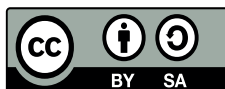


STRUMENTI PER LA PARTECIPAZIONE ATTIVA:

MANUALE PER FACILITATORI DELL'IMPEGNO CIVILE



[HTTPS://CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES/BY-SA/4.0/](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

AUTORI:

Joanna Kurowska-Pysz, Karolina Mucha-Kuś, Lubomira Trojan - WSB University, Polonia
Magdalena Weinle, Lizett Samaniego - Hochschule der Medien, Germania
Gražina Čiuladienė, Gintarė Žemaitaitienė, Jolanta Pivorienė - Mykolas Romeris University, Lituania

IN COOPERAZIONE CON:

Le Quang Son, Ho Long Ngoc, Le Thi Hong Oanh - Università di Danang, Vietnam
Dario Marmo, Sara Barbieri - LAMASocietà Cooperativa - Impresa Sociale, Italia
Emira Brkić Karninčić, Nenad Antolović - Rijeka Development Agency Porin, Croazia



**Co-funded by
the European Union**

Cofinanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea. Né l'Unione Europea né l'autorità erogante possono essere ritenute responsabili di tali contenuti.

Mykolas Romeris University, Lituania
WSB University, Polonia
Hochschule der Medien, Germania

The University of Danang, Vietnam
LAMA Società Cooperativa - Impresa Sociale, Italia
Rijeka Development Agency Porin, Croazia



**Mykolas Romeris
universitetas**

**Akademia WSB
WSB University**



INDICE

Introduzione	4
Strumenti selezionati a supporto dell'attuazione di progetti partecipativi	15
Storytelling	25
Mappa degli stakeholder	30
Mappatura dello spazio	35
Persona	39
Indagine diagnostica	44
Osservazioni	50
Sfide e opportunità	54
Charrette	58
Metodi di ideazione	62
Prototipazione	68
Sintesi	72
Allegati	78

INTRODUZIONE

Le società moderne riconoscono sempre più l'importanza della partecipazione, ossia il coinvolgimento attivo dei cittadini e degli stakeholder nei processi decisionali. In un'epoca segnata da crescenti disuguaglianze, crisi globali e da un progressivo distacco tra istituzioni e cittadini, la creazione di spazi di dialogo e collaborazione diventa imprescindibile.

La partecipazione civica è oggi uno dei pilastri fondamentali della moderna gestione pubblica e della vita sociale. Un coinvolgimento efficace consente di realizzare azioni più aperte, inclusive ed efficienti in diversi ambiti, tra cui la pianificazione territoriale, la riqualificazione delle aree urbane degradate e il rafforzamento delle relazioni sociali nell'era post-COVID.

Non solo le amministrazioni locali e le organizzazioni non governative, ma anche le istituzioni di istruzione superiore, le scuole e le istituzioni culturali svolgono un ruolo chiave nella creazione di comunità locali solide, in cui le soluzioni vengono sviluppate in modo collaborativo per rispondere al meglio ai bisogni reali della collettività. I rappresentanti di queste organizzazioni non sono solo partecipanti al processo, ma anche suoi naturali animatori.

È spesso negli ambienti educativi che nascono nuove idee, pratiche e competenze fondamentali per la costruzione di una società fondata sulla condivisione delle decisioni, sull'empatia e sulla responsabilità.

Convinti dell'importanza di educare e preparare studenti e giovani a essere membri attivi dei processi partecipativi, abbiamo realizzato il pro-

getto HEIs as Innovative Triggers of Sustainable Development in European Cities in Post Covid-19 Era (HEIsCITI, Erasmus+ Project).

L'obiettivo di HEIsCITI è stato quello di favorire la cooperazione tra università, autorità locali e cittadini, nonché di rafforzare il ruolo delle università e degli studenti nello sviluppo urbano. Un altro aspetto fondamentale del progetto è stato lo sviluppo di strumenti efficaci per elaborare soluzioni per gli spazi urbani trascurati e per stimolare la vita sociale e i legami indeboliti dalla pandemia di Covid-19.

Il progetto HEIsCITI ha prodotto tre documenti, tra cui questo Manuale. Insieme alla Metodologia per un corso universitario intitolato "Participation Management: Tools for Citizen Engagement and Community Empowerment" e a "Active Participation Tools: A Handbook for Civic Engagement Facilitators", esso costituisce un insieme di materiali che facilitano la conduzione di processi partecipativi e l'educazione in questo ambito.

Gli strumenti per favorire la partecipazione, così come gli scenari di lezioni e workshop presentati nel Manuale, intendono ispirare gli ambienti accademici e scolastici a creare percorsi formativi dedicati a questo tema.

NEL MANUALE PRESENTIAMO:

- / **STRUMENTI SELEZIONATI A SUPPORTO DELL'ATTUAZIONE DI PROGETTI PARTECIPATIVI,**
- / **SCENARI DI LEZIONI INTRODUTTIVE SULLA PARTECIPAZIONE (ALLEGATO N. 1),**
- / **SCENARI PER WORKSHOP PARTECIPATIVI DEDICATI ALLE SFIDE AFFRONTATE DALLE COMUNITÀ NELL'ERA POST-COVID-19, CHE POSSONO ESSERE SVOLTI NELL'AMBITO DI DIVERSI CORSI EDUCATIVI (ALLEGATO N. 2),**
- / **DESCRIZIONI DI BUONE PRATICHE – PROCESSI PARTECIPATIVI REALIZZATI IN ITALIA, CROAZIA E VIETNAM (ALLEGATO N. 3).**




GLI STRUMENTI

Gli strumenti sono stati testati nell'ambito del progetto HEIsCITI attraverso processi partecipativi pilota condotti nel 2024 in tre paesi: Polonia, Lituania e Germania.

Tali processi si sono svolti come parte di corsi universitari presso tre atenei: Hochschule der Medien (Germania), Mykolas Romeris University (Lituania) e WSB University (Polonia).

I processi si sono sviluppati nell'arco di un semestre accademico e si sono articolati in due fasi: lezioni introduttive, dedicate agli aspetti teorici del processo partecipativo e workshop pratici, finalizzati alla sperimentazione diretta delle metodologie.

Le lezioni introduttive sulla partecipazione sono state tenute, nell'ambito dei corsi universitari, da docenti delle università sopra citate



e da professionisti della cooperativa sociale LAMA (Italia) e della Rijeka Development Agency Porin (Croazia).

I workshop sono stati moderati dal personale universitario e si sono basati su due metodologie principali: Design Thinking e Problem-Based Learning.

I team di progetto erano composti da studenti che hanno lavorato su sfide individuate nei propri contesti locali, concentrandosi su spazi urbani specifici considerati degradati o sotto-utilizzati, situati in tre città: Cieszyn (Polonia), Stoccarda (Germania) e Joniskis (Lituania).

Gli scenari delle lezioni introduttive sono stati sviluppati nell'ambito del progetto HEIsCITI da rappresentanti delle università e da professionisti, e successivamente sperimentati con gruppi di studenti provenienti da Germania, Lituania e Polonia.

Queste lezioni rappresentano un ottimo punto di partenza: permettono ai partecipanti di conoscere principi, metodi e buone pratiche della partecipazione, di comprendere gli obiettivi del processo, di rafforzare il lavoro di gruppo e di acquisire familiarità con gli strumenti partecipativi presentati nel capitolo successivo.

1. „Il coinvolgimento dei cittadini nello sviluppo dei comuni e delle città”



La lezione affronta i principi fondamentali della partecipazione dei cittadini ai processi decisionali a livello locale.

La lezione introduce il concetto di attività partecipative e il loro ruolo nel sostenere la società civile.

La riqualificazione di aree abbandonate — uno degli esempi più comuni di interventi che richiedono il coinvolgimento della comunità locale — funge da cornice per analizzare diversi processi, metodi e strumenti partecipativi.

Un'attenzione particolare è dedicata: alla diagnosi dei problemi attraverso differenti metodi partecipativi, al coinvolgimento di vari gruppi di stakeholder, alla comunicazione efficace, calibrata in base alle esigenze dei diversi interlocutori.

2. „La partecipazione per il coinvolgimento pubblico”



Questa lezione spiega l'importanza della partecipazione pubblica come strumento per il coinvolgimento civico.

Vengono presentati diversi modelli di partecipazione, con un approfondimento sui loro principi, sulle applicazioni pratiche e sugli aspetti sociologici e politici della partecipazione dei cittadini ai processi decisionali.

La lezione include l'analisi di alcuni modelli di riferimento internazionali, tra cui: la scala della partecipazione di Arnstein, la scala di Hart, i livelli di partecipazione di Treseder, e i percorsi verso la partecipazione di Shier, insieme ad altri modelli riconosciuti.

Attraverso l'analisi di casi di studio (o mediante un gioco educativo), i partecipanti imparano a riconoscere il livello di partecipazione presente in diverse situazioni concrete.

3. „Oltre gli schemi: i primi passi verso il successo”



Si tratta di una panoramica dei principali approcci e metodi utilizzati nei processi di innovazione, con particolare attenzione al Design Thinking, soprattutto nelle fasi di esplorazione dei problemi e di comprensione dei destinatari.

La lezione presenta i principi fondamentali dell'innovazione aperta (open innovation) e sottolinea l'importanza di formulare le sfide in modo preciso e trasparente, ponendo l'accento sulla scoperta e la verifica dei bisogni reali degli utenti.

Vengono inoltre illustrate le metodologie di ricerca che supportano un'esplorazione efficace dei bisogni, favorendo un approccio più consapevole e mirato all'innovazione.

4. „Metodi partecipativi innovativi nell'era post-COVID”



Questa lezione illustra l'importanza della partecipazione pubblica come strumento di coinvolgimento civico. Presenta diversi modelli di partecipazione, analizzandone i principi teorici e le applicazioni pratiche, oltre agli aspetti sociologici e politici che caratterizzano il coinvolgimento dei cittadini nei processi decisionali. La lezione include i principali modelli riconosciuti a livello internazionale, tra cui: la scala della partecipazione di Arnstein, la scala di Hart, i livelli di partecipazione di Treseder, e i percorsi verso la partecipazione di Shier, oltre ad altri schemi di riferimento. Attraverso l'analisi di casi di studio (o l'utilizzo di un gioco educativo), i partecipanti imparano a riconoscere e valutare il livello di partecipazione in situazioni specifiche, sviluppando una comprensione più profonda delle dinamiche di coinvolgimento civico.

5. „La partecipazione in pratica – casi di studio, strumenti e metodi”



Una presentazione di un caso di studio selezionato, che consente ai partecipanti di conoscere una serie di strumenti efficaci nei processi partecipativi. Questo tipo di lezione offre anche l'opportunità di interagire con un esperto di partecipazione, discutere le difficoltà potenziali, collaborare con diversi stakeholder, definire le sfide di progetto, condurre attività di ricerca, mappare gli stakeholder e individuare sfide e opportunità. La lezione fornisce inoltre consigli pratici su come: condurre workshop utilizzando la tecnica del World Café, preparare presentazioni di soluzioni progettuali, e sviluppare una strategia di comunicazione del processo.

Ogni lezione è un invito al dialogo, alla collaborazione e all'esplorazione di percorsi che conducono a processi efficaci e concreti.

I singoli schemi delle lezioni sono riportati nell'Allegato n. 1.

ALCUNI SUGGERIMENTI PER TENERE UNA LEZIONE EFFICACE

- 1.** È utile iniziare mappando le conoscenze dei partecipanti, chiedendo loro cosa associano alla partecipazione civica, quali esperienze hanno vissuto e quali aspettative nutrono.
- 2.** Gli elementi interattivi sono molto stimolanti – una breve sessione di brainstorming, una votazione online, una mappa concettuale o un quiz coinvolgono il gruppo e rendono l'avvio della lezione più dinamico.
- 3.** I casi di studio possono fungere da filo narrativo principale – mostrando esempi concreti, è più facile favorire la comprensione e stimolare la discussione.
- 4.** È consigliabile incoraggiare la riflessione e la condivisione delle esperienze personali – ogni partecipante porta con sé un contributo prezioso per il gruppo.
- 5.** La lezione può concludersi con domande aperte – esse stimolano ulteriori riflessioni e azioni, introducendo in modo naturale la fase del workshop successivo.

GLI SCENARI DEI WORKSHOP

Gli scenari dei workshop (Allegato n. 2), che accompagnano il Manuale, si basano sulle esperienze maturate nei processi pilota e utilizzano gli strumenti raccomandati nel Manuale stesso. Sono pronti per essere applicati e possono essere impiegati sia a scopi educativi – in università e scuole – sia da istituzioni, organizzazioni e amministrazioni locali che intendono avviare processi partecipativi nelle proprie comunità.

Il programma del corso è stato modellato sulle esperienze dei partner del progetto: LAMA Società Cooperativa – Impresa Sociale (Italia), Rijeka Development Agency Porin (Croazia), University of Da Nang (Vietnam). I partner hanno contribuito con competenze, conoscenze e kit di strumenti, successivamente testati all'interno del progetto HEIsCITI.

Sono inoltre presentate buone pratiche che possono ispirare e arricchire corsi e workshop partecipativi realizzati in altre parti del mondo. Queste esperienze virtuose permettono di trasferire la teoria nel contesto dell'azione reale, offrendo spunti stimolanti ma anche mettendo in luce le sfide e i limiti legati all'attuazione concreta della partecipazione.

Esempi significativi provenienti da Italia, Croazia e Vietnam sono inclusi nell'Allegato n. 3.

Gli strumenti e gli scenari presentati tengono conto delle specificità dei diversi gruppi target e delle differenti situazioni, consentendo una flessibile adattabilità alle esigenze locali e alle varie sfide che emergono in contesti di tutto il mondo.

Crediamo che la collaborazione, l'apertura verso prospettive diverse – comprese quelle dei giovani – e l'uso di strumenti partecipativi innovativi rappresentino la via per generare un cambiamento reale, in particolare nelle aree svantaggiate che richiedono interventi mirati e in quelle che necessitano di ricostruire relazioni sociali nell'era post-COVID.

STRUMENTI SELEZIONATI A SUPPORTO DELL'ATTUAZIONE DI PROGETTI PARTECIPATIVI



I processi partecipativi contemporanei richiedono non solo il coinvolgimento di diversi gruppi sociali, ma anche l'utilizzo di metodologie di lavoro adeguate che favoriscano la co-creazione di soluzioni, la creatività e il pensiero critico.

Le metodologie partecipative comprendono non solo le azioni intraprese dalla comunità locale, ma anche l'analisi e la valutazione della situazione e dei contesti circostanti, oltre alla definizione di strategie per avviare e sostenere il cambiamento sociale.

Esistono diversi modi per partecipare a processi di questo tipo. Due approcci particolarmente efficaci e sempre più diffusi sono: il Design Thinking (DT) e l'apprendimento basato sui problemi (Problem-Based Learning – PBL).

Entrambi promuovono l'apprendimento attivo e la collaborazione, ma le loro applicazioni nell'ambito della partecipazione civica differiscono per finalità, processo e risultati attesi.

DESIGN THINKING

Il Design Thinking è un metodo di lavoro che combina creatività, empatia e approccio analitico alla risoluzione dei problemi. Nato nell'ambito del design, deve la sua efficacia alla versatilità, che ne consente l'applicazione in diversi settori: impresa, istruzione, pubblica amministrazione e ambito sociale. È particolarmente utile nella creazione di soluzioni innovative e nella gestione di problemi complessi e ambigui (wicked problems). Il metodo pone al centro l'utente, cercando soluzioni che rispondano realmente ai suoi bisogni. Una caratteristica fondamentale del processo è la costante adattabilità alle esigenze umane in evoluzione e la ricerca continua di nuove opportunità.

IL DESIGN THINKING SI BASA SUI SEGUENTI PRINCIPI:

- » **Centralità dell'utente:**
l'obiettivo principale è creare soluzioni che rispondano a bisogni reali e concreti delle persone.
- » **Collaborazione di gruppo:**
il processo coinvolge persone con competenze e prospettive diverse, favorendo la generazione di idee creative e multidisciplinari.
- » **Prototipazione e iterazione:**
la sperimentazione e il miglioramento progressivo delle idee consentono di verificare rapidamente come gli utenti percepiscono e valutano il progetto.
- » **Flessibilità:**
il metodo può essere applicato sia a piccoli progetti che a sfide complesse, adattandosi facilmente a contesti e obiettivi differenti.



LE FASI DEL PROCESSO DI DESIGN THINKING

Empatia

In questa fase si cerca di comprendere i bisogni, le emozioni e le aspettative degli utenti.

Si utilizzano metodi etnografici e tecniche di ricerca qualitativa e quantitativa (osservazioni, interviste, questionari, analisi dei dati) per mettersi nei panni dell'utente e percepire la realtà dalla sua prospettiva.

Generazione di idee

È la fase di brainstorming, in cui i partecipanti generano soluzioni utilizzando metodi euristici e creativi. È fondamentale mantenere un atteggiamento aperto e non giudicante, evitando di criticare le idee nelle fasi iniziali, per favorire la libera esplorazione di possibilità.

Test

In questa fase i prototipi vengono testati dagli utenti. Le opinioni, i commenti e i suggerimenti raccolti servono per correggere e perfezionare la soluzione, rendendola più efficace e aderente ai bisogni reali.

Definizione del problema

Sulla base delle informazioni raccolte, viene formulato un problema o una sfida specifica da affrontare. Questa formulazione deve riflettere i bisogni reali degli utenti e orientare l'intero processo verso obiettivi concreti e pertinenti.

Prototipazione

Consiste nel realizzare modelli rapidi e semplificati delle idee selezionate: schizzi, mock-up, storyboard o simulazioni (role-play). I prototipi consentono di visualizzare concretamente la soluzione ipotizzata e di comprendere come potrebbe funzionare nella pratica, facilitando ulteriori miglioramenti.

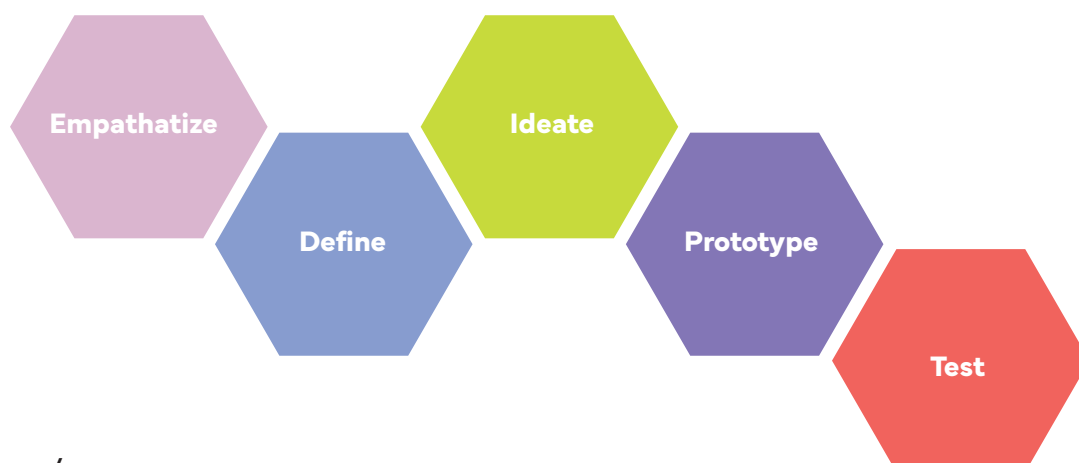


FIG. 1 / STANFORD DESIGN THINKING PROCESS

Apprendimento basato sui problemi

(Problem-based Learning - PBL):

Il Problem-Based Learning (PBL) è un metodo in cui il processo di apprendimento si concentra sulla risoluzione di problemi reali e complessi. Si tratta di un approccio “learning by doing”, che non solo trasmette conoscenze, ma sviluppa anche competenze chiave per il lavoro in team interdisciplinari.

»» Apprendimento basato sul problema:

I partecipanti (studenti) iniziano analizzando un problema concreto, tratto dal mondo reale, e successivamente acquisiscono le conoscenze e le competenze necessarie per affrontarlo e risolverlo.

»» Apprendimento di gruppo:

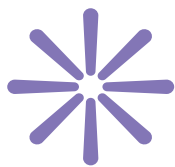
Il lavoro in piccoli gruppi favorisce lo scambio di conoscenze, lo sviluppo delle abilità comunicative e la collaborazione tra i membri del team.

»» Ruolo del facilitatore:

Il docente assume il ruolo di facilitatore del processo di apprendimento, ponendo domande, stimolando la riflessione e motivando gli studenti senza fornire soluzioni preconfezionate.

L'apprendimento basato sui problemi (Problem-Based Learning) rappresenta un approccio educativo più ampio e strutturato, particolarmente adatto a processi che richiedono di affrontare problemi complessi nell'arco di periodi di tempo più lunghi.





FASI DEL PROCESSO DI PROBLEM-BASED LEARNING (PBL)

PRESENTAZIONE DEL PROBLEMA (PROBLEM PRESENTATION):

Ai partecipanti viene presentato un problema reale che necessita di una soluzione. Il problema deve essere complesso, aperto e richiedere un approccio interdisciplinare, in modo da stimolare l'analisi critica e la collaborazione tra persone con competenze diverse.

ANALISI DEL PROBLEMA (PROBLEM ANALYSIS):

Gli studenti definiscono ciò che già sanno, ciò che devono ancora apprendere e quali passi devono intraprendere per trovare una soluzione efficace. Questa fase incoraggia l'autovalutazione e la pianificazione autonoma dell'apprendimento.

APPRENDIMENTO INDIPENDENTE (INDEPENDENT LEARNING):

I partecipanti ricercano informazioni, approfondiscono le questioni emerse e acquisiscono conoscenze da fonti diverse (testi, dati, interviste, osservazioni, esperti, ecc.). È il momento dell'esplorazione autonoma e del consolidamento delle competenze.

RISOLUZIONE DEL PROBLEMA (PROBLEM SOLVING):

Sulla base delle conoscenze acquisite, i gruppi di lavoro sviluppano e presentano una soluzione al problema proposto. Questa fase mette in pratica la collaborazione, la sintesi delle informazioni e la creatività progettuale.

RIFLESSIONE E VALUTAZIONE (REFLECTION AND DEBRIEFING):

Al termine del progetto, il gruppo riflette sui processi di apprendimento e sui risultati raggiunti. Questa fase di debriefing serve a consolidare ciò che è stato appreso, a individuare punti di forza e aree di miglioramento, e a trasformare l'esperienza in conoscenza condivisa.

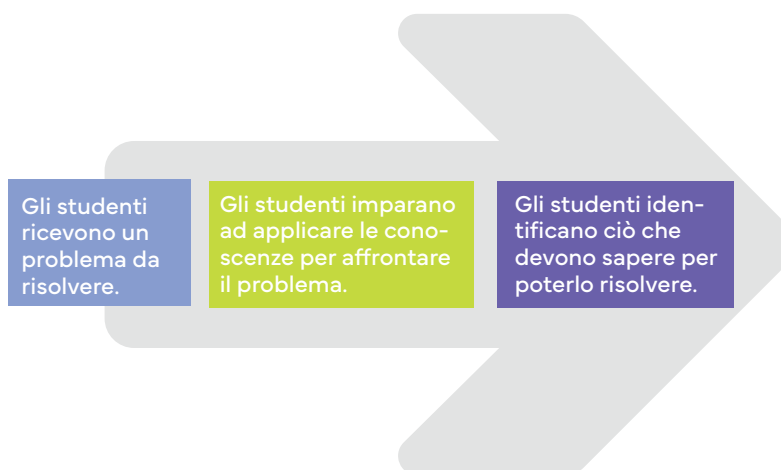


FIG. 2 / DIAGRAMMA DEL PROCESSO DI APPRENDIMENTO BASATO SUI PROBLEMI (PROBLEM-BASED LEARNING)

QUANDO È MEGLIO UTILIZZARE IL DESIGN THINKING?

Il Design Thinking (DT) è particolarmente utile nelle seguenti situazioni:

- » Quando è necessario comprendere i bisogni di una comunità, individuando le motivazioni, le aspettative e le difficoltà delle persone coinvolte,
- » Quando si vogliono generare soluzioni a problemi identificati dalla comunità stessa, ad esempio nella progettazione di spazi pubblici, di servizi collettivi o di attività sociali,
- » Quando è importante includere prospettive diverse, considerando persone di età, formazione, provenienza o genere differenti, per costruire soluzioni più inclusive,
- » Quando serve testare rapidamente idee e prototipi, verificandone la fattibilità e raccogliendo feedback utili al miglioramento.

QUANDO VALE LA PENA UTILIZZARE IL PROBLEM-BASED LEARNING

L'impiego del Problem-Based Learning nei processi partecipativi è particolarmente prezioso quando:

- » Si vuole condurre un'analisi approfondita di problemi locali complessi, che richiedono tempo, ricerca e collaborazione continuativa,
- » Si punta a creare conoscenza condivisa e a sviluppare un approccio comune tra i cittadini, fondato su sfide reali e sul confronto collettivo.

Tabella 1:

Differenze tra Design Thinking e Problem-based Learning nella partecipazione:

Criterio	Apprendimento basato sui problemi (Problem-Based Learning)	Design Thinking
Obiettivo	Comprendere e analizzare il problema	Generare e testare soluzioni
Stile di lavoro	Riflessivo, investigativo	Creativo, iterativo
Ruolo dei partecipanti	Ricercatori, analisti del problema	Progettisti di soluzioni
Competenze principali	Pensiero critico, analisi, collaborazione	Empatia, creatività, sperimentazione
Durata del processo	Processo di medio o lungo termine	Può essere applicato anche in un workshop breve

ENTRAMBI I METODI RICHIEDONO TEMPO E IMPEGNO. NON DOVREBBERO ESSERE UTILIZZATI QUANDO:

- » non c'è tempo sufficiente per sviluppare il processo – entrambi i metodi richiedono numerosi incontri, momenti di iterazione, fasi di test e presentazioni dei risultati,
- » i partecipanti non sono motivati a impegnarsi nel lungo periodo,
- » il problema è già stato risolto in precedenza, rendendo inutile il percorso di esplorazione;,,
- » gli organizzatori del processo non sono pronti a implementare i risultati – la mancanza di passi successivi scoraggia la partecipazione.

Entrambi i metodi possono però completarsi a vicenda: i partecipanti possono iniziare esplorando il problema attraverso il PBL e successivamente utilizzare il Design Thinking per sviluppare e testare le soluzioni. Il facilitatore svolge un ruolo chiave in entrambi i processi: accompagna i partecipanti nelle diverse fasi, supportandoli nell'analisi del problema, nella ricerca di informazioni, nelle attività di indagine e nello sviluppo delle soluzioni.

COMPETENZE NECESSARIE PER CONDURRE PROCESSI DI DESIGN THINKING (DT) E PROBLEM-BASED LEARNING (PBL)

Per il Design Thinking (DT):

- » Conoscenza delle fasi del metodo,
- » Capacità di condurre interviste, osservare e sintetizzare le informazioni raccolte,
- » Conoscenza delle tecniche di generazione di idee – ad esempio *ideation techniques*, *brainstorming*, *mind mapping*,
- » Capacità di lavorare con prototipi, testarli e rispondere rapidamente ai feedback ricevuti,
- » Abilità nell'utilizzo del visual thinking e dello storytelling come strumenti di comunicazione e progettazione.

Per il Problem-Based Learning (PBL):

- » Capacità di moderare un processo di gruppo basato sull'analisi dei problemi,
- » Conoscenza della metodologia PBL e delle sue fasi di apprendimento;
- » Abilità nel creare un clima di scoperta condivisa e di cooperazione tra i partecipanti;
- » Capacità di progettare esercizi che stimolino l'analisi e l'esplorazione, come la mappatura dei problemi o l'analisi dei dati.

Entrambi i metodi presentati possiedono insiemi di strumenti distintivi. Nell'ambito del progetto HEIsCITI, sono stati selezionati quelli più efficaci per affrontare le sfide legate agli spazi urbani trascurati. Tali strumenti sono stati testati e verificati in termini di utilità ed efficacia nei percorsi di apprendimento degli studenti.

Essi derivano da un insieme di strumenti utilizzati nelle metodologie DT e PBL, oltre che da esperienze di processi partecipativi realizzati dai partner in Italia, Croazia e Vietnam.

Ciascuno di questi strumenti contribuisce a coinvolgere gli stakeholder nei processi di trasformazione degli spazi urbani; favorire la collaborazione efficace all'interno dei gruppi di lavoro;

Attivare gli utenti e renderli parte attiva del processo; sviluppare soluzioni ottimali e su misura per i bisogni reali delle comunità; rafforzare il senso di responsabilità condivisa nei confronti delle sfide e delle soluzioni individuate.

GLI STRUMENTI SELEZIONATI SONO:

- / **Flessibili** — possono essere adattati alle esigenze locali e a diverse tipologie di sfide.
- / **Diversificati** — si prestano a essere utilizzati con pubblici differenti.
- / **Pratici** — sono stati selezionati sulla base di processi pilota e test che hanno coinvolto studenti, docenti universitari, funzionari delle amministrazioni locali e organizzazioni non governative.

STORYTELLING



Lo storytelling è un metodo per raccogliere e analizzare storie, ricordi ed esperienze locali dei residenti.

Consente di comprendere in modo più profondo il contesto culturale, emotivo e sociale di un luogo rispetto a quanto sia possibile con statistiche e “dati oggettivi”.

Sfruttare la forza del racconto permette non solo di comprendere meglio i bisogni dei cittadini, ma anche di progettare soluzioni che abbiano valore per loro.

Lo storytelling può essere realizzato attraverso interviste individuali, discussioni di gruppo o workshop partecipativi.

I partecipanti condividono esperienze personali legate a un luogo specifico, e queste narrazioni possono essere documentate sotto forma di registrazioni audio o video, trascrizioni oppure mappe di storie (*story maps*).

STORYTELLING:

- » Coinvolge le emozioni,
- » Dona ai progetti una dimensione più umana,
- » Facilita la comprensione dei valori e dei bisogni di una determinata comunità,
- » Valorizza le conoscenze di persone appartenenti a diverse generazioni e gruppi sociali, inclusi quelli più marginalizzati (ad esempio gli anziani),
- » Rafforza il senso di comunità.

LIMITI DELLO STORYTELLING:

- » Possono emergere difficoltà nell'analisi della ricezione delle storie,
- » Richiede una buona moderazione del processo e la costruzione di fiducia con i partecipanti,
- » Potrebbe non essere adatto a progetti "rapidi", che non lasciano spazio alla riflessione e al racconto personale.

CONSIGLI:

- » Combina lo storytelling con la creazione di personas o di mappe spaziali,
- » Le storie aiutano ad arricchire i dati con emozioni ed esperienze reali,
- » Documenta e visualizza le storie raccolte,
- » Ricorda di verificare se una storia può essere citata o pubblicata, nel rispetto della privacy e del consenso dei partecipanti

COME UTILIZZARE LO STORYTELLING?

1. Inizia definendo il tema della storia – di cosa parla? Qual è il suo nucleo narrativo?
2. Stabilisci perché vuoi raccontarla – quale cambiamento vuoi innescare? Quale azione, riflessione o emozione desideri suscitare nel tuo pubblico?
3. Identifica il pubblico di riferimento – a chi ti rivolgi? Quali sono i loro bisogni, valori e preoccupazioni?
4. Analizza lo stato d'animo del pubblico prima di ascoltare la storia – annota cosa sa, cosa pensa o cosa prova. Quali atteggiamenti o conoscenze possiede già?
5. Progetta la struttura della storia, ad esempio:
 - » Introduzione: presentazione del contesto, del protagonista e del problema;
 - » Punto di svolta: accade qualcosa, emerge una sfida;
 - » Sviluppo: azioni, difficoltà, decisioni;
 - » Conclusione: risoluzione, riflessione o trasformazione finale.
 - » Infine, valuta lo stato del pubblico dopo aver ascoltato la storia:
Annota cosa è cambiato – cosa ha compreso, ricordato, sentito o fatto dopo aver ascoltato il racconto.

I facilitatori di processo possono anche creare essi stessi storie coinvolgenti. Uno degli strumenti principali per pianificare e strutturare i racconti è il canvas dello storytelling. Questo strumento viene utilizzato per progettare e realizzare storie efficaci, aiutando a costruire messaggi chiari, coerenti e memorabili. Per utilizzarlo, si inizia definendo il tema della storia, il suo obiettivo e il pubblico di riferimento.

Il canvas consente inoltre di osservare cosa il pubblico pensa, sente o sa prima di entrare in contatto con la storia, e quali elementi dovrebbe portare con sé dopo averla ascoltata.

SITOGRAFIA

- » <https://participatorystory.wordpress.com/participatory-storytelling/>
- » <https://www.youtube.com/watch?v=zrts348lcqk>
- » <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11528-006-0072-7.pdf>
- » https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/90764/ssoar-ejmi-2023-2-vivek_et_al-Storytelling_As_a_Qualitative_Approach.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- » <https://scholar.sun.ac.za/server/api/core/bitstreams/04a680e3-66bc-4927-b627-b9be381dd2e7/content>
- » <https://www.open-access.bcu.ac.uk/5651/7/IJPM%20SEAM%2012-3%202017%20%202.%20Structuring%20%20%20Storytelling%2C%20ME%2C%20GH.pdf>

1 / ARGOMENTO DELLA STORIA

QUAL È L'ARGOMENTO PRINCIPALE DELLA TUA STORIA?

2 / OBIETTIVO

COSA VUOI OTTENERE? QUALE CAMBIAMENTO VUOI CREARE NEL TUO PUBBLICO?

3 / PUBBLICO TARGET

CHI SONO I DESTINATARI DELLA TUA STORIA?
COSA CONTA PER LORO?

4 / PRIMA DELLA STORIA

COSA CONOSCE, SENTE O PENSA IL TUO PUBBLICO PRIMA DI ASCOLTARE LA TUA STORIA?

5 / SCOPO

NARRAZIONE PRINCIPALE (STRUTTURA DELLA STORIA):

INIZIO » CONTESTO, PERSONAGGIO, SITUAZIONE
PUNTO DI SVOLTA » PROBLEMA, SFIDA, CAMBIAMENTO
SVILUPPO » AZIONI, EMOZIONI, DECISIONI
FINE » SOLUZIONE, TRASFORMAZIONE, COSA PORTO VIA

6 / DOPO LA STORIA

IL PUBBLICO, COSA DOVREBBE CAPIRE, SENTIRE O RICORDARE DOPO AVER FATTO QUESTA ESPERIENZA?

MAPPA DEGLI STAKEHOLDERS



Una mappa degli stakeholder è uno strumento che consente di identificare le persone, i gruppi e le organizzazioni che influenzano o sono influenzati da un determinato progetto, sia in modo diretto che indiretto. La mappa permette di visualizzare la forza delle relazioni e il livello di coinvolgimento dei singoli individui, gruppi o istituzioni nel progetto.

Attraverso l'analisi dell'influenza e del grado di partecipazione, è possibile progettare meglio le attività di comunicazione, prevenire conflitti e rafforzare la collaborazione all'interno del processo progettuale.

La creazione di una mappa inizia con l'identificazione degli stakeholder chiave, come ad esempio residenti, istituzioni pubbliche, organizzazioni non governative e imprese. Successivamente, essi vengono raggruppati in base alla loro influenza e al loro livello di coinvolgimento: dai soggetti cruciali per il progetto a quelli che ne sono semplicemente destinatari.

APPLICAZIONE:

- » Per identificare potenziali partner di progetto, alleati o oppositori,
- » Per preparare consultazioni pubbliche,
- » Per pianificare una strategia di comunicazione efficace,
- » Per prevenire la marginalizzazione di gruppi svantaggiati (ad esempio migranti, bambini, persone con disabilità).

VANTAGGI:

- » Facilita la pianificazione delle attività partecipative,
- » Aiuta a prevedere e gestire i conflitti,
- » Offre una visione più completa dell'“ecosistema sociale” di riferimento,
- » Aumenta la trasparenza e l'efficacia delle azioni di progetto.

LIMITAZIONI DELLO STRUMENTO:

- » Può semplificare eccessivamente relazioni sociali complesse,
- » Può risultare parziale o distorta se viene elaborata esclusivamente da un unico gruppo di stakeholder,
- » Richiede aggiornamenti periodici per mantenere la sua efficacia e rilevanza.

VALE LA PENA:

- » Integrare la mappa con dati provenienti da interviste o workshop con gli stakeholder,
- » Utilizzare strumenti digitali per creare mappe interattive e aggiornabili,
- » Affiancare una mappa delle relazioni tra stakeholder, utile per identificare collaborazioni esistenti o potenziali conflitti.

COME UTILIZZARE UNA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER?

1. Definire l'obiettivo del progetto - Specifica di cosa si occupa il progetto e quale impatto può avere sui diversi gruppi coinvolti.

2. Identificare gli stakeholder - Elenca le persone, i gruppi e le organizzazioni che:

- » possono influenzare il progetto,
- » possono essere influenzati dalle sue azioni,
- » possiedono conoscenze, risorse o voce in capitolo nell'ambito considerato.

3. Valutare l'influenza e il livello di coinvolgimento - Per ciascuno stakeholder, determina:

- » Quanto influisce sul progetto (es. alto, medio, basso)
- » Qual è il suo livello di partecipazione (es. attivo, moderato, passivo)

4. Posizionare gli stakeholder sulla mappa - Utilizza cerchi concentrici per visualizzare il grado di coinvolgimento:

- » inserisci al centro gli stakeholder più strettamente legati al progetto,
- » colloca nei cerchi successivi quelli meno coinvolti ma comunque rilevanti.

5. Aggiorna la mappa durante lo svolgimento del progetto

- » Monitora i cambiamenti nel livello di influenza e di coinvolgimento degli stakeholder, aggiornando la mappa in base all'evoluzione del contesto e delle relazioni.

6. Sulla base della mappa:

- » Individua lacune e potenziali rischi, ad esempio l'assenza di rappresentanza di gruppi importanti,
- » Pianifica incontri, consultazioni e campagne informative per rafforzare la partecipazione e garantire un processo inclusivo e trasparente.

SITOGRAFIA

- » https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35090954/StakeholderMapExcerpt-libre.pdf?1413080346=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DKettunen_J_2014_The_stakeholder_map_in_h.pdf&Expires=1744627021&Signature=W50hVHq75Xb7gwrMgGk7EwtOMB6k1i-vY9j5fulPVruYag6WNR3-hCIBWiH-sEOX~KN9mmJrJijiTE~Wi3vuk-Asg~l2j6uhXcauA8jnEI4KcDp7GoAjU8wl~ytUl-8wABtLEkagshSabx8nTmHSGzUU-L3Aar1UMKZAhpXMiT3uxc554vofwIO223h8ln4z8daLRpDIIHIUh3jdLmmp3qkV8LtvP4X0eG9cHXpoJY5czGKt8F3YsrYIldi-P56aqTm1C2syYI4uv4XNQrkOg-NYyDgb4INUX4J1J7X-ZaPSilCEXJd8-m2sbCWb-BoNvMAjsPPfxsojxSW90pzpgYe~PQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- » <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/20/8625>
- » <https://www.mdpi.com/1996-1073/15/4/1592>
- » <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212041617304989>

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER.

Una mappa degli stakeholder è uno strumento che visualizza la forza delle relazioni e il livello di coinvolgimento di vari individui, gruppi e istituzioni in un progetto.

Più uno stakeholder è vicino al centro, più forte e diretta è la sua influenza sul progetto, e viceversa.



CERCHIO 1

PARTNERS CHIAVE:

ELENCA QUI I PARTNER PIÙ IMPORTANTI DEL PROGETTO, DIRETTAMENTE COINVOLTI NELLA SUA ESECUZIONE: DECISORI, IMPLEMENTATORI, ORGANIZZATORI DEL PROGETTO E BENEFICIARI.



CERCHIO 2

PARTICIPANTI ATTIVI:

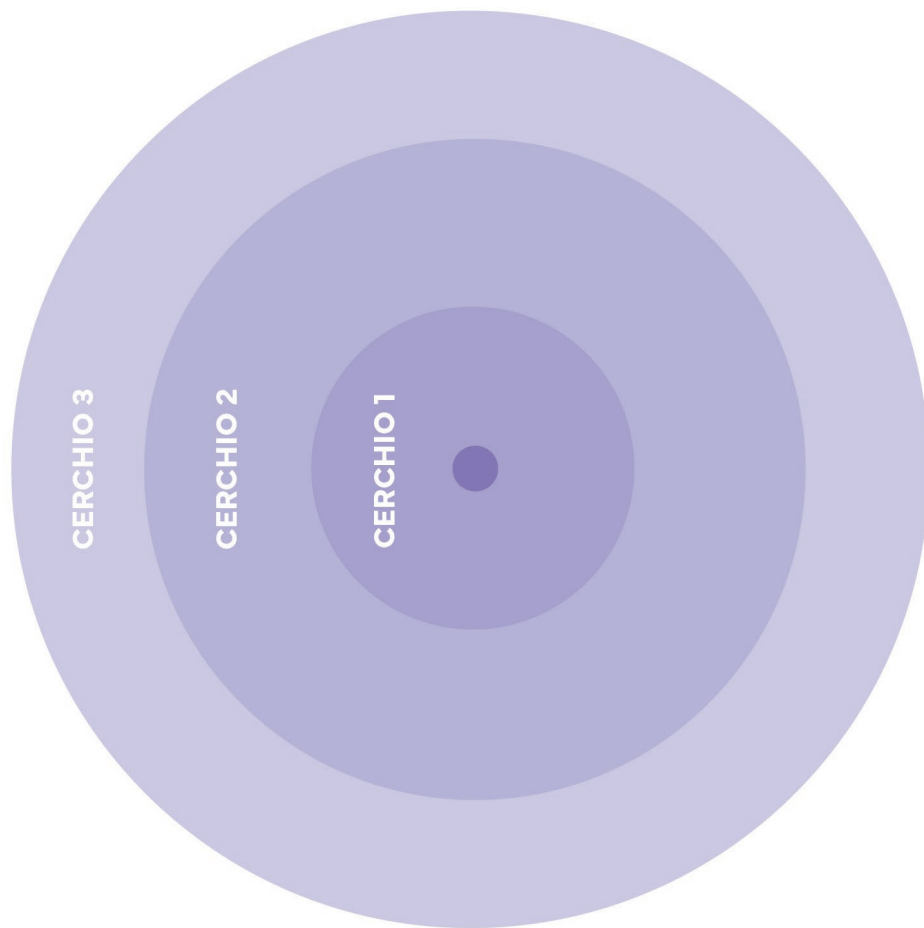
ELENCA QUI I PARTNER CHE SOSTENGONO L'IMPLEMENTAZIONE DEL PROGETTO, CHE HANNO ACCESSO ALLE INFORMAZIONI, CHE PARTECIPANO ALL'ESECUZIONE, MA CHE SONO VAGAMENTE COLLEGATI AL PROGETTO.



CERCHIO 3

OSSERVATORI / AMBIENTE:

QUI, ELENCA I PARTNER INTERESSATI AL RISULTATO MA NON COINVOLTI OPERATIVAMENTE, COLORO CHE È UTILE INFORMARE ED EVENTUALMENTE CONSULTARE IN MERITO AL PROGETTO.



Questo strumento, utilizzato nei processi di progettazione, pianificazione urbana e rigenerazione, aiuta a visualizzare e analizzare le connessioni tra i vari elementi di un processo e lo spazio in cui esso si svolge.

Raccogliendo e rappresentando le informazioni in relazione a uno spazio fisico specifico – ad esempio un quartiere, un complesso residenziale, un edificio o una piazza – è possibile identificare le aree chiave di intervento. La mappatura spaziale consente di comprendere come le persone percepiscono uno spazio, come lo utilizzano e quali bisogni o problemi vi associano.

Questo approccio facilita la comprensione delle interconnessioni complesse presenti all'interno di un ambiente urbano, permettendo di prendere decisioni di progettazione più consapevoli e mirate.



MAPPATURA DELLO SPAZIO

IL PROCESSO PUÒ INCLUDERE:

- » Disegno manuale di mappe da parte degli utenti dello spazio (es. "come mi muovo nel quartiere"),
- » Passeggiate di ricerca (research walks),
- » Sovrapposizione di dati su mappe digitali,
- » Analisi delle funzioni dei luoghi, come spazi di incontro, aree commerciali o zone degradate.

APPLICAZIONI:

- » Pianificazione spaziale, ad esempio modifiche ai sistemi di traffico,
- » Rigenerazione urbana, attraverso l'individuazione di "punti ciechi" o spazi inutilizzati,
- » Identificazione di punti critici (hot spots), come aree rumorose o percepite come pericolose,
- » Creazione partecipata di nuove funzioni spaziali.

VANTAGGI:

- » Mostra l'uso reale dello spazio da parte dei cittadini,
- » Facilita la visualizzazione di dati qualitativi,
- » Coinvolge i residenti come esperti conoscitori del territorio,
- » Aiuta a progettare soluzioni aderenti ai bisogni reali della comunità.

LIMITAZIONI DELLO STRUMENTO:

- » Può richiedere una formazione tecnica per l'utilizzo di alcuni strumenti specifici,
- » Può essere dispendioso in termini di tempo, soprattutto quando si analizzano dati provenienti da aree molto estese,
- » Non tiene conto degli aspetti intangibili o invisibili, come emozioni, ricordi o percezioni soggettive.

VALE LA PENA:

- » Organizzare sessioni di mappatura collettiva per favorire la comprensione condivisa delle problematiche da parte della comunità,
- » Introdurre elementi di mappatura mentale, ad esempio individuando i luoghi in cui le persone si sentono sicure o a disagio,
- » Combinare i dati spaziali con altre fonti di informazione, come osservazioni, interviste o attività di storytelling.

COME UTILIZZARE LE MAPPE SPAZIALI?

1. Definisci l'obiettivo della mappatura

Vuoi conoscere i problemi dei residenti, identificare aree di cambiamento o raccogliere idee per riqualificare uno spazio trascurato?

2. Seleziona l'area e lo strumento - puoi utilizzare:

- » una mappa fisica stampata,,
- » un'applicazione digitale (e.g., Google My Maps, Miro, Maptionnaire),
- » un modello spaziale tridimensionale,
- » un'immagine satellitare o una ortofotomappa

3. Coinvolgi gli utenti dello spazio – Invita residenti, studenti, leader locali, anziani, bambini – sono loro che conoscono meglio il territorio.

4. Raccogli i dati – i partecipanti possono:

- » segnalare le aree problematiche (es. incroci pericolosi, mancanza di panchine),
- » indicare luoghi di valore emotivo (ricordi, storie personali),
- » proporre miglioramenti (es. nuovo parco giochi, pista ciclabile).

5. Usa una codifica cromatica – Ad esempio: rosso per i problemi, verde per gli aspetti positivi, blu per le idee.

Questo facilita l'analisi e la comunicazione dei dati.

6. Analizza e sintetizza i risultati – Cerca schemi ricorrenti: dove si concentrano i commenti? Quali gruppi condividono gli stessi bisogni? Dove dovrebbero iniziare le prime azioni?

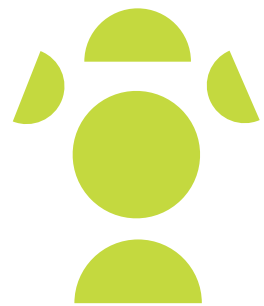
7. Implementa e comunica i risultati – Pianifica interventi, consultazioni e progetti basati sulla mappa. È buona prassi presentare i risultati ai partecipanti: questo rafforza la fiducia e il coinvolgimento nella comunità.

SITOGRAFIA:

- » <https://youtu.be/z7M7uIOsWvc>
- » <https://youtu.be/p-1FG3FmCYs>

Una “persona” è un profilo fittizio dell’utente finale di una soluzione progettata, costruito a partire da dati raccolti tramite ricerca qualitativa. Rappresenta una figura tipica che utilizzerà la soluzione, sintetizzando caratteristiche, comportamenti e bisogni comuni a un determinato gruppo di utenti reali.

Lo strumento denominato persona canvas, composto da modelli predefiniti utilizzabili durante i workshop, consente di individuare diversi aspetti della vita di una persona: motivazioni, ambizioni, abitudini, preoccupazioni e i cosiddetti “pain points” (elementi di frustrazione o difficoltà) che influenzano i suoi comportamenti. I modelli di persona aiutano a scoprire e comprendere meglio i bisogni del pubblico, identificando le aree in cui è possibile introdurre un cambiamento positivo. Il canvas contribuisce a mantenere un processo di progettazione centrato sull’utente, garantendo che le decisioni siano allineate ai bisogni reali delle persone. In ogni progetto vengono generalmente create più personas, ognuna delle quali rappresenta un gruppo di stakeholder differente, in modo da offrire una visione ampia e inclusiva del contesto di riferimento.



PERSONA

ELEMENTI DELLA PERSONA:

- » Dati demografici (età, professione),
- » Bisogni e obiettivi,
- » Comportamenti tipici,
- » Frustrazioni e preoccupazioni,
- » Relazione con lo spazio o con il servizio.

APPLICAZIONI:

- » Progettazione di servizi pubblici,
- » Progettazione di soluzioni negli spazi pubblici,
- » Ideazione di attività che tengano conto della diversità,
- » Costruzione di empatia all'interno del team di progetto.

VANTAGGI DEL MODELLO PERSONA:

- » Facilita un approccio empatico verso gli utenti,
- » Aiuta a evitare di progettare "per tutti", ovvero per nessuno,
- » Coinvolge il team e permette di avvicinarsi realmente all'esperienza dell'utente,
- » Supporta le decisioni progettuali, rendendole più mirate e fondate sui bisogni reali.

LIMITAZIONI:

- » Può portare a stereotipizzare gli utenti,
- » Una persona campione può non rappresentare appieno la ricchezza e la diversità delle esperienze umane,
- » Un'eccessiva concentrazione su una singola persona può limitare la portata innovativa della soluzione progettata.

VALE LA PENA:

- » Creare le personas basandosi su dati reali, ottenuti tramite questionari, osservazioni e interviste,
- » Dare maggiore profondità emotiva alle personas, combinandole con tecniche di storytelling,
- » Testare i progetti sviluppati con la partecipazione di rappresentanti reali dei profili individuati.

COME CREARE E UTILIZZARE LE PERSONAS?

1. Raccogli dati sugli utenti o sugli stakeholder - Conduci interviste, osservazioni, sondaggi e workshop.

Cerca informazioni su:

- » Dati demografici (età, professione, luogo di residenza),
- » Bisogni ed aspettative,
- » Problemi e barriere,
- » Atteggiamenti, abitudini e valori,
- » Livello di conoscenza o di coinvolgimento rispetto al tema trattato.

2. Crea i profili delle personas

Assegna un nome, definisci età e contesto di vita, aggiungi una foto o un ritratto disegnato, e descrivi comportamenti e bisogni principali, ad esempio:

- » Anna, 67 anni, pensionata, vive da sola, usa un bastone, va ogni giorno al negozio e in farmacia.
- » Maks, 16 anni, studente di un istituto tecnico, si sposta in bicicletta e trascorre spesso il tempo al parco giochi.

3. Usa le personas nel processo di progettazione delle soluzioni

Integra i profili creati in ogni fase del lavoro progettuale: dall'analisi del problema alla definizione delle priorità, fino alla creazione e al test delle soluzioni. Le personas servono come punto di riferimento costante per verificare che le scelte progettuali rispondano davvero ai bisogni reali degli utenti.

4. Personalizza la comunicazione e le attività

Adatta le strategie di comunicazione e partecipazione alle personas definite dal team, regolando:

- » Il linguaggio della comunicazione;
- » I canali di accesso (es. social, newsletter, incontri di quartiere);
- » Le modalità di partecipazione (es. workshop per i giovani, colloqui telefonici per gli anziani);
- » Gli elementi di accessibilità, come lingua, trasporti o formati dei materiali.

SITOGRAFIA

- » <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/167474/3313831.3376502.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- » https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-49282-3_4
- » <https://youtu.be/DvV7ZcRVQ4g>

La "Persona" aiuta a comprendere e soddisfare meglio le esigenze del pubblico di riferimento del progetto. La creazione di personaggi realistici consente di prendere decisioni di progettazione più consapevoli, adattando le soluzioni alle esigenze di individui o gruppi specifici e migliorando la comunicazione.

**AGGIUNGI
UN'IMMAGINE O
ILLUSTRAZIONI CHE
AIUTI A VISUALIZZARE
LA PERSONA.**



NOME:

ETÀ:

OCCUPAZIONE\EDUCAZIONE:



RESIDENZA:

PREFERENZE:

**COSA PIACE ALLA PERSONA
DESCRITTA? COSA LUI\LEI
VALUTA? COS'È IMPORTANTE
PER LUI\LEI?**

MOTIVAZIONI:

**COSA MOTIVA QUELLA
PERSONA AD AGIRE?**



SFIDE E DIFFICOLTÀ:

**QUALI DIFFICOLTÀ
AFFRONTA LA PERSONA, E
COSA POTREBBE
SCORAGGIARLA\O
DALL'AGIRE?**



BISOGNI:

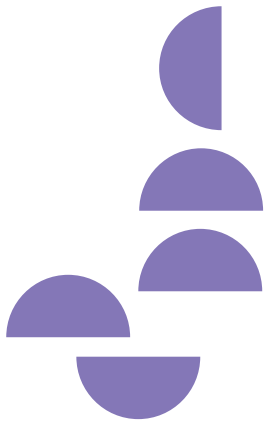
**SCRIVI GLI OBIETTIVI PIÙ
IMPORTANTI CHE HA LA
PERSONA.**



CITAZIONI:

**PUOI AGGIUNGERE UNA
BREVE CITAZIONE CHE
ESPRIMA I VALORI\LE
MOTIVAZIONI PIÙ
IMPORTANTI
O CHE LO\LA
CARATTERIZZINO
MAGGIORMENTE.**





INDAGINE DIAGNOSTICA

Un'indagine diagnostica è un metodo di ricerca utilizzato per comprendere opinioni, atteggiamenti, conoscenze, aspettative e bisogni di un determinato gruppo sociale. Consente di raccogliere dati che costituiscono la base per diagnosticare problemi, pianificare attività, sviluppare strategie e prendere decisioni progettuali.

Le ricerche di opinione vengono condotte tramite questionari o interviste approfondite, strumenti ampiamente utilizzati nei processi di progettazione, partecipazione e ricerca sociale.

I questionari permettono di raccogliere rapidamente dati da un ampio numero di partecipanti, fornendo informazioni quantitative su opinioni, bisogni e preferenze.

Il loro formato standardizzato consente di confrontare le risposte e analizzare le tendenze.

Si rivelano particolarmente efficaci nelle ricerche di opinione pubblica, nelle analisi di mercato e nella diagnosi di problematiche sociali.

Le interviste in profondità si concentrano sulla comprensione qualitativa delle esperienze, delle motivazioni e delle aspettative individuali.

Il loro formato aperto consente di esplorare in dettaglio temi difficili da cogliere attraverso un questionario standard.

Queste interviste permettono di rilevare bisogni nascosti, contesti ed emozioni, aspetti fondamentali nella progettazione di soluzioni incentrate sull'utente.

Entrambi gli strumenti – questionari e interviste in profondità – vengono spesso utilizzati in modo complementare, offrendo una visione completa e multidimensionale dell'argomento oggetto di studio.

Ciò consente di diagnosticare con precisione la situazione prima di intraprendere azioni di progettazione o intervento.

APPLICAZIONE:

- » Per diagnosticare i bisogni delle comunità locali,
- » Per valutare l'efficacia delle attività precedenti,
- » Per misurare il livello di conoscenza o gli atteggiamenti (ad esempio verso il cambiamento, i piani di sviluppo o le politiche ambientali),
- » Per testare idee prima dell'attuazione,
- » Per valutare le attività realizzate, ad esempio al termine di un progetto.

VANTAGGI:

- » Non fornisce conoscenza sui fatti in sé, ma sulle opinioni riguardo a tali fatti,
- » I questionari offrono dati oggettivi e numerici, mentre le interviste in profondità permettono di comprendere emozioni, aspirazioni e punti critici,
- » Sulla base dei dati raccolti è possibile sviluppare soluzioni adeguate ai bisogni individuati,
- » Favorisce la trasparenza del processo di progettazione e valutazione.

LIMITAZIONI:

- » Rischio di un basso tasso di risposta ai questionari,
- » Difficoltà nel cogliere la profondità delle emozioni e delle motivazioni umane,
- » Questionari formulati in modo poco chiaro o in un linguaggio non accessibile ai destinatari possono compromettere i risultati.

VALE LA PENA:

- » Garantire sempre l'etica della ricerca, chiedendo il consenso alla partecipazione, assicurando anonimato e protezione dei dati secondo i principi del GDPR, e prevedendo la possibilità di interrompere l'intervista,
- » Preparare questionari chiari, contenenti domande sia chiuse che aperte,
- » Condurre uno studio pilota per individuare eventuali errori e adattare il questionario al pubblico di riferimento,
- » Integrare l'indagine con attività sul campo, ad esempio tramite punti mobili di consultazione,
- » Garantire la diversità dei rispondenti,
- » Fornire ai partecipanti un report finale con i risultati dell'indagine.

È sempre necessario garantire l'etica dello studio, chiedere il consenso alla partecipazione, assicurare l'anonimato dello studio o l'archiviazione dei dati in conformità ai principi del GDPR, e tenere conto della possibilità di interrompere l'intervista.

COME CONDURRE UN'INDAGINE:

1. Definisci lo scopo dello studio - Cosa vuoi indagare esattamente? Su quali decisioni ti baserai utilizzando i risultati? Esempi: "Capire perché i residenti non partecipano alle consultazioni pubbliche"; "Analizzare come gli anziani utilizzano gli spazi pubblici."

2. Definisci il tuo pubblico target - Chi vuoi coinvolgere nell'indagine? Residenti del quartiere, giovani, imprenditori, genitori di bambini in età scolare?

3. Prepara lo strumento di rilevazione

Se si tratta di un questionario:

- » Scegli il metodo di somministrazione (cartaceo, online, telefonico);
- » Determina il numero minimo di partecipanti,
- » Assicura la rappresentatività del campione (diverse fasce d'età, generi, contesti sociali),
- » Facilita l'accesso (es. modulo online + versione cartacea in biblioteca o presso un ufficio pubblico),
- » Formula le domande in modo chiaro e comprensibile, scegliendo tra: Domande chiuse, Domande aperte, Domande metriche (età, professione, ecc.),
- » Conduci uno studio pilota per testare e migliorare il questionario prima dell'indagine principale.

4. Raccogli i dati - Puoi svolgere la ricerca direttamente oppure affidarla a un'università locale o a un'agenzia specializzata.

5. Analizza i risultati - Conta le risposte; Crea grafici e tabelle riassuntive; Elenca le opinioni ricorrenti; Categorizza le risposte per temi; Identifica opinioni chiave, bisogni e criticità.

6. Utilizza i risultati per implementare soluzioni - Traduci le informazioni raccolte in azioni concrete, piani di intervento o strategie partecipative basate su dati reali.

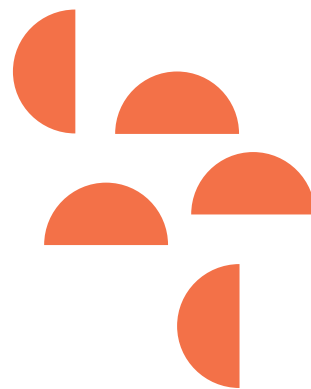
SE SI TRATTA DI UN QUESTIONARIO PER INTERVISTE, ALLORA:

- » Preparalo accuratamente, svolgi una ricerca preliminare e utilizza i risultati per formulare domande che approfondiscano storie personali, opinioni e valori degli intervistati,
- » Progetta la struttura del questionario, includendo: un'introduzione, domande introduttive, domande di approfondimento, domande conclusive, comprendenti momenti di riflessione e ringraziamento,
- » Formula domande aperte, ad esempio: "Mi parli di...", "Come valuta...?",
- » Adatta le domande all'intervistato, tenendo conto del suo contesto professionale, culturale, anagrafico, istituzionale ed etnico,
- » Utilizza domande di supporto (probing questions) per approfondire le risposte, come ad esempio: "Perché?", "Può fare un esempio?",
- » Conduci uno studio pilota e testa il questionario prima di realizzare l'indagine principale.

SITOGRAFIA

- » https://www.youtube.com/watch?v=_zoIVE9PRTM
- » <https://www.pewresearch.org/writing-survey-questions/>
- » <https://www.researchgate.net/publication/360181> https://www.researchgate.net/publication/359596183_How_to_Conduct_an_Effective_Interview_A_Guide_to_Interview_Design_in_Research_Study495_Designing_a_Questionnaire_for_a_Research_Paper_A_Comprehensive_Guide_to_Design_and_Develop_an_Effective_Questionnaire

OSSERVAZIONI



L'osservazione consiste nel monitoraggio sistematico e diretto dei comportamenti umani, delle interazioni sociali o dei processi nel loro ambiente naturale.

È uno degli strumenti più intuitivi ma anche più efficaci nella ricerca partecipativa, progettuale e sociale. L'osservazione consente di rilevare i bisogni reali, le abitudini e le difficoltà che gli utenti sperimentano nell'utilizzo di un determinato prodotto, servizio o spazio — anche quelli che non vengono espressi verbalmente.

Attraverso questa tecnica è possibile comprendere il contesto in cui operano individui o comunità e identificare modelli ricorrenti di comportamento. Può essere condotta in modo palese o non palese, e realizzata in diverse forme: appunti, fotografie o registrazioni video. Questo strumento aiuta a fornire un quadro autentico dei comportamenti e delle interazioni umane, individuando al tempo stesso le discrepanze tra ciò che le persone dichiarano e ciò che fanno realmente, e consentendo così di progettare soluzioni più efficaci e aderenti alla realtà.

APPLICAZIONE:

- » Per valutare l'accessibilità e i modelli di utilizzo degli spazi (es. dove le persone si siedono, come si muovono),
- » Nella progettazione di spazi pubblici,
- » Nella progettazione di servizi,
- » Per l'analisi dei microcomportamenti (es. gli anziani non si siedono su una panchina perché mancano i braccioli),
- » Per testare idee progettuali.

VANTAGGI:

- » Consentono di raccogliere informazioni non ottenibili tramite indagini diagnostiche, come linguaggio del corpo o abitudini quotidiane,
- » Rivelano i comportamenti reali delle persone, le loro scelte e gli ostacoli all'uso di uno spazio,
- » Possono essere condotte rapidamente e con costi contenuti.

LIMITAZIONI:

- » Soggettività dell'osservatore, che può influenzare l'interpretazione,
- » Difficoltà di interpretazione dei dati senza un'adeguata conoscenza del contesto (es. culturale o anagrafico),
- » Sfide etiche, legate all'osservazione di comportamenti sensibili o privati,
- » Incompletezza delle informazioni – si osserva "cosa" accade, ma non sempre "perché".

VALE LA PENA:

- » Utilizzare schede di osservazione con domande specifiche e diari di campo per annotare le osservazioni;
- » Effettuare osservazioni in diversi momenti della giornata e in condizioni differenti;
- » Documentare visivamente le osservazioni (foto, video, disegni), nel pieno rispetto della privacy;
- » Usare le osservazioni per generare nuove domande di ricerca;
- » Collaborare con un'università o enti di ricerca per condurre o validare le osservazioni.

COME CONDURRE LE OSSERVAZIONI:

1. Definisci lo scopo dell'osservazione

Cosa vuoi osservare? Ad esempio: Come i residenti utilizzano il parco; Se i bambini giocano nella piazza; Qual è il flusso pedonale vicino all'ufficio.

2. Seleziona il tipo di osservazione

- » Aperta – l'osservatore è visibile e non si nasconde;
- » Nascosta – l'osservatore non rivela il proprio ruolo;
- » Partecipante – l'osservatore partecipa alle attività (es. come volontario);
- » Non partecipante – l'osservatore non si coinvolge e rimane "esterno".

3. Definisci il tempo e il luogo dell'osservazione

Effettua le osservazioni in diversi momenti della giornata e in giorni differenti della settimana, per individuare schemi comportamentali e variazioni.

4. Prepara una scheda di osservazione

Crea un modulo semplice con domande come:

- » Quante persone utilizzano lo spazio?
- » Quali fasce d'età sono presenti?
- » Cosa fanno le persone?
- » Ci sono barriere (es. architettoniche)?
- » Quanto tempo le persone restano nello spazio?

5. Effettua l'osservazione

Prendi appunti dettagliati e documenta comportamenti, interazioni e modalità di utilizzo dello spazio.

Presta attenzione anche ai fenomeni insoliti, come le aree che le persone tendono ad evitare.

6. Analizza i risultati

Combina le osservazioni con altri dati (es. provenienti da sondaggi o interviste). Identifica schemi ricorrenti di comportamento, ma anche anomalie o atteggiamenti inaspettati, che possono offrire spunti preziosi per la progettazione.

SITOGRAFIA

- » <https://www.scribbr.com/methodology/participant-observation/>
- » <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1525822X231198989>
- » https://www.youtube.com/watch?si=4p51L_w6umEY5jwt&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F&embeds_referring_origin=https%3A%2F%2Fwww.bing.com&source_ve_path=Mjg2NjQsMTY0N-TA2&v=fDNYzPDIfRA&feature=youtu.be&themeRefresh=1



SFIDE E OPPORTUNITÀ

Questo strumento consente al team di progetto di identificare le sfide e gli ostacoli che possono ostacolare il raggiungimento degli obiettivi del progetto (ad esempio, vincoli di bilancio, mancanza di risorse, relazioni sociali complesse). Allo stesso tempo, il team diagnostica anche le opportunità (tecnologie disponibili, partnership chiave, risorse non sfruttate). Questo strumento è utilizzato più spesso nelle prime fasi del processo, consentendo una migliore comprensione della situazione, l'identificazione di possibili linee d'azione e il loro orientamento. Poiché lo strumento richiede una rappresentazione visiva degli elementi identificati, facilita l'analisi e la definizione delle priorità delle azioni, e quindi costruisce una strategia che minimizza le sfide e massimizza i benefici.

APPLICAZIONE:

- » diagnosi iniziale della situazione (ad esempio prima di qualsiasi intervento spaziale),
- » identificazione delle priorità nella pianificazione delle azioni,
- » analisi dei rischi nella pianificazione dell'attuazione,
- » facilitazione del dialogo tra parti che rappresentano interessi differenti.

VANTAGGI:

- » consente una pianificazione accurata delle attività,
- » permette una migliore gestione dei rischi,
- » stimola la ricerca di soluzioni basate sulle risorse e sulle opportunità individuate.

LIMITAZIONI:

- » esiste il rischio di ignorare barriere "nascoste" (ad es. politiche o culturali),
- » un processo mal gestito può portare a conclusioni troppo generiche,
- » richiede di trovare un equilibrio tra barriere e opportunità.

VALE LA PENA:

- » visualizzare i risultati creando una mappa delle barriere e delle opportunità,
- » trasformare i problemi individuati in sfide progettuali,
- » aggiornare regolarmente la mappa delle barriere e delle opportunità,
- » integrare l'analisi con interviste ai principali stakeholder.

COME APPLICARE LO STRUMENTO "SFIDE E OPPORTUNITÀ"?

1. Raccogli i dati di partenza

Raccogli le informazioni principali provenienti da ricerche, interviste, osservazioni o workshop.

2. Dividi le osservazioni in due categorie:

Sfide: cosa non funziona? Quali sono gli ostacoli? Quali bisogni non vengono soddisfatti?

Opportunità: dove si trova il potenziale? Cosa può essere migliorato, ampliato o trasformato?

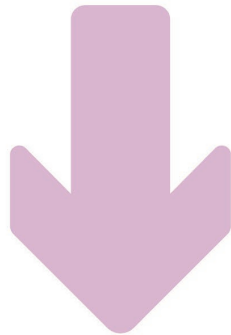
3. Crea due colonne — Sfide / Opportunità

associa a ciascuna sfida una possibile soluzione o opportunità corrispondente.

3. Analizza e raggruppa le informazioni

Determina quali sfide sono più urgenti e quali possono essere affrontate in un secondo momento. Valuta quali azioni possono essere realizzate a basso costo e quali invece richiedono finanziamenti aggiuntivi.

SFIDE E OPPORTUNITÀ



SFIDE

SFIDA 1

.....

.....

.....

.....

SFIDA 2

.....

.....

.....

.....

SFIDA 3

.....

.....

.....

.....

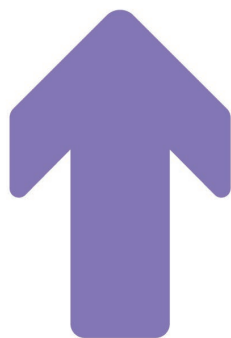
SFIDA 4

.....

.....

.....

.....



OPPORTUNITÀ

OPPORTUNITÀ 1

.....

.....

.....

.....

OPPORTUNITÀ 2

.....

.....

.....

.....

OPPORTUNITÀ 3

.....

.....

.....

.....

OPPORTUNITÀ 4

.....

.....

.....

.....

La Charrette è un metodo di workshop interdisciplinare utilizzato nei processi di progettazione e pianificazione, in particolare nell'urbanistica e nella rigenerazione urbana.

La Charrette favorisce la collaborazione tra diversi stakeholder – residenti, esperti, funzionari e progettisti – che contribuiscono con le proprie prospettive e competenze.

Si svolge sotto forma di laboratori intensivi, talvolta della durata di più giorni, durante i quali i partecipanti analizzano i problemi, condividono idee e sviluppano proposte di cambiamento relative a un luogo o a una questione specifica. La Charrette promuove la costruzione di una visione condivisa e rafforza il coinvolgimento della comunità, aumentando così le possibilità di attuazione delle soluzioni proposte. Il processo di Charrette è iterativo: il progetto si sviluppa passo dopo passo, con revisioni e adattamenti dopo ogni sessione di lavoro. Comprende diverse fasi, tra cui la diagnosi del problema, la generazione di idee, lo sviluppo di concept iniziali e la presentazione dei risultati. È spesso accompagnato da attività di disegno, prototipazione e visualizzazione. Il risultato finale è un piano o progetto che risponde in modo equilibrato ai bisogni dei diversi stakeholder coinvolti.



CHARRETTE

APPLICAZIONI:

- » Pianificazione urbana;
- » Trasformazione degli spazi pubblici;
- » Modifiche funzionali a edifici o infrastrutture;
- » Rigenerazione sociale e infrastrutturale;
- » Progettazione di servizi pubblici;
- » Creazione di strategie locali.

VANTAGGI:

- » Rafforza il senso di partecipazione e responsabilizzazione dei cittadini;
- » Integra prospettive diverse in un unico momento e luogo di confronto;
- » Accelera il processo di creazione dei concept progettuali;
- » Favorisce l'apprendimento collaborativo tra i partecipanti.

LIMITAZIONI:

- » Richiede un'ottima preparazione del gruppo e una buona organizzazione logistica;
- » Necessita di una moderazione efficace per evitare che i partecipanti più attivi dominino la discussione;
- » È dispendiosa in termini di tempo, e la partecipazione può risultare difficile per alcuni residenti.

VALE LA PENA:

- » richiede una preparazione di gruppo molto accurata e una buona organizzazione logistica,
- » richiede una buona moderazione del lavoro di squadra per evitare che il gruppo venga dominato dai partecipanti più attivi,
- » il workshop è dispendioso in termini di tempo e la partecipazione può risultare impossibile per alcuni residenti.

COME ORGANIZZARE UN WORKSHOP CHARRETTE?

1. Preparazione:

- » Definisci l'obiettivo (ad esempio: cosa stiamo progettando? Quale problema stiamo cercando di risolvere?);
- » Assembla un team di esperti e moderatori;
- » Invita gli stakeholder: residenti, funzionari, progettisti, associazioni, ecc.;
- » Pianifica luogo e durata dell'incontro (idealmente almeno 2–3 giorni).

2. Giorno 1 – Diagnosi e Ispirazione:

- » Organizza un incontro di apertura e presenta il problema da affrontare;
- » Conduci una sessione di condivisione delle conoscenze e analisi del contesto;
- » Raccogli opinioni, bisogni e preoccupazioni dei partecipanti;
- » Suddividili in gruppi di lavoro tematici.

3. Giorni 2–3 – Creazione, Prototipazione e Test:

- » I gruppi di lavoro sviluppano proposte basate su temi specifici (es. mobilità, rigenerazione di un'area, spazi verdi, ecc.);
- » Elaborano soluzioni potenziali;
- » Creano prototipi e modelli preliminari;
- » Testano le idee e raccolgono feedback dalla comunità;
- » Presentano i concept finali, discutono e formulano raccomandazioni condivise.

SITOGRAFIA

- » <https://participedia.net/method/2840>
- » <https://partycypacjaobywatelska.pl/en/>
- » <https://participatory.tools/tools/design-charrette/>
- » <https://www.toolshero.com/creativity/charette-procedure/>
- » https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-94-007-7031-7_2
- » <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14676370810856305/full/html>

METODI DI IDEAZIONE



I metodi di ideazione sono numerosi e vengono utilizzati nei processi creativi per sostenere la ricerca di soluzioni innovative.

Tra i più diffusi vi sono il brainstorming, il brainwriting (brainstorming scritto) e il metodo del loto (lotus method). In tutti questi approcci, l'elemento chiave è favorire la quantità e la diversità delle idee, senza affrettarsi a valutarle. Il brainstorming consiste in uno scambio libero di idee all'interno di un gruppo.

Il numero di idee è fondamentale e l'obiettivo è produrre il maggior numero possibile di proposte, senza vincoli o schemi predefiniti. Le idee emerse non devono essere valutate durante la loro generazione; solo alla fine del processo si procede alla selezione delle più interessanti.

Un'alternativa al brainstorming tradizionale è il brainwriting: invece di condividere le idee oralmente, i partecipanti le scrivono su carta o in formato digitale.

Di solito, ciascun partecipante annota una prima idea e poi la passa agli altri, che aggiungono nuovi spunti o ampliano quelle già esistenti.

Questo processo viene ripetuto per diversi cicli, consentendo alle idee di evolversi e arricchirsi progressivamente grazie al contributo collettivo.

Il brainwriting favorisce uno scambio di idee più tranquillo e meno stressante per alcuni partecipanti, e allo stesso tempo aumenta il coinvolgimento e la produttività creativa del gruppo.

Il metodo del loto, invece, si basa sull'uso di un diagramma ottagonale.

Un tema centrale viene collocato al centro, e intorno ad esso si generano idee e sotto-temi, che vengono poi ulteriormente sviluppati. I numerosi petali del fiore di loto simboleggiano e incoraggiano la massima espansione possibile delle idee.

APPLICAZIONE:

- » Fase di progettazione delle soluzioni (dopo la diagnosi),
- » Creazione di concept innovativi per spazi, prodotti o servizi.

VANTAGGI:

- » Stimola la creatività e il coinvolgimento dei partecipanti,
- » Fornisce una base ampia di idee per sviluppi successivi,
- » Dona ai partecipanti un senso di protagonismo e influenza sulla vita locale,
- » Integra diverse forme di conoscenza (di residenti, esperti, accademici, funzionari, ecc.).

LIMITAZIONI:

- » L'assenza di moderazione o di criteri di selezione può portare al caos,
- » Rischio di dominanza dei partecipanti più estroversi,
- » Possono emergere idee banali o difficilmente realizzabili.

VALE LA PENA:

- » Stabilire criteri chiari: per chi, per cosa e entro quando l'idea dovrebbe essere applicabile;
- » Suddividere la sessione in più round tematici;
- » Incoraggiare la ricerca di soluzioni non convenzionali;
- » Concludere con una fase di clustering ed evaluation, per raggruppare e valutare le proposte emerse

COME UTILIZZARE CIASCUN METODO?

1. Brainstorming

Regole:

- » Ogni idea è benvenuta – non si giudica!
- » Conta la quantità delle idee, non la loro qualità iniziale.
- » Le idee possono essere combinate e sviluppate ulteriormente.
- » Il moderatore annota tutti i contributi emersi.

Svolgimento:

1. Definisci il problema o la domanda (es. "Come possiamo rivitalizzare l'area del mercato?").
2. Durata: 10–30 minuti.
3. Invita i partecipanti a proporre liberamente il maggior numero di idee possibile.
4. Al termine, il gruppo discute, raggruppa e seleziona le proposte più rilevanti o innovative.

2. Brainwriting

Simile al brainstorming, ma si svolge in silenzio e individualmente, facilitando la partecipazione anche delle persone più riservate.

Regole:

- » I partecipanti scrivono le proprie idee su schede (ad esempio, tre per ciascuno).
- » Le schede vengono fatte circolare: ogni persona aggiunge nuove idee o approfondisce quelle degli altri.
- » Il processo avviene in silenzio.

Svolgimento:

1. Ogni partecipante riceve una scheda con una tabella (es. tre colonne e tre righe).
2. Nel primo turno, ciascuno scrive tre idee.
3. Dopo 3–5 minuti, la scheda viene passata al partecipante successivo.
4. Il nuovo partecipante aggiunge altre tre idee o amplia quelle già presenti.
5. Dopo diversi turni, tutte le idee vengono raccolte e analizzate collettivamente.

3. Metodo del loto

In questo metodo, le idee vengono approfondite e sviluppate progressivamente — un concetto ne genera molti altri, dando origine a numerose varianti e applicazioni.

Lo strumento utilizzato è una griglia con una cella centrale (che rappresenta il centro del fiore) e otto celle adiacenti (i petali del loto).

Svolgimento:

1. Inserisci il tema principale o il problema nella cella centrale.
2. Attorno ad essa, scrivi le prime otto associazioni o soluzioni.
3. Ciascuna delle otto soluzioni proposte diventa a sua volta il centro di una nuova griglia – il nuovo “centro del fiore”.
4. Attorno a ogni nuovo centro vengono sviluppate altre otto idee.
of the flower.

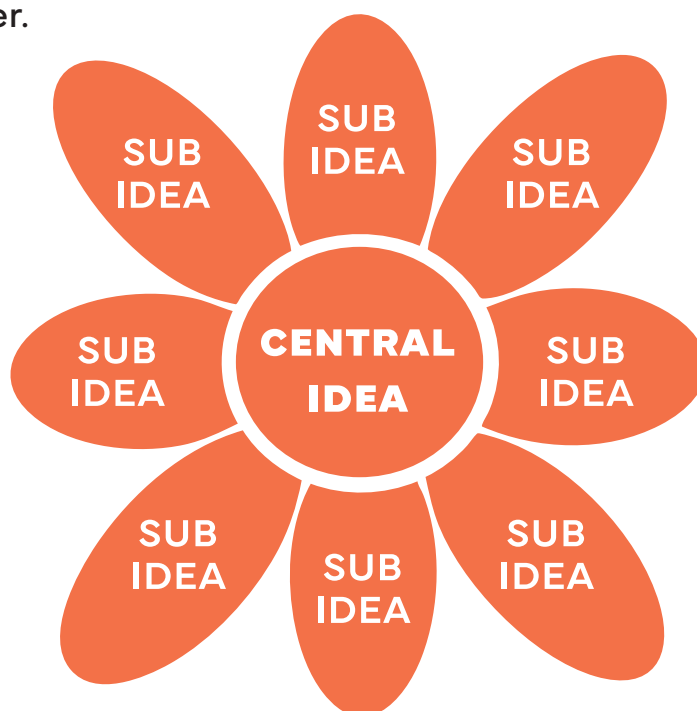


Tabella 2:

Quando usare ciascuna tecnica?

Tecnica	Quando usarla:	Numero di partecipanti consigliato
Brainstorming	Quando serve generare idee rapide e numerose	4–12
Brainwriting	Quando si vuole evitare la dominanza di un gruppo di stakeholder e garantire che tutti i partecipanti si sentano a proprio agio nel contribuire.	4–10
Metodo del loto	Quando è necessario ottenere il maggior numero possibile di idee e organizzarle in modo strutturato.	1–8

Source: own study

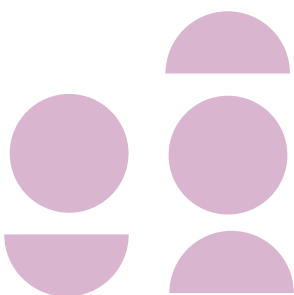
SITOGRAFIA

- » <https://online.visual-paradigm.com/knowledge/brainstorming/lotus-blossom-technique/>
- » <https://mindmap.guide/post/bloom-your-ideas-with-the-lotus-blossom-technique-a-powerful-approach-to-idea-expansion/>
- » <https://www.mural.co/blog/brainwriting>

PROTOTIPAZIONE

La prototipazione è il processo di creazione di versioni preliminari, spesso imperfette, di prodotti, servizi o soluzioni che illustrano come un'idea dovrebbe funzionare, apparire e quali risorse richiede nella pratica. L'obiettivo della prototipazione è validare rapidamente un concetto, raccogliere feedback dagli utenti, identificare problemi segnalati e individuare opportunità di miglioramento della soluzione.

La prototipazione consente di apportare correzioni già nelle prime fasi del processo di progettazione. I prototipi possono assumere molte forme, come modelli di carta, mockup tridimensionali, blocchi costruttivi, visualizzazioni grafiche (ad esempio storyboard) o modelli digitali. Nel caso dei servizi, la prototipazione può essere realizzata anche attraverso messa in scena o giochi di ruolo (*role-playing*).



APPLICAZIONE:

- » Progettazione di spazi pubblici,
- » Progettazione di servizi,
- » Progettazione di prodotti,
- » Campagne sociali.

VANTAGGI:

- » Consente di “testare” un’idea in un contesto reale,
- » Riduce il rischio di fallimento e i costi di implementazione,
- » Aumenta il coinvolgimento dei partecipanti, che possono vedere rapidamente i risultati del proprio lavoro,
- » Insegna un approccio iterativo alla risoluzione dei problemi.

LIMITAZIONI:

- » Richiede tempo, materiali e competenze tecniche di base,
- » Il prototipo può essere frainteso come versione finale del progetto,
- » Difficoltà nella prototipazione di servizi o esperienze immateriali.

VALE LA PENA:

- » Documentare e fotografare le fasi di prototipazione e le reazioni degli utenti;
- » Chiedere feedback sinceri, ponendo domande su cosa gli utenti cambierebbero o migliorerebbero;
- » Prevedere tempo per iterare, organizzando più cicli di test e miglioramento della soluzione.

COME REALIZZARE UN PROTOTIPO?

1. Scegli un'idea da testare

Raccogli le idee generate in precedenza (ad esempio durante un brainstorming) e seleziona 1–3 proposte che, secondo i partecipanti, meritano di essere sviluppate ulteriormente.

2. Decidi quale tipo di prototipo è più adatto, ad esempio:

Un disegno – utile per rappresentare la planimetria di una piazza, una mappa dei percorsi degli utenti o un poster informativo,

Un mockup – per modelli di spazi interni o esterni, realizzati con cartone, blocchi o plastilina,

Uno storyboard – per simulare procedure, esperienze di servizio o comportamenti umani in uno spazio,

Un prototipo digitale – ad esempio, un mockup di un sito web o di un'applicazione.

3. Crea la prima versione del prototipo

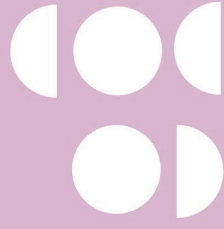
- » Utilizza materiali semplici (carta, pennarelli, nastro adesivo, cartone).
- » Non è necessario ottenere un modello perfetto – l'importante è che sia chiaro e comprensibile.

4. Testa il prototipo con i futuri utenti della soluzione

- » Chiedi alle persone di “utilizzare” il prototipo e di descrivere cosa pensano e cosa provano durante l’esperienza.
- » Osserva le loro reazioni e poni domande come: *“Cosa cambieresti?”*, *“Cosa funziona?”*, *“Cosa non è chiaro?”*

5. Raccogli feedback e migliora il prototipo

- » Scatta foto o annota i commenti ricevuti,
- » Rielabora il prototipo o creane una nuova versione basandoti sui suggerimenti e sulle osservazioni emerse.



1. Obiettivo

Cosa vogliamo mostrare, testare o verificare?

.....

2. Descrizione della prototipazione

Com'è? Cosa rappresenta?

In quali elementi consiste?

.....

3. Utenti / A chi si rivolge

Per chi è prototipato? Chi lo userà?

.....

4. Osservazioni durante il test

Cosa abbiamo notato? Come hanno reagito i partecipanti?

.....

5. Opinions e commenti degli utenti

Quali sono stati i suggerimenti, commenti o le domande?

.....

6. Cosa dovrebbe essere migliorato o cambiato?

.....

7. Conclusioni

L'idea a del potenziale? Quali sono i prossimi passi?

.....

SITOGRAFIA

- » <https://blog.logrocket.com/product-management/what-is-a-prototype/>
- » <https://www.lumitex.com/blog/prototyping-methodology>

CONSIGLI PRATICI

- » **NON PENSARCI TROPPO, INIZIA A COSTRUIRE E BASTA.** ANCHE SE NON SEI SICURO DI COSA STAI FACENDO, IL SOLO ATTO DI RACCOGLIERE I MATERIALI DOVREBBE SBLOCCARTI.
- » **NON DEDICARE TROPPO TEMPO A UN PROTOTIPO.** PASSA A UNO NUOVO QUANDO SENTI CHE STAI INIZIANDO AD AFFEZIONARTI EMOTIVAMENTE ALLA TUA CREAZIONE. LI VERIFICHERAI TUTTI IN SEGUITO.
- » **COSTRUISCI PENSANDO ALL'UTENTE.** COSA TESTERAI? CHE TIPO DI COMPORTAMENTO?
- » **DEFINISCI COSA STAI TESTANDO CON UN DATO PROTOTIPO.** OGNI PROTOTIPO DOVREBBE RISPONDERE A UNA DOMANDA SPECIFICA.

SINTESI

I dieci strumenti partecipativi descritti sopra e testati nel progetto HEIsCITI costituiscono un insieme utilizzabile in diverse tipologie di processi partecipativi.

Essi si dimostrano efficaci nella progettazione di soluzioni per spazi urbani trascurati, nel favorire la collaborazione tra utenti di determinati luoghi, amministrazioni cittadine, studenti e rappresentanti universitari, e nel rafforzare i legami sociali nell'era post-pandemica.

Possono inoltre essere impiegati nei percorsi educativi, con l'obiettivo di preparare studenti e alunni alla co-creazione consapevole e attiva di soluzioni per le comunità locali.

L'utilizzo degli strumenti descritti è stato integrato in specifici scenari di workshop, dedicati a vari aspetti della partecipazione (Allegato n. 2).

Tabella 3:

Sintesi delle caratteristiche degli strumenti partecipativi selezionati



La seguente sintesi degli strumenti partecipativi presentati nel Manuale illustra il loro scopo, le applicazioni, i principali vantaggi e le potenziali limitazioni (Tabella n. 3).

Strumento	Scopo	Applicazioni	Vantaggi	Limitazioni / rischi
Storytelling	Riconoscere i bisogni, i valori e la storia della comunità locale	Diagnosi sociale, rafforzamento dell'identità del luogo	Facilita la comprensione emotiva, crea empatia e contesto	Difficoltà nella sistematizzazione dei dati, richiede moderazione e analisi delle narrazioni
Mappa degli Stakeholder	Identificazione e analisi degli stakeholder del progetto	Pianificazione del coinvolgimento, gestione dei conflitti, strategia di comunicazione	Facilita la comprensione dell'influenza e delle esigenze dei diversi gruppi	Ignorando gli stakeholder nascosti, valutazione dell'impatto soggettiva
Mappatura dello spazio	Analisi dello spazio e dei suoi elementi di sistema	Pianificazione territoriale, riqualificazione, analisi funzionale	Rappresentazione visiva dei problemi e delle relazioni spaziali	Potrebbe richiedere strumenti grafici, difficili nel caso di spazi simbolici
Persona	Creare rappresentazioni fittizie degli utenti finali	Progettazione incentrata sull'utente, test delle idee	Rende più facile adattare le soluzioni alle esigenze reali	Un'immagine eccessivamente semplificata potrebbe non riflettere la piena diversità del gruppo target
Indagine diagnostica	Raccolta di dati quantitativi e qualitativi dalla comunità	Diagnosi, monitoraggio dei bisogni, pianificazione strategica	Combina l'oggettività dei dati numerici con le emozioni e le esperienze personali	Bassa reattività, limitazioni derivanti dall'analisi qualitativa dei dati
Osservazioni	Osservare il comportamento umano reale e le interazioni	Diagnosi dello spazio, analisi delle esigenze dell'utente, test delle soluzioni	Autenticità dei dati, informazioni non verbali	Richiede molto tempo, soggettività dell'osservatore
Sfide e Opportunità	Identificazione degli ostacoli e del potenziale del progetto	Pianificazione delle azioni, definizione delle priorità degli interventi, analisi dei rischi	Permette di gestire strategicamente il cambiamento e crea un quadro realistico della situazione.	Può portare a una "paralisi da analisi" se l'elenco delle sfide non è organizzato correttamente
Charrette	Progettare workshops con gli stakeholders	Pianificazione spaziale partecipativa, rivitalizzazione, sfide sociali difficili	Elevata efficacia di gruppo, coinvolgendo molteplici prospettive	Elevati requisiti organizzativi e rischio di predominio degli esperti
Metodi di ideazione	Generare molte soluzioni creative	Prime fasi di progettazione di soluzioni innovative	Stimola la creatività e crea diverse proposte	La mancanza di struttura può portare al caos e alla difficoltà di selezionare idee valide
Prototipazione	Creazione di versioni testabili delle soluzioni	Test in pratica, miglioramento iterativo delle idee	Consente di testare, fornire feedback e migliorare le soluzioni	Dispendio di tempo, percezione errata del prototipo come versione finale, difficoltà nei servizi di prototipazione

Vale la pena ricordare che l'efficacia degli strumenti proposti aumenta quando vengono adattati ai partecipanti del processo e al contesto locale, quando sono basati sulla ricerca, interconnessi tra loro e quando il loro utilizzo è accompagnato da consapevolezza e riflessione.

**VI AUGURIAMO SUCCESSO NELLA
REALIZZAZIONE DEI VOSTRI PRO-
CESSI PARTECIPATIVI!**



Allegati