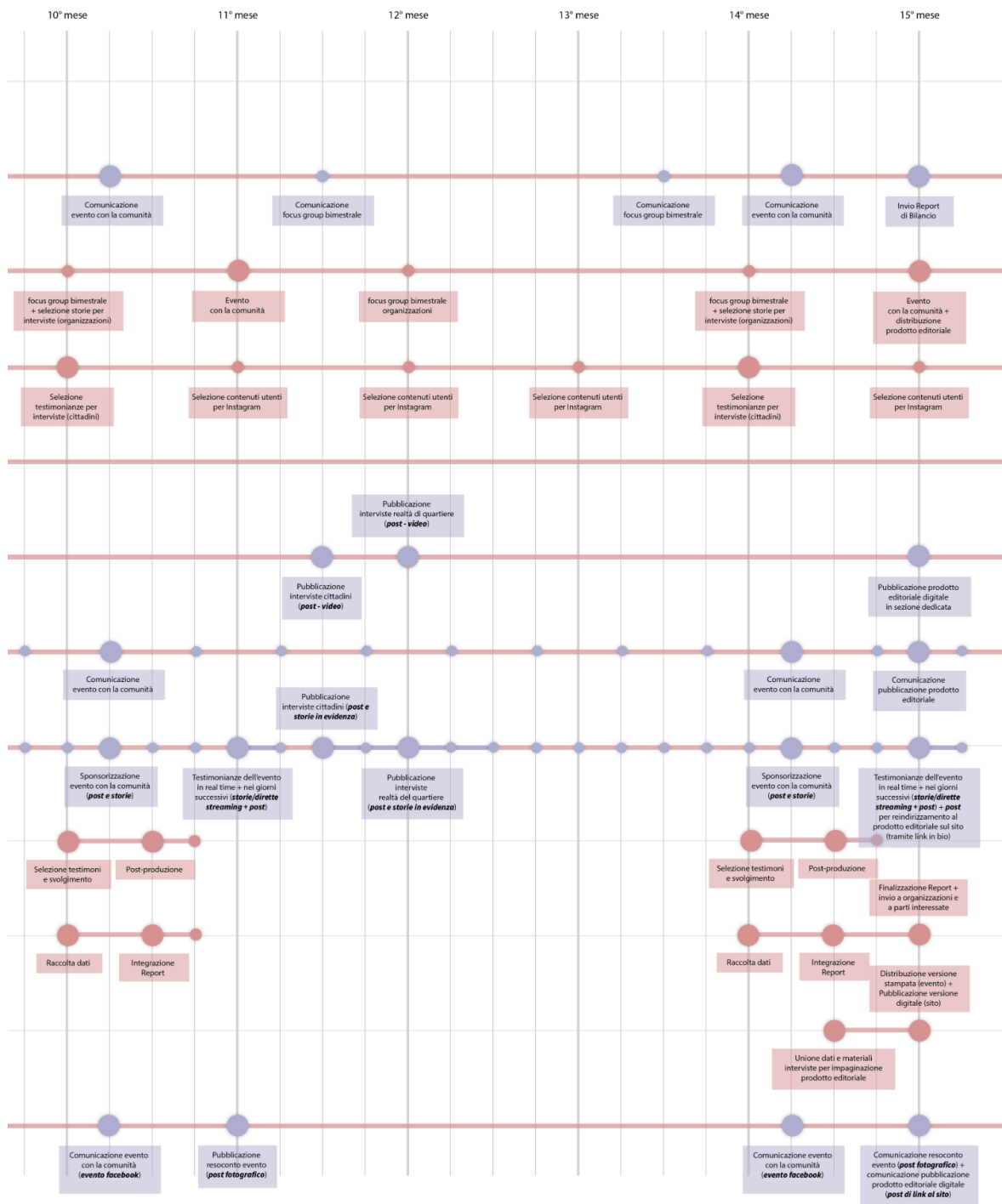
- *stampata*: distribuita fisicamente in occasione dell'evento di aggregazione con la comunità ai suoi partecipanti. Occasione per presentare il progetto anche a chi non ha ancora fruito del servizio ma dimostra un interesse alla partecipazione alle iniziative di quartiere. Offre una panoramica dell'impegno sociale del quartiere, "fotografa" la situazione corrente, sensibilizza cittadini e realtà territoriali al tema dell'impegno civico e del volontariato, da modo di conoscere l'ubicazione degli helpdesk e del Punto di Comunità per eventuali necessità d'utilizzo future.



Tav. 3 - Timeline del piano di comunicazione dello Scenario 1



Tav. 3 - Timeline del piano di comunicazione dello Scenario 1



Tav. 3 - Timeline del piano di comunicazione dello Scenario 1

9.2 Piano di Comunicazione dello Scenario n.2

Il seguente paragrafo, in accordo col precedente e coerente nella struttura e nei contenuti, intende indagare alcune modalità di approccio alla Comunicazione possibili per lo Scenario 2, evidenziare i rapporti fra gli artefatti pensati per assolvere alle funzioni di sensibilizzazione, approfondimento, coinvolgimento e aggiornamento in tale contesto, ed elaborare una media strategy che li promuova e supporti attraverso l'uso di canali esistenti e nuovi. Il gruppo Facebook NoLo Social District resta la scelta più ottimale e coerente per diffondere – in qualità di realtà formale o informale di quartiere – messaggi alla comunità, a giudicare dall'utilizzo che se ne fa tutt'oggi; tuttavia questo scenario, che coinvolge maggiormente i gruppi del quartiere rispetto ai cittadini non organizzati, vuole principalmente rispondere all'esigenza segnalata da Luca Rossetti sullo stesso gruppo online¹⁸¹ di ragionare sulla comunicazione interna alla rete (si veda *paragr. 7.2.1*).

Come output finale, sarà visualizzata una timeline (suddivisa in due parti per questioni di leggibilità) che presenti l'ordine di attivazione degli artefatti e dei *touchpoint*, i momenti di attivazione e la frequenza di questi ultimi.

• *Newsletter*

Comunicazioni inviate dall'ente coordinatore alle organizzazioni della mappatura, distinguibili in *Newsletter per le organizzazioni* e *Comunicazioni per le organizzazioni*.

La *Newsletter per le organizzazioni* è creata a partire dai contatti reperiti tramite il questionario e registrati in un'apposita, unica, mailing list definitiva. Ha l'obiettivo di inviare comunicazioni "interne" al contesto del progetto, tramite email costruite su un format standardizzato (riportante nomi e loghi degli enti coordinatori nonché dei finanziatori del progetto) relative agli aggiornamenti di interesse collettivo e all'organizzazione di incontri ed eventi. In particolar modo saranno inviati regolarmente inviti a partecipare ai focus group, alle sessioni di coprogettazione e agli eventi informali (social dinner e non). La prima email della newsletter sarà quella relativa all'evento di lancio della piattaforma.

Le *comunicazioni per le organizzazioni* servono al coordinatore per inviare messaggi agli enti in maniera diretta, al di fuori del contesto del progetto. Un esempio è l'email del primissimo contatto con le organizzazioni, quella contenente il questionario, inviata dall'ente coordinatore in qualità di portavoce di se stesso, e non del progetto che a quel punto non può dirsi ancora nato. Un'altro esempio è l'email ufficiale che le invita a prendere parte al primo incontro di approfondimento segnalando in quella sede la propria presenza, invito precedentemente accennato nella email del questionario. Queste comunicazioni sfruttano i contatti reperiti grazie alla primissima mappatura.

¹⁸¹ *NoLo Social District - Nord Loreto, Milano*, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

• *Comunicazione Facebook rivolta a cittadini e gruppi della Social Street (pagina ente coordinatore e gruppo NoLo Social District)*

- Post di testimonianza del *primo incontro delle organizzazioni*: unico, fotografico, per sensibilizzare la comunità intera al progetto (prima dell'evento).
- Evento Facebook: per promuovere l'*evento di lancio della piattaforma* aperto ai gruppi della Social Street e ai cittadini.
- Post unico rivolto ai cittadini per promuovere la *piattaforma in formato app*: post URL (link a sito ente coordinatore per download dell'app) e descrizione. Presentazione della piattaforma, del suo carattere distintivo e unico di mappa dei servizi di quartiere, creata dalla comunità per la comunità. Sottolineare che con essa si vuole rispondere ai bisogni dei cittadini con soluzioni a km0 ma anche valorizzare e promuovere l'impegno delle realtà più piccole e vicine ai cittadini che hanno a cuore il benessere della propria gente ma, non essendo principalmente promotori di Welfare, fanno fatica a comunicare la propria offerta.
- Post per annunciare *novità d'interesse per la comunità intera*: post fotografici con descrizioni e link al sito per chi volesse maggiori informazioni riguardo al progetto, a pubblicazione regolare. Dare coscienza del progetto attivo sia a cittadini, sia a gruppi informali e sensibilizzare il pubblico sull'impegno del quartiere per il quartiere. In particolare:
 - per annunciare l'*approvazione di un nuovo servizio* durante lo svolgimento di un focus group (foto focus group);
 - per testimoniare il *lavoro di coprogettazione e sviluppo di un servizio approvato* (foto sessione di coprogettazione).

• *Comunicazione Facebook rivolta ai gruppi della Social Street (gruppo NoLo Social District):*

- Post *intervista di presentazione del progetto*: formato video, di approfondimento del progetto. Si compone di un video e di una descrizione con il link alla sezione dedicata sul sito dell'ente coordinatore. Parlano i responsabili del progetto, rivolgendosi alla comunità intera, cittadini in primo luogo: si sofferma difatti sui benefit per essi e usa argomentazioni che possano motivare l'utilizzo da parte dei cittadini, solleticando l'immaginario, già forte, della comunità unita e affiatata che si aiuta dall'interno, con le proprie risorse.
 - *Testo*: sintetizza il contenuto del video, riporta i *tag* delle persone intervistate e degli enti di cui fanno parte e infine il link al sito dell'ente coordinatore, alla sezione dedicata al progetto, al download dell'app e alla registrazione delle organizzazioni.
 - *Video*: montaggio video di un'intervista al coordinatore del progetto; spiega il progetto dal punto di vista di chi lo ha messo in piedi, gli obiettivi per cui è stato pensato, a chi è rivolto, le

opportunità del mezzo in termini lavoro di rete e di contributo concreto alla comunità.

Introduce la volontà di realizzare un progetto per la comunità che vuole coinvolgere attivamente la comunità stessa e *portare valore a tutto il quartiere*. Si basa sul tentativo di *allacciare nuovi legami e rafforzare quelli già esistenti fra le organizzazioni* operanti azioni di Welfare di Comunità all'interno del quartiere, *nonché fra cittadini e organizzazioni*, poiché offrire ai cittadini uno strumento per conoscere i servizi del quartiere e orientarvisi con semplicità è un modo per sensibilizzare gli stessi alle pratiche e all'impegno del quartiere che si muove per il quartiere stesso. Il progetto, promuovendo dinamiche di aiuto del prossimo e di fiducia, ha il potenziale per motivare l'attivazione e la mobilitazione cittadina nella partecipazione attiva a progetti futuri, alle nuove iniziative di volontariato, etc. Per quanto riguarda i gruppi della Social Street, il video deve inoltre comunicare che mettersi a disposizione è una cosa importante ma semplice, non vincolante, ci si registra ma la partecipazione deve essere poi libera di essere mantenuta secondo le proprie necessità e disponibilità.

- Post *video animato di presentazione del progetto* per i gruppi informali della Social Street: formato video, di approfondimento dell'esperienza proposta ai gruppi informali.

Si compone di un video e di una descrizione con il link alla sezione dedicata sul sito dell'ente coordinatore. Si rivolge ai gruppi informali della Social Street che possono unirsi al progetto come Partner di Comunità. Illustra i benefit per questi ultimi e approfondisce l'iter di registrazione attraverso un processo guidato, facilitato dall'uso di immagini.

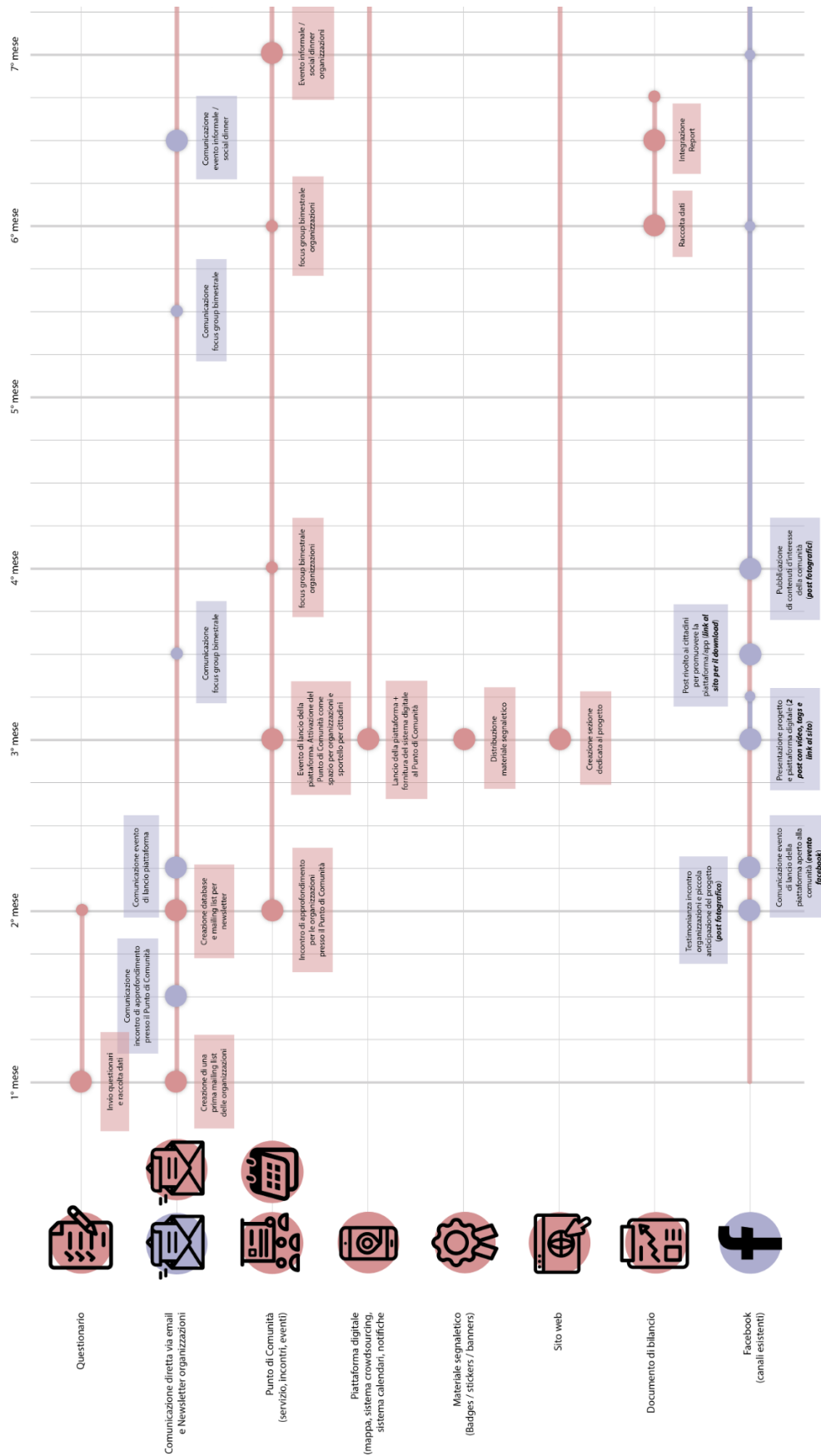
- *Testo*: richiama all'attenzione i gruppi della Social Street, fa riferimento al progetto già introdotto nel video precedente lanciando a questo punto, a tutti gli effetti, la *call to action* a unirsi a tale iniziativa, avente infatti tra gli obiettivi quello di allacciare nuovi legami per creare una rete unica, forte e solida, capace di fronteggiare meglio le questioni di tipo sociale interne al quartiere. Si indica che nel video verrà spiegato come si diventa Partner del progetto, e come ogni Partner può contribuire per creare il quartiere come lo ha sempre sognato. Riporta i *tag* dei coordinatori, il link al sito dell'ente coordinatore, alla sezione dedicata al progetto, al download dell'app e alla registrazione.

- *Video*: video in *motion graphics*, accompagnamento sonoro e testi essenziali scritti. Illustra passo passo l'iter dell'esperienza dei Partner di Comunità, con focus sui vantaggi di una rete ricca di Partner e su quelli del singolo. In particolare: il processo di mappatura, nasce coinvolgendo le organizzazioni che già offrono servizi di Welfare di Comunità ma vuole essere esteso anche a quelle realtà informali che vorrebbero attivarsi per il sociale nel quartiere nel proprio piccolo; il sistema di mappatura con la compilazione del form; la visualizzazione di tali dati all'interno della pagina; la navigazione della mappa con il sistema di filtro, la possibilità di scoprire enti vicini o lontani prima sconosciuti e le risorse che hanno messo a disposizione della rete; la facilità di contatto e organizzazione di un incontro; la presenza di un luogo a

disposizione di tali incontri; la coprogettazione e lo sviluppo del servizio; la possibilità di aggiungerlo alla mappa e renderlo visibile al cittadino grazie alla visualizzazione della stessa mappa in una sezione dedicata ad esso; la possibilità di condividere un'idea e invitare tutta la rete a sostenerla mettendo a disposizione le proprie risorse, e una volta raggiunto l'obiettivo comunicare il progetto al Comune (tramite il coordinatore) per l'approvazione e la fornitura delle eventuali risorse necessarie alla realizzazione che solo esso può fornire; la possibilità di rimanere aggiornati sulle novità della propria rete; la possibilità di partecipare ad incontri e a sessioni dove discutere l'operato ed elaborare nuovi obiettivi di rete; la possibilità di prender parte ad eventi di socializzazione e rafforzamento dei legami con le altre organizzazioni; la possibilità di sentirsi attivi e importanti per il benessere del proprio quartiere. Deve infine lanciare la *call to action*, comunicando che mettersi a disposizione è una cosa importante ma semplice, non vincolante. Ci si registra ma la partecipazione deve essere poi libera di essere mantenuta secondo le proprie necessità e disponibilità.

- *Comunicazione del Report del Bilancio del Welfare di Comunità del quartiere*

Redatto dal team di monitoraggio, viene comunicato agli enti della rete, per sensibilizzarle al lavoro svolto, e alle terze parti interessate. La comunicazione avviene come segue: invio via email a contatti della mailing list; pubblicazione sul sito ente coordinatore; invio di una copia del documento via email alle terze parti interessate o potenzialmente interessate, ad esempio ad un ente finanziatore o all'Amministrazione locale, per ottenere fondi per il rinnovo e sostegni di altro tipo.



Tav. 4 - Timeline del piano di comunicazione dello Scenario 2

Capitolo 10 - Riflessioni e Conclusioni

In questa sede verranno tratte le conclusioni personali su questo elaborato di Tesi e restituite altrettanto personali riflessioni sul lavoro svolto e su quanto sviluppato.

La presente ricerca ha cercato di illustrare un percorso orientato alla riflessione prima, e alla progettazione poi, di soluzioni che vogliono contribuire ad un cambiamento di prospettiva sul Welfare: dal tradizionale stato sociale al riconoscimento e alla promozione di un Welfare cittadino, di quartiere, di Comunità. L'Amministrazione locale non è infatti l'unico soggetto erogatore di welfare e la comunità non è solo un destinatario di servizi, ma ha un ruolo attivo e fondamentale anche nella loro produzione e nella fornitura.

La ricerca ha voluto presentare alcune delle pratiche migliori nell'ambito di esperienze di comunità, in Italia e all'estero. I metodi utilizzati per la ricerca sono stati la revisione della letteratura e la ricerca via internet. Pratiche interessanti sono state ritrovate all'interno di articoli specialistici e di stampa, materiali accademici, siti web delle amministrazioni locali, delle organizzazioni no-profit e delle reti dei gruppi della comunità in Italia e all'estero, sul web e nei social network.

Uno dei limiti inevitabili di questa ricerca è l'impossibilità di avere e quindi di restituire un elenco completo di tutte le iniziative comunitarie esistenti. Inoltre, le descrizioni e l'analisi dipendono fortemente dalla documentazione disponibile. Visti i vincoli temporali, non sono state condotte rilevazioni sul campo nel senso letterale del termine, ma i risultati ottenuti sono allo stesso modo, a mio personale parere, validi e attendibili. Il supporto e il contributo di attori locali ha determinato un ciclo di riflessioni che ha diverse volte subito cambi di prospettiva e riposizionamenti, ma ha alla fine restituito un quadro abbastanza descrittivo della situazione reale, delle pratiche ed economie del quartiere e dei suoi obiettivi.

Nel capitolo 2 sono illustrate le tre tipologie o modelli emergenti di Punto Comunità e un buon parallelismo dei target individuati è stato evidenziato dagli highlights di ricerca risultanti dallo svolgimento degli incontri virtuali con i rappresentanti dei sistemi di Welfare di Comunità del quartiere di NoLo. Testimonianza questa, forse, che il Welfare di Comunità debba necessariamente focalizzarsi su tali categorie per quanto riguarda lo sviluppo di soluzioni che rientrano nella dimensione *phygital*, fisica e digitale. Il comune accordo degli interlocutori locali coinvolti su questo punto deve forse far riflettere su un bisogno condiviso degli abitanti di una grande città di ritrovare una sfera offline, fisica e relazionale che con lo sviluppo dei grandi agglomerati urbani è certamente, in qualche misura, andata persa. Allo stesso tempo non è sottovalutato il potere relazionale e interconnettivo degli strumenti digitali; il risultato è dunque il desiderio di unire le due sfere in maniera innovativa e di valore.

La selezione delle pratiche descritte nel Capitolo 5, pratiche recenti condotte sia in Italia che all'estero, si è basata sul potenziale contributo che ciascuna di esse potrebbe fornire ad un ulteriore

sviluppo degli attuali sistemi di Welfare di Comunità esistenti e attivi nel quartiere, in termini di approccio innovativo, struttura, servizi offerti e modalità di erogazione.

I risultati riportati sono frutto di un lavoro cognitivo che ha cercato di unire tutte le voci del coro in un compromesso progettuale che spera di essere di ulteriore spunto per lo sviluppo innovativo del quartiere e dei Punti di Comunità che in qualche modo sono già entrati nella visione del domani di NoLo.

La ricerca non vuole fornire rigide prescrizioni ma vuole porsi come uno strumento per aiutare gli attori della comunità a riflettere sulla possibile applicazione e adattabilità delle pratiche circoscritte al proprio contesto locale. È infatti possibile che essa incontri il consenso dei suoi abitanti relativamente ad alcuni punti e il disaccordo su altri, in particolare lo sviluppo di una piattaforma digitale richiederebbe un investimento non indifferente che dovrebbe necessariamente tirare in mezzo alcune realtà territoriali come il Comune di Milano e Fondazione Cariplo. Tuttavia sono certa che con un'adequata revisione degli output forniti da parte dei destinatari e dagli addetti ai lavori, una sessione di valutazione e aggiustamento in base alle reali necessità, potrebbe restituire prospettive interessanti e uniche e portare il quartiere, già fortemente identitario, a sperimentare nuove modalità di collaborazione, aiuto reciproco e costruzione della comunità.

Personalmente penso che il format di ricerca si possa allo stesso facilmente adattare a progettualità esterne al contesto, purché se ne rispettino alcuni punti fondamentali: la circoscrizione del contesto ad un quartiere, la presenza di un tessuto associazionistico ricco quanto basta a poter giustificare un intervento di mappatura e un senso di comunità abbastanza diffuso fra i suoi abitanti.

La coesione sociale infatti, come visto, crea nuova coesione sociale, e se nel tempo verranno sviluppati nuovi lavori ulteriormente migliorativi come questo, il futuro ci potrà solo stupire.

Bibliografia

Sennet, R. *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione*. Feltrinelli, Milano, 2012.

Villari, B. *Coltivazioni sociali urbane. Innovazione sociale di quartiere*. Milano, Maggioli Editore, Collana Politecnica, 2015.

Benetta, L. *Milano scende a Patti: Una nuova stagione di partecipazione a Milano. Valutazioni e riflessioni*. Politecnico di Milano, 2020.

Baroni, R. *La coprogettazione sociale: L'esperienza del programma QuBi a Milano*. Università del Sacro Cuore di Milano, 2019.

Sitografia

Associazioni della Casa delle Associazioni e del Volontariato Municipio 2, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/AssCasa2/>> [14/04/21]

Associazioni Milano, a cura di Fondazione RCM, sito web, <<http://www.associazioni.milano.it>> [14/04/21]

Bell Nett, Lo spazio confiscato alla criminalità e restituito alla comunità, a cura di Cooperativa Comin, sito web, <<https://www.coopcomin.org/coesione-sociale-e-promozione-del-benessere/bell-nett.html>> [06/05/21]

Brescia Città del Noi, a cura di Comune di Brescia, sito web, <<http://bresciacittadelnoi.it>> [18/04/21]

Burlagò: Beni comuni urbani per l'attivazione dei giovani, a cura di BiPart, sito web, <<https://burlagio.org>> [06/05/21]

Casa delle Associazioni nel Municipio 2, a cura di Comune di Milano, sito web, 2021, <<https://www.comune.milano.it/servizi/casa-delle-associazioni-nel-municipio-2>> [14/04/21]

Fare Rete: 15 linee guida per sperimentare la rete tra organizzazioni di volontariato, a cura di Galvini, E. e Salvini, A., Cesvot, 2015, PDF, <<https://www.volontariatotrentino.it/sites/default/files/download/fate%20rete.pdf>> [21/03/21]

Fondazione RCM, a cura di Università degli Studi di Milano, sito web, <<https://www.fondazionercm.it>> [14/04/21]

Geoportale del Comune di Milano, a cura di Comune di Milano, sito web, 2021,
<<https://geoportale.comune.milano.it>> [14/04/21]

Giacomelli, A., *Il Politecnico crea il laboratorio di quartiere in città. Nasce a Nolo e si chiama Off Campus*, in *CSRnatives*, 2020,
<<https://www.csrnatives.net/post/il-politecnico-crea-il-laboratorio-di-quartiere-in-citt%C3%A0-nasce-a-nolo-e-si-chiama-off-campus>> [14/04/21]

Ideaginger.it, sito web, 2020, <<https://www.ideaginger.it>> [18/04/21]

In arrivo lo spazio Chiocciol@ negli spazi WeMi della tua città, a cura di Comune di Milano, sito web, 2020,
<[https://www.comune.milano.it/-/riparte-lo-spazio-chiocciol?fbclid=IwAR1nr2y6M2mnCLOeWa773-xQ3gSuDXVjhpXRGWvqTcjjDMnfwT4A\]t6-Q](https://www.comune.milano.it/-/riparte-lo-spazio-chiocciol?fbclid=IwAR1nr2y6M2mnCLOeWa773-xQ3gSuDXVjhpXRGWvqTcjjDMnfwT4A]t6-Q)> [14/04/21]

La Carta della Sussidiarietà, a cura di LABSUS - Laboratorio per la sussidiarietà, sito web, 2018,
<<https://www.labsus.org/la-carta-della-sussidiarieta>> [14/05/21]

La città Intorno: Più spazio in città, a cura di Fondazione Cariplo, sito web,
<<https://lacittaintorno.fondazionecariplo.it>> [06/05/21]

La forza della comunità: Esperienze dei punti comunità e buone prassi di welfare cittadino, a cura di Asis, J., Biazzi, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto “Brescia Città del Noi”, 2017, PDF,
<http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Punti-comunita_best-practices.pdf> [14/05/21]

La mappatura dell’offerta di welfare della città: l’analisi dell’offerta di servizi nel comune di Brescia, a cura di Biazzi, G. e Chief, E., Agenzia Conoscenza e Innovazione Progetto “Brescia Città del Noi”, 2017, PDF,
<http://bresciacittadelnoi.it/wp-content/uploads/2018/04/Forza-della-comunita%CC%80_Report-metodologico.pdf> [18/04/21]

Le Case delle Associazioni e del Volontariato, a cura di Granelli M., sito web, 2015,
<<http://www.marcogranelli.it/le-case-delle-associazioni-e-del-volontariato>> [14/04/21]

Lulu Dans Ma Rue, sito web, 2021 <<https://www.luludansmarue.org>> [18/04/21]

Manfrini, M. G., *Lulu Dans Ma Rue: una soluzione a portata di tutti*, in *Labsus Laboratorio per la Sussidiarietà*, 2016,
<<https://www.labsus.org/2016/03/lulu-dans-ma-rue-una-soluzione-a-portata-di-tutti/>> [18/04/21]

Mapping San Siro, a cura di Politecnico di Milano, sito web, <<http://www.mappingsansiro.polimi.it/>> [14/04/21]

Milano Aiuta, a cura di Comune di Milano, sito web, 2020, <<https://www.comune.milano.it/web/milanoaiuta>> [14/04/21]

Milano Partecipa, a cura di Comune di Milano, sito web, 2021, <<https://bilanciopartecipativo.comune.milano.it>> [14/04/21]

Milano Sei l’Altro, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, 2017, <<http://www.milanoasilaltro.it/progetto/>> [18/04/21]

Milano sperimenta nuovi spazi e modi di lavorare, a cura del Comune di Milano, sito web, <<https://economiaelavoro.comune.milano.it/news/nuovi-modi-di-lavorare>> [21/03/21]

Municipio 2, a cura di Comune di Milano, sito web, <<https://www.comune.milano.it/web/municipio-2>> [14/04/21]

Nei quartieri arriva il manager di comunità per aiutare le famiglie, a cura di Redattore Sociale, sito web, 2017, <[https://www.redattoresociale.it/articolo/notiziario/nei quartieri arriva il manager di comunita per aiutare le famiglie](https://www.redattoresociale.it/articolo/notiziario/nei_quartieri_arriva_il_manager_di_comunita_per_aiutare_le_famiglie)> [18/04/21]

NoLo Social District - Nord Loreto, Milano, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/groups/NoLoDistrict>> [06/05/21]

Nolomilano, Instagram page, 2021, <<https://www.instagram.com/nolomilano/?hl=it>> [28/03/21]

PartecipaMI, a cura di Fondazione RCM, sito web, 2021 <<https://www.partecipami.it>> [14/04/21]

Polisocial: Il programma di impegno e responsabilità sociale @Politecnico di Milano, a cura di Politecnico di Milano, sito web, <<http://www.polisocial.polimi.it/it/off-campus/>> [14/04/21]

Portineria di Quartiere, a cura di Milano Sei l'Altro, sito web, 2017, <http://www.milanoseilaltro.it/attivita_page/portineria-di-quartiere> [18/04/21]

Punti di Comunità, Lacittaintorno, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://lacittaintorno.fondazionecariplo.it/punti-di-comunita/>> [06/05/21]

Punto Comunità Il Folle Volo, a cura di Circolo Acli Cristo Re, sito web, 2015, <<https://www.aclicristore.it/il-folle-volo/punto-comunita.html>> [18/04/21]

QuBi Loreto, Progetto di contrasto alla povertà minorile, Cooperativa Comin, 2019, PDF, <[https://www.coopcomin.org/images/pdf/QUBi Loreto abstract feb 2019.pdf](https://www.coopcomin.org/images/pdf/QUBi_Loreto_abstract_feb_2019.pdf)> [14/04/21]

QuBi: la ricetta contro la povertà infantile, a cura di Fondazione Cariplo, sito web, <<https://ricettaqubi.it>> [06/05/21]

QuBi Loreto, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/qubiloreto>> [14/04/21]

Radio Nolo: racconti dal Quartiere, sito web, <<https://radionolo.it>> [14/04/21]

Rete delle case del Quartiere, a cura di Rete delle Case del Quartiere APS, sito web, <<http://www.retecasesdelquartiere.org/beni-comuni>> [18/04/21]

Reti e competenze locali, Mapping San Siro, a cura di Politecnico di Milano, sito web, <<http://www.mappingsansiro.polimi.it/3-progetti/3-2-reti-e-competenze-locali/>> [14/04/21]

Ricetta QuBi, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/RicettaQuBi/>> [14/04/21]

Ricetta QuBi, Instagram page, 2021, <<https://www.instagram.com/ricettaqubi/?hl=it>> [14/04/21]

Spesa Sospesa Nolo, sito web, <<https://spesa-sospesa.web.app/>> [14/04/21]

Trotter: Davvero una buona notizia, a cura di La Città del Sole - Amici del Parco Trotter Onlus, sito web, <http://www.parcotrotter.org/news/index.php?option=com_content&view=article&id=290:ex-convitto> [14/04/21]

Un patto per la città: contrastare la povertà, partendo dai minori, Fondazione Cariplo, 2017, PDF, <https://www.fondazionecariplo.it/static/upload/qub/qubi_presentazione1.pdf> [06/05/21]

Via Padova. Conoscenza per il cambiamento, a cura di Fondazione Cariplo, 2019, PDF, <https://lacittaintorno.fondazionecariplo.it/wp-content/uploads/2019/11/Lacittaintorno_quaderno-Padova.pdf> [14/04/21]

Vicini e connessi: Rapporto sulle Social Street a Milano, a cura di Pasqualini, C., Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, 2018, PDF, <<https://fondazionefeltrinelli.it/app/uploads/2018/02/Vicini-e-connessi.-Rapporto-sulle-Social-Street-a-Milano.pdf>> [28/03/21]

VISioni: La Valutazione dell’Impatto Sociale delle Case del Quartiere di Torino, a cura di Depedri, S. e Turri, S., Fondazione di Ricerca Euricse, 2018, PDF, <http://www.retecasesdelquartiere.org/wp-content/uploads/2019/07/VISioni_Valutazione-Impatto-Sociale-delle-Case-del-Quartiere-di-Torino_2018_web.pdf> [18/04/21]

WeMi, Facebook page, 2021, <<https://www.facebook.com/wemi.milano>> [14/04/21]

WeMi: La città per il Welfare, a cura di Comune di Milano, sito web, <<https://wemi.comune.milano.it>> [06/05/21]

WeMi Venini, a cura di Comune di Milano, sito web, <<https://wemi.comune.milano.it/pinfsw/5703>> [14/04/21]