

**Focus Group Lunetta Park**

**Lunedì 7/10/2019**

**Introduzione**

Le attività della Fondazione per l'Innovazione Urbana nell'ambito del progetto Lunetta Park si concretizzano in diversi aspetti e ambiti tematici. Uno di questi è stato realizzare un'analisi delle attività estive svolte all'interno della rassegna "E...state in Lunetta".

L'analisi è stata svolta in due fasi. In un primo momento è stato somministrato un questionario alle persone che partecipavano agli eventi; successivamente si sono analizzati i dati raccolti che sono andati a costituire gli spunti di base per realizzare dei focus group, con lo scopo di approfondire e riflettere maggiormente sulle tematiche che con maggior forza emergevano dalla prima analisi.

I focus sono stati due: uno dedicato ai soli partner e uno aperto invece a tutti i cittadini che avevano compilato il questionario e si erano resi disponibili per continuare a partecipare al percorso.

Il fine di questo report è quindi quello di riassumere quanto emerso durante i focus group cercando di sintetizzare gli spunti di riflessione principali, gli aspetti virtuosi e le criticità in vista delle attività estive del prossimo anno.

Le questioni chiave emerse dal questionario e utilizzate come base per attivare e stimolare la discussione durante i focus sono le seguenti:

- A. La maggior parte degli intervistati dichiara di essere donna e madre. Come si potrebbe coinvolgere maggiormente i papà? È meglio invece valorizzare il ruolo delle mamme?
- B. Gli intervistati affermano di aver appreso delle iniziative tramite il passaparola. Come si può migliorare questo passaparola? Meglio insistere sul passaparola o valorizzare altri strumenti che in questo momento non si sono rivelati particolarmente determinanti?
- C. La maggior parte degli intervistati ha partecipato a meno di 5 eventi. Come fidelizzare maggiormente i partecipanti? (es. Si possono pensare rassegne meno dense di iniziative ma con appuntamenti più scadenzati e interconnessi tra loro?)
- D. In molti chiedono che le iniziative possano continuare anche nel periodo invernale. Come si potrebbe rispondere a questo bisogno?

# fondazione innovazione urbana

E. Riflessione sullo spazio: dal questionario non emerge in maniera preponderante un tema legato alla gestione dello spazio. C'è qualcosa da aggiungere a riguardo? Ci sono suggerimenti o spunti di riflessione?

## 1. Incontro con i partner di progetto (ore 16)

All'incontro hanno preso parte membri dell'ufficio reti del Quartiere Santo Stefano, della Fondazione per l'Innovazione Urbana della cooperativa Archilabò e del Centro Sociale Anziani Lunetta Gamberini.

### 1.1 Partecipanti

Un primo tema discusso riguarda le comunità e le fasce di età delle persone coinvolte. Dal questionario infatti emerge la comunità delle mamme, principalmente tra i 35 e i 55 anni. Si riflette quindi su come poter **fidelizzare maggiormente** queste comunità che, quasi naturalmente, viene coinvolto nelle iniziative. Al contempo però ci si interroga su come **estendere la partecipazione** anche ad altri soggetti, in particolare alle persone straniere. Anche gli adolescenti è risultato particolarmente ostico da coinvolgere, nonostante molti ragazzi frequentino abitualmente il parco. Si ipotizza che non abbiano partecipato perché la rassegna cinematografica è stata vissuta come qualcosa di troppo distante dai loro interessi. Se si vuole provare a coinvolgere maggiormente gli adolescenti si potrebbe quindi pensare ad attività *ad hoc* più incentrate su musica o sport. Una parte della programmazione era dedicata alle persone anziane, e anche questo ha funzionato seppur le due anime della rassegna siano state vissute anche dai partecipanti come indipendenti fra loro.

### 1.2 Programmazione e tempi

Si segnala che la partecipazione maggiore (in totale si sono raggiunte circa le mille persone) è stata riscontrata a partire da inizio/metà giugno fino la fine di luglio, poi è diminuita nel mese di agosto. Proprio in questo mese si potrebbe ragionare di tarare la programmazione in modo da provare a coinvolgere maggiormente chi resta in città, molto spesso proprio **famiglie straniere o anziani**.

Altra alternativa è cercare di organizzare diversamente i tempi e la programmazione: ad esempio si potrebbe **partire prima o dilazionare maggiormente gli eventi** nel corso dei mesi, prevedendo livelli di partecipazione e partecipanti differenti in base ai diversi momenti.

Oltre a questi spunti di riflessione si propone e si condivide di **iniziare a lavorare alla programmazione già dalla primavera** perché è difficile arrivare pronti in tempo e i bandi che possono interessare il progetto (es. Bologna Estate) spesso escono molto a ridosso dell'inizio delle

# fondazione innovazione urbana

attività. Occorre quindi essere già preparati e consapevoli delle opportunità che si potranno sfruttare.

A ciò si aggiungono le resistenze delle case cinematografiche rispetto alla proiezione di alcuni film, cosa che complica non poco la definizione della programmazione. Questo è un altro aspetto da tenere in considerazione per arrivare il più possibile preparati, pensando anche a come risolvere eventuali imprevisti (coinvolgimento cineteca? Ci sono associazioni della zona che potrebbero aiutare? es. Associazione dei Corti, Adolescenti nel Cinema di Antoniano ONLUS)

## 1.3 Comunicazione

Molte persone hanno dichiarato di essere venute a conoscenza degli eventi tramite uno spontaneo **passaparola**. Questo è da una parte visto come un aspetto positivo, perché dimostra il sempre crescente coinvolgimento e l'attivazione di una comunità di persone interessate a vivere e far vivere il parco della Lunetta Gamberini. Dall'altra parte però, se il passaparola è certamente un aspetto positivo, denota altresì che gli altri strumenti di comunicazione non sono stati particolarmente determinanti. Si riflette quindi su come sfruttare ed incentivare il passaparola e, al contempo, si ragiona su **come migliorare i mezzi di comunicazione "istituzionali"** (es. volantini, locandine da appendere alle vetrine dei locali della zona). Questo punto verrà approfondito maggiormente della riflessione con i cittadini.

## 1.4 Spazio

Alcuni lavori per l'allestimento sono stati fatti gratuitamente da volontari del Centro perché spesso non c'erano risorse sufficienti. Bisogna capire, anche insieme al Quartiere, come si possono migliorare gli **aspetti della gestione e dell'organizzazione dello spazio**, anche eventualmente trasferendo il cinema della pista alle collinette del parco (come poi vedremo verrà suggerito anche dai cittadini).

Talvolta è stato segnalato che il **servizio bar/ristoro** non era sufficiente. Questo perché in alcuni casi la baracchina vicino alla pista è rimasta chiusa e non si è pensato, se non in alcune rare occasioni, al possibile supporto del Centro.

Sia la baracchina che il Centro potrebbero quindi essere coinvolti maggiormente e in stretta sinergia per la parte ristoro degli eventi.

## 1.5 Rete

Si condivide come sia fondamentale, in relazione a quanto detto fin qui, attivare maggiormente le associazioni del territorio, molte delle quali lavorano già sulla zona della Lunetta Gamberini ma

# **fondazione innovazione urbana**

talvolta non sono direttamente coinvolte, come ad esempio le associazioni sportive. Queste potrebbero fornire supporto con **nuovi spazi** e tramite il coinvolgimento di **nuovi comunità e fasce di età**, come ad esempio gli adolescenti, o semplicemente **più persone interessate** a partecipare e a collaborare.

## **2. Incontro con i cittadini (ore 18)**

Dopo l'incontro con i partner di progetto si è svolto un focus group che ha visto la partecipazione circa 5-10 cittadini che avevano partecipato agli eventi e avevano compilato il questionario. Di seguito si riportano le questioni chiave discusse nel corso dell'incontro.

### **2.1 Partecipanti**

Rispetto alle persone partecipanti si conferma in gran parte quanto detto nel corso dell'incontro con i partner. Il progetto mirava principalmente a coinvolgere mamme e bambini per una parte della programmazione, anziani per un'altra e così è stato seppur con una troppo forte indipendenza delle due categorie di persone.

Si segnala comunque come sarebbe gradito provare a coinvolgere anche altre comunità e fasce di età, come ad esempio quello degli adolescenti, che già frequentano il parco e che potrebbero essere ingaggiati maggiormente dalle attività previste, anche con qualche momento *ad hoc*.

### **2.2 Programmazione e tempi**

Il problema principale della programmazione viene identificato nel fatto che gli eventi non erano spesso percepiti come integrati tra loro, ma venivano quasi visti come eventi indipendenti l'uno dall'altro. Questo tema si ricollega fortemente con un discorso più ampio di comunicazione dell'iniziativa, che affronteremo meglio nel prossimo paragrafo.

Inoltre si suggerisce, come già discusso dai partner, di provare a iniziare prima la programmazione ed eventualmente dilazionare di più gli eventi per cercare di coprire un lasso di tempo più ampio (es. iniziare a maggio e finire a ottobre).

### **2.3 Comunicazione**

# fondazione innovazione urbana

Il **passaparola**, che ha avuto luogo principalmente all'interno della scuola grazie a rappresentanti dei genitori e docenti, è stato estremamente efficace e viene definito "commovente". Mail e altri canali di comunicazione sono stati ritenuti un po' troppo "istituzionali" e spesso riportavano un lungo elenco di eventi che era poco comprensibile per i genitori o il singolo cittadino. Il passaparola, d'altro canto, è stato molto specifico e mirato, si attivava per ogni singolo evento e non tanto per l'intera rassegna.

Per incentivarlo bisognerebbe individuare i **soggetti attivi** nella comunità, insegnanti e genitori che già, nel loro piccolo, hanno contribuito a "pubblicizzare" gli eventi della rassegna di quest'anno.

Dall'altra parte si suggerisce di **valorizzare anche altri strumenti** di comunicazione utilizzandoli in maniera più mirata. Ad esempio i volantini potrebbero essere appesi nelle vetrine dei negozi della zona di modo che siano facilmente visibili da chi frequenta e abita nell'area.

Questo perché, seppur il passaparola abbia funzionato bene, non era del tutto capillare, ovvero funzionava molto bene all'interno di gruppi già in buona parte consolidati (es. gruppo mamme) ma difficilmente usciva da queste cerchie per coinvolgere nuovi soggetti.

Il passaparola è fondamentale ma deve essere affiancato ad altri strumenti di comunicazione con un respiro più ampio che punta a coinvolgere sempre più persone ma, al contempo, resta caratterizzato dalla **capillarità** e dalla **prossimità**.

Un suggerimento che emerge è quello di iniziare già da adesso con la comunicazione per fidelizzare chi ha partecipato da una parte, e perché non è noto a tutti che la rassegna si ripeterà anche l'anno prossimo, dall'altra.

## 2.4 Spazi

Come già si era anticipato nel corso del focus group tra i partner si potrebbe aumentare l'efficacia e la presenza di un **punto ristoro**, valorizzando di più la baracchina e coinvolgendo il Centro.

Rispetto invece all'**allestimento** si suggerisce di provare a spostare lo schermo dalla pista alla collinetta, per poter quindi sfruttare uno spazio più verde e probabilmente anche in grado di contenere più persone.

## Conclusioni

Questa breve sintesi completa l'analisi iniziata con il questionario di "E...state in Lunetta" e fornisce numerosi spunti e suggerimenti per migliorare la rassegna e, in maniera trasversale, le attività del progetto.

In alcuni casi si suggeriscono visioni più chiare, mentre altri aspetti richiedono ulteriore analisi, confronto e riflessione tra i partner e tra i soggetti beneficiari.

# **fondazione innovazione urbana**

L'obiettivo di questa breve sintesi non è quindi quello di risultare esaustiva rispetto alle attività svolte, ma di incentivare e dare il via a una riflessione che possa risultare il più possibile accattivante e costruttiva.