



IL PALLONCINO ROSSO

Associazione Culturale APS

via Sigismondo Pandolfo Malatesta 27, Rimini

C.F. 91159330405

Allegato 1.2)

FAC SIMILE DI SCHEDA-PROGETTO PER PROGETTI A **VALENZA TERRITORIALE** PER ATTIVITÀ DI SPESA CORRENTE PROMOSSI DA SOGGETTI PRIVATI SENZA FINI DI LUCRO RIVOLTI A PREADOLESCENTI ADOLESCENTI – PUNTO 2.1, LETTERA B. DELL'ALLEGATO A) **ANNO 2019**

E' ESCLUSA LA MODALITÀ DI CONSEGNA DELLA DOMANDA A MANO PRESSO LA SEDE REGIONALE

SOGGETTO RICHIEDENTE

IL PALLONCINO ROSSO ASSOCIAZIONE CULTURALE DI PROMOZIONE SOCIALE

AMBITO DISTRETTUALE DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO (**indicare un solo ambito**)

Distretto di Rimini

TITOLO PROGETTO

Giovani guide per colonie e altri luoghi abbandonati.

ANALISI DI CONTESTO, ESPERIENZA NEL SETTORE E OBIETTIVI (massimo 30 RIGHE, dimensioni carattere 12)

Il Palloncino Rosso (cfr. <https://www.ilpalloncinorosso.it/>) è un'associazione di promozione sociale, nata a Rimini nel 2015 e composta da un gruppo eterogeneo di persone che intendono partecipare attivamente alla vita culturale del territorio. In particolare, l'associazione si interessa di innovazione sociale e prassi di rigenerazione urbana partecipata (hub, cantieri animati temporanei, orti urbani, ecc.). A partire dalla primavera del 2017 l'associazione non si limita più ad affrontare i temi dalla rigenerazione urbana in un'ottica di approfondimento teorico e dibattito seminariale, ma inizia a progettare e a dar corso a concrete azioni di rigenerazione partecipata:

Riutilizasi Tour – Le colonie marine riminesi: il 17 settembre 2017, all'interno del Festival Itaca, è stato organizzato un tour in bicicletta per scoprire la storia e l'architettura delle ex colonie marine riminesi (Murri, Novarese e Bolognese) e discutere di possibili ipotesi di riutilizzo delle stesse

In Loco 2017 – passeggiata tra le colonie abbandonate di Rimini: il 22 ottobre 2017 il tour delle colonie è stato riproposto tramite una passeggiata in collaborazione con l'associazione forlivese Spazi Indecisi (cfr. <http://www.spaziindecisi.it/>), da tempo attiva sui temi della rigenerazione urbana, all'interno dell'evento itinerante "Totally Riviera".

Sempre con riferimento ai beni immobili dismessi, nell'estate del 2018 è stato attuato il progetto centrale del percorso associativo de Il Palloncino Rosso "#RIUTILIZZASI COLONIA BOLOGNESE 2018". In tale progetto è stato attuato un intenso programma di eventi ricreativi, musicali e sportivi, finalizzato alla riqualificazione dell'immobile tramite attività di riuso partecipato, con grande coinvolgimento della cittadinanza riminese e, in particolare, della comunità di Miramare, tra i quali ricordiamo: n. 2 concerti live, una rassegna cinematografica di n. 4 titoli, micro-progetti collaterali allo svolgimento di eventi presso la Colonia (ad es. laboratori di rilassamento e benessere, corsi di fotografia, workshop teatrali) nell'ottica di favorire la più ampia partecipazione della comunità locale.

L'obiettivo del progetto è quello di avvicinare i ragazzi adolescenti riminesi alle tematiche della rigenerazione urbana ed, in particolare, a formare ragazzi che possano fare da guida (o supporto alla guida) per i tour guidati di visita alle colonie o più in generale di beni dismessi da rigenerare.

MODALITA' DI COINVOLGIMENTO DEI DESTINATARI NELL'IDEAZIONE DEL PROGETTO (massimo 15 righe, dimensioni carattere 12)

L'idea fondante del Palloncino Rosso consiste nel realizzare pratiche di rigenerazione urbana favorendo la più ampia partecipazione delle comunità locali e degli stakeholder territoriali ed istituzionali, pertanto tutte le attività dell'associazione hanno come obiettivo l'attivazione e la compartecipazione dei soggetti coinvolti.

Per la individuazione e il coinvolgimento dei destinatari l'APS Il Palloncino Rosso userà principalmente la propria rete di relazioni territoriali in particolare con le scuole del territorio (Liceo G. Cesare- Valgimigli, Istituto Tecnico Marco Polo, ITTS Beluzzi – Da Vinci) gli enti di formazione professionale (Cescot) e le associazioni del mondo giovanile (Centro Sociale Autogestito Grotta Rossa, Jonas Rimini APS).

Come più dettagliatamente descritto in seguito, l'articolazione del progetto prevede che i giovani coinvolti nelle varie attività non siano soggetti passivi ma che contribuiscano a definire e realizzare gli obiettivi. La finalità è quella di arrivare ad avere un gruppo di giovani che possano appassionarsi alle tematiche della rigenerazione urbana e che possano quindi contribuire attivamente con le loro idee a sviluppare progetti di riutilizzo di beni dismessi.

ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO (massimo 90 RIGHE, dimensioni carattere 12) .

In particolare, dovranno essere messe in evidenza le modalità di attuazione del progetto dalle quali evincere le caratteristiche di innovazione delle azioni che si intendono sviluppare, nonché l'integrazione delle esperienze, competenze e risorse presenti a livello territoriale tra più soggetti in una logica di rete, anche con specifico riferimento ai criteri di valutazione di cui al punto 2.7 dell'allegato A).

Le azioni previste dal progetto sono le seguenti:

Azione 1: Incontri di presentazione del progetto e coinvolgimento dei partecipanti

Attraverso la rete di istituti scolastici, enti di formazione professionale e associazioni giovanili sopradescritta si realizzeranno incontri di presentazione del progetto aventi la finalità di spiegare gli obiettivi delle attività alla platea più ampia possibile di giovani del territorio. In tale attività si prevede di coinvolgere almeno 150 ragazzi. Occorre sottolineare che, fedeli alla mission del Palloncino Rosso, tali incontri non saranno caratterizzati solo da una parte frontale di spiegazione di un progetto con la modalità docente-discente ma saranno caratterizzati dallo svolgimento di attività concrete da realizzare insieme ai soggetti partecipanti. Specificamente l'idea è quella far fare ai ragazzi un tour delle colonie marine abbandonate di Rimini (in particolare la Colonia Bolognese e la Colonia Novarese) che possa sia affascinare i ragazzi facendo scoprire luoghi, da loro sicuramente conosciuti solo come stabili decadenti e sinonimo di degrado, che sono invece un prezioso scrigno pieno di storie e bellezze; sia di attivarli rispetto a temi come la rigenerazione urbana e il prendersi cura del proprio territorio, come lezione di educazione civica necessaria in questo momento storico.

Azione 2: Formazione dei partecipanti

Si ipotizza che dei 150 giovani coinvolti ce ne siano almeno 15 che vogliano proseguire nel percorso e diventare "agenti per la rigenerazione urbana" e "guide per tour di immobili dismessi". Con questo gruppo di giovani si svolgerà quindi una vera e propria attività di formazione sul campo (della durata ipotizzata di almeno 10 ore) che abbia come obiettivo fornire basi teoriche ed esperienziali sulle tematiche della rigenerazione urbana partecipata. Saranno usate solo metodologie formative che presuppongono un interscambio tra chi è chiamato a essere il formatore e chi partecipa per imparare. Ad esempio si studierà e sperimenterà insieme ai ragazzi come fare una visita guidata alle colonie marine abbandonate innovativa e ci aspettiamo (questa è la scommessa del progetto) che vengano fuori dai giovani delle idee cui sicuramente noi non abbiamo pensato.

Azione 3: Sperimentazione di attività sul territorio

In questa fase, una volta definiti dei format di attività come ad esempio le visite guidate, ci si propone di organizzare 5 tour per il pubblico guidati o supportati dai ragazzi. Si andrà quindi a mettere in pratica una vera e propria attività di rigenerazione urbana partecipata che vedrà i ragazzi protagonisti in prima persona.

Azione 4 Azioni di comunicazione

Trasversale a tutto il percorso, e fondamentale per la sua buona riuscita, sono le attività di comunicazione.

L'obiettivo del progetto è quello di far crescere l'attenzione sui temi della rigenerazione urbana partecipata coinvolgendo anche le fasce giovanili della popolazione e rendere duratura nel tempo, dopo la conclusione del progetto, la possibilità di avere contenitori in cui svolgere azioni concrete.

Al fine di massimizzare il raggiungimento di questo obiettivo occorre prestare particolare attenzione alle azioni di comunicazione per poter fare conoscere il più possibile questa opportunità sfruttando tutti i mezzi più efficaci. L'Associazione Palloncino Rosso, così come molti altri soggetti all'interno della rete del progetto, hanno già molti strumenti di

comunicazione, dai social alla presenza sui media tradizionali; ed in particolare si conta sull'ampiezza della rete di supporto al progetto per veicolare le informazioni e come importante cassa di risonanza delle attività previste. Anche su questo aspetto però ci si attende una compartecipazione dei giovani e una loro capacità ideativa per poter migliorare e rendere più efficace l'attività di comunicazione.

Aspetti innovativi

Il principale valore innovativo del progetto, a nostro avviso, consiste nel far partecipare i giovani attivamente e da protagonisti alle attività previste in maniera da farli diventare soggetti attivi del processo di rigenerazione urbana che sta portando avanti l'Associazione Palloncino Rosso. Troppo spesso, infatti, i progetti per i giovani sono pensati come attività da rivolgere ai ragazzi come soggetti passivi, fruitori del servizio pensato da altri (spesso non più tanto giovani) e offerto come opportunità da prendere o lasciare. Il nostro punto di partenza è opposto, chi entra a far parte di un processo di rigenerazione urbana ne diventa un attore e quindi può (e deve) portare il suo mattone per la casa comune. La nostra società ha bisogno oggi più che mai di giovani che si impegnino per il luogo in cui vivono perché le generazioni precedenti spesso non lo hanno fatto in maniera così opportuna. Uno dei temi centrali del progetto è infatti proprio quello del riutilizzo di beni immobili dismessi che, evidentemente, non esisterebbero in così grande quantità se ci fosse stato più rispetto per il luogo da parte degli adulti.

Integrazione tra soggetti a livello territoriale

Il progetto conta già oggi su una rete di relazioni particolarmente nutrita a livello territoriale, e ci si avvarrà del contributo di diversi soggetti quali:

Istituti scolastici e enti di formazione professionale: LICEO "G. CESARE –M. VALGIMIGLI "Classico–Linguistico–Scienze Umane–Sc. Umane opz. Economico Sociale", ISTITUTO TECNICO PER TURISMO MARCO POLO RIMINI, Istituto Tecnico Tecnologico Statale "O. Belluzzi – L. da Vinci", Cescot Rimini

Soggetti Istituzionali: Riminiterme, Comitato di quartiere Miramare

Associazioni: Centro Sociale Autogestito Grotta Rossa, Jonas Rimini aps

Ancorchè corposa, la rete territoriale non è mai sufficiente soprattutto per tematiche come i processi di rigenerazione urbana partecipata che, come dice già il nome, fondano la loro ragion d'essere sulla partecipazione attiva del maggior numero di soggetti possibili. Per tale motivo scopo del progetto sarà anche quello di coinvolgere e inserire nella rete tutte i soggetti che vorranno portare il proprio contributo, dalle altre realtà associative (di volontariato, giovanili, di promozione sociale, sportive, ecc) ai soggetti istituzionali e privati che dimostreranno il loro interesse nella fase di presentazione e sensibilizzazione al progetto

LUOGHI DI REALIZZAZIONE DELLE DIFFERENTI AZIONI

Distretto di Rimini

Le attività saranno svolte sicuramente nelle sedi dei partner della rete del progetto nonché nelle colonie Bolognese e Novarese oltre ad altri immobili dismessi del territorio

NUMERO POTENZIALE DESTINATARI DELL'INTERVENTO (diretti e indiretti) E RISULTATI PREVISTI (massimo 15 RIGHE, dimensioni carattere 12)

I destinatari diretti del progetto ossia giovani/adolescenti partecipanti alle azioni previste sono quantificabili in almeno 150 ragazzi.

Saranno poi coinvolti almeno 50-70 adulti e ragazzi tra i fruitori delle attività previste (in particolare nella realizzazione di visite guidate per gli esterni)

I risultati attesi dal progetto sono:

- consentire ai partecipanti al progetto di aumentare la propria conoscenza sulle pratiche di riutilizzo di beni dismessi
- creare un gruppo di giovani motivato che si impegni in attività di rigenerazione urbana
- fungere da buona pratica anche per la cittadinanza e le amministrazioni pubbliche che possono maggiormente farsi carico del tema della rigenerazione urbana partecipata;
- attraverso la diffusione delle azioni del progetto poter raggiungere un elevato numero di associazioni e istituzioni e aumentare la visibilità sul tema degli immobili dismessi.

INDICAZIONE DELLE RETI, DELLE SINERGIE E DELLE COLLABORAZIONI ATTIVATE (con soggetti privati e/o con soggetti pubblici (massimo 30 RIGHE, dimensioni carattere 12))

Come già descritto il progetto conta su una rete di relazioni particolarmente nutrita a livello territoriale, e precisamente:

Istituti scolastici e enti di formazione professionale: LICEO "G. CESARE –M. VALGIMIGLI "Classico–Linguistico–Scienze Umane–Sc. Umane opz. Economico Sociale", ISTITUTO TECNICO PER TURISMO MARCO POLO RIMINI, Istituto Tecnico Tecnologico Statale "O. Belluzzi – L. da Vinci", Cescot Rimini

Soggetti Istituzionali: Riminiterme, Comitato di quartiere Miramare

Associazioni: Centro Sociale Autogestito Grotta Rossa, Jonas Rimini aps

Occorre qui sottolineare però che l'APS il Palloncino Rosso ha sempre fatto del costruire relazioni il proprio modo di operare ed il progetto Riutilizzasi Bolognese (che è il primo esempio di rigenerazione urbana da parte della società civile di un bene storico e in stato di abbandono, con in programma un ricco palinsesto eventi e appuntamenti per ridare vita ad un luogo che seppure abbandonato ha molto da esprimere) ne è l'esempio. L'edizione 2019 ha infatti avuto contributi e collaborazioni da: Regione Emilia Romagna, Comune di Rimini, Gruppo Hera, Gruppo SGR, Romagna Acque, Camera di Commercio della Romagna, Curatela Fallimentare CMV (Curatori fallimentari Rag. Ettore Trippitelli e Dott. Fabrizio Tentoni), Cooperativa Smart, Trattoria La Marianna e Adrias on line, IperPiano, Associazione Strada San Germano, Doc Servizi, Burdèl, Centro Sociale Grottarossa, Festival Le Città Visibili, Arcigay, Agedo, Sputnik Cinematografica, Associazione Khantaros, PiaDyno, Alcantara, La Brigata del Diavolo, Hatha Yoga di Ivana Rambaldi, Manuela Bonci Photography, Studio di Psicologia BenEssere in Mente, Ramina Studio, Luisa Vive, Piano Strategico del Comune di Rimini, Amarcort Film Festival, Gli Accop(i)ati, Allegrodolce, Riminiterme, Pro Loco di Miramare, Bar Oasi, gli stabilimenti balneari Gustavo e dell'Aeronautica Militare 15° Stormo, Impresa Edile Marino Bellucci, IC Miramare, Istituto Belluzzi Da Vinci, Amnesty Rimini, Banca Etica, Manifesto contro l'Odio e l'Ignoranza, Associazione Stefano Cucchi Onlus.

DATA PER L'AVVIO DEL PROGETTO (**non prima del 1° settembre 2019**)

10 settembre 2019

TERMINE DI CONCLUSIONE DEL PROGETTO (**entro il 31/8/2020 SENZA POSSIBILITÀ DI PROROGA**)

31 agosto 2020

FORME DI MONITORAGGIO PREVISTE (massimo 10 RIGHE, dimensioni carattere 12):

I momenti di preparazione, monitoraggio e valutazione sono molto importanti per comprendere l'efficacia del progetto. Sono, quindi, previsti appositi strumenti di monitoraggio in itinere e di valutazione dei risultati, e precisamente:

SCHEDE DI VERIFICA PERIODICA DELLE ATTIVITÀ: griglie compilate dai partecipanti per verificare, nell'arco dell'esperienza, il rispetto dei tempi, dei contenuti e degli obiettivi definiti nel progetto.

SCHEDE DI VALUTAZIONE FINALE DELL'ESPERIENZA: un documento compilato dai partecipanti al termine del periodo che contiene gli output dell'esperienza in termini di competenze, abilità sviluppate e di attitudine alle attività svolte.

A) CONTRIBUTO RICHIESTO ALLA REGIONE Euro 10.000,00

(massimo il 70% del costo del progetto)

B) COPERTURA DELLA SPESA RESIDUA (indicare la/e quota/e a carico del/dei soggetto/i finanziatore/i):

Soggetto proponente: Euro 4.500,00

Altri cofinanziatori del progetto (indicare quali e il concorso finanziario di ciascuno di essi):

_____ Euro _____

_____ Euro _____

TOTALE Euro 14.500,00

SPESA PREVISTA PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

(dettagliare per tipologia di spesa)

Euro 800,00 (per acquisto di beni di consumo, biglietti di accesso, titoli di viaggio)

Euro 9.500,00 (per personale dipendente e per conferimento incarichi)

Euro 200,00 (per affitto locali e per utenze)

Euro 4.000,00 (per noleggio di attrezzature e beni mobili)

Euro 14.500,00 (TOTALE SPESA PROGETTO: A+B) (**minimo 4.250,00 euro; massimo 15.000,00 euro**, punto 2.5 allegato A)

Rimini, 14/06/2019

Il Legale Rappresentante

(firmato digitalmente)

(FIRMA LEGGIBILE PER ESTESO)
