

# LABORATORI DAL BASSO

# REPORT FINALE





**PREFAZIONE** p.03

1

**L'INIZIATIVA** p.04

2

**LE AZIONI** p.08

Laboratori e Testimonianze p.09

Edizione pilota Laboratori p.09

Edizione pilota Testimonianze p.10

Seconda edizione Laboratori p.11

Seconda edizione Testimonianze p.15

Mentoring p.15

3

**MONITORAGGIO** p.20

Metodologia p.21

Analisi dei risultati p.24

Impatto sui partecipanti di Laboratori p.24

Impatto sui proponenti di Laboratori p.28

Impatto sui partecipanti di Testimonianze p.31

Analisi ex-post p.35

4

**IN RETE** p.42

Una piattaforma dedicata p.42

Streaming p.45

La pagina Facebook p.47



## Laboratori dal Basso

---

*Laboratori dal Basso è un insieme di strumenti messi a disposizione dall'ARTI e dal programma regionale Bollenti Spiriti per permettere ai giovani di costruirsi occasioni di formazione e crescita imprenditoriale. Partendo dalla domanda e non dall'offerta, l'azione punta a rafforzare le competenze di chi fa impresa, incoraggiare la condivisione della conoscenza e lo scambio di esperienze tra generazioni.*

---



Documento distribuito con licenza Creative Commons BY-NC-ND 4.0.

Revisione: novembre 2015.

A cura di: Paolo D'Addabbo, Flavia Giordano, Domenico Centrone, Maxi Torau, Silvestro Ferrara, Laura Migliaccio, Giuseppe Lollo, Annamaria Monterisi.

In copertina: Laboratorio Do it together. Foto di Rosa Tricarico.

# PREFAZIONE

Lo sviluppo di un territorio dipende fortemente dai suoi giovani. Ma il potenziamento delle competenze imprenditoriali dei giovani, per liberare il loro potenziale di innovazione e valorizzare il loro contributo alla crescita intelligente, sostenibile e inclusiva è considerato solo da poco una priorità.

Proprio da questa idea nasce Laboratori dal Basso, un'iniziativa sperimentale e unica nel suo genere, progettata dall'ARTI e dal programma regionale Bollenti Spiriti per aiutare i giovani pugliesi a fare meglio impresa, partendo dalla loro domanda di conoscenza per accrescere le proprie competenze imprenditoriali.

La principale innovazione introdotta dall'iniziativa consiste proprio nella metodologia: invertire il paradigma tradizionale della formazione basata sull'offerta, proponendo una modalità diretta e di semplice fruizione per i giovani imprenditori, che sono incoraggiati a lavorare sull'auto-costruzione di percorsi di crescita professionale.

È la metodologia che ARTI ha consolidato, adottandola in una serie di azioni, con l'obiettivo di far emergere "dal basso" i reali fabbisogni dei beneficiari (in termini di servizi, innovazioni, competenze) e costruire in maniera condivisa risposte e percorsi "su misura" per i singoli casi.

L'innovazione introdotta con Laboratori dal Basso riguarda anche il ruolo del soggetto pubblico. L'ARTI ha direttamente interagito con i proponenti dei Laboratori, guidandoli a una più efficace definizione dell'idea, attraverso un processo di reale co-progettazione delle singole iniziative. Inoltre, ha garantito uno specifico sostegno alla realizzazione delle proposte progettuali, assumendosi l'onere della parte amministrativa e fornendo un supporto di comunicazione attraverso la piattaforma online.

Infine, anche per Laboratori dal Basso, l'ARTI ha adottato una specifica metodologia di monitoraggio, riconoscendo questa attività come strumento indispensabile non solo per garantire una puntuale verifica degli impatti delle azioni, ma anche e soprattutto per elaborare spunti e proposte correttive a vantaggio del decisore politico, chiamato a ridisegnare o a progettare nuovi interventi.



**Eva Milella**  
Presidente ARTI

## 1

## L'INIZIATIVA

Laboratori dal Basso è un'iniziativa inserita nell'Azione "Innovazione per l'Occupabilità" del Piano Straordinario per il Lavoro della Regione Puglia, cofinanziata a valere sul PO Puglia FSE 2007-2013, Asse VII "Capacità istituzionale". È stata progettata e gestita dall'ARTI – Agenzia Regionale per la Tecnologia e l'Innovazione e dal Programma regionale Bollenti Spiriti.

Negli ultimi anni, pur in un contesto pesantemente segnato dalla crisi economica, la Puglia si è contraddistinta per una particolare vitalità sul versante dell'imprenditorialità e dell'attivazione giovanile in settori ad alto contenuto di conoscenza<sup>1</sup>.

La Regione Puglia ha inteso quindi rafforzare e ampliare questo nascente "ecosistema", puntando sulla competenza, la passione e la domanda di apprendimento di alta qualità espressa dai giovani imprenditori e potenziali imprenditori pugliesi, e valorizzando il ruolo che imprenditori e manager più esperti possono offrire loro nella fase di startup e nei primi anni d'attività.

Laboratori dal Basso si basa sul presupposto che molti giovani imprenditori pugliesi siano fortemente consapevoli dei propri bisogni di apprendimento. In altre parole, che sappiano cosa imparare, come e soprattutto da chi. Agendo

1 A oggi, la Puglia risulta la nona regione in Italia per numero di startup innovative, con oltre 133 imprese iscritte nella sezione speciale del registro delle Camere di Commercio istituito con legge 221/2012.



---

*Il presupposto di  
Laboratori dal  
Basso è che i giovani  
imprenditori pugliesi  
siano consapevoli  
dei propri bisogni di  
apprendimento*

---

“dal basso”, si supera la genericità dei consueti percorsi formativi, a favore di un programma costruito e realizzato su misura per i proponenti, con un impatto diretto sulla loro crescita imprenditoriale e su quella degli altri partecipanti.

Ulteriore obiettivo di Laboratori dal Basso, infatti, è consentire di rafforzare le proprie competenze imprenditoriali non solo a chi propone un’esperienza formativa, ma al maggior numero possibile di giovani pugliesi. Per fare questo, i percorsi formativi organizzati attraverso l’iniziativa sono stati aperti a tutti e gran parte delle lezioni sono state trasmesse in diretta streaming, per essere successivamente messe a disposizione sulla piattaforma online.

In questo modo, è stato possibile creare un patrimonio di conoscenza condivisa, orientare i partecipanti verso un atteggiamento proattivo e progettuale e contribuire alla diffusione della cultura della collaborazione, della condivisione e della responsabilità sociale tra giovani imprenditori.

### LE 3 AZIONI



**LABORATORI** | Sono percorsi di apprendimento ideati da giovani imprese e associazioni pugliesi accomunati dalle stesse esigenze formative, che si uniscono per imparare cose utili a far crescere le loro attività imprenditoriali. Cluster di proponenti scelgono un argomento da approfondire e definiscono insieme i migliori docenti da invitare, strutturando un programma e individuando una sede per le attività.



**TESTIMONIANZE** | È un’azione che rappresenta Laboratori in versione semplificata: organizzazioni e gruppi informali di giovani in cerca di ispirazione e idee possono invitare relatori che hanno realizzato percorsi eccellenti di innovazione e imprenditorialità.



**MENTORING** | È l’iniziativa che fa incontrare giovani imprese e associazioni pugliesi con imprenditori (o manager) esperti, che si offrono di aiutarle nella fase di startup, affiancandole in un percorso di tutoraggio.

## OBIETTIVO

Aiutare i giovani pugliesi a fare meglio impresa partendo dalla loro domanda di conoscenza, per accrescere le proprie competenze imprenditoriali.

Consentire al maggior numero possibile di giovani pugliesi di rafforzare le proprie competenze imprenditoriali.

## TARGET

Giovani startup, associazioni e imprese pugliesi costituite da ragazzi con un'età compresa tra i 18 e i 35 anni.

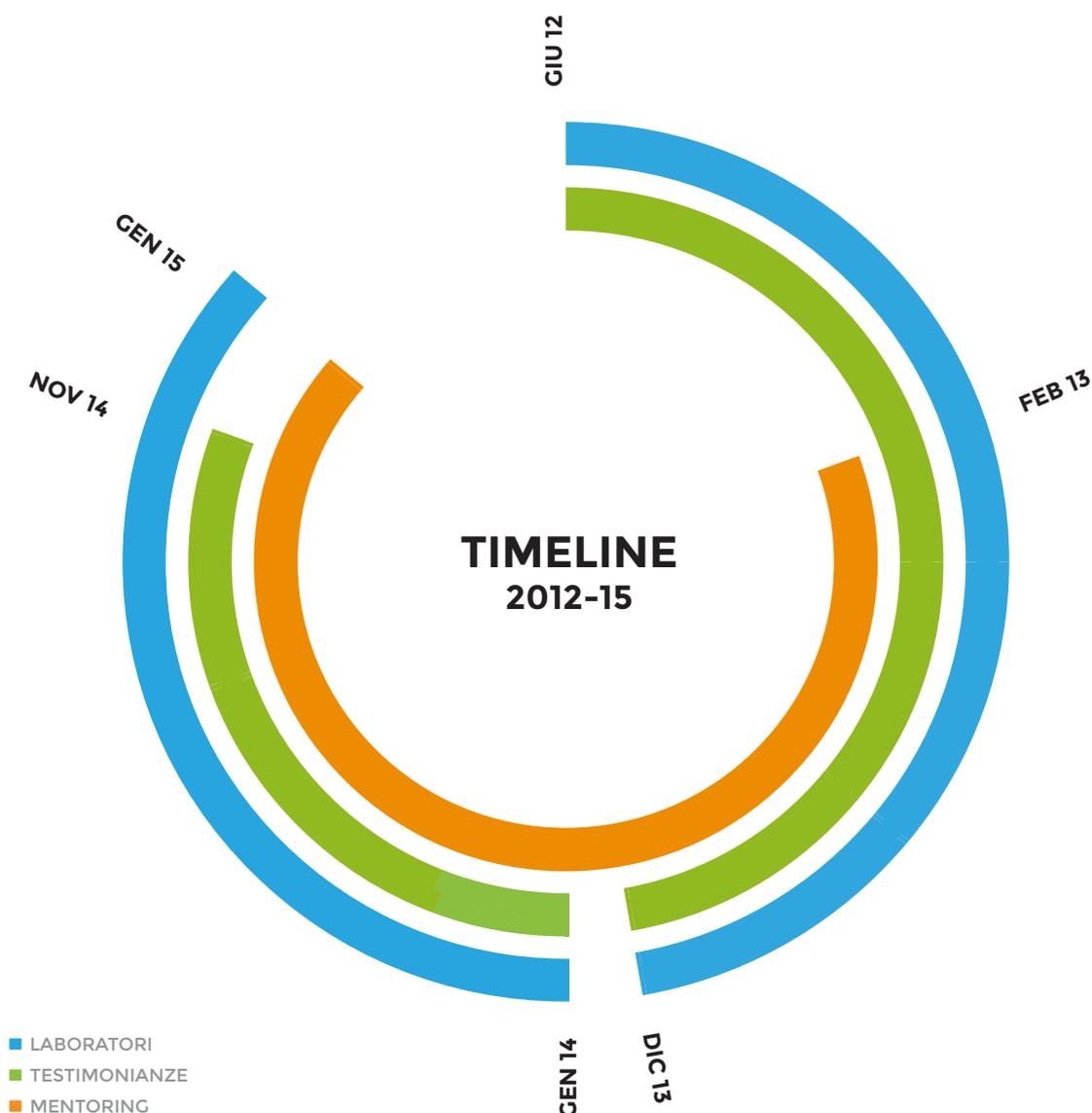
Giovani che sono impegnati o intendono avviare un'iniziativa imprenditoriale.

## NOVITÀ

Sostegno ad attività di formazione basata sulla domanda e non sull'offerta.

Coinvolgimento dei giovani sia come proponenti che come partecipanti.

Riduzione dei costi di erogazione di attività formative.





# X

## UNA VARIABILE IN CERCA D'IDENTITÀ

Due laboratori di ricerca e co-progettazione per prototipare nuovi strumenti per il design della comunicazione. Dalla generazione di nuovi font, alla realizzazione di una DrawBot per disegnare su superfici verticali, alla sperimentazione di progetti di nuova editoria postdigitale, low budget, che applica reti ed algoritmi: il Laboratorio X, per due anni consecutivi, è stata la summer school in grado di coniugare artigianato e digitale con tecnologie open source.



Castrignano de' Greci (LE)

Agosto - ottobre 2013

Luglio 2014

*Hi, my name is "x".  
I inspire people  
helping them to share  
knowledge and to  
develop skills.*

[dalla relazione finale]

---

Laboratorio proposto da **FF3300** snc.  
Foto di Tommaso Carmassi.



## 2

## LE AZIONI

Il programma Laboratori dal Basso è articolato in tre azioni: Laboratori, Testimonianze e Mentoring.

Le azioni Laboratori e Testimonianze hanno reso possibile l'organizzazione di eventi formativi sui temi dell'imprenditoria innovativa tramite un modello sperimentale dal basso, che consente ai destinatari di stabilire in prima persona cosa imparare, da chi, e in che modo. Associazioni, microimprese e semplici gruppi informali hanno quindi potuto misurarsi con la creazione di un progetto formativo su misura, aperto e liberamente fruibile a un più ampio numero di partecipanti, sia in presenza che online.

Con l'azione Mentoring è stata invece sperimentata una nuova formula di affiancamento tra imprenditori e manager esperti e giovani imprese o associazioni attive nello stesso settore, alle prese con i problemi tipici della fase iniziale di un'attività. Contrariamente ai programmi di mentorship tradizionali, per i quali l'ente organizzatore individua un pool di consulenti o collaboratori relativamente ristretto e poi combina il matching con giovani realtà imprenditoriali selezionate, Laboratori dal Basso ha messo a disposizione dei giovani imprenditori pugliesi un nutrito albo di esperti, costituitosi dal basso tramite candidature spontanee, nel quale sono stati ammessi esclusivamente imprenditori e manager di cui l'ARTI ha verificato l'esperienza e la capacità di guidare con successo le scelte strategiche di un'azienda.

Laboratorio Workinphoto Foto di Cataldo Maglie



Di Laboratori e Testimonianze sono state realizzate due edizioni: la prima a cavallo tra il 2012 e il 2013, la seconda nel corso del 2014. Dall'analisi degli impatti della prima è stato possibile individuare alcune criticità e i relativi correttivi, apportati quindi all'impostazione della seconda edizione.

Di Mentoring si è svolta una sola edizione sperimentale a causa del più ampio intervallo di tempo necessario alla sua realizzazione.

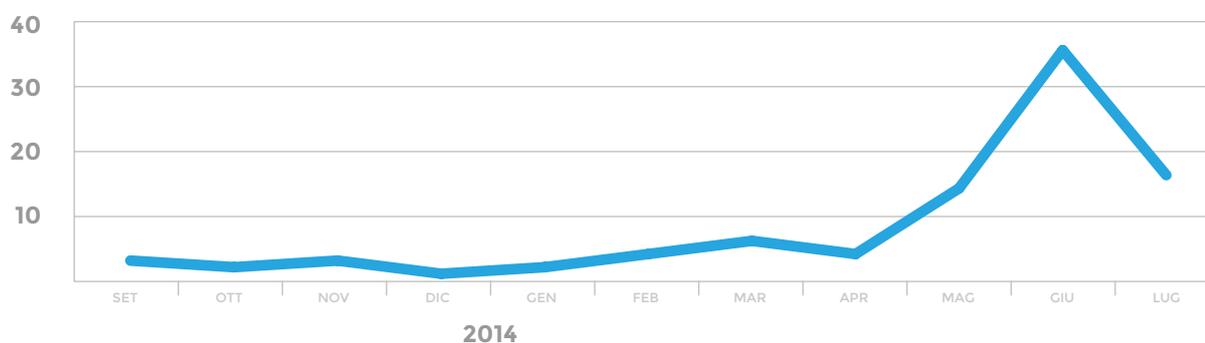
Si illustrano di seguito le principali caratteristiche e le evidenze quantitative delle due edizioni di Laboratori e Testimonianze e dell'edizione sperimentale di Mentoring. Segue un'analisi d'impatto delle prime due azioni sui proponenti delle iniziative e sulle platee coinvolte e un'analisi ex-post sui proponenti dell'azione Laboratori.

## 2.1 LABORATORI E TESTIMONIANZE

### 2.1.1 EDIZIONE PILOTA LABORATORI (2012-13)

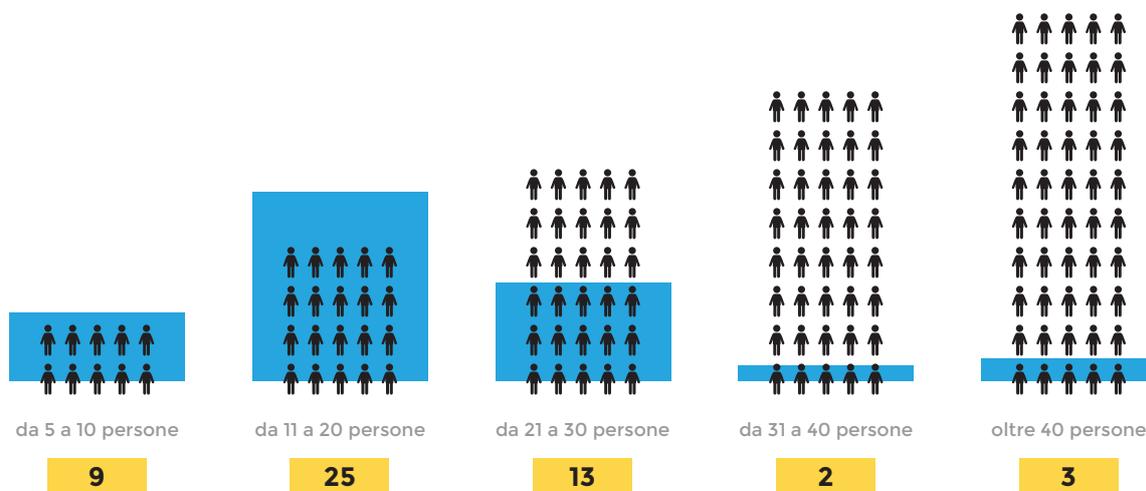
Il bando dell'edizione pilota dell'azione Laboratori è rimasto aperto a sportello dal giugno 2012 al giugno 2013. Per facilitare e stimolare la partecipazione all'iniziativa, l'edizione pilota è stata affiancata da un intenso processo di sensibilizzazione e comunicazione rivolto ai giovani e al territorio. Particolarmente utile si è dimostrato lo strumento della co-progettazione: nel corso di incontri con i singoli gruppi proponenti, lo staff ha fornito informazioni e spunti per trasformare un concept di Laboratorio in un corso più strutturato e soprattutto realizzabile.

▼ GRAFICO Edizione pilota: andamento delle proposte ricevute



Sono state presentate 90 proposte, di cui 52 approvate e realizzate. Di questi Laboratori, 24 si sono svolti in provincia di Bari, 14 in quella di Lecce, 7 nel foggiano, 4 nel brindisino e 2 nel tarantino; un Laboratorio ha previsto attività distribuite in più province. I Laboratori hanno dunque coperto quasi tutto il territorio pugliese, con l'eccezione della provincia di Barletta-Andria-Trani.

GRAFICO  
Edizione pilota: numero medio di partecipanti per lezione



I Laboratori hanno registrato una media di 19 partecipanti a lezione, con un picco massimo di 145 partecipanti.

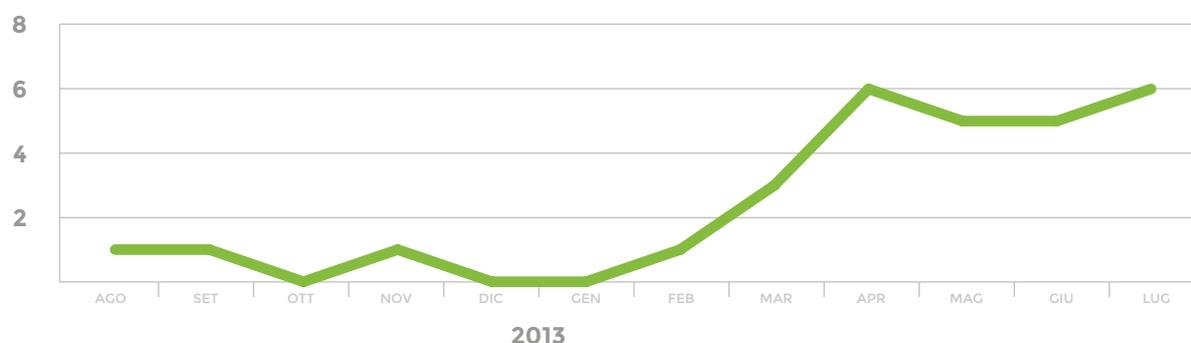
I temi dei Laboratori sono stati estremamente variegati. Dall’analisi degli ambiti indicati dai proponenti, emerge come l’*Imprenditorialità* rappresenti il tema di maggior interesse (riscontrabile in 20 dei 52 Laboratori realizzati). A seguire, spiccano *Arte e Cultura*, *Lavoro e Occupazione*, *Web e Multimedia*.

### 2.1.2 EDIZIONE PILOTA TESTIMONIANZE (2012-13)

Anche l’edizione pilota dell’azione Testimonianze è stata avviata nel giugno 2012, e il bando relativo è stato attivo a sportello per un anno.

Delle 29 proposte ricevute durante l’edizione pilota, ne sono state realizzate 22, di cui una metà in provincia di Bari e l’altra metà in quella di Lecce.

GRAFICO Edizione pilota: andamento delle proposte ricevute



A raccontare le proprie esperienze sono stati invitati 22 testimoni, di cui 7 provenienti dall’estero. Le Testimonianze hanno coperto una molteplicità di temi e settori, tra cui *Agricoltura e Agrofood*, *Design e Architettura*, *Arte e Cultura*, *Impresa sociale* e *Turismo e Sviluppo sostenibile*.

**L'organizzazione di una Testimonianza è possibile anche per gruppi informali, come strumento per mettersi alla prova e sondare nuove attività**

A differenza dei Laboratori, candidarsi per l'organizzazione di una Testimonianza è stato possibile anche per gruppi informali, imprese o associazioni non ancora costituite, per le quali l'organizzazione dell'evento era uno strumento per mettersi alla prova e, allo stesso tempo, sondare la possibilità di intraprendere nuove attività lavorative. I gruppi dovevano essere composti da almeno 10 persone, di cui la maggioranza con età compresa tra i 18 e i 35 anni. Il 31% delle proposte è stato presentato da gruppi informali. Le associazioni restano comunque il gruppo più numeroso

fra i proponenti, con il 52% delle candidature, mentre il restante 17% è stato presentato da microimprese.

### 2.1.3 SECONDA EDIZIONE LABORATORI (2014-15)

Mettendo a frutto l'esperienza della prima edizione, il nuovo bando per Laboratori, attivo dal 7 gennaio 2014, è stato leggermente rivisto nella modalità di invio delle candidature e nell'attuazione delle attività, prevedendo due sotto-finestre temporali nel corso delle quali è stato chiesto ai proponenti di

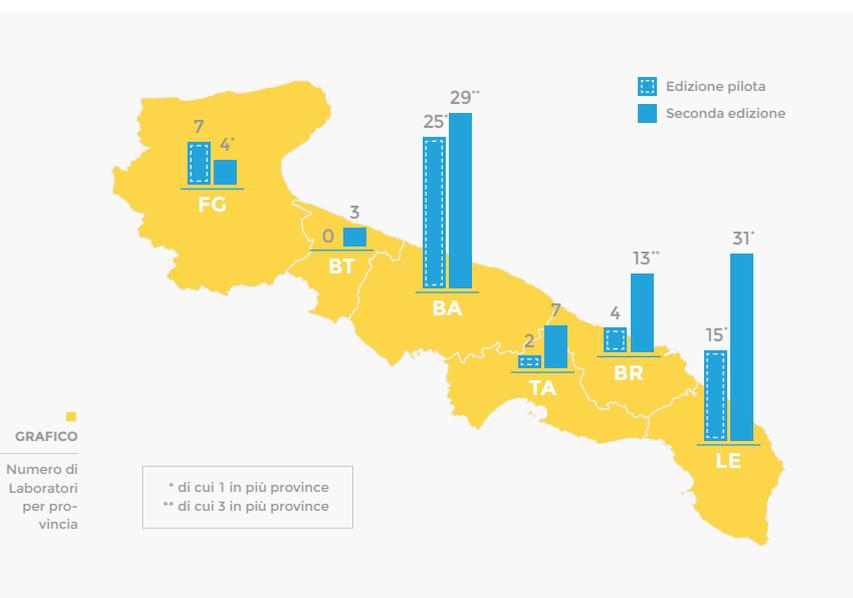
presentare le proprie candidature: la prima entro il 28 febbraio 2014; la seconda entro il 27 giugno 2014.

Per promuovere il secondo avviso delle azioni Laboratori e Testimonianze, lo staff in cooperazione con alcuni proponenti dell'edizione pilota ha realizzato un "Laboratori dal Basso Tour", che ha toccato, nel periodo 22-27 gennaio 2014, le città di Foggia, Lecce, Molfetta, San Vito dei Normanni, Bari e Taranto.

Alla scadenza della prima finestra del nuovo bando Laboratori erano state ricevute 76 proposte, quasi l'85% del totale ricevuto nella precedente edizione. Alla chiusura della seconda finestra sono state ricevute ulteriori 86 proposte, portando il totale a 162, con un aumento dell'80% rispetto all'edizione precedente.

Da queste 162 proposte sono stati realizzati 83 Laboratori. Rispetto all'edizione pilota, si evidenzia una lieve diminuzione del tasso di realizzazione, dal 58% al 51%, dovuta sia all'incremento del numero complessivo di candidature, sia ai nuovi termini dettati dal bando (tra i quali, differenti tempistiche di svolgimento, revisione delle regole amministrative per la progettazione esecutiva e la realizzazione delle attività).



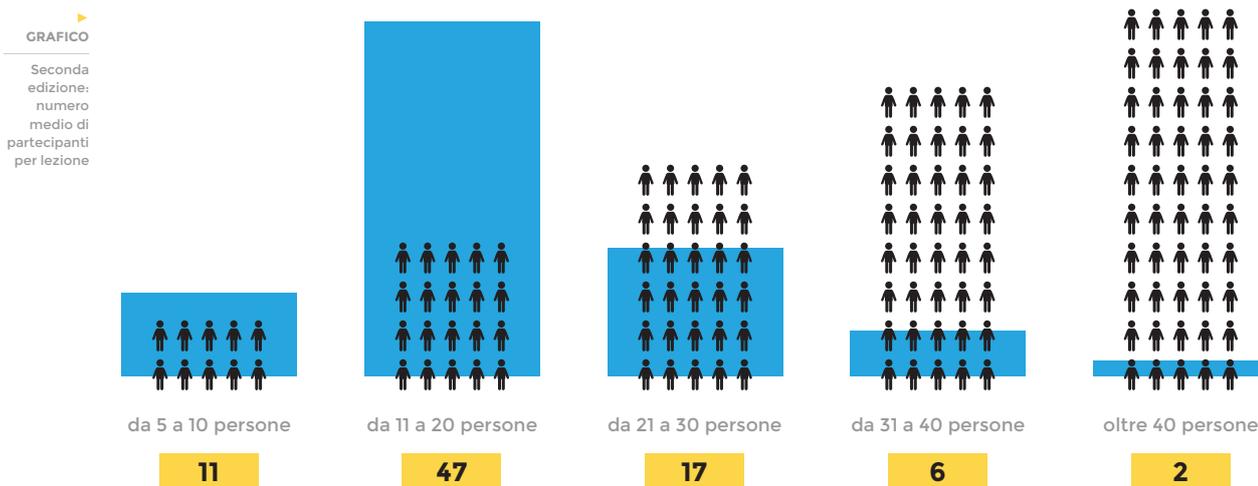


In alcuni casi, infatti, la proposta è stata ritirata dai proponenti durante la fase di co-progettazione del Laboratorio.

I Laboratori del 2014 si sono svolti a partire da aprile, fino a gennaio 2015, e hanno coperto tutto il territorio pugliese. Spiccano nuovamente le province di Lecce e Bari, con ri-

spettivamente 30 e 26 Laboratori realizzati; seguono le province di Brindisi, Taranto e Foggia con rispettivamente 10, 7 e 3 laboratori. La provincia Barletta-Andria-Trani, priva di iniziative durante l'edizione pilota, ha visto l'organizzazione di 3 Laboratori. Sono stati 4 i Laboratori con attività distribuite in più province.

La media dei partecipanti a ciascuna lezione della seconda edizione è stata di 18 persone.



I temi dei Laboratori realizzati si confermano variegati, ma l'Imprenditorialità continua a rappresentare l'ambito di maggior interesse, riscontrabile in 36 degli 83 Laboratori realizzati. Analizzando gli specifici ambiti imprenditoriali di interesse, emerge come i proponenti della seconda edizione di Laboratori abbiano mirato a formarsi principalmente su:

- 4
- 3
- 2
- 1



Storytelling



**FIRST, MAKE IT HAPPEN!**

A cura di Laura Migliaccio e Valentina Parente  
<http://youtu.be/UtzwoyF9tMQ>



- sviluppo d'impresa;
- sviluppo della gamma di prodotti/servizi;
- marketing, brand strategy e social media;
- creazione d'impresa;
- gestione d'impresa;
- raccolta/ricerca di fondi/finanziamenti.

Altri ambiti imprenditoriali prediletti riguardano aspetti legali, normative e certificazioni, product placement, vendita e distribuzione, amministrazione finanziaria, proprietà intellettuale e internazionalizzazione.

Le imprese culturali rappresentano il 30% dei proponenti, che hanno realizzato il Laboratorio principalmente per acquisire conoscenze utili a posizionarsi meglio nel mercato di riferimento e ad evolvere da associazione a

impresa nel medio-lungo termine.

Il 14% è invece costituito dalle imprese sociali. Questo gruppo punta principalmente allo sviluppo di prodotti e servizi (58%), ma il 50% è anche interes-

Laboratorio Permacultura mediterranea Foto di Ilaria D'Aprile



sato al tema della creazione d'impresa e il 42% alla gestione d'impresa o ad apprendere metodi e modalità per raccogliere fondi e finanziamenti. Seguono poi le imprese attive nei settori dell'editoria, del giornalismo e dei new media (8%), quelle dei maker e dell'artigianato digitale (un ulteriore 8%) e le imprese agricole (7%), mentre il resto dei proponenti si presenta in modo molto variegato.

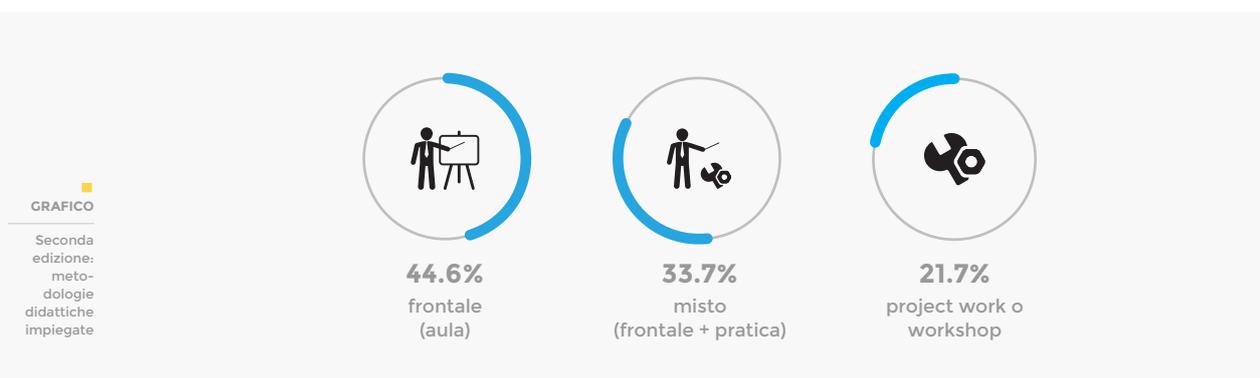


Gli organizzatori dei Laboratori della seconda edizione hanno per lo più coinvolto docenti provenienti da altre regioni italiane, mentre il 12% ha scelto di coinvolgere nel proprio percorso formativo prevalentemente docenti stranieri.

Le metodologie didattiche identificate dai proponenti e adottate dai docenti durante i Laboratori possono essere suddivise in tre categorie principali:

- lezioni frontali in aula;
- lezioni miste (frontali + esercitazioni pratiche);
- project work e workshop pratici, in modalità apprendimento in situazione.

Le metodologie didattiche più utilizzate sono state quelle meno “classiche”: ben il 55% delle iniziative si è infatti articolato in lezioni miste e project work, a ulteriore dimostrazione del fatto che spesso Laboratori va a colmare il vuoto lasciato dall'offerta formativa tradizionale, attraverso esercitazioni e metodologie non formali.



## 2.1.4 SECONDA EDIZIONE TESTIMONIANZE (2014-15)

Il secondo bando Testimonianze, attivo dal 7 gennaio 2014, ha previsto un'unica finestra, da gennaio a luglio 2014, e la gestione delle candidature è continuata con modalità a sportello.

Le Testimonianze realizzate sono state 31 sul totale di 75 proposte ricevute. Anche in questo caso, come per Laboratori, la minore percentuale di successo delle proposte è legata all'incremento del numero complessivo delle candidature e ad alcune nuove condizioni introdotte nel secondo avviso. Inoltre, un numero

rilevante di proposte è stato ritirato nel corso della co-progettazione, spesso a causa della tempistica troppo ristretta per la realizzazione delle Testimonianze definita dal bando (30 luglio-30 novembre).

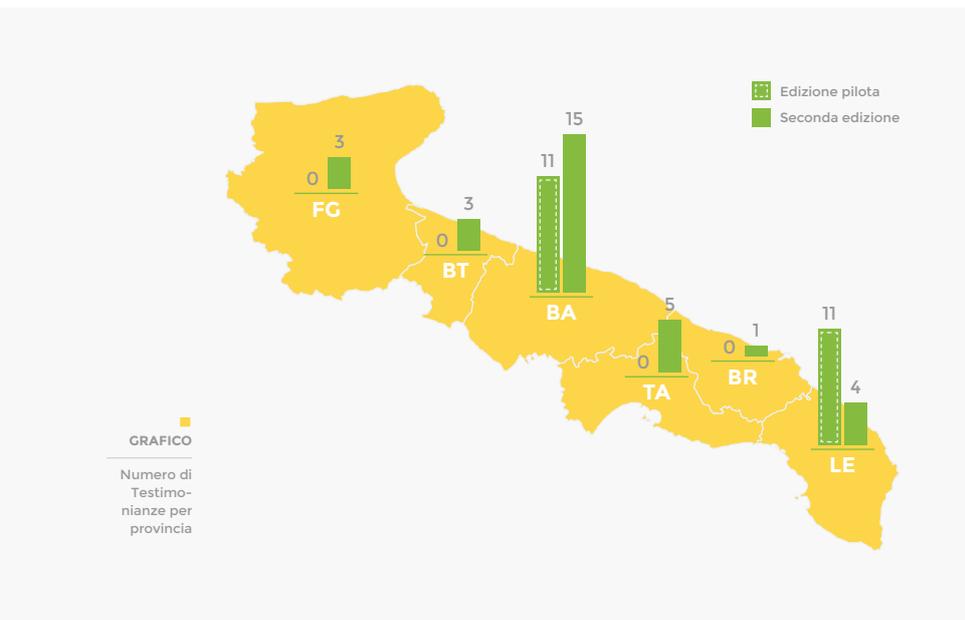
La maggior parte dei 31 testimoni invitati proveniva dall'Italia.

Se le Testimonianze della prima edizione hanno interessato soltanto le province Bari e Lecce, quelle realizzate durante la seconda edizione hanno coperto tutto il territorio pugliese.

Anche nel 2014 si è confermato il grande interesse da parte di gruppi informali per l'azione Testimonianze, con il 40% delle proposte presentate. Le associazioni rimangono al primo posto (52% delle proposte presentate), mentre il tasso di partecipazione delle microimprese si abbassa all'8%.

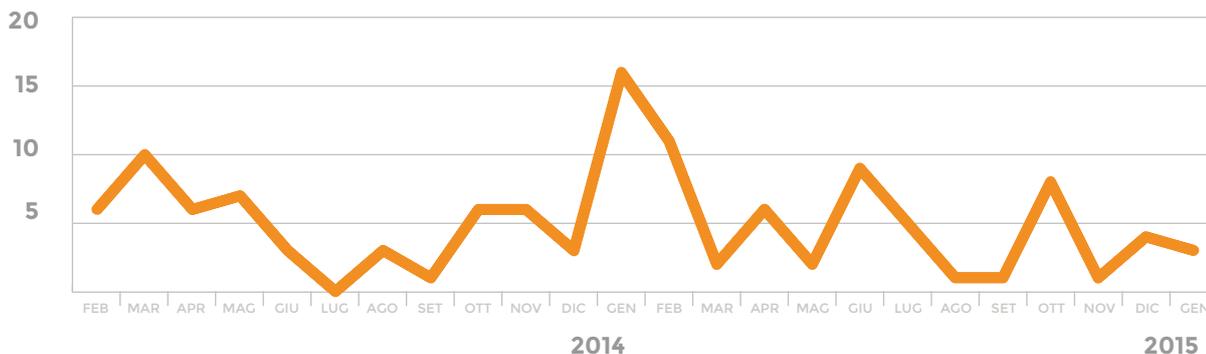
## 2.2 MENTORING (2013-2015)

L'avviso dell'azione Mentoring, che ha definito le modalità di candidatura sia per i mentori, sia per le giovani organizzazioni interessate a un affiancamento (le "giovani idee"), è stato pubblicato il 7 febbraio 2013 ed è rimasto attivo fino al 31 gennaio 2015.



Nell'arco dei 24 mesi si sono candidati 120 professionisti, imprenditori e manager, con una media di 5 al mese. Il picco è stato registrato tra gennaio e febbraio 2014.

GRAFICO Andamento delle candidature per l'Albo dei Mentori



Delle candidature ricevute, 56 (il 47%) sono state accolte positivamente, permettendo ai proponenti di essere inseriti come mentori nell'albo pubblico sulla piattaforma del programma, alimentato man mano che venivano approvate le candidature.

Per ciascuno dei mentori, l'albo fornisce una scheda informativa con foto, biografia sintetica, descrizione del sostegno offerto e classificazione delle competenze rispetto ai settori e agli ambiti del programma Laboratori dal Basso.

A poter richiedere una mentorship erano associazioni e microimprese costituite da non più di 5 anni e composte per più del 50% da giovani tra

18 e 35 anni. A differenza delle altre azioni, Mentoring ha avuto una risposta immediata da parte delle organizzazioni pugliesi: la prima richiesta di affiancamento è pervenuta nel febbraio 2013. In totale, le richieste ricevute sono state 44.

Le richieste di affiancamento approvate sono state 26 (il 59%), 3 richieste sono state rigettate e altre 3 ritirate dai proponenti. Le restanti 12 sono decadute per carenze nella documentazione fornita dai proponenti nell'ambito dell'iter istruttorio.

Ciascuna giovane idea ha potuto selezionare il proprio mentore avvalendosi dell'albo. Lo staff ha agito come facilitatore e ha supportato le parti nello sta-

GRAFICO  
Valutazio-  
ne delle  
candidature  
a mentore



**56**  
approvati



**54**  
rigettati



**10**  
decaduti

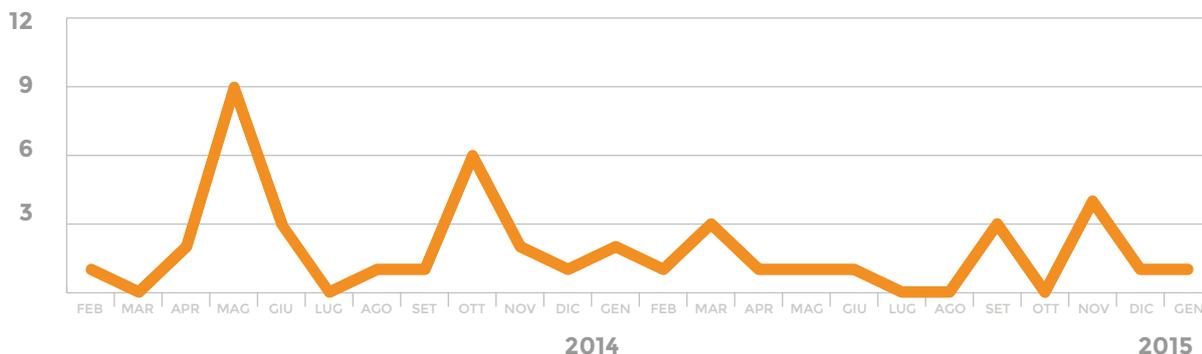
4

3

2

1

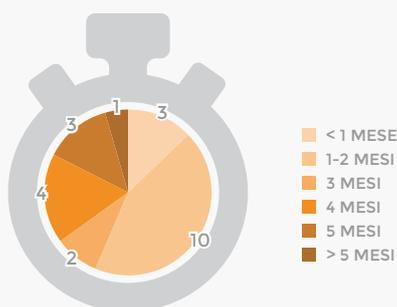
GRAFICO Andamento delle candidature di giovani idee



bilire un contatto, a condizione che il progetto della giovane idea risultasse interessante anche per il mentore. Quando si verificava un’effettiva corrispondenza di interessi, lo staff metteva in contatto il mentore e la giovane idea per la stesura di un piano di affiancamento che definisse obiettivi e risultati attesi del percorso di mentoring.

Delle 26 richieste di affiancamento accolte, 23 sono state realizzate entro il 31 gennaio 2015, mentre le restanti 3 sono decadute. A seconda delle specifiche esigenze di ogni caso, i percorsi hanno avuto durata diversa, da alcuni giorni fino a oltre 5 mesi. Circa metà degli affiancamenti si è conclusa entro 2 mesi dall’avvio.

GRAFICO  
Durata degli affiancamenti



In merito alle modalità di affiancamento, definite insieme da mentori e giovani idee, si evidenzia che la grande maggioranza (96%) si è svolta con incontri in presenza. Per 8 gruppi questo è stato l’unico metodo di collaborazione; un altro gruppo ha optato per un affiancamento interamente in videoconferenza. I restanti 14 affiancamenti (61%) sono stati realizzati utilizzando varie modalità di interazione: presenza fisica

GRAFICO  
Modalità di affiancamento adottate



del mentore, videoconferenze, consultazioni via email, chat o social network e contatti telefonici.

Da ogni affiancamento è scaturito un percorso individuale e unico. Analizzando i diari di bordo, elaborati congiuntamente dalle giovani idee e dai mentori, si possono tuttavia identificare alcuni risultati ricorrenti, che confermano l'utilità dell'azione per le giovani organizzazioni:

- aumentata conoscenza/consapevolezza della gestione del gruppo;
- migliorata gestione di processi interni, workflow;
- inserimento in nuove reti, creazione di nuovi contatti attraverso il mentore;
- aumentata consapevolezza del mercato di riferimento (settore, target group) e quindi migliore definizione dei servizi offerti, ampliamento della gamma di servizi mirati;
- finalizzazione di business plan e piani strategici.

Laboratorio Workinphoto Foto di Cataldo Maglie





Lecce  
1 settembre 2014

## *War divides, Music connects.*

[motto di Musicians without Borders]

Testimonianza proposta da **Arci Comitato Territoriale di Lecce**. Foto di Musicians without Borders.

## L'ARTE COME STRUMENTO INNOVATIVO PER LA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

Musicians without Borders è un'organizzazione internazionale che interpreta la musica dalla prospettiva della non-violenza attiva, esplorandone l'utilizzo nella costruzione della pace, insieme alle persone che in tutto il mondo subiscono le conseguenze dei conflitti armati. Laura Hassler, la fondatrice di MwB, condividendo metodi e prospettive che da anni rendono l'organizzazione attiva in contesti conflittuali come la Palestina e l'Africa, ha raccontato la sua esperienza di cooperazione internazionale.

TESTIMONE

**LAURA HASSLER**

Fondatrice e direttrice di  
Musicians without Borders



## 3

## MONITORAGGIO

La natura particolarmente innovativa e inedita dell'iniziativa Laboratori dal Basso ha indotto l'ARTI a sviluppare un sistema di monitoraggio e di valutazione che permettesse l'analisi dei risultati e degli impatti, sia nel corso del suo svolgimento, sia soprattutto alla sua conclusione.

Obiettivo di questa attività era l'individuazione dei fattori e delle caratteristiche di maggior successo dell'iniziativa, che ne consentissero la replicabilità garantendo un incremento di efficacia degli interventi a sostegno dei progetti imprenditoriali dei giovani.

Come si vedrà, le azioni Laboratori e Testimonianze sono state oggetto di differenti attività di monitoraggio e valutazione, a causa delle diverse caratteristiche in termini di obiettivi, fruitori e tipologie di impatti. Data la peculiarità di Mentoring e in considerazione dei tempi diversi nei quali si è svolta, per il momento non è stato impostato un sistema di monitoraggio e valutazione.

L'attività di monitoraggio dell'iniziativa si è quindi articolata secondo la seguente tabella.

AZIONE	EDIZIONE	CAMPIONE	MODALITÀ RILEVAZIONE
Laboratori	1 <sup>a</sup>	25% dei 52 proponenti	Questionari somministrati tramite interviste telefoniche
Laboratori	2 <sup>a</sup>	100% degli 83 proponenti	Questionari online
Laboratori	1 <sup>a</sup> e 2 <sup>a</sup>	80% di 90 proponenti (40 dei 52 della prima edizione e 32 dei 38 della prima finestra della seconda edizione)	Questionari somministrati tramite interviste telefoniche per follow-up (a distanza di 8-12 mesi)
Laboratori	1 <sup>a</sup>	33 dei 40 proponenti della prima edizione intervistati per il primo follow-up	Questionari somministrati tramite interviste telefoniche per follow-up (a distanza di 15-18 mesi)
Laboratori	2 <sup>a</sup>	2.164 partecipanti	Questionari cartacei in situ
Testimonianze	2 <sup>a</sup>	334 partecipanti	Questionari cartacei in situ



Laboratorio Do it together Foto di Rosa Tricarico

### 3.1 METODOLOGIA

Al termine della prima edizione di Laboratori, nel 2013, si è avviata una valutazione d'impatto sperimentale, focalizzata sul raggiungimento degli obiettivi diretti del programma, ovvero migliorare la capacità di co-progettazione per intercettare bisogni collettivi e sostenere la crescita delle competenze imprenditoriali dei giovani. Laboratori, infatti, è l'azione più complessa, e ha quindi generato una maggiore quantità di dati valutabili rispetto alle altre due.

*La valutazione d'impatto dell'edizione pilota ha consentito di apportare alcuni correttivi e definire le caratteristiche della seconda edizione*

Nell'ambito di un'intervista telefonica, i proponenti hanno risposto a un set di domande sulle motivazioni della partecipazione al programma, sui principali risultati ottenuti nell'immediato e sull'utilità dell'iniziativa Laboratori dal Basso per fare impresa e associazionismo. L'analisi è stata realizzata su un campione di 13 proponenti dell'edizione pilota e l'im-



piano è stato utilizzato come strumento per apportare alcuni correttivi e definire le caratteristiche della valutazione di impatto della seconda edizione.

La valutazione d'impatto della seconda edizione si è dunque basata su una più estesa raccolta di dati. Il campione considerato è coinciso con il totale dei proponenti e l'indagine si è focalizzata su 4 ambiti: grado di soddisfazione delle aspettative, scelta di temi e docenti, collaborazione con l'ARTI e grado di apertura all'esterno di un Laboratorio.

Nel corso di questa seconda rilevazione sono emersi ulteriori impatti positivi inattesi: attivazione di collaborazioni, capacità di raccolta fondi, opportunità occupazionali. Pertanto, si è scelto di condurre anche una successiva in-

indagine di follow-up della prima edizione, per approfondire la consistenza degli impatti positivi inattesi.

La metodologia adottata per l'analisi dei risultati e dell'impatto dell'azione Laboratori si è quindi articolata come di seguito specificato.

#### *Misurazione d'impatto sui proponenti capofila in tre step successivi*

- a. Impatto immediato (alla chiusura del Laboratorio, attraverso questionario online)
- b. Follow-up nel periodo da 8 a 12 mesi dalla chiusura del Laboratorio (questionario, interviste telefoniche)
- c. Follow-up nel periodo da 15 a 18 mesi dalla chiusura del Laboratorio (questionario, interviste telefoniche)

I principali indicatori dell'analisi sui proponenti sono stati nell'immediato:

- a. il raggiungimento degli obiettivi di partecipazione,
- b. la soddisfazione rispetto ai docenti selezionati,
- c. la soddisfazione rispetto alla collaborazione con l'ARTI;

per i follow-up:

- a. la crescita imprenditoriale dei proponenti,
- b. le collaborazioni avviate dai proponenti,
- c. la capacità dei proponenti di raccogliere fondi.



Laboratorio Immagini sensibili Foto di Gennaro Giangrande

### *Misurazione d'impatto sui partecipanti*

- a. Impatto immediato (durante il Laboratorio, attraverso questionario cartaceo);
- b. Raccolta di casi di impatto sui partecipanti riportati dai proponenti durante le interviste di follow-up.

Le rilevazioni hanno permesso anche di raccogliere numerosi dati anagrafici, che hanno contribuito a profilare i partecipanti ai Laboratori. Proprio con riferimento ai partecipanti, l'indicatore principale dell'analisi immediata è stato il grado di raggiungimento degli obiettivi prefissati nella partecipazione a un Laboratorio. Rispetto al campione di storie di follow-up riportate dai proponenti, l'indicatore più significativo è stato il numero delle persone che hanno avuto opportunità di inserimento nel mercato del lavoro attraverso la costituzione di nuovi soggetti o grazie a nuovi incarichi o impieghi (impatto occupazionale).



# 2.498

totale dei questionari  
cartacei analizzati

La valutazione d'impatto per la prima edizione di Laboratori è stata utile nell'impostare una metodologia per valutare Testimonianze. A differenza dei Laboratori, una Testimonianza non comportava l'ideazione e l'organizzazione di un programma formativo, ma offriva innanzitutto l'opportunità di approfondire l'interesse per una determinata attività o settore con un professionista competente. Le Testimonianze sono

quindi un momento (in)formativo di facile fruizione anche per chi non è ancora del tutto radicato nel mondo professionale.

Visto il grande numero di gruppi informali tra i proponenti, e considerato che l'impatto delle Testimonianze può considerarsi analogo per proponenti e partecipanti, la metodologia adottata per l'analisi dei risultati focalizza la misura-

4

3

2

1

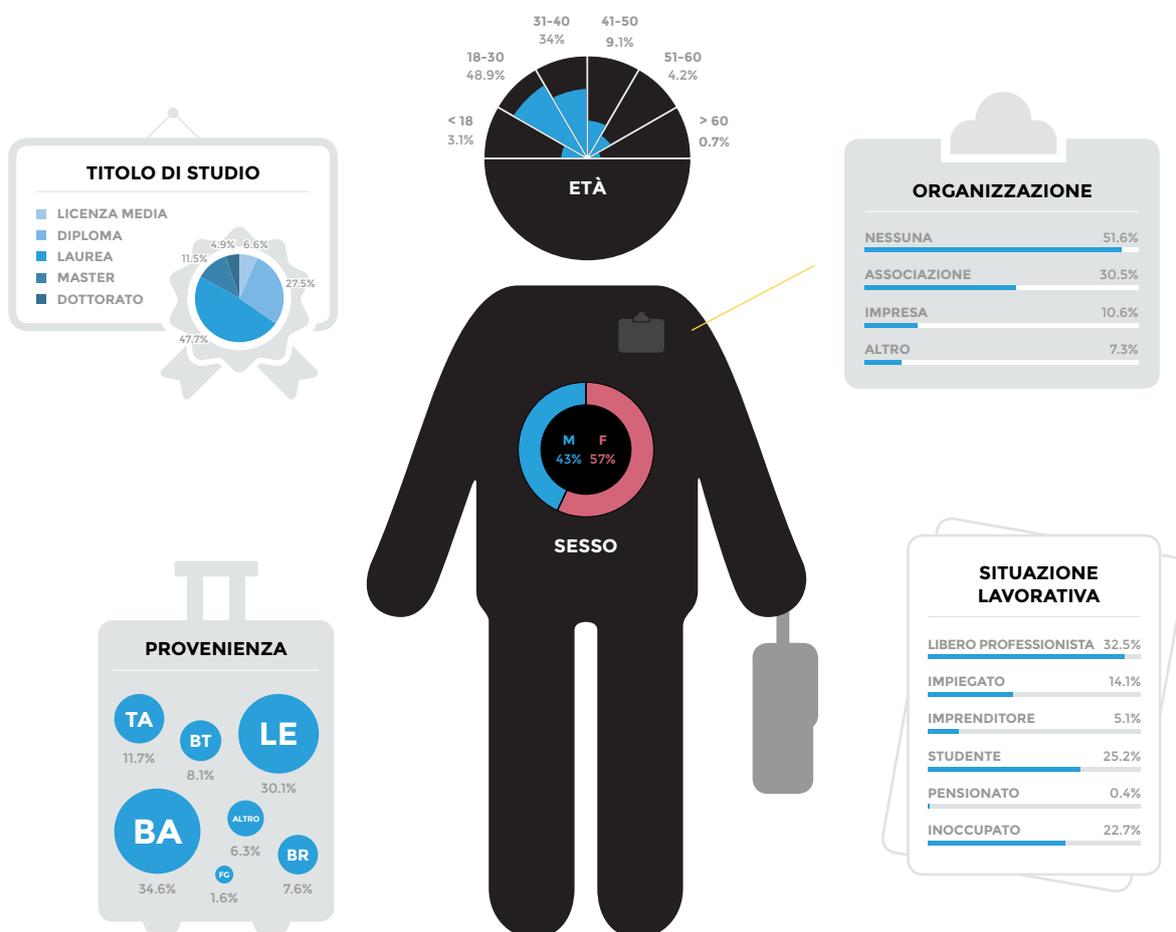
zione dell’impatto sui partecipanti (nel novero dei quali si considerano anche i proponenti). La valutazione d’impatto è stata condotta sui partecipanti alla seconda edizione di Testimonianze, attraverso un questionario somministrato nel corso degli eventi svoltisi tra giugno e fine novembre 2014. Sono stati raccolti oltre 300 feedback. L’indicatore principale dell’analisi è stato il grado di raggiungimento degli obiettivi prefissati nella partecipazione a una Testimonianza.

## 3.2 ANALISI DEI RISULTATI

### 3.2.1 IMPATTO SUI PARTECIPANTI DI LABORATORI

#### ► Dati anagrafici

Tra chi partecipa fisicamente e coloro che seguono le lezioni in streaming, i partecipanti dei Laboratori sono migliaia. Per meglio conoscere la grande platea coinvolta, la seconda edizione di Laboratori è stata l’occasione per raccogliere oltre 2000 questionari compilati da partecipanti presenti fisicamente nelle sedi dei Laboratori.



Sono i liberi professionisti a rappresentare il gruppo più grande della platea dei Laboratori, con il 32%. Analizzando il dettaglio territoriale, questo dato emerge ugualmente per le province di Bari (34%), Brindisi (32%), Lecce (31%) e Taranto (34%), mentre nella provincia di Barletta-Andria-Trani e nella provincia di Foggia il gruppo principale è rappresentato dagli studenti (rispettivamente

il 48% e il 37%). Su base regionale, gli studenti si attestano come il secondo gruppo per numerosità.

Il terzo gruppo è composto da persone inoccupate e disoccupate, che con il 23% rappresentano quasi un quarto dei partecipanti.

Circa la metà dei partecipanti non appartiene ad alcuna organizzazione (associazione, microimpresa). Questo però è un dato che varia a seconda della fascia d'età: mentre

il 60% dei partecipanti tra i 18 e 30 anni non appartiene a un'organizzazione, questo è vero soltanto per il 41% della fascia tra i 31 e 40 anni.

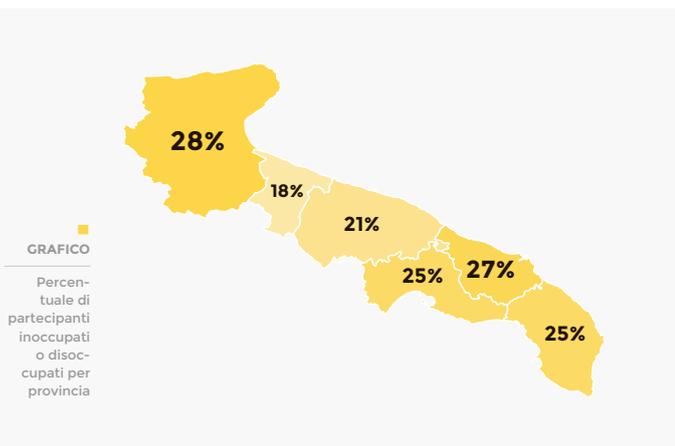
### ► Motivazioni per la partecipazione

La motivazione principale per partecipare a un Laboratorio si manifesta nella volontà di accrescere le proprie capacità e conoscenze professionali (97%), soprattutto in riferimento ai partecipanti inoccupati/disoccupati e ai liberi professionisti. Il livello di soddisfazione sul raggiungimento di questo obiettivo

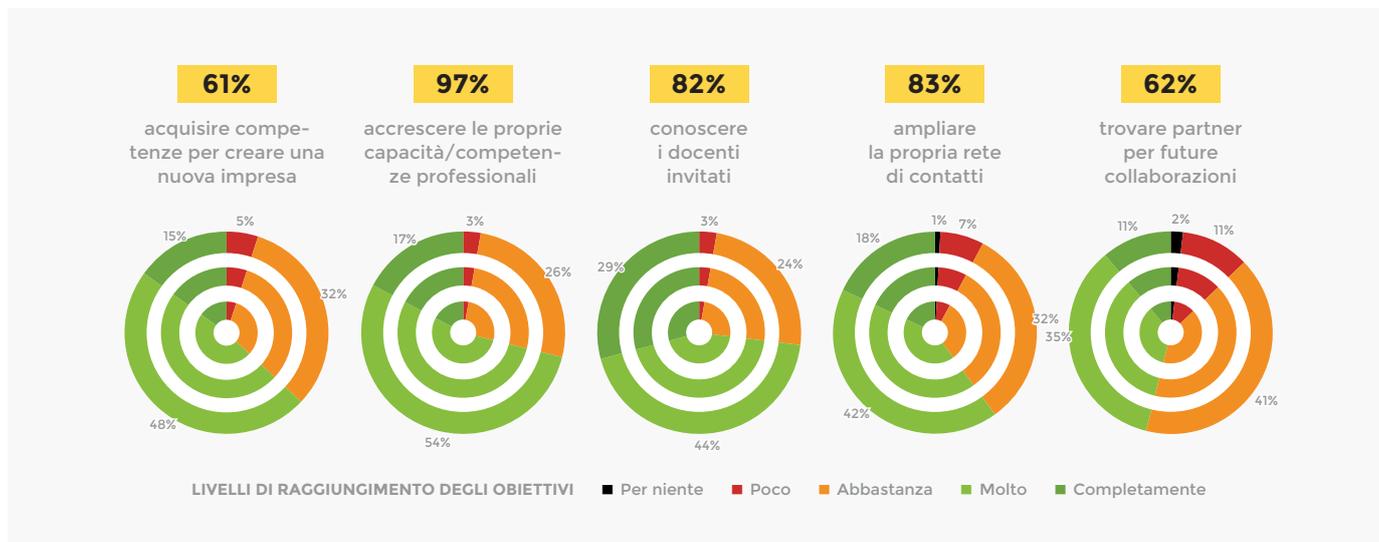
è generalmente positivo, con il 71% dei rispondenti molto o completamente soddisfatto. Gli imprenditori costituiscono il gruppo che manifesta il livello di gradimento più alto in assoluto, mentre i partecipanti inoccupati/disoccupati registrano il livello di soddisfazione più basso.

Per l'83% della platea, partecipare serve ad ampliare la rete di contatti, e per il 62% a trovare partner per future collaborazioni. Sono nuovamente i partecipanti inoccupati/disoccupati e i liberi professionisti i gruppi maggiormente interessati ad ampliare la rete di con-

tatti, mentre l'obiettivo di voler trovare partner è inseguito soprattutto dagli imprenditori. Particolarmente soddisfatti del risultato raggiunto sono proprio i liberi professionisti, gli impiegati e gli imprenditori. Gli imprenditori e i liberi professionisti registrano il maggior numero di contatti raccolti con una media di 7. Nell'identificazione di nuovi partner, i livelli di soddisfazione sono più alti



**Gli imprenditori manifestano il livello di gradimento più alto in assoluto, mentre i meno soddisfatti sono gli inoccupati o disoccupati**



▲ GRAFICO Obiettivi della partecipazione e rispettivi livelli di raggiungimento

tra gli impiegati e gli imprenditori (mediamente 3 partner). Meno soddisfatti in entrambi i casi sono gli studenti e i partecipanti inoccupati/disoccupati.

La possibilità di poter incontrare i docenti è motivo di partecipazione per l'82% del campione. Il livello di soddisfazione per il raggiungimento di questo obiettivo è stato il più alto in assoluto tra i partecipanti.

Infine il 61% partecipa a un Laboratorio con l'obiettivo di acquisire competenze professionali per creare una nuova impresa. A conclusione del Laboratorio, i più alti livelli di soddisfazione si registrano tra gli imprenditori, mentre i più bassi tra chi è senza occupazione.

### ► **Attinenza degli argomenti trattati**

Il 77% dei partecipanti considera gli argomenti trattati molto (51%) o comple-

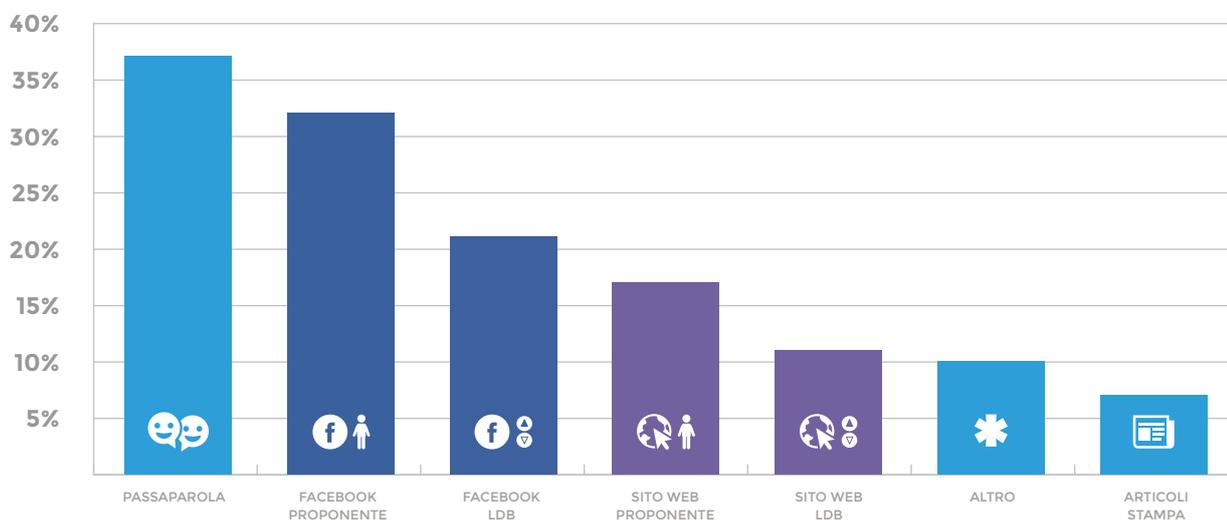


tamente (26%) attinenti al proprio lavoro e ai propri interessi, il 69% dichiara che gli argomenti hanno soddisfatto le proprie aspettative. Infine, in relazione alle capacità organizzative dei proponenti, il 30% è totalmente soddisfatto, il 46% è molto soddisfatto e un altro 21% valuta sufficiente l'organizzazione.

### ► Accessibilità e canali informativi

Oltre il 60% dei partecipanti valuta l'accessibilità di informazioni sui Laboratori molto buona (44%) o eccellente (17%). La principale fonte informativa è il passaparola (37%), mentre altri canali rilevanti sono i profili Facebook e i siti web dei proponenti.

▼ GRAFICO Canali informativi utilizzati dai partecipanti



Emerge l'importanza dell'utilizzo dei social media: i profili Facebook dei proponenti insieme al profilo Laboratori dal Basso sono stati il principale canale d'informazione per il 53% dei partecipanti.

### ► Interesse per la formazione alternativa

Tra i risultati più significativi emerge l'intenzione del 91% dei partecipanti di voler seguire altri Laboratori: è una conferma del forte interesse del territorio per percorsi formativi innovativi, su misura e con formule didattiche meno tradizionali. Il 70% dei partecipanti afferma l'utilità del programma per la propria crescita professionale e imprenditoriale, per l'attivazione di nuove collaborazioni e per fare associazionismo e impresa. I Laboratori sono inoltre una buona fonte formativa anche per chi non avesse (ancora) fondato un'impresa: oltre il 50% ritiene la partecipazione utile anche per il miglioramento della propria posizione lavorativa.



# 91%

partecipanti intenzionati a seguire altri Laboratori



Laboratorio XY Foto di Tommaso Carmassi

## 3.2.2 IMPATTO SUI PROPONENTI DI LABORATORI

### L'EDIZIONE PILOTA

Durante l'edizione pilota, la soddisfazione dei proponenti è stata rilevata su un primo campione di 13 proponenti.

Per questi 13 proponenti, la motivazione più importante per l'organizzazione di un Laboratorio è stata la voglia di acquisire competenze professionali per potenziare la propria associazione/impresa, seguita dall'interesse a entrare in contatto con una comunità tematica, oltre che dal desiderio di acquisire competenze professionali per creare una nuova impresa.

Il principale risultato dichiarato da questi proponenti è l'attivazione di nuove collaborazioni durante il Laboratorio: 10 proponenti hanno avviato collaborazioni con docenti del Laboratorio, 11 hanno avviato collaborazioni con partecipanti.

***Nell'edizione pilota, il principale risultato dichiarato dai proponenti è l'attivazione di nuove collaborazioni durante il Laboratorio***

Soltanto 7 dei 13 proponenti, ovvero il 54%, hanno dichiarato di aver accresciuto le proprie capacità imprenditoriali. Ciononostante, 12 su 13 hanno affermato che il Laboratorio ha aumentato la loro consapevolezza nella gestione della propria associazione/impresa; 5 proponenti hanno invece creato una nuova associazione (2) o start-up (3).

Nel valutare l'esperienza, la totalità dei proponenti intervistati ha ritenuto l'iniziativa Laboratori dal Baso uno strumento molto utile per fare associazionismo/impresa e per avviare collaborazioni.

### LA SECONDA EDIZIONE

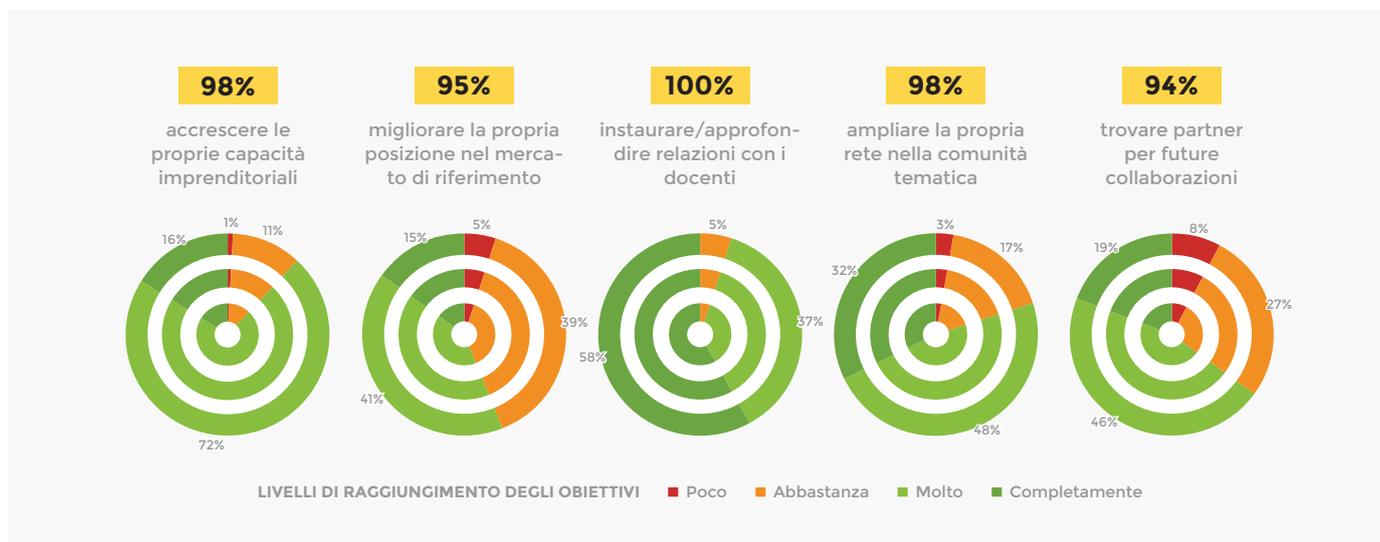
Con l'avvio della seconda edizione, è stato somministrato un nuovo questionario al quale ha risposto il 100% degli 83 proponenti. Le risposte confermano

alcuni trend già emersi dall'analisi sperimentale e offrono ulteriori dati informativi per meglio conoscere i proponenti dei Laboratori.

### ► Motivazioni per la partecipazione

Il 100% dei proponenti organizza un Laboratorio per instaurare o approfondire relazioni con i docenti invitati. Il 98% vuole ampliare la propria rete di contatti e il 94% vuole trovare partner per future collaborazioni. I proponenti dei Laboratori non pensano soltanto ad accrescere le proprie competenze imprenditoriali o a migliorare la posizione della propria associazione/impresa nel mercato di riferimento: pensano anche agli aspetti che, oltre alla formazione, contribuiscono al raggiungimento di questi obiettivi.

▼ GRAFICO Obiettivi dell'organizzazione e rispettivi livelli di raggiungimento



Il tasso di soddisfazione dei proponenti è mediamente alto, con un picco del 95% riguardo alla creazione di relazioni con i docenti (95%). Sale all'88% il tasso di soddisfazione rispetto all'accrescimento delle proprie capacità imprenditoriali, dal 54% rilevato nella valutazione della prima edizione. Anche gli obiettivi di ampliare la rete nella propria comunità di riferimento e di trovare partner per future collaborazioni sono stati raggiunti in modo molto soddisfacente (il 70% ha trovato fino a 5 partner), elemento che conferma le capacità relazionali degli stessi proponenti.

### ► Attinenza degli argomenti trattati

La grande maggioranza (94%) dei proponenti dichiara che gli argomenti trattati dai docenti per sviluppare i temi selezionati sono adatti ai propri obiettivi professionali. I proponenti confermano inoltre che i docenti sono stati all'altezza delle aspettative e che si sono rivelati idonei rispetto ai fabbisogni formativi da colmare. Il 96% si è dichiarato molto o completamente soddisfatto



per quanto riguarda la chiarezza, la professionalità, la competenza, la capacità di suscitare interesse e la disponibilità a fornire maggiori informazioni da parte dei docenti invitati.

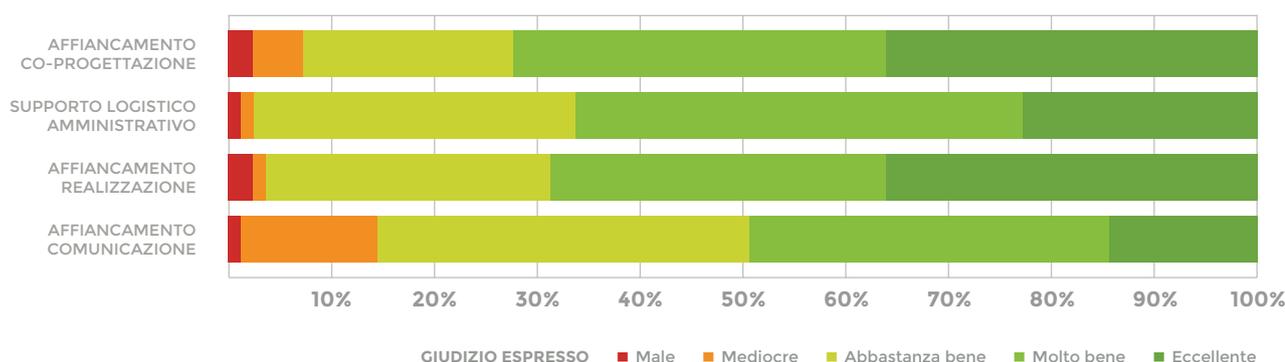
Due terzi dei proponenti si ritengono soddisfatti dei materiali forniti dai docenti, un ulteriore 29% reputa tali materiali “abbastanza adeguati”. Il 94% dei proponenti ha inoltre elaborato progetti di follow-up coinvolgendo i docenti e ha messo a punto con loro fino a 5 iniziative di collaborazione già nel corso del Laboratorio.

### ► Collaborazione con l'ARTI

Come si è visto, Laboratori dal Basso sperimenta un modello alternativo di collaborazione del pubblico con il privato, in quanto aiuta i giovani a concentrarsi sulla realizzazione della proposta presentata, alleggerendoli dai carichi amministrativi e da una parte dell'organizzazione.

Oltre due terzi dei partecipanti hanno valutato l'affiancamento dello staff di Laboratori dal Basso da “molto buono” a “eccellente”, mentre il 21% e il 28% hanno valutato “abbastanza buono” l'affiancamento rispettivamente durante la co-progettazione e durante la realizzazione del Laboratorio. Simili i valori per il supporto logistico e amministrativo, mentre il tasso di soddisfazione è leggermente più basso per quanto riguarda l'affiancamento per le attività di comunicazione.

▼ GRAFICO Livelli di soddisfazione della collaborazione con l'ARTI



### ► Accessibilità della formazione

Per ampliare e facilitare la fruizione delle iniziative, il programma Laboratori dal Basso ha offerto un servizio di streaming. Questo servizio è stato applicato e utilizzato quasi dal 100% dei Laboratori, la gran parte dei quali ha trasmesso una o più lezioni in streaming. Oltre l'85% dei proponenti giudica utile (da “abbastanza” a “molto”) il servizio.

Per valorizzare le registrazioni e tutto il materiale didattico raccolto nell’ambito dei Laboratori realizzati, Laboratori dal Basso è anche una piattaforma didattica che rende le iniziative continue e ripercorribili in qualsiasi momento. Oltre il 90% dei proponenti di Laboratori ritiene che i contenuti presenti sulla piattaforma [www.laboratoridalbasso.it](http://www.laboratoridalbasso.it) siano abbastanza, molto o completamente accessibili e di facile fruizione per gli interessati.

### 3.2.3 IMPATTO SUI PARTECIPANTI DI TESTIMONIANZE

La platea delle Testimonianze è composta soprattutto da liberi professionisti (34%) e studenti (28%), pertanto non sorprende che circa metà dei partecipanti non appartenga ad alcuna organizzazione. Seguono gli impiegati (18%) e persone senza occupazione (15%). In riferimento a questi ultimi, il dettaglio territoriale evidenzia una situazione particolare per la provincia di Brindisi, con il 36% dei partecipanti inoccupati o disoccupati.

I dati rilevati dai partecipanti delle Testimonianze indicano nuovamente che tra le fasce d’età 18-30 anni e 31-40 anni calano di circa 20 punti percentuali i non appartenenti a un’organizzazione, dal 57% al 38%.

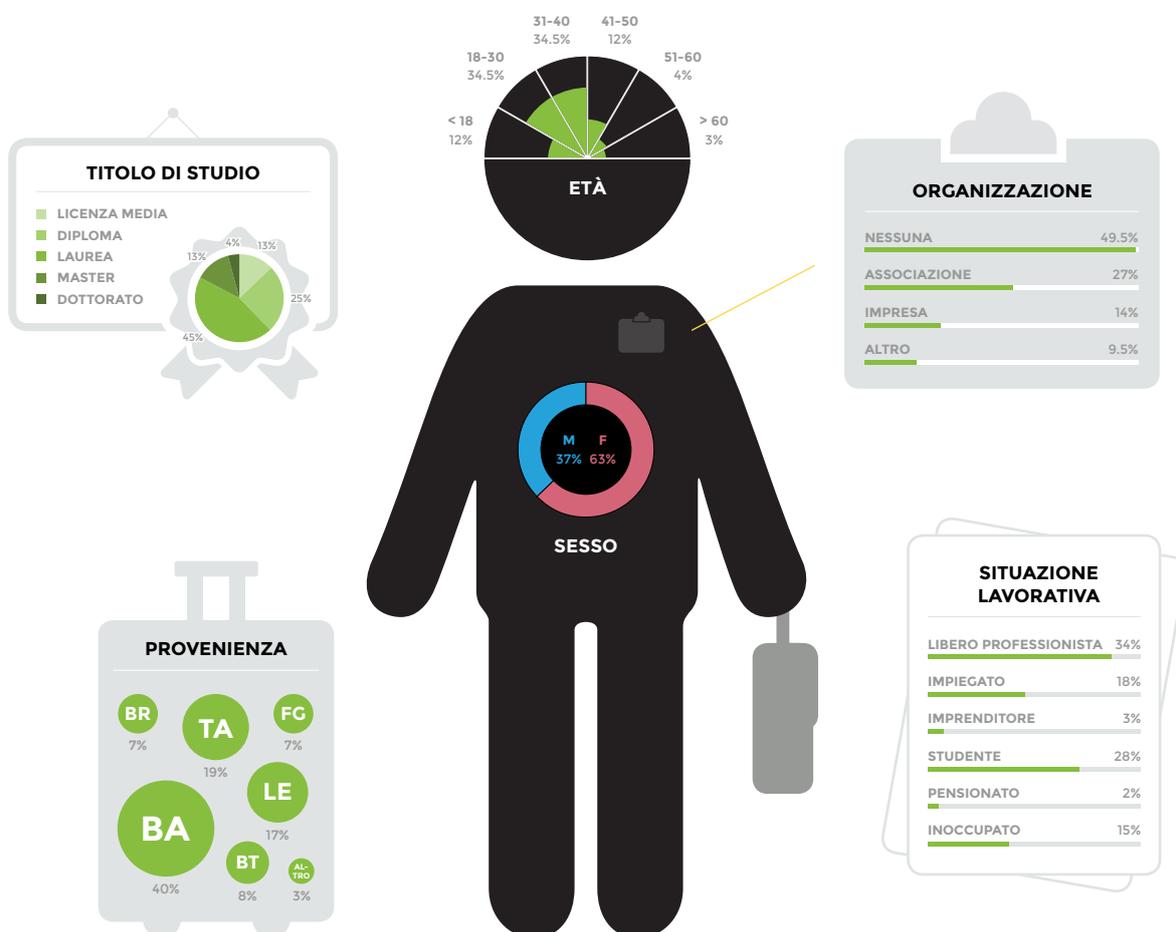
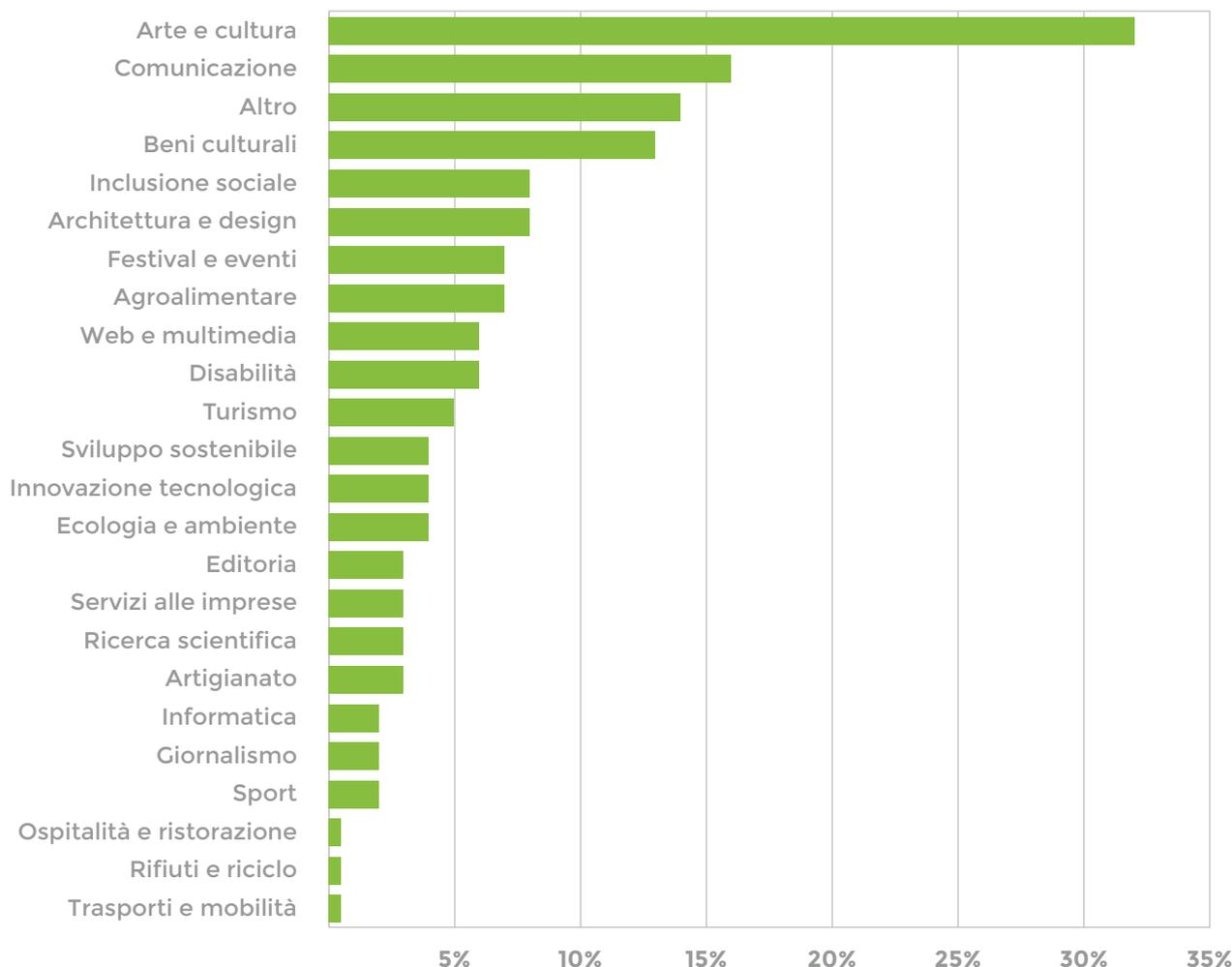


GRAFICO  
 Profilo dei partecipanti alle Testimonianze

In merito ai settori di riferimento dei partecipanti, emerge una prevalenza dei settori culturali, oltre alla comunicazione e all'inclusione sociale. Molto presenti anche l'agroalimentare e il turismo.

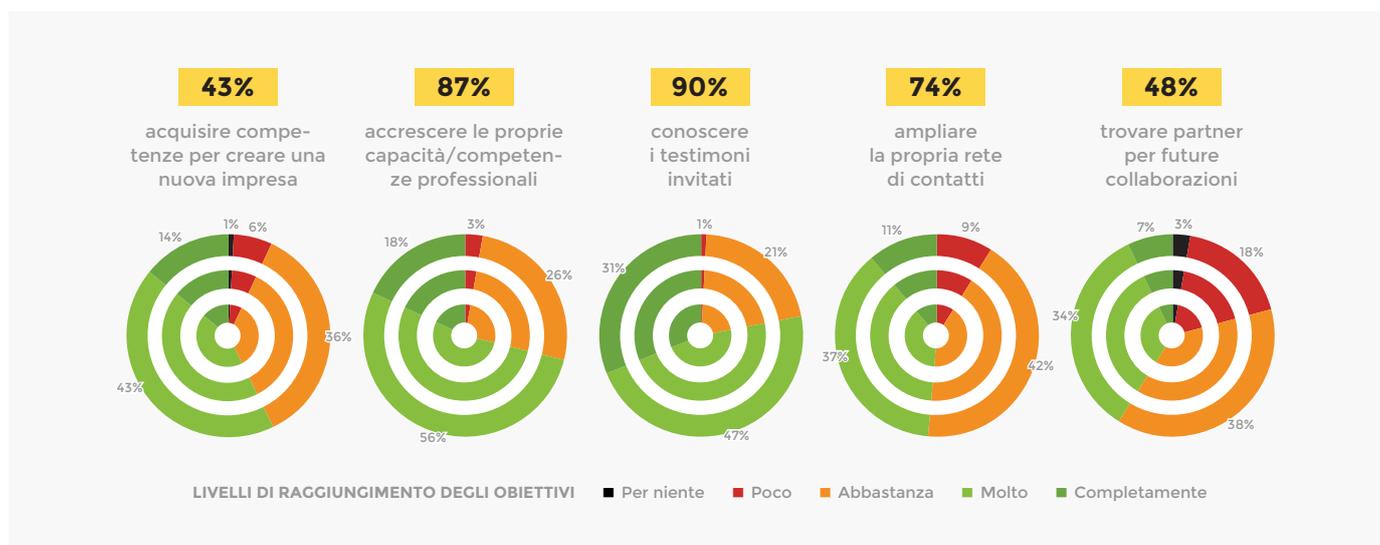
GRAFICO Settori di appartenenza dei partecipanti



### ► Motivazioni per la partecipazione

La principale motivazione per la partecipazione a una Testimonianza è la volontà di conoscere il testimone: il 90% del campione si era infatti prefissato questo obiettivo. Segue il fabbisogno di accrescere le proprie capacità e competenze professionali (87%) e l'ampliamento della rete di contatti (74%). Per la platea delle Testimonianze risulta invece meno importante la possibilità di trovare partner per future collaborazioni: solo il 48% cerca specificamente uno o più partner. Voler acquisire competenze per creare una nuova impresa è motivo di partecipazione soltanto per il 43%. Altri motivi segnalati sono crescita personale, aggiornamento professionale e semplice curiosità.

Rispetto alla platea dei Laboratori, i partecipanti delle Testimonianze si rivelano generalmente meno soddisfatti degli obiettivi raggiunti.



▲ GRAFICO Obiettivi della partecipazione e rispettivi livelli di raggiungimento

Il grado di soddisfazione più elevato riguarda i partecipanti spinti dal voler incontrare il testimone: il 78% è infatti molto o completamente soddisfatto dell'incontro. Segue al secondo posto l'obiettivo di accrescere le proprie capacità professionali, con il 71% dei partecipanti molto o completamente soddisfatto.

Al terzo posto per soddisfazione vi è chi ha partecipato a una Testimonianza per acquisire competenze per la creazione di una nuova impresa.

Il livello di soddisfazione legato al networking è più basso rispetto ai Laboratori. Vi è in ogni caso un 49% molto o completamente soddisfatto delle possibilità di ampliare la propria rete di contatti nell'ambito della Testimonianza. L'obiettivo generalmente meno raggiunto riguarda invece l'identificazione di partner per future collaborazioni.

Laboratorio Schegge animate Foto di Silvia Rossini



### ► **Attinenza degli argomenti trattati e organizzazione**

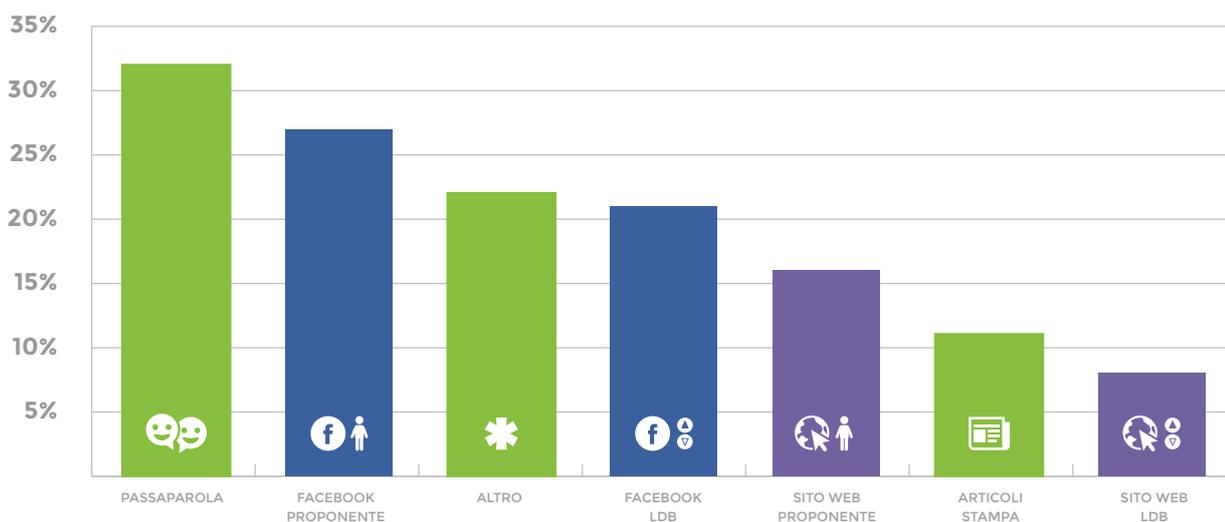
Anche per le Testimonianze, il grado di soddisfazione della platea nei confronti dei contenuti condivisi dai testimoni si conferma alto. Gli argomenti trattati hanno molto o completamente soddisfatto le aspettative del 72% dei frequentanti, mentre il 69% li ha considerati molto o completamente attinenti al proprio lavoro e ai propri interessi professionali.

Molto alta anche la soddisfazione rispetto all'organizzazione delle Testimonianze affidata ai proponenti: il 19% ha giudicato l'organizzazione sufficiente, il 56% è stato molto soddisfatto e un ulteriore 24% completamente soddisfatto. Nella lettura di questo dato bisogna però tenere presente la dimensione ridotta delle platee delle Testimonianze, all'interno delle quali spesso gli stessi proponenti rappresentano una parte rilevante.

### ► **Accessibilità e canali informativi**

Similmente al dato rilevato per i Laboratori, più del 60% dei partecipanti valuta positivamente l'accessibilità alle informazioni sulle Testimonianze (molto bene il 51%, eccellente il 13%). Il passaparola si conferma come principale canale attraverso il quale la platea viene a conoscenza delle iniziative; allo stesso modo, il profilo Facebook dei proponenti rimane il secondo canale d'informazione anche per i partecipanti delle Testimonianze.

▼ GRAFICO Canali informativi utilizzati dai partecipanti



### ► **Interesse per la formazione alternativa**

L'89% dei partecipanti delle Testimonianze ha dichiarato un interesse a partecipare ad almeno un'altra Testimonianza o Laboratorio. Il fabbisogno e l'interesse per percorsi formativi meno tradizionali è dunque confermato anche nell'ambito delle Testimonianze. Il 68% dei partecipanti ritiene utile il programma Laboratori dal Basso, sia per la propria crescita professionale e im-



Laboratorio First make it happen Foto di Paolo Portaluri

prenditoriale, sia per fare associazionismo e impresa. Segue, con il 60%, chi considera il programma utile per attivare collaborazioni.

Infine, si conferma il valore aggiunto del programma anche per chi è impiegato o collaboratore: il 56% ritiene la partecipazione utile per il miglioramento della propria posizione lavorativa.

### 3.2.4 ANALISI EX-POST

A 8-12 mesi dalla conclusione delle attività dei Laboratori, è stato possibile misurare l'impatto dell'azione sulla successiva crescita dei proponenti, sul raggio d'azione territoriale, le collaborazioni avviate e la capacità di raccogliere fondi. L'analisi è inoltre stata un'occasione per verificare l'esistenza di un impatto occupazionale dei Laboratori anche sui partecipanti.

Ulteriori informazioni sul consolidamento degli sviluppi identificati sono state acquisite mediante una seconda intervista di follow-up (a 15-18 mesi dalla conclusione delle attività), realizzata a maggio 2015 con i proponenti della prima edizione.

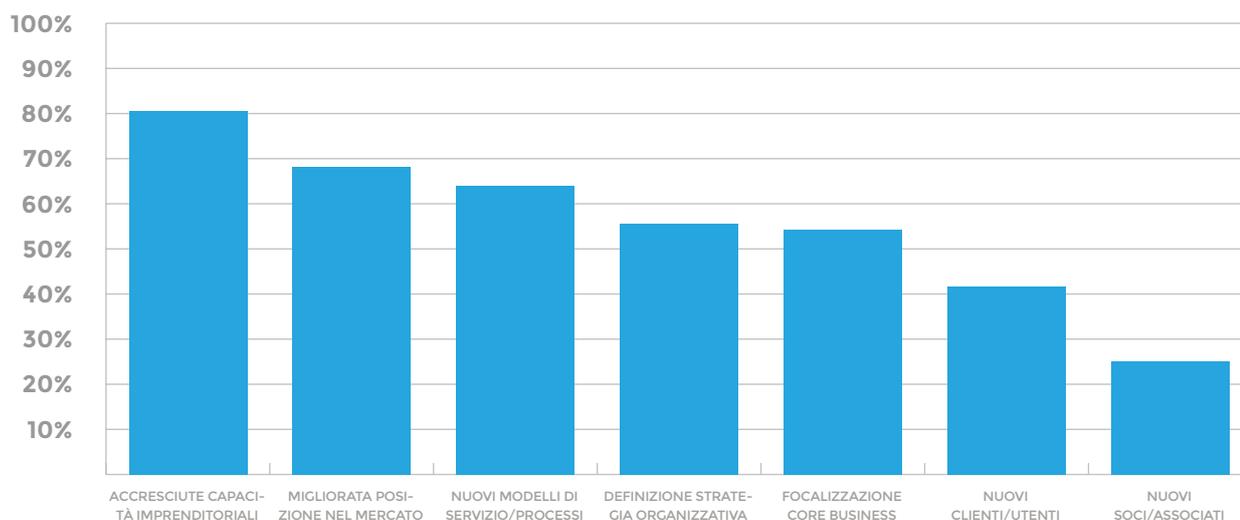
#### ► **Crescita dei proponenti**

Tutti gli intervistati hanno dichiarato di aver ottenuto benefici completi (79%) o parziali (21%) in merito alle proprie capacità manageriali e imprenditoriali, e hanno altresì colmato, completamente (36%) o in parte (64%), i fabbisogni d'apprendimento che li hanno spinti a partecipare all'iniziativa.

Numerosi proponenti hanno inoltre migliorato o messo a punto nuovi modelli di servizi/processi, molti dei quali concepiti o approfonditi proprio nel corso dei Laboratori.

Nei mesi successivi al Laboratorio, il 25% degli intervistati ha anche sperimentato una crescita in termini di organico, acquisendo nuovi soci o associati.

GRAFICO Impatto sulla crescita



Gran parte dei proponenti ha voluto segnalare l’impatto positivo che la realizzazione di un Laboratorio dal Basso ha avuto sulla capacità di allargare la propria rete professionale e/o di lavorare in rete con altri soggetti e professionisti.

I dati del secondo follow-up indicano un consolidamento della crescita dei proponenti. A seguito della definizione di una migliore strategia organizzativa e del core business, grazie alle accresciute competenze imprenditoriali, molti dei giovani imprenditori hanno dichiarato di lavorare in modo più efficace,

focalizzato e specializzato. Tutti i proponenti della prima edizione che avevano messo a punto o migliorato modelli di prodotti/servizi li hanno consolidati, e alcuni hanno continuato a sviluppare nuovi prodotti/servizi da offrire al mercato. La grande maggioranza degli intervistati conferma inoltre il consolidamento dei clienti acquisiti e un migliore posizionamento sul mercato.

Emerge poi un coerente impatto positivo rispetto al tempo dedicato dai giovani imprenditori pugliesi alle proprie associazioni/microimprese: una buona parte di

loro ha aumentato il tempo dedicato alle proprie attività a seguito della realizzazione del Laboratorio.

Si segnalano comunque 4 proponenti della prima edizione che hanno chiuso la propria attività e alcuni che ora dedicano meno tempo alle proprie organizzazioni di riferimento. Questo principalmente a causa di:

- cambiamenti nel mercato settoriale (es. energie rinnovabili);
- cambiamenti nella compagine societaria (dispersione del gruppo di lavoro);
- avvio di nuove iniziative imprenditoriali;
- scelta consapevole di terminare le attività dell’organizzazione.

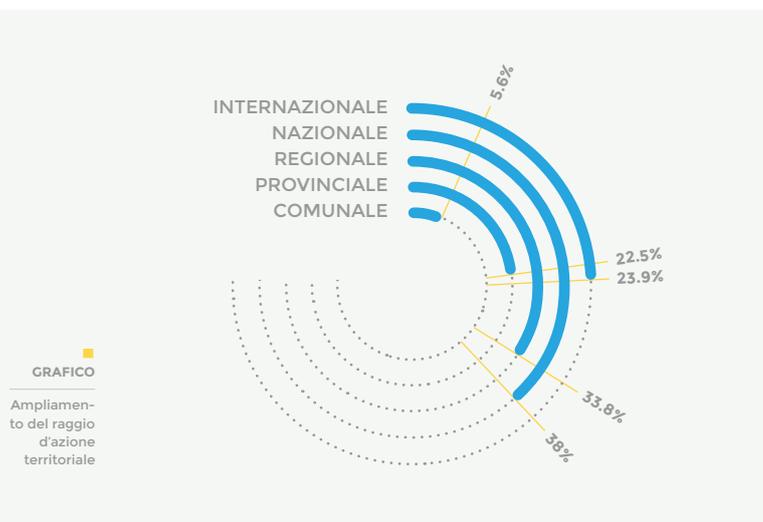
**A oltre un anno dalla realizzazione del Laboratorio, i dati del secondo follow-up indicano un consolidamento della crescita dei proponenti**

## ► Ampliamento del raggio d'azione territoriale

Per quanto riguarda il mercato di riferimento, oltre il 90% dei proponenti ha ampliato il raggio d'azione territoriale grazie a contatti presi durante la realizzazione di un Laboratorio. Mentre per molti l'operatività si è allargata dal livello

locale al nazionale o all'interazionale, alcuni proponenti già attivi a questi livelli hanno invece potuto guadagnare contatti e visibilità a livello regionale, provinciale o comunale.

Gran parte dei giovani imprenditori consolida il nuovo raggio territoriale o continua ad ampliarlo ulteriormente anche dopo il primo anno dalla chiusura del Laboratorio.

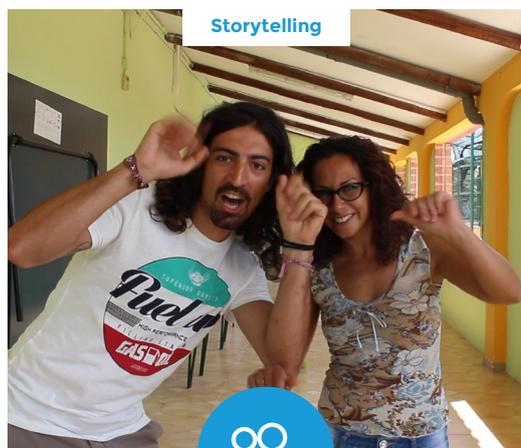


## ► Collaborazioni

I Laboratori dal Basso hanno supportato la nascita di numerose collaborazioni fin dalla prima edizione. La quasi totalità dei proponenti ha ipotizzato progetti di follow-up coinvolgendo i docenti già durante il Laboratorio. Nei mesi successivi, l'89% degli intervistati ha attivato nuove collaborazioni; si conferma il legame particolarmente forte tra proponenti e docenti con l'avvio di molti

progetti comuni (partnership, progettazioni congiunte, mentorship). I primi risultati del secondo follow-up evidenziano che, col tempo, circa metà delle collaborazioni avviate con i docenti si sono concretizzate.

Il dato più eclatante dal punto di vista dei risultati raggiunti del Programma Laboratori dal Basso è relativo all'impatto occupazionale: il 77% dei proponenti ha attivato collaborazioni con i partecipanti, sotto forma di collaborazioni occasionali (22%), attraverso l'ingresso nell'organizzazione proponente (20%), con collaborazioni a progetto o da freelance (13% e 9%), ma anche attraverso l'assunzione di un partecipante, come nel caso della Cooperativa Eos (Laboratorio Ri-scosse II). Nel 60% dei casi, queste collaborazioni sono ancora attive.



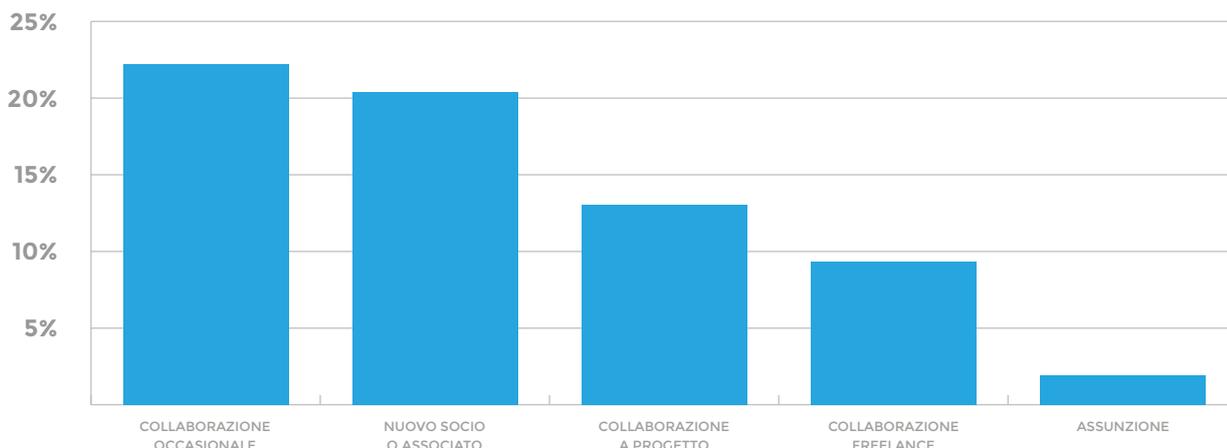
Storytelling

**RI-SCOSSE II**  
FOLLOW-UP

A cura di Laura Migliaccio  
<http://youtu.be/LF9pPBTRgMY>



GRAFICO Tipologia di collaborazioni avviate



I proponenti dei Laboratori continuano a cercare collaborazioni lavorative, come si evince dal fatto che quasi il 50% dei proponenti della prima edizione ne ha avviate di nuove tra le due interviste di follow-up.

**► Impatto occupazionale sui partecipanti**

L’organizzazione di un Laboratorio dal Basso è affidata al proponente, includendo anche il coinvolgimento di una platea interessata ai temi formativi proposti. Si tratta spesso di conoscenze dirette che hanno permesso ai proponenti anche un discreto livello di follow-up sugli sviluppi lavorativi dei singoli partecipanti dopo la chiusura del Laboratorio: il 60% degli intervistati è a conoscenza di percorsi di uno o più frequentanti che hanno migliorato la propria posizione lavorativa grazie alla partecipazione al Laboratorio.

Sebbene non esaustivi, i dati riportati dai proponenti sono indicativi dei possibili effetti positivi sull’inserimento dei giovani imprenditori pugliesi.

GRAFICO Tipologia di collaborazioni avviate





Staff di Laboratori dal Basso al Bollenti Spiriti Camp Foto di Laura Migliaccio

Secondo quanto riferito dai proponenti intervistati, vi è un'apprezzabile casistica di partecipanti che applicano capacità manageriali e imprenditoriali acquisite durante il Laboratorio nell'ambito di associazioni/microimprese da loro gestite.

Nel corso dei Laboratori sono inoltre nate diverse nuove imprese: dai racconti dei proponenti intervistati emerge che 45 partecipanti hanno avviato un autoimpiego, altri 62, spesso in gruppo, hanno creato nuove startup e associazioni (come nel caso di VivArch, nata a seguito di S.P.A. Smart Puglia Archeology) e ulteriori 45 hanno trovato lavoro grazie a Laboratori dal Basso (nuovi incarichi o nuovo impiego).

### ► Capacità di raccolta fondi

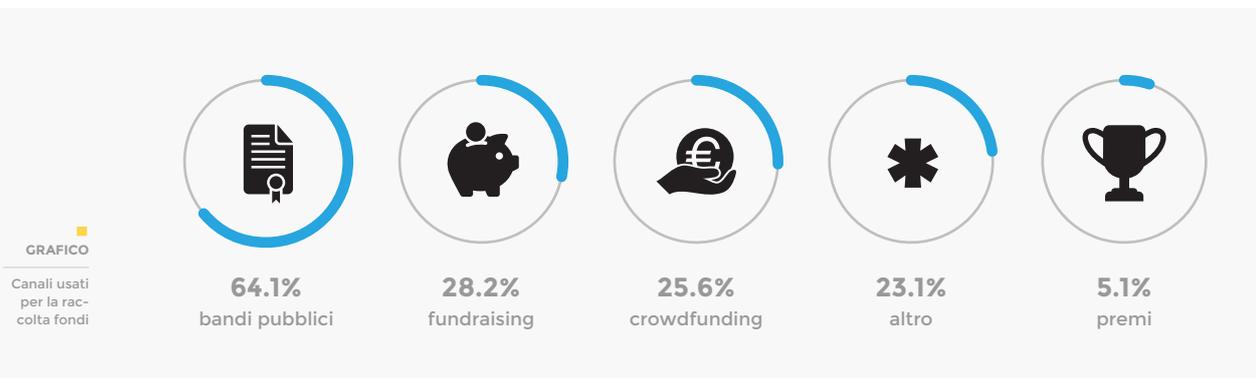
Un fabbisogno molto sentito dai giovani imprenditori pugliesi è costituito dalla creazione di contatti e dalla formazione su opportunità, metodi e canali per la raccolta fondi finalizzata ad avviare nuove idee imprenditoriali o per sostenere economicamente la propria impresa o associazione.



# 72%

proponenti migliorati  
nella raccolta fondi

I Laboratori dal Basso si dimostrano un importante mezzo per irrobustire il know-how dei giovani imprenditori pugliesi in questo campo: il 65% degli intervistati ha attivato campagne di raccolta fondi a seguito del Laboratorio, principalmente con target inferiore ai 10.000 euro (50%) e principalmente attraverso il canale dei bandi pubblici (64%).



Non tutte le raccolte sono state concluse al momento della prima intervista, ma vi è già un apprezzabile risultato economico (nel complesso ca. 65.000 euro), che diventa ulteriormente importante col passare del tempo. Infatti, nel corso della seconda intervista di follow-up, molti proponenti della prima edizione hanno confermato di aver raggiunto l'obiettivo di raccolta e nell'insieme hanno reperito complessivamente circa 200.000 euro. Un quarto di questa cifra proviene da commesse dirette, mentre la maggior parte è stata raccolta grazie all'aggiudicazione di bandi pubblici.



Dei proponenti che non avevano avviato una raccolta fondi al momento della prima intervista di follow-up, circa il 50% si è attivato nei mesi seguenti. I progetti pubblici finanziati si confermano essere il canale prioritario per i giovani imprenditori pugliesi.

L'obiettivo di raccolta di queste azioni avviate più tardi sembra però essere maggiore rispetto alle raccolte avviate subito dopo la chiusura dei Laboratori. Dai primi dati pervenuti, l'obiettivo di raccolta massimo (> 150.000 euro) si attesta quello più diffuso, e sembra essere anche molto più alto il totale raccolto al momento dell'intervista: 525.000 euro. Tale risultato si deve a quattro proponenti che hanno raccolto rispettivamente 250.000 euro, 200.000 euro, 40.000 euro e 35.000 euro, principalmente attraverso progetti pubblici finanziati (460.000 euro), sponsorizzazioni (40.000 euro) e vendite (25.000 euro).



## COFFICE PORTA GRANDE

Come si progetta e si realizza uno spazio di co-working? Dalla creazione del nuovo ente giuridico alla definizione del modello di business, con l'individuazione dei servizi da offrire e la quotazione delle membership. Andrea Paoletti, founder di Casa Netural a Matera, "coworking rurale, coliving e incubatore di sogni" ha accompagnato i ragazzi dell'associazione a realizzare COffice, il primo spazio di coworking nel sud-est barese. COffice Porta Grande è partito con le attività a pieno regime a ottobre 2014, conta 70 di soci, di cui 10 membership con associazioni. La sua community è di oltre 200 persone.



**Putignano (BA)**  
Maggio - luglio 2014

*Andrea, da vero "fratello maggiore" ci ha accompagnato in tutto il percorso, condividendo buone pratiche da tutto il mondo. Ci ha aiutato a costruire, nel vero senso della parola, il nostro spazio, supportandoci in questa co-creazione, nella quale abbiamo realizzato materialmente anche parte degli arredi. Ora ci sentiamo più sicuri e consapevoli del nostro lavoro.*



**Beniamino Carrieri**  
COffice



MENTORE

**ANDREA PAOLETTI**

Architetto, imprenditore,  
community developer



## IN RETE

### 4.1 UNA PIATTAFORMA DEDICATA

La piattaforma del programma ([www.laboratoridalbasso.it](http://www.laboratoridalbasso.it) ) è parte integrante della strategia di Laboratori dal Basso: non un “sito vetrina” dell’iniziativa, bensì un potente strumento di apprendimento, lavoro e fruizione.

*La piattaforma di Laboratori dal Basso è parte integrante della strategia: un potente strumento di apprendimento, lavoro e fruizione*

In linea con il carattere sperimentale del programma, sin dall’inizio la piattaforma è stata sviluppata “in beta permanente”, approccio che ha permesso di inserire e testare progressivamente nuove funzionalità, contestualmente all’evolversi dei contenuti e sulla base dei continui feedback ricevuti dagli utenti: l’intenzione era quella di creare una piattaforma completamente customizzata ed orientata alle esigenze dei visitatori, quindi in costante evoluzione.

Nella sua prima versione (online a giugno 2012), la piattaforma è stata per lo più funzionale alla fruizione e divulgazione delle azioni attive (Laboratori e Testimonianze), oltre che alla raccolta online delle candidature dei partecipanti. Successivamente, nella fase di realizzazione delle iniziative, la piattaforma la stessa è stata integrata con le schede dei Laboratori e delle Testimonianze contenenti sintetiche informazioni sugli eventi.

Con la crescita delle iniziative realizzate, del numero di contenuti multimediali delle lezioni (video e dispense), agli inizi del 2014 è stato necessario ripensare la piattaforma, puntando su: riorganizzazione e migliore navigazione dei contenuti già presenti, introduzione di nuove funzionalità e restyling grafico.

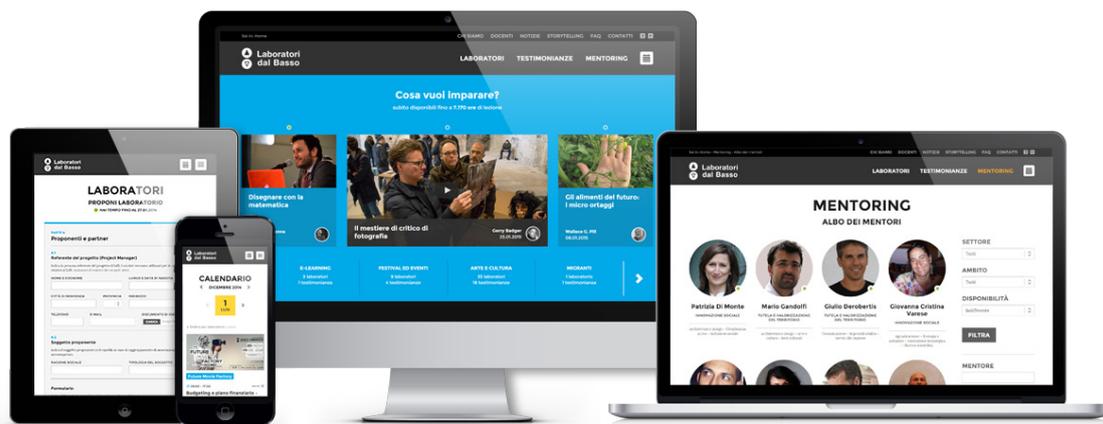
Anche la sezione della piattaforma dedicate a raccogliere le candidature è stata rivista per consentire ai proponenti di inoltrare le istanze con maggiore semplicità e ricevere un feedback immediato sulla correttezza dell’invio, oltre che a permettere allo staff una gestione delle pratiche più snella ed efficace.



**I VERSIONE**  
giugno 2012



**II VERSIONE**  
giugno 2014



Con la realizzazione della nuova piattaforma, ogni Laboratorio o Testimonianza è presentato con una scheda che illustra, rispettivamente: informazioni sulle tematiche trattate, programma giornaliero delle attività, profili dei docenti e dettagli su proponenti e partner, date e orari delle dirette streaming, indicazioni per raggiungere i luoghi delle lezioni, aggiornamenti dagli organizzatori, materiali di comunicazione ed eventuali link di approfondimento.

I mentori sono elencati in un albo che li presenta con un profilo biografico, una panoramica del settore e degli ambiti di pertinenza e le indicazioni sul tipo di sostegno offerto alle giovani idee.

L'intera offerta formativa risulta così a disposizione dagli utenti, aggiornata in tempo reale, sia tramite il calendario generale delle attività, sia tramite gli archivi degli eventi, consultabili in base al periodo di svolgimento, i docenti coinvolti, il settore o l'ambito di pertinenza e ulteriori altri criteri. In homepage sono segnalate le attività del momento e le dirette streaming in corso e in programma.



# 1.600

video di lezioni  
disponibili sul sito

Le attività concluse sono oggetto di storytelling: docenti, organizzatori e partecipanti sono coinvolti in un racconto collettivo che traccia il bilancio dell'esperienza, avvalendosi anche di videointerviste, gallerie fotografiche e contributi social. I materiali didattici e i video delle lezioni sono caricati sul sito, diventando immediatamente disponibili a una platea di fruitori ancora più ampia.

Il patrimonio di conoscenza liberamente accessibile su [www.laboratoridalbasso.it](http://www.laboratoridalbasso.it) supera i 1.600 video, per un totale di più di 7.000 ore di lezione, accompagnati da oltre 500 dispense e materiali didattici scaricabili realizzati dai docenti: la piattaforma è quindi uno strumento di formazione a distanza, un portale di online learning gratuito e aperto a tutti.

4

3

2

1

La nuova versione del sito è stata lanciata nel giugno 2014. Il design sobrio e contemporaneo è stato sviluppato con un'interfaccia intuitiva, completa e di semplice utilizzo, realizzata con tecnica responsive e approccio mobile-first, a garanzia di una piena operabilità su tutti i dispositivi di navigazione: computer fissi o portatili, smartphone, tablet, console e smart tv. Conforme ai più aggiornati standard di accessibilità, il sito ha superato la validazione html5 del Consorzio W3C, la principale organizzazione internazionale in materia di standard del web.

Oltre alla piattaforma pubblica, è stata sviluppata anche un'articolata interfaccia di gestione, in grado di razionalizzare il lavoro di data entry e fornire efficaci strumenti interni di pianificazione e analisi delle attività inserite.

Dal rilascio della nuova versione, attorno al sito di Laboratori dal Basso si è raccolta una comunità di oltre 30.000 persone (il doppio rispetto alla prima versione del sito, che contava 15.000 visitatori), il 48% delle quali lo ha frequentato con regolarità, seguendo lezioni in streaming o in differita, consultando materiale didattico e individuando percorsi formativi personalizzati all'interno dell'offerta didattica proposta.

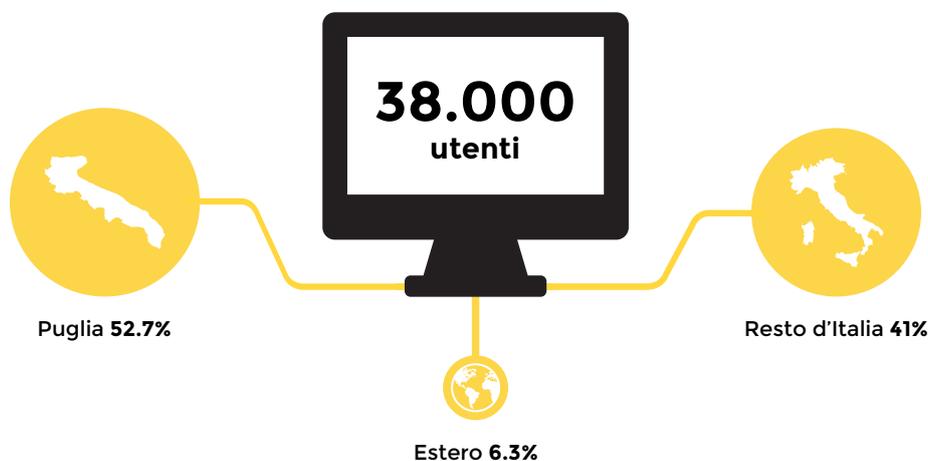


GRAFICO  
Provenienza geografica degli utenti

La comunità pugliese corrisponde al 47,7% degli utenti ed è concentrata soprattutto nelle città di Bari e Lecce (rispettivamente il 49,7% e 24% del totale regionale). È comunque significativo il numero di comuni della Puglia – oltre 60, eterogenei per entità demografica e provincia di appartenenza – da cui si registrano connessioni regolari.

Una parte rilevante dell'utenza proviene anche da altre regioni italiane, in particolare Lombardia (16,6%), Lazio (11,4%), Campania (5%), Emilia-Romagna (3,1%) e Toscana (3%). I visitatori stranieri sono invece il 6,7%, localizzati principalmente in USA, Regno Unito, Germania, Brasile, Francia, Spagna e Belgio.

## 4.2 STREAMING

In una regione come la Puglia, che si estende lungo una superficie di 400 km, è particolarmente sfidante gestire un programma la cui parola chiave è “partecipazione”. Ma questa è una sfida che Laboratori dal Basso ha da subito voluto affrontare, permettendo a chiunque, pugliese e non, di sfruttare le occasioni di apprendimento offerte e create dai vari proponenti.

Lo streaming è stato parte integrante dei Laboratori e delle Testimonianze fin dalle prime edizioni, e ha superato fin da subito ogni aspettativa, raggiungendo un pubblico interessato ed entusiasta non solo in Puglia ma in tutto il mondo.

---

***Laboratori dal Basso ha voluto permettere a chiunque, pugliese e non, di sfruttare le occasioni di apprendimento offerte e create dai proponenti***

---

Per assicurare la fruizione delle lezioni e degli eventi anche a distanza, tutti i proponenti dei Laboratori hanno selezionato le lezioni da trasmettere, individuando quelle più adatte alla visione in remoto.

Le due edizioni hanno avuto una copertura streaming differente, dovuta soprattutto al tipo di lezioni svolte nel corso degli eventi. Se la prima edizione è stata caratterizzata prevalentemente da lezioni frontali (e quindi più facili da seguire anche in streaming), la seconda ha visto crescere il numero degli incontri pratici, dei workshop e dei project work, secondo un trend sempre più volto all'apprendimento non formale e quindi meno adatto alla trasmissione in streaming. Per creare un'efficiente trasmissione di questo tipo di attività, sarà necessario in futuro ristrutturare il servizio, possibilmente coinvolgendo i proponenti e i fornitori, con soluzioni sempre più su misura.

Laboratorio S.P.A. Smart Puglia Archaeology Foto di Laura Migliaccio



Lo streaming dei Laboratori e delle Testimonianze è anche disponibile dopo la conclusione degli eventi, attraverso podcast registrati e archiviati sulla piattaforma: la diretta si trasforma così in un servizio on demand, nel quale tutto il materiale registrato (montato e post-prodotto) è permanentemente a disposizione di chiunque.

Ogni lezione di Laboratori trasmessa in streaming è stata seguita da una media di 141 persone. La media per le Testimonianze è stata leggermente più bassa, con 135 persone a Testimonianza. Il 25% dei partecipanti fisici ad un Laboratorio ha anche seguito almeno una lezione in streaming; il 67% ha valutato lo strumento dello streaming utile (34%) o molto utile (33%) per la diffusione dei contenuti di un Laboratorio. Tra i partecipanti fisici delle Testimonianze, questi valori sono leggermente più alti: il 29% ha seguito almeno una lezione in streaming, il 38% reputa lo streaming utile e il 33% molto utile.

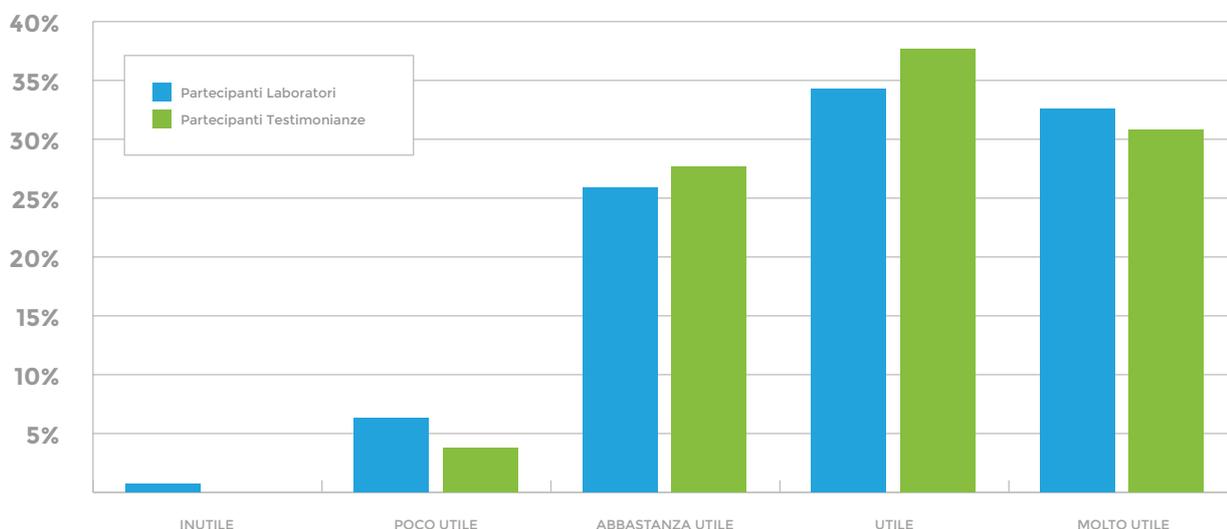


Per raggiungere anche la comunità virtuale di Laboratori dal Basso, un sintetico questionario online (promosso e diffuso attraverso i social media utilizzati dal programma) ha ulteriormente indagato l'utilità dello streaming nella seconda metà del 2014. I 123 partecipanti intervistati hanno nuovamente confermato l'importanza dello strumento per poter seguire le iniziative e apprendere a distanza: il 71% lo reputa molto utile. Il 90% ha inoltre confermato l'interesse a seguire altre lezioni in streaming.

Per quanto riguarda la qualità del servizio, la maggioranza dei partecipanti all'indagine la valuta alta (11%) o buona (42%). Tuttavia, non si è registrato un livello costante di qualità delle trasmissioni/registrazioni, a causa dei seguenti

Per quanto riguarda la qualità del servizio, la maggioranza dei partecipanti all'indagine la valuta alta (11%) o buona (42%). Tuttavia, non si è registrato un livello costante di qualità delle trasmissioni/registrazioni, a causa dei seguenti

GRAFICO Giudizio dei partecipanti sull'utilità del servizio streaming



fattori: il livello di copertura satellitare e la connettività della sede della lezione, la capacità dei docenti e dei proponenti di coinvolgere la platea virtuale e il livello qualitativo della strumentazione tecnica utilizzata dai fornitori del servizio.

### 4.3 LA PAGINA FACEBOOK

La pagina Facebook di Laboratori dal Basso ([www.facebook.com/laboratori-dalbasso](http://www.facebook.com/laboratori-dalbasso)) è uno dei canali principali di comunicazione, diffusione delle iniziative e racconto in diretta delle attività realizzate all'interno del programma.



**Laboratori dal Basso**  
piace a **6.200 persone**

Durante le attività del programma, a beneficio della community di Laboratori dal Basso, sulla pagina Facebook sono state diffuse, secondo uno specifico palinsesto editoriale, notizie di vario genere, tra cui:

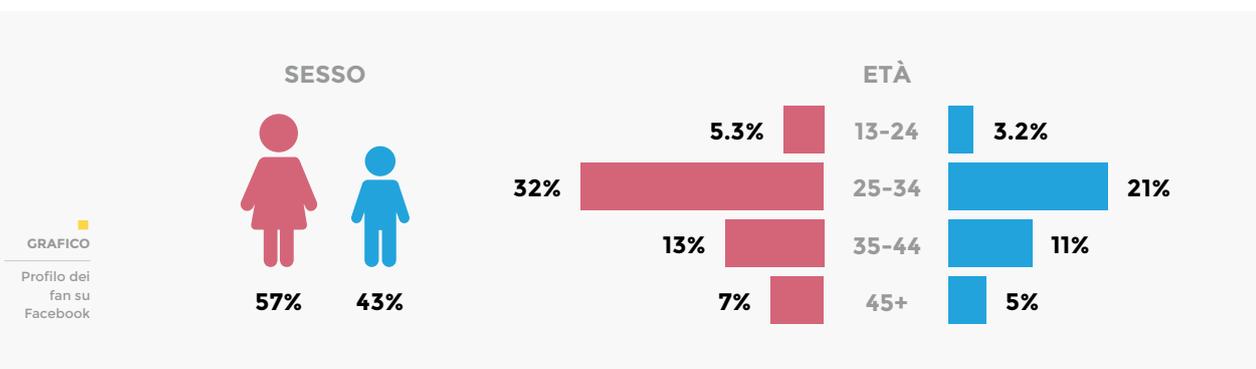
- pubblicazione di bandi e relativi aggiornamenti (informazioni utili, tempistiche, eventuali proroghe);
- eventi di presentazione dei bandi e occasioni di incontro con lo staff;
- programmi dei Laboratori/Testimonianze con tutte le informazioni utili per i partecipanti e i potenziali frequentanti;
- palinsesto delle attività per settimana/giornata;
- palinsesto dei Laboratori/Testimonianze disponibili in streaming;
- racconto dal vivo dei Laboratori/Testimonianze in corso, attraverso la realizzazione di post multimediali (foto/video) da parte dello staff o attraverso il re-post di contenuti provenienti dalle pagine Facebook dei proponenti;

La pagina Facebook di Laboratori dal Basso



- storytelling ex-post dei Laboratori/Testimonianze, attraverso la condivisione degli articoli della rubrica “Storytelling” o attraverso la ricondivisione di file multimediali a essi afferenti;
- news ed eventi dal mondo della formazione non formale, attraverso la condivisione di link esterni;
- ogni altra informazione di interesse per la community di Laboratori dal Basso.

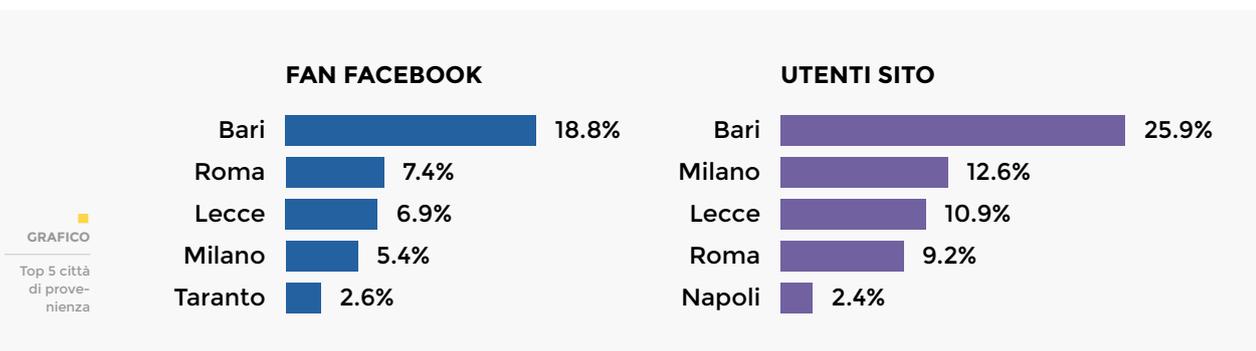
Chi sono i fan della pagina Facebook di Laboratori dal Basso? Il 57% sono donne, il 41% uomini. La fascia d'età più rappresentativa è costituita dal segmento 25-34 anni (32% per le donne, 21% per gli uomini), seguita dalla fascia d'età compresa tra i 35 e i 44 anni (13% donne, 11% uomini).



In linea con i dati provenienti dal sito, la maggior parte degli utenti Facebook proviene dall'Italia (oltre 5.600 fan). Tra i paesi esteri, si attestano tra i più rappresentativi, seppur con numeri di gran lunga inferiori rispetto all'Italia, Regno Unito, Spagna, Francia, Stati Uniti e Germania.

Tra le città, spiccano Bari, con oltre 1.100 fan, Lecce con 406 fan e Taranto con 156 fan. La pagina è molto popolare anche nel resto d'Italia, con 437 fan provenienti da Roma, 320 da Milano e 105 da Bologna.

In merito alla copertura dei post condivisi sulla pagina tra ottobre 2013 e maggio 2015, si può notare come i picchi più rilevanti in termini di persone coinvolte siano da ascrivere al periodo aprile-giugno 2014 e al periodo settem-



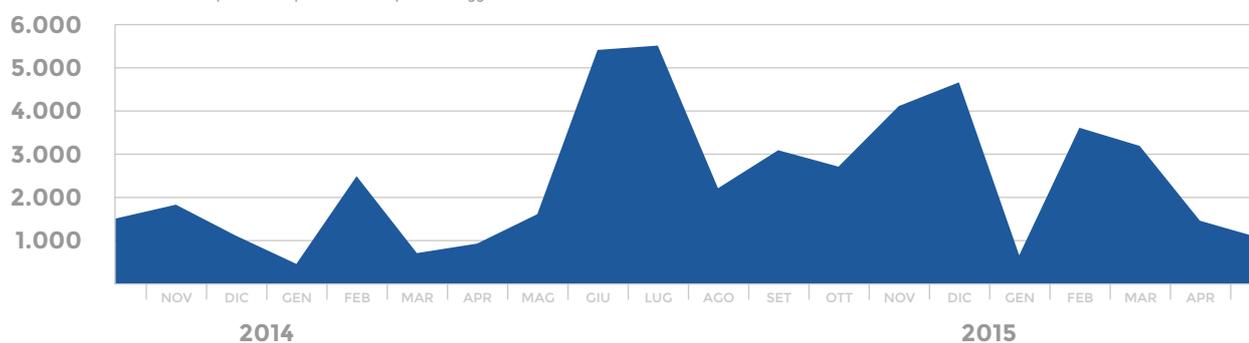


Laboratorio Riscosse Foto dello staff di Laboratori dal Basso

bre-dicembre 2014, in concomitanza con lo svolgimento del maggior numero di iniziative nell'ambito del programma, oltre che delle scadenze per l'applicazione delle candidature, giugno/luglio per Laboratori e Testimonianze, dicembre per Mentoring.

Si rileva, infine, un picco di interazione anche nel mese di marzo 2015, corrispondente alla presenza di Laboratori dal Basso all'interno dell'evento Bollen-ti Spiriti Camp, nel corso del quale sono stati organizzati workshop che hanno visto protagonisti i project manager di alcuni Laboratori.

GRAFICO Copertura dei post condivisi: persone raggiunte



La strategia di puntare sul social network più diffuso tra i giovani come principale canale di comunicazione diretta del programma ha rappresentato un vantaggio in termini di visibilità. Tuttavia resta possibile immaginare l'ampliamento delle attività di comunicazione anche ad altri canali, al fine di programmare e mettere in campo strategie di comunicazione ancor più diversificate ed efficaci.



## CASA SFERRACAVALLI

### LABORATORIO DI INNOVAZIONE RURALE COLLETTIVA

Un percorso per la creazione di una prospettiva di sviluppo imprenditoriale, un catalizzatore di realtà giovanili di qualità che valorizzi il capitale umano e il patrimonio architettonico dei centri storici, spesso abbandonati. Attraverso l'analisi dei bisogni del territorio e del contesto rurale il Laboratorio ha posto le basi per progettare in maniera partecipata una nuova idea di utilizzo imprenditoriale di uno spazio dismesso, un cinema abbandonato.



Lizzano (TA)

Luglio 2014

*“Fra dieci anni saremo un bosco”, questo abbiamo scritto sulle magliette che abbiamo indossato l’ultimo giorno del corso.*

*Abbiamo riempito il cinema di installazioni artistiche e interattive di altissimo livello e coinvolgimento. Questo ci ha permesso di riaprire alcuni spazi sconosciuti anche a quel pubblico che spesso si affaccia commosso di fronte alle sale di cui conserva ricordi e speranze. E ci siamo sentiti più vicini a quello che vorremmo essere un giorno.*

[dalla relazione finale]

---

Laboratorio proposto da **Associazione Sferracavalli**. Foto di Annalisa Palattella.