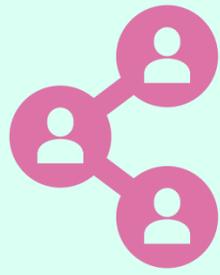


# ONDE CONNESSIONI TRA GIOVANI E FUTURO



*Un progetto di:* AZIENDA SPECIALE CONSORTILE GARDA SOCIALE  
*In partenariato con:* Comuni di Desenzano del Garda, Salò, Sirmione;  
Cooperative Elefanti Volanti, La Sorgente, Il Calabrone, Nuovo Cortile.  
*Finanziato da:* Regione Lombardia – Bando Lombardia dei Giovani 2021

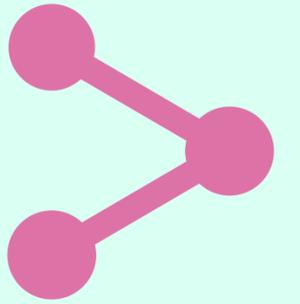


# PARTENARIATO

**Azienda Speciale Consortile Garda Sociale**, è capofila di Progetto e dell' Ambito distrettuale 11 – Garda (22 Comuni aderenti).

In partenariato con:

I Comuni di **Desenzano del Garda, Salò** e **Sirmione**, quali *partner finanziatori*.



E con i *partner del privato sociale*:

- **Elefanti volanti** - cooperativa sociale di tipo A – ente gestore dell'Informagiovani di Pozzolengo e Desenzano del Garda, dello Spazio Giovani a Desenzano del Garda;
- **Il Calabrone** – cooperative sociale di tipo A- ente gestore dell'informagiovani del Comune di Sirmione;
- **La Sorgente** – cooperativa sociale di tipo A – ente gestore dello Spazio giovani Salotto Cultura;
- **Nuovo Cortile** – cooperative sociale mista A e B – ente gestore dell'Informagiovani del Comune di Salò.

## CONTESTO TERRITORIALE

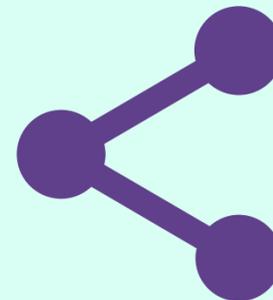
**22 COMUNI**  
**2.515 giovani 15-34**  
(dato ISTAT)

**4 INFORMAGIOVANI**  
**+**  
**2 SPAZIO GIOVANI**

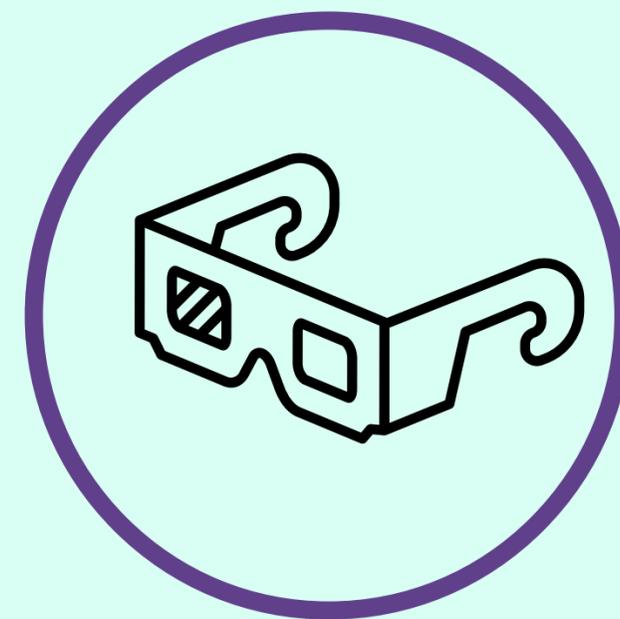
## TARGET DI RIFERIMENTO

**GIOVANI**  
**15 - 34 anni**

**Circa 1.000 giovani**  
**annualmente raggiunti**  
**dalla rete degli**  
**Informagiovani**  
**e Spazio Giovani.**



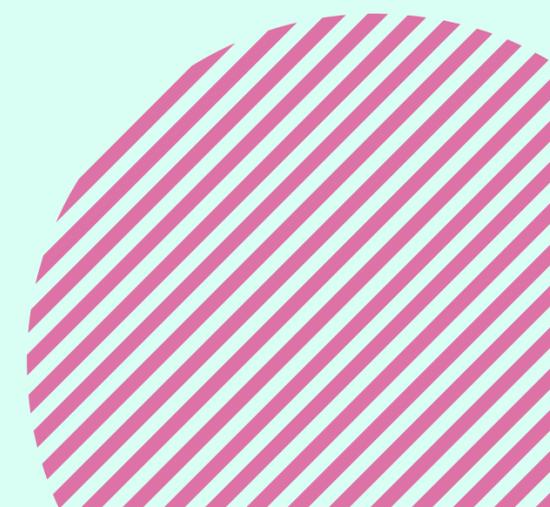
# A QUALE PROBLEMA VOGLIAMO RISPONDERE?



Il contesto di riferimento manifesta una forte **frammentazione relazionale**, una scarsa attivazione sociale e una ridotta propensione ad investire nel futuro individuale e collettivo, emersa da diverse analisi promosse anche in altre progettualità territoriali.

Sono **numerosi i luoghi di intrattenimento, ma scarsi i luoghi di aggregazione.**

Le occasioni di impiego e attivazione sono spesso molto instabili (lavori stagionali, periodici, occasionali) e le occasioni formative, fuori dalle istituzioni scolastiche, quasi assenti.

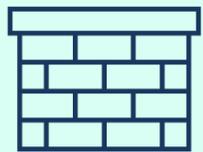




## COSA VOGLIAMO FARE?

- **amplificare l'informazione e l'accesso dei giovani** a percorsi di investimento sul sé in chiave di potenziale positivo, sia come percorso di crescita, sia in relazione ai pari e alla comunità;
- **implementare le opportunità di sperimentazione e di formazione** sulle aree tematiche strategiche all'orientamento professionale e alla diffusione di una cultura della partecipazione civica.

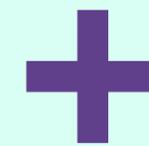
## PER...



**Motivare alla competenza e alla crescita individuale** dando importanza al potenziale positivo presente in ogni giovane.



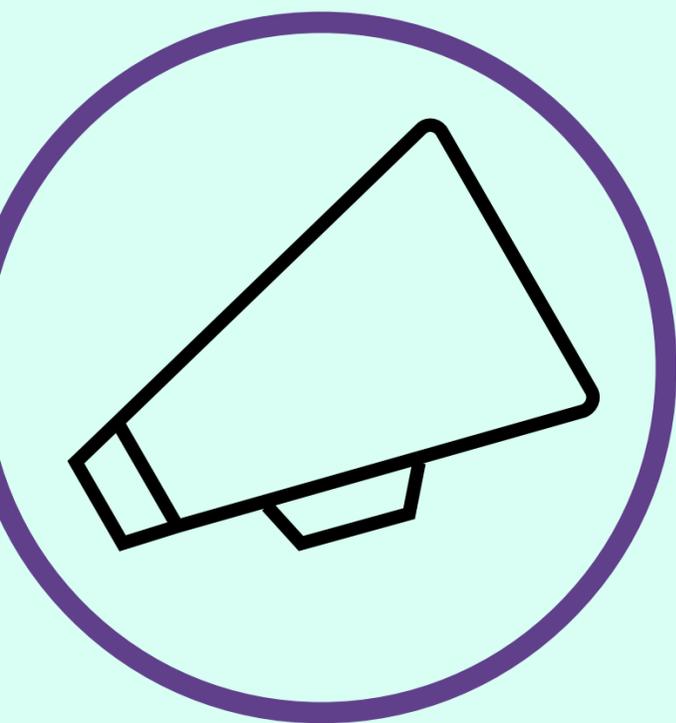
**Fare RETE** per accompagnare minori e giovani a ripensare il proprio futuro, accompagnati da pari esperti e/o da figure guida più adulte.



## AZIONE 0:

### **COORDINAMENTO E CABINA DI REGIA DI PROGETTO**

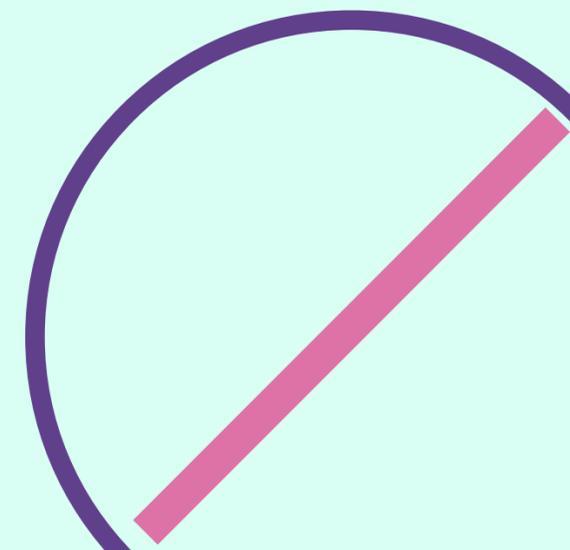
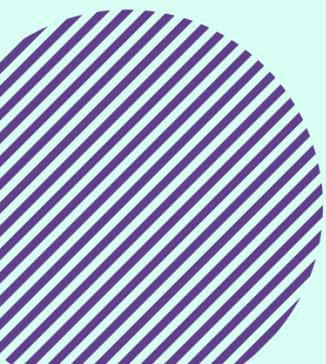
Definizione, programmazione e monitoraggio



## AZIONE 1:

### **CALL PER ATTIVATORI A KMO**

Avviso pubblico per individuazione di giovani **ATTIVATORI** territoriali, pronti a mettere a disposizione le proprie passioni, competenze e/o esperienze, valorizzando il protagonismo dei singoli in ottica di potenziamento di comunità.



## AZIONE 2:

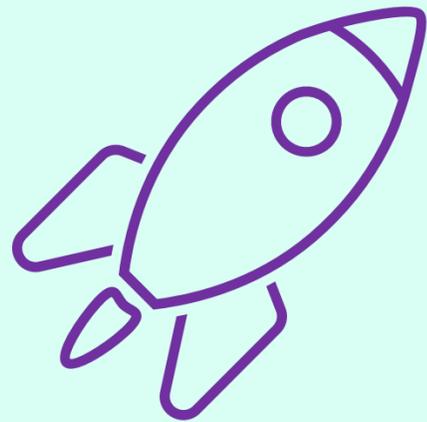
### CANTIERI DI FUTURO

Realizzazione di iniziative laboratoriali, formative e/o ricreative-socializzanti, che permettano il coinvolgimento attivo di almeno 350 ragazzi e ragazze, realizzando almeno nr. 30 eventi anno.

I cantieri di futuro saranno l'esito di un'azione di co-design partendo proprio dai giovani attivatori, affiancati da esperti selezionati.

#### **FUTURO = PARLARE DI...**

- **Imprenditività e digitale**
- **Skills to skip**
- **Sostenibilità e Bene Comune**
- **Arte e creatività**
- **Europa e Partecipazione**





# COMUNICAZIONE



## STRUMENTI ONLINE

- Realizzazione sito web dedicato;
- Pagina Facebook e Instagram
- Diffusione del progetto tramite i siti delle amministrazioni d'ambito (22 Comuni).

## STRUMENTI OFFLINE

- Comunicazioni mirate;
- Pieghevoli/Locandine/Manifesti presso le bacheche di zona e punti di incontro;
- Comunicati stampa;
- Ascolto attivo e interviste
- Ingaggio dei giovani tramite call.

Il Piano di comunicazione sarà lo strumento fondamentale per la visibilità, la comprensione e il riconoscimento del progetto, funzionale sia alle azioni di progetto sia per il raccordo con le strategie di raccolta fondi e di ingaggio dei giovani e della comunità.