

# BOTTOM UP!

Quando la città  
si trasforma  
dal basso

hit  
Arc  
Fondazione per l'architettura / Torino

ordine -  
architetti  
pianificatori, paesaggisti  
e conservatori / Torino

## IL FESTIVAL DI ARCHITETTURA DI TORINO - 2020



**IL FESTIVAL BOTTOM UP!  
QUANDO LA CITTÀ SI TRASFORMA DAL BASSO  
È UN PROGETTO:**

**promosso da**

Fondazione per l'architettura / Torino  
Ordine Architetti Torino

**curato da**

Maurizio Cilli  
Stefano Mirti

**coordinato da**

Raffaella Bucci  
Maurizio Cilli  
Cristina Coscia  
Eleonora Gerbotto  
Raffaella Lecchi  
Stefano Mirti  
Serena Pastorino  
Alessandra Siviero

**ufficio stampa e comunicazione**

Raffaella Bucci, Ilaria Fiorito,  
Giulia Gasverde (Fondazione  
per l'architettura / Torino)  
Mailander

**illustrazioni**

Victoria Semykina

**grafica**

Quattrolinee

**[WWW.BOTTOMUPTORINO.IT](http://WWW.BOTTOMUPTORINO.IT)**  
SEGUI IL PROGETTO SUI SOCIAL:

**f @ @BOTTOMUPTORINO**

**Fondazione per l'architettura / Torino**

via Giolitti 1 – 10123 Torino  
[www.fondazioneperlarchitettura.it](http://www.fondazioneperlarchitettura.it)

**Consiglio**

Alessandra Siviero (presidente), Giulia  
Tosetti (vicepresidente), Giuseppe Bergesio,  
Cristina Coscia, Oscar Farinetti, Massimo  
Giuntoli, Erika Morbelli, Giovanni Rosotto,  
Paolo Turati, Lamberto Vallarino Gancia,  
Angioletta Voghera

**Staff**

Eleonora Gerbotto (direttore), Maddalena  
Bertone, Raffaella Bucci, Giulia Gasverde,  
Ilaria Fiorito, Raffaella Lecchi, Manuela  
Prencipe, Federica Tufano

---

**Ordine Architetti Torino**

via Giolitti 1 – 10123 Torino  
[www.oato.it](http://www.oato.it)

**Consiglio**

Massimo Giuntoli (presidente), Cristina  
Coscia (vicepresidente), Giovanni Rosotto  
(segretario), Roberta Borio (tesoriere),  
Rita Argento, Elisabetta Bellini, Alessandro  
Cimenti, Antonio Cinotto, Gabriella Gedda,  
Erika Morbelli, Maria Cristina Milanese,  
Andrea Muzio, Laura Porporato, Alessandra  
Siviero, Angioletta Voghera

**Staff**

Laura Rizzi (direttore), Angelica Ballone,  
Arianna Brusca, Sandra Cavallini, Giulia  
Di Gregorio, Antonella Feltrin, Eleonora  
Gerbotto, Federico Guardamagna,  
Milena Lasaponara



**QUANDO  
LA CITTÀ SI  
TRASFORMA  
DAL BASSO.**





# INDICE

## **Introduzione**

Rigenerazione urbana dal basso / <i>di Alessandra Siviero</i>	8
Un modello virtuoso di ascolto e trasformazione / <i>di Massimo Giuntoli</i>	10

## **I curatori**

Bottom Up! O dell'arma del desiderio / <i>di Maurizio Cilli</i>	12
Per un'architettura delle relazioni / <i>di Stefano Mirti</i>	14

## **Il percorso**

Un anno di festival / <i>di Eleonora Gerbotto e Raffaella Lecchi</i>	16
--	----

## **I progetti**

ConVi - Il container di quartiere	22
Cortile mondo	24
Corti.Lì	26
Forno sociale S.P.I.G.A.	28
HEAR ME	30
Miraorti	32
Una Pietra tira l'Alta	34
Risorgimento Social Club	36
Ruota di Scarto	38
Stiamo Freschi!	40
WALL coming! Un teatro per il Ferrante	42
28. Lo spazio di mezzo	44
La collaborazione con Milano	46
Tito <sup>3</sup>	48
Un'oasi per via Pacini	50

## **Conclusioni**

I numeri del festival	52
Un nuovo paradigma / <i>di Tomaso Boyer</i>	54
Il crowdfunding per la trasformazione urbana / <i>di Nawel Faysal</i>	56
Alcune considerazioni post festival / <i>di Maurizio Cilli, Cristina Coscia, Eleonora Gerbotto, Raffaella Lecchi, Stefano Mirti, Alessandra Siviero</i>	58
1, 10, 100 Bottom Up!	62



Mole Antonelliana illuminata per la conclusione del festival (30 novembre 2020) © Fabio Oggiero







# RIGENERAZIONE URBANA DAL BASSO

di **Alessandra Siviero**, Presidente della Fondazione per l'architettura / Torino

Bottom Up! è il nuovo festival di architettura di Torino promosso dalla Fondazione per l'architettura / Torino insieme all'Ordine degli Architetti di Torino, che intende rappresentare un modello di rigenerazione urbana dal basso: un modello inclusivo fatto di storie, quartieri e comunità. Il festival ha raggiunto un importante traguardo alla sua prima edizione, pur nel difficile anno caratterizzato dalla pandemia. I 142 mila euro raccolti grazie alle campagne di crowdfunding e alle donazioni speciali consentono di ridisegnare il futuro di piccoli ma significativi tasselli della città. Infatti, i progetti di Bottom Up! innescheranno nuova vita in luoghi da riconvertire o per i quali occorre immaginare una nuova identità, da Barriera di Milano, passando per Aurora, il centro, San Salvario e Mirafiori. Il festival ha messo in luce una città che ascolta, una grande comunità che elabora idee per gli spazi di vita, la socialità e la convivenza.

La conclusione di Bottom Up! rappresenta il raggiungimento dell'obiettivo di trasformazioni concrete della città a partire dai desideri dei cittadini: con l'illuminazione della Mole Antonelliana, il 30 novembre 2020, abbiamo voluto celebrare a livello simbolico il successo delle idee partite dal basso, che presto diventeranno luoghi e spazi adeguati anche a questo tempo di convivenza con il Covid-19.

Grazie al festival, la Fondazione per l'architettura ha potuto realizzare e ravvivare nuove connessioni con le istituzioni territoriali - la Città di Torino, la Fondazione Compagnia di San Paolo, la Camera di Commercio di Torino, il Consiglio Nazionale degli Architetti PPC e la Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino - che insieme ai partner e ai cittadini hanno sostenuto con circa 900 donazioni i progetti immaginati per Bottom Up!.

Il modello made in Torino diventa un format di intervento dal basso facilmente replicabile in altri centri urbani. Costruendo la città, l'architettura fortifica la comunità come anche la Sindaca di Torino, Chiara Appendino, ha avuto modo di dichiarare: *"Torino e la sua comunità hanno dato grande prova di visione, di collaborazione e di amore per la Città. Gli importanti risultati raggiunti dalla campagna di crowdfunding lanciata da Bottom Up! testimoniano la qualità delle proposte e - attraverso di esse - la capacità di leggere il territorio, le sue esigenze e le sue peculiarità"*.

## 142 MILA €

RACCOLTI GRAZIE ALLE  
CAMPAGNE E ALLE DONAZIONI

## 900 DONAZIONI

TRA ISTITUZIONI TERRITORIALI,  
PARTNER E CITTADINI





## UN MODELLO VIRTUOSO DI ASCOLTO E TRASFORMAZIONE

di Massimo Giuntoli, Presidente Ordine Architetti Torino

Italo Calvino, che nel Dopoguerra trascorse a Torino prima gli anni dell'Università e poi lavorando per l'editrice Einaudi, è stato un grande osservatore e defintore dell'anima delle città. "D'una città non godi le sette o le settantasette meraviglie, ma la risposta che dà a una domanda". Le domande che le città e le comunità chiedono oggi sono innumerevoli e hanno a che fare con l'integrazione, la crisi climatica, il mondo che dovremo pensare usciti dal tunnel della pandemia. Con Bottom Up! abbiamo provato a dare qualche risposta, sperimentando un modello virtuoso di ascolto e trasformazione dei bisogni dei luoghi e di chi li abita in processi nei quali l'architettura innesca un cambiamento.

È stata un'esperienza che porterà nel 2021 alla genesi di nuovi spazi con funzioni diverse che tutti insieme svolgono una funzione di rigenerazione della città. Il meccanismo del nuovo festival, concepito dall'Ordine degli Architetti di Torino insieme alla Fondazione per l'architettura / Torino, si è mosso nella direzione di una collaborazione pubblico-privato, dal basso verso l'alto, nella convinzione che questo modello, come dimostrano esperienze a Londra, Lione, Liverpool, Manchester, Rotterdam e in tante città d'Europa, è in grado di pensare e ridisegnare le città del futuro. Ed è attraverso il meccanismo del crowdfunding che le persone hanno potuto partecipare e sostenere Bottom Up!: la raccolta fondi online è stata un grande acceleratore di business urbano e sociale. L'augurio è che, una volta ultimati, i progetti di Bottom Up! generino una rinnovata socialità nei diversi luoghi di Torino dove sono stati immaginati; allo stesso tempo speriamo che la nostra esperienza possa diventare un modello anche in altre città italiane e possa essere d'impulso per inserire il crowdfunding e il modello pubblico-privato nel quadro di una nuova Legge sull'Architettura.

**IL MECCANISMO DEL NUOVO FESTIVAL SI È MOSSO NELLA DIREZIONE DI UNA COLLABORAZIONE PUBBLICO-PRIVATO, DAL BASSO VERSO L'ALTO, NELLA CONVINZIONE CHE QUESTO MODELLO SIA IN GRADO DI PENSARE E RIDISEGNARE IL FUTURO.**





## BOTTOM UP! O DELL'ARMA DEL DESIDERIO

di Maurizio Cilli, Curatore del festival

Sin dai primi confronti con Stefano Mirti, durante l'estate del 2019, abbiamo maturato il bisogno di ripensare le logiche autoreferenziali che abitualmente animano i festival dell'architettura. Più che un'idea precisa di un ipotetico programma, è cresciuta la volontà di costruire un'occasione di confronto aperto con i cittadini. Diffondere attraverso un dibattito pubblico l'idea dell'Architettura e dell'Urbanistica come discipline sociali, capaci di stimolare pratiche di relazione e costruzione condivisa di valore urbano. Affermare la necessità, universalmente riconosciuta, del ruolo culturale del mestiere di tutte le discipline progettuali quale una delle questioni centrali e urgenti della qualità sostenibile dell'abitare. Un festival di confronto con i cittadini capace di stimolare un approccio critico al nostro linguaggio disciplinare. Un ponte tra la razionalità logica del linguaggio tecnico e il linguaggio comune dell'esperienza urbana, espressione di una razionalità pratica e sensibile. Riconoscere un diritto a immaginare gli spazi urbani da parte di chi li abita, nelle complesse intersezioni di una cooperazione proficua tra chi amministra, chi materialmente progetta e chi abita. Così è nata l'idea di trasformare il festival in un grande gioco urbano, attraverso il quale diffondere fra i cittadini i valori della Cultura della Città contemporanea. Un gioco inclusivo a campo aperto come opportunità di dialogo fra linguaggi spesso molto lontani fra loro. Queste le argomentazioni da cui ha preso origine l'idea di un grande esperimento collettivo dal taglio orizzontale per trasformare la città dal basso.

**Cerchiamo desideri** è stata la richiesta esplicita del bando, una chiamata rivolta ad architetti e progettisti a una presa di responsabilità precisa: farsi interpreti del desiderio di gruppi informali di cittadini, comitati, associazioni, scuole, etc... di trasformare per abitare un loro luogo di affezione. Animare attraverso gli strumenti di una progettazione condivisa il processo di emancipazione di un tavolo di committenza responsabile sino al punto di costruire le condizioni con le quali raccogliere le risorse per realizzare la trasformazione. Nel medesimo tempo il progetto di trasformazione fisica di un luogo e organizzazione di un'architettura sociale di comunità. Sperimentare la capacità auto-regolativa e la gestione ordinaria "spontanea" dei cittadini nei luoghi che abitano o vorrebbero abitare. Un esercizio di attivazione di luoghi del possibile nei quali sperimentare procedure ibridate, transitorie, flessibili, di medio/



lungo periodo. Spazi in attesa da consacrare all'immaginazione nei quali dare forma attraverso il progetto a occasioni di "riscatto". In questo senso i desideri selezionati da Bottom Up! hanno avviato processi/progetto di circolazione del sapere a più livelli, aperti e trasversali attraverso cui raccogliere i contributi culturali di tutte le nuove forme disciplinari impegnate nell'interpretazione della città contemporanea. Ciò che di straordinario è possibile osservare in questi percorsi è stata una latente potenzialità generativa, in virtù della quale è stato avvincente occuparsene da vicino. Attraverso i segni di progetto di semplici architetture interpretare il linguaggio di questi campi aperti dell'attesa. Un linguaggio non rigidamente codificato per definizione, che sia di stimolo allo sconfinamento dai limiti del possibile "qui e ora" agli orizzonti dell'utopia possibile. Armare di voce e forma l'attitudine desiderante che li abita. Un fattore conscio e inconscio capace di depositare un immaginario simbolico condiviso anche lì dove le città esprimono linguaggi formali meno confortanti. E forse proprio in assenza di codici manifesti prende consistenza espressiva la presenza di un fattore misterioso capace di concretizzare il desiderio dell'esperienza esistenziale di una comunità.

Interessante interrogarsi sulla reciprocità che unisce indissolubilmente una comunità ad un luogo. Pur nella loro diversità di contesto, ciascuno dei progetti tende ad **affermare il primato del desiderio sul bisogno e del simbolico sullo spazio**. Capacità di ascolto e prossimità sono state le chiavi con le quali leggere l'energia che proietta su questi luoghi la volontà degli individui di essere abitati. Sul piano percettivo giocano un ruolo decisivo le capacità del progetto di risignificare l'espressività del luogo attraverso la simbolizzazione dello spazio pubblico come contesto abilitante.

Sul piano della coesione di intenti di una specifica comunità sono determinanti la qualità delle relazioni e dello scambio, variabili direttamente connesse alla costruzione di un'architettura sociale stabile e inclusiva. Qui la stabilità di visione della comunità dipende dalla capacità del progetto di esprimere le proprie qualità generative e un grado di apertura continuamente rinegoziabile. Più che attraverso un percorso partecipato strutturato di tipo verticale è risultato avvincente sperimentare il radicamento di un soggetto collettivo ibrido di condivisione dal basso rivolto ad azioni locali specifiche, animate dal desiderio di costruire una visione stabile di futuro.





## PER UN'ARCHITETTURA DELLE RELAZIONI

### QUANDO LA FORMA SEGUE LA NARRAZIONE

di Stefano Mirti, Curatore del festival

Nell'impostazione concettuale di Bottom Up!, un passaggio discretamente importante è legato al cambiamento del punto di osservazione rispetto al processo/prodotto di architettura. Ci dimentichiamo per un attimo del manufatto fisico e ci concentriamo sulle relazioni che si vanno a stabilire tra i diversi soggetti che interagiscono in maniera diretta (e indiretta) su un dato progetto.

Lanciare un bando che stimola e sollecita l'incontro e la collaborazione tra soggetti diversi (i diversi componenti delle comunità di pratica e gli architetti e progettisti). Generare un cortocircuito virtuoso tra le pratiche dal basso e il "sapere professionale" (per candidare la propria idea, ogni comunità deve coinvolgere nel proprio gruppo di lavoro almeno un progettista). Partire dai desideri e dalle necessità enunciate nella proposta iniziale, definendo ulteriori relazioni a migliorare e rafforzare il progetto. In altre parole, come si prende un'idea di progetto e la si fa diventare un crowdfunding. Come si sviluppa parallelamente una campagna di comunicazione sui social media. Come si trasforma lo spazio fisico in comunicazione, come si passa dal valore materiale a quello immateriale. Ogni progetto diventa una sofisticata macchina per tessere relazioni, verso l'interno (i componenti del gruppo e gli stakeholder che vengono mano a mano coinvolti nel progetto) e verso l'esterno (gli esperti che aiutano ad affinare le idee e tramutarle in piano di comunicazione, i possibili partner, istituzioni, eventuali testimonial, sponsor).

**Il progetto di architettura diventa quindi un progetto di comunicazione.**

O, volendo essere più precisi, abbiamo ora un progetto di comunicazione che gioca di sponda con un desiderio (o con una necessità) che a sua volta rimanda a un possibile progetto di architettura. *Vogliamo fare un giardino, un teatro, un forno collettivo, un sistema di orti urbani, uno spazio d'incontro, un servizio per raccogliere il cibo alla fine della giornata di mercato...* Qui arrivati, il progetto di architettura non è più una serie di disegni tecnici che spiegano il manufatto fisico, ma diventa una serie di strumenti utile per raccontare una storia e trovare altri compagni di viaggio. Video, immagini, collage, interviste, comunicati stampa, email, post, like, cuoricini... *mixed-media*.



L'architettura delle relazioni è in prima istanza narrazione, racconto. I principi fondanti dei grandi maestri (*form follows function*) diventano ora *form follows fiction*. Alla funzione abbiamo sostituito la narrazione, la "finzione". Questo passaggio è reso possibile dall'attivazione del meccanismo delle relazioni. Non è più una questione di elementi diversi che definiscono un insieme, ma di elementi separati che vanno a intessere una serie di relazioni tra di loro. L'accento non è più sulle diverse componenti, ma sulle relazioni tra le stesse. Un'architettura di relazioni. A questo punto si apre un mondo. Il progetto non è più il fine ma è diventato un mezzo. Un mezzo per conoscere altre persone, per conoscere meglio sé stessi, capire i propri limiti, i propri desideri e le proprie paure. Tutto si gioca su questa doppia trasformazione: passare da un manufatto fisico a rete di relazioni. Successivamente spingersi ancora più in là, trasformando l'insieme di funzioni in un insieme di narrazioni. Tutto questo processo è Bottom Up!, è il festival, è il nostro lavoro. L'architetto come quel "mago" che è in grado di trasformare lo spazio, ma ancora di più come quel "mago" in grado di trasformare la percezione, il senso comune, il valore dato. Rendere visibile l'invisibile e moltiplicarne il significato e il valore. Volendo trasformare il mondo si può lavorare sul mondo fisico, oppure si può lavorare sugli occhiali interpretativi che noi usiamo per guardare intorno a noi. Bottom Up! è un meccanismo grazie al quale si parte dalla progettazione degli occhiali interpretativi (desideri, necessità, storytelling, comunicazione) per arrivare poi alla trasformazione fisica del mondo stesso. Nicolas Burriaud (importante teorico e critico, il primo che scrive di "*Estetica Relazionale*" nell'omonimo libro del 1998) ci rammenta che "l'antropologia è una scienza partecipativa nella quale non può esserci osservazione senza partecipazione. Un'antropologia che va a riarticolare il dialogo tra soggetti e oggetti". Ecco, questa è stata la chiave del lavoro curatoriale. Non limitarsi a descrivere o a catalogare, ma fare partire un meccanismo di partecipazione ampia e allargata nel quale i curatori stessi erano coinvolti. Un meccanismo generativo: pigiare il bottone di accensione, mettere tutto in moto e diventare parte stessa della trasformazione della città. È un capovolgimento di prospettiva non da poco. Come molte volte capita quando si sovvertono le regole date, qualcuno sarà d'accordo, altri meno. Questo è ottimo ed è uno dei grandi risultati del festival. Uno degli obiettivi principali di questa manifestazione è proprio quello di generare dibattito e discussione: qui siamo, voi che dite? Dove vi ponete? A noi questo cambio di prospettiva sembra interessante, importante e - in una certa qual misura - necessario. È l'inizio di un percorso che sembra poterci portare lontano. In effetti, nolenti o volenti, nel frattempo ci siamo ritrovati in un mondo sottosopra: perfetto per un festival chiamato Bottom Up!.



<sup>1</sup> Nicolas Burriaud, *Inclusioni. Estetica del capitalocene*, Postmedia Books, Milano, 2020.



## UN ANNO DI FESTIVAL

di Eleonora Gerbotto e Raffaella Lecchi, Tavolo di coordinamento

La Fondazione per l'architettura / Torino e l'Ordine Architetti Torino hanno promosso fin dal 2011 l'organizzazione annuale di un festival dell'architettura (Architettura in Città) con l'obiettivo di coinvolgere e sensibilizzare i cittadini sui temi della città, dello spazio pubblico, della qualità del progetto. Caratteristiche delle sette edizioni di questi festival erano l'inclusione, la cross-disciplinarietà e la diffusione delle attività sul territorio metropolitano.

Nel 2019 la Fondazione, confermando l'intenzione di realizzare una manifestazione inclusiva e diffusa, decide di rinnovare il format del festival e promuove una **call pubblica** per selezionare il **curatore-architetto** dell'edizione 2020. Tra le **68 candidature** pervenute, la **commissione giudicatrice** sceglie Bottom Up! Quando la città si trasforma dal basso, la proposta di Maurizio Cilli e Stefano Mirti.

### COMMISSIONE GIUDICATRICE

Roberto Albano, Raffaella Bucci,  
Antonio Cinotto, Cristina Coscia,  
Paolo Dellapiana, Eleonora Gerbotto,  
Raffaella Lecchi, Serena Pastorino

### L'IDEA

Bottom Up! propone un processo sperimentale di coinvolgimento dei cittadini in azioni di trasformazione urbana. Attraverso la pubblicazione di un **bando**, aperto alla partecipazione di gruppi di cittadini, scuole, artisti e collettivi, comitati e associazioni, imprese, progettisti, il festival seleziona nuove e concrete possibilità di trasformazione del territorio di Torino, le promuove, le avvia a un percorso di finanziamento e le accompagna verso la realizzazione.

Ogni gruppo partecipante candida un luogo, la proposta di intervento, il budget. Alle proposte più interessanti e alle reti più qualificate viene offerta la partecipazione a un percorso formativo, per attivare una campagna di comunicazione che, supportata dal festival, diventa un'azione di crowdfunding volta a reperire i fondi necessari alla trasformazione. Nell'idea originale dei due curatori, il processo di crowdfunding avrebbe dovuto trasformarsi nel festival, la cassa di risonanza per le proposte di trasformazione, aiutando le diverse campagne di finanziamento a raggiungere l'obiettivo economico. La pandemia ha naturalmente modificato il programma.





## IL MESSAGGIO DEI CURATORI AI CANDIDATI AL BANDO

*Stiamo cercando desideri.  
Idee capaci di costruire legami  
fra i cittadini per i cittadini.  
Reali intenzioni di avviare dal basso  
progetti di condivisione.  
Raccontateci il vostro tavolo di  
committenza: chi siete e in quanti siete.  
Spiegateci cosa intendete fare.  
Perché intendete farlo.  
Argomentate le ragioni e il grado  
di inclusione della vostra idea.  
Descrivete in quale luogo intendete  
realizzarla e perché l'avete scelta.  
Cosa e per chi intendete farlo: attivare un  
servizio, trasformare un giardino o uno  
spazio pubblico abitare una porzione o  
un edificio nel suo complesso etc...  
Con quali criteri avete scelto il vostro  
architetto o collettivo di progettisti.  
Definite le fasi e i tempi del processo  
con i quali intendete realizzare il vostro  
progetto.  
Programmate un piano di reale fattibilità  
Indicate le risorse umane e finanziarie  
necessarie.  
Immaginate la durata temporale.  
Valutate se si tratta di un'esperienza tem-  
poranea o con ambizioni di lunga durata.  
Chiedetevi se il vostro è realmente un  
desiderio BOTTOM UP!*

STUPITECI.

## MEMBRI DELLA GIURIA

**Andrea Bartoli**, Favara Cultural Park

**Guido Bolatto**, segretario generale  
Camera di Commercio Torino

**Maurizio Cilli**, curatore Bottom Up!

**Cristina Coscia**, vice presidente  
Ordine Architetti Torino

**Stefano Mirti**, curatore Bottom Up!

**Alessandra Siviero**, presidente  
Fondazione per l'architettura / Torino

**Mario Spoto**, segretario generale  
Città di Torino

**John Thackara**, scrittore

## IL BANDO DI SELEZIONE DEI PROGETTI

Obiettivo del bando è la selezione di progetti di trasformazione reale del territorio urbano: proposte concrete su spazi interni, esterni, luoghi abbandonati o molto frequentati, luoghi pubblici, collettivi, ma anche privati, che trovano nuove vocazioni per aprirsi. Nel bando si richiede che le proposte contengano il racconto dell'idea - come e cosa si intende fare nel luogo prescelto -, la descrizione della trasformazione proposta e il riverbero sul contesto di riferimento, secondo criteri di sostenibilità, di garanzia di qualità architettonica e di ricadute sulla vita delle comunità che abitano e frequentano i luoghi prescelti.

**La presenza di un architetto all'interno del gruppo proponente è condizione vincolante ai fini della partecipazione.** Tra i criteri di selezione, il **bando premia in egual misura la qualità del gruppo proponente** (numero dei soggetti che compongono il tavolo di committenza e loro funzionalità all'interno del progetto, capacità di coinvolgimento potenziale delle comunità di riferimento, copertura delle competenze necessarie...) e **la qualità dell'idea progettuale** (interpretazione del contesto, innovazione, scalabilità, sostenibilità ambientale ed economica, impatto sociale).

Il bando si apre il 19 novembre 2019 e viene accompagnato da una serie di 3 incontri (**Question Time**) molto partecipati, durante i quali i curatori incontrano comunità e progettisti interessati a candidarsi per rispondere a domande e approfondire i temi del festival. Nello stesso periodo, grazie alla disponibilità di **Beppe Serra** (direttore Area Mobilità) e **Giovanni Ferrero** (direttore Area Beni Comuni), presso gli uffici della Città di Torino si attiva uno **sportello** su appuntamento, per chiarimenti e verifiche in merito alle possibilità di uso dello spazio e del patrimonio pubblico. Al bando **si candidano 48 progetti** (34 spazi di proprietà pubblica, 14 privati), con budget che variano da 6.000 a 1.256.000 euro. Si tratta di piazze, spazi della viabilità, portici, orti urbani, scuole, cortili, parchi, aree agricole, boschi, giardini pubblici e privati, edifici artigianali, edilizia pubblica, negozi sfitti, equamente distribuiti sul territorio cittadino (con un picco di candidature nella Circoscrizione 6 Barriera di Milano, Regio Parco, Barca, Bertolla, Falchera, Rebaudengo, Villaretto).

A gennaio 2020 la **giuria** seleziona **13 progetti**: Risorgimento Social Club, Miraorti, Cortile Mondo, la natura si fa scuola, Il Furgoncibo (che si rinominerà Ruota di scarto), WALL coming!, ConVi \_ stare insieme a Villaretto, Mestieri in corte, Medici 28 lo spazio di mezzo, Pietra Alta, Forno sociale S.P.I.G.A., Stiamo freschi!, HEAR ME, Non luoghi qualsiasi: cortili immaginati come approdo per rigenerare legame sociale (che si rinominerà Corti.Li). Nel lungo percorso che li aspetta, alcuni cambiano nome, altri, come Mestieri in corte, rinunciano.



I rappresentanti dei progetti selezionati in conferenza stampa | Febbraio 2020 @Combo Torino © Edoardo Piva



## LA FORMAZIONE

Con la selezione dei progetti prende il via la seconda fase del festival: i gruppi proponenti seguono un percorso formativo in 4 moduli sui temi del crowdfunding, delle trasformazioni urbane, dello storytelling e della gestione dei social network per acquisire competenze utili a tradurre le proposte candidate in realtà.

### MODULO 1

#### LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI

Gli strumenti per orientarsi e ispirarsi: formazione, buone pratiche, articoli, consigli, istruzioni. Da quello che c'è a quello che potrebbe esserci nel mondo della rigenerazione urbana. *A cura di Tomaso Boyer (Itinerari Paralleli)*

### MODULO 2

#### LO STORYTELLING

Il progetto inteso come una storia. Personaggi, trame, narrazioni. *A cura di Silvia Schiavo (Scuola Holden)*

### MODULO 3

#### SUL CROWDFUNDING

Come organizzare e strutturare una campagna di crowdfunding di successo. Attitudine, tecniche, pratiche. *A cura di Nawel Faysal (Starteed)*

### MODULO 4

#### LA COMUNICAZIONE AL TEMPO DEI SOCIAL MEDIA

Utilizzare i social media come leve di forza per diffondere i propri messaggi e per moltiplicare la visibilità dei propri contenuti. *A cura di Leonardo Locatelli (IdLab)*

Da questo momento si affiancano ai progetti di Torino anche due progetti a Milano, selezionati attraverso il bando "Piazze aperte in ogni quartiere" dell'Amministrazione milanese.

## SOCIAL MEDIA E CROWDFUNDING

di **Leonardo Locatelli**, IdLab

Una comunità (fisica o digitale) si fonda sull'aggregazione di più persone che credono in un valore comune e la cui attività è influenzata anche da una componente emozionale e di sostegno alla comunità stessa. I social media nascono come piattaforme di aggregazione sociale che permettono agli utenti di creare reti di individui che potenzialmente condividono gli stessi interessi. I social network diventano quindi il supporto ideale per diffondere e generare interesse e consapevolezza attorno a un progetto di crowdfunding. Grazie alle loro potenzialità possono amplificare il progetto, sostenere numerose idee meritevoli e creare una coesione tra diverse community, sensibilizzandole e mettendole al servizio del crowdfunding. Nell'era digitale, dove i social media sono diventati il nostro

principale strumento di comunicazione, non utilizzare questi strumenti per comunicare un progetto di crowdfunding può essere un freno. È cambiato il modo in cui informiamo, la quantità di news che apprendiamo attraverso lo smartphone ha di gran lunga sorpassato la televisione e, di conseguenza, essere presenti sui social media garantisce una maggiore visibilità (gratuita). **L'uso dei social media non si ferma però una volta terminato il crowdfunding**, il loro ruolo diventa ancora più importante nel mostrare alle community i risultati raggiunti. Tenere vivi i propri canali anche alla fine di una campagna è il miglior modo per rafforzare i legami con la community e assicurarsi il suo supporto anche in futuro.

## L'IMPATTO DELLA PANDEMIA DA COVID-19 SUL FESTIVAL

A marzo 2020 il percorso del festival subisce una brusca sterzata. La pandemia da Covid-19 dilaga, l'Italia entra in lockdown, le attività "in presenza" vengono sospese, annullate, congelate.

Il Tavolo di coordinamento del festival decide di proseguire con le attività di formazione a distanza e di posporre al termine dell'estate le campagne di crowdfunding, fino a quel momento previste all'inizio di maggio, corredate da un intenso programma culturale di accompagnamento. Per un festival che basa la sua sperimentazione sull'intensità delle relazioni e sulla coesione delle comunità, la prova del confinamento è molto impegnativa, anche fra i gruppi stessi che partecipano all'esperienza complessiva di Bottom Up!

I tempi si dilatano, le comunità si concentrano sull'emergenza e si teme un effetto dispersivo. Il festival risponde mantenendo alta l'attenzione e mettendosi a servizio del difficile momento storico, attraverso due azioni parallele: la costituzione del gruppo Bottom Up! Voci su Facebook, che in pochi giorni raccoglie oltre 700 iscritti da tutta Italia, e gli appuntamenti Bottom Up! LIVE del venerdì (sempre su Facebook).

### GLI OSPITI ESTERNI

Anna Barbara, Andrea Bartoli,  
Andrea Branzi, Tiziana Ciampolini,  
Francesca Comisso e Luisa Perlo,  
Massimo Durante, Alessandro Mininno,  
Luca Morena, Nicoletta Morozzi,  
Giacomo Mulas, Demetrio Scopelliti,  
Adelaide Testa, John Thackara,  
Pier Giorgio Turi

### BOTTOM UP! LIVE

Dal 3 aprile al 19 giugno 2020, tutti i venerdì il festival dedica al tema delle comunità in tempi di pandemia e a idee e commenti sul presente e sul futuro delle città, una striscia in diretta Facebook in cui i curatori e Tomaso Boyer di Itinerari Paralleli incontrano **ospiti esterni** e presentano i progetti Bottom Up! 12 appuntamenti che hanno allargato l'audience del festival e hanno fornito ai progetti e agli ascoltatori spunti innovativi e forza creativa.



## L'ATLANTE DEL GRUPPO BOTTOM UP! VOCI

Da questo "laboratorio di visioni" nascono versioni successive di una sorta di Atlante, una raccolta "che non si occupa di soluzioni tecniche, ingegneristiche, che lavorano sulla realtà del qui e ora. Una catalogazione altra, che si occupa di intelligenze eccentriche (nel senso di "lontane dal centro"), delle ipotesi più incredibili, dei salti a lato. Siamo in uno di quei passaggi in cui i "matti" hanno molta più lucidità di quelli normali, generando idee che sono a un tempo poetiche, meravigliose, e anche – in alcuni casi – molto convincenti. Paradossalmente sono proprio gli sguardi irregolari ad aprire le strade verso visioni generative aperte verso il futuro."

## I DONATORI SPECIALI

- Consiglio Nazionale Architetti PPC
- Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino
- Fondazione Compagnia di San Paolo
- Fondazione per l'architettura / Torino
- Idrocentro
- Iren



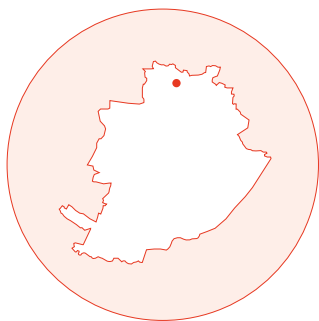
## BOTTOM UP! VOCI

Il gruppo aperto su Facebook si configura come uno spazio per confrontarsi, per proporre spunti, per proseguire le discussioni nate durante i Bottom Up! LIVE del venerdì. Questo gruppo diventa il ritrovo per le comunità legate ai progetti protagonisti del festival e per tutti coloro che intendono dare il loro contributo alla creazione di un dibattito sul futuro delle città, intorno alle domande che martellano il tempo del Covid-19: come organizzeremo l'attività culturale nel dopo emergenza? Quale sarà il ruolo degli spazi pubblici e come ri-progetteremo le nostre case e i nostri uffici? In che modo cambierà la vita in comunità?

## LE CAMPAGNE DI CROWDFUNDING E LE DONAZIONI SPECIALI

Nei mesi di luglio e agosto, i gruppi di progetto lavorano alla messa a punto delle campagne di crowdfunding. Il percorso formativo affrontato in primavera e l'impatto della pandemia consigliano ad alcuni di loro di rimodulare il progetto in una somma di azioni successive e di riformulare i budget iniziali in goal più contenuti e accessibili. Le campagne vengono lanciate il 10 settembre e rimangono aperte fino al 3 novembre. La pandemia riprende forza, gli eventi in presenza vengono via via ridotti, limitati, annullati. Nonostante l'oggettiva difficoltà, i progetti riescono a raccogliere nel loro complesso quasi il 30% delle somme necessarie a innescare i progetti di trasformazione. Tuttavia, in tutto il suo lungo percorso il festival ha lentamente raccolto attenzione, credito, affiliazione e il 3 novembre, grazie alle donazioni speciali della Fondazione per l'architettura / Torino, del Consiglio Nazionale Architetti PPC e di Idrocentro (già sponsor del festival) è possibile annunciare che 4 progetti hanno raggiunto il goal: Cortile Mondo, WALL Coming!, Forno sociale S.P.I.G.A., Miraorti. Il 30 novembre, grazie alle donazioni speciali anche della Fondazione Compagnia di San Paolo e della Consulta per la Valorizzazione dei Beni Culturali e Artistici di Torino, ai progetti finanziati si aggiungono Pietra Alta, HEAR ME, Corti.Li, Stiamo freschi!, diventando in tutto 8 e coprendo complessivamente il 80% del budget complessivo. All'inizio del 2021 il contributo di Iren va a completamento dei goal anche dei progetti rimasti indietro. Ora i progetti finanziati sono 11 su 12.

L'onda lunga del festival non si è ancora fermata. L'interesse verso Bottom Up! e il sostegno ai progetti sembrano moltiplicarsi ora che finalmente gli obiettivi sono stati raggiunti: una fine, che è solo l'inizio.



# CONVI - IL CONTAINER DI QUARTIERE

## ESPERIMENTO DI COMUNITÀ AI CONFINI DI TORINO

Strada del Villaretto, Torino

*‘Il futuro delle società democratiche si basi tanto su valori condivisi, quanto su spazi partecipati, [...] luoghi pubblici che favoriscono connessioni umane fondamentali e che costituiscono l'infrastruttura sociale delle nostre città [1]’.*

### TAVOLO DI COMMITTENZA

**Elisa Campra** (architetto paesaggista)  
**Pasquale Pellegrino** (fundraiser)  
**Mattia Della Libera** (strategic designer)  
**Marta Della Giustina** (communication specialist)  
**Elena Giaccone** (architetto)  
**Marco Da Re** (digital communicator)

Promotori:

**Comitato Borgata Villaretto**  
(espressione dei residenti)  
**Biblioteche Civiche Torinesi**  
**Parrocchia e Oratorio San Pio X**  
**Società Polisportiva PGS Conquista**

Già dal primo incontro con la comunità di Villaretto, il desiderio intercettato è stato chiaro: avere un luogo dove incontrarsi e stare insieme, dove costruire e rafforzare la comunità. Nasce così ConVi, primo ‘container di quartiere’, che è casa, portineria, sede di incontro spontaneo, luogo propulsore di attività ed eventi locali. La scelta del container è stata dettata dalle sue caratteristiche di praticità, reversibilità e velocità di realizzazione. L’azienda Temerario, realtà torinese specializzata nel settore, ha affiancato il progetto con una soluzione reversibile (possibile affitto temporaneo della struttura) e flessibile (modularità dell’oggetto). La rete delle Biblioteche Civiche collabora in modo innovativo al progetto: ConVi diventa così anche un avamposto territoriale dove il servizio è assente, un luogo di connessione con il resto della città e dei suoi servizi e un’immagine di biblioteca “altra”, destinata molto più alle interazioni e alla costruzione di relazioni che alla fruizione individuale.

In un anno che ha messo alla prova le abitudini e le certezze che avevamo, specialmente come individui facenti parte di una comunità, ConVi si è dovuto fermare: la quasi impossibilità di costruire una relazione con la comunità, l’estrema difficoltà a mantenere canali di comunicazione e “vicinanza” attivi, in assenza di una rete preesistente, hanno influenzato l’esito del lavoro. Il gruppo ha tentato di coinvolgere i residenti di Villaretto in attività online (incontri via web, supporto in iniziative locali di solidarietà etc.) che evitassero la perdita totale del legame fra la comunità e il progetto. L’incontro diretto con la questione finanziaria ha costituito una grave difficoltà, soprattutto dopo un anno che ha lasciato tutti affaticati e incerti in ambito economico. Nonostante, durante la campagna, si siano organizzati eventi e incontri per incoraggiare la comunità all’impegno personale, il processo di raccolta ha evidenziato alcune difficoltà: la debolezza comunicativa fra il gruppo di lavoro e la comunità (dovuta alla lontananza prolungata dei mesi di lockdown) e quella all’interno della comunità stessa, la sfiducia in una soluzione “non

perfetta”, l'accavallarsi di necessità e urgenze nuove. Il budget raccolto, sebbene insufficiente all'obiettivo prestabilito, sarà comunque usato per altri scopi e costituisce la testimonianza materiale dell'inizio di un percorso civico di comunità.

L'allungamento del percorso del festival ha disperso moltissimo gli sforzi, estinguendo l'entusiasmo e la disponibilità di tempo: il processo, frammentato e diluito, ha reso difficile focalizzarsi sull'obiettivo finale. Tuttavia, il valore del percorso intrapreso dalla comunità rimane come sforzo collaborativo per una narrazione della propria identità e dei propri desideri di cittadini.

Alla fine, restano i legami creati: il desiderio di incontrarsi e la disponibilità a collaborare ancora per futuri progetti e iniziative; i contatti esterni e la consapevolezza della partecipazione (emotiva e materiale) di altri cittadini, ora meno "lontani".

<sup>[1]</sup> Eric Klinenberg, *Places for the people. How social infrastructure can help fight inequality, polarization and the decline of civic-life*, Crown, United States, 2018.

## 38.000,00 €

BUDGET DI PROGETTO

## 7.000,00 €

GOAL DI CAMPAGNA

## 365,00 €

RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING

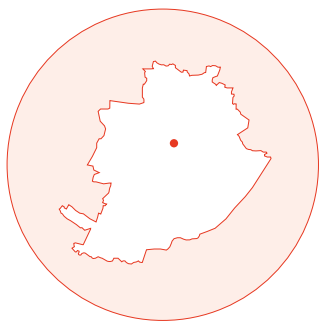
## 26,00 €

DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING

## 14

DONATORI





# CORTILE MONDO

## LA NATURA SI FA SCUOLA

Via Cecchi 2, Torino

L'idea di Cortile Mondo, la natura si fa scuola nasce per rispondere al desiderio collettivo della comunità della Scuola d'Infanzia comunale Marc Chagall di mantenere un frammento di natura e farlo divenire un luogo aperto al quartiere e alla città. La sfida è trasformare in opportunità un'area verde scolastica, farla divenire spazio pubblico, luogo desiderabile e accogliente, spazio di integrazione e confronto tra culture differenti. Cortile Mondo propone, con un percorso inclusivo, un intervento sul verde per far divenire il giardino uno spazio pubblico aperto verso l'esterno e un'azione di creazione di comunità con laboratori di co-progettazione e autocostruzione e con attività di animazione. Cortile Mondo si articola attraverso 3 temi che disegnano e animano lo spazio: la casa, l'acqua, il bosco e sottobosco. Si lavora nel giardino con i ritmi della natura e i tempi di apprendimento dei bambini e su una relazione con le comunità che assume le forme della collaborazione e del legame sociale. Il progetto Cortile Mondo non è cambiato per l'impatto della pandemia, ma ha colto l'occasione per arricchirsi di attività e nuove riflessioni.

### TAVOLO DI COMMITTENZA

Progettiste: **Mariolina Monge** (architetto), **Angela Nasso** (architetto)

**Scuola d'Infanzia comunale Marc Chagall**

**Associazione Insieme dei genitori della Chagall**

**Accademia di Agricoltura Torino**

**LIPU Torino**

**Associazione ORME**

**Associazione Il campanile onlus**

**Associazione Educadora onlus**

**Associazione Ultramondo**

**Associazione Solco onlus**

**Associazione GreenTo,**  
dott.ssa Ilaria Scalzo

### QUARTIERE AURORA

Aurora è il quartiere con la più alta concentrazione di minori stranieri, dato che si rispecchia nei numeri degli alunni della scuola che, in questo contesto, assume un ruolo attivo per la costruzione di una società equa e inclusiva.

### Le attività realizzate :

- **Gli aperitivi di Cortile Mondo**, tentativo di creazione di network tra le progettualità di Bottom Up!;
- **Cortile Mondo abbraccia**, promozione della partecipazione della comunità scolastica a cura della scuola;
- **Cinema Mondo**, rassegna cinematografica curata dall'ass. Insieme dei genitori;
- **Io sostengo Cortile Mondo perché...**, video-interviste;
- **Cortile Mondo cura**, incontri di coordinamento e monitoraggio del progetto, co-progettazione, elaborazione schede botaniche e presentazioni a soggetti ed enti esterni;
- **Cortile Mondo comunica**, azioni di comunicazione e promozione;
- **Cortile Mondo guarda la città**, confronto pubblico nel giardino sui temi urbani;
- Proposta progettuale di **"una nuova piazza"** nell'area di prossimità della scuola.

Al termine della campagna di crowdfunding, il progetto ha raggiunto con 78 donazioni il primo goal di 6.000 euro su un complessivo di circa 27.000 euro. Ha raccolto l'interesse della Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino, che si è impegnata con una donazione a copertura della totalità del progetto.



## Che cosa ha funzionato

### Progetto:

- il **legame con la scuola**;
- la **partecipazione delle famiglie** nonostante le condizioni complicate legate alla pandemia;
- l'**apertura e l'appoggio di soggetti esterni** a supporto della campagna di crowdfunding;
- la **generatività** di progettualità che vanno oltre Cortile Mondo;
- la capacità di convogliare l'**attenzione** dei media e dell'opinione pubblica locale.

### Festival:

- una forma di passione/testardaggine dei curatori e dei promotori;
- l'occasione per incontrare le altre realtà selezionate per il festival.

## Cosa non ha funzionato

### Progetto:

- la **scuola chiusa**, a causa della pandemia, con l'impossibilità di accedere al giardino;
- **poca risposta** da parte di alcuni componenti del tavolo di committenza.

### Festival:

- le richieste di feedback serrate, unite al dilatarsi dei tempi che, in talune fasi, non tenevano conto della dimensione volontaristica e gratuita del lavoro dei partecipanti;
- mancanza di rete tra progetti e di una discussione collettiva sui temi della città;
- mancanza di interlocuzione con l'Amministrazione comunale.

Il progetto nel 2021 ha in programma numerose azioni, tra le quali una **definizione condivisa del percorso di co-progettazione** per l'attuazione del progetto (interventi fisici e azioni immateriali) e un **intenso programma con la scuola** (fuori e dentro il giardino).



# 27.000,00 €

BUDGET DI PROGETTO

# 6.000,00 €

GOAL DI CAMPAGNA

# 3.407,00 €

RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING

# 23.593,00 €

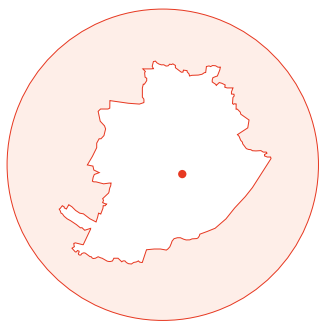
DA DONAZIONI SPECIALI  
CONSULTA PER TORINO

# 44,00 €

DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING

# 78

DONATORI



# CORTI.LÌ

## SPAZIO E TEMPO PER ESSERE

Via Giovanni Giolitti 35, Torino

L'angolo di Torino centro in cui sono presenti 2 grandi cortili comunicanti, pur offrendo molte opportunità, manca di spazi che offrano una **continuità di luoghi, tempi e relazioni di ingaggio della cittadinanza**. I cortili vogliono rispondere a questo bisogno diventando un **luogo aperto, attrattivo, inclusivo: rigenerazione urbana come rigenerazione di legame sociale**. Il progetto è una sfida: può un luogo qualsiasi, come un cortile, trasformarsi da semplice luogo di passaggio a **spazio comunitario**, generatore di legami sociali, per prendersi cura del nostro futuro?

Lo stato dei cortili presenta una stratificazione dei sedimenti nel tempo che ha lasciato tracce frammentarie e discontinue (edifici, vegetazione, posa). L'idea di riqualificazione parte dalla volontà di ricostruire **un'immagine unitaria**, valorizzando la pluralità di attività, presenti e possibili, tra metafora e concreta trasformazione. La sistemazione prevede diversi livelli di intervento: regimazione delle acque meteoriche, predisposizione illuminazione scenografica, impianti elettrici e audio, pavimentazione, verde e installazione di elementi di arredo. Ci si muoverà per restituire unitarietà allo spazio aperto, componendo e facilitando usi diversi (gioco, sosta, incontro) e mitigando la disturbante presenza di manufatti ed opere esistenti.

Il 2020 è stato un anno molto denso e le prospettive non sono di un immediato superamento della situazione critica. Un'infinità di cose sono accadute in pochissimo tempo: una successione di fatti, notizie e cambiamenti incalzanti e spesso travolgenti, che ha investito la vita di ciascuno e si è amplificata nella consapevolezza della dimensione contemporanea, planetaria e dolorosa che ha assunto. A ciò si è sommata la preoccupazione per la sostenibilità delle nostre organizzazioni, rendendo complesso il lavoro di creazione della comunità di Corti.Li, che proprio per la natura del progetto si è configurata da subito come una **"comunità al quadrato, ovvero comunità di comunità"**, perché costituita dalle diverse "umanità" che appartengono alle rispettive organizzazioni.

### TAVOLO DI COMMITENZA

Coordinamento del progetto:  
**Francesca Sisto** (Opera Municipale Istruzione)

Progettisti:  
**Barboso Re**

**Opera Municipale Istruzione (OMI)**

**Cooperativa Proges - Nido della Musica**

**Casa maternità Prima Luce**

**CAMERA Centro Italiano per la Fotografia**

**Il Centralino Club**

**L'uovodicolombo**



Corti.Li ha usato questi mesi per rimanere in contatto con le comunità di riferimento realizzando un ciclo di incontri on-line intorno ai nuovi modi di pensare il presente e due matrici di social dreaming in favore del gruppo di progetto. Alla riapertura a giugno Corti.Li ha promosso una serie di iniziative dal vivo (spazi ludici per bambini, serate culturali, concerti, feste). Il progetto quindi ha mantenuto il suo focus specifico sulla trasformazione dei cortili in luoghi comunitari dove il lockdown è stato un promotore di consapevolezza.

La campagna di crowdfunding è stata molto impegnativa, soprattutto perché le azioni in programma da realizzare all'interno dei cortili sono state più che dimezzate a causa della situazione pandemica in corso. Ciò ha reso la nostra azione molto meno efficace. Il nostro progetto voleva come prima cosa costruire una "comunità di comunità". Se la guardiamo da questa prospettiva, sappiamo che abbiamo ancora molto lavoro, reso più complicato dalla situazione in atto. È proprio questo, d'altronde, che dimostra l'importanza di luoghi che realizzino l'urgenza di vicinanza e di cittadinanza.

Il progetto nel 2021 ha alcune azioni in programma:

- prosecuzione della campagna di crowdfunding in modo da ampliare la conoscenza del progetto e dei suoi obiettivi;
- predisposizione di un punto di lettura per i piccoli per il quartiere;
- formazione sui beni comuni e amministrazione condivisa.

## 15.000,00 €

BUDGET DI PROGETTO

## 5.000,00 €

GOAL DI CAMPAGNA

## 1.314,00 €

RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING

## 3.686,00 €

DA DONAZIONI SPECIALI

FONDAZIONE PER L'ARCHITETTURA / TORINO,  
CNAPPC, IDROCENTRO

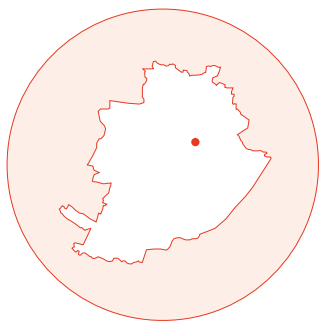
## 23,00 €

DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING

## 58

DONATORI





### TAVOLO DI COMMITTENZA

Il tavolo di committenza è composto da persone con background diversi e competenze specifiche in vari ambiti. L'iniziativa è stata co-progettata con **RE.TE. Ong**, che gestisce e coordina il progetto **AgroBarriera**, e gli **ortolani del Boschetto**.

Il progettista di riferimento della proposta è l'architetto **Egidio Sandron**.



# FORNO SOCIALE S.P.I.G.A.

## SPAZIO DI PANIFICAZIONE INCLUSIVO PER LE GENERAZIONI ARTIGIANE

Via Petrella 28, Torino

SPIGA prevede la realizzazione di un forno sociale per il quartiere Barriera di Milano quale strumento di *inclusione e rafforzamento* del tessuto sociale della periferia nord di Torino. L'obiettivo è restituire una nuova centralità alla panificazione e all'autoproduzione di cibo, essenziali per la creazione di comunità più coese e solidali. Il progetto, inoltre, prevede la realizzazione di una **biblioteca del grano** (un campo sperimentale dove coltivare insieme agli ortisti differenti varietà di semi) e di attività con le scuole, al fine di educare ad una corretta alimentazione e rafforzare l'empowerment familiare.

Il progetto **SPIGA** vuole stimolare l'attenzione sulla produzione e il consumo di grani e farine di qualità, promuovendo l'acquisto di prodotti provenienti da sementi libere e varietà diversificate, tutelando la biodiversità e contrastando la standardizzazione delle sementi da agricoltura intensiva. L'emergenza sanitaria ha modificato in parte i nostri obiettivi: al potenziamento di percorsi di inclusione sociale abbiamo unito riflessioni sul tema della **povertà alimentare**, provando a immaginare piccole azioni simboliche a sostegno delle realtà più fragili, come sfornare pane di qualità per i più bisognosi. Il nostro lavoro è mosso dalla consapevolezza che la buona alimentazione sia fondamentale per il corretto sviluppo umano, e che il cibo di qualità non può essere prerogativa solo di ceti abbienti. Il distanziamento sociale imposto dalla pandemia ha messo a dura prova soprattutto le relazioni, che restano il cuore della nostra iniziativa.

Abbiamo cercato di tenere unita la comunità anche a distanza attraverso la capacità del pane di generare connessioni: abbiamo così deciso di donare la pasta madre a tanti cittadini di Torino (il lievito di birra era introvabile) e abbiamo attivato il servizio "**Contiene pasta madre**", una mappatura dei palazzi Torinesi che, attraverso un QR code, esprimono tra le proprie caratteristiche anche quella di "distributore" di lievito madre. Parallelamente abbiamo creato momenti di condivisione e socialità legati alla panificazione casalinga.

Grazie al sostegno di tanti cittadini, di Iren e della Circostrizione 6, di Fondazione per l'architettura / Torino, di Starteed e di numerosi sponsor e sostenitori come Panacea, Bagni pubblici di via Agliè, siamo riusciti a raggiungere i primi due goal del nostro progetto e potremmo realizzare la biblioteca del grano e il Forno Sociale al Boschetto di via Petrella!

**Le azioni in programma per i prossimi mesi sono:**

- costruire il Forno Sociale;
- laboratori educativi sul tema della panificazione con le scuole;
- laboratori di panificazione realizzati insieme a Panacea;
- incontri e presentazioni con panificatori e mugnai etici del territorio;
- avviare la biblioteca del grano;
- realizzare bacheche informative sui grani coltivati al Boschetto;
- avviare campagne di sensibilizzazione per promuovere l'acquisto di prodotti di filiera corta.

**25.000,00 €**

**BUDGET DI PROGETTO**

**7.500,00 €**

**GOAL DI CAMPAGNA**

**3.608,00 €**

**RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING**

**11.392,00 €**

**DA DONAZIONI SPECIALI**

FONDAZIONE PER L'ARCHITETTURA / TORINO,  
CNAPPC, IDROCENTRO, IREN

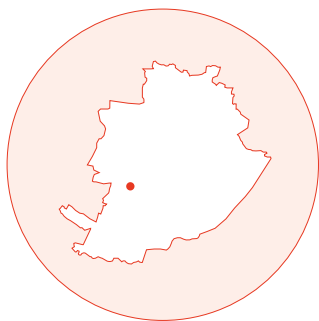
**37,00 €**

**DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING**

**97**

**DONATORI**





## HEAR ME

Giardino F. Piredda, via Issiglio 129, Torino

### TAVOLO DI COMMITTENZA

**Giulia Mezzalama** (architetto, MinD  
Mad in Design)

**Giulia Sala** (architetto, PUSH)

**Elena Varini** (psicologa Blu Acqua Srl)

**Salvatore Cristofaro** (designer)

**Enza Brunero** (designer)

**Amelia Valletta** (architetto)

In collaborazione con:

**Circoscrizione 3**  
(presidente Francesca Troise)

**Comune di Torino, area Beni comuni**  
(architetto Laura Socci)

HEAR ME è un progetto pilota di “riabilitazione” urbana incentrato sulla dimensione dell’ascolto come strumento di inclusione sociale. Nasce per mettere “in ascolto” la città di fronte ad alcune situazioni di disagio e marginalità nell’ambito della salute mentale lavorando sulla dimensione del SUONO come strumento universale di connessione. HEAR ME si rivolge ai cittadini che risiedono nel quartiere di Borgo San Paolo con particolare attenzione agli utenti seguiti dai Centri di Salute Mentale che vivono nelle residenze psichiatriche che si affacciano sul giardino e che non frequentano e quindi non beneficiano del contatto con la natura e con gli altri cittadini. Il progetto prevede l’attivazione di pratiche di inclusione sociale che attraverso l’ascolto mettano in connessione utenti e cittadini.

L’impossibilità di lavorare fisicamente sull’area verde durante la pandemia non ha snaturato il progetto, anzi per certi versi, ha ridato valore ai suoi significati più profondi. Una collettività ben più ampia ha sperimentato in questi mesi forme di isolamento e marginalità, diffidenza e pregiudizi, paura della malattia e incertezza. Il bisogno di connessione con la natura, con la città e i suoi abitanti, è diventato un bisogno universale e non più solo degli abitanti delle residenze psichiatriche. Se non è quindi stato possibile attivare da subito pratiche di co-progettazione sull’area in oggetto, il progetto ha colto l’occasione di quel momento di pausa per ribadire l’importanza dei suoi presupposti attivando strumenti di comunicazione digitale fruibili da un pubblico più ampio.

La campagna di crowdfunding è nata con l’intento di sottolineare la dimensione universale della tematica affrontata da HEAR ME e sensibilizzare di conseguenza una maggiore collettività. Gli strumenti di comunicazione digitale hanno consentito di attivare una community online i cui confini hanno oltrepassato quelli del quartiere. Parallelamente le attività riabilitative con gli utenti seguiti dai Centri di Salute Mentale sono progressivamente ripartite focalizzandosi proprio sul tema del rapporto con la Natura. Tra gli aspetti particolarmente critici vi è senza dubbio la difficoltà, ancora esistente, di attivare pratiche di co-progettazione che mettano in comunicazione diretta utenti e cittadini dell’area. Questo aspetto ha messo in luce il tema del **Digital Divide** e il conseguente isolamento per coloro che non accedono a strumenti di comunicazione digitale (come utenti o anziani). Se da un lato non si è rafforzata la comunità intorno all’area in oggetto (che non ha in effetti partecipato attivamente con donazioni alla campagna di crowdfunding), dall’altro lato la cam-



pagna ha attivato un processo di sensibilizzazione che ha avuto buoni riscontri grazie soprattutto alla rete di contatti dei soggetti proponenti.

HEAR ME si propone nel 2021 di raggiungere nuovi obiettivi che tengano conto tanto delle modalità digitali, tanto della possibilità di tornare a collaborare in presenza, concentrandosi su due aspetti principali:

- **l'ascolto**, inteso anche come la possibilità di stabilire nuove forme di comunicazione tra le persone grazie all'utilizzo della **tecnologia digitale** volte a promuovere azioni di sensibilizzazione sul tema della salute mentale e a superare il Digital Divide;
- **il rapporto con la natura**, e in particolare la riqualificazione del **verde pubblico**, inteso come fonte di benessere, come alleato delle strategie riabilitative tradizionali.

Le azioni previste per il 2021 sono:

1. attività riabilitative con gli utenti in presenza e in remoto;
2. attività di sensibilizzazione all'interno del quartiere intorno all'area in oggetto;
3. call for contributors (utenti, cittadini, studenti, progettisti);
4. attivazione pratiche di co-design (raccolta suoni guidata da un sound designer; attività trasformative sull'area, installazioni temporanee e innovative pratiche di manutenzione);
5. programmazione del lungo periodo con i servizi territoriali;
6. condivisione e disseminazione delle esperienze;
7. osservazione e restituzione.

**19.000,00 €**

**BUDGET DI PROGETTO**

**15.000,00 €**

**GOAL DI CAMPAGNA**

**3.104,00 €**

**RACCOLTI TRAMITE CROWDFUNDING**

**11.896,00 €**

**DA DONAZIONI SPECIALI**

FONDAZIONE PER L'ARCHITETTURA / TORINO,  
CNAPPC, IDROCENTRO

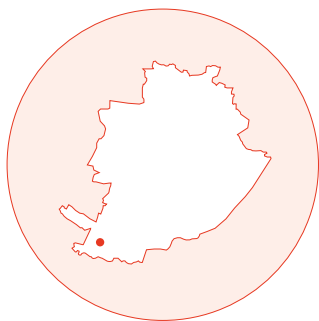
**71,00 €**

**DONAZIONE MEDIA CROWDFUNDING**

**44**

**DONATORI**





## MIRAORTI

### Strada del Drosso, Torino

Obiettivo generale del progetto è creare un grande parco agricolo lungo sul Sangone, restituendo il verde pubblico ai cittadini. Il progetto di ricerca-azione Miraorti è nato nel 2010 per attivare percorsi decisionali inclusivi per la progettazione partecipata del territorio. Uno dei fini inizialmente previsti è stato quello di supportare l'Amministrazione nella redazione dei progetti, ma, grazie al lavoro sul campo, Miraorti ha individuato la necessità di ridefinire gli obiettivi della riqualificazione e di inserirsi in un quadro unitario a scala di quartiere. L'associazione, che oggi gestisce Orti Generali in Strada Castello di Mirafiori, ha instaurato a suo tempo una comunicazione duratura con i cittadini con orti abusivi in Strada del Drosso, indagando significati attribuiti ai luoghi, maturando un'idea di *politica ambientale* non limitata all'ambito giuridico-formale, ma capace di valorizzare le competenze di tutti gli *stakeholders*, rendendo il processo conoscitivo un'azione sociale e l'attività di ricerca un agente di cambiamento. Il lavoro è stato portato avanti in prevalenza sul campo, senza pretese di neutralità, seguendo anzi un approccio di tipo relazionale (costante scambio di conoscenze, emozioni, esperienze), necessario per creare spazi di collaborazione. Per introdursi nel contesto e costruire interazioni con gli ortolani, Miraorti ha avviato la conduzione di un orto abusivo dal 2010. Nel 2020 con l'interesse di un settore dell'Amministrazione alla riqualificazione di questa area di 6 ettari, l'associazione ha partecipato al bando Bottom Up! per riprendere in mano le fasi di bonifica dal basso e attivazione dei processi di creazione di comunità avviati nel periodo 2010-2014.

Nessun processo di riattivazione della comunità di Miraorti è stato messo in campo prima del raggiungimento del goal della campagna di Bottom Up!. A Orti Generali dal 2019 era già attivo un processo di creazione di comunità, attraverso il lavoro negli orti e la comunicazione tramite social e newsletter: con l'azione di telecoltivazione nel lockdown a Orti Generali, lo staff ha sentito periodicamente gli ortolani, per lavorare al loro posto gli orti secondo le indicazioni degli assegnatari; sui social gli ortolani hanno potuto esprimere la loro voglia di tornare a lavorare la terra con video e verificare l'avanzare dei lavori. Il tema dell'orticoltura di comunità, uno dei punti cardine di Miraorti, durante il lockdown è stato approfondito, esplicitato e mostrato. I testi per la campagna di crowdfunding sono stati ispirati alle ricerche sull'area iniziate nel 2010 e sono stati uniti con una nuova identità del quartiere che si sta portando avanti con Fondazione della Comunità di Mirafiori in ottica di rebranding territoriale.

### TAVOLO DI COMMITTENZA

Federico Guiati (architetto)

Associazione Coefficiente Clorofilla:  
Stefano Olivari (paesaggista),  
Matteo Baldo (sociologo)

Gruppo informale ortolani abusivi  
di Strada del Drosso

Comitato Borgata Mirafiori

Fondazione della Comunità  
di Mirafiori Onlus





Una solida strategia social su Facebook Miraorti con circa 2000 follower ha ripercorso ricompense, obiettivi, proponendo anche le pillole del video del crowdfunding, coronato da foto di Giuseppe Moccia degli orti interessati e immagini registrate con il drone sui 6 ettari di orti. Il rilancio dei post di Miraorti sulle pagine Facebook e Instagram di Orti Generali ha permesso un'attualizzazione concreta del progetto nella sua veste contemporanea. 6 le newsletter inviate da Orti Generali a oltre 1000 iscritti, interessati di argomenti relativi all'orticoltura e rigenerazione urbane, contenevano l'invito a fare donazioni. L'organizzazione del Gran Galà Miraorti, evento inserito in Terra Madre Salone del Gusto 2020, con il coinvolgimento dei 160 ortolani di Orti Generali, degli abitanti di quartiere, di Mirafood (la Comunità Slow Food di Mirafiori Sud), rilanciato con lavoro di ufficio stampa coordinato con Fondazione Mirafiori, ha acceso i riflettori sulla campagna, permettendo di raggiungere un buon risultato di donazioni. Avendo raggiunto il goal, l'associazione è ottimista che il progetto di rigenerazione urbana possa essere interessante per la cittadinanza. Si attende che l'Amministrazione, vero attore a cui compete la decisione di riqualificare l'area, molto estesa e con materiali impropri da smaltire, si occupi di incaricare il soggetto attuatore per un piano di riqualificazione fattiva.

Per il 2021 la principale azione in programma, a cui saranno destinate le donazioni raccolte nella loro totalità, sarà il censimento degli orti (nel 2010 erano 240) con un piano di caratterizzazione preliminare in vista del procedimento di bonifica: si procederà con una valutazione e stima dei materiali impropri presenti nell'area e verrà fatta una stima dei costi per lo smaltimento. Contemporaneamente si procederà al campionamento del suolo, per valutare la fertilità e le necessarie operazioni per renderlo utile agli scopi futuri (autoproduzione del cibo).

## 11.400,00 €

BUDGET DI PROGETTO

## 10.000,00 €

GOAL DI CAMPAGNA

## 3.215,00 €

RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING

## 6.785,00 €

DA DONAZIONI SPECIALI  
FONDAZIONE COMPAGNIA DI SAN PAOLO

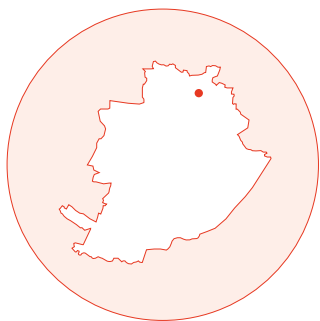
## 24,00 €

DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING

## 136

DONATORI





## UNA PIETRA TIRA L'ALTA

Via Cavagnolo 7-9, Torino

### TAVOLO DI COMMITTENZA

**Antonio De Serio** (presidente dell'Agenzia per lo Sviluppo di Pietra Alta)

**Il Piccolo Cinema** (Diana Giromini, Roberta Di Mattia, Massimiliano De Serio, Gianluca De Serio, Silvia La Torre)

**Armando Poggi** (Gruppo Anziani)

**Silvia Cucco** (Cooperativa Animazione Valdocco)

**Francesco Massarini** (architetto)

**Valentina Claudia Mangiarotti** (architetto)

Gli spazi del Centro di Aggregazione Culturale di Via Cavagnolo 7 ospitano il Piccolo Cinema con proiezioni, presentazioni, workshop, oltre ad attività di sostegno scolastico ed educativo per i ragazzi, con proposte culturali e ricreative per ogni età. L'edificio abbandonato e degradato di via Cavagnolo 9 ha affaccio su fronte strada e spazio esterno facilmente collegabile al cortile del Centro e può corrispondere ad avamposto riconoscibile nel quartiere delle attività svolte. Si avverte la necessità di creare uno spazio unico, senza soluzione di continuità tra i due edifici e il cortile, vista la posizione del Centro arretrata e poco percepibile al fondo dell'attuale cortile, al momento sottoutilizzato e in stato di abbandono. Serve uno spazio catalizzatore e diffusore di iniziative, laboratorio, bacheca di quartiere che accolga e metta in relazione persone, comunità, idee, culture: presidio e sostegno agli abitanti, portierato di quartiere, biblio/videoteca, ludoteca, cucina e ristoro, orto e "fioriera di quartiere". Si vuole a tal fine una metodologia partecipata, una co-progettazione, con scambio di idee e condivisione dello spazio fisico e sociale, inclusiva, volta a promuovere la cittadinanza attiva e la responsabilità degli stessi abitanti nella cura del proprio territorio, con programmazione dal basso di ogni attività. Si propone la ristrutturazione dell'immobile in via Cavagnolo 9 e l'annessione dello stesso al centro di via Cavagnolo 7, **tramite 10 moduli container** oltre alla valorizzazione e allestimento degli spazi esterni relativi ai due edifici, pedonalizzazione di parte di via Cavagnolo atta a collegamento verde tra i due attuali cortili e parte del piazzale ora sterrato, resi così comuni in un unico giardino per area gioco, punto ristoro, zona lettura, cinema all'aperto, orto, assicurando utile parcheggio allestito in parte del suddetto piazzale prospiciente e compreso tra Corso Vercelli e la prima parte di Via Cavagnolo.

Dall'idea iniziale, il progetto si è sviluppato perseguendo soluzioni maggiormente rivolte allo spazio esterno, spazio pubblico di prossimità, con la previsione di demolire la casetta di Via Cavagnolo 9, che nel progetto iniziale era il fulcro della rigenerazione da cui partivano i container. Si è arrivati ad immaginare Pietra Alta come un salotto di quartiere, un giardino culturale, un'arena a cielo aperto, **uno spazio di vita quotidiana arredato, reso accogliente e bello.**

Nella rimodulazione del progetto durante il percorso del festival, l'obiettivo si è molto ridotto e riteniamo che la somma raccolta con il crowdfunding non permetterà di operare in modo incisivo sulla rigenerazione dei luoghi. Tuttavia, per noi "soli" andare avanti diventa impresa

ardua e auspichiamo che la Fondazione per l'architettura / Torino continui a sostenere il progetto, anche oltre l'esperienza di Bottom Up!. Condividiamo qui una criticità che ci pare debba essere presa in carico qualora l'esperienza di Bottom Up! dovesse replicarsi: questi processi nascono grazie all'iniziativa di cittadini, aiutati da architetti che svolgono l'attività di coordinatori e di traduttori di istanze. Vorremmo però che "la mano dell'architetto" si vedesse di più, mettendo al centro i progettisti e il progetto urbano. E ci pare giusto segnalare che sarebbe opportuno strutturare una modalità di compenso dei progettisti, che non vogliono prestare il loro lavoro a titolo volontario. Proponiamo che l'organizzazione del festival, in futuro, preveda un premio nel momento della selezione del progetto, come acconto sulle attività che si andranno a svolgere e che saranno regolate da incarico professionale con le associazioni coinvolte.

Le attività per il 2021 prevedono di coinvolgere preliminarmente nuovi sponsor privati per raggiungere l'obiettivo finale, che intende intervenire anche sul parcheggio esterno, sulla pedonalizzazione della via Cava-gnolo e portare avanti la demolizione della casetta e la costruzione di una tettoia.



## 34.500,00 €

BUDGET DI PROGETTO

## 12.000,00 €

GOAL DI CAMPAGNA

## 6.115,00 €

RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING

## 5.885,00 €

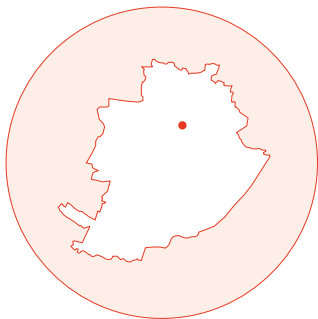
DA DONAZIONI SPECIALI  
FONDAZIONE COMPAGNIA DI SAN PAOLO

## 34,00 €

DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING

## 182

DONATORI



## TAVOLO DI COMMITTENZA

Giorgio Davi, Paolo Freschi,  
Elena Carmagnani, Galla Vallée,  
Valentina Garbolino

Circolo Risorgimento

Associazione di Promozione  
Sociale Casseta Popular

# RISORGIMENTO SOCIAL CLUB

Circolo Risorgimento, Via Giovanni Poggio 16, Torino

Un incontro casuale di un gruppo di amici ai tavolini di una bocciofila ha innescato una discussione su bisogni, desideri e potenzialità dello storico Circolo Risorgimento, una comunità di persone unite dalla finalità di rivitalizzare e rigenerare un'area urbana periferica di forte valore sociale, nel cuore del quartiere operaio di Barriera di Milano. In particolare, la riappropriazione della grande tettoia in legno, mai ultimata, che nelle intenzioni del Comune doveva diventare un bocciodromo. Il progetto doveva fungere da motore della trasformazione e permettere al Circolo di usufruire di questo spazio coperto e renderlo utilizzabile da tutti per espandere l'offerta di attività di cui il quartiere ha bisogno.

Le fasi iniziali del progetto hanno riguardato la costruzione di una conoscenza reciproca tra il gruppo di lavoro e la realtà del Circolo, costituita da una associazione che gestisce il bar-ristorante e dalla comunità di persone che lo frequentano da decine di anni. Abbiamo raccolto le informazioni necessarie attraverso questionari, interviste, incontri e abbiamo cercato di tradurre le necessità emerse, focalizzando gli interventi e il relativo costo. Anche nei mesi di lockdown il Circolo ha rappresentato un punto di riferimento per il quartiere, distribuito cibo, aiutato le persone in difficoltà, dato vicinanza e conforto a molti anziani soli. Noi abbiamo cercato di mantenere il contatto attraverso una campagna conoscitiva operata per mezzo di piccole interviste, telefonate, scambio di immagini e materiale storico. La risposta è stata molto interessante e parte del materiale è stato pubblicato sui social network mediante brevi "episodi" filmati, in cui i protagonisti raccontano la loro esperienza e le loro necessità. La direzione del Circolo si è mossa a fianco alle istituzioni, per trovare i fondi necessari ai lavori strutturali maggiormente onerosi, ottenendo anche un primo piccolo finanziamento da parte della Fondazione Compagnia di San Paolo, attraverso il bando Rincontriamoci.

Risorgimento Social Club, per non creare una sovrapposizione, a quel punto ha focalizzato la sua attenzione sulle attività da svolgere in questo spazio, più che sulla parte architettonica ed edile dello stesso. Abbiamo quindi individuato alcune strategie e necessità molto concrete e pratiche che abbiamo trasformato in azioni e goal da proporre alla campagna di crowdfunding. La chiusura imposta dall'emergenza Covid non ci ha permesso di far conoscere il Circolo al grande pubblico attraverso gli eventi, le cene, gli spettacoli che avevamo ipotizzato. Le attività in loco dovevano essere il punto focale della nostra campagna, costituirne le ricompense e i momenti di promozione. Abbiamo avuto molte difficoltà



a raggiungere la comunità locale, il quartiere e gli utenti anche perché poco avvezza all'uso delle tecnologie e dei social media. Grazie a Risorgimento Social Club e al festival Bottom Up! il Circolo Risorgimento ha compreso l'importanza della grande tettoia e ha, in un processo di contrattazione con le istituzioni, concluso un accordo sull'acquisizione a lungo termine dello spazio. Consideriamo questo il vero risultato positivo raggiunto.

Purtroppo il 18 novembre 2020 il Covid ci ha portato via Carlo Foppa, cuore e linfa vitale del Circolo, del quartiere Barriera di Milano e della Città. Assieme a Loris, Maria Grazia e tutti i compagni di quest'avventura, dedichiamo ogni sforzo, ogni azione, ogni pensiero presente e futuro all'amico Carlo e al suo sorriso.

#### 8 azioni per il 2021:

- ricostruire il rapporto con il Circolo e con la comunità locale;
- coinvolgere maggiormente le istituzioni sugli sviluppi del progetto;
- ridefinire le priorità che sono variate in questi mesi;
- ridefinire un budget per gli interventi più urgenti;
- costruire un calendario di eventi e incontri;
- aggiornare gli strumenti di comunicazione;
- riappropriarsi dello spazio.



## 23.300,00 €

BUDGET DI PROGETTO

## 15.000,00 €

GOAL DI CAMPAGNA

## 380,00 €

RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING

## 6.000,00 €

DA ALTRE FONTI  
BANDO RINCONTRIAMOCI

## 8.620,00 €

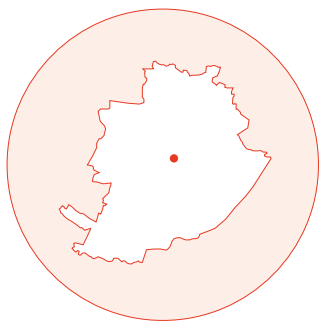
DA DONAZIONI SPECIALI  
IREN

## 18,00 €

DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING

## 21

DONATORI



## RUOTA DI SCARTO

Piazza della Repubblica, Torino (prima sperimentazione)

Il progetto, che durante il percorso del festival Bottom Up! ha subito un cambio di nome da Furgoncibo a Ruota di Scarto, non ha cambiato la sua veste né gli intenti con cui è stato concepito inizialmente. La proposta ha l'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare attraverso la creazione di una cucina mobile in grado di recuperare, trasformare e distribuire le eccedenze della filiera alimentare del contesto torinese altrimenti inutilizzate. In particolare, il progetto mira ad un "riutilizzo sociale" di tali eccedenze in favore delle fasce deboli della popolazione, andando ad agire anche sul sistema valoriale per ridare al cibo-scarto il valore di risorsa riutilizzabile, tramite una serie di azioni in rete che favoriscano lo sviluppo di un sistema che dal livello micro della scala di quartiere, possa essere replicabile ed estendibile su scala macro nel tessuto cittadino.

### TAVOLO DI COMMITTENZA

**Associazione Eufemia** (20+ altri enti di cui Eufemia è capofila)

**Rete Food P.R.I.D.E.**

**Grazia Giulia Cocina** (architetto)

**Giacomo Mulas** (architetto)

La fase di prima scrittura e avvio del lavoro è stata un momento positivo di scambio anche con gli ideatori del festival. Le prime battute, malgrado i tempi serrati, della fase pre-pandemia sono stati un periodo fruttuoso e produttivo per l'evoluzione del progetto, in cui hanno trovato espressione un logo, una campagna per immagini e un video promozionale che trattava il tema dello spreco alimentare come problematica universale. La campagna aveva infatti l'obiettivo di raggiungere un pubblico vasto, generalista e interessato a fare la differenza, trattando sì il contesto torinese, ma lavorando sull'idea di un modello replicabile ovunque. L'arrivo delle restrizioni e il progressivo spostamento del momento della concretizzazione della campagna ci hanno obbligati da una parte a rimodulare le azioni previste concentrandoci prevalentemente su una comunicazione online, dall'altra ad implementare le progettualità di sostegno alla popolazione colpita gravemente dalla crisi economica e sociale. Le restrizioni causate dall'emergenza sanitaria hanno reso più complessa la fase di crowdfunding, ma non ci hanno impedito di organizzare due eventi in presenza (oltre ad aver partecipato a quelli organizzati da Bottom up!) e di stringere una nuova collaborazione con Progetto SLIP – Spazio Libero di Incontro e Partecipazione.

Il 19 Settembre 2020 abbiamo organizzato l'evento "**Passata/e in Barriera**" in collaborazione con gli ideatori del progetto SPIGA. La prima passata comunitaria nel boschetto urbano di Agrobarriera in collaborazione con Rete ONG e Arcobaleno ONLUS. A partire dal raccolto di pomodori invenduti provenienti dalla rete Food Pride sono state realizzate conserve di pomodoro da donare alle famiglie in strato di fragilità. A seguire un aperitivo di presentazione dei progetti.



Il 24 Ottobre 2020, con la collaborazione de Il Gusto del Mondo SRL  
Impresa Sociale (brigata di cucina impegnata nell'inserimento profes-  
sionale di fasce deboli), abbiamo organizzato un aperitivo di presenta-  
zione del progetto Ruota di Scarto all'interno dell'evento "SliUpArte". All'evento  
hanno partecipato circa 50 persone, rendendo così vincente la nascente  
collaborazione con Progetto SLIP.

Le attività di Associazione Eufemia e di Food Pride Torino ruotano  
attorno al recupero delle eccedenze alimentari, al riutilizzo sociale e, in  
generale, a quello che consideriamo un "diritto al cibo". Soprattutto in  
una fase in cui le fragilità economiche, sociali ed alimentari delle persone  
sono accentuate dall'emergenza sanitaria, l'obiettivo è continuare a  
costruire comunità in grado di ridisegnare geografie "solidali". Ruota  
di Scarto è, in questo senso, una progettualità strategica e porteremo  
avanti il sogno di una cucina mobile a Torino.

**24.000,00 €**

BUDGET DI PROGETTO

**6.000,00 €**

GOAL DI CAMPAGNA

**581,00 €**

RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING

**5.419,00 €**

DA DONAZIONI SPECIALI  
IREN

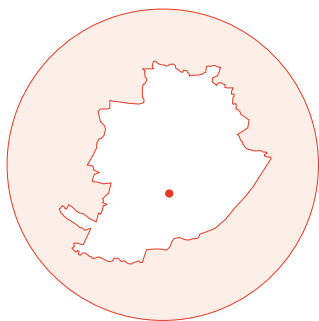
**25,00 €**

DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING

**23**

DONATORI





## STIAMO FRESCHI!

Casa del Quartiere San Salvario, via Morgari 14, Torino

La Casa del Quartiere di San Salvario è un laboratorio per la progettazione e realizzazione di attività sociali e culturali che coinvolge associazioni, cittadini e operatori. Uno spazio aperto e multiculturale che dal 2010 ogni anno accoglie oltre 200 eventi culturali, 250 corsi, 9 servizi educativi e 13 sportelli di consulenza gratuita. D'estate, la maggior parte delle attività privilegia l'uso del cortile: 600 mq che rappresentano un unicum nel quartiere, dove i bambini possono giocare indisturbati dal traffico. Nelle ore più calde, però, il cortile diventa inutilizzabile in quanto distesa di cemento priva di ombreggianti e verde. Con il progetto **Stiamo freschi!** vogliamo realizzare un sistema di pergole inverdite in corrispondenza delle sedute perimetrali, che vadano ad aumentare lo spazio ombreggiato all'aperto, riparando anche le pareti in corrispondenza delle sale interne maggiormente utilizzate per eventi pubblici. L'elemento del verde contribuirà a mitigare l'impatto climatico e ad abbellire questa piccola piazza pubblica.

### TAVOLO DI COMMITTENZA

Giulia Cerrato, Anna Rowinski, Marina Pelfini, Mattia Paco Rizzi, Luigi Greco ed Edoardo Santoro

### ENTI COINVOLTI

Agenzia per lo Sviluppo Locale di San Salvario Onlus - Casa del Quartiere San Salvario (capofila)

Cooperativa Tavola di Babele - Bagni Municipali

Associazione Sguardo nel Verde studio GRRIZ, Luigi Greco (architetto)

Anche con l'impatto della pandemia, il progetto è rimasto intatto: ciò che desideriamo è trasformare il cortile della Casa del Quartiere in un giardino verde e fresco per accogliere le attività estive. Quello che è cambiato è stato il nome del progetto: da "Stiamo freschi" a "10x10 Dieci euro x dieci anni di bellezza" per la campagna di crowdfunding. Questa raccolta fondi era stata pensata per un altro periodo dell'anno, in concomitanza con le rassegne di eventi estivi, periodo in cui le persone utilizzano di più il cortile e si rendono effettivamente conto del problema del caldo eccessivo. Con la decisione di posticipare il festival, abbiamo re-indirizzato tutto sulla festa per i 10 anni della Casa del Quartiere. Ci sembrava il miglior slogan da lanciare, soprattutto per il periodo storico: immaginiamo i prossimi 10 anni insieme. Abbiamo raccolto solo il **25% del denaro**, pari a **2.514 euro**, che ci serve effettivamente per realizzare le pergole in legno per il cortile. **137 persone** hanno scelto di fare piccole donazioni, con il principio della lotteria, "se tutti mettiamo 10 euro, riusciamo a realizzare le strutture".

Il fatto di aver raccolto direttamente solo il 25% del goal non ci sembra un risultato ottimale, perché di solito la Casa riesce a coinvolgere molto di più la comunità. Ci siamo chiesti perché sia andata così e abbiamo individuato due principali motivazioni che vorremmo condividere:

1. durante lo scorso lockdown abbiamo sollecitato moltissimo le nostre comunità nel donare beni di prima necessità e fondi per sostenere le famiglie in difficoltà della Circostrizione 8 e attra-



verso il servizio di spesa solidale per l'emergenza alimentare.

**Nel giro di pochi mesi abbiamo raccolto ben 20.000 euro;**

- la manutenzione della Casa del Quartiere è un tema che interessa principalmente i fruitori diretti della Casa: associazioni, utenti che partecipano a corsi e servizi, i clienti del bar. Possiamo dire che le associazioni e molti utenti dei corsi e servizi della Casa sono stati duramente colpiti dal lockdown, ritrovandosi all'improvviso senza lavoro. E difficilmente le persone riescono a donare in **un momento di ristrettezza economica**.

Dal 3 novembre 2020 siamo stati colpiti da nuova chiusura per il secondo lockdown che continua a causa della zona arancione, fino a febbraio 2021. Alla fine del festival Bottom Up!, però, la Fondazione per l'architettura / Torino, il Consiglio Nazionale Architetti PPC e Idrocentro hanno ulteriormente donato al progetto **4.750 euro**. Inoltre, anche Iren ha scelto di donare un contributo di **2.736 euro**. Grazie a queste due importanti donazioni finali, abbiamo raggiunto il 100% del goal: **10.000 euro**. È già iniziata l'elaborazione del progetto esecutivo con GRRIZ studio: il nuovo cortile della Casa del Quartiere sarà pronto ad accogliere la rassegna primavera bimbi e ragazzi da aprile 2021. Vi aspettiamo per il workshop di autocostruzione a fine marzo.

Segui gli aggiornamenti sul sito della Casa del Quartiere:  
[www.casadelquartiere.it](http://www.casadelquartiere.it)

## 10.420,00 €

BUDGET DI PROGETTO

## 10.000,00 €

GOAL DI CAMPAGNA

## 2.514,00 €

RACCOLTI TRAMITE  
CROWDFUNDING

## 7.486,00 €

DA DONAZIONI SPECIALI

FONDAZIONE PER L'ARCHITETTURA / TORINO,  
CNAPPC, IDROCENTRO, IREN

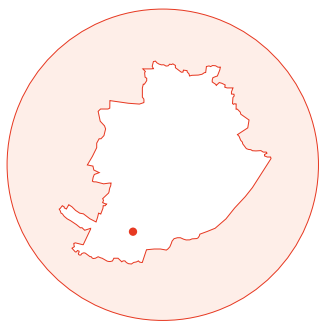
## 18,00 €

DONAZIONE MEDIA  
CROWDFUNDING

## 137

DONATORI





# WALL COMING! UN TEATRO PER IL FERRANTE

Via Berruti e Ferrero 3, Torino

## TAVOLO DI COMMITTENZA

Gruppo di progetto: **Eleonora De Salvo, Marta Grignani, Giulia Cerrato, Andrea Ciommio, Simone Rosset, Giulia Albano, Cristina Riggio**

Enti coinvolti:

**Associazione di Volontariato Aperti Aperte**

**Associazione Artieri**

**Associazione CODICEFIONDA**

**RiGenerAzioni APS**

**Inforcoop Ecipa Piemonte**

**IPM Ferrante Aperti**

**Fondazione Teatro Ragazzi e Giovani Onlus**

Progettista: **Marta Grignani** (architetto, Associazione Artieri)

WALL coming! è un percorso sperimentale di riscoperta delle proprie capacità che coinvolge i ragazzi detenuti nell'Istituto penale minorile di Torino in azioni consapevoli di immaginazione, progettazione e trasformazione concreta degli spazi comuni interni al carcere. Obiettivo del progetto è offrire ai ragazzi l'opportunità di manifestarsi e affermarsi attraverso la co-progettazione e l'allestimento di uno spazio multifunzionale a vocazione teatrale prevalente: un nuovo teatro di quartiere, interno all'Istituto ma aperto alla cittadinanza.

Nella prima fase del lockdown abbiamo progettato un piano di comunicazione con rassegne tematiche pubblicate sulla pagina Facebook del progetto. Oltre a presentare gli elementi innovativi del nostro progetto e gli enti del gruppo proponente, abbiamo scelto di raccontare anche progetti culturali virtuosi realizzati nelle carceri minorili italiane ed estere, anche attraverso incontri online.

Nonostante la pandemia, abbiamo scelto di non modificare il nostro progetto, in un momento in cui il carcere era (ed è tuttora) una realtà ancora più chiusa, rendendo davvero complicato (se non impossibile) trovare un modo per comunicare con i ragazzi e coinvolgerli in prima persona nel processo di co-progettazione previsto da WALL coming!. Sia gli adolescenti che i giovani adulti avevano a disposizione un computer per avere colloqui virtuali e comunicare con le proprie famiglie e un altro per partecipare a udienze e parlare con gli avvocati. Nel confrontarci con l'amministrazione abbiamo ricevuto la richiesta di non modificare il progetto ma di aspettare la possibilità di riprendere il lavoro già avviato.

La campagna di crowdfunding è stata abbastanza lineare dal momento che l'obiettivo del progetto era chiaro, definito e condiviso tra tutti gli enti coinvolti. Di grande aiuto è stata la presenza tra i componenti del gruppo di capacità di scrittura testi specifici, editing video e grafica. Tutta la campagna è stata infatti studiata e realizzata internamente. Diversamente da come era stata inizialmente immaginata non è stato per noi possibile realizzare eventi di promozione della campagna, il lavoro di diffusione della raccolta è infatti avvenuto principalmente attraverso contatti personali.



Il gruppo ha funzionato bene, siamo contenti degli obiettivi raggiunti e di come il valore del progetto sia stato più volte riconosciuto. Questo ci ha dato una bella carica e ci ha permesso di guardare oltre il festival e immaginare i prossimi passaggi e come raggiungere i prossimi obiettivi. Riteniamo però che l'emergenza sanitaria abbia limitato le potenzialità della campagna di crowdfunding, allo stesso tempo capiamo il valore di aver portato a termine entro l'anno e nonostante tutto un percorso comune a tutti i gruppi del festival. Crediamo che abbia dato delle prospettive positive alle comunità coinvolte.

Non siamo in grado di fare previsioni future per quanto riguarda le prossime azioni di progetto dal momento che l'emergenza sanitaria limita moltissimo la nostra possibilità di operare all'interno dell'istituto carcerario. Nell'immediato futuro abbiamo in programma di partecipare ad altri bandi per incrementare la raccolta fondi e continuare le azioni di confronto con altre realtà che già hanno portato il teatro all'interno di altri carceri minorili in Italia.

**20.720,00 €**

**BUDGET DI PROGETTO**

**17.000,00 €**

**GOAL DI CAMPAGNA**

**6.223,00 €**

**RACCOLTI TRAMITE CROWDFUNDING**

**10.777,00 €**

**DA DONAZIONI SPECIALI**

FONDAZIONE COMPAGNIA DI SAN PAOLO,  
FONDAZIONE PER L'ARCHITETTURA / TORINO

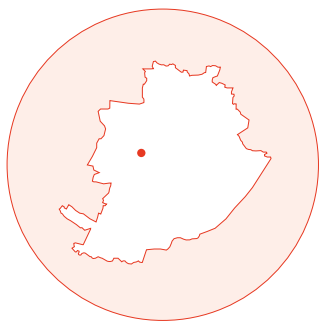
**55,00 €**

**DONAZIONE MEDIA CROWDFUNDING**

**113**

**DONATORI**





## 28. LO SPAZIO DI MEZZO

Via Giacomo Medici 28, Torino

Nonostante la presenza cinese a Torino sia consistente (8000 persone, di cui 2300 studenti universitari), manca un'occasione permanente di dialogo interculturale. Il progetto prevede la riattivazione di uno spazio vuoto e sottoutilizzato in via Medici 28 per rispondere a questa carenza, dando vita a un nuovo luogo di scambio culturale sino-italiano. I locali messi a disposizione tramite concessione dalla Circostrizione 4 potranno ospitare attività quotidiane di studio, lavoro ed eventi culturali. Per poter fruire dei locali sono necessarie alcune opere di allestimento da realizzare attraverso un workshop di progettazione e costruzione.

A fronte di una riorganizzazione durante il primo lockdown (marzo-maggio 2020) dovuto al Covid-19, il progetto si è riattivato attraverso un programma serrato di incontri tra gli organizzatori, con alcuni studenti e insieme alle amministrazioni locali. Le prospettive di presenza, unite alla volontà di workshop in situ per rinnovare i locali al civico 28 di via Medici, hanno necessariamente dovuto subire una deviazione, trasformando le attività previste, in un'occasione di scambio culturale e consolidamento dell'ipotesi progettuale.

La campagna di crowdfunding ha raggiunto quasi 5400 € di donazioni, pari a oltre la metà del goal prestabilito. La struttura della campagna, organizzata grazie al prezioso contributo di Starteed, si è basata sullo stimolare la curiosità di due tipi di pubblico: uno generalista che potesse interessarsi ad un primo approccio alla cultura cinese ed alle sue interazioni con quella italiana; uno più specialistico fatto di studenti e studiosi, che potesse vedere ne Lo Spazio di Mezzo un futuro luogo fisico di interazione e confronto, uno spazio comune dove poter materializzare le proprie idee e aspirazioni.

Le premesse del progetto facevano perno sullo spazio fisico come cuore di un fitto calendario di attività. È dunque innegabile come il lockdown e le restrizioni di questi ultimi mesi abbiano inferto un duro colpo ai programmi legati all'iniziativa. Ciò che era stato da tempo preventivato come attività in presenza si trasforma ora in un incontro virtuale, ciò che voleva essere un impegno condiviso per rinnovare i locali si trasforma ora in qualcos'altro, impossibilitati al lavoro di squadra nei luoghi. Questo quadro di limitazioni ha tuttavia condotto a nuove opportunità virtuali. La campagna di social si è infatti dimostrata un interessante elemento di attrazione, la rubrica di "pillole" di cultura cinese ha infatti offerto alla comunità dei follower un primo contatto con quello che vuole essere

### TAVOLO DI COMMITTENZA

Referente responsabile: **Francesco Carota**

Architetto: **Luca Barello**

Gruppo progettisti: **Niccolò Suraci, Cristiano Tosco, Ling Xiang, Michele Bonino**

Associazioni coinvolte:  
**China Room**

**Atelier Mobile**

**CSSA Polito**

**Zhisong**

**Babelica**



il progetto. Contemporaneamente, i tempi dilatati hanno permesso un dialogo più approfondito con la Circoscrizione 4 e una prima fase di concessione per la durata di un anno a tutte le associazioni coinvolte nel progetto. A fronte di questo, è stato dunque possibile programmare con maggiore dettaglio le attività che si svolgeranno nello spazio nel 2021.

Data la concessione attivata e nella speranza della possibilità di poter presto accedere agli spazi, il 2021 vedrà realizzarsi il programma dello spazio, come già predisposto per il 2020. L'esperienza di questi mesi di distanziamento fisico e isolamento, d'altra parte, ci ha dato la possibilità di perfezionare altri metodi di interazione, che potranno rappresentare un valore aggiunto per il progetto. Dalla primavera del 2021 sarà attivato un fitto calendario di eventi culturali, svolti all'interno dello spazio, ma trasmessi telematicamente. Le attività laboratoriali e di sportello culturale, invece, saranno attivate appena possibile, essendo già ratificati gli accordi con le istituzioni.

**31.500,00 €**

BUDGET DI PROGETTO

**10.000,00 €**

GOAL DI CAMPAGNA

**313,00 €**

RACCOLTI TRAMITE CROWDFUNDING

**5.000,00 €**

DA ALTRE FONTI

BANDO RINCONTRIAMOCI

**4.687,00 €**

DA DONAZIONI SPECIALI

IREN

**12,00 €**

DONAZIONE MEDIA CROWDFUNDING

**26**

DONATORI



# LA COLLABORAZIONE CON MILANO

## 65 PROPOSTE

RACCOLTE DA CITTADINI,  
COMITATI E ASSOCIAZIONI

## 2 PROGETTI

SELEZIONATI A MILANO  
PER CONDIVIDERE L'ESPERIENZA  
AVVIATA A TORINO

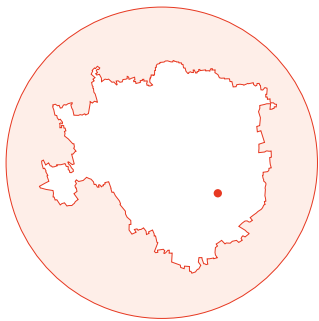
"Piazze aperte" è un progetto che rientra nel Piano periferie del Comune di Milano, realizzato in collaborazione con Bloomberg Associates, National Association of City Transportation Officials (NACTO) e Global Designing Cities Initiatives. Il progetto utilizza l'approccio dell'urbanismo tattico, ovvero l'approccio che coinvolge gli abitanti nei processi di rigenerazione urbana a scala di quartiere utilizzando interventi spaziali e politiche a breve termine, a basso costo e scalabili, per riportare lo spazio pubblico al centro del quartiere e della vita degli abitanti.

Nel settembre 2019 "Piazze aperte" ha lanciato "Piazze aperte in ogni quartiere", avviso pubblico per l'individuazione di nuove aree di intervento per il 2020, che ha raccolto 65 proposte di cittadini, comitati e associazioni. Luoghi da ripensare, con interventi di urbanistica, in grado di rigenerare lo spazio pubblico, trasformare aree di sosta in spazi di socialità per grandi e bambini, migliorare la qualità della vita nei quartieri. Riconoscendo nell'esperienza di Piazze aperte molti punti di contatto con il festival, Bottom Up! ha avviato (in collaborazione con la Fondazione Ordine Architetti di Milano) un percorso di avvicinamento, che ha portato 2 dei 65 progetti selezionati a Milano a condividere l'esperienza avviata a Torino. Si tratta del progetto per un nuovo spazio di aggregazione in via Pacini e del ridisegno di piazza Imperatore Tito, "piazza di nome, ma non di fatto". L'affiancamento delle esperienze di Bottom Up! a Torino e di Piazze aperte a Milano è proseguito per alcuni mesi, ma i progetti di Milano, coinvolti su attività e riformulazioni dal Comune, non hanno affrontato la parte conclusiva delle campagne di crowdfunding. Tuttavia, il confronto delle due esperienze e tra i gruppi coinvolti è stato di grande interesse e molto stimolante.



Dergano, progetto per "Piazze aperte" a Milano





### GRUPPO DI PROGETTAZIONE

**Lorenzo Noè Studio di Architettura**  
(Lorenzo Noè con Valentina Lapris  
e Simone Presa), **Selene Pepe**

## TITO<sup>3</sup>

### Piazza Imperatore Tito, Milano

Nel 2019 il Comune di Milano lancia il bando "Piazze Aperte in ogni quartiere", invitando cittadini e associazioni a presentare proposte di riconversione di parti ridondanti della rete stradale in spazi pubblici.

È la continuazione dell'esperienza di urbanistica tattica avviata con gli interventi di Dergano, Piazza Angilberto e via Venini, che consiste nel delimitare un'area, installare arredi, giochi e piante in vaso, colorare la pavimentazione e permetterne l'utilizzo da parte di tutti con una configurazione reversibile e a basso costo. Il fine è quello di favorire subito la socialità, prima di provvedere ad un'eventuale sistemazione architettonica definitiva.

La Loggia di Calvairate, social street dell'omonimo quartiere a sud est del centro, presenta un progetto per Piazza Tito Imperatore – Tito<sup>3</sup> – immaginando che in seguito alla chiusura al traffico di una parte della piazza si possa installare una pergola polifunzionale – *il cubo* – oltre a sedute da realizzarsi su disegno e cassoni per la coltivazione di ortaggi, fiori e piante aromatiche. Il progetto è sostenuto da Lorenzo Noè Studio di Architettura, da I.S.A.D. – Istituto Superiore di Architettura e Design – oltre che da sponsor privati. Insieme alla proposta di assetto fisico la Loggia di Calvairate presenta un calendario di eventi per i successivi dodici mesi.

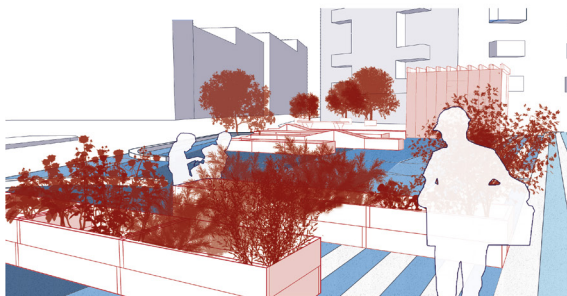
Nel 2020 il progetto viene presentato al Consiglio di Zona 4 che, pur riconoscendone la qualità, non lo ritiene prioritario rispetto ad altri interventi. Nel frattempo la Loggia di Calvairate non sottoscrive con il Comune di Milano il patto di collaborazione per la gestione della piazza; pertanto non viene attivata la raccolta fondi promossa da Bottom Up!.

La conclusione della vicenda stimola alcune riflessioni. Il progetto Tito<sup>3</sup> si rivolge a un'utenza plurale senza privilegiare fasce di età – ad esempio bambini e famiglie – o categorie di utenti; inoltre si discosta dagli interventi precedenti di urbanistica tattica per la proposta di elementi realizzati su misura. Queste caratteristiche, che insieme a un calendario di eventi eterogeneo, avrebbero potuto rappresentare una ricchezza si sono dimostrate una debolezza.

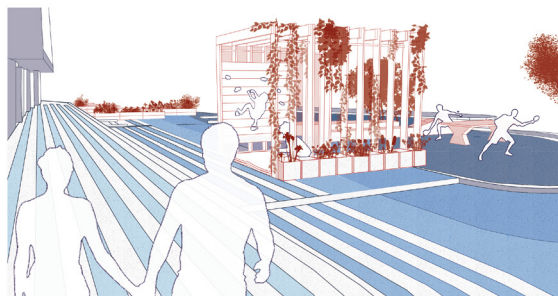


Gli stessi promotori – una social street – sono inoltre rappresentanti di un modello di radicamento territoriale distante dal presidio quotidiano e più simile al flash mob, anche per il vissuto personale di molti, fatto dalla convivenza di dimensioni non totalizzanti: lavoro, genitorialità, socializzazione, creatività. E anche ciò si è rilevato una debolezza nell'interlocuzione con l'Amministrazione pubblica.

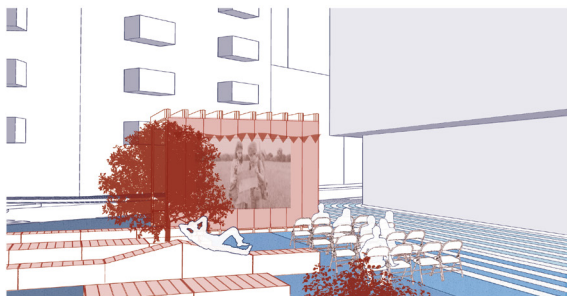
## orti



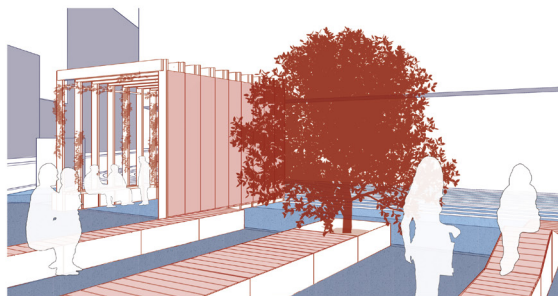
## arrampicata

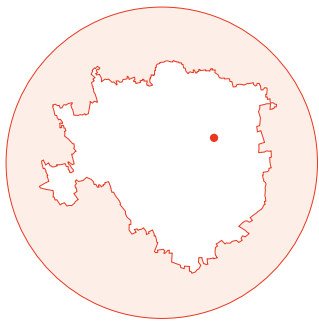


## cinema



## relax





## UN'OASI PER VIA PACINI

### Via Pacini, Milano

L'idea di presentare un progetto per il parterre alberato di via Pacini, in particolare nel tratto tra Via Bazzini e Via d'Ovidio, in corrispondenza della fermata della metropolitana M2 Piola, è nata nel 2017. La proposta è stata avanzata con lo scopo di affrontare una serie di criticità: l'ingombrante presenza di automobili parcheggiate lungo il parterre e gli attraversamenti pedonali poco sicuri in un'area ogni giorno fruita da residenti, studenti e lavoratori. Il lavoro è stato avviato però solo nel 2020 grazie all'iniziativa del Comune di Milano Piazze Aperte in ogni quartiere. Il progetto per via Pacini è stato promosso con l'intento di testare una diversa vocazione per l'area, più orientata al pedone e all'organizzazione di attività socio-ricreative e commerciali per i negozi della via e le vicine università, e ha visto fin da subito il coinvolgimento del Comune di Milano, del Municipio 3 e del quartiere.

Il viaggio con Bottom Up! si è svolto in parallelo alle fasi di sviluppo del progetto, accompagnando il processo di partecipazione e guidando la creazione di una rete di stakeholder locali (residenti, commercianti, associazioni di quartiere e studentesche). Grazie alla campagna di crowdfunding prevista dal percorso, inoltre, la volontà era di integrare e arricchire il progetto proposto al Comune con la progettazione e realizzazione di alcuni elementi di arredo aggiuntivi, da costruire attraverso l'organizzazione di un workshop per il quartiere. Il coinvolgimento delle realtà locali è stato però particolarmente complesso da affrontare a seguito dell'emergenza Covid-19 che ha limitato le possibilità di incontro fin dai primi mesi di avvio delle attività.

A inizio estate 2020, tuttavia, proprio sull'onda della ripartenza post-lockdown e della necessità di gestire diversamente gli spazi pubblici, il confronto con il Comune di Milano e il Municipio 3 ha raggiunto un momento di svolta e la realizzazione dell'intervento di via Pacini è stato programmato per inizio settembre. Già a inizio luglio 2020, il Comune è intervenuto mettendo in sicurezza l'attraversamento pedonale, inserendo nuovo arredo urbano, degli scivoli e restringendo la carreggiata con lo scopo di limitare la sosta non regolamentata e ridurre la velocità. Il 3-4-5 di settembre si è svolta l'attività di colorazione che ha visto il coinvolgimento del quartiere e di alcune associazioni, in particolare, Retake Milano, Cistà Milano e Resilient Gap. Il 6 settembre, la via è stata inaugurata con una festa di quartiere accompagnata da momenti di musica jazz e teatro. Il progetto di colorazione della pavimentazione e la sua realizzazione sono stati ispirati dal compositore Giovanni Pacini che dà il

### GRUPPO DI LAVORO

**Collettivo Apicoltura** (Arch. Alessandro Betta, Arch. Pianificatore Territoriale Chiara Fraticelli, Ing. Felice Occhiuto, Arch. Paolo Segarini, Arch. Fabrizio Siano)

nome alla via; è alla sua musica che si è ispirato il pentagramma astratto che corre lungo il parterre. Gli spazi diagonali di diverse dimensioni e colori rappresentano il ritmo della melodia. I colori scelti, tre tonalità di verde e due di giallo, sono stati pensati per armonizzarsi con la natura circostante.

L'accelerazione subita dal progetto ha portato alla sua realizzazione pochi giorni prima dell'avvio previsto per l'attività di crowdfunding. Pur avendo inizialmente ragionato sulla possibilità di avviare comunque la campagna per integrare il progetto lasciando ad un momento successivo la realizzazione del workshop, è stato preferito intraprendere una strada più cauta che si fermasse ad osservare i primi risultati del progetto e valutare insieme al quartiere i futuri sviluppi.

I prossimi passi saranno determinati dai risultati ottenuti a seguito dell'osservazione della validità del progetto. Un'oasi per via Pacini vuole essere un progetto pilota da testare e monitorare, non solo per migliorarsi, ma per promuovere un'eventuale estensione lungo il viale, in direzione della stazione ferroviaria di Lambrate. L'oasi potrebbe, inoltre, essere replicata in altri contesti di Milano, come i molti altri viali alberati oggi caratterizzati dall'uso a parcheggio.



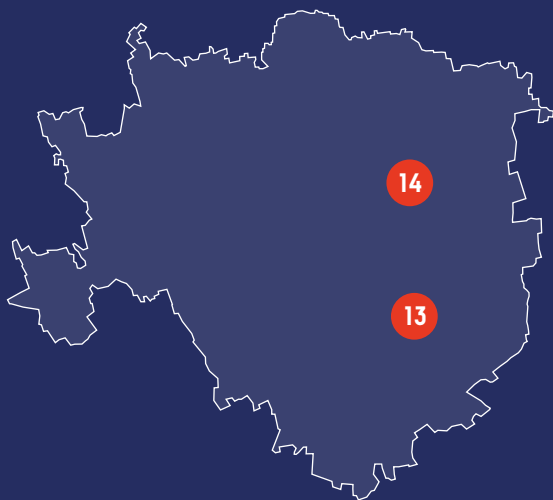
## DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI PROGETTI

### TORINO



- 1 CONVI - IL CONTAINER DI QUARTIERE**  
Strada del Villaretto
- 2 CORTILE MONDO**  
Via Cecchi 2
- 3 CORTI.LÌ**  
Via Giovanni Giolitti 35
- 4 FORNO SOCIALE S.P.I.G.A.**  
Via Petrella 28
- 5 HEAR ME**  
Giardino F. Piredda, via Issiglio 29
- 6 MIRAORTI**  
Strada del Drosso
- 7 UNA PIETRA TIRA L'ALTA**  
Via Cavagnolo 7-9
- 8 RISORGIMENTO SOCIAL CLUB**  
Circolo Risorgimento, via G. Poggio 16
- 9 RUOTA DI SCARTO**  
Piazza della Repubblica
- 10 STIAMO FRESCHI!**  
Casa del Quartiere San Salvario, via Morgari 14
- 11 WALL COMING!**  
Via Berruti e Ferrero 3
- 12 28. LO SPAZIO DI MEZZO**  
Via Giacomo Medici 28

### MILANO

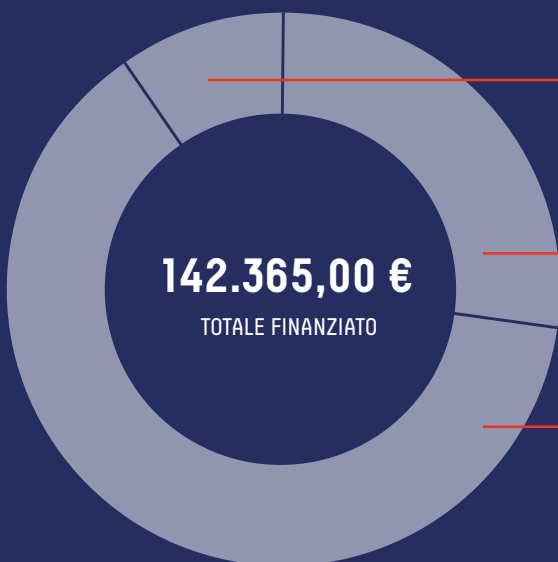


- 13 TITO<sup>3</sup>**  
Piazza Imperatore Tito
- 14 UN'OASI PER VIA PACINI**  
Via Pacini



## I NUMERI DEL FESTIVAL

<b>2</b> CURATORI DEL FESTIVAL	<b>7</b> MEMBRI TAVOLO DI COORDINAMENTO	<b>12</b> PROGETTI A TORINO	<b>2</b> PROGETTI A MILANO	<b>105</b> COMUNITÀ COINVOLTE
<b>7</b> SPONSOR	<b>2</b> PROMOTORI	<b>2</b> CONTRIBUTORS	<b>929</b> DONATORI	<b>33,00 €</b> DONAZIONE MEDIA



**11.000,00 €**  
RACCOLTA ALTRE FONTI

**31.139,00 €**  
RACCOLTA CROWDFUNDING

**100.226,00 €**  
RACCOLTA DONAZIONI SPECIALI

**280.000,00 €**  
BUDGET COMPLESSIVO PROGETTI

**149.000,00 €**  
BUDGET COMPLESSIVO CAMPAGNE

**11 PROGETTI**  
HANNO RAGGIUNTO IL GOAL



## UN NUOVO PARADIGMA

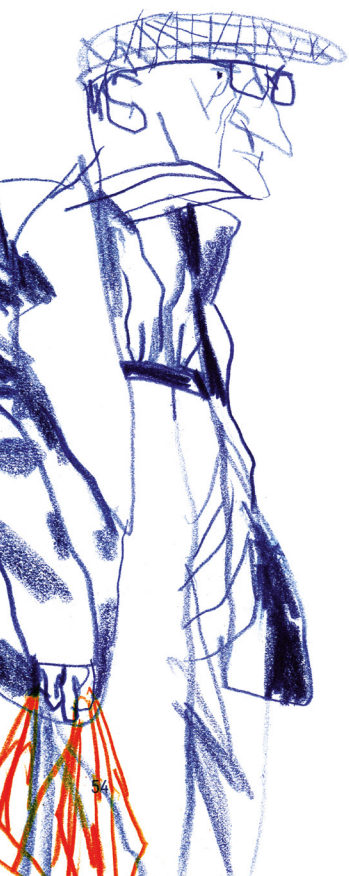
**Tomaso Boyer, Itinerari Paralleli**

Alla base della sperimentazione di Bottom Up! c'era un'idea semplice, ma raramente presa in considerazione nei grandi piani di riqualificazione urbana: il territorio delle città non è semplicemente uno spazio fisico su cui applicare principi architettonici, funzionali, estetici, urbanistici *a priori*, ma è un insieme di luoghi indissolubilmente legati alle *comunità* che li abitano. Al centro del processo di trasformazione vengono quindi messe le persone che quotidianamente li abitano e frequentano, che diventano i *committenti* del progetto.

Una tale prospettiva richiede non solo grande apertura e capacità di mettere in discussione paradigmi consolidati, ma anche un approccio sistemico alle trasformazioni urbane: capacità quindi di leggere il contesto con lenti diverse e di tenere assieme agli aspetti architettonici e urbanistici, quelli sociali, culturali, economici e ambientali. Itinerari Paralleli lavora da anni sui temi della partecipazione, della cittadinanza attiva e del community engagement nei processi di pianificazione e riqualificazione territoriale, applicando questo approccio. È stato quindi con grande entusiasmo che abbiamo risposto all'invito della Fondazione per l'architettura a collaborare strettamente al progetto di Bottom Up!.

## UN PROCESSO INNOVATIVO

Una delle ragioni per cui riteniamo un successo Bottom Up!, indipendentemente dai risultati dei progetti e delle campagne, è stato infatti il tavolo allargato di progettazione e coordinamento. Nato prima di tutto per esigenze operative, si è gradualmente trasformato in luogo di confronto e ideazione, dove esperienze e professionalità diverse hanno costantemente alimentato il percorso del festival, specialmente nei [molti] momenti difficili di questo 2020. Questo tavolo davvero interdisciplinare dove al profilo istituzionale della Fondazione per l'architettura si sono affiancati le figure di Maurizio Cilli e Stefano Mirti, professionisti dotati di visione progettuale a lungo termine e infine Starteed, che ha portato una concezione di crowdfunding dove l'aspetto relazionale e di comunità è davvero centrale, ha validato l'idea che unire approcci differenti, dando fiducia, continuità e autonomia, è un ottimo modo per affrontare la complessità di un processo di trasformazione di un luogo e di una comunità.



## COMUNITÀ E FIDUCIA

Il vero e proprio successo di Bottom Up! è stato però quello dei progetti selezionati, i cui team per tutto il corso del 2020 hanno lavorato intensamente, nonostante le difficoltà, nel cucire i rapporti con le comunità di riferimento, nel preparare contenuti di comunicazione e infine nel realizzare le campagne di crowdfunding. A certificazione di questo lavoro, 11 delle 12 campagne hanno raggiunto il goal previsto.

Con i gruppi progettuali Itinerari Paralleli ha realizzato un momento formativo frontale sui principali aspetti del lavoro con le comunità, per poi cercare di aiutare nella gestione, specialmente nel periodo di lockdown. La modalità impiegata è stata quella di conoscere e costruire il più possibile un legame di fiducia con i progettisti e di trasferirlo nel lavoro di cura delle comunità.

Le trasformazioni territoriali e il lavoro con le relative comunità sfuggono per definizione a un modello fisso, ma negli ultimi anni si stanno sviluppando pensieri e pratiche che tengono in sempre maggior considerazione la complessità di questi processi e le esigenze di un approccio più ampio e variegato. Se non modello, Bottom Up! costituisce senza dubbio un ulteriore passo nella direzione di un nuovo paradigma per le trasformazioni territoriali.





## IL CROWDFUNDING PER LA TRASFORMAZIONE URBANA

Nawel Faysal, Starteed

La parola crowdfunding è composta da *crowd* e *funding* dove la traduzione più corretta di *crowd* non è folla ma **rete**. La rete infatti si distingue dalla massa informe di una folla perché è caratterizzata da **legami relazionali** che uniscono i soggetti che ne fanno parte. La rete sceglie di contribuire a un progetto mossa da **fiducia** e riconoscimento nello stesso. In una campagna di crowdfunding il vero valore risiede nel numero dei sostenitori più che nell'ammontare della singola donazione. La partecipazione di un alto numero di sostenitori infatti fornisce una **validazione** del servizio/prodotto proposto. Così i processi di trasformazione urbana finanziati dal basso **esprimono realmente gli interessi** e i bisogni delle realtà locali di riferimento.

Il crowdfunding permette di avviare delle **sperimentazioni** grazie alla breve durata di una campagna. Si serve principalmente di **strumenti digitali** che permettono anche di arrivare a nuovi target che tradizionalmente partecipano poco a dinamiche civiche come ad esempio i giovani. Ogni campagna è circoscritta ad una **progettualità precisa** che fa sì che l'oggetto sia sempre molto concreto e di immediata realizzazione.

Il successo di una campagna risiede nella capacità di un progettista di saper **pianificare** e analizzare obiettivi, target e strumenti utili al raggiungimento del goal. Questo esercizio aiuta chi promuove una campagna a effettuare un'**analisi preliminare** su fattori che sono fondamentali per uno sviluppo progettuale, al di là della campagna stessa. Capire chi sono gli interlocutori ed individuare i canali migliori per raggiungerli è una lezione utile in qualsiasi momento e circostanza. Sviluppare progetti rispondendo ai loro interessi quindi è la **strategia** per il successo di una campagna.

Il crowdfunding infatti è una nuova forma di finanziamento che **stravolge le logiche tradizionali** associate a dei processi di erogazione di fondi dall'alto. Dà alla comunità il potere di partecipare in maniera attiva ai processi di creazione e realizzazione di un progetto. A differenza delle forme tradizionali infatti si basa sull'engagement dei beneficiari che tramite piccoli importi partecipano al finanziamento. Il processo va ben oltre la raccolta di fondi, diventa infatti un utile **strumento di creazione di un'identità** che unisce soggetti che condividono un legame sulla base di interessi comuni. Diventa quindi il punto di partenza per lo sviluppo di un progetto che troverà continuità nel tempo.





Chiamare la cittadinanza a partecipare (economicamente ma non solo) alla realizzazione di un'iniziativa di interesse pubblico è una strategia per generare un **senso di appropriazione** e **vicinanza** andando a **eliminare la distanza tra l'Amministrazione e i diretti beneficiari**. Si tratta quindi di un vero percorso di **cittadinanza attiva**, dove gli abitanti di un luogo non subiscono scelte calate dall'alto ma propongono, co-progettano, finanziano e vivono scelte proprie. La **partecipazione civica** diventa indispensabile per creare **iniziative di trasformazione urbana in linea con i bisogni di chi abita gli spazi**. Il crowdfunding è lo strumento ideale per soddisfare questo requisito. Una campagna vincente ha come oggetto una proposta dal basso, che viene decodificata e resa progettualità dagli enti del territorio che lavorano su soluzioni di prossimità.

**ABITARE UNO SPAZIO NON È PIÙ LEGATO AD UN CONCETTO FISICO, MA HA A CHE FARE CON LE INIZIATIVE CULTURALI E SOCIALI CHE CREANO LA RELAZIONE.**



# ALCUNE CONSIDERAZIONI POST FESTIVAL

di Maurizio Cilli, Cristina Coscia, Eleonora Gerbotto, Raffaella Lecchi, Stefano Mirti, Alessandra Siviero

Il festival è stato un esperimento che ha messo al centro l'architettura come pratica di relazione e di costruzione condivisa di valore, in grado di dare un nuovo senso culturale al mestiere di architetto. È importante richiamare questa premessa per sgombrare il campo dagli equivoci che nascono dalle usuali aspettative intorno all'idea di festival di architettura. Bottom Up! non è, infatti, un festival di architettura come siamo (eravamo?) abituati a frequentarne, caratterizzati, nella maggioranza dei casi, dalla divulgazione di esempi intorno a un tema portante. A volte ci siamo addirittura chiesti se Bottom Up! sia stato effettivamente un festival, dato il percorso lungo e accidentato che ha dovuto seguire nel 2020.

È stato certamente un esperimento generativo, che ha promosso il riconoscimento e il perseguimento di desideri di trasformazione di luoghi urbani, fino al loro innesco concreto.

## CROWDFUNDING E MATCHING FUNDS

La possibilità di innescare concretamente progetti sul territorio è stata possibile grazie al ricorso al crowdfunding, strumento di finanziamento in grado di mobilitare partecipazione e risorse e dunque coerente con il processo dal basso di Bottom Up!.

Le aspettative intorno alla qualità e alla quantità del crowdfunding erano certamente più alte rispetto all'effettiva raccolta (che ha coperto mediamente il 26% dei goal delle campagne). Questo dato è stato influenzato (al ribasso) dall'impossibilità di raggiungere fisicamente un target significativo di potenziali donatori attraverso iniziative in presenza, dal lungo protrarsi del festival - con conseguente difficoltà a mantenere alta l'attenzione del pubblico -, dalle numerose sollecitazioni a donare, precedenti e concomitanti, su azioni legate alla pandemia. Lo strumento del crowdfunding ha tuttavia innescato una serie di interessanti ricadute positive, che riguardano la forza comunicativa delle campagne, il coinvolgimento di soggetti territoriali interessati ai singoli progetti e al festival nel suo complesso come processo integrato, alla positiva percezione delle campagne sotto l'unico "cappello" di un festival promosso da istituzioni riconosciute.

La comunicazione dei dodici progetti, concentrata in poco meno di otto settimane, quando non ha portato a donazioni dirette, ha contribuito a diffondere la conoscenza del progetto e ad accreditarlo presso cittadini, imprese e stakeholder. Attori che hanno deciso di accompagnare



economicamente alcuni progetti al goal (matching funds di Consiglio Nazionale Architetti PPC, Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali di Torino, Fondazione per l'architettura / Torino, Fondazione Compagnia di San Paolo, Idrocentro, Iren), oppure con l'offerta di beni e servizi (Rebuilding Network). La somma di crowdfunding e matching funds (compresi i contributi ricevuti attraverso la partecipazione a bandi diversi) hanno consentito a undici progetti di raggiungere il goal e di coprire quasi interamente il budget complessivo delle campagne.

## IL VALORE CIVICO DEL FESTIVAL

Il successo di Bottom Up! non è da valutare soltanto dall'esito delle campagne. Il festival è stato infatti una straordinaria esperienza di costruzione di valore civico, capace di coinvolgere centinaia di cittadini in 14 comunità di desiderio. Un processo che ha avviato azioni che hanno agito su due livelli, uno di "visione" e uno di pratica, affermando la necessità di far recuperare il potere di agire. Condividere il principio secondo cui spazio pubblico e bene comune sono vissuti come luogo di scambio e dono reciproco: luoghi di proprietà collettiva sotto la responsabilità e la cura di ognuno. Il festival ha consentito di vivere i processi/progetto come avventure ed esplorazione, il progetto come comunicazione, connessione, lavoro dialogico e interattivo con le persone: una cura per "guarire" i luoghi e dare il proprio aiuto facendo parte della comunità e non venendo da fuori. Emancipare i valori reali, spesso controversi e strumentali, della partecipazione: il progetto è un'azione che immerge socialmente, prima, durante e soprattutto dopo.

## L'ARCHITETTO COME PROGETTISTA SOCIALE

Il percorso del festival intendeva anche verificare la capacità degli architetti di farsi "progettisti sociali", in grado cioè, di guidare il progetto insieme alle comunità, con competenza e controllo degli esiti anche formali della trasformazione.

Una sorta di mediatore, di traduttore di bisogni e desideri, di regista nei processi dal basso. La sua presenza era requisito vincolante nella costruzione del tavolo di committenza, e avrebbe dovuto costituirne il perno. Poiché i progetti sono appena all'inizio del loro percorso realizzativo, la valutazione su questo aspetto è ancora in corso.

---

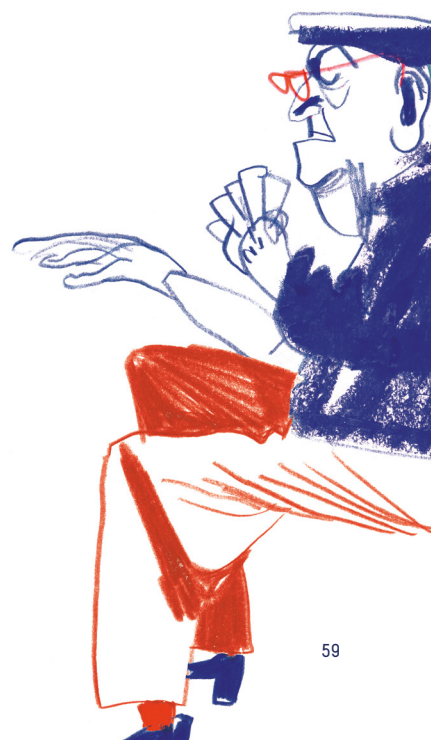
# 14

**COMUNITÀ DI DESIDERIO  
COINVOLTE**

---

# 95%

**BUDGET COMPLESSIVO COPERTO  
PER LE CAMPAGNE CHE HANNO  
RAGGIUNTO IL GOAL**





## CAPACITY BUILDING

Il percorso di formazione offerto ai gruppi di progetto e agli architetti rappresenta un importante elemento di successo del festival. I moduli dedicati alla costruzione delle comunità, alla strutturazione di campagne di crowdfunding, allo storytelling e TED Talk per perfezionare la qualità e l'incisività del messaggio dei progetti, all'uso dei social media hanno consentito ai progetti di migliorare alcuni aspetti di debolezza e di elaborare efficacemente le campagne di crowdfunding.

## IL RUOLO PUBBLICO

Bottom Up! è stato elaborato e promosso da istituzioni esterne all'Amministrazione cittadina. La Città di Torino ha patrocinato l'iniziativa, fornendo supporto in alcuni momenti pubblici di presentazione.

L'augurio è che l'impegno dell'Amministrazione prosegua anche in forma di investimento di tipo istituzionale, ovvero di accompagnamento politico dei progetti e il loro collocamento in strategie pubbliche.

Proprio il tema dell'accompagnamento post-festival rappresenta indubbiamente il nodo strategico per l'effettiva realizzazione dei progetti. La Fondazione per l'architettura e l'Ordine Architetti Torino ribadiscono il loro impegno a supportare i progetti nel futuro, anche nel ricercare un sostegno operativo e fattuale dell'Amministrazione cittadina, attraverso, per esempio, la semplificazione di alcuni processi amministrativi, l'assistenza e la disponibilità di uffici specifici.



Evento di lancio delle campagne di crowdfunding (10 settembre 2020)  
@Fondazione Sandretto Re Rebaudengo © Marco Campeotto

## RICORRENZE NEI PROGETTI BOTTOM UP!

Premesso che Bottom Up! è stato un processo durato un anno caratterizzato dall'unicità del contesto su cui è stato sperimentato, è possibile individuare alcune ricorrenze, ingredienti necessari e fattori di successo scalabili:

### L'ESPRESSIVITÀ DEI LUOGHI

Il progetto ha tante più possibilità di riuscire quanto più si riesce a creare una sorta di brand identity dei luoghi, che traduca e trasmetta ai cittadini l'espressività dei territori. La memoria dei luoghi conserva e registra il sistema di valori identitario, il senso di appartenenza e i bisogni dei cittadini. Le comunità di cittadini nascenti o già radicate, informali o organizzate si fanno carico dei bisogni e del sistema di valori con senso di responsabilità.

### L'INNESCO

Il desiderio di trasformazione sentito da una comunità e non imposto dall'alto deve essere accompagnato da una narrazione convincente. In Bottom Up! sono stati suggeriti alcuni temi della narrazione già nei pre-requisiti del bando di selezione dei progetti: criteri di sostenibilità, di qualità architettonica delle trasformazioni in relazione al contesto, ricadute sulla

### IL TEMA DEI CONFINI URBANI E DEL DISEGNO ARCHITETTONICO

Un tema ricorrente non è stato tanto quello di segnare dei perimetri, ma di individuare frange urbane (anche in luoghi che spesso sono definiti "centrali") e quindi frange sociali, che hanno mantenuto espressività senza essere temi strettamente architettonici.

### LA SCALA D'INTERVENTO

Certamente si è trattato di progetti a scala minima (ma con macrodesideri) volutamente articolati in goal incrementali, in modo da garantire che processo, coinvolgimento e entità economica fossero realistici e realizzabili (range economico dai 5 ai 25.000 euro, coerenti con l'intervento previsto).



# 1, 10, 100 BOTTOM UP!

Bottom Up! è nato come un processo sperimentale di trasformazione urbana, sulla base degli esiti del quale si rende disponibile un kit di semplice applicazione per la replicabilità del festival in differenti contesti geografici. Il marchio Bottom Up! è stato registrato e può essere riutilizzato per l'organizzazione di un'iniziativa analoga, seguendo il set di raccomandazioni e di istruzioni che segue e facendo richiesta ufficiale alla Fondazione per l'architettura / Torino ([segreteria@fondazioneperlarchitettura.it](mailto:segreteria@fondazioneperlarchitettura.it)).

## 10 RACCOMANDAZIONI

1

### **IL VIAGGIO È LA META (IN INGLESE SUONA FORSE MEGLIO: THE JOURNEY IS THE DESTINATION)**

Avere coscienza che per un festival come questo, il processo è il prodotto. Tradizionalmente siamo abituati ad avere processi che generano prodotti. Un lungo lavoro nascosto nei mesi che precedono il festival (il mezzo) per predisporre e allestire il festival stesso (il fine). In questo caso, il meccanismo funziona al contrario. La preparazione, i mesi di lavoro sono il festival. Per essere ancora più chiari: le campagne di crowdfunding sono il festival. Tutto il resto è un "mezzo" per aumentare le probabilità che queste campagne abbiano successo. Gli incontri, gli eventi pubblici, tutto è finalizzato ad aumentare la visibilità del crowdfunding.

2

### **SE IL PROCESSO È IL FESTIVAL, OGNI PASSAGGIO DEL PROCESSO DEVE DIVENTARE UN'OCCASIONE PER COMUNICARE**

Ogni tappa del percorso va idealmente trasformata in una chiamata, un evento pubblico aperto a tutti. Una call per trovare i curatori. Una seconda call per trovare i partner. Terza call per selezionare i progetti da avviare al crowdfunding. E così via. Tutto diventa visibile, tutto genera "buzz" e conversazioni. Le Q&A diventano una serie di incontri aperti a tutti. Ai giurati viene chiesto di fare immaginifiche lecture sui canali social. Ogni step del processo viene presentato pubblicamente con grande energia. Tutto questo lavorando sia con i media tradizionali (incontri, conferenze stampa, workshop, convivialità assortite) che con i media digitali e social.

3

### **LA COMUNICAZIONE DEL FESTIVAL È IL FESTIVAL STESSO**

Lo andiamo a ripetere perché è il cuore di tutto: se le campagne di crowdfunding hanno successo, il festival ha successo. Se le campagne non funzionano, il festival è un'occasione perduta. Da cui, la comunicazione va messa al centro.

4

### **LA COMUNICAZIONE È L'ELEMENTO CENTRALE, IL MOTORE DI TUTTA L'INIZIATIVA**

L'elemento cruciale al quale vengono date le maggiori attenzioni ed energie.

5

### **ALTRO ELEMENTO FONDAMENTALE È LA RETE DI RELAZIONI CHE NASCONO GRAZIE AL FESTIVAL**

I partner istituzionali (fondamentali per la buona riuscita del tutto), i partner che vengono coinvolti nelle varie attività che definiscono il festival. Gli sponsor. I giurati che andranno a selezionare i progetti da avviare al crowdfunding. Gli "ambasciatori" che prendono a cuore il progetto e danno una mano per supportare e diffondere l'iniziativa. I gruppi che vengono selezionati, e così via. Ognuno di questi soggetti è portatore di una sua comunicazione, di ulteriori reti di relazioni. Una rete di reti. I social media (elemento centrale nella diffusione dei nostri contenuti) vivono di questo.

---

6

### **OGNI PASSAGGIO DEL PROCESSO VA SVILUPPATO IN COLLABORAZIONE CON SOGGETTI TERZI**

Quale piattaforma di crowdfunding andremo a utilizzare? Chi si occuperà della formazione dei vari gruppi? Chi andrà a comunicare?

---

7

### **SI LAVORA SULLA "OMNISCANALITÀ"**

Ogni mezzo di comunicazione è buono e il risultato finale vive della loro compresenza. Pagine e dirette su Facebook, grande attività su Instagram, gruppi diversificati su WhatsApp. Conferenze e comunicati stampa. Saluti e presenza delle autorità, presenza e visibilità forte dei partner e degli sponsor. Uscite sui quotidiani cartacei e sulle zine del web. Anche, quando serve, advertising.

---

8

### **SI LAVORA SUI TEMPI LUNGI**

Il festival è assimilabile a una maratona che dura diversi mesi (nel nostro caso più di un anno). Incontri settimanali, scambi frequenti tra committenti, curatori e gruppi selezionati. Moltissima attenzione alla comunicazione interna.

---

9

### **SI LAVORA CON SOGGETTI MOLTEPLICI E DIFFERENZIATI**

Un tavolo di lavoro molto ampio dove ci sono soggetti molto diversi. Chi si occupa delle campagne di crowdfunding, chi si occupa di tenere i rapporti con e tra i gruppi. Chi lavora alla comunicazione e all'ufficio stampa e chi mette a punto la visual identity. Chi insegna ai gruppi come comunicare con i social e chi si occupa degli altri workshop. Le relazioni istituzionali sono un altro tassello fondamentale (sia con i soggetti politici che con i tecnici dell'Amministrazione pubblica). Tanti fili che diventano un'unica tramatura.

---

10

### **DOVENDO SINTETIZZARE POSSIAMO QUINDI DIRE: LA COMUNICAZIONE AL CENTRO, LA RETE (LE RETI) DI COMUNICAZIONE, SAPER LAVORARE SUI TEMPI LUNGI**

I risultati sono frutto di lenti processi incrementali prolungati nel tempo.

## 7 ISTRUZIONI

1

### PIÙ SI È, MEGLIO È: ATTIVARE UNA RETE DI PARTNER

È fondamentale che il soggetto che intende realizzare Bottom Up! sia il nodo di una rete di relazioni che consentiranno di ottimizzare l'impegnativo lavoro organizzativo e di comunicazione. È essenziale che l'Amministrazione cittadina sia informata del progetto e sia ben disposta. Se intende farsi promotrice o co-promotrice dell'iniziativa, la sua presenza diminuirà i rischi di insuccesso.

2

### SELEZIONARE LA PIATTAFORMA DI CROWDFUNDING

Noi ci siamo trovati bene con Starteed ([www.starteed.com](http://www.starteed.com)) che ha garantito al festival attenzione, soluzioni personalizzate, formazione e consulenza. Tuttavia le piattaforme di crowdfunding sono molte, specializzate verticalmente su settori specifici. È necessaria un'attenta ricognizione: la scelta della piattaforma è un tassello strategico del festival.

3

### REDIGERE IL BANDO DI SELEZIONE DEI PROGETTI

Tutto parte da questo documento fondativo. L'appello affinché comunità di riferimento si radunino intorno a un sentito desiderio condiviso intorno a un luogo da trasformare. La necessaria costruzione di un tavolo di committenza che si assuma responsabilmente l'impegno a portare a termine un percorso indubbiamente difficile, ma che rappresenta un'opportunità non comune. La necessaria partecipazione a questo tavolo di almeno un architetto, garante degli esiti formali e della correttezza normativa dei progetti. Per favorire un'ampia partecipazione non è necessario che il bando richieda un'elaborazione eccessiva: il progetto iniziale potrà modificarsi, dettagliarsi e approfondirsi lungo il percorso del festival. È importante richiedere di candidare progetti compatibili con una campagna di crowdfunding e relativo innesco di una concreta trasformazione dello spazio.

4

### AZIONI DI SOSTEGNO E INFORMAZIONI SUL BANDO

Il periodo di apertura del bando è l'occasione per aprire dialoghi tra gruppi interessati a candidare spazi pubblici e l'Amministrazione cittadina. Avviare un piccolo sportello su procedure, usi, concessioni, programmi, beni comuni, patti di collaborazione è un'attività straordinariamente utile, soprattutto all'effettiva realizzabilità dei progetti candidati. Anche incontri sul campo tra organizzatori/curatori del festival e potenziali candidati e interessati (Question Time) alla partecipazione è un'attività fortemente consigliata.

5

### UNA GIURIA QUALIFICATA

I progetti candidati devono essere giudicati da una giuria qualificata, a cui partecipano rappresentanti degli organizzatori/curatori, dell'Amministrazione cittadina e di partner molto coinvolti, esperti in progettazione partecipata o di progetti ibridi che implicano co-progettazione di cittadini e comunità.



6

**IL PERCORSO DI FORMAZIONE**

Abilitare le comunità di riferimento aumentando le loro competenze interne è uno dei benefici più significativi del festival, quasi al pari con l'effettivo innesco dei progetti. I moduli di formazione rappresentano di fatto, il *premio* per essere stati selezionati dal bando e devono riguardare il rafforzamento delle comunità e strumenti adatti alle trasformazioni urbanistiche "agili", la costruzione di campagne di crowdfunding efficaci e una ricognizione di altri strumenti di fundraising, strategie per la comunicazione sui social media, storytelling e narrazione di progetto.

7

**AZIONI COMPLEMENTARI DI FUNDRAISING**

Bisogna essere consapevoli che il crowdfunding è soltanto una delle fonti di finanziamento del progetto, quella che oltre a reperire risorse mobilita partecipazione intorno a progetti specifici, permette un accreditamento dei progetti attraverso le donazioni che attestano l'interesse della comunità di riferimento, rafforza il tavolo allargato di committenza, dei partner, delle comunità virtuali e territoriali più ampie. Tuttavia è necessario prevedere azioni complementari di fundraising, con il ricorso a sponsor e donazioni speciali, la partecipazione a bandi, la costruzione di successive campagne di crowdfunding.





UN PROGETTO DI



PARTNER ISTITUZIONALI E PATROCINI

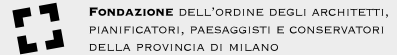


CON IL CONTRIBUTO DI

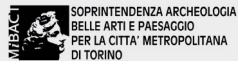
PARTNER SCIENTIFICI



PARTNER



COLLABORAZIONI



SPONSOR



SUPPORTER

MEDIA PARTNER





# BOTTOM UP!

Quando la città  
si trasforma  
dal basso

