



TOOLKIT DI FORMAZIONE PER OPERATORI GIOVANILI



ATTIVAZIONE DELL'EMPOWERMENT GIOVANILE
ATTRAVERSO METODOLOGIE PARTECIPATIVE



Co-funded by
the European Union



Questo kit di formazione fornisce agli operatori giovanili informazioni sulla cittadinanza attiva, sul patrimonio locale, sulle competenze di marketing e sull'impegno dei giovani, nonché le conoscenze per implementare e facilitare la metodologia partecipativa dei laboratori ideativi con i giovani per la promozione del patrimonio locale nelle aree rurali. Il Training Toolkit è stato sviluppato nell'ambito del progetto You.Stand.Out - YOUng people STANDING OUT through the promotion of local heritage in rural areas.



Il progetto You.Stand.Out (2022-2024) ha come obiettivo principale il rafforzamento delle competenze digitali chiave, dell'occupabilità e del senso di iniziativa dei giovani rurali (in particolare dei NEET). Il primo obiettivo specifico è quello di attivare processi di inclusione sociale, aumentando l'occupabilità e la partecipazione attiva dei giovani a sostegno della promozione e dello sviluppo delle aree rurali. Il secondo obiettivo specifico è aumentare la capacità delle associazioni giovanili nelle aree rurali di innescare cambiamenti sociali attraverso processi partecipativi e di cittadinanza attiva. Il terzo obiettivo specifico è quello di aumentare la consapevolezza delle problematiche dei giovani NEET e delle loro potenzialità nel proporre soluzioni fattibili per migliorare i loro territori.

You.Stand.Out è cofinanziato dal Programma Erasmus+ dell'Unione Europea, attraverso l'Agenzia nazionale irlandese per il programma - Léargas. Il progetto è il risultato di una partnership tra Meath Partnership (Irlanda), Tandem Plus (Francia), Nest NGO Berlin (Germania), Rezos Brands (Grecia), The Polish Farm Advisory and Training Centre (Polonia), Quality Culture SRLS (Italia) e CSI Center for Social Innovation Ltd. (Cipro). (Cipro).

Autori:

Jennifer Smith, Stephanie Kirwan, Boris Gidakovic, Christian Porstner, Anastasia Vlachou, Laura Salvago, Giulia Basso, Klaudia Liszewska, Agni Gregoriou.

Titolo del progetto:

You.Stand.Out - Giovani che si fanno notare attraverso la promozione del patrimonio locale nelle aree rurali

www.youstandout.eu

"Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute".



Co-funded by
the European Union

2021-2-IE01-KA220-000051251

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione [comunicazione] e di tutti i suoi contenuti e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

IL PARTENARIATO DI PROGETTO



Partenariato Meath
Irlanda



Tandem Plus
Francia



NGO Nest Berlin
Germania



Rezos Brands
Grecia



Polish Farm Advisory
Polonia



Quality Culture
Italia



Center for Social Innovation
Cipro



Co-funded by
the European Union

2021-2-IE01-KA220-000051251

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione [comunicazione] e di tutti i suoi contenuti e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Indice dei Contenuti

Introduzione	06
Competenze di marketing digitale, patrimonio rurale e cittadinanza attiva	09
Coinvolgere e responsabilizzare la gioventù rurale	22
Laboratori di ideazione	32
Creazione di un laboratorio di idee	40
Quadri e metodologie di ideazione	53
Riflessione	66
Conclusione	76
Riferimenti	77





INTRODUZIONE





Nell'UE, i giovani delle zone rurali sperimentano la scarsità di istruzione e formazione formale e informale, la mancanza di prospettive occupazionali, la pressione esercitata dal clima sulla terra e su altre risorse e l'isolamento geografico. Inoltre, le aree rurali sono interessate da una quota maggiore di NEET - giovani che non frequentano corsi di istruzione, lavoro o formazione - e una percentuale più elevata di popolazione è a rischio di esclusione sociale rispetto alle città. Questi gravi problemi che i giovani devono affrontare hanno portato a una crescente "fuga dalle campagne", ovvero all'esodo dei giovani dalle aree rurali. A seguito della ricerca del progetto, che mostra chiaramente un divario tra i giovani nelle aree urbane e rurali, il progetto affronterà la necessità di sviluppare strategie digitali locali che possano colmare questo divario tra aree urbane e rurali e prevenire un ulteriore divario intergenerazionale nell'uso degli strumenti digitali.

Il progetto You.Stand.Out mira ad affrontare i problemi sopra citati rafforzando le competenze chiave dei giovani rurali (con un'attenzione particolare ai NEET) e facendo leva sul loro senso di iniziativa. Il primo obiettivo specifico del progetto è facilitare l'ingresso dei giovani rurali nel mercato del lavoro e sostenere la promozione e lo sviluppo delle aree rurali. A tal fine, il progetto mira a fornire ai giovani competenze di social media marketing, che consentiranno loro di essere protagonisti della promozione e della valorizzazione del patrimonio locale, come la cultura, il cibo, i manufatti, l'ambiente costruito e naturale. L'empowerment dei giovani influenzerà positivamente le comunità rurali locali, che beneficeranno dell'"effetto a catena sociale". Il secondo obiettivo specifico del progetto You.Stand.Out è quello di sensibilizzare le famiglie, le comunità locali, le organizzazioni, le istituzioni pubbliche e le PMI sui problemi dei NEET e sulle loro potenziali soluzioni. L'ultimo obiettivo specifico è aumentare la capacità delle associazioni giovanili nelle aree rurali di innescare il cambiamento sociale attraverso processi partecipativi e di cittadinanza attiva. A tal fine, questo Toolkit per l'empowerment fornisce una formazione specifica sulle metodologie partecipative.

Il progetto You.Stand.Out mira a "dare voce" ai giovani delle aree rurali e a fornire loro conoscenze e strumenti per innescare cambiamenti economici e sociali nelle loro comunità. Per questo motivo, il presente kit di strumenti è stato creato come materiale di formazione per gli operatori giovanili. Offre informazioni sul patrimonio rurale, sulla cittadinanza attiva e sull'impegno dei giovani, nonché materiali per assistere gli operatori giovanili nell'attivazione di processi di empowerment giovanile attraverso metodologie partecipative, in particolare i "laboratori di idee". Con attività di accompagnamento per ogni capitolo, questo kit di strumenti consentirà sia agli operatori giovanili che ai giovani partecipanti di accrescere ulteriormente le loro conoscenze e competenze in materia di marketing digitale per la promozione del patrimonio rurale. Questo kit di strumenti è destinato a tutte le iniziative giovanili nelle aree rurali che mirano a migliorare le competenze digitali e la partecipazione attiva dei giovani, ed è quindi disponibile per un'ampia diffusione nel campo del lavoro con i giovani, sia a breve che a lungo termine.



COMPETENZE DI MARKETING DIGITALE, PATRIMONIO RURALE E CITTADINANZA ATTIVA

Questo capitolo spiega cosa si intende con i termini "Marketing digitale", "Patrimonio rurale" e "Cittadinanza attiva" e perché hanno valore nel mondo moderno. Fornisce inoltre una panoramica sull'importanza delle competenze di marketing digitale per la promozione del patrimonio rurale e della cittadinanza attiva per i giovani delle aree rurali.





Cos'è il Digital Marketing e perché è importante?

Il marketing digitale, noto anche come marketing online, si riferisce a tutto il marketing che si svolge su Internet. Molte aziende utilizzano i canali digitali (motori di ricerca, social media, e-mail, testi) per attrarre e connettersi con i clienti.

Al giorno d'oggi, il marketing digitale è fondamentale per il successo di qualsiasi azienda: la maggior parte di esse dispone di un proprio sito web e/o di una presenza sui social media. Il marketing digitale è talmente diffuso che i clienti vi fanno affidamento e si aspettano di poter conoscere un'azienda attraverso una piattaforma online.

Il marketing digitale è importante perché aiuta le aziende a raggiungere un pubblico più ampio rispetto ai metodi di marketing tradizionali. Può anche essere più efficace dal punto di vista dei costi e misurare il successo degli sforzi di marketing.

Altri importanti vantaggi del marketing digitale sono:

- Gli sforzi possono essere concentrati specificamente sui clienti che hanno maggiori probabilità di impegnarsi con i vostri servizi o prodotti.
- Il marketing digitale permette di competere in modo più equo con le altre aziende, uniformando il campo di gioco all'interno del vostro settore e consentendovi di competere con marchi più grandi.
- È meno problematico adattare e modificare la strategia di marketing digitale in base alle esigenze.
- Il marketing digitale può migliorare la qualità dei vostri contatti (Hubspot, 2023).



Che cos'è il patrimonio rurale e qual è il suo valore?



Il patrimonio rurale varia a seconda dei Paesi, delle nazionalità, delle religioni, delle razze e delle etnie. È la nostra eredità del passato, da valorizzare e godere nel presente e da preservare e trasmettere alle generazioni future.

Il nostro patrimonio può essere costituito dai seguenti elementi:

- Naturale; si riferisce a paesaggi, animali selvatici, montagne, foreste, corsi d'acqua, animali, ecc.
- Tangibili; si tratta di siti storici, edifici, monumenti, oggetti nei musei, manufatti e archivi.
- Intangibili; si tratta di costumi, tradizioni, valori, abilità, artigianato, folclore, sport, musica, danza, ecc.

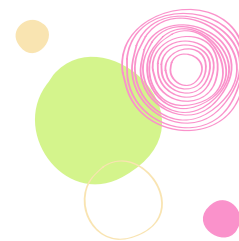
I suddetti elementi del nostro patrimonio locale, comprese tutte le leggende, i miti e le favole correlate, ci permettono di comprendere meglio i nostri antenati e ci rendono unici nella nostra diversità culturale.

Il patrimonio è importante perché contribuisce a formare la nostra identità e dà agli altri la percezione di chi siamo e da dove veniamo. Fornisce inoltre una consapevolezza dei nostri costumi e delle nostre tradizioni e mette in evidenza le nostre priorità e i nostri valori. Il nostro patrimonio offre una visione del nostro passato ed è evidente di come la nostra società si sia evoluta. Ci permette di comprendere meglio le nostre tradizioni e la nostra storia, fornendoci una consapevolezza più profonda di noi stessi e del perché siamo come siamo. Il patrimonio è la base della nostra cultura e questo ha un impatto e influenza la nostra società, la politica, il modo in cui conduciamo gli affari, la nostra visione del mondo e le nostre politiche.

È fondamentale preservare il nostro patrimonio per le generazioni future. È anche importante utilizzare il nostro patrimonio nel presente. Conservare, mantenere e valorizzare il nostro patrimonio può essere fondamentale per lo sviluppo economico locale e l'innovazione nel turismo, nell'agricoltura, nell'intrattenimento, nell'istruzione e nell'imprenditoria locale in generale.

Il patrimonio di molti Paesi è famoso in tutto il mondo e attira visitatori da ogni parte del globo. L'industria del turismo spesso porta grandi investimenti alle economie locali, con i turisti che spendono soldi per l'intrattenimento e nei negozi, ristoranti e altre attività commerciali della località. Molti Paesi si affidano al proprio patrimonio naturale per la sostenibilità: in Irlanda, ad esempio, il turismo culturale e le vacanze all'insegna delle attività sono i settori turistici irlandesi più popolari tra i turisti. La qualità dei prodotti agricoli irlandesi si basa sul patrimonio naturale, che fa affidamento su ecosistemi sani per la sicurezza del cibo e dell'acqua fresca e pulita.

Il patrimonio rurale è una parte importante di ciò che siamo e da dove veniamo, ma è fragile e ha bisogno di una protezione e di uno sviluppo costanti da parte delle popolazioni locali e degli organi di governo per garantire che possa essere trasmesso, senza danni, alle generazioni future (Heritage Council, 2023).





Cos'è la cittadinanza attiva e perché è importante?

La cittadinanza attiva si riferisce ai cittadini che colgono l'opportunità di partecipare attivamente alla definizione e alla soluzione dei problemi delle loro comunità e al miglioramento della loro qualità di vita. La cittadinanza attiva permette di:

- Partecipazione alla comunità
- Dare alle persone la possibilità di influenzare le decisioni che riguardano la loro vita.
- Conoscenza e comprensione del contesto politico, sociale ed economico della loro partecipazione, in modo da poter prendere decisioni informate.
- Consentire alle persone di sfidare le strutture esistenti

Cittadinanza attiva significa partecipare alla vita della propria comunità e della nazione, in modo da poter contribuire a determinare il futuro del Paese. Perché è importante?

- Alimenta un senso di spirito di comunità e di integrazione.
- Garantire a tutti i cittadini i mezzi per partecipare pienamente alla società.
- Favorisce il rispetto e l'inclusione sociale
- Sostiene l'impegno nella vita democratica (ad es. voto, processi politici, ecc.).
- Assicura che la voce dei cittadini sia ascoltata



Qual è il ruolo dei giovani nell'azione nelle comunità?

Ogni giorno, in tutto il mondo, vengono prese decisioni che riguardano le persone di tutto il mondo, ma in molti casi si tratta di decisioni che riguardano i giovani senza che questi vengano consultati e partecipino al processo. Cittadinanza attiva sostiene i giovani a:

- Sfidare le percezioni e le idee sbagliate sull'essere giovani
- Promuovere la partecipazione dei giovani ai processi decisionali e la cittadinanza democratica.
- Educare l'opinione pubblica sui problemi dei giovani e sulle loro priorità.
- Offrire nuove soluzioni alternative e innovative ai problemi globali



L'importanza delle competenze di marketing digitale per la promozione del patrimonio rurale e della cittadinanza attiva

Molti giovani delle zone rurali in Europa devono affrontare la sfida di trovare un impiego sicuro nell'attuale mercato del lavoro e di essere richiesti professionalmente senza temere di perdere il posto. Tuttavia, la situazione del mercato del lavoro rurale è ambigua, e lo è ancora di più da quando la pandemia di Covid-19 ha colpito. I lavori tradizionali non sono più sufficienti per la popolazione in età lavorativa, con conseguente aumento dei tassi di disoccupazione giovanile. Aumentando le competenze digitali dei giovani rurali, il numero di posti di lavoro e il livello dei salari aumenteranno e l'acquisizione di queste competenze contribuirà a uniformare gli standard di vita sia nelle aree urbane che in quelle rurali, poiché le competenze digitali sono le più richieste nel mercato del lavoro (Consiglio EN, 2022).



Nell'era moderna, in cui la connettività digitale è onnipresente, l'importanza delle competenze di marketing digitale non può essere sopravvalutata, soprattutto nella promozione del patrimonio rurale e nella promozione della cittadinanza attiva. Le aree rurali spesso possiedono un ricco patrimonio culturale, storico e naturale che rappresenta un bene inestimabile sia per le comunità locali che per la società in generale. Tuttavia, questi beni rimangono spesso sottoutilizzati a causa della limitata visibilità e accessibilità.


Le tecniche di marketing digitale offrono strumenti potenti per mostrare e promuovere il patrimonio rurale a un pubblico globale. Attraverso la creazione di contenuti coinvolgenti, campagne mirate sui social media e strategie di ottimizzazione dei motori di ricerca, le comunità rurali possono comunicare efficacemente le loro offerte uniche di patrimonio ai potenziali visitatori, stimolando il turismo e lo sviluppo economico. Inoltre, le piattaforme digitali offrono opportunità di coinvolgimento e partecipazione alla comunità, promuovendo un senso di orgoglio e di appartenenza tra i residenti locali.

Inoltre, le competenze di marketing digitale consentono alle comunità rurali di partecipare attivamente ai processi civici e decisionali. I residenti possono dare voce alle loro preoccupazioni sfruttando i canali digitali per campagne di advocacy e sensibilizzazione, mobilitare il sostegno per le iniziative della comunità e chiedere conto alle autorità. Ciò migliora la trasparenza, la responsabilità e la partecipazione democratica, rafforzando così il tessuto della cittadinanza attiva nelle aree rurali.

In conclusione, le competenze di marketing digitale sono strumenti indispensabili per liberare il pieno potenziale del patrimonio rurale e promuovere la cittadinanza attiva. Sfruttando il potere della tecnologia digitale, le comunità rurali possono preservare e promuovere il loro ricco patrimonio e coinvolgere i cittadini in modo significativo, contribuendo in ultima analisi allo sviluppo sostenibile e alla vitalità delle regioni rurali in tutta l'Unione Europea.

ATTIVITÀ 1

INIZIARE CON LA CITTADINANZA ATTIVA

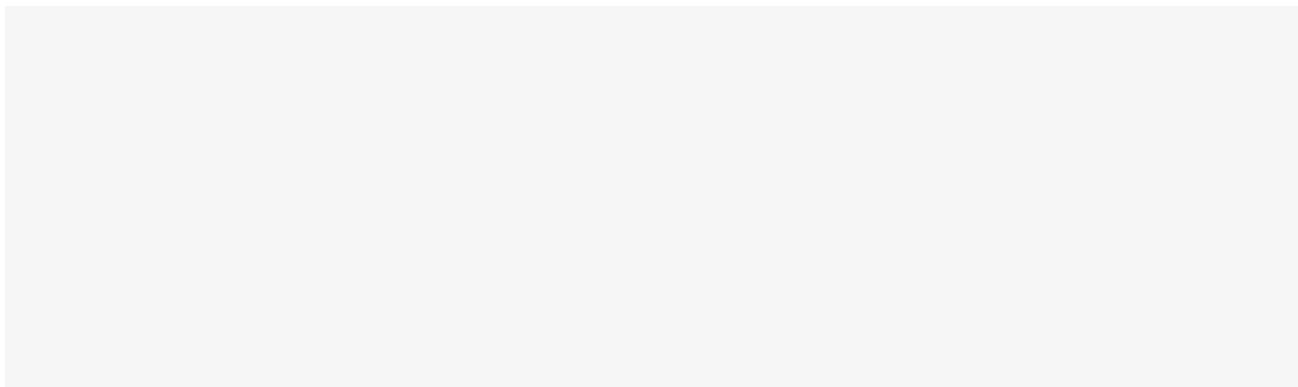
COSA VI SERVE		TEMPO DI ATTIVITÀ
 Penne	 Carta	 30 min

Chiedete al vostro gruppo di giovani di prendersi 10-15 minuti per rispondere alle seguenti domande:

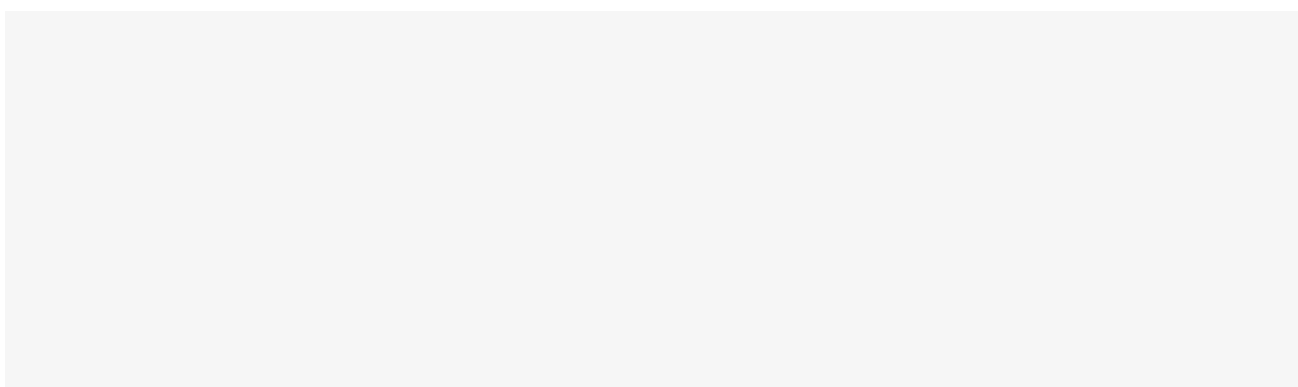
- Cosa pensate che significhi cittadinanza attiva?



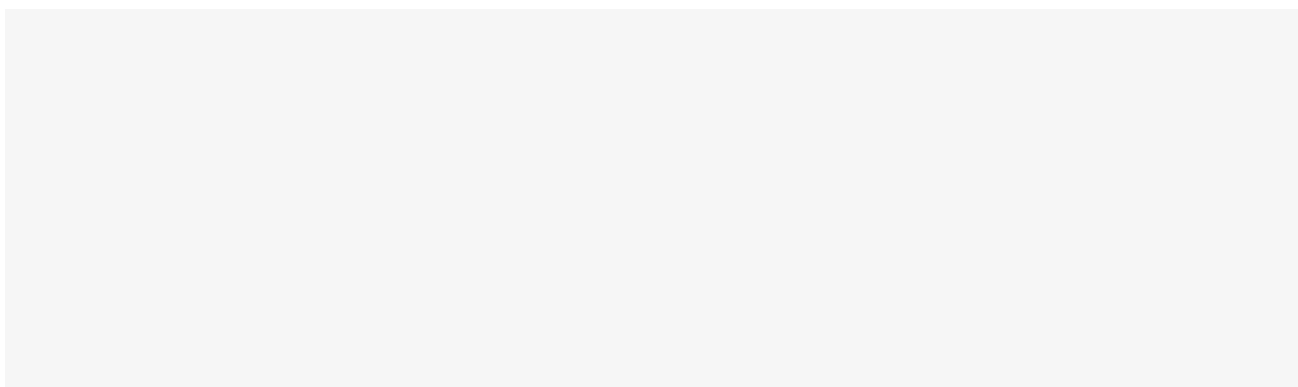
- Quali sono, secondo lei, le caratteristiche principali di un cittadino attivo?



- Quali sono gli aspetti della cittadinanza attiva che più vi interessano?




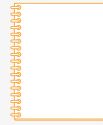

- Ritieni di avere delle barriere legate alla cittadinanza attiva?



La discussione di gruppo avrà luogo dopo che ognuno avrà risposto alle domande individualmente.

ATTIVITÀ 2

DIVENTA UN INFLUENCER DEL PATRIMONIO RURALE!

COSA VI SERVE		TEMPO DI
 Penne	 Carta	 45 min

Chiedete al vostro gruppo di giovani di prendersi 20 minuti per rispondere alle seguenti domande:

- Pensate alla vostra comunità rurale. Quale patrimonio esiste?

- È naturale, tangibile, intangibile?



- Quali sono i fatti che conoscete al riguardo?

Empty text box for response to the first question.

- Sapete dove trovare maggiori informazioni sul vostro patrimonio?

Empty text box for response to the second question.

- Come lo rendereste più attraente per la vostra famiglia e i vostri amici?

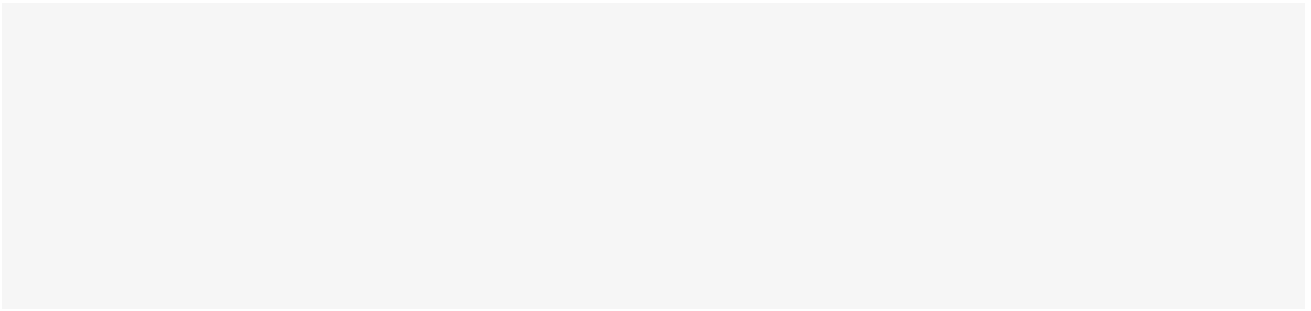
Empty text box for response to the third question.

- Come si potrebbe rendere più attraente per i potenziali turisti?

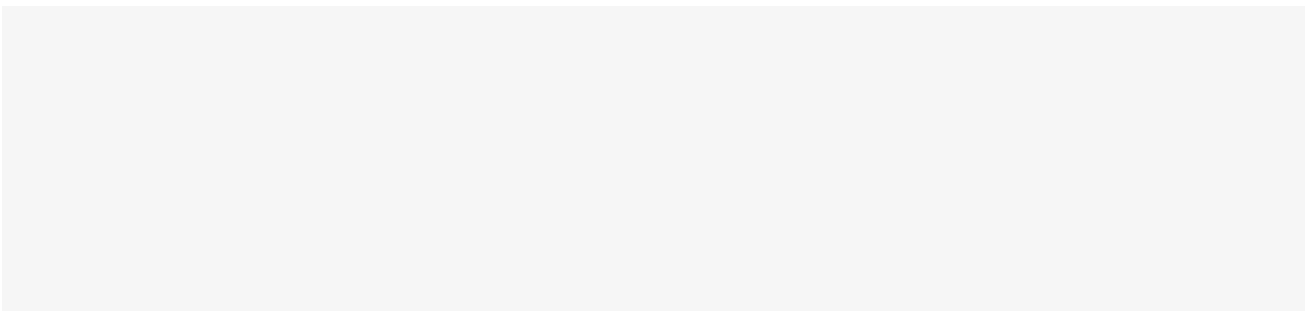
Empty text box for response to the fourth question.



- Quali sono le piattaforme di social media che ritenete più adatte a far conoscere il vostro patrimonio rurale?



- Come si potrebbe fare esattamente?



La discussione di gruppo avrà luogo dopo che ognuno avrà risposto alle domande individualmente.



COINVOLGERE E RESPONSABILIZZARE LA GIOVENTÙ RURALE





I giovani sono il futuro; molti di loro diventeranno leader della società e influenti nelle nostre comunità, aprendo la strada alle generazioni future. Per questo motivo, è fondamentale coinvolgerli in tutte le attività comunitarie significative e dare loro la possibilità di acquisire le competenze necessarie per progredire nella vita.

Tuttavia, coinvolgere i giovani e mantenere il loro coinvolgimento, in particolare quelli delle aree rurali, può rivelarsi a volte difficile, con molti fattori da superare, come la mancanza di interesse, di trasporto, di comprensione o di esperienza, i conflitti di programmazione e il fatto che i giovani abbiano una voce limitata.

Non è sempre facile per gli operatori giovanili superare queste barriere all'impegno, ma secondo Molinari (2023) ci sono alcuni suggerimenti che possono essere utilizzati per coinvolgere i giovani, consigliati dai giovani stessi;

La rilevanza è fondamentale

Fornire ai giovani collegamenti significativi con le cose che contano per loro, sia a livello personale che locale. Tra questi possono esserci la famiglia, gli amici, gli interessi e gli hobby. Lo sport, il cibo, la moda, i media, la tecnologia e le questioni di attualità sono buoni agganci e possono essere collegati al tema delle competenze digitali per la promozione del patrimonio rurale e della cittadinanza attiva per creare rilevanza e interesse.



Valorizzate le loro conoscenze ed esperienze

Molti giovani possono essere riservati quando si tratta di condividere le loro esperienze di vita, le loro prospettive e le loro conoscenze, perché possono essere diverse da quelle dei loro coetanei e delle vostre, quindi non screditate il loro contributo. Chiedete loro cosa sanno e ascoltate con rispetto ciò che dicono. Se condividono qualcosa, si può usare come spunto di conversazione o come collegamento per aiutarli a fare collegamenti e a dare un senso ai vostri contenuti e alle vostre idee.



Considerate attentamente le attività

Le attività devono essere divertenti e adatte al vostro gruppo giovanile e allo spazio in cui vi trovate. Incorporare cose che interessano i giovani, fornire loro un certo controllo e permettere loro di essere socievoli collaborando con gli amici, può essere un forte fattore motivante per coinvolgerli. Chiedete il loro feedback sincero e responsabilizzateli fornendo loro un senso di realizzazione.



Siate voi stessi

Considerate il modo in cui li trattate: non cercate di imitare il loro modo di parlare o di abbassare la voce, ma usate lo stesso approccio che usereste con un collega o un amico. I giovani vogliono essere trattati con rispetto, come individui e come vostri pari.



Date loro il tempo di scaldarsi

Anche coloro che sono rumorosi ed energici tra i loro amici possono spesso essere riservati in una nuova situazione, quindi è importante ricordare che hanno bisogno di tempo per adattarsi all'ambiente e a voi prima di voler condividere i loro pensieri e le loro opinioni. È meglio dare loro il benvenuto e fare brevi presentazioni prima di rompere il ghiaccio con attività divertenti. Lasciate loro il tempo di prendere confidenza con l'ambiente e con gli altri presenti nella stanza.



Costruire la loro fiducia

Incoraggiate la riflessione e rafforzate positivamente i loro contributi, ma fate attenzione a non individuarli. Utilizzate attività che stimolino discussioni di gruppo, in modo che possano condividere le idee con i loro compagni e convalidare le risposte alle domande che ponete loro.



Evidenziare e sviluppare le loro capacità

Molti giovani possono essere ansiosi riguardo al loro futuro, mentre altri possono essere entusiasti o curiosi. È importante fornire loro attività che offrano la possibilità di riconoscere le loro capacità trasferibili, come il lavoro di squadra, la leadership e la risoluzione dei problemi, poiché l'auto-apprezzamento può avere un forte impatto.



Essere flessibili

È importante che siate pronti a coinvolgere i giovani in gruppi e su base individuale e che siate aperti a modificare le attività e le discussioni secondo le necessità. Considerate un piano di riserva nel caso in cui le attività richiedano più o meno tempo di quanto inizialmente previsto e non cercate di impegnare i giovani per lunghi periodi di lavoro concentrato.



Offrite informazioni aggiuntive

Se i gruppi che state coinvolgendo sono incuriositi da un certo argomento, tenete a portata di mano ulteriori informazioni (link) o suggerite loro chi potrebbe parlarne. È una buona idea evidenziare tutte le opportunità di coinvolgimento in questi argomenti.



Imparare da loro

I giovani sono creativi e appassionati nell'affrontare le opportunità e le sfide del mondo. Se voi potete ispirarli, anche loro possono ispirarvi con le loro idee e i loro atteggiamenti, se vi prendete il tempo di ascoltarli.



Come il progetto You.Stand.Out coinvolge i giovani in competenze di marketing digitale per la promozione del patrimonio rurale e della cittadinanza attiva

Coinvolgere i giovani nelle competenze di marketing digitale per promuovere il patrimonio rurale e la cittadinanza attiva richiede un approccio sfaccettato che faccia leva sui loro interessi, sulla loro creatività e sulla loro competenza digitale. Il progetto You.Stand.Out è fondamentale per questo, in quanto fornisce una piattaforma di e-learning, giornate informative aperte, laboratori di ideazione e focus group come spazi dinamici per lo scambio di conoscenze, la collaborazione e l'innovazione.

Le giornate informative aperte sono un'occasione preziosa per far conoscere ai giovani l'importanza del marketing digitale nella promozione del patrimonio rurale e nella promozione della cittadinanza attiva. La gamification e le attività pratiche possono rendere l'esperienza di apprendimento più coinvolgente e memorabile per i giovani partecipanti.

Le piattaforme di apprendimento dedicate ai giovani e agli operatori giovanili, come la piattaforma di e-learning You.Stand.Out, possono fungere da hub centrali per la diffusione delle informazioni, lo sviluppo delle competenze e la creazione di comunità. Queste piattaforme possono ospitare una grande quantità di risorse, tra cui corsi online, esercitazioni, casi di studio e forum di discussione e collaborazione. Fornendo interfacce accessibili e facili da usare, permettono ai giovani di esplorare i concetti del marketing digitale al proprio ritmo, di connettersi con i coetanei e di cercare la guida di mentori esperti.



I laboratori di idee offrono un ambiente ideale ai giovani per contribuire attivamente con le loro idee, prospettive e competenze ad affrontare le sfide legate alla promozione del patrimonio rurale e alla cittadinanza attiva. Questi eventi permettono ai giovani partecipanti di co-creare soluzioni innovative utilizzando strumenti e tecniche di marketing digitale, facilitando sessioni di brainstorming collaborativo, laboratori di design thinking e attività di sviluppo di progetti. Inoltre, i programmi di mentorship e la guida di esperti possono fornire un supporto prezioso per aiutare i giovani a influenzare i loro coetanei e a ispirare la comunità in generale.

Nel trattare con i giovani attraverso tutte le capacità disponibili, è essenziale adottare un approccio inclusivo e partecipativo che valorizzi i loro contributi e incoraggi il loro coinvolgimento attivo. Ciò può comportare l'utilizzo di piattaforme di social media, forum online e storytelling digitale per amplificare le loro voci, condividere storie di successo e ispirare altri a partecipare. Inoltre, la promozione di reti di apprendimento peer-to-peer e di iniziative guidate dalla comunità può creare un senso di appartenenza e di proprietà collettiva tra i giovani partecipanti, favorendo un impegno e un impatto duraturi.

È importante responsabilizzare i giovani delle zone rurali fornendo loro le conoscenze e le competenze necessarie per l'occupazione e dotandoli di una profonda comprensione del patrimonio che li precede. Il progetto You.Stand.Out mira a fungere da catalizzatore per coinvolgere i giovani nell'intersezione critica tra competenze di marketing digitale, promozione del patrimonio rurale e cittadinanza attiva. Creando spazi inclusivi e dinamici per la collaborazione, l'apprendimento e l'innovazione, queste iniziative possono consentire alle nuove generazioni di diventare agenti di cambiamento positivo nelle loro comunità e oltre.



ATTIVITÀ 1

IL CITTADINO ATTIVO ATTIVITÀ

COSA VI SERVE		TEMPO DI
 Fotocopie delle tessere di cittadino attivo	 Forbici	 60 min

Dividete il gruppo in gruppi di 4 o meno persone. Consegnate a ogni gruppo un set di carte. Dite loro che questa attività è un esercizio di ordinamento delle carte.

Devono discutere ogni carta e poi metterla in una delle tre pile:

- carte con cui sono d'accordo;
- carte con cui non sono d'accordo;
- carte di cui non sono sicuri o su cui non riescono a trovare un accordo.

Lasciate circa 15 minuti ai gruppi per ordinare le carte.

Dite loro che una persona del gruppo dovrà riferire al resto dei gruppi, mostrando due carte su cui il gruppo era d'accordo, due carte su cui non era d'accordo e due carte su cui non era sicuro. Una persona di ogni gruppo spiega alla classe perché il gruppo ha preso la decisione che ha preso su determinate carte.

Chiudete riassumendo le opinioni del gruppo su cosa sia o non sia un cittadino attivo e sulle aree di cittadinanza su cui il gruppo non è sicuro. È importante richiamare l'attenzione sul fatto, che riflette la realtà, che la definizione di cittadinanza attiva e partecipativa non è chiara e suscita una serie di opinioni diverse.

EMPHASIS:

questa attività offre l'opportunità di riflettere su questi ruoli e di considerare alcuni dei diritti e delle responsabilità legati alla cittadinanza.

FOLLOW-UP:

chiedete ai gruppi di comporre tre nuove carte "Cittadino attivo" contenenti alcune delle loro idee su ciò che i cittadini attivi dovrebbero fare e come dovrebbero comportarsi per la discussione.

CARTE DEL CITTADINO ATTIVO

AN ACTIVE CITIZEN

Joins a Political Party



AN ACTIVE CITIZEN

Always returns library books on time



AN ACTIVE CITIZEN

Never writes on walls



AN ACTIVE CITIZEN

Always returns library books on time



AN ACTIVE CITIZEN

Always votes in elections



AN ACTIVE CITIZEN

Doesn't allow their dog to foul the pavement



AN ACTIVE CITIZEN

Takes part in demonstrations



AN ACTIVE CITIZEN

Joins pressure groups to try to change things



AN ACTIVE CITIZEN

Always obeys the Speed Limit



AN ACTIVE CITIZEN

Becomes a candidate in an election



AN ACTIVE CITIZEN

Never parks a car in a parking space for a disabled person



AN ACTIVE CITIZEN

Never has parties or BBQs



AN ACTIVE CITIZEN

Signs petitions to show strong opinions



AN ACTIVE CITIZEN

Never buys DVDs that may have been stolen or pirated



AN ACTIVE CITIZEN

Tries to stop anyone they see committing a crime



AN ACTIVE CITIZEN

Always takes empty bottles to the bottle bank for recycling



ATTIVITÀ 2

PIATTAFORMA E-LEARNING YOU.STAND.OUT

COSA VI SERVE



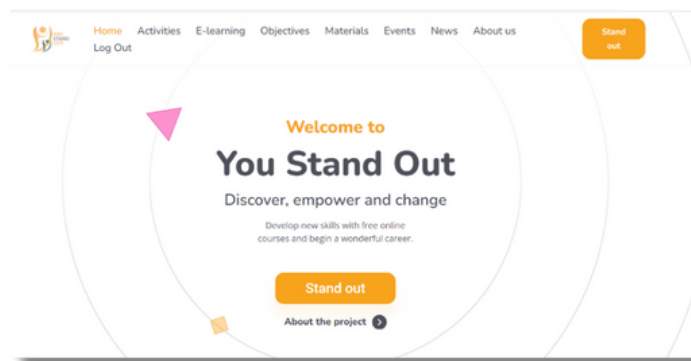
Accesso a Internet

TEMPO DI ATTIVITÀ:

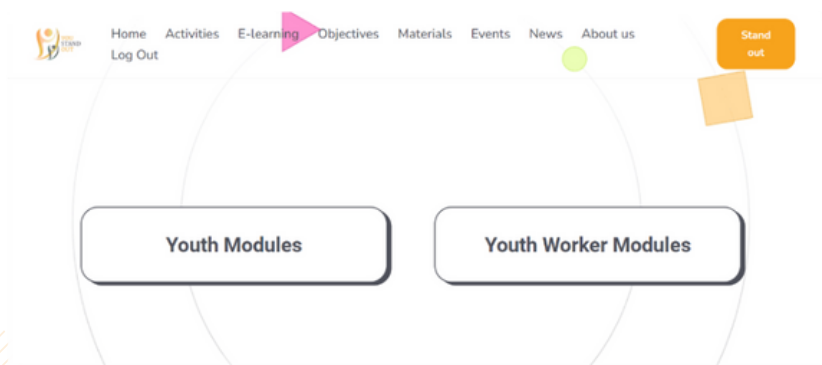


Per modulo

Per saperne di più su marketing digitale, patrimonio rurale e cittadinanza attiva, visitate la nostra piattaforma di e-learning gratuita all'indirizzo: [E-learning - YouStandOut](#)



Con 7 moduli per i giovani e 7 moduli per gli operatori giovanili, disponibili in sei lingue, tutti possono imparare di più insieme! L'iscrizione è semplice e gratuita e il corso può essere frequentato autonomamente o in gruppo. Scegliete di completare tutti i moduli che volete, nell'ordine che preferite!





LABORATORI DI IDEAZIONE

Questo capitolo fornisce una descrizione dei laboratori di coideazione e dei loro vantaggi per l'empowerment dei giovani rurali.





Laboratorio ideativo You.Stand.Out in Irlanda

Che cos'è l'ideazione?

L'ideazione è un processo collaborativo in cui un gruppo di persone, in questo caso un gruppo di giovani, si riunisce per discutere, fare brainstorming, innovare e creare nuove idee o soluzioni a problemi esistenti. Questo potente approccio consiste nello sfruttare le intuizioni collettive provenienti da diverse prospettive per trovare modi migliori per raggiungere gli obiettivi (Impartner, 2024).



Vantaggi dell'ideazione

I benefici dell'ideazione per i gruppi giovanili sono molteplici. Secondo ExSquared (2023), alcuni di questi benefici includono:

- Far uscire le idee dalla testa
- Le idee di una persona possono stimolare altre idee e ispirare le persone a parlare.
- Offre l'opportunità di avere una varietà di opinioni che contribuiscono, invece di avere sempre le stesse persone, che fanno le stesse conversazioni.
- Può aiutare a far parlare i più silenziosi.
- Riduce la visione a tunnel

Oltre ai benefici sopra menzionati, l'ideazione aiuta anche a sbloccare nuove prospettive, poiché ogni giovane avrà un punto di vista e un'opinione individuali, che possono produrre idee uniche e innovative o soluzioni a problemi esistenti. Offre ai giovani un'opportunità di collaborazione e partecipazione aperta, in cui tutte le idee possono essere condivise liberamente e vengono prese in considerazione in egual misura nel processo.

Un altro vantaggio dell'uso dei laboratori di ideazione è il valore del contributo del pubblico di riferimento. Ad esempio, se la vostra comunità desidera avviare un club giovanile, sarebbe utile parlare prima con i giovani del posto per scoprire quali strutture vorrebbero includere nel club e se ne farebbero parte. Ospitare un laboratorio di ideazione con il pubblico di riferimento può rendere una nuova iniziativa di maggior successo e ridurre i rischi di costo.

L'ideazione può contribuire a generare nuove opportunità di collaborazione che potrebbero non essere esistite in precedenza attraverso la condivisione di idee per progetti futuri. Un vantaggio significativo dell'ideazione è la sua capacità di creare gruppi e rafforzare le comunità. Lavorando insieme, i giovani avranno l'opportunità di incontrare nuove persone, fare nuove amicizie e creare risultati di valore di cui essere orgogliosi per le loro comunità rurali.





Laboratori di idee per gruppi di giovani

L'obiettivo del laboratorio di ideazione è quello di fungere da piattaforma dinamica per promuovere la collaborazione e la sinergia tra due soggetti vitali: gli operatori giovanili e i giovani. Mettendo insieme queste diverse prospettive, l'evento mira a sfruttare la creatività collettiva, le intuizioni e le competenze per promuovere il patrimonio rurale e la cittadinanza attiva attraverso le competenze di marketing digitale.

Durante l'evento, gli operatori giovanili svolgono un ruolo cruciale nel facilitare un dialogo produttivo e nel colmare il divario tra le prospettive degli operatori giovanili e dei giovani. Il loro compito è quello di guidare l'intero processo creando un ambiente inclusivo e di supporto in cui entrambi i gruppi si sentano autorizzati a esprimere liberamente le proprie idee, preoccupazioni e aspirazioni.

Attraverso attività strutturate, come discussioni di gruppo, sessioni di brainstorming e workshop interattivi, si facilitano scambi significativi che evidenziano punti comuni, valori condivisi e obiettivi reciproci tra operatori giovanili e giovani. Gli operatori giovanili guidano i partecipanti nell'identificazione delle aree di convergenza e divergenza, nonché delle opportunità di collaborazione e partnership.



In definitiva, lo scopo del laboratorio ideativo è quello di catalizzare l'innovazione e la co-creazione facendo leva sui punti di forza e sulle prospettive complementari degli operatori giovanili e dei giovani. Unendo i loro sforzi e le loro risorse, l'evento cerca di generare intuizioni e strategie attuabili che sfruttino la potenza del marketing digitale per promuovere il patrimonio rurale e favorire la cittadinanza attiva tra i giovani.



Laboratorio di idee You.Stand.Out in Germania

ATTIVITÀ 1

PREPARAZIONE ALL'IDEAZIONE PER GLI ANIMATORI GIOVANILI

COSA VI SERVE		TEMPO DI ATTIVITÀ:
 Foglio di lavoro per la preparazione dell'idea	 Penna	 30 min

Utilizzando uno spazio di lavoro chiaro, prendetevi 20-30 minuti per completare il foglio di lavoro di preparazione all'ideazione, concentrandovi sull'argomento del laboratorio di ideazione che desiderate organizzare, su ciò che sperate di ottenere da esso e su eventuali problemi che pensate possano sorgere.



Questo esercizio vi aiuterà a prepararvi per facilitare il laboratorio di ideazione con i vostri gruppi di giovani e può essere uno strumento utile per attenuare eventuali problemi negativi.

FOGLIO DI LAVORO PER LA PREPARAZIONE DELL'IDEA

Rispondete alle seguenti domande sulle vostre aspettative, conoscenze ed esperienze in merito all'argomento del laboratorio di ideazione.

- Quanto si sente informato sull'argomento del laboratorio di ideazione?

<input type="checkbox"/> 1 Non ho alcuna conoscenza	<input type="checkbox"/> 2 Per nulla informato	<input type="checkbox"/> 3 Leggermente informato	<input type="checkbox"/> 4 Moderatamente informato	<input type="checkbox"/> 5 Molto competente	<input type="checkbox"/> 6 Estremamente competente
--------------------------------------------------------	---------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

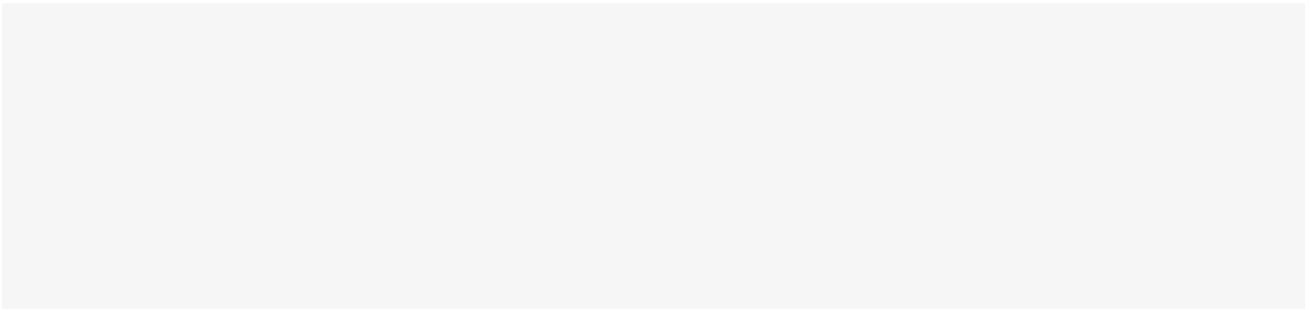
- Quanto vi sentite sicuri della vostra capacità di adattare le nuove conoscenze acquisite con questo evento alla vostra vita professionale e personale?

<input type="checkbox"/> 1 Non sono affatto fiducioso	<input type="checkbox"/> 2 Non sono fiducioso	<input type="checkbox"/> 3 Leggermente fiducioso	<input type="checkbox"/> 4 Moderatamente fiducioso	<input type="checkbox"/> 5 Molto fiducioso	<input type="checkbox"/> 6 Estremamente fiducioso
----------------------------------------------------------	--------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	------------------------------------------------------

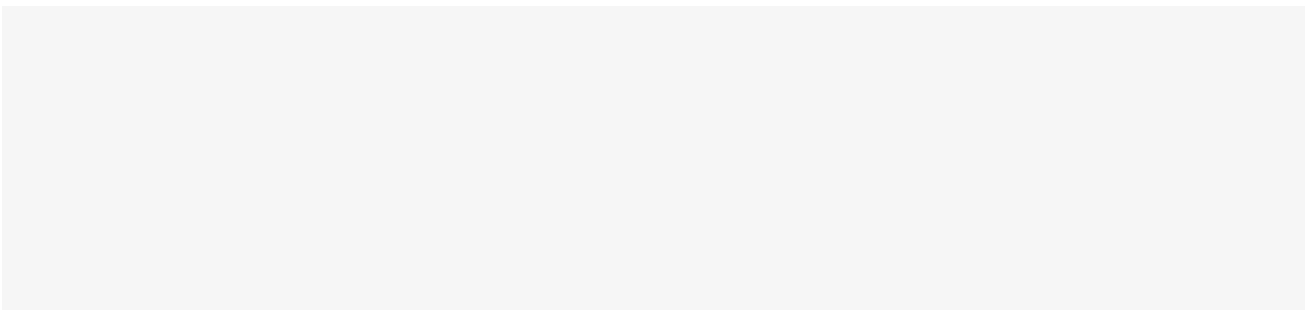
- Quali sono le vostre pratiche attuali per coinvolgere i giovani nelle questioni della comunità locale?



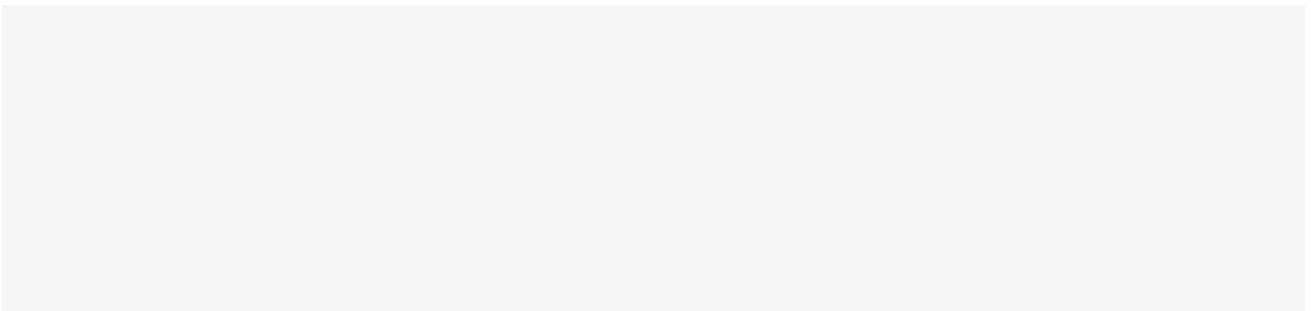
- In qualità di animatore giovanile, quali sfide ha affrontato in precedenza nel mappare i problemi principali della sua comunità locale?



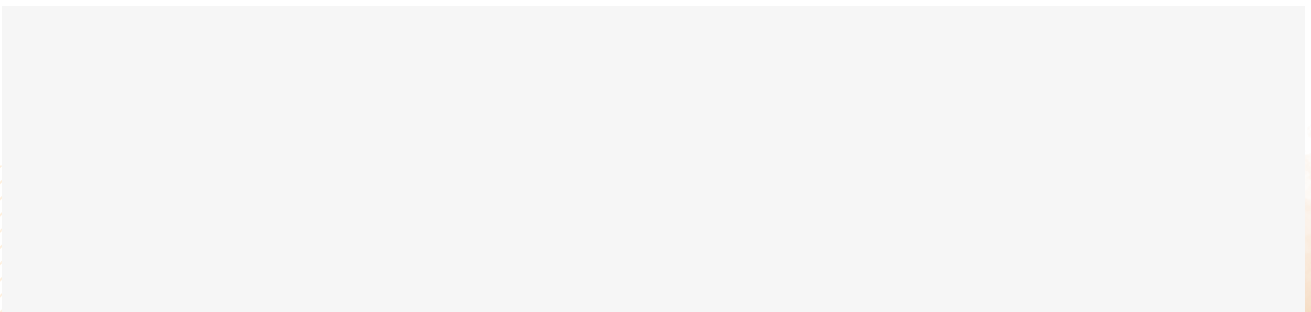
- Quali sono le domande o le questioni specifiche che sperate vengano affrontate durante l'evento?



- Cosa sperate di imparare o guadagnare ospitando l'evento?



- Avete qualche timore o preoccupazione nell'ospitare questo evento?



ATTIVITÀ 2

MODELLO DI PIANIFICAZIONE PER IL LABORATORIO DI IDEE

LA MIA IDEA: _____

The diagram consists of four large, empty pink rectangular boxes arranged in a 2x2 grid. In the center of the grid is a green lightbulb icon with rays emanating from it. Two green curved arrows point from the top-left box to the top-right box, and two green curved arrows point from the bottom-right box to the bottom-left box, creating a clockwise cycle around the central lightbulb.



CREAZIONE DI UN LABORATORIO DI IDEE

Ora che conoscete il significato dell'ideazione e i suoi benefici per i gruppi di giovani, questo capitolo illustra alcune considerazioni e consigli per creare un laboratorio di ideazione con i vostri gruppi di giovani.

Un laboratorio di ideazione dovrebbe porre l'accento sulla creazione di un ambiente favorevole e inclusivo in cui tutti i partecipanti si sentano a proprio agio nel condividere le proprie opinioni e idee. Incoraggiare un approccio peer-to-peer tra i giovani favorisce un senso di appartenenza e di empowerment, motivando al contempo gli operatori giovanili a difendere le esigenze dei giovani all'interno delle loro comunità. Alla fine del laboratorio di ideazione, l'obiettivo è generare soluzioni attuabili a problemi esistenti o nuove idee creative e innovative, guidate dagli sforzi collettivi degli operatori giovanili e dei giovani.





Considerazioni

La creazione di un laboratorio di ideazione per i giovani, in particolare per i NEET, richiede un'attenta considerazione di vari fattori per garantirne l'efficacia e l'inclusività. Ecco alcuni aspetti importanti da considerare:

✓ **Formazione e sviluppo delle capacità degli operatori giovanili:**

Assicuratevi di avere familiarità con l'argomento del laboratorio di ideazione e di possedere le conoscenze necessarie dei principi di sviluppo dei giovani, delle tecniche di consulenza e della comprensione dei diversi contesti e bisogni dei giovani.



✓ **Coinvolgimento della comunità e mappatura delle risorse:**

Assicurarsi di conoscere tutte le opportunità offerte dalla comunità, compresi i servizi educativi, professionali, ricreativi e di supporto.

Facilitare la creazione di reti con organizzazioni locali, imprese, istituzioni educative e agenzie governative per massimizzare le risorse e le opportunità per i giovani.



✓ **Diversità e inclusione**

Reclutare un gruppo eterogeneo di giovani che partecipino all'Ideation Lab, rappresentando diverse etnie, contesti socio-economici, abilità e interessi.

Creare un ambiente inclusivo e accogliente in cui tutti i partecipanti si sentano valorizzati e rispettati, indipendentemente dal loro background.



✓ **Comprendere i NEET e le loro esigenze:**

Condurre valutazioni dei bisogni e ricerche per comprendere le sfide e le barriere che i NEET devono affrontare nella comunità. Adattare i programmi e i servizi di supporto per rispondere alle esigenze e alle aspirazioni specifiche dei NEET, come lo sviluppo delle competenze, la preparazione al lavoro, il sostegno alla salute mentale e le opportunità di tutoraggio.



✓ **Alfabetizzazione digitale e integrazione tecnologica:**

Fornire formazione e supporto per garantire che i giovani siano in grado di utilizzare strumenti e tecnologie digitali per l'ideazione, la collaborazione e la comunicazione.

Esplorare modi innovativi per sfruttare la tecnologia per lo sviluppo di competenze, l'apprendimento e l'accesso alle risorse, in particolare per i giovani che hanno un accesso limitato alle tradizionali opportunità di istruzione o di lavoro.



✓ **Empowerment e partecipazione:**

Dare ai giovani la possibilità di appropriarsi del laboratorio ideativo coinvolgendoli nel processo decisionale, nella pianificazione e nell'attuazione.

Promuovere una cultura della collaborazione, della creatività e della sperimentazione in cui i giovani si sentano incoraggiati a condividere le loro idee, a dare voce alle loro preoccupazioni e a prendere l'iniziativa per promuovere un cambiamento positivo nelle loro vite e comunità. Se necessario, i facilitatori possono fornire traduttori per i partecipanti che non sono in grado di parlare la lingua locale.



✓ Valutazione e miglioramento continuo:

Stabilire meccanismi di valutazione continua e feedback per valutare l'impatto del Laboratorio di idee sulla vita dei giovani e l'efficacia degli interventi.

Utilizzare dati e feedback per prendere decisioni informate, affinare le strategie e migliorare continuamente la qualità e la pertinenza dei programmi e dei servizi offerti attraverso l'Ideation Lab.



Considerando questi fattori e adottando un approccio olistico, un laboratorio di ideazione per i giovani può diventare una piattaforma dinamica per l'innovazione, l'empowerment e lo sviluppo positivo dei giovani all'interno della comunità.



Laboratorio di idee You.Stand.Out in Grecia



Suggerimenti per un Ideation Lab di successo



Coinvolgere le persone giuste nel laboratorio di idee:

Considerate il gruppo con cui state lavorando: c'è un mix eterogeneo di individui che porteranno prospettive nuove e uniche? Sono i destinatari giusti per quello che state cercando di ottenere? È importante anche considerare il numero di persone che parteciperanno al laboratorio di ideazione; il numero ottimale è di 8-10 partecipanti. Le persone potrebbero non sentirsi a proprio agio nel condividere le proprie idee e opinioni con gruppi più numerosi, e un numero troppo basso di partecipanti potrebbe non raggiungere i risultati desiderati.



Scegliere un luogo adatto

Il luogo è fondamentale per il successo di un laboratorio di ideazione. I partecipanti devono sentirsi a proprio agio, ma devono essere portati fuori dal loro ambiente abituale per introdurre nuovi stimoli. Stephens (2019) suggerisce di scegliere un luogo privato con molto spazio, posti a sedere comodi e una buona illuminazione.



Per creare l'atmosfera, usate un rompighiaccio

I rompighiaccio possono facilitare l'ingresso delle persone nel gruppo e nell'ambiente circostante. Mettendo il gruppo a proprio agio, è più probabile che sia reattivo e che il laboratorio di ideazione abbia più successo.



Assicuratevi che ci sia un obiettivo:

È necessario avere una buona ragione o uno scopo per facilitare un laboratorio di ideazione. È necessario avere un obiettivo o un risultato desiderato, in modo che il gruppo abbia qualcosa su cui lavorare.



Facilitazione forte:

In qualità di facilitatore, il vostro ruolo è centrale nel laboratorio di ideazione, in quanto dovrete mantenere gli argomenti sul filo del rasoio, garantire il rispetto dell'ordine del giorno e assicurarvi che tutte le idee e le opinioni siano tenute in uguale considerazione.



Voto anonimo

È probabile che i partecipanti debbano votare le idee proposte e se ciò avviene in forma anonima, il gruppo sentirà meno la pressione. EX Squared (2023) suggerisce di utilizzare la tecnica della "dotmocracy": ogni partecipante riceve un foglio di adesivi e li posiziona sull'idea che ritiene migliore.



Agenda strutturata

Assicuratevi di avere a disposizione un tempo sufficiente per raggiungere gli obiettivi del laboratorio di ideazione. Se da un lato è importante consentire il flusso delle conversazioni, delle idee e delle opinioni, dall'altro è altrettanto importante avere un ordine del giorno per garantire che il gruppo non esca completamente per la tangente e che il risultato del laboratorio di ideazione sia auspicabile.



Si veda a tergo un esempio di agenda utilizzata per la facilitazione di un laboratorio ideativo del progetto You.Stand.Out con operatori giovanili e giovani.

Giorno 1: Colloqui con gli animatori giovanili

Sessione mattutina: Introduzione e rompighiaccio

Discorso di benvenuto e introduzione allo scopo e agli obiettivi del laboratorio di ideazione.

Attività per rompere il ghiaccio per aiutare i partecipanti a conoscersi e a creare un rapporto.

Sessione di metà mattina: Capire il lavoro con i giovani

Presentazioni o tavole rotonde condotte da esperti del lavoro con i giovani, che evidenziano il ruolo e l'importanza degli operatori giovanili nello sviluppo della comunità.

Workshop interattivi incentrati sulle sfide e le opportunità che gli operatori giovanili devono affrontare per rispondere alle esigenze dei giovani.

Sessione pomeridiana: Laboratori di idee

Sessioni di gruppo in cui gli operatori giovanili fanno brainstorming e discutono le potenziali soluzioni ai problemi sollevati in precedenza. Discussioni facilitate per identificare temi, sfide e opportunità comuni.

Giorno 2: discussioni con i giovani

Sessione mattutina: Coinvolgere i giovani

Introduzione all'agenda e agli obiettivi della giornata.

Attività interattive per incoraggiare i giovani a esprimere liberamente le proprie opinioni e idee.

Sessione di metà mattina: Condivisione Peer-to-Peer

Sessioni di condivisione tra pari in cui i giovani partecipanti discutono le loro esperienze, preoccupazioni e aspirazioni con i loro coetanei.

Discussioni di gruppo facilitate da operatori giovanili per esplorare problemi comuni e potenziali soluzioni.

Sessione pomeridiana: Laboratori di co-creazione

Sessioni di breakout in cui i giovani collaborano per sviluppare idee e strategie innovative per affrontare i problemi identificati.

Guida da parte degli operatori giovanili e dei coordinatori del progetto per affinare e dare priorità alle soluzioni proposte.

Giorno 3: Sessione online per la finalizzazione di idee e strategie

Sessione mattutina: Ripasso e riflessione

Riepilogo delle discussioni e degli approfondimenti principali dei giorni 1 e 2.

Esercizi di riflessione per consolidare l'apprendimento e identificare i temi emergenti.

Sessione di metà mattina: Collaborazione online

Ha facilitato le discussioni online per garantire che tutte le voci fossero ascoltate e che le idee fossero sintetizzate in modo efficace.

Sessione pomeridiana: Presentazione e pianificazione dell'azione

Presentazione delle idee e delle strategie finali a tutti i partecipanti.

Osservazioni conclusive e riconoscimento dei contributi dei partecipanti.

ATTIVITÀ 1

MODELLO DI AGENDA

PROGRAMMA IDEATION LAB

Titolo	
Data e ora	
Location	
Obiettivo	

DETTAGLI

ORARIO	ATTIVITÀ	PUNTI CHIAVE

NOTE

ATTIVITÀ 2

MODELLO DI LISTA DI CONTROLLO DEL LABORATORIO DI IDEAZIONE

IDEATION LAB CHECKLIST

Date: _____

- Luogo
- Data e ora
- Partecipanti
- Obiettivo
- Programma
- Carta e penna
- Template e materiale
- _____
- _____
- _____

Note

Attività

Reminder

ACTIVITY 3

MODULO PER IL LABORATORIO DI IDEE

Nome del gruppo:	
Posizione:	Data:
Nomi dei partecipanti:	

Idea:	
Perché questa idea è importante?	
In che modo questa idea aiuterà il territorio?	
Questa idea può essere facilmente attuata?	
È fattibile/raggiungibile:	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No

Firma a nome del gruppo: _____

Data: _____

Approvato per lo sviluppo:	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No
Approvato da:	
Stakeholder esterni da coinvolgere:	

Firmato: _____

Data: _____

ATTIVITÀ 4

MODELLO DI ROMPIGHIACCIO PER NON FARSI PRENDERE DAL PANICO

Dai un'occhiata a ciò che tu e i tuoi compagni di classe apprezzate di più in questa attività!

Immagina di vivere vicino a un vulcano attivo. Dopo 500 anni di inattività, iniziò a eruttare rocce e cenere pericolosamente calde. Le autorità ti chiedono di evacuare immediatamente per la tua sicurezza.



- Al momento della partenza è consentito portare con sé solo un massimo di cinque (5) oggetti. Quali articoli sceglieresti? Elenca gli articoli scelti nello spazio sottostante. Scrivi qua la tua lista!

Preparati a presentarti e a spiegare perché hai scelto quegli articoli.



QUADRI E METODOLOGIE DI IDEAZIONE

Gargeshwari (2023) descrive i framework di ideazione come "approcci strutturati che guidano la generazione, lo sviluppo e il perfezionamento delle idee". Da semplici tecniche di brainstorming a modelli complessi come il design thinking, questi framework possono aumentare significativamente la creatività, la velocità e la fiducia nelle soluzioni". I framework e le metodologie possono favorire la creatività, la collaborazione e l'innovazione tra i partecipanti. Incorporandoli nel vostro laboratorio di ideazione avrete maggiori probabilità di successo.





Vantaggi dei quadri e delle metodologie di ideazione

L'utilizzo di quadri e metodologie di ideazione presenta numerosi vantaggi. Secondo Kazmi (2022), l'adozione di un framework di ideazione contribuirà a creare una cultura più collaborativa e ricca di risorse che stimola l'innovazione e aiuta a generare nuove idee. La collaborazione delle prospettive, dei talenti e delle esperienze uniche dei partecipanti porterà a idee o soluzioni più innovative e fresche ai problemi esistenti.

I quadri e le metodologie aiutano a superare i blocchi mentali e a esprimere pensieri e opinioni. Inoltre, possono sostenere e migliorare la creatività concentrando l'attenzione del gruppo lontano dalle distrazioni. Sebbene sia consuetudine affidarsi al ragionamento logico e verbale per trovare idee o soluzioni, è necessario considerare anche l'aspetto visivo, fisico ed emotivo. L'uso di un quadro o di una metodologia di ideazione consente di tenere conto di questi metodi di pensiero e di ottenere idee e soluzioni più olistiche e uniche.



Laboratorio di ideazione You.Stand.Out in Francia



Esempi di metodologia

Ecco alcune metodologie suggerite per facilitare i laboratori di ideazione con i vostri gruppi di giovani:



Laboratorio di idee You.Stand.Out a Cipro

➤ Discussioni e dibattiti aperti

Le discussioni e i dibattiti aperti offrono ai partecipanti una piattaforma per esprimere liberamente le proprie idee, opinioni e prospettive su vari argomenti. Ciò incoraggia il pensiero critico, stimola la creatività e promuove una cultura di comunicazione aperta e di scambio di idee.

➤ Approccio Peer-to-Peer

In un approccio peer-to-peer, i partecipanti collaborano e imparano gli uni dagli altri attraverso esperienze, conoscenze e competenze condivise. Promuove il sostegno reciproco, l'apprendimento tra pari e l'empowerment, consentendo agli individui di sfruttare i punti di forza e le competenze degli altri.



> Dialogo interculturale

Il dialogo interculturale prevede il coinvolgimento di partecipanti provenienti da contesti culturali diversi in scambi significativi per promuovere la comprensione, il rispetto e la collaborazione attraverso i confini culturali. Incoraggia l'empatia, la sensibilità culturale e l'esplorazione di prospettive e idee diverse.

> Monitoraggio e valutazione delle idee condivise durante l'evento:

I processi di monitoraggio e valutazione aiutano a valutare la qualità, la fattibilità e l'impatto delle idee generate durante il laboratorio di ideazione. Ciò comporta la raccolta sistematica di feedback, il monitoraggio dei progressi e la valutazione dell'efficacia degli interventi per informare il processo decisionale e migliorare le iniziative future.

> Prototipazione e test iterativi

La prototipazione prevede la creazione di rappresentazioni tangibili di idee o concetti per raccogliere feedback, verificare ipotesi e perfezionare le soluzioni in modo iterativo. Promuove la sperimentazione, l'apprendimento attraverso la pratica e il perfezionamento delle idee in base al feedback degli utenti e ai test sul mondo reale.

> Storytelling e visualizzazione

Le tecniche di narrazione e visualizzazione aiutano a comunicare idee, intuizioni ed esperienze in modo avvincente e memorabile. Questo facilita la comprensione, il coinvolgimento e l'empatia dei partecipanti, mettendoli in contatto emotivo con le questioni affrontate e le soluzioni proposte.



➤ Gamification e attività interattive

La gamification consiste nell'incorporare elementi e meccaniche di gioco nel laboratorio di ideazione per rendere il processo più coinvolgente, competitivo e divertente. Ciò può includere attività interattive, sfide e simulazioni che incoraggiano la partecipazione, la creatività e la collaborazione dei partecipanti.

➤ Facilitazione e dinamiche di gruppo

Tecniche di facilitazione efficaci sono essenziali per guidare il processo del laboratorio di ideazione, gestire le dinamiche di gruppo e garantire che tutti i partecipanti abbiano l'opportunità di contribuire con le loro idee e prospettive. Ciò comporta la creazione di un ambiente favorevole e inclusivo, la definizione di obiettivi e aspettative chiare e la facilitazione di interazioni e discussioni produttive.



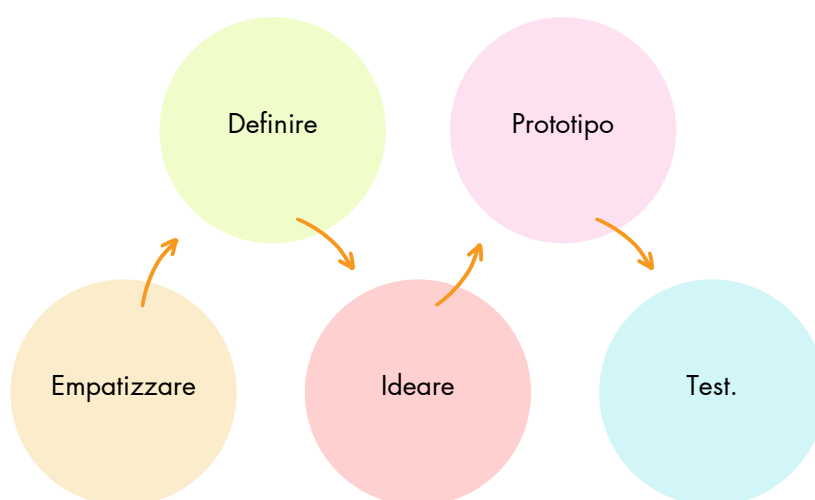
You.Stand.Out Ideation Lab in Italia



Esempi di struttura

Pensiero progettuale

Il Design Thinking è un approccio alla risoluzione dei problemi incentrato sull'uomo che incoraggia la creatività, l'empatia e l'attenzione alle esigenze reali degli utenti. L'obiettivo è creare soluzioni innovative e alternative che potrebbero non essere immediatamente evidenti seguendo le 5 fasi:

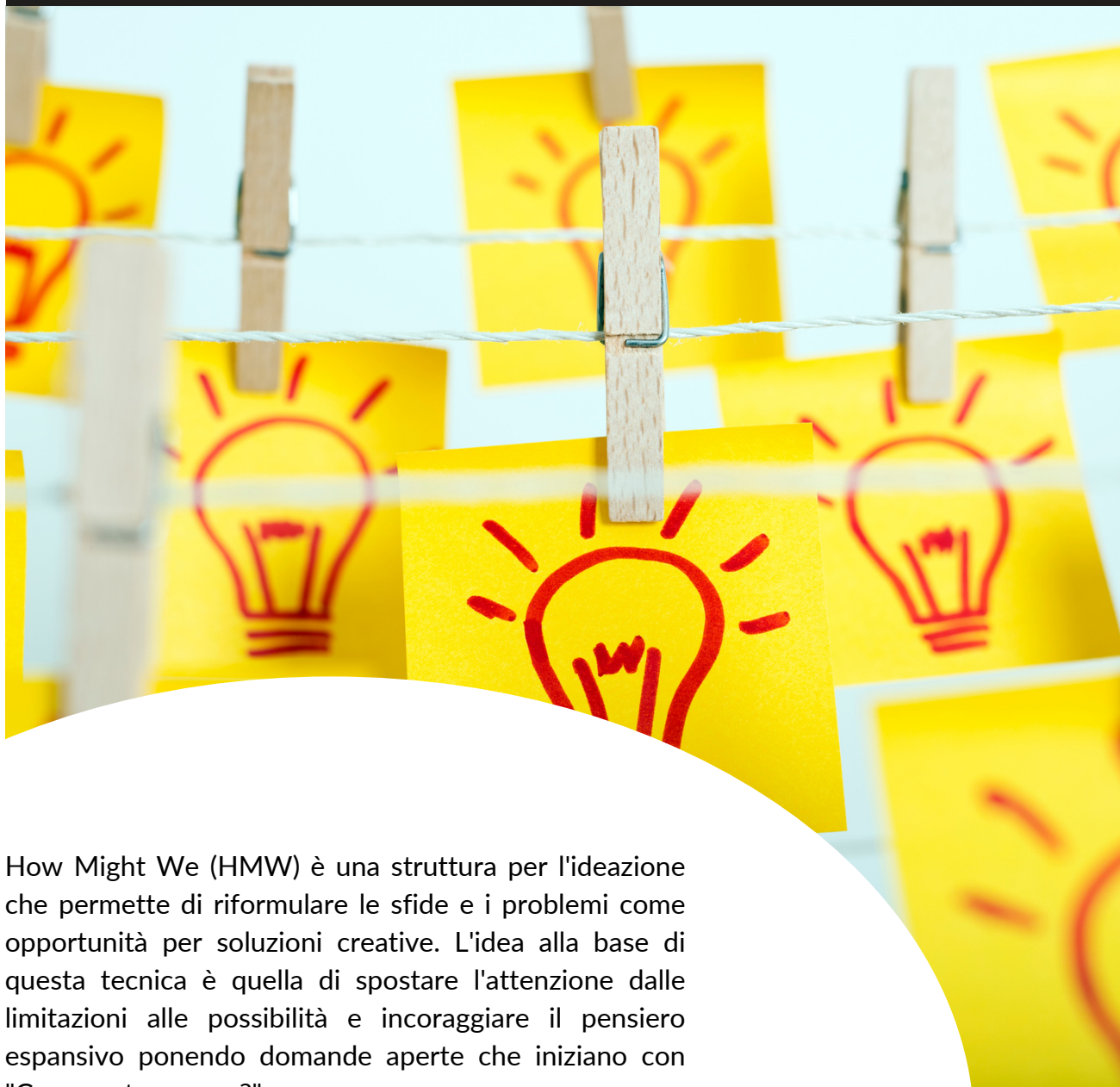


Queste fasi possono essere attuate contemporaneamente o ripetute se necessario, ed è possibile tornare a una fase precedente in qualsiasi momento. Il design thinking facilita un nuovo modo di pensare e fornisce un insieme di metodi pratici per applicare questa nuova mentalità.

Secondo Dam e Teo (2024), il design thinking:

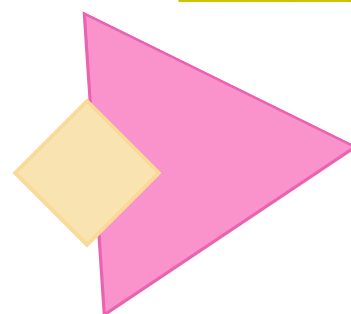
- Si basa sull'interesse a comprendere gli utenti finali.
- Aiuta a osservare e a sviluppare empatia con il pubblico di riferimento.
- Migliora la capacità di mettere in discussione il problema, le ipotesi e le implicazioni.
- Si rivela estremamente utile quando si affrontano problemi mal definiti o sconosciuti.
- Comporta una sperimentazione continua attraverso prototipi e test di nuovi concetti e idee.

Come possiamo



How Might We (HMW) è una struttura per l'ideazione che permette di riformulare le sfide e i problemi come opportunità per soluzioni creative. L'idea alla base di questa tecnica è quella di spostare l'attenzione dalle limitazioni alle possibilità e incoraggiare il pensiero espansivo ponendo domande aperte che iniziano con "Come potremmo...?".

Questa tecnica permette di vedere i problemi sotto una luce più positiva e ottimistica, ispirando i partecipanti a ideare soluzioni creative e innovative e incoraggiando la collaborazione da più prospettive. I partecipanti possono condividere le idee, consentendo un approccio collettivo alla risoluzione dei problemi che sfrutta i diversi punti di forza del gruppo (Smolarczyk, 2023).



Brainstorming



Bernstein (2017) definisce il brainstorming come "un metodo di risoluzione dei problemi di gruppo che prevede il contributo spontaneo di idee e soluzioni creative. Questa tecnica richiede una discussione intensa e libera in cui ogni membro del gruppo è incoraggiato a pensare ad alta voce e a suggerire il maggior numero possibile di idee sulla base delle sue diverse conoscenze".

Combinando un approccio informale alla risoluzione dei problemi con il pensiero laterale, il brainstorming facilita il pensiero fuori dagli schemi per consentire al gruppo di strategizzare un problema esistente e creare nuovi concetti per risolvere i problemi guardandoli in modo innovativo. Le sessioni di brainstorming prevedono la generazione rapida di molte idee senza giudizio, consentendo ai partecipanti di esplorare varie possibilità e prospettive. Incoraggia la creatività, il pensiero divergente e la collaborazione, portando a soluzioni innovative.

Una volta completata la sessione di brainstorming, si dovrebbe svolgere una sessione di valutazione per discutere le idee generate, classificandole di conseguenza utilizzando un modello di brainstorming.



SCAMPER: Esplorare le possibilità e innovare le idee esistenti

SCAMPER è un quadro di riferimento per l'ideazione, progettato per aiutare il pensiero creativo ponendo domande che mettono in discussione e migliorano le idee esistenti. L'acronimo sta per Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate, Reverse. Questi passaggi sistematici incoraggiano i partecipanti a esplorare nuove direzioni e ad apportare miglioramenti.

Il framework SCAMPER stimola la creatività e l'innovazione, incoraggiando il pensiero fuori dagli schemi e sfidando i partecipanti a sostituire, combinare, adattare, modificare, utilizzare diversamente, eliminare e invertire le loro idee. Un altro vantaggio di questo framework è che funge da catalizzatore per superare i blocchi mentali, offrendo ai partecipanti l'opportunità di vedere i problemi da diverse angolazioni, liberi dalle limitazioni degli approcci tradizionali. Il suo approccio sistematico consente di valutare e migliorare le idee (Smolarczyk, 2023).

Per ulteriori quadri di ispirazione e metodologie che possono essere adattate per l'uso nei laboratori di ideazione con i vostri gruppi di giovani, visitate i seguenti siti web:

CLICK HERE 

CLICK HERE 

CLICK HERE 

CLICK HERE 

CLICK HERE 

CLICK HERE 

MODELLI DI STRUTTURA

Nome: _____

Data: _____

DESIGN THINKING TEMPLATE

Comprendi i bisogni dell'utente

Empatizza

Definisci

Idea

Prototipo

Sviluppa idee incredibili!

torna all'utente per ricevere feedback

Test:



MODÈLE DE QUESTION "COMMENT POUVONS-NOUS ?"

Comment pouvons-nous...

Comment pouvons-nous...

Comment pouvons-nous...

Comment pouvons-nous...

Comment pouvons-nous...

Comment pouvons-nous...

S

SOSTITUIRE

Quali elementi dell'idea potrebbero essere sostituiti per creare una nuova funzionalità?

C

COMBINARE

Possiamo combinare due idee esistenti per creare una nuova?

A

ADATTARE

È possibile adattare un'idea esistente a una nuova situazione?

M

MAGNIFY
(INGRANDIRE)

L'idea può evolversi per creare qualcosa di nuovo o migliorarlo?

P

PUT INTO
DIFFERENT USE

La stessa idea può essere utilizzata per altri scopi?

E

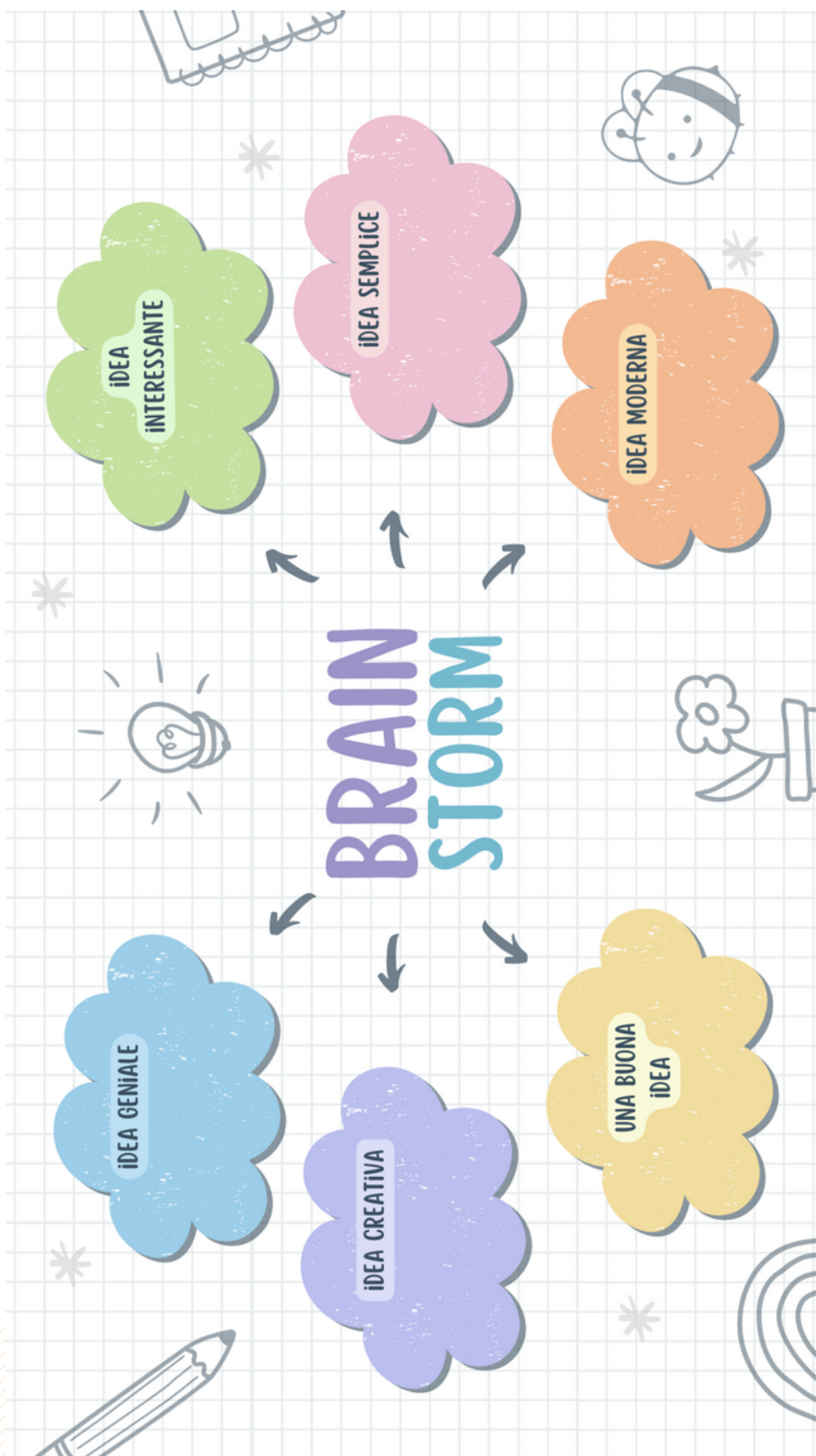
ELIMINARE

È possibile eliminare qualche elemento dell'idea?

R

RIORGANIZZARE

È possibile modificare l'ordine degli elementi dell'idea?





RIFLESSIONE

Non impariamo dall'esperienza. Impariamo riflettendo sull'esperienza" - Dewey (1938).

Quando si tratta di imparare qualcosa di nuovo, la riflessione è parte integrante del processo. Questo vale sia per i giovani che partecipano ai laboratori di ideazione, sia per gli operatori giovanili che li facilitano.



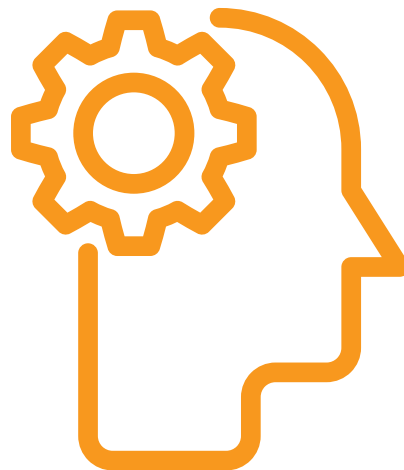


L'importanza della riflessione per i partecipanti

Il processo di riflessione permette ai giovani di conoscere meglio se stessi e di comprendere meglio il loro modo di apprendere, oltre a migliorare le loro future capacità di apprendimento riconoscendo i loro punti di forza e di debolezza durante la progressione del laboratorio di ideazione. Consente ai partecipanti di determinare quali attività hanno funzionato a loro favore e quali no. Riconoscere e correggere gli errori e identificare i comportamenti e le attività di successo è un passo fondamentale nel loro percorso di apprendimento.

Riflettendo sulle esperienze di apprendimento, i partecipanti al laboratorio di ideazione saranno maggiormente in grado di ricordare ciò che hanno imparato e di ottenere un senso di realizzazione. Il processo di riflessione consente di considerare a fondo le sfide e le esperienze e permette ai partecipanti di identificare le esperienze gratificanti e le cose che possono aspirare a fare in modo diverso in futuro. Come già detto, è importante stabilire obiettivi chiari e gestibili per il laboratorio di ideazione, non solo per garantire risultati desiderabili, ma anche per consentire ai giovani di appropriarsi del loro apprendimento e capire cosa sono in grado di realizzare. La riflessione è alla base dell'apprendimento permanente, aiuta a costruire la fiducia e a promuovere l'orgoglio per le nuove competenze, comprese quelle di metacognizione che aiutano i giovani a riconoscere la loro crescita e i loro progressi (Shea, 2021).

L'auto-riflessione è un modo potente per migliorare l'esperienza di apprendimento dei partecipanti. Incorporando attività che richiedono una riflessione critica nel processo del laboratorio di ideazione, i giovani hanno l'opportunità di identificare le lacune nelle loro conoscenze o competenze e possono raggiungere una maggiore autonomia di apprendimento (Schoolbox, 2024). Un elemento chiave dell'auto-riflessione per i partecipanti è l'identificazione dell'apprendimento stesso, evidenziando quali aspetti hanno trovato particolarmente interessanti e quali domande provocatorie rimangono dalla loro esperienza di apprendimento.

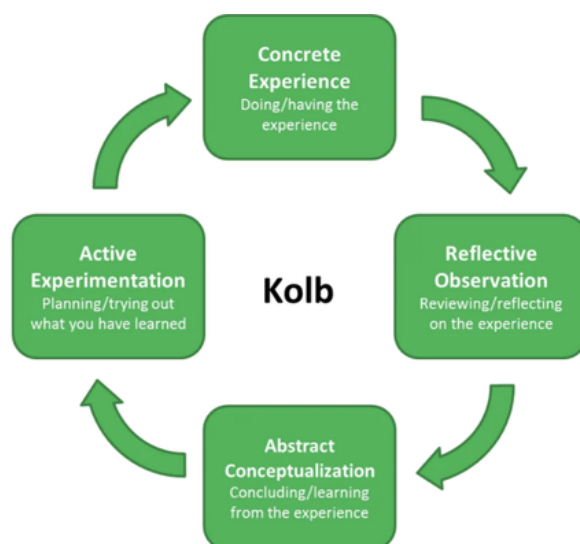




Pratica riflessiva per facilitatori

La pratica riflessiva è "l'apprendimento attraverso e dall'esperienza per ottenere nuove conoscenze di sé e della pratica" (Finlay, 2008). È una parte fondamentale dell'insegnamento, dell'apprendimento e della facilitazione, che mira ad aumentare la consapevolezza della propria conoscenza e azione professionale "mettendo in discussione i presupposti della pratica quotidiana e valutando criticamente le risposte degli operatori alle situazioni pratiche" (Finlay, 2008).

La riflessione è un processo sistematico che permette di fare collegamenti tra un'esperienza e l'altra, garantendo il progresso dei partecipanti. Esistono molti modelli diversi di pratica riflessiva, tra cui il Ciclo di apprendimento di Kolb (1984). Questo modello di riflessione in quattro fasi evidenzia la pratica riflessiva come strumento per trarre conclusioni e idee da un'esperienza e mira a portare l'apprendimento in nuove esperienze, completando così il ciclo.



Fonte dell'immagine: Cambridge, 2023

La pratica riflessiva crea facilitatori sicuri di sé, consentendo loro di sviluppare la capacità di comprendere come i partecipanti apprendono, le barriere che spesso incontrano e i modi migliori per superarle. La riflessione amplia le competenze dei facilitatori e li aiuta a rafforzare le loro capacità di risoluzione dei problemi e di mediazione. Riflettere sulle proprie esperienze di facilitazione evidenzia i punti di forza e di debolezza, identificando le aree di miglioramento futuro e fornendo una più profonda comprensione di sé. Inoltre, l'auto-riflessione incoraggia l'innovazione nel vostro approccio alla facilitazione futura, consentendovi di pensare in modo più creativo e incoraggiandovi a sviluppare una comprensione di diverse prospettive e punti di vista (Cambridge, 2023).



Riflessione sul progetto

You.Stand.Out Ideation Labs

Riflettendo sull'esperienza dei laboratori di ideazione con i gruppi giovanili rurali, è emersa una lezione importante: non sottovalutare le competenze e le capacità dei giovani, soprattutto quando si tratta di alfabetizzazione digitale e tecnologia.

Durante uno dei nostri laboratori di ideazione con i giovani, abbiamo avuto un intoppo tecnico quando il proiettore e la connessione a Internet della nostra sede si sono improvvisamente guastati. Nonostante i nostri sforzi, persino il nostro tecnico informatico ha faticato a identificare e risolvere il problema. Proprio quando la frustrazione cominciava a farsi sentire, uno dei giovani partecipanti si è fatto avanti. Con un atteggiamento sicuro, ha esaminato le connessioni, ha armeggiato con alcune impostazioni e in pochi minuti il proiettore e internet sono tornati a funzionare senza problemi.

La sua capacità di risolvere il problema sul posto non solo ha salvato la giornata, ma è servita anche a ricordare l'intraprendenza e l'abilità tecnica che i giovani spesso possiedono. È stato un momento umiliante per tutte le persone coinvolte, che ha messo in evidenza l'importanza di abbracciare le diverse abilità e i diversi talenti dei nostri partecipanti e il contributo inestimabile che essi apportano al tavolo.

Nel complesso, questo aneddoto mette in luce il potenziale trasformativo degli Ideation Lab come spazi di apprendimento, collaborazione e innovazione, dove i giovani possono mettere in mostra i loro talenti, contribuire in modo significativo ai progetti e ispirare gli altri con la loro ingegnosità e intraprendenza.



Laboratorio di idee You.Stand.Out in Polonia

Ecco alcuni punti chiave della nostra esperienza:

➤ **Differenze generazionali nell'alfabetizzazione digitale**

L'aneddoto citato illustra che molti giovani sono naturalmente abili nell'uso di strumenti e tecnologie digitali, spesso superando le aspettative degli adulti che potrebbero sottovalutare le loro capacità. Ciò sottolinea l'importanza di riconoscere e sfruttare le competenze digitali dei giovani.

➤ **Apprendimento e collaborazione tra pari**

Il partecipante che ha riparato la rete internet della struttura esemplifica il potere dell'apprendimento tra pari e della collaborazione all'interno di un laboratorio di ideazione. I giovani spesso imparano gli uni dagli altri e sono desiderosi di condividere le loro conoscenze e competenze, contribuendo a creare un ambiente di apprendimento dinamico e solidale.

➤ **Adattare le aspettative e le ipotesi**

I facilitatori e gli organizzatori dei laboratori ideativi devono rivedere le loro ipotesi sulle competenze e le capacità dei giovani. Se da un lato è essenziale fornire supporto e orientamento, dall'altro è importante riconoscere e rispettare le competenze e le conoscenze che i giovani apportano al tavolo.

➤ **Empowerment e rafforzamento della fiducia**

Momenti come questi possono dare forza ai giovani e aumentare la fiducia nelle loro capacità. Riconoscere e celebrare i loro risultati può motivarli ad affrontare nuove sfide e a continuare a sviluppare le loro capacità.




Queste riflessioni evidenziano l'impatto trasformativo dei laboratori di ideazione sui giovani partecipanti, sui facilitatori e sui partner della comunità coinvolti, sottolineando l'importanza della collaborazione, della creatività e dell'empowerment nel promuovere un cambiamento positivo per i giovani delle aree rurali.

Per saperne di più sui risultati dei laboratori ideativi del progetto You.Stand.Out, visitate il nostro sito web:

 www.youstandout.eu

ATTIVITÀ 1

ESERCIZIO DI AUTO-RIFLESSIONE PER GLI ANIMATORI GIOVANILI

COSA VI SERVE		TEMPO DI ATTIVITÀ
 Foglio di lavoro per la riflessione sulle idee	 Penna	 30 min

Utilizzando un'area di lavoro libera, prendetevi 20-30 minuti per riflettere sul laboratorio di ideazione che avete ospitato e completate il foglio di lavoro di riflessione sull'ideazione.

Questo esercizio vi aiuterà a capire meglio il gruppo con cui state lavorando e a migliorare le vostre capacità di facilitazione ideativa per gli eventi futuri. Inoltre, vi aiuterà a mitigare eventuali problemi imprevisti che sono sorti in precedenza.

FOGLIO DI LAVORO PER LA RIFLESSIONE SULLE IDEE

Riflettete sulla vostra esperienza di laboratorio ideativo e rispondete alle seguenti domande.

- Quanto vi sentite informati sull'argomento del laboratorio di ideazione?

<input type="checkbox"/> 1 Non ho alcuna conoscenza	<input type="checkbox"/> 2 Per nulla informato	<input type="checkbox"/> 3 Leggermente informato	<input type="checkbox"/> 4 Moderatamente informato	<input type="checkbox"/> 5 Molto competente	<input type="checkbox"/> 6 Estremamente competente
--------------------------------------------------------	---------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

- Quanto vi sentite sicuri della vostra capacità di applicare ciò che avete imparato con i futuri gruppi di giovani e con i membri della vostra comunità?

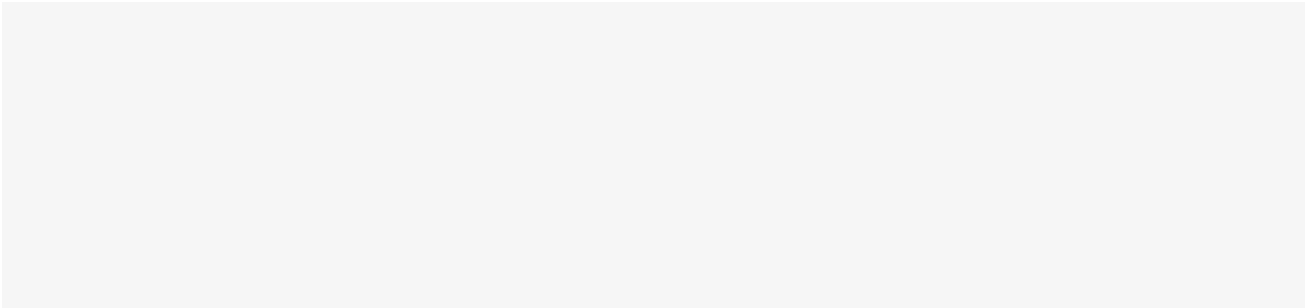
<input type="checkbox"/> 1 Non sono affatto fiducioso	<input type="checkbox"/> 2 Non sono fiducioso	<input type="checkbox"/> 3 Leggermente fiducioso	<input type="checkbox"/> 4 Moderatamente fiducioso	<input type="checkbox"/> 5 Molto fiducioso	<input type="checkbox"/> 6 Estremamente fiducioso
----------------------------------------------------------	--------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	------------------------------------------------------

- In che misura il workshop ha soddisfatto le vostre aspettative?

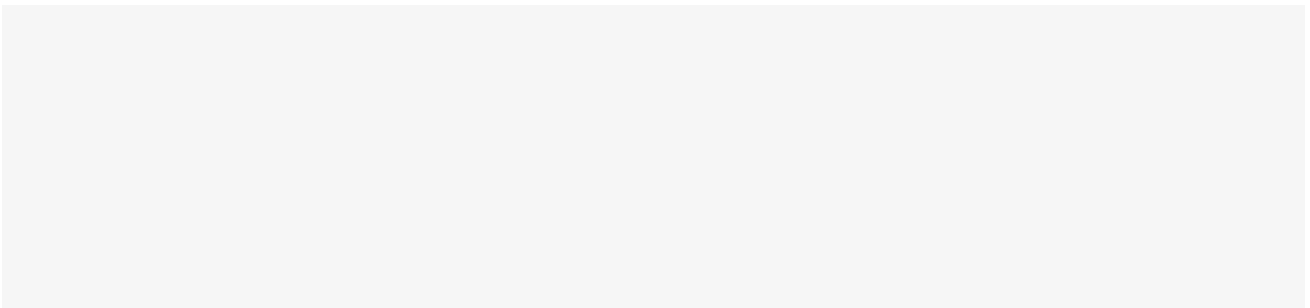
<input type="checkbox"/> 1 Molto al di sotto delle mie aspettative	<input type="checkbox"/> 2 Al di sotto delle mie aspettative	<input type="checkbox"/> 3 Ha soddisfatto le mie aspettative	<input type="checkbox"/> 4 Al di sopra delle mie aspettative	<input type="checkbox"/> 5 Molto al di sopra delle mie aspettative	<input type="checkbox"/> 6 Non avevo aspettative
-----------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------



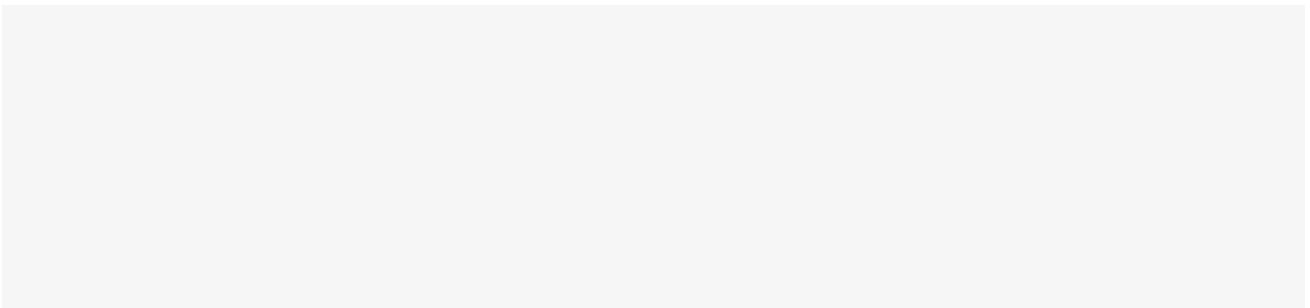
- Evidenziate gli aspetti più utili dell'Ideation Lab:



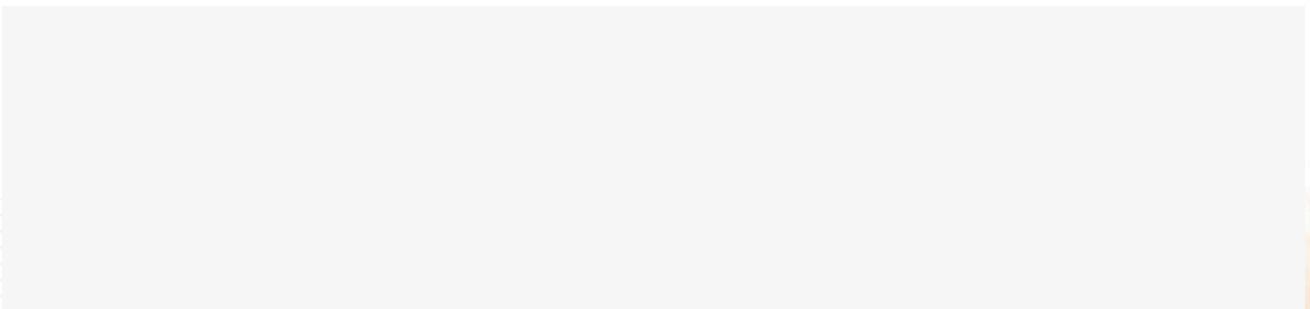
- Ci sono stati problemi che si sono presentati durante l'evento?



- Cosa si può fare di diverso la prossima volta?



- Altri feedback/suggerimenti per il miglioramento:



ATTIVITÀ 2

AUTOVALUTAZIONE PER FACILITATORI

PUNTEGGIO

Quanto ho avuto successo nel perseguire i miei obiettivi?



EMOZIONI

Come mi sento a riguardo?



POSITIVO

In cosa ho avuto successo? Quali sono stati i miei punti di forza?

NEGATIVO

In cosa ho avuto meno successo? Quali sono stati i miei punti di debolezza?

MIGLIORAMENTO

Quali azioni o strategie dovrei adottare per migliorare in vista della prossima volta?

ATTIVITÀ 3

RIFLESSIONE 3-2-1

Nome: _____

Data: _____

3 COSE CHE HO IMPARATO:

2 COSE CHE HO TROVATO INTERESSANTI:

1 DUBBIO CHE MI È RIMASTO:

CONCLUSIONE

Data l'ambiguità dell'attuale mercato del lavoro rurale, i giovani di queste aree si trovano spesso ad affrontare la sfida di trovare un impiego sicuro. Aumentando le competenze digitali dei giovani delle aree rurali, il numero di posti di lavoro e il livello dei salari aumenteranno e l'acquisizione di queste competenze contribuirà ad equiparare gli standard di vita sia nelle aree urbane che in quelle rurali. Il progetto You.Stand.Out mira a potenziare le competenze digitali dei giovani rurali per la promozione del patrimonio locale. Promuovendo digitalmente il patrimonio unico delle loro aree rurali, i giovani possono creare opportunità di lavoro di nicchia per se stessi, dando potenzialmente impulso alle economie locali.

Questo kit di strumenti consente agli operatori giovanili e ai giovani di accrescere ulteriormente le loro conoscenze e competenze in materia di marketing digitale per la promozione del patrimonio rurale - strumenti indispensabili per liberare il pieno potenziale del patrimonio rurale e promuovere la cittadinanza attiva. Inoltre, fornisce agli operatori giovanili maggiori competenze sull'attivazione di processi di empowerment giovanile attraverso metodologie partecipative, in particolare i "laboratori di idee". Lo scopo di un laboratorio di idee è quello di fungere da piattaforma dinamica per promuovere la collaborazione e la sinergia tra operatori giovanili e giovani. I laboratori di idee possono avere un impatto trasformativo su tutti i soggetti coinvolti, sottolineando l'importanza della collaborazione, della creatività e dell'empowerment nel promuovere un cambiamento positivo per i giovani delle aree rurali.



I partner del progetto You.Stand.Out

RIFERIMENTI

Bernstein, C. (2017) brainstorming. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) >>

Cambridge International Education Teaching and Learning Team (2023) Getting started with Reflective Practice. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) >>

Dam, R. F. and Teo, Y. S. (2024). What is Design Thinking and Why Is It So Popular? Interaction Design Foundation - IxDF. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) >>

Dewey, J. (1938) Experience And Education. New York: Free Press

EN Council. (2022) Forum "Improving the Employment Potential of Rural Youth, Women and Migrants through Improving Digital Skills". Retrieved from:

[CLICK HERE](#) >>

ExSquared (2023) What Are The Benefits Of Ideation Workshops? Retrieved from:

[CLICK HERE](#) >>

Finlay, L. (2008) Reflecting on 'Reflective practice'. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) >>

Harrison, C. and Wilson, M. (2007) Make A Difference! 2nd edition, Dublin: Folens Publishers

[CLICK HERE](#) >>

Harrison, C. and Wilson, M. (2007) Make A Difference! 2nd edition, Dublin: Folens Publishers

Heritage Council (2021) What is Heritage? Retrieved from:

[CLICK HERE](#) >>

Hubspot (2023) The Who, What, Why, & How of Digital Marketing. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) >>



Impartner (2024) Ideation. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) 

Kamzi, R. (2022) Product Ideation Framework: A Path to Innovation. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) 

Molinari, M. (2023) OUR 10 TOP TIPS FOR ENGAGING YOUNG PEOPLE. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) 

Schoolbox (2024) What does Self-Assessment and Self-Reflection bring to the Learning Journey. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) 

Shea, A. A. (2021) Teaching Young Students How to Reflect on Their Learning. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) 

Smolarczyk, K. (2023) Unleashing Creativity: The Benefits of Using Ideation Techniques. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) 

Stephens, E. (2019) How To Run An Effective Ideation Workshop: A Step-By-Step Guide. Retrieved from:

[CLICK HERE](#) 

Immagini e Modelli:

Tutti i materiali visivi sono stati reperiti liberamente da piattaforme di immagini stock gratuite online, mentre il quadro e alcuni modelli di attività sono stati reperiti liberamente da Canva.com, e si applicano le leggi sull'uso corretto senza l'intenzione di violare alcun copyright. Se ritenete che i diritti d'autore siano stati violati, contattateci all'indirizzo www.youstandout.eu per risolvere la questione in modo riparatore.



Co-funded by
the European Union