

# **Il Coordinamento Politiche giovanili Ulss21 si presenta con il progetto ASSIEME DAVVERO**

## **Il Coordinamento**

Il 24 ottobre 2007, presso la sede municipale di San Pietro di Morubio su iniziativa dell'assessore Andrea Poli, si riunivano per la prima volta gli amministratori con delega alle Politiche giovanili dei Comuni serviti dall'Ulss 21 nel tentativo di costituire un tavolo permanente di lavoro in grado di promuovere azioni sinergiche in un territorio – quello del Basso Veronese – con caratteristiche peculiari rispetto ad altre zone della Provincia. Il 5 dicembre 2007 intervenne al tavolo anche l'Assessore provinciale Maria Luisa Tezza, dichiarando grande favore verso l'iniziativa e confidando che l'esperienza potesse fruttare risultati importanti anche per l'aggregazione in altri territori. Molti sono stati in nell'anno appena trascorso gli argomenti affrontati: tra questi la ricerca appunto di una forma stabile per il Coordinamento che oggi sta per essere ratificata dagli Enti locali.

**Le Giunte dei 25 Comuni** [Angiari, Bevilacqua, Bonavigo, Boschi Sant'Anna, Bovolone, [Casaleone](#), Castagnaro, Cerea, Concamarise, Gazzo Veronese, Isola Rizza, Legnago, Minerbe, Nogara, Oppeano, Palù, Ronco all'Adige, Roverchiara, Salizzole, San Pietro di Morubio, Sanguinetto, Sorgà, Terrazzo, Villabartolomea e Zevio] **stanno deliberando in questi giorni il Protocollo d'intesa** che andrà a regolare sperimentalmente questa nuova forma di aggregazione spontanea: per il funzionamento del Coordinamento non è prevista alcuna spesa e l'esperienza trae spunto solo ed esclusivamente dalla forte volontà degli Enti locali di dare risposte sempre più esaustive alla popolazione giovanile.

*Il Protocollo recita all'art. 2: Il Coordinamento territoriale per le Politiche giovanili del bacino Ulss 21 si costituisce per programmare azioni in forma coordinata tra i diversi Comuni, allo scopo di promuovere politiche di maggior sostegno verso la popolazione giovanile.*

*Questo primo nucleo operativo potrà fornire maggiore efficacia ed efficienza alle politiche promosse dagli Enti sovraordinati (in particolare Provincia e Regione) da un lato, garantendone la taratura in un ambito omogeneo; dall'altro consentirà di programmare anche autonomamente azioni a favore della popolazione giovanile, superando la ristrettezza di progettualità comunali, e non vincolando la presenza di azioni intercomunali alla sola concomitanza con bandi di finanziamento provinciali, regionali o nazionali.*

Ogni Amministrazione si è prodotta in un grande sforzo – commenta l'assessore Poli –: tutti i Comuni rinunciano, entrando nel Coordinamento, ad una parte di potere decisionale esclusivo in materia per consentire la programmazione e l'esecuzione di politiche sempre più significative a favore dei nostri giovani. Credo che il Progetto “Assieme Davvero” sia il segno tangibile di quanto possa essere fruttuoso il cammino che abbiamo intrapreso.

## **Il progetto “Assieme Davvero”**

Ai fini della partecipazione al **Bando “GPS - Giovani Produttori di Significati”**, indetto dalla Regione Veneto con DGR n. 1975 del 15/07/2008, sulla base della L.R. n. 29/1988, il Coordinamento degli amministratori comunali con delega alle Politiche giovanili, territorio Ulss 21 ha presentato il **progetto “ASSIEME DAVVERO”** [sottoscritto ad oggi da 24 comuni su 25: Angiari, Bevilacqua, Bonavigo, Boschi Sant'Anna, Bovolone, Casaleone, Castagnaro, Cerea, Concamarise, Gazzo Veronese, Isola Rizza, Legnago, Minerbe, Nogara, Oppeano, Palù, Ronco all'Adige, Roverchiara, Salizzole, San Pietro di Morubio, Sanguinetto, Sorgà, Terrazzo, Villabartolomea].

Andrea Poli, assessore alle Politiche giovanili del Comune di San Pietro di Morubio – Ente capofila –, presenta le linee guida in veste di coordinatore dell'iniziativa: Il progetto mira a mettere in rete tutte le risorse umane ed economiche del territorio dell'Ulss 21 per aiutare i giovani sia a “Produrre Significati” in grado di incidere efficacemente sulla piaga sociale dell'abuso di sostanze alcoliche sia a diffonderli tra i loro coetanei, sfruttando la forza della “comunicazione tra pari”.

Tramite un intervento continuo nei vari momenti della vita dei nostri ragazzi, mettendo in rete tutti i soggetti che si trovano ad interagire con loro, cercheremo di rafforzare la coscienza della prevalenza di valori alti, in grado di “incanalare” in alternative costruttive il desiderio di “evadere”.

In una prima fase chiederemo ai giovani già attivi sul territorio di ideare e realizzare – grazie anche all'attività di formazione e consulenza da parte di professionisti della comunicazione – un brand ed un messaggio, nonché di studiare una pianificazione della campagna di comunicazione.

Brand e slogan saranno lo sfondo dei laboratori artistico-creativi che andremo ad avviare nelle scuole medie superiori del territorio. Attraverso diversi linguaggi espressivi, affronteremo la tematica delle dipendenze accrescendo nei ragazzi le loro capacità di relazione e di presa di coscienza del mondo e del loro ruolo all'interno di esso. Li guideremo quindi alla realizzazione di un prodotto (audio, video, grafico, teatrale o letterario) in grado di trasmettere l'esperienza e il “significato” scoperto assieme.

Un format simile verrà utilizzato per stimolare la produzione di significati anche da parte dei gruppi adolescenti delle Parrocchie: la fede rappresenta per il credente il significato più pregnante in assoluto, e quindi funzionale a mettere in risalto anche la fragilità di certi “modelli” esistenziali.

Tutto quello che verrà prodotto sarà veicolato tramite i mass-media, alcuni dei quali già coinvolti nel progetto per un'attività di co-marketing; troverà spazio nei locali di divertimento o di ritrovo abituali come bar e discoteche ed infine sarà diffuso in tutte le manifestazioni che insistono sul territorio nel periodo estivo, grazie al coinvolgimento di almeno un'associazione per Comune aderente.

Ad ottobre-novembre verrà organizzato un grande evento conclusivo, in grado di riunificare tutti i vari filoni avviati.

In questo ambizioso percorso ci avvarremo della preziosa competenza ed esperienza di molti operatori qualificati, ma per far s“ che si abbia una consistente ricaduta sul territorio avremo bisogno dell'aiuto di tutti: tra i sottoscrittori del progetto si è cercato di avere almeno una Parrocchia, un'associazione ed un bar o altro locale di ritrovo per ogni comune aderente e stiamo ancora lavorando per ampliare al massimo la “rete”. é giunto il momento di lavorare “ASSIEME DAVVERO” per i nostri ragazzi, per il nostro futuro.

Il bando prescrive un **coinvolgimento fattivo dei ragazzi sia nella fase progettuale sia nella fase esecutiva**. Si è scelto di finalizzare tutte le attività alla creazione e diffusione di una **campagna contro l'abuso di sostanze alcoliche**, sfruttando su un tema così delicato l'efficacia della comunicazione tra pari e la competenza di molti operatori presenti sul territorio.

Si prevede di articolare il piano in **6 blocchi operativi**, ciascuno dei quali sarà seguito sin dalla fase progettuale da operatori qualificati.

-

### **1) Blocco operativo: creazione dello slogan, del marchio e pianificazione della campagna**

**Progettazione e supervisione a cura di:** operatori Informagiovani

**Periodo di svolgimento:** da novembre 2008 a fine gennaio 2009

**Ambito di lavoro:** associazioni giovanili o con componenti giovanili già attive sul territorio. Età di riferimento dai 20 ai 30-35 anni

Si punterà a coinvolgere i rappresentanti dei gruppi informali e delle associazioni giovanili **che in passato hanno già “prodotto” significative esperienze sul territorio.**

Al gruppo che quindi si costituirà verrà affidato il compito di creare il messaggio ed il brand della campagna di sensibilizzazione. Inoltre gli stessi ragazzi dovranno “costruire” la pianificazione della campagna di comunicazione, individuando i canali (mediatici e non) più efficaci.

In entrambe le attività i ragazzi saranno **affiancati da professionisti del settore della comunicazione** (che hanno già dato la propria disponibilità a seguire gratuitamente l'operazione firmando una lettera di adesione) con funzione formativa, di consulenza e di trasformazione in elaborati professionali delle idee emerse dal gruppo di lavoro.

In questo modo avremo garantiti gli standard qualitativi di una comunicazione “pubblicitaria” e contemporaneamente la forza della comunicazione tra pari grazie all'ideazione del contenuto da parte di ragazzi che da sempre sono attivi sui nostri territori comunali e che quindi ben conoscono le possibilità di utilizzo che si potranno fare del “materiale” prodotto. Inoltre daremo ai ragazzi un pacchetto di conoscenze tecniche che potranno tornar loro estremamente utili per organizzare ulteriori eventi futuri.

## **2) Blocco operativo: creazione di laboratori negli istituti superiori**

**Progettazione e supervisione a cura di:** Comunità Papa Giovanni XXIII

**Periodo di svolgimento:** da febbraio 2009 a maggio 2009

**Ambito di lavoro:** Scuole medie superiori presenti nel territorio dei 25 Comuni Ulss 21 (ragazzi dai 15 ai 19 anni)

Un ambito di intervento che può garantire l'**inclusione certa di ogni ragazzo è quello scolastico.** Per questo motivo si ritiene opportuno intervenire in modo trasversale individuando un target di riferimento che vada dai 15 ai 17 anni (non fino ai 19 poichè le classi quinte sono impegnate nella preparazione della maturità). L'azione sarà rivolta almeno a 3 classi (una per ogni modello di laboratorio) per ciascuno dei poli scolastici di riferimento (Legnago, Cerea, Bovolone, Zevio e Isola della Scala). Non è esclusa l'ipotesi in alcuni Istituti di valorizzare “canali” come gruppi teatrali o similari.

Il progetto di formazione nelle scuole prevede tre filoni operativi nei quali sviluppare esperienze di incontro e di confronto. Le diverse attività proposte sono pensate per accrescere nei ragazzi le loro capacità di relazione ed aiutarli a **prendere coscienza del mondo che li circonda e del loro ruolo all'interno di esso.** Le metodologie utilizzate prevederanno giochi empatici, di conoscenza e di relazione.

Passaggio focale del progetto è quello di aumentare le conoscenze sulle problematiche legate all'abuso di alcol, anche attraverso l'incontro con alcune persone che abbiano vissuto esperienze emblematiche: si metterà in risalto quindi come il cammino terapeutico di recupero sia fondamentalmente improntato sulla ricerca di un senso pieno dell'esistenza.

## **3) Blocco operativo: avvio di percorsi nelle Parrocchie tramite i gruppi adolescenti**

**Progettazione e supervisione a cura di:** Parrocchie-Vicariati

**Periodo di svolgimento:** da febbraio 2009 a maggio 2009

**Ambito di lavoro:** incontri settimanali dei gruppi adolescenti di ciascuna Parrocchia

Un altro ambito adatto a sviluppare una riflessione da parte dei giovani sulla tematica alcol è quello dei **gruppi adolescenti delle Parrocchie** del territorio, punto di riferimento per numerosi ragazzi che usufruiscono dell'**appuntamento settimanale** come occasione d'incontro e come possibilità di confronto su vari argomenti, grazie anche al supporto degli animatori e dei Parroci.

In questo contesto verrà proposto dagli operatori del progetto Giochi Puliti un incontro informativo/formativo che possa fungere da stimolo di riflessione ed elaborazione sul tema alcol e divertimento, enfatizzando come i due termini non siano affatto tra loro strutturalmente legati. L'intervento sarà costituito da un format composto da video, spot e varie sollecitazioni dal titolo "Divertimento"Stupefacente. Alcool, sostanze e stili di consumo. Un tema spesso ritenuto "pesante" sarà così affrontato con linguaggi vicini alle giovani generazioni e sarà quindi possibile aprire una riflessione più ampia soprattutto sui motivi dell'uso ed abuso di sostanze alcoliche.

Ovviamente tutto il lavoro di riflessione ed approfondimento sarà sviluppato dagli adolescenti in incontri successivi: **nell'ottica di "produzione di significati" idonei a sconfiggere l'evasione, la fede rappresenta certamente un "mondo" ricco di valori forti a cui attingere.**

Al termine del percorso di ciascun gruppo adolescenti, l'esperienza sarà sintetizzata in un breve elaborato che, unito agli altri, possa essere pubblicato in un unico volume o su periodici: in tal direzione Verona Fedele, media partner già aderente, ha dichiarato grande disponibilità.

#### **4) Blocco operativo: diffusione dei "significati" in tutti gli eventi estivi**

**Progettazione e supervisione a cura di:** Giochi puliti-Infomagiovani

**Periodo di svolgimento:** da giugno 2009 a settembre 2009

**Ambito di lavoro:** eventi estivi realizzati dalle amministrazioni comunali o da associazioni di volontariato presenti nei vari comuni ed anche da privati (bar-discoteche)

Se nella fase di creazione dei messaggi della campagna informativa sarà coinvolto un certo numero di giovani concentrati soprattutto in alcuni territori, per quanto concerne la restituzione dei "significati prodotti" è invece prevedibile un **coinvolgimento capillare attraverso i numerosi eventi che in estate insistono in tutto il territorio.**

Tramite accordi con le varie associazioni che curano la realizzazione e gestione delle manifestazioni e con i locali pubblici frequentati dai ragazzi (es. bar e discoteche) si potranno affiggere manifesti o mettere a disposizione altro materiale frutto del lavoro dei vari laboratori. Inoltre gli **operatori del progetto Giochi Puliti** potranno essere presenti nelle principali manifestazioni del territorio con uno **stand itinerante** (gazebo, mongolfiera): qui sarà possibile un contatto personale con i ragazzi e quindi un passaggio più intenso di informazioni, oltre alla possibilità di avanzare proposte particolari come la prova etilometrica.

#### **5) Blocco operativo: evento finale**

**Progettazione e supervisione a cura di:** Infomagiovani

**Periodo di svolgimento:** ottobre-novembre 2009

**Ambito di lavoro:** grande evento finale

**Per mettere in rete tutto il lavoro fatto e le esperienze maturate** si è pensato ad un grande evento finale (con cantanti o ospiti importanti) che consenta contemporaneamente anche un ritorno di immagine a tutti i partner privati che sosterranno l'iniziativa.

## **6) Blocco operativo: mass-media**

**Progettazione e supervisione a cura di:** Informagiovani

**Periodo di svolgimento:** da gennaio a dicembre 2009

**Ambito di lavoro:** veicolazione dei messaggi creati su stampa, tv, radio e web

Sarà molto importante coinvolgere come partner anche i mass-media: **tv locali, giornali, radio e siti web di particolare interesse per i giovani**. Tramite tali partnership potremmo veicolare attraverso questi fondamentali canali la nostra campagna a costi ridotti se non nulli.

Alcune aziende proprietarie di mezzi di comunicazione hanno già dimostrato disponibilità ad entrare come partner e, in cambio di una **attività di co-marketing**, a garantire spazi sia su tg che in programmi di approfondimento o in momenti pubblicitari.

-  
-  
-  
-

**Soggetti cofirmatari** - Sono state raccolte in poco tempo moltissime adesioni e si sta lavorando per estendere ulteriormente la rete. Hanno già firmato una lettera di adesione:

- Comuni di: Angiari, Bevilacqua, Bonavigo, Boschi Sant'Anna, Bovolone, Casaleone, Castagnaro, Cerea, Concamarise, Gazzo Veronese, Isola Rizza, Legnago, Minerbe, Nogara, Oppeano, Palù, Ronco all'Adige, Roverchiara, Salizzole, San Pietro di Morubio, Sanguinetto, Sorgà, Terrazzo, Villa Bartolomea;
- Direzione Strategica Azienda ULSS21;
- Servizio Dipendenze (Ser.D.) Ulss 21 – Progetto Giochi Puliti;
- Associazione ACAT Basso Veronese;
- Associazione Alcolisti Anonimi Basso Veronese;
- Associazione Comunità Papa Giovanni XXIII - Ente Ecclesiastico di Diritto Pontificio;
- Le Associazioni iscritte all'Albo Regionale ed inserite nei Piani di Zona Ulss21: Amici della Comunità Papa Giovanni XXIII, il Corallo, Famiglie Veronesi Contro la Droga, Nefertari;
- N. 7 media partner;
- Tutti i Servizi Informagiovani attivi sul territorio;
- Tutte e 10 le Scuole medie superiori del territorio;
- N. 34 associazioni di volontariato attive sul territorio;
- N. 23 Parrocchie;

- N. 18 Gestori di locali di divertimento o ritrovo abituale di giovani.