

Progetto Culturale solidale di GROUND HUB:

“I CANTIERI DELL’ARTE” Corso Triennale di Comunicazione con Formazione On The Job

I CANTIERI DELL’ARTE

Percorso Triennale di Comunicazione con Formazione On The Job

1. Descrizione generale del progetto

I Cantieri dell’Arte è un percorso formativo triennale innovativo e gratuito rivolto a giovani under 25, progettato per rispondere contemporaneamente a due bisogni urgenti del terzo settore e del mondo giovanile contemporaneo:

Da un lato, la crescente difficoltà delle associazioni e degli enti della rete a trovare risorse comunicative adeguate, creative e continuative per raccontare il proprio impatto sociale, culturale e ambientale.

Dall’altro lato, la condizione di tanti giovani che si trovano intrappolati nel paradosso «cerco lavoro – non hai esperienza», in un momento storico di particolare fragilità per l’ingresso nel mondo professionale.

Il corso adotta un modello learning by doing estremo e on the job reale: i partecipanti, organizzati in team di progetto, raccolgono direttamente i bisogni comunicativi espressi dalle associazioni della rete, e – affiancati da professionisti esperti – progettano e realizzano prodotti culturali e comunicativi concreti (campagne, video, identità visive, strategie social, contenuti editoriali, eventi, ecc.).

Il percorso è completamente autofinanziato attraverso un sistema diffuso e mutualistico di raccolta fondi, sponsorizzazioni non commerciali, eventi di mense solidali e micro-donazioni, rendendo così l’accesso gratuito per tutti i partecipanti e garantendo retribuzione/rimborso ai professionisti coinvolti.

2. Finalità e obiettivi

Finalità generale

Creare un dispositivo stabile e replicabile che unisca formazione di qualità elevata, produzione culturale di valore per il terzo settore e superamento strutturale della mancanza di esperienza iniziale dei giovani, attraverso un circolo virtuoso di apprendimento-esperienza-lavoro retribuito.

Obiettivi specifici

Formare in tre anni 5-20 giovani under 25 nelle professioni della comunicazione contemporanea (strategia, copy, visual design, video-making, digital PR, community management, storytelling sociale, ecc.)

Realizzare almeno 45-60 progetti comunicativi concreti a beneficio della rete associativa in tre anni.

Garantire a ciascun partecipante un portfolio professionale reale spendibile sul mercato del lavoro già al termine del primo anno

Sperimentare e documentare un modello di autofinanziamento diffuso e mutualistico replicabile da altre reti associative

Rafforzare la capacità comunicativa complessiva della rete di associazioni coinvolte, aumentandone visibilità, attrattività e capacità di fundraising

Favorire l’incontro intergenerazionale tra giovani under 25 e professionisti senior del settore

3. Destinatari

Principali beneficiari: giovani under 25 (formati on the job, con esperienza spendibile, portfolio reale, eventuali borse di studio/rimborsi/premi di addestramento previa valutazione commissione mutualistica e assemblea soci).

4. Azioni principali e modalità operative

Il percorso triennale si articola in macro-fasi cicliche (ogni anno con crescente complessità e autonomia):

Mappatura bisogni: raccolta strutturata dei fabbisogni comunicativi attraverso interviste, questionari e workshop partecipati.

Formazione intensiva iniziale: bootcamp laboratoriale con professionisti (strategia creativa, linguaggi visivi, storytelling, strumenti digitali, project management culturale).

Progettazione e produzione on the job: suddivisione in team dedicati → brief reali → concept → produzione → consegna e restituzione alle associazioni → valutazione congiunta.

Mentoring e tutoring continuo: ogni team ha un tutor professionista senior + incontri settimanali di supervisione.

Momenti trasversali annuali: festival/showcase finale di presentazione pubblica dei lavori, workshop tematici con ospiti nazionali, sessioni di orientamento professionale e portfolio review.

5. Sostenibilità economica e modello di autofinanziamento

(obiettivo: copertura 100% costi senza contributi pubblici strutturali)

Micro-raccolte fondi continue (piattaforme crowdfunding ricorrente + eventi diffusi: cene, aperitivi, mercatini solidali).

Mense & cene solidali mutualistiche

Contributi e donazioni non commerciali.

Fondo mutualistico della rete su approvazione Commissione Mutualistica per eventuali borse di studio.

Prodotti culturali condivisibili.

Partecipazione attiva dei giovani (ambasciatori e organizzatori micro-eventi raccolta).

6. Output e risultati attesi (in tre anni)

Portfolio individuale: almeno 8–12 progetti reali documentati per partecipante

Prodotti consegnati alla rete: 45–60 campagne/prodotti comunicativi completi

Materiali replicabili: kit metodologici, vademecum, format eventi

Eventi pubblici: 3 festival/showcase annuali + restituzioni intermedie

Report di impatto: documentazione annuale (numeri, testimonianze, casi studio)

Modello documentato: manuale operativo open source «Come replicare I Cantieri dell'Arte nella propria rete»

7. Monitoraggio, rendicontazione e trasparenza

Bilancio annuale separato dedicato al corso, pubblicato sul sito della rete e condiviso con soci/promotori.

Report semestrale (entrate/uscite, avanzamento, output).

Assemblea dei sostenitori annuale (presentazione risultati da parte dei giovani + discussione andamento economico).

Strumenti tracciabilità: gestionale semplice condiviso.

Revisione esterna (dal secondo anno): coinvolgimento volontario esperto terzo settore per validazione.