

---

# Verso il patto per l'area stazione di Cesena

## Modulo #2 - RIGENERAZIONE E TRASFORMAZIONI TERRITORIALI

---

**08 ottobre 2026**

Maria D'Incà e Mattia Balduzzo

**SOCIAL SEED**

# Chi siamo



**Elena**

**Mencaroni**

Sviluppo strategico e  
organizzativo



**Mattia Balduzzo**

Service design  
e imprenditorialità



**Maria D'Incà**

Sviluppo locale e  
processi partecipativi



**Social Seed è un'agenzia che dal 2014 supporta le imprese sociali, la pubblica amministrazione e le organizzazioni di secondo livello nella progettazione di politiche e servizi pubblici locali.**

## **Change Management**

- Piani strategici di sviluppo
- Human management
- Community management
- Service design

## **Governance Pubblico-Privato**

- Amministrazione condivisa
- Partnership Pubblico-Privato

## **Policy design e sviluppo dei territori**

- Piani di sviluppo locale
- Agenzie territoriali per l'innovazione



# Agenda

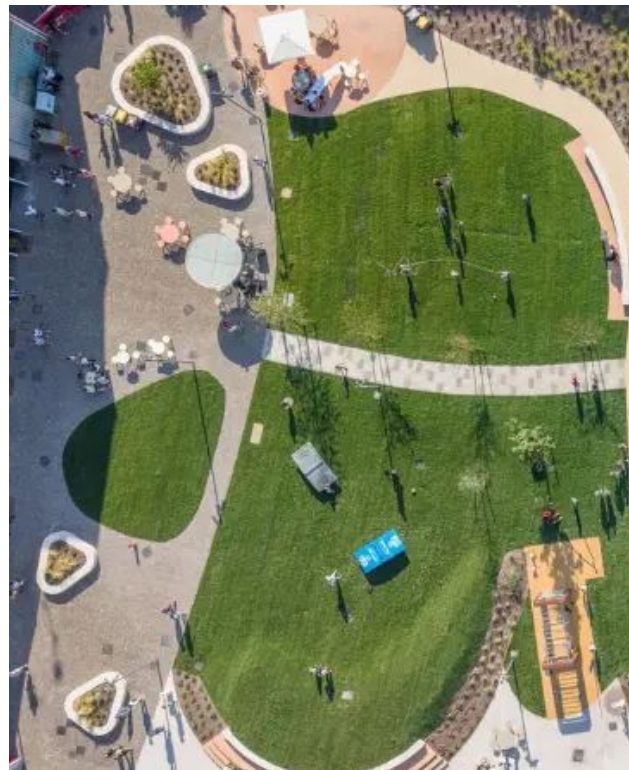
- Presentazioni
- Introduzione del percorso “Verso il patto per la stazione di Cesena”
- Il concetto di rigenerazione urbana: definizioni e prospettive
- L'innovazione trasformativa
- L'ingaggio degli attori e del territorio
- Raccolta di casi pratici

# La sfida del progetto

L'area della stazione di Cesena è da anni al centro di **percorsi di ascolto e progettazione**

## La sfida:

- superare la frammentazione e la percezione di insicurezza dell'area ferroviaria, trasformandola da zona di transito a **spazio di permanenza, incontro e servizi per la città**
- promuovere la rigenerazione dell'area attraverso un **approccio partecipativo e sostenibile** che integra **trasformazione fisica, governance e relazioni sociali**



# La sfida del progetto



- costruzione del modello di **governance condivisa**, che regoli l'integrazione di servizi e la coabitazione degli spazi
- **corresponsabilità di lungo periodo** tra Amministrazione, Università, Terzo Settore, istituzioni e attori economici

# Verso il Patto per la Stazione

L'esito finale del percorso sarà la stipula del **Patto per la Stazione**, un documento di governance condivisa

## Cos'è il Patto?

Un accordo formale che definirà **finalità, obiettivi, ruoli, azioni concrete** del sistema di governance tra gli attori attivi nell'area

## Che ruolo hanno le istituzioni?

Il Patto verrà approvato e recepito dalla Giunta del Comune di Cesena, che ne diventerà il garante amministrativo e operativo

## Chi può prendere parte al Patto della stazione?

La sottoscrizione del Patto sarà aperta a tutte le organizzazioni che parteciperanno attivamente ai laboratori del percorso



# Il cronoprogramma delle attività



# Gli strumenti digitali

La piattaforma "[DecidiamoER](#)" come ambiente digitale



Per preparare al meglio la comunità al co-design, è prevista l'erogazione di **due moduli formativi online**:



**Modulo #1** - [PARTECIPAZIONE E COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITÀ](#)  
**1 ottobre 2026 dalle 15:00 alle 17:00**



**Modulo #2** - [RIGENERAZIONE E TRASFORMAZIONI TERRITORIALI](#)  
**8 ottobre 2026 dalle 15:00 alle 17:00**

La partecipazione è libera tramite accesso presso la Piattaforma DecidiamoER

# La Mdl: scadenze, dati e impegni

Scadenza d'iscrizione → Compilazione online del questionario sulla piattaforma DecidiamoER **entro il 10 ottobre 2026**

## Cosa viene chiesto nel form:

- Dati e contatti dell'organizzazione
- Ambiti di attività, con particolare riferimento all'area della stazione
- Risorse/competenze messe a disposizione (es. eventi, spazi, animazione sociale)
- Possibilità di fare proposte



01 FASE ATTIVA  
Preparazione e impegno iniziale

02 DATA DI INIZIO / DATA DI FINE  
30 set 2026 / 31 dic 2026

03 QUESTO PROCESSO APPARTIENE A  
Iniziativa dei territori

### Informati e partecipa

Cesena (FC)

Cosa serve perché una stazione smetta di essere solo un luogo di passaggio?

Il focus della iniziativa di Cesena è dedicato al ruolo di motore di crescita e innovazione

Segui il percorso →

Manifestazione di interesse per la  
partecipazione al progetto

DI SOMO →

[Clicca qui](#) per la  
compilazione

**3, 2, 1... VIA!**



## ➤ **Siate curiosi/e**

Interrompetemi se necessario, fate domande per chiarire dubbi o perplessità, chiedete approfondimenti quando qualcosa non è chiaro.

## ➤ **Mettetevi in gioco**

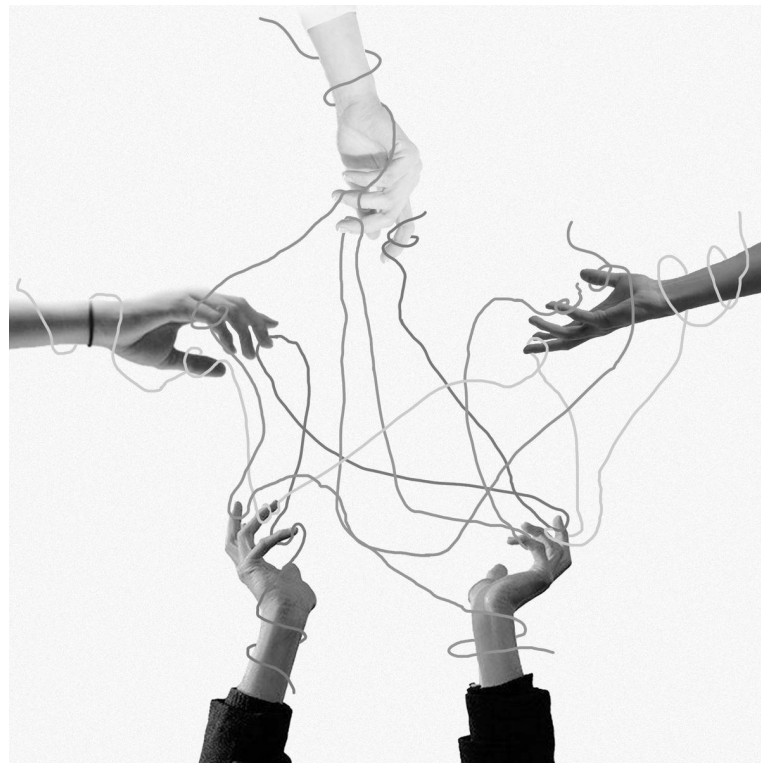
Condividete idee ed esperienze, anche se dal vostro punto di vista non sembrano "perfette" o particolarmente rilevanti. Ogni contributo arricchisce il gruppo.

## ➤ **Ascoltiamoci attivamente**

Prestiamo attenzione a chi parla, senza interrompere, lasciando tempo e spazio a tutte e tutti.

## ➤ **Evitiamo il giudizio**

Il disaccordo è sano e può essere generativo. Valorizziamo il confronto senza giudicare, ricordando che prospettive diverse non sono ostacoli, ma opportunità di crescita.





# Riscaldiamoci



# Questionario di monitoraggio

## Menti-time

<https://www.menti.com/alxc5rpjxiuj> | Codice: 7430 4893



**La risposta ad alcune di queste domande è richiesta dalla Regione** nel quadro del Bando Partecipazione 2026. Le risposte saranno anonime e fornite alla Regione in forma aggregata.

# Recap della puntata precedente



# La formazione #1



# Le (non) regole della partecipazione

## **NON TUTTI INDISTINTAMENTE**

Pensa in maniera strategica chi è importante attivare e coinvolgere anche per non disperdere le energie.

## **NON PER RISOLVERE TUTTO**

Facciamo una cosa, ma facciamola bene! Agiamo per piccoli step. Questo ci aiuta a comunicare in modo più semplice al nostro pubblico cosa stiamo facendo e aiuta noi a non perdere il focus dei nostri sforzi.

## **NON CON QUALSIASI STRUMENTO**

Non tutti i dispositivi di attivazione sono sempre validi.

Scegli le modalità e gli strumenti che sono più giusti per la tua sfida e l'impatto che vuoi generare.

## **NON SENZA NULLA IN CAMBIO**

Pensa a delle forme di incentivi e di ricompensa per i tuoi partecipanti.

Usa empatia e immedesimazione e chiediti sempre "perchè dovrebbero attivarsi?"

## **NON TUTTO SUBITO**

I tempi della partecipazione sono lenti. È la comunità che progetta i tempi.

Agite nel piccolo pensando in grande. Fate innamorare poche persone del processo e della visione nel breve periodo.

# La rigenerazione urbana: definizioni e prospettive



# Un passo indietro...



## RIQUALIFICAZIONE URBANA

Recupero **edilizio, urbanistico** e funzionale di immobili o spazi degradati e in disuso.

L'obiettivo è **limitare il consumo di suolo**, ripristinare la **qualità ambientale** e dare un rinnovato valore economico e spaziale ai **luoghi**.

La cittadinanza viene considerata più come **utenza finale del bene recuperato**

**Approccio fisico e materiale**



## RIGENERAZIONE URBANA

Processo sistemico che unisce il recupero fisico a una **profonda trasformazione economica, sociale e culturale** del tessuto urbano

L'obiettivo è la promozione della **coesione sociale, qualità delle relazioni e benessere** della comunità residente

**Coinvolgimento diretto** di abitanti, enti e associazioni nella co-progettazione dei luoghi

**Approccio integrato**

"La rigenerazione urbana è una visione e un'**azione globale e integrata** che porta alla **risoluzione dei problemi urbani** e che cerca di apportare un **miglioramento duraturo nelle condizioni economiche, fisiche, sociali e ambientali di un'area** che è stata soggetta a cambiamento o declino."

— Peter Roberts, Urban Regeneration: A Handbook (2000)

"La rigenerazione urbana è un processo che **valorizza e rimette in circolo beni e patrimoni sottoutilizzati** e ridistribuisce le **opportunità**, incrementando la prosperità urbana e la **qualità della vita**"

— UN-Habitat, Global Urban Agenda

# Gentrification come paradosso

Riqualificare gli spazi pubblici, introdurre servizi e migliorare la qualità della vita **aumenta l'attrattività e il valore di mercato dell'area**

I proprietari e gli investitori adeguano **affitti e prezzi** al nuovo valore dell'area

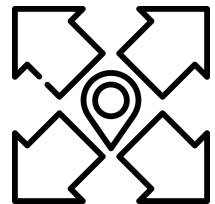
I **servizi essenziali e il commercio di prossimità** vengono rimpiazzati da attività rivolte a un pubblico con maggiore potere d'acquisto o al turismo

mera operazione immobiliare che **esclude la comunità preesistente**

Quando la trasformazione urbanistica non è bilanciata da tutele sociali, **il mercato immobiliare prende il sopravvento sui bisogni** degli abitanti

## GENTRIFICATION

È la trasformazione di un quartiere che, rinnovandosi, attrae investimenti e residenti più benestanti. L'aumento dei costi porta all'allontanamento dei residenti originari e alla chiusura dei negozi storici.



# Temi e tendenze della rigenerazione urbana

## Le caratteristiche delle nuove pratiche di rigenerazione urbana

- Sono **place-based**: sono legate a luoghi specifici con **pratiche di ri-uso di prossimità**, a partire da cui si producono rigenerazioni di contesto territoriale. Hanno **capacità di trasformazione urbana**. (Sono poco determinati da programmi di policy: sono piuttosto le politiche che apprendono da loro, per funzionare)

- Mixano temi/ambiti di attività diversi, non lavorano per settori:
  - **Produzione ed erogazione di servizi per la comunità**
  - **Modi di abitare**
  - **Creazione di coesione sociale**
  - **Cura di beni pubblici e del benessere individuale e collettivo**
  - **Pratiche culturali**
  - **Pratiche di lavoro e di economia**

# Temi e tendenze della rigenerazione urbana

## Le caratteristiche delle nuove pratiche di rigenerazione urbana



**Mixano design e making:** progettare soluzioni e forme di gestione è ciclico, incrementale e legato al fare diretto (fare-sperimentare-riprogettare-esplorare-sperimentare-cambiare-...)



Partono da **azioni di innesco**, più che da progetti compiuti. Su queste azioni si sviluppano sistemi per innesti successivi. Spesso le associazioni sono le promotrici, in grado di attirare interessi e attenzioni degli abitanti



Si reggono come **imprese che producono valore sociale ed economico**, tramite **attori/gestori ibridi**. Lavorano ad **impatto** (non a risultato) e quindi richiedono investimenti sul lungo termine. **Fanno community organizing e community building.**

# Gli spazi come inneschi non come fini

- community hub
- community manager



# Cos'è un Hub: alcuni temi-guida

1

Hub è una particolare **tipologia di stazione e di aeroporto**

2

Uno **spazio di coworking, un'impresa di comunità** che cerca di ridotare il proprio territorio di beni e servizi di interesse generale

3

Una **social street** che coalizza gli abitanti intorno al "ben vivere"

4

Una **community online** capace di generare conoscenza agendo come un'intelligenza collettiva, scambiando informazioni.

# Perché parliamo di “community hub”

“Sono spazi e strutture di servizio che ospitano **informazione ed erogazione di servizi di welfare pubblico** con attività ad elevato **impatto sociale**.

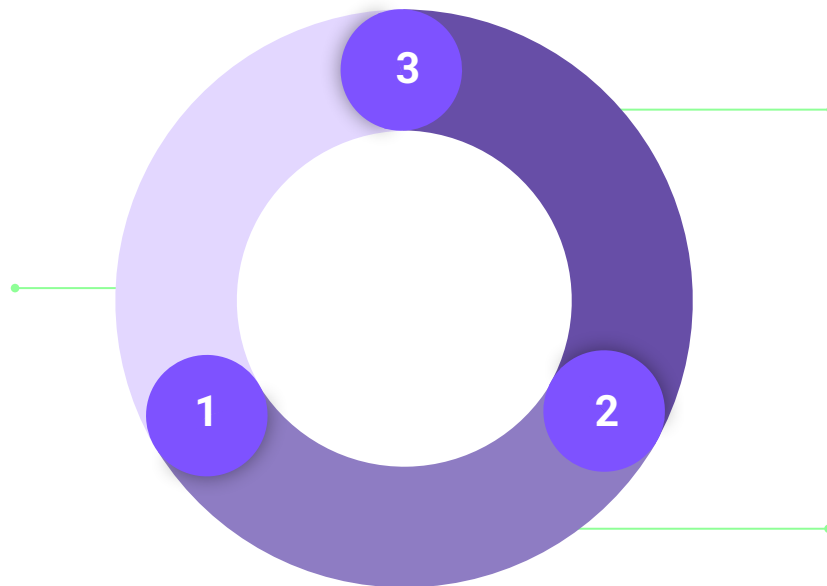
Sono strutture a servizio della **comunità**.

Sono spazi ibridi di difficile definizione: fanno inclusione sociale, allevano talenti, generano coesione attraverso contaminazione.

Sono punti di accesso a servizi di welfare (di comunità e non), con **carattere imprenditoriale**, fanno produzione e lavoro, facendo convivere più attività, e si rivolgono alla comunità.”

## 1\_ identificare i community asset

- > spazi da rigenerare, contenitori da ri-utilizzare (potenzialità e vincoli)
- > bisogni delle comunità locali e analisi del contesto (approccio sistemico)
- > pratiche esistenti di innovazione, e risorse da cui partire, interessi da mobilitare
- > volontà di sperimentare forme di coesione, innovazione sociale, inclusione e integrazione, collaborazione



## 3\_ costruire forme di governance, di gestione e di modelli di sostenibilità economica:

- > sostenibilità economica (finanziamenti, mercati possibili per economia sociale)
- > modello di aggregazione (rete, impresa sociale, etc.) del Soggetto gestore
- > partnership

## 2\_ lavorare per produrre ingaggio delle community:

- > della comunità (abitanti, associazioni, imprese sociali, etc.)
- > degli stakeholder (organizzazioni for profit, pubbliche amministrazioni, fondazioni, università, etc.)

# Il community manager

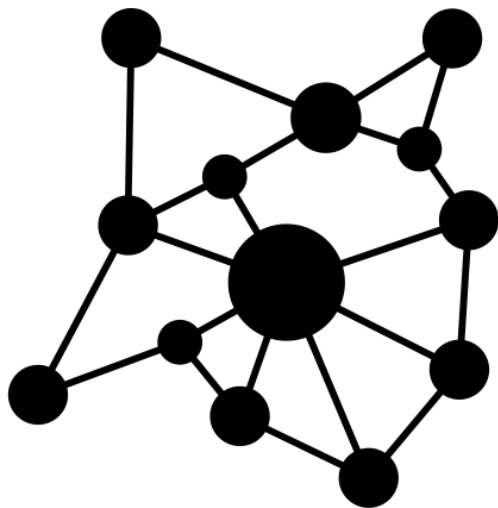
Il **Community Manager** è una figura chiave del processo di cambiamento, in quanto si occupa di:

- **esplorare** nuovi bisogni e aspirazioni
- **costruire** nuove relazioni
- **attivare e facilitare** processi e progetti (co-progettare)
- **progettare sperimentando** e produrre "soluzioni abilitanti"
- agire per l'**impatto atteso** (mission), più che a partire da un ruolo legittimato e pre-fissato

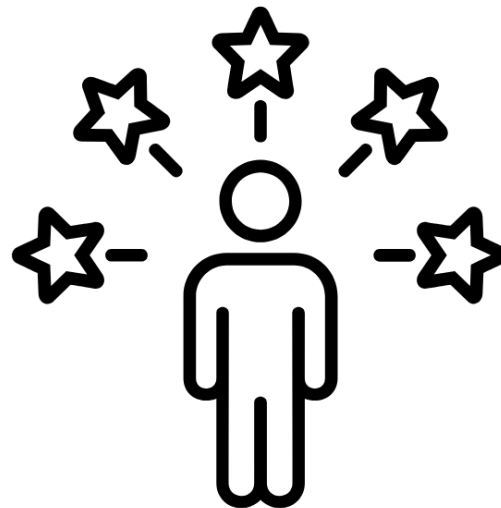
Agiscono, e promuovono, in forme collaborative al di là delle logiche d'area tradizionali → i CMs lavorano **con la comunità**, non per la comunità.



# Community manager e territorio



ALLEANZE ed ECOSISTEMI  
*cosa faccio?*



COMPETENZE E APPROCCIO  
*come lo faccio?*

# La nostra metafora: Community manager è ponte tra...



Come tengo insieme queste due posture  
differenti, ma estremamente complementari?

# Senso di comunità: di cosa si compone?



Fonte:

*"A sense of community where innovation thrives"*-  
Linda Hill, Greg Brandeau, Emily Truelove, Kent Lineback

# Le comunità intenzionali, leggere

I **legami** che si creano sono "**leggeri**" perché:

- **Non** sono dovuti a legami di **parentela**
- **aperti** (a chiunque condivida lo scopo e l'interesse)
- si può appartenere a **più comunità contemporaneamente**
- si è liberi di **entrare e uscire**
- Sono **fragili** perché **possono essere influenzate da condizioni al contorno** (es. nel caso dei centri sociali sgomberati), ma anche perché **si basano sulle motivazioni**, esistono perché le persone vogliono che esista, occorre averne **cura** (comunità come bene comune)

**DESIGN CAPABILITY** = modo di pensare (approccio) e di fare (strategico) che guarda di volta in volta al contesto per decidere come migliorare lo stato delle cose e del progetto, saper progettare in modo personalizzato, sartorializzato.

Adatto a quei problemi sociali che sembrano intrattabili, cui gli strumenti di politiche o il mercato non sanno dare risposte adeguate.



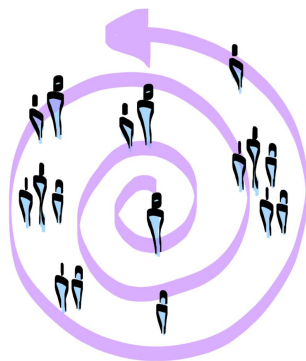
# Postura dell'apprendimento continuo

Sono delle figure **ibride**, presenti nelle organizzazioni che vogliono essere *learning organization*.

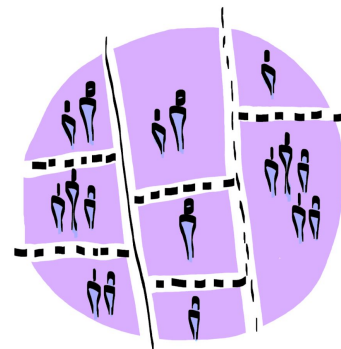
**Sono diverse dai leader tradizionali**

(che hanno seguaci, guidano con autorità esclusiva, dividono le fasi operative e decisionali, hanno una visione propria che fanno discendere, contano sul carisma o sul consenso da ruolo)

La "competenza" fondamentale che esercitano è l'**apprendimento**, sia il proprio che quello dell'organizzazione:  
**"learning leadership"**



learning  
leadership

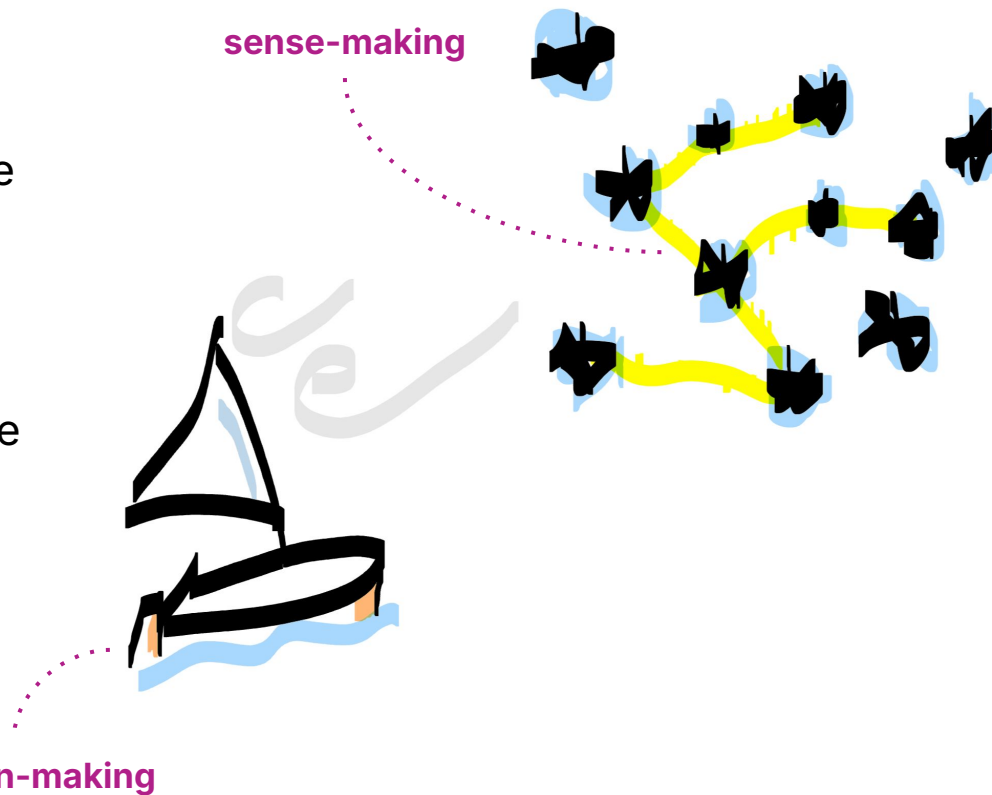


leader  
tradizionali

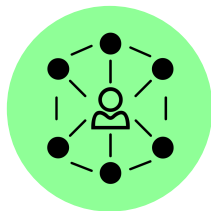
# Tra direzione e capacitazione

Non sono solo (solo) “facilitatori” di processi, ma **esplorano** nuovi bisogni e aspirazioni, **costruiscono** nuove relazioni, **attivano** processi e progetti, (co-progettano) o progettano loro stessi. Agiscono, e promuovono, in forme collaborative al di là delle logiche d’area tradizionali. Lavorano **con la comunità, non per.**

Tra le competenze, la capacità di **aspirazione** (capacità di immaginarsi futuri possibili)

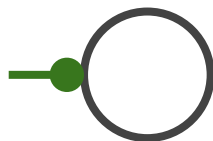


# Approccio ibrido



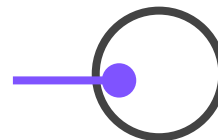
## COACH DI COMUNITÀ: Supporta gli attivatori

Crea l'occasione e il setting per collaborare, lascia autonomia ma facilita i processi decisionali e ascolta attivamente, interviene per innescare.



## LEADER DI COMUNITÀ: Attiva la comunità

Svolge un ruolo di ponte, ha una visione strategica sul futuro sul quale vuole attrarre la comunità, indirizza il gruppo o la comunità che progetta e innova verso l'autonomia, fa innesti minimi.



# Approccio | i 5 “non”



## NON TUTTI INDISTINTAMENTE

Pensa in maniera strategica **chi è importante attivare e coinvolgere** anche per non disperdere le energie.

## NON PER RISOLVERE TUTTO

Facciamo una cosa, ma facciamola bene! **Agiamo per piccoli step.** Questo ci aiuta a comunicare in modo più semplice al nostro pubblico cosa stiamo facendo e aiuta noi a non perdere il focus dei nostri sforzi

## NON CON QUALSIASI STRUMENTO

Non tutti i dispositivi di attivazione sono sempre validi. **Scegli le modalità e gli strumenti** che sono più giusti per la tua sfida e l'impatto che vuoi generare.

## NON SENZA NULLA IN CAMBIO

Pensa a delle forme di **incentivi e di ricompensa** per i tuoi partecipanti. Usa empatia e immedesimazione e chiediti sempre “perchè dovrebbero attivarsi?”

## NON E' TUTTO SUBITO

**I tempi della partecipazione sono lenti.** E' la comunità che progetta i tempi. Agite nel piccolo pensando in grande. Fate innamorare poche persone del processo e della visione nel breve periodo.

# Approccio | 5 pilastri del CM

1. **Ascolto e sense-making** (comprensione di una nuova situazione) → decision making  
indagare ed esplorare i nuovi **bisogni**, **ri-guardando** di volta in volta i **risultati anche inattesi** che si producono per **correggere eventualmente il tiro** e stare **in connessione con il contesto**, saper leggere ciò che c'è negli altri
2. **Apprendimento VS obiettivi** - lavorare con potenziale generativo a partire dalle risorse dei territori già presenti
3. **Lavorare per scopi VS fare esecuzione**  
la decisione intenzionale su un progetto specifico o un servizio si produce in collaborazione con la comunità, "non per conto di"
4. **Bricolage e improvvisazione** - Combinare risorse esistenti per cercare soluzioni ad hoc a nuovi bisogni
5. **Strategie emergenti VS pianificazione e programmazione** - Estrapolare dai contesti le soluzioni migliori che non sono codificate, per trasformarli in apprendimenti utili a strategie in continua evoluzione

# In sintesi... cosa fa il CM?



## ESPLORARE

Mappare bisogni e relazioni, ascoltare attivamente, ricerca risorse, conoscere i problemi, conoscere e attivare le comunità

Come: interviste, focus group, ecc



## COINVOLGERE E INGAGGIARE

Invitare, iniziare un dialogo, crea occasioni, ingaggiare una comunità, abilitare le persone

Come: laboratori di quartiere, call to action, hackathon, speed date



## CURARE E MANTENERE

Rendere tangibili i valori della comunità nel tempo, ripetere i cicli, trova nuove collaborazioni, sperimenta



## SPERIMENTARE

Prototipa velocemente e rapidamente, combinare risorse/bisogni e risposte



# L'innovazione trasformativa dei processi

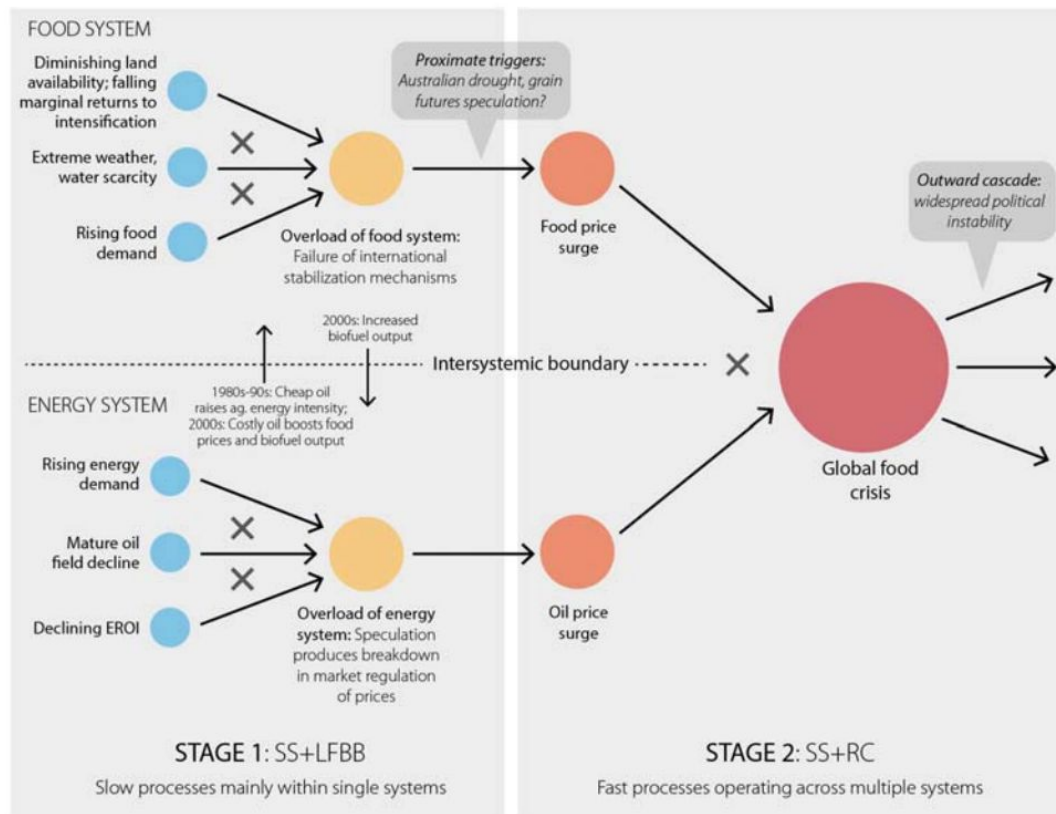


# Crisi interconnesse

"Pandemie, cambiamento climatico, guerre, conflitti regionali e nazionali, aumento dell'inflazione: una serie di **crisi interconnesse** che ostacolano il raggiungimento degli Obiettivi ONU entro il 2030 e indeboliscono gravemente i sistemi alimentari che **possono innescare spirali negative di crisi sociali, geo-politiche, economiche e ambientali**. Per diventare resilienti ma anche per agire a monte è **necessario un approccio integrato che affronti più obiettivi contemporaneamente**"

Antonio Guterres, Segretario generale delle Nazioni Unite | Food Systems Summit 2023, Accelerare la trasformazione dei sistemi alimentari

**I problemi che trattiamo e affrontiamo come agenti di cambiamenti non sono quindi isolati, ma a loro volta sono dentro un sistema che influenza altri sistemi.**



**Crisi in sistemi globali differenti, che tuttavia si intrecciano causalmente in modi che degradano significativamente le prospettive dell'umanità.**

**Crisi interagenti**, che producono danni maggiori della somma di quelli che le stesse produrrebbero isolatamente, se i loro sistemi ospitanti non fossero così profondamente interconnessi.

Le trasformazioni ora richieste sono più fondamentali di quelle attuate durante i passati periodi di crisi. Come concluso dal Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente, la transizione **non può avvenire attraverso riforme graduali:**

**è necessario un cambiamento trasformativo**

Produciamo **innovazione trasformativa** quando non ci occupiamo di risolvere un bisogno attraverso un'attività, un servizio o uno scambio, ma **intervieniamo a cambiare un sistema che non funziona più o non risponde più ai problemi attuali**

# L'innovazione trasformativa: cos'è



## **“AGGIUSTIAMO”**

Cerchiamo di ottimizzare i regimi e sistemi attuali, resolvendo singoli problemi (essere più efficaci)

**Nuovi servizi / programmi o miglioramento degli attuali**

**ES:**  
costruire più piste ciclabili perché incentivano la mobilità sostenibile

# L'innovazione trasformativa: cos'è



## “AGGIUSTIAMO”

Cerchiamo di ottimizzare i regimi e sistemi attuali, risolvendo singoli problemi (essere più efficaci)

**Nuovi servizi / programmi o miglioramento degli attuali**

**ES:**  
costruire più piste ciclabili perché incentivano la mobilità sostenibile



## “TRASFORMIAMO”

Rivediamo i sistemi attuali che non funzionano, a partire dalle cause, fattori e driver che producono a catena il problema

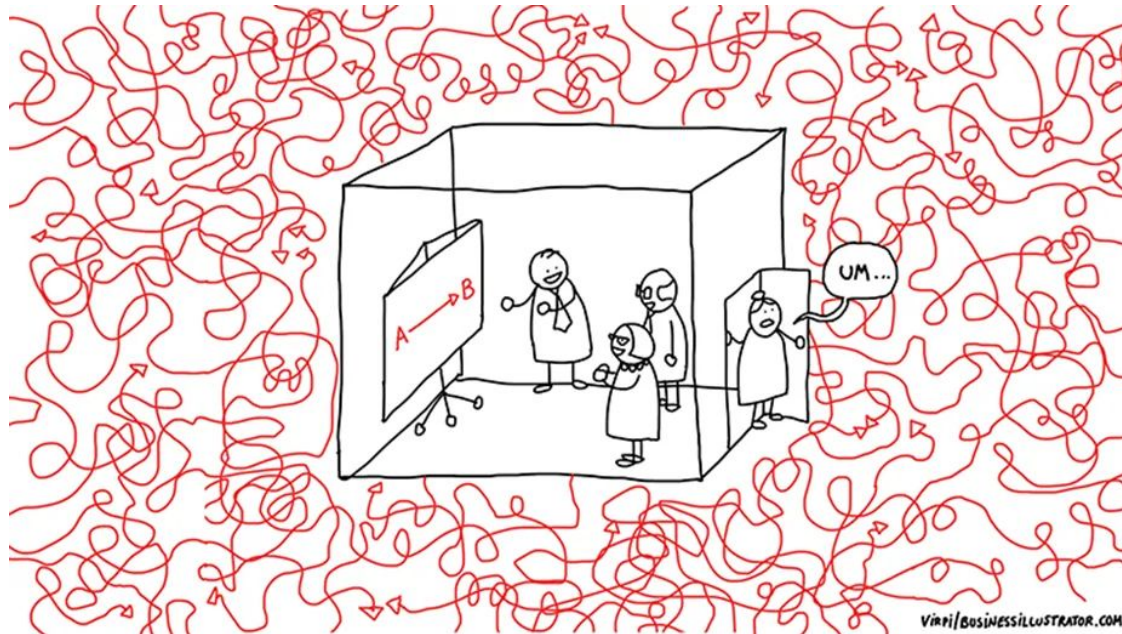
**Policy, programmi complessi o azioni congiunte che incidono sulle cause di un problema di sistema**

**ES:**  
assieme alle piste ciclabili, intervenire sulle abitudini, sulle cause che portano le persone ad usare l'auto per accompagnare i figli a scuola, coinvolgendo i territori dei comuni adiacenti dove c'è il bacino di utenza delle scuole, etc.

**Produciamo innovazione trasformativa quando non ci occupiamo di gestire o migliorare un bisogno o problema isolato attraverso un'attività, un servizio o uno scambio di settore, ma quando interveniamo a cambiare un sistema complesso - rispetto ad una grande sfida - che non funziona più o non risponde più alle esigenze attuali.**

# Un cambiamento culturale

Non possiamo sperare di **trasformare sistemi complessi** attraverso approcci lineari, fondati su modalità di pianificazione, gestione e valutazione.

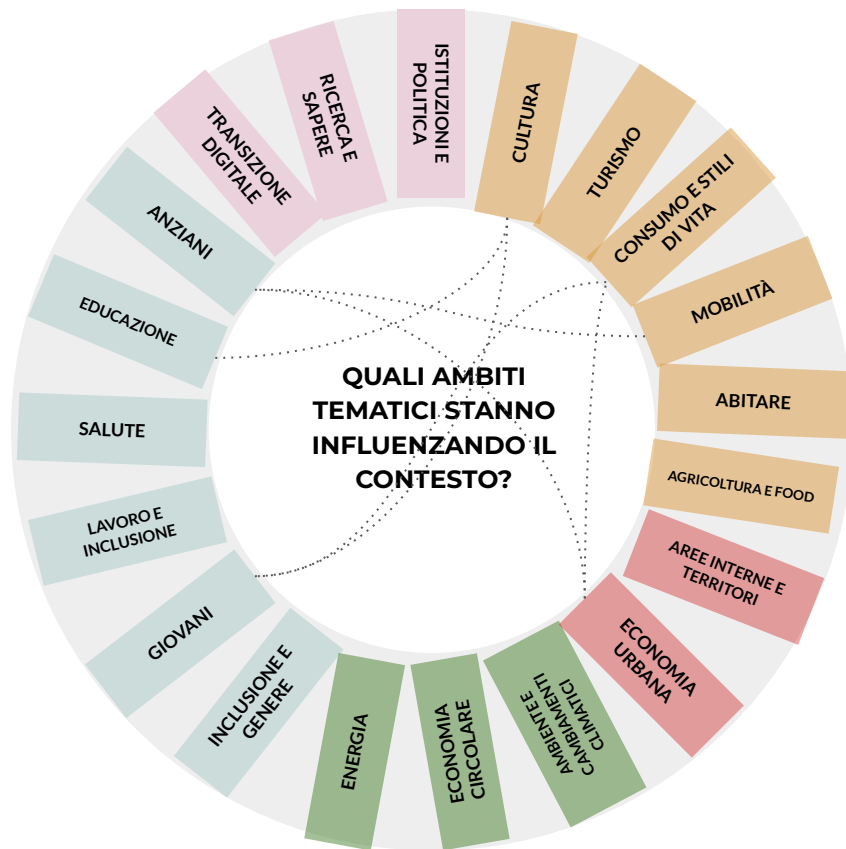


# Progettare in modo intersettoriale

Per spostarci dal rispondere a singoli bisogni a trasformare i sistemi che ne determinano l'emersione, dobbiamo ampliare lo sguardo.

Difficilmente un bisogno, progetto, intervento riguarda un solo ambito tematico: solitamente, **per intervenire sui sistemi è necessario prendere in considerazione una pluralità di ambiti** che si intrecciano ed influenzano a vicenda.

Questo ci richiede di andare oltre la struttura settoriale sulla quale sono costruite le amministrazioni e le organizzazioni territoriali, per **approcciare i problemi con una logica intersettoriale**.

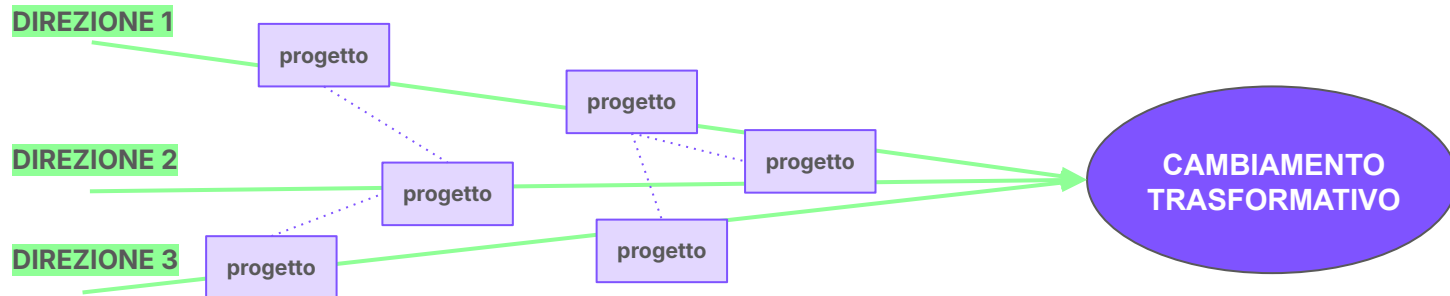


# Il portfolio trasformativo

Abbiamo parlato di crisi interconnesse, grand challenges, approcci intersettoriali: e evidente che nessun attore può affrontare queste sfide da solo. Bisogna passare da un approccio lineare alla progettazione, ad uno complesso.

Per progettare in modo trasformativo, bisogna innanzitutto **definire delle direzioni strategiche**: non obiettivi rigidi, ma direzioni condivise che permettano ai vari attori attivi sul territorio di agire verso una visione di cambiamento comune.

In questo modo, non si lavorerà più su un singolo progetto, ma su un **portfolio di progetti e azioni interconnesse**, portate avanti dai singoli attori (pubblici e privati, profit e nonprofit) ma guidate da direzioni condivise a monte.



*“Qual è la pietra che sostiene il ponte”, chiede l'imperatore Khan*

*“Il ponte non è sostenuto da questa o quella pietra,” risponde Marco, “ma dalla linea dell'arco che esse formano”*

*“Perchè mi parli delle pietre” dice Khan, “é solo dell'arco che m'importa”*

*E Marco risponde “Senza pietre non c'è arco”*

**da Le città invisibili di Calvino**



## Menti-time

<https://www.menti.com/alk8c1kpvgh4> | Codice: 7378 4985



# L'ingaggio degli attori e del territorio



# Mappare: breve introduzione

## A cosa servono le mappe

- Vedere e **far vedere** costrutti, elementi, significati
- **ragionare** su articolazioni, temi, questioni per apprendere via riflessione
- **Riformulare le domande** (di senso, di strategia, di progetti)
- **Coinvolgere direttamente** gli abitanti e/o gli attori con cui co-progettiamo (più saperi, più interessi, più visioni). Sono già una forma di ingaggio
- Formulare sfide concrete di lavoro. **Mappare è già progettare, o spingere verso idee progettuali**



# Mappare: breve introduzione

## Come mappare. Le mappe possono essere:

**Fatte da esperti:** informazioni, raccolte dati, fotografie, rassegne stampa, studi, rilevazioni con questionari, etc. Le domande sono quelle degli esperti. Va capito come renderle poi utili nei processi di co-design (trasformarle in "saperi utili")

**Fatte con gli abitanti/attori, ma rielaborate da esperti:** è l'etnografia e l'indagine di campo, fattibile a diversi livelli. Si fanno interviste e si chiede di condividere restituzioni e riflessioni, ma sono gli esperti che rielaborano quadri o raccolgono nuove domande

**Fatte dagli / con gli abitanti/attori:** è il laboratorio. Lì l'esperto dà input e strumenti di lavoro, ma la produzione è affidata ai partecipanti, sia diretti (gruppi di lavoro, come le mappe di comunità) sia di esplorazione (si fanno esploratori urbani, es. passeggiate, rilevazioni, azioni urbane, etc.)

# Mappare: breve introduzione

COSA

VISUALIZZARE SU  
CARTOGRAFIE DATI O  
SIGNIFICATI O FLUSSI

USARE MATERIALI  
VISIVI (IMMAGINI,  
GRAFICI, SISTEMI)

RACCOGLIERE  
NARRAZIONI,  
POSIZIONI, INTERESSI

COME

Da esperti

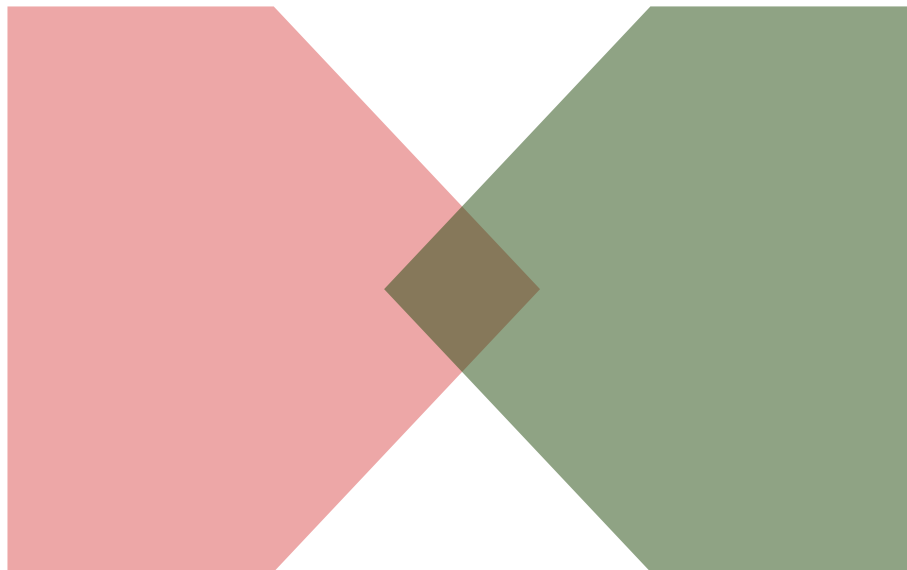


In modo  
partecipato

# Mappare: breve introduzione

## Da dove parte una mappatura?

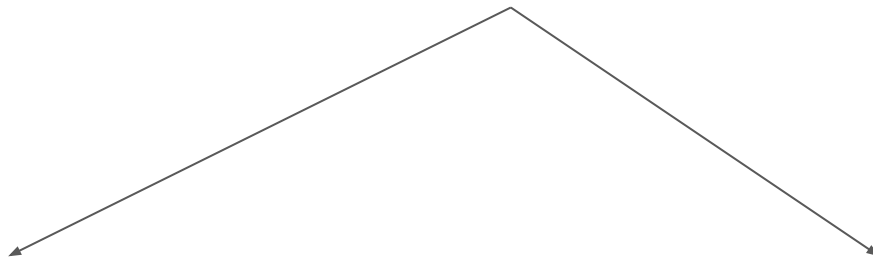
- Dallo scopo
- Dalla formulazione di una domanda



## Dove arriva? (outcomes possibili):

- A formulare insight e articolazioni
- A formulare sfide di lavoro (strategie, progetti)
- A rivedere man mano lo scopo di lavoro e la domanda

## Inquadrare la o le domande per esplorare significa



**1. Lavorare sui frame:** lo scopo dell'"inquadramento" è di mettere in discussione i frame (punti di vista) con cui si guarda alla città. Quindi le domande devono essere aperte, adattive, e indirizzate a destrutturare gli sguardi abituali

2. I diversi livelli di sguardi che raccogliamo costituiscono materiale da **accostare e relazionare ("articolare") per far scattare intuizioni (insight), riflessioni, sfide progettuali e immaginare nuovi stati di cose.** (da fare con esperti e/o con gli abitanti o attori del territorio)

# Coinvolgimento degli attori

**La place-based leadership indica gli attori locali che hanno capacità di leadership e che sono da coinvolgere.**

Politici, amministratori pubblici, professionisti, aziende del territorio, associazioni, enti pubblici o privati, terzo settore e abitanti.

È importante identificarli e capire le possibili connessioni perché è lì dove, secondo Hambleton, si sviluppano le **“innovation zones”**, dove si produce innovazione sociale. Sono naturalmente anche zone di conflitto, che va mappato secondo gli **interessi** e le **posizioni**.



**I processi partecipativi si sviluppano grazie alla interazione di più ruoli, che non corrispondono necessariamente all'organigramma dell'organizzazione.**

È utile capire prima (ed essere attenti osservatori durante) del processo chi può fare che cosa e quando può farlo. Un attore può avere più ruoli e può cambiarli nell'arco del processo.

INIZIATORE

GATEKEEPER

PIVOT

FILTRO

MEDIATORE

# Attori e ruoli

è chi solleva il problema ed esercita pressione su chi può decidere il processo. è importante perché può impostare il problema e la sfida

**INIZIATORE**

ha risorse (di potere, ma non solo) per esercitare influenza sugli attori e sul processo. Può consentire il processo o esercitare veto, legittimarlo

**GATEKEEPER**

**PIVOT**

fa la regia, tiene vivo il processo, gestisce conflitti, riconosce gli effetti non previsti. Oltre al potere, deve avere interesse nel processo.

ha funzione di trasmissione dei diversi interessi o punti di vista (anche di chi non è presente al processo), cioè di rappresentanza (es. tra comunità esterne ed organizzazione).

**FILTRO**

**MEDIATORE**

è un caso particolare di regia, che interviene quando non ci sono ruoli facilmente identificabili e favorisce la comunicazione tra diverse parti (tipico nelle decisioni più innovative).

# La costruzione di una visione condivisa nelle reti



## Finalità

Consensus building o  
community building?

## Saperi

Taciti o esperti? Quale  
combinazione?

## Direzione

Top-down o bottom up, o  
ecosistema?

## Livello

Posizioni / interessi /  
aspirazioni?

## Coinvolgimento

Partecipazione  
strutturata / fare  
collaborativo / protesta?

## Strategie

Decise / apprese?

# Conclusioni e prossimi passi



# Prossima fermata: Stazione di Cesena



Per non perdere le ultime notizie relative al progetto, consulta la [pagina dedicata](#) del Comune

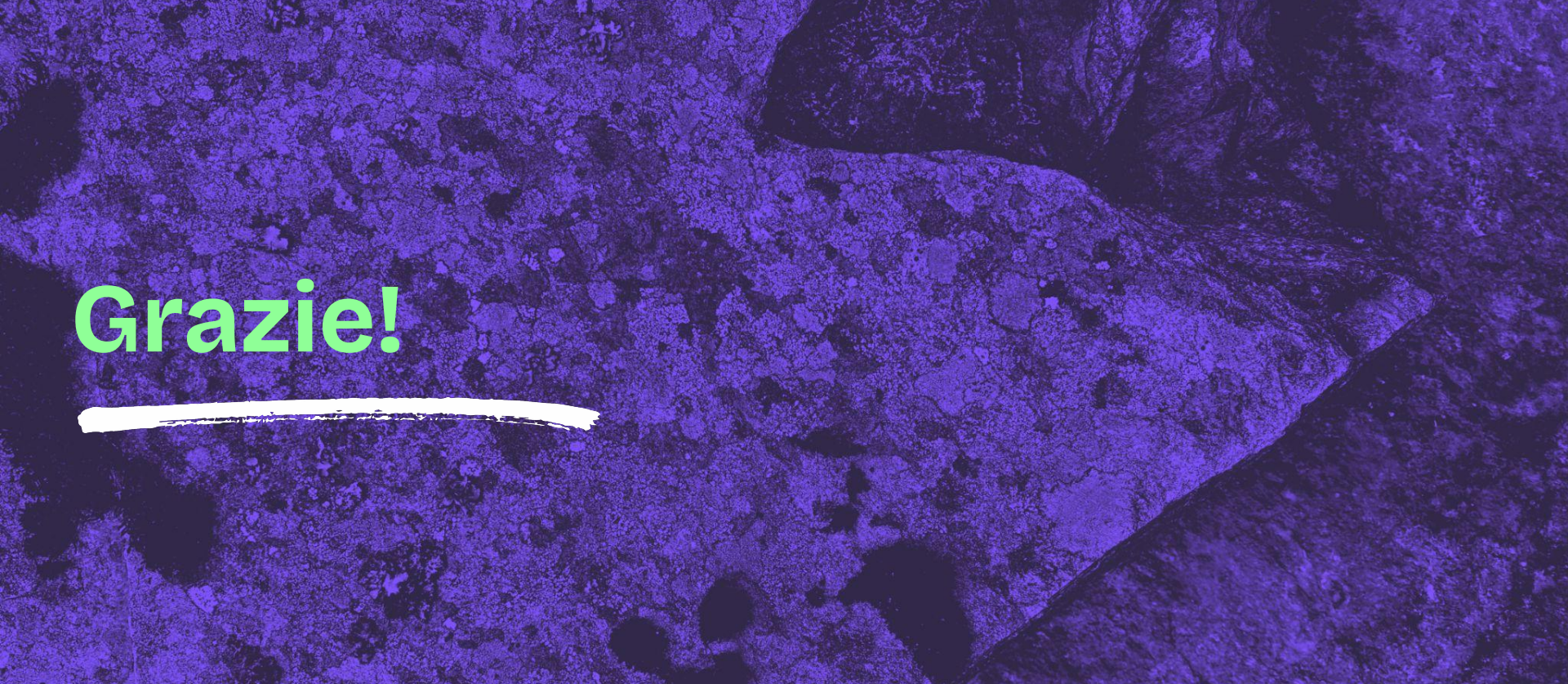
Inquadra il QR Code per compilare la Manifestazione di Interesse



Per info e approfondimenti scrivi a: [partecipazione@comune.cesena.fc.it](mailto:partecipazione@comune.cesena.fc.it)

## Le prossime tappe:

- 28 settembre 2026**  
kick off del progetto e apertura call
- 1 ottobre 2026**  
modulo #1 formazione online
- 8 ottobre 2026**  
modulo #2 formazione online
- 10 ottobre 2026**  
chiusura manifestazione di interesse
- Gennaio**  
evento finale e presentazione pubblica del Patto



# Grazie!

---

Social Seed s.r.l.  
Via Oberdan 940126 Bologna  
P.IVA 03332531205  
[www.socialseed.eu](http://www.socialseed.eu) | [info@socialseed.eu](mailto:info@socialseed.eu)