



BILANCIO SOCIALE

2021



SOMMARIO

LA NOSTRA STORIA, I NOSTRI PRINCIPI	0
OBIETTIVI E STRATEGIA	4
Strategia sistemica	8
GOVERNANCE E PARTECIPAZIONE DEMOCRATICA	9
Persone, non numeri	9
Organizzazione: team, ricerche e progetti	10
ATTIVITÀ SOCIALE 2021	13
GIOVANI	14
I giovani torinesi: Barriera di Milano	14
Vivere Torino: i giovani torinesi	17
Abitare la città: Torino	20
YouTU: Youth Turin Union	22
EUROPA	23
Lo sviluppo di Torino in chiave europea	23
Torino in Europa: a prova di futuro?	26
Approfondimenti - rubrica social	26
AMBIENTE	27
Cittadini e ambiente a Torino	27
TUG - Turin Urban Garden	31
Approfondimenti – rubriche social	34
INNOVAZIONE SOCIALE	35
I giovani e la cooperazione	36
L'innovazione sociale a Torino	40
Approfondimenti – rubrica social	42
COSTRUZIONE E SVILUPPO DELLA RETE	44
COMUNICAZIONE E SOCIAL	45
1. Facebook, Instagram e LinkedIn	46
2. Sito Internet	50
3. Eventi	51



LA NOSTRA STORIA, I NOSTRI PRINCIPI

Omnia Torino è un think tank indipendente di giovani ragazze e ragazzi con un unico obiettivo: immaginare il futuro di Torino area metropolitana attraverso una strategia sistemica in 7 aree.

Nati informalmente a fine agosto 2020, siamo Associazione di Promozione Sociale da gennaio 2021 con iscrizione nel Registro Regionale della Regione Piemonte e, successivamente, nel RUNTS.

Marzo 2020. Nel pieno delle prime chiusure date dalla pandemia, il gruppo fondante di Omnia Torino compie i primi passi. Dover rimanere a casa o, comunque, dover riorganizzare le proprie giornate e la propria vita a causa dell'emergenza sanitaria, più che fiaccare gli spiriti ha scatenato pensieri, idee e voglia di fare qualcosa per la nostra città metropolitana. *“Perché non iniziare un laboratorio che immagini il futuro di Torino? Perché non provare ad agire e contribuire alla successiva ripartenza, e dare nuovi corsi e nuove energie alle discussioni che ne verranno?”*

“Perché non provare a costruire insieme la Torino che vorremmo?”

Queste domande non erano il frutto della noia ma, al contrario, hanno rappresentato e rappresentano la partenza del nostro viaggio, tra sogni e realtà.

Così facendo ne è nato il processo iniziale: Alessandro, parlando a Pietro, Giulia e Arianna, chiamando Alessandra, Gabriele, Erika, Francesca e Davide ha lanciato la proposta e tutte e tutti insieme abbiamo creato la nostra Associazione di Promozione Sociale, Omnia Torino.

Omnia Torino nasce da un gruppo di ragazze e ragazzi under 30 uniti dalla voglia di immaginare un nuovo futuro per la città metropolitana di Torino.

Il team, multidisciplinare e indipendente, riconosce Torino come città ma soprattutto come insieme di identità. Torino non esiste senza i suoi individui e i torinesi non esistono senza il territorio che li ospita.

Il tutto in un'unica veste: da qui il nome Omnia Torino. Il simbolo dell'ettagono rappresenta le sette aree tematiche considerate in una visione unitaria, sistemica e strategica: unica via per un futuro all'altezza delle sfide che ci attendono.

Naturalmente, la fondazione di questo ente non è stata né immediata né automatica. Il primo gruppo di persone, infatti, ha da subito stabilito la necessità di dotarsi di un metodo che potesse abbracciare diversi campi riguardanti la vita di un agglomerato urbano; settori conosciuti per esperienze, studi, passioni e visioni. In buona sostanza, si è passati dalla costituzione di un gruppo informale ben intenzionato al momento del brainstorming sui temi e sui criteri da adottare per lo sviluppo delle nostre idee.



Da quel marzo 2020 ad agosto dello stesso anno, quindi, pensieri, messaggi e testi si sono susseguiti in un vortice di dedizione ed entusiasmo: non è possibile, in questo testo, riassumere nel dettaglio ciò che è stato per noi questo processo; possiamo dire, però, che i confronti che sono germogliati tra di noi e con altre persone interessate ad ascoltarci, parlarci e scambiare idee (dalla società civile a professionisti, da imprenditori a cittadine e cittadini di diverse età) hanno messo solide basi a ciò che oggi siamo.

Con l'inizio del mese di settembre 2020 le prime pagine social Facebook e Instagram hanno dato lo spazio per condividere il nostro progetto, ancora sotto forma di gruppo informale e di scambio di opinioni.

L'AVVENTURA POTEVA DIRSI INIZIATA.



Le ragazze e i ragazzi di Omnia Torino rappresentano l'impegno di giovani generazioni nel voler affrontare le sfide attuali e future. È la partecipazione diretta di chi vuole mettere in atto modelli sostenibili e contribuire alla crescita della propria città.

Da queste parole viene alla luce il primario obiettivo di Omnia Torino: una nuova visione per una città resiliente e attiva, in modo da poterla sentire davvero nostra. Una città che sappia accompagnare tutti i suoi componenti verso crescita personali, invertendo trend degradanti quali la fuga dei suoi abitanti - soprattutto per quanto riguarda i giovani - deficit ecologici, il calo degli investimenti e la decrescita delle imprese, creatrici di lavoro e benessere.

Tenendo conto della complessità delle relazioni tra i vari ambiti e settori cittadini dovremmo saper riconoscere che le soluzioni non possono esser generate da un unico modo di comprendere e trasformare la realtà. È necessario muoversi dunque in maniera unitaria su molteplici aspetti quali la cultura, il lavoro, la salute, le relazioni,



la partecipazione e tutto quello che è insito nel tessuto cittadino: una visione senza dispersione, senza allontanamento dal pensiero della fondazione di una Torino che sappia prendersi cura degli altri, in un circolo virtuoso che diventa cura per se stessa.

Omnia Torino è stata concepita sulla base della **PARTECIPAZIONE E DEL PROTAGONISMO DEI GIOVANI**, che, infatti, ne gestiscono l'organizzazione e si organizzano per raggiungere i vari obiettivi.

Per noi, essere giovani non significa aver visto meno estati, non è un numero sulla carta d'identità digitale contro quello proprio di una cartacea. Contano l'apertura al confronto, il senso di appartenenza alla comunità cittadina, lo spirito critico, la cooperazione, la determinazione e soprattutto la motivazione: sono le persone ad essere al centro del progetto, le persone a formarlo e guidarlo verso la sua realizzazione. Altra cosa è parlare dell'organizzazione: in questo caso si verifica un moto inverso rispetto a quanto si è ormai soliti riscontrare nei vari organismi. In essi, infatti, il modello ricorrente vede il protagonismo dei "meno giovani" come principale artefice della formazione del pensiero e dell'organizzazione, portando successivamente, in una sorta di modello a cascata, una selezione sulle future generazioni da far crescere. Al contrario, da una parte Omnia Torino vuole rendere protagoniste le nuove generazioni, dall'altra "dotarsi" di figure esperte e capaci in grado di fare strada, con le proprie competenze specifiche, lungo il cammino per la comprensione di vari elementi nelle aree cardine dell'Associazione.

In un mondo in cui chiunque può dire la propria su tutti gli argomenti di tutti i campi, risulta estremamente necessario rivolgersi a esperti, professionisti e studiosi che sappiano essere guide per un cambiamento virtuoso del territorio e della comunità cittadina. Questa modalità è figlia di una consapevolezza alimentata dalla necessità di creare un **DIALOGO** costruttivo tra due mondi interconnessi: da un lato la passione e la partecipazione dei giovani, conoscitori del mondo che evolve e desiderosi di un rinnovamento al passo con i tempi; dall'altro coloro che, con la loro esperienza e conoscenza, rappresentano l'unica vera possibilità per uno sviluppo personale che è sviluppo unitario della società. Una coscienza giovanile al servizio della conoscenza senza età e viceversa.

Sin dal primo pensiero, la storia del gruppo si è mossa verso la concezione dello sviluppo sostenibile secondo i tre livelli sociali, economici e ambientali, indissolubilmente uniti in visioni strategiche settoriali.

Per poter parlare di sviluppo di una città, infatti, è necessario comprendere come venga vissuta e percepita dalla comunità. Nel nostro caso, dalla componente giovane della cittadinanza

Nella nostra visione, il benessere sostenibile può essere raggiunto unicamente attraverso una valutazione **SISTEMICA** degli indicatori sociali, economici e ambientali. Partendo dall'ambiente, un bene collettivo, patrimonio e responsabilità di tutti. Proseguendo sull'utilizzo di nuove e vecchie tecnologie, il loro sviluppo, e quanto queste possano concorrere alla creazione del benessere del singolo individuo. Se da un lato le implementazioni tecnologiche sono la risposta alla sfida moderna, dall'altro lo sviluppo sociale è la storica lotta dell'intera umanità, affinché nessuno rimanga indietro e disperso nella corsa a un'evoluzione tech sfrenata. Fino alla forte relazione tra gli spazi urbani e il comportamento umano: più lo spazio è attentamente progettato per il cittadino, più il cittadino si prenderà cura del luogo in cui vive, sentendosi davvero parte di una comunità. Realizzando una struttura attiva, il membro della società avrà un più ampio scopo rispetto a quello di un mero consumatore di risorse e di possibilità offerte. È partecipante attivo della modellazione del suo quartiere e della sua città, protagonista del cambiamento. Assume dunque importanza assoluta la



creazione di una Torino che sappia **INTEGRARE IL VALORE DELLA SINGOLA PERSONA, DELL'AMBIENTE CHE LO CIRCONDA E DEL LAVORO CHE LO NOBILITA.**

Il cittadino - in particolar modo il giovane cittadino - è al centro di tutta la vita economico-sociale della città e dell'ambiente, intesa come relazione tra la natura e la società che la abita. La "cittadinanza attiva" è l'unico mezzo con il quale aspirare ai principi fondanti Omnia Torino: senza la partecipazione del singolo e la relazione tra i singoli non vi è comunità. Per questo motivo, crediamo in un coinvolgimento a 360 gradi della società civile in generale nelle azioni di sviluppo.

Pensieri e principi che, per il loro sviluppo soprattutto in azioni pratiche, necessitano di una struttura più dinamica e riconosciuta. Omnia Torino è dunque diventata Associazione di Promozione Sociale il 18 gennaio 2021. Dopo un anno di dibattiti, ricerche, progetti e confronti, dopo esserci iscritti nei registri comunale, regionale piemontese e nazionale, possiamo dire di aver creato un'organizzazione attenta e partecipata.

CON LO SGUARDO AL FUTURO E CON IL BAGAGLIO DI ESPERIENZE COSTRUITE E CONDIVISE CHE CI PORTIAMO DIETRO, IL NOSTRO VIAGGIO PROSEGUE.



OBIETTIVI E STRATEGIA

Come realizzare tutto questo, affinché non siano parole e principi vuoti, utili solo per discorsi senza finalità?

LE NOSTRE MISSION E VISION

Cosa vogliamo fare

Immaginare il futuro di Torino e della sua Area Metropolitana, generando e realizzando idee con i giovani e le giovani del territorio.



Per quanto riguarda il **METODO** e la **STRATEGIA**, Omnia Torino contempla molteplici aree coinvolgenti tutto il tessuto torinese e metropolitano, che insieme indicano la strada da intraprendere per lo sviluppo personale dei soci e del territorio.

Partiamo dalla **STRATEGIA**.

Dagli ultimi mesi del 2020 ai primi del 2021, in concomitanza con la fondazione in APS, **SETTE AREE** sono state definite con obiettivi generali, ossia quei punti entro i quali iniziare quei laboratori di pensiero e quelle azioni progettuali coerenti con l'obiettivo associativo e con l'area di riferimento.

AGROALIMENTARE E BENESSERE: il tema dei sistemi agroalimentari virtuosi come forma di sostentamento indispensabile al benessere di ogni individuo sul pianeta e del pianeta stesso è divenuta una questione predominante, essendo parte integrante di un concetto più esteso di salute.

Oggigiorno è necessario essere consapevoli, come cittadini e/o decisori politici, di quanto il cibo rappresenti il fulcro di ogni attività umana, essendo l'unico elemento, l'unica necessità materiale che davvero accomuna e definisce tutti i viventi. Una volta raggiunta tale consapevolezza, diverrebbe logico regolare tutte le attività e le politiche territoriali in modo da non danneggiare tale materia vitale e di sostentamento, da non renderla tossica, dannosa per la salute dell'uomo e dell'ambiente, per ogni diritto.

Da questo presupposto si genera l'urgente necessità di considerare il cibo in un progetto di natura politica, affinché si estenda il target di riferimento, rivolgendosi a "chi mangia", dunque a tutti gli individui di una comunità, senza distinzione tra categorie. Solo in questo modo tutte le politiche, anche quelle relative alla produzione, al mercato, al lavoro, alla cultura potrebbero essere food-friendly, sostenendo la possibilità di un cibo 'Buono, Pulito, Giusto' per tutti, un modello di produzione locale sostenibile, la valorizzazione di



tradizioni e saperi, una migliore gestione degli scarti e dell'invenduto. Attraverso tale approccio nessuno potrebbe svolgere attività produttive "altre" in grado di danneggiare il cibo, le comunità e i territori.

- **OBIETTIVI GENERALI:** cibo 'buono, pulito, giusto' per tutti, produzione locale sostenibile, valorizzazione eccellenze, saperi e tradizioni, incremento consapevolezza alimentare, gestione e valorizzazione di invenduto e scarti.

CULTURA DIFFUSA: la cultura, in ogni sua forma, è alla base della socialità cittadina e comunitaria e ha un enorme impatto. Essa deve essere sostenuta e tutelata in quanto mezzo di aggregazione e arricchimento personale.

Amministrare la cultura significa innanzitutto essere consci che con questo termine ci si riferisce ad un vasto panorama cittadino. Alle istituzioni più tradizionali, quali i musei o le fondazioni teatrali, si affiancano realtà fondamentali per la vita culturale cittadina: associazioni, cinema, compagnie teatrali e musicali, fiere e molte altre ancora. Un panorama che deve necessariamente essere considerato economicamente rilevante, in quanto creatore di ricchezza: *con la cultura si mangia!* Incentivando, sostenendo, valorizzando concretamente le realtà culturali e le industrie creative si agevola lo sviluppo del territorio e l'arricchimento di chi lo abita. Esse infatti generano valore in misura multidimensionale, ovvero attivando ricchezza tutto intorno a sé. È necessario quindi avvicinare imprenditorialità e produzione culturale e, in tal senso, incentivare la contaminazione, da parte delle industrie e delle istituzioni creative, di tutti gli ambiti della vita cittadina.

- **OBIETTIVI GENERALI:** Strategie condivise, Logica Bottom-Up, Approccio Manageriale, La cultura è trasversale.

INNOVAZIONE SOCIALE E IMPRESA: sviluppo di imprenditorialità orientata all'impatto sociale con focus sull'analisi di nuovi input di sviluppo strategico, sull'innovazione, l'utilizzo efficace ed efficiente di quelli già esistenti, tramite l'attrazione e l'impiego di investimenti che favoriscano la ricerca applicata.

Tramite infrastrutture appropriate, la creazione di poli specifici produttivi e tecnologici, lo sviluppo e la condivisione delle conoscenze tecniche, passando dall'impiego efficiente nell'utilizzo di investimenti ottenuti da Regione, Stato e Unione Europea. Strumenti che garantiscano la creazione di business con impatto sociale e/o ambientale positivo.

- **OBIETTIVI GENERALI:** Le Agenzie di sviluppo come motore territoriale, Torino città dell'innovazione sociale – Impact investing e ricerca di nuovi investimenti, Torino Digitale, Infrastrutture e trasporti.

MOBILITÀ SOSTENIBILE: nuovi modelli di trasporto, sull'onda di crescenti trend come l'elettrificazione delle città, lo sharing dei veicoli e la micromobilità, potranno rivoluzionare in maniera positiva il modo di spostarsi e vivere le città metropolitane.

In un mondo in cui lo sviluppo tecnologico accelera in maniera esponenziale e il riscaldamento globale sta diventando un problema non procrastinabile, è essenziale che le città si trasformino in modo sostenibile per diventare le 'Smart City' del futuro.

Il tema della mobilità è sempre più cruciale. Il nuovo paradigma della condivisione dei veicoli si lega a doppio filo sia con l'innovazione tecnologica (sviluppo di nuovi mezzi di trasporto a impatto zero), sia con la trasformazione del mondo energetico (crescita dell'elettrificazione urbana a discapito delle fonti fossili). La capacità di vincere le sfide del futuro passa dal garantire modalità di trasporto pulite, integrate tra loro e che sfruttino il sempre maggiore potenziale della digitalizzazione. Mobilità Sostenibile si traduce quindi non solo in salvaguardia ambientale, ma anche in una maggiore qualità della vita dei cittadini.



- **OBIETTIVI GENERALI:** Mobilità dolce, Elettificazione, Viabilità, Infrastrutture, Hub intermodali.

TORINO CAPITALE VERDE: il verde cittadino, bene comune, rappresenta il primo punto di partenza per incentivare nuovi comportamenti positivi nella comunità. La cittadinanza è responsabile nel prendersi cura del territorio che vive e con il quale interagisce, anche inconsapevolmente, ogni giorno.

Tra gli elementi cruciali dello sviluppo urbano vi è in primis la salvaguardia del 'Verde cittadino'. Grandi parchi e piccole aree verdi rappresentano il cuore pulsante di una città e uno dei punti cardine per un futuro sostenibile.

Prendersi cura di questo bene pubblico significa anche sviluppare una comunità responsabile dal punto di vista ambientale. Stimolare il ruolo attivo dei cittadini attraverso un processo di alfabetizzazione ecologica assume un ruolo fondamentale affinché si diffonda la consapevolezza che le azioni positive dei singoli hanno un impatto concreto sul benessere collettivo. La cura dei parchi è inoltre indissolubilmente legata allo sviluppo di realtà agroalimentari all'interno del territorio cittadino, un trend in forte crescita. Per realizzare un concreto sviluppo 'green' è infine essenziale una visione di lungo periodo: identificare oggi le aree da riqualificare e strappare alla cementificazione significa costruire un domani più sostenibile e a misura di cittadino.

- **OBIETTIVI GENERALI:** Gestione parchi, Riconversione verde, Alfabetizzazione ecologica, Parco del Valentino, Agricoltura urbana.

TORINO IN EUROPA: il protagonismo della città in Europa quale strumento per lo sviluppo territoriale: strategie progettuali, transizione verde e adesione a network per creare le migliori condizioni affinché Torino si muova verso un futuro all'altezza delle sfide ambientali, economiche e sociali.

Il livello urbano ha raggiunto negli ultimi anni notevole importanza all'interno delle varie politiche (quella regionale in primis) e degli interventi dell'UE: nelle città d'Europa, infatti, vive più di due terzi della popolazione, generando quasi l'85% del PIL.

Il "peso" di questi agglomerati urbani non può essere misurato solamente attraverso il dato economico: questioni sociali e ambientali si intrecciano inevitabilmente, così come aspetti legati all'innovazione, alla cultura e alla sostenibilità.

Le strategie di Torino e dell'area metropolitana devono mettere al centro delle azioni la necessità di una continua e attenta analisi delle progettualità europee da intraprendere insieme ai vari stakeholders del territorio, attraverso strategie di medio e lungo periodo. Gli impatti economici, sociali e ambientali dati dai progetti europei rivestono dunque fondamentale importanza nell'ottica di uno sviluppo cittadino sostenibile e trasversale. Torino attiva partecipe in Europa equivale a una città protagonista nelle strategie regionali e nazionali.

- **OBIETTIVI GENERALI:** Green Deal, Programmi Comunitari, CTE, Network di Città, Smart Specialization Strategy (S3).

TUTELA E DIRITTI: creazione di una città che sappia essere attenta ai problemi e alle necessità quotidiane di tutte le fasce cittadine; approccio pragmatico nella sensibilizzazione su tematiche relative a ogni discriminazione, nel supporto ai giovani e nel garantire la rimozione di ostacoli che impediscono il pieno sviluppo della persona umana.



La città che vogliamo:

- Suscita e sostiene l'attenzione della comunità cittadina ai bisogni e alle necessità quotidiane di tutte le fasce sociali;
- Sviluppa un approccio pragmatico di sensibilizzazione su tematiche relative a ogni discriminazione;
- Supporta le donne, i giovani, gli anziani, e tutti gli esclusi dai processi produttivi.

Occorre dare finalmente piena attuazione all'art. 3 della nostra Costituzione:

"È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese".

Riconoscendo come fondamentali questi obiettivi, il governo della città deve perseguirli come sua principale priorità. Qualsiasi sviluppo che si dica "civile" e "sostenibile", per essere tale, deve includere il riconoscimento dei diritti di ogni persona, rimuovendo ogni tipo di discriminazione garantendo l'accesso a tutte le opportunità, materiali e immateriali, di cui l'essere umano ha bisogno.

- **OBIETTIVI GENERALI:** Tutela dei Diritti, Tutela per la salute, Giovani e neet, Periferie cittadine, Città più sicura.

SETTE GRANDI TEMI CHE NON DESIDERIAMO AFFRONTARE E NON ABBIAMO CONCEPITO COME SCATOLE CHIUSE, RICCHE DI CONTENUTI CHE NON DIALOGANO TRA LORO





Da questo presupposto emerge l'obiettivo di lavorare in tali aree adottando un **APPROCCIO SISTEMICO**. Quest'ultimo è spesso utilizzato nell'ambito della progettazione, pertanto si presta molto bene a rispondere a sfide complesse trans-disciplinari quali quelle che si propone di affrontare Omnia Torino.

Strategia sistemica

L'adozione di un approccio sistemico presuppone un allontanamento da un metodo al contrario riduzionista, il quale si focalizza sulle singole componenti in maniera distinta. L'approccio sistemico pone invece attenzione all'intero sistema e alle relazioni presenti tra le componenti ad esso appartenenti.

Il sistema a cui si riferisce Omnia Torino è il **TERRITORIO**, dunque la **CITTÀ** che viviamo quotidianamente, la quale deve essere interpretata come un tessuto, una rete fittissima di elementi diversi, tutti in relazione tra loro. Ed è qui che si spiega l'immagine che spesso ci accompagna: una rete densa e resiliente. Quella della nostra città.



Una città costituita da aree verdi, una città che può e deve garantire una nutrizione sana a tutti i suoi cittadini, una città che desidera una mobilità più sostenibile, un tessuto di imprese, siti e servizi legati all'innovazione, una città che ha rapporti con l'estero e che all'estero manifesta un'identità propria e unica, una città costituita da cultura, tutela, diritti.

Tutte queste componenti - che rispecchiano le nostre aree di progetto - dialogano tra loro e sono strettamente **INTERDIPENDENTI**.

L'approccio di Omnia Torino mira quindi a indagare anche le varie **RELAZIONI**, agendo su quelle critiche e potenziandone le positive. Più in generale, affrontare in maniera sistemica le sette aree tematiche precedentemente indicate, conduce alla progettazione di linee guida che possano contribuire a un benessere comunitario a lungo termine. Proprio quello del benessere, dunque della salute, è un tema trasversale a tutte le aree di Omnia Torino.

Un **BENESSERE** che dipende dalla salute del nostro territorio, dunque del nostro ambiente e della nostra comunità, dalla qualità del cibo che mangiamo, dai livelli di inquinamento che noi stessi produciamo, dalle possibilità che una città offre per essere in relazione con gli altri, dalle pari opportunità che dobbiamo avere come cittadini ma prima di tutto come essere umani.



GOVERNANCE e PARTECIPAZIONE DEMOCRATICA

Al fine di raggiungere gli obiettivi elencati attraverso metodi precisi e coinvolgenti, la **GOVERNANCE** e la **PARTECIPAZIONE DEMOCRATICA** allo sviluppo dell'associazione rappresentano fattori primari.

Persone, non numeri



Attualmente, sono membri del **CONSIGLIO DIRETTIVO** 6 persone, tra cui il Presidente, il Segretario e il Tesoriere.

Il Consiglio Direttivo ha la gestione strategica dell'intera associazione, elabora le linee programmatiche e le verifica in conformità degli obiettivi associativi e delle aree menzionate in linea con i poteri stabiliti a norma di Statuto, oltre ad avere rappresentanza verso l'esterno e poter presentare progetti e sottoscrivere accordi. Nelle votazioni e decisioni interne, il Presidente presiede le sedute e, come rappresentante legale, appone la firma ove previsto. Oltre agli aspetti tecnici, desumibili dallo Statuto stesso, il Consiglio Direttivo mantiene il contatto con tutti i soci secondo lo schema che segue.

Nell'**ASSEMBLEA**, i soci possono determinare gli indirizzi generali e programmatici, anche su indicazioni del Consiglio Direttivo, e votano i bilanci e alcune decisioni sottoposte dal Consiglio stesso. Oltre a ciò, lo Statuto regola e riconosce all'Assemblea altri poteri, quali la nomina e revoca di organi sociali.

Un processo decisionale che, quindi, vede l'apporto dei soci del Direttivo in maniera ramificata ma in continuo ascolto delle proposte e istanze di tutti gli associati o comunque di coloro che vogliono, sottostando alle regole dell'associazione, portare idee e contributi.

Per l'anno 2021 si sono iscritti 31 soci, di cui 12 volontari (Direttivo incluso). Tuttavia, hanno gravitato intorno ad Omnia Torino molte più persone, giovani e meno giovani, come testimoniato da diversi progetti, accordi



ed eventi, che hanno visto una continua partecipazione. Anche in questo caso, si è strutturata una rete di connessioni, dialoghi e confronti costruttivi.

TEAM: IMPATTO

Rete, networking e attività: partecipazione 2020-2021

Giovani partecipanti agli eventi e attività (c.d. simpatizzanti): >100

Giovani raggiunti dalle attività e reti create: >500



Rete Youth Turin Union

Progetto Vivere Torino: i giovani torinesi - 2021", 511 risposte



Organizzazione: team, ricerche e progetti

A ciò connesso, che segue le norme dello Statuto e del Codice Civile, la quotidianità della partecipazione democratica all'associazione ha schemi e strutture precise.

I vari obiettivi di ogni area, infatti, presupporrebbero un continuo e costante apporto da parte di molteplici soci, dedicando molto più tempo rispetto a quanto si potrebbe prevedere o, comunque, rispetto a quanto richiesto.

Per ovviare alla staticità delle azioni, l'organizzazione delle attività di Omnia Torino prende inizio da un doppio schema.

I soci facenti parte di una (o più) delle 7 citate aree su loro espressa volontà e richiesta contribuiscono allo sviluppo dei temi con il loro bagaglio culturale ed esperienziale attraverso due modalità: proponendo **RICERCHE** o **PROGETTI**.

La distinzione è la seguente:

- ✓ **RICERCHE**: all'interno di ogni gruppo di area o aree (l'approccio sistemico non è tale solo in fase finale, di realizzazione del "risultato") i soci che ne rientrano si auto-organizzano (con la presenza continua e costante di almeno un membro del Direttivo più soci volontari) e, attraverso confronti esterni ed interni, sviluppano documenti, approfondimenti ed eventi su un tema collegato; per la loro divulgazione, vengono utilizzati i social associativi e, una volta completato il documento (se presente), viene messo a disposizione del pubblico gratuitamente tramite il download sul sito di Omnia Torino;



- ✓ **PROGETTI:** in questo caso, si sviluppano progetti con attori del territorio (terzo settore, associazioni di rappresentanza, imprese, professionisti, Istituzioni ecc.), sempre e comunque all'interno delle aree di pertinenza e con un filo logico connesso alle attività e obiettivi. Naturalmente, ogni progetto, così come ogni ricerca, non può “uscire” dalle attività statutarie.



Come accennato, i risultati di ricerche e progetti vengono successivamente pubblicizzati sui social e sul sito istituzionale.

Nel processo democratico di queste fasi, i “primi” passi in termini di definizione della ricerca o del team che si occuperà del progetto vedono il coinvolgimento dei soci, il loro ascolto (soprattutto per quanto riguarda i dubbi) e la comprensione del tempo che potrebbero dedicare nel caso in cui si decidesse di proseguire con l’attività auto-gestita o in condivisione con partner esterni. I singoli gruppi, insieme agli altri partner o “da soli”, sempre alla presenza di un membro del Direttivo e di un socio volontario, possono organizzare incontri (nel rispetto delle regole date dall’emergenza sanitaria) per approfondimenti o per, semplicemente, conoscersi meglio. A livello pratico, il coinvolgimento dipende chiaramente dall’entità dei processi, dai tempi connessi e dalle disponibilità. Non ci sono obblighi nelle fasi iniziali, quando inizia ad essere più chiara l’attività che si vuole portare avanti; diventa comunque importante avere ben presente che, una volta data la disponibilità, tirarsi indietro significherebbe creare problematiche all’intero team e, conseguentemente, all’associazione.

Al fine di agire al meglio, l’associazione utilizza la **PIATTAFORMA DI GOOGLE DRIVE** (e gmail) diviso per aree (oltre alla parte amministrativa, di pertinenza del Direttivo e a disposizione dell’Assemblea per i propri libri) ove poter caricare file e documenti; inoltre, le chat di gruppo **WHATSAPP** sono uno strumento molto utile per rapidi aggiornamenti, programmazioni, chiarimenti, calendarizzazione di call e incontri e, ovviamente, anche per chiacchierare e confrontarsi in modo costruttivo (il tutto previa autorizzazione alla condivisione di numeri di telefono e contatti email).

Attraverso questi canali e mezzi, il singolo socio può contribuire in vario modo e al di fuori di schemi preimpostati. Un processo democratico di base, che serve soprattutto quando non è possibile vedersi (a



causa della pandemia, di impegni lavorativi o di altra natura) ma è piacevole e interessante sentirsi e confrontarsi.

Una volta fatta la ricerca, esposta l'idea o ottenuto un risultato?

Non è finita! Controllare e verificare se e come i nostri punti recepiti procedano all'esterno è un compito importante e fondamentale. Non vogliamo restare a guardare, vogliamo esser protagonisti nella creazione del futuro della città!



ATTIVITÀ SOCIALE 2021

Date le premesse di principi, di strategia e metodo, strutturali e di partecipazione democratica, vengono ora rappresentate le **ATTIVITÀ ASSOCIATIVE DELL'ANNO 2021**.

L'approccio sistemico, unito alla composizione in aree e argomenti, ha prodotto, attraverso ricerche e progetti sviluppati da diversi team in sintonia tra di loro e grazie alla regia strategica del Direttivo e del Presidente, **QUATTRO MACRO-ARGOMENTI** che hanno visto la partecipazione di diversi team e tutte le sette aree, rappresentato da un portfolio pubblicato online a ottobre 2021:



OMNIA TORINO

- 1 CHI SIAMO**
La nostra forza e le nostre idee
- 2 I NOSTRI PRIMI PUNTI**
 - GIOVANI**
Cosa significa Torino città dei giovani?
 - EUROPA**
Indagini e azioni per Torino città europea
 - AMBIENTE**
Conoscenza e partecipazione nel rapporto cittadini - ambiente
 - INNOVAZIONE SOCIALE**
Torino capitale dell'innovazione sociale



Ottobre 2021



GIOVANI

*Cosa significa Torino città dei giovani?
Azioni e progetti per una città giovane e giovanile a 360°*

RICERCHE E PROGETTI

Giovani



2 progetti

1 ricerca

Rete YouTU - Youth Turin Union

Temi:

Giovani torinesi e vita quotidiana

Lavoro, abitare e tempo libero

Creazione e ideazione di reti e collaborazioni giovanili



I giovani torinesi: Barriera di Milano

Un report che analizza la percezione del quartiere Barriera di Milano da parte dei giovani dell'Oratorio Michele Rua.



1) SCENARIO/ CONTESTO DI PARTENZA

Barriera di Milano, quartiere situato a Nord-Est della città di Torino, è una zona considerata periferica e il quartiere, agli occhi dell'opinione pubblica, viene visto come frammentato economicamente e socialmente, con problematiche di varia natura. Tra le varie aree di Torino, la zona è, in particolare, Borgata Monterosa (luogo in cui si colloca l'Oratorio) è contrassegnata da tassi di disoccupazione superiori alla media cittadina.

Inoltre, risulta esserci un'elevata incidenza di famiglie con potenziali difficoltà economiche e la presenza di giovani NEET (Neither in Employment or in Education or Training) ossia giovani che non studiano e non lavorano.



2) PROGETTO, OBIETTIVI E AZIONI INTRAPRESE

Il report, elaborato da Omnia Torino in collaborazione con l'Oratorio Salesiano Michele Rua, ha come scopo quello di analizzare la percezione del territorio di Barriera di Milano da parte delle ragazze e dei ragazzi che lo frequentano e lo vivono, a partire dai giovani del citato Oratorio.

Nel suo insieme l'indagine, effettuata tramite questionario online in forma anonima, ha l'obiettivo di evidenziare problematiche, opportunità, fattori positivi e negativi del territorio di Barriera di Milano, dando voce ai giovani tra i 16 e i 30 anni.

Per quanto riguarda la percezione del quartiere è stato chiesto agli intervistati di esprimere una valutazione tramite punteggio da 1 (minimo) a 4 (massimo) sulla presenza /assenza di buon vicinato, solidarietà, presenza di luoghi aggregativi significativi, proposte culturali e buone scuole vicine per i fattori protettivi (bonus); per i fattori di rischio (Malus) disuguaglianze economiche, disuguaglianze sociali, razzismo, (in) sicurezza, degrado urbano.

Per un ascolto diretto sono state inserite le seguenti domande aperte:

1. Reputi manchi qualcosa di essenziale in Barriera? Se sì, cosa?
2. Esprimi 3 caratteristiche positive di Barriera.
3. Esprimi 3 caratteristiche negative di Barriera.
4. Riconosci la presenza di una o più eccellenze (scolastiche, sociali, imprese) di Barriera? Quali?

Dopo un focus sull'emigrazione da Barriera a Torino, agli intervistati è stato chiesto di esprimere delle valutazioni sull'Oratorio, al fine di verificare se, per i giovani, la struttura del Michele Rua rappresenti una sorta di luogo sicuro in cui crescere e formarsi.

3) RISULTATI OTTENUTI

Sebbene il campione in analisi non sia rappresentativo della popolazione dell'intero quartiere, diversi elementi possono essere riassunti in una panoramica generale.

Dall'analisi, Barriera di Milano è un quartiere con evidenti problematiche su diversi aspetti: gli elementi negativi sono stati espressi in misura maggiore rispetto alle presenze e agli aspetti positivi.

Il senso di insicurezza è accompagnato da una forte presenza di disuguaglianze economiche e sociali, creatrici di tensioni di varia natura. Il degrado assume diverse forme come la sporcizia nelle strade, la mancanza di servizi ed educazione. La sensazione di un abbandono generale in quanto il quartiere viene visto come lasciato a se stesso e dalla "brutta reputazione".

Per gli aspetti positivi e di forza, la ricchezza multiculturale presente sul territorio, riscontrata e apprezzata, richiede alla società civile e alle istituzioni pubbliche, un vivo impegno nella costruzione di una proposta interculturale. Così come andrebbe applicato un forte sostegno alle attività culturali, viste come essenziali per un fermento sociale e giovanile positivo per l'intero quartiere. Dai dati raccolti emerge anche un impatto importante delle organizzazioni che operano sul territorio e un forte senso di comunità. Le scuole e i centri di educazione non formale sono eccellenza e veri e propri punti di riferimento; tra questi rientra l'Oratorio e il ruolo del Rua.



4) PROSPETTIVE FUTURE

Questo lavoro ha rappresentato il primo step rispetto ad un progetto di ricerca più ampio che ha successivamente coinvolto tutta la città. Tale azione può essere descritta come “i giovani che si parlano e si ascoltano” al fine di donare valore alle parole e alla comprensione di Torino da parte delle ragazze e dei ragazzi che la abitano e la vivono.

Periodo:

Novembre 2020 - Gennaio 2021

Aree coinvolte:

Agroalimentare e benessere (10%)

Torino capitale verde (10%)

Torino in Europa (10%)

Tutela e diritti (40%)

Innovazione sociale ed imprese (10%)

Mobilità sostenibile (10%)

Cultura diffusa (10%)



Vivere Torino: i giovani torinesi

La qualità della vita a Torino secondo i giovani: bisogni, richieste, speranze e molto altro.

Report che analizza la percezione della qualità della vita dei giovani di Torino, mettendo in luce i loro bisogni, le loro richieste e speranze, l'approccio verso il Terzo Settore e molto altro.

1) SCENARIO/CONTESTO DI PARTENZA

Progetto in collaborazione con: Comitato provinciale di Torino per l'UNICEF, Acmos, Centro Interculturale della Città di Torino, parrocchie dell'Unità Pastorale 20.

Da diversi anni ormai si sente parlare molto spesso della necessità di dare un ruolo primario a ragazze e ragazzi in diversi ambiti. Mancano tuttavia "strumenti" che possano rendere protagoniste le energie della giovane età, di chi vuole immaginare un futuro migliore o, comunque, diverso.



Il progetto nasce quindi dall'intenzione di dare voce ai giovani torinesi dai 15 ai 29 anni indagando il rapporto con il proprio quartiere e con il contesto cittadino in cui sono immersi. L'intento è stato quello di stimolare un approccio e una partecipazione giovanile "dal basso", in prospettiva delle discussioni a supporto dello sviluppo dell'intera comunità. La rilevazione sulla città di Torino del sentiment dei e delle giovani rispetto alla vita nel proprio quartiere nasce grazie a un primo lavoro effettuato da Omnia Torino all'interno dell'oratorio salesiano Michele Rua di Barriera di Milano, "periferia" nord di Torino. Questa survey, iniziata nel novembre 2020 e conclusa nel gennaio 2021, ha rappresentato il primo passo rispetto al progetto più ampio oggetto del presente documento.

2) PROGETTO, OBIETTIVI E AZIONI INTRAPRESE

Il report, elaborato da Omnia Torino con il prezioso supporto del Comitato Provinciale di Torino per l'UNICEF, di Acmos, del Centro Interculturale della Città di Torino e di numerosi altri enti e parrocchie del territorio, si è posto le seguenti finalità:

- Valutare l'impatto delle politiche territoriali e di sviluppo locale attraverso la visione dei giovani. Sia nell'ottica d'insieme, sia per singola circoscrizione/quartiere;
- Contribuire a comprendere meglio le necessità delle fasce giovanili di Torino, anche attraverso l'apporto del terzo settore torinese, con esso implicato;
- Prospettare e costruire strumenti e azioni per continuare ad ascoltare ed incontrare i giovani. Coinvolgerli e interpellarli, per renderli protagonisti del cambiamento cittadino. Sviluppando inoltre un senso di responsabilità verso il territorio che abitano, senza barriere date da differenze di nazionalità, sesso e credo.



La strategia di raccolta dati che è stata adottata parte dal coinvolgimento attivo dei diversi enti partner che, sfruttando i propri canali, hanno ramificato la distribuzione di un questionario a cui hanno risposto in totale 511 giovani torinesi.

L'analisi dei dati ha permesso di strutturare il report in varie sezioni:

- Caratteristiche del campione analizzato;
- Focus sulla percezione della città sotto vari punti di vista (es. attività culturale, formazione, verde urbano, aspetti di comunità, welfare, ecc.);
- Focus di dettaglio sulle singole circoscrizioni;
- Impatto degli enti del terzo settore sui giovani.

3) RISULTATI OTTENUTI

Il primo "campanello d'allarme" riscontrato riguarda il dato sull'emigrazione: il 38% dei e delle giovani rispondenti andrebbe via dal proprio quartiere, spostandosi in altre zone della città, all'estero o in altre parti del Piemonte e d'Italia. Ma la pandemia ha minato diverse certezze, portando a cambi nelle proprie convinzioni, o una crescente sensazione di insicurezza o ancora una modifica nella situazione economica propria o familiare. Problematiche da non sottovalutare e che potrebbero acutizzarsi con il proseguire dell'emergenza sanitaria.

Diverse sono le differenze economiche e sociali tra le varie zone cittadine.

In generale possono essere fornite alcune indicazioni. La popolazione giovanile apprezza i seguenti aspetti della città di Torino:

- parchi pubblici e aree verdi;
- presenza giovanile;
- mobilità sostenibile, declinata nelle piste ciclabili (sebbene non siano abbastanza le aree chiuse al traffico);
- buon livello dell'offerta scolastica, specialmente pubblica, e delle attività extrascolastiche.

Più di un giovane su due, per ogni circoscrizione, riconosce il valore e la presenza del verde che lo circonda. Le istituzioni scolastiche, soprattutto quelle pubbliche, sono di buon livello in diverse aree di Torino ma con alcune differenze tra le 8 circoscrizioni. L'eccellenza delle piccole e medie imprese si contrappone alla mancanza di lavoro (punto negativo). Tra i servizi offerti, i collegamenti pubblici sono presenti ma i mezzi, in numero sufficiente, sono sovraffollati praticamente ovunque.

Tra gli elementi negativi:

- insufficienti punti di riferimento per giovani;
- poca attenzione delle autorità alle problematiche dei singoli quartieri;
- carenza di luoghi di aggregazione;
- scarso rispetto dei luoghi comuni;



- poche opportunità di lavoro.

Da ciò che emerge, Torino appare una città poco attenta alle esigenze della popolazione giovanile e alle problematiche specifiche di diverse circoscrizioni. A rafforzare questa percezione concorrono i pochi stimoli alla vita culturale, forse anche riconducibili alla scarsa o inefficace sponsorizzazione degli stessi, più una debole cultura diffusa sul territorio e la mancanza di progetti ritenuti utili per i bisogni specifici dei quartieri.

Un aspetto che colpisce riguarda la brutta reputazione del quartiere: nella circoscrizione 6, ben il 75% dei rispondenti conferma tale fattore, mentre nelle circoscrizioni 1, 2 e 3 il problema è praticamente inesistente. In alcune parti della città, inoltre, viene riscontrata la mancanza del rispetto dei luoghi comuni da parte dei propri abitanti.

4) PROSPETTIVE FUTURE

I problemi derivanti dall'emergenza sanitaria pongono serie riflessioni sul futuro delle città: l'acutizzarsi di questioni economiche e sociali potrebbe portare a situazioni insostenibili, soprattutto per quelle fasce della popolazione che, in Italia, rischiano di trovarsi con meno garanzie e più difficoltà: i giovani.

Questo lavoro rappresenta, nel suo insieme, un passo verso la costruzione di un metodo di ascolto e partecipazione continuo nel tempo dei giovani e per i giovani, ma utile alla cittadinanza nel complesso. Un'aggiunta importante all'idea di realizzare un processo simile a quelli della better regulation, coinvolgendo ragazze e ragazzi attraverso forme di democrazia partecipativa, costruendo percorsi per progettualità e interventi subordinati alla preliminare presenza e ascolto delle nuove generazioni.

Periodo:

Marzo 2021 - Luglio 2021

Aree coinvolte:

Agroalimentare e benessere (10%)

Torino capitale verde (10%)

Torino in Europa (10%)

Tutela e diritti (40%)

Innovazione sociale ed imprese (10%)

Mobilità sostenibile (10%)

Cultura diffusa (10%)



Abitare la città: Torino

Torino, città dei giovani.



1) SCENARIO/CONTESTO DI PARTENZA

In collaborazione con il Comitato Reloading Torino

Una città è attraente se invoglia ragazze e ragazzi a venire nel territorio.

Sufficiente?

No.

Il moto non può dirigersi solo dall'esterno verso l'interno.

I giovani torinesi devono *restare*.

Torino città dei giovani e cioè: casa - trasporti - movida - lavoro.

Confronti e approfondimenti con professionisti per una Torino giovane a 360 gradi.

Omnia Torino è parte del Comitato Reloading Torino, un'organizzazione che, attraverso indagini scientifiche e culturali, studia i rapporti economici e sociali del sistema urbanistico. Un Comitato nato da una spinta civica per garantire a Torino un futuro prospero e aperto all'Europa e al mondo. Insieme a professionisti, cittadini e appassionati, sono state toccate molteplici tematiche: noi di Omnia, in particolare, abbiamo contribuito nel dare risposta all'idea: "Torino città dei giovani".

2) PROGETTO, OBIETTIVI E AZIONI INTRAPRESE

Come?

CULTURA DIFFUSA E MOVIDA: affinché i giovani abbiano la possibilità di vivere una Torino culturalmente ricca, sradicando l'idea di "movida" dall'accezione negativa. Accanto allo sviluppo professionale, che dev'essere garantito, è fondamentale lo sviluppo sociale: i/le giovani crescono insieme e all'interno della comunità che li/le accoglie, e viceversa. L'offerta lavorativa e professionale deve affiancarsi ad un'offerta culturale e ludica ricca, curata, coinvolgente.

Non bisogna dimenticare però che, come in ogni altro settore, anche i professionisti delle industrie creative e culturali non esercitano a "tempo libero".

HOUSING: poter vivere autonomamente a costi contenuti. Fattore di attrattività ulteriore per le nuove generazioni. La possibilità di vivere autonomamente a costi contenuti è uno dei fattori di attrattività per i giovani. Il costo dell'affitto di un appartamento o di una camera con caratteristiche interessanti per questa fascia d'età (zona, dimensioni, stato dell'immobile) rimane tuttavia troppo caro per buona parte della popolazione giovane.

Le cause sono ascrivibili a tre fattori:



1. Scarsità dell'offerta.
2. Valutazione del rischio.
3. Ricerca della massima remunerazione del capitale.

TRASPORTI: investimenti per più soluzioni di trasporto pubblico e pubblico/privato, anche di notte. Trasporto Pubblico come risorsa per attrarre giovani e per lo sviluppo della città: implementazione della rete tranviaria e metropolitana, Investire sulla mobilità elettrica e sull'implementazione delle piste ciclabili.

SVILUPPO E LAVORO

Companies attraction program: più lavoro, più impresa, più giovani. Agevolazioni e sgravi fiscali orientati a trattenere e attrarre aziende in grado di offrire ai giovani una motivazione per rimanere sul territorio e migliorare il futuro economico della città.

Graduate PA: figure professionali altamente qualificate. Un'opportunità di carriera tramite un percorso dedicato e strutturato con lo scopo di formare personale altamente qualificato.

Retention program: ulteriori misure per trattenere i giovani. Rendere Torino una città pronta ad attrarre e trattenere giovani talenti, i quali riescano ad acquisire una certa autonomia economica grazie allo sviluppo della propria carriera lavorativa.

I ragionamenti e i confronti hanno prodotto diverse analisi sui problemi e sui rischi collegati ai vari argomenti, così come punti di forza e opportunità.

Nell'ottica di un approfondimento intergenerazionale, professionale e cittadino, i risultati, scaricabili in formato PDF, sono stati presentati durante l'evento del 15/09/2021 di Reloading Torino con diversi candidati giovani al Consiglio Comunale di Torino e nelle Circoscrizioni.

4) PROSPETTIVE FUTURE

Questi risultati sono il lavoro di circa un anno di confronti e brainstorming.

Con una forte base di partenza e con una rete strutturata, seguiranno ulteriori approfondimenti e iniziative.

Periodo:

Gennaio 2021 - Settembre 2021

Aree coinvolte:

Agroalimentare e benessere (5%)

Torino capitale verde (15%)

Torino in Europa (5%)

Tutela e diritti (25%)



Innovazione sociale ed imprese (5%)

Mobilità sostenibile (20%)

Cultura diffusa (25%)

YouTU: Youth Turin Union

L'azione, siglata con un Memorandum of Understanding (MoU), stabilisce un accordo informale e non vincolante tra le associazioni giovanili e studentesche Omnia Torino, SeiPlus, SITPolito, SITUnito, Starting Finance Club UniTo e Visionary Torino, atto a formare una collaborazione che possa garantire, alle ragazze e ai ragazzi torinesi, la possibilità di vivere in una città dinamica e attrattiva per i giovani del territorio e non solo.

“Crediamo sia necessario sviluppare l’idea della città universitaria di pari passo con la visione di una città dei giovani. Diversi dati ci mostrano una realtà molto particolare: Torino non solo non è attrattiva per le nuove generazioni, ma i giovani torinesi sono in una situazione di particolare “stallo” territoriale.

Il tasso dei NEET (giovani tra i 15 e i 29 anni che non studiano, non sono in formazione e non lavorano), dai dati Eurostat, in Italia è tra i più alti in tutta Europa: nel 2019 era pari al 22,2%, al terzo posto dopo la Turchia (29,5%) e la Macedonia del Nord (24,5%) e con una media europea (a 27) del 12,6% e dell’area euro al 12,7%. In Italia, secondo l’ISTAT il Piemonte si attesta al 16,6%, seconda, per quanto riguarda il Nord Italia, soltanto alla Valle d’Aosta (17,7%). A livello di città metropolitane e province, Torino non è tra le migliori. Nel 2017, grazie ad uno studio dell’ANPAL, è stato possibile evidenziare come il capoluogo piemontese fosse al 52esimo posto, con il 20,17%.

Secondo le associazioni firmatarie, una città, per essere universitaria e dei giovani, deve saper essere formativa da un lato, grazie ad ampie offerte e supporti allo studio, e attrattiva dall’altro: nello sviluppo personale del/della giovane il territorio deve riconoscere il valore della persona offrendogli la possibilità di continuare a sviluppare i propri sogni e aspirazioni al suo interno e non al di fuori dello stesso. Il contesto associativo, in questo senso, permette lo scambio di idee, opinioni e sogni, oltre alla possibilità di messa in campo di azioni e progetti singolarmente non realizzabili.

Per questi motivi il MoU vuole contribuire a far crescere una comunità che riguarda, direttamente, il futuro del territorio”.





EUROPA

Indagini e azioni per Torino città europea

RICERCHE E PROGETTI

Europa



1 ricerca

Eventi tematici con esperti
Rubriche tematiche

Progetti europei di Torino e Città Metropolitana

Approfondimenti e interventi sistemici

Focus PNRR per Torino area metropolitana



Lo sviluppo di Torino in chiave europea

I programmi europei a gestione diretta e la CTE per uno sviluppo metropolitano torinese in ambito UE.



1) SCENARIO/CONTESTO DI PARTENZA

Il tema dello sviluppo delle città attraverso le strategie urbane è molto complesso e abbraccia molteplici aspetti. Grazie alle risorse europee, poi, la pluralità degli interventi che possono essere realizzati rendono il quadro ancora più articolato.

Di estrema attualità sono, infatti, le strategie nazionali (vedasi il Recovery Plan) per l'utilizzo di miliardi di euro dell'Unione nella realizzazione di progetti e riforme di varia natura; le regioni inoltre si stanno muovendo per definire, a loro volta, gli interventi necessari per il proprio sviluppo.



2) PROGETTO, OBIETTIVI E AZIONI INTRAPRESE

Il focus del presente studio riguarda un'analisi sui progetti europei dei programmi a gestione diretta della Commissione Europea sui progetti della Cooperazione Territoriale Europea (CTE). Questi due "strumenti" rappresentano, per l'area metropolitana, importanti mezzi per affrontare le sfide del futuro: da solo, come da diversi studi, il Comune non ha la forza economica e amministrativa per poter gestire un intervento massiccio sui programmi europei.

Il cambiamento sistemico che si vuole qui proporre (associato ai target di sostenibilità degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e da piani d'azione quali il Green Deal), e che muove i propri passi entro le strategie regionali, nazionali ed europee, necessità della capacità di poter "afferrare" tutte le opportunità in campo europeo, spendendo le risorse (di tempo, economiche e di capitale umano) in maniera efficiente ed efficace.

Con l'obiettivo di proporre uno sviluppo europeo che è sviluppo locale e viceversa, è necessario verificare gli indirizzi politici e progettuali del periodo 2014-2020 al fine di comprendere la direzione data al territorio da parte degli enti, in particolare di Torino. Appurando così dove proseguire il lavoro sin qui svolto, dove effettuare dei cambi o integrare azioni per uno sviluppo sostenibile torinese metropolitano. Adottando una metrica coerente con i vari target nazionali e le pianificazioni locali già in atto.

Nel contesto Europeo, cosa può fare, dunque, una Città? Qual è il livello di autonomia?

3) RISULTATI OTTENUTI

Come realizzare tutte le buone intenzioni, i piani e le strategie su Torino metropolitana? Come dar forma al futuro della città? La proposta per un'analisi e una visione territoriale orientata al prossimo futuro si articola su tre livelli:

- Preparazione: la Next generation nella PA. Per non perdere le opportunità europee, prevedere l'organizzazione dell'ente Torino insieme all'ente dell'area metropolitana, al fine di poter affrontare le sfide del futuro e la gestione di molteplici progetti in un'ottica unitaria. Da qui, valorizzare il capitale umano presente negli enti con formazioni su tematiche europee e di europrogettazione, insieme ad assunzioni mirate (soprattutto di giovani). Prevedere l'apertura di collaborazioni con centri studi e di ricerca, esperti e realtà extraterritoriali torinesi quali, ad esempio, la Banca Europea degli Investimenti, rinnovando l'attuale Accordo Quadro triennale. Infine organizzare una presenza costante dei rappresentanti politici alle discussioni in ambito europeo, ad esempio nella sede della Regione Piemonte a Bruxelles.
- Comunicazione: comunicare l'Europa. Comunicare bene è coinvolgere bene! Da un lato uniformare i siti istituzionali degli enti Città di Torino e Città metropolitana di Torino per quanto riguarda i progetti europei e la partecipazione a iniziative europee; dall'altra creare campagne di comunicazione e sensibilizzazione sul valore e sugli impatti dei progetti, spiegando cosa fa l'Europa per Torino e Torino per l'Europa, anche grazie alla partecipazione di personaggi torinesi famosi quali, ad esempio, Margherita Oggero, Alessandro Barbero, Valeria Ferrero e Claudio Marchisio.
- Strategie: attraverso meccanismi di democrazia partecipata, Better regulation o similmente a quanto fatto per la costruzione del Documento Strategico Unitario piemontese, dal Piano Strategico Metropolitano torinese 2021-2023 e da Piemonte 2027, prevedere la partecipazione e l'ascolto degli stakeholders territoriali torinesi, della cittadinanza e dei giovani nella definizione di strategie di sviluppo, progettuali e di investimento europee. Agendo sulle seguenti priorità, in un'ottica sistemica



e attraverso progetti a valere sui programmi a gestione diretta e CTE: aerospazio e automotive; ambiente; innovazione ed economia sociale; politiche sociali; turismo e cultura.

4) PROSPETTIVE FUTURE

Verranno approfondite le strategie progettuali e i programmi europei per comprendere come l'area metropolitana torinese possa, in maniera unitaria, svilupparsi in un contesto europeo che è sinonimo di sviluppo locale. Dall'attrazione degli investimenti all'attrazione del capitale umano, dalla valorizzazione paesaggistica culturale all'innovazione sociale, diventa prioritario coinvolgere tutti i cittadini e le realtà territoriali per incrementare coesione, produttività e qualità della vita grazie alle opportunità europee.

Periodo:

Prima fase: Novembre 2020 – Marzo 2021; Seconda fase: Marzo 2021 – Giugno 2021

Aree coinvolte:

Agroalimentare e benessere (10%)

Torino capitale verde (10%)

Torino in Europa (40%)

Tutela e diritti (10%)

Innovazione sociale ed imprese (10%)

Mobilità sostenibile (10%)

Cultura diffusa (10%)



Torino in Europa: a prova di futuro?

STRATEGIE E COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO TORINESE



EUROPA E TORINO:

“Tra Next Generation Eu e Green Deal l'Europa è argomento di stretta attualità.

Ma quanto influisce l'Europa sulla vita di ogni cittadino? Quanta Europa c'è in Torino? Quali le strategie messe in campo? E ancora, come comunicare bene tutte le opportunità che arriveranno?”

Evento online con Luca Jahier, già presidente del Comitato economico e sociale Europeo e con la Prof.ssa Marinella Belluati, docente di sociologia e dei processi culturali e comunicativi dell'Università di Torino.

Approfondimenti - rubrica social

APPROFONDIMENTO - RUBRICA SOCIAL PNRR E TORINO – A CHE PUNTO SIAMO?

Progetti, informazioni, indicazioni e critiche costruttive.



AMBIENTE

Conoscenza e partecipazione nel rapporto cittadini - ambiente

RICERCHE E PROGETTI

Ambiente



1 ricerca
1 progetto
Partner di iniziativa della
Commissione Europea
Rubriche tematiche

Approccio sistemico alla questione ambientale torinese

Green City Accord

Rubrica ambientale



Cittadini e ambiente a Torino



Conoscenza e partecipazione per il futuro metropolitano: Green City Accord e parchi cittadini.

1) SCENARIO/CONTESTO DI PARTENZA

A fronte di una città molto verde, Torino (e il Piemonte) ha diverse problematiche legate all'ambiente.

- In Piemonte lo stato ecologico della rete fluviale sotterranea e di superficie è "buono" o "superiore" soltanto per il 55% dei corpi idrici; per la zona di Torino diversi dati indicano uno stato "scarso" delle reti superficiali;
- Per lo stato dell'aria, i parametri legati ai tre elementi più pericolosi per la salute (Biossido di Azoto, PM10, Ozono) non sono rispettati nella città di Torino e più in generale nella sua area metropolitana nell'arco degli ultimi 3 anni - dal 2019 al 2021;
- La temperatura media del 2020 è aumentata di 1 grado rispetto al decennio precedente, ma il vero e proprio incremento



lo si è avuto nei mesi invernali, quasi il 50%. Questo dato influisce anche sui giorni di pioggia e la quantità di precipitazioni. Nella città di Torino un esempio può esser fatto nella zona di Via Reiss Romoli, dove si possono notare incrementi di 3 gradi nelle aree a meno di 50 metri dalla zona industriale e di 1 grado nelle aree che vanno dai 50 ai 100 metri dalla citata zona.

- Per quanto riguarda i costi sociali complessivi generati dall'inquinamento atmosferico, Torino rientra tra le prime tre città italiane, dopo Roma e Milano, con un totale di 1,815,447,357€.
- I costi dell'inquinamento dell'aria sono generati dall'alto numero di automobili in circolazione e dalla carenza di efficienti servizi di trasporto pubblico. I fattori considerati che determinano il costo sociale della pessima qualità dell'aria sono molteplici: ricoveri ospedalieri, perdita di tempo e di benessere, impatti diretti e indiretti sulla salute e riduzione dell'aspettativa di vita.
- La città di Torino conta solo 20 alberi ogni 100 abitanti, un risultato poco confortante se paragonato alla vicina Cuneo, che raggiunge i 203 alberi ogni 100 abitanti. Dal 2016 ad oggi sono stati piantati 47489 alberi e 500mila mq di aree industriali sono state convertite in spazi verdi.
- Prendendo i dati dall'ultimo piano per il risanamento acustico rilasciato dal comune di Torino (2013), una grandissima fetta di popolazione, pari a circa il 90%, presenta un'esposizione a livelli sonori al limite, se non oltre. Con il passare degli anni i dati non sono variati più di tanto, e soltanto durante il periodo del lockdown nel 2020 è stata registrata una diminuzione.
- Alla luce dei dati raccolti e delle analisi emerge con forza la necessità di operare passi significativi per rispettare i parametri stabiliti a livello nazionale ed europeo. Non solo: la questione ambientale condiziona la vita di tutte e tutti, nessuna esclusione, e le città rappresentano i luoghi chiave ove poter attuare cambiamenti e misurare gli impatti.

2) PROGETTO, OBIETTIVI E AZIONI INTRAPRESE

Le riflessioni riguardanti cosa si possa fare hanno portato Omnia Torino a diventare "supporter" del **GREEN CITY ACCORD (GCA)**.

Lanciato in ottobre 2020, il GCA è un'iniziativa della Commissione Europea (Eurocities, ICLEI Europe e il Consiglio dei Comuni e delle Regioni d'Europa (CCRE) sostengono la Commissione europea nello sviluppo e nell'attuazione dell'accordo) che vuole incoraggiare le autorità locali ad agire per rendere le proprie città più verdi e sane, migliorando così la qualità della vita dei propri cittadini. Partecipando al Green City Accord, le città si impegnano ad affrontare cinque aree della gestione dell'ambiente: migliorare la qualità dell'aria e dell'acqua, preservare e potenziare la biodiversità urbana, spostarsi verso un'economia circolare e migliorare la gestione dei rifiuti e, infine, ridurre l'inquinamento acustico. Per natura e biodiversità (notevoli progressi nella conservazione e nel miglioramento della biodiversità urbana, anche attraverso un aumento dell'estensione e della qualità delle aree verdi nelle città, e arrestando la perdita e ripristinando gli ecosistemi urbani), sulla città di Torino (e, ipoteticamente, con una struttura scalabile anche ai Comuni dell'area metropolitana), l'idea prospettata di seguito è quella di supportare la partecipazione della cittadinanza attiva nella gestione delle piccole aree verdi di quartiere e dei parchi urbani.

Un lavoro che vedrebbe la piena ed essenziale collaborazione tra Comune, Circoscrizioni e le associazioni/comitati/singoli cittadini, scuole, gruppi parrocchiali e commercianti sui piani organizzativi e di manutenzione del verde di quartiere.



3) RISULTATI OTTENUTI

- Omnia Torino ritiene dunque importante la sottoscrizione al Green City Accord da parte della Città di Torino e della Città Metropolitana di Torino.
- Indagini sui parchi cittadini. Gli spazi verdi hanno molteplici funzioni di natura non solo ambientale, ma anche sociale, ecologica, culturale ed economica, con vari benefici per la comunità. Nella nostra visione, in questo ruolo i cittadini sono non soltanto meri ricettori delle informazioni, ma facenti parte di un movimento che vuole affrontare, insieme, le sfide ambientali.

Il focus ha cercato di muoversi entro l'esistente al fine di non sprecare risorse di tempo e di denaro. Ciò che sembrerebbe mancare riguarda una piattaforma in grado di poter raccogliere e, in modo molto trasparente, evidenziare le varie attività sulle aree verdi.

4) PROSPETTIVE FUTURE

Sottoscrivendo il GCA, effettuare ricerche e dibattiti per:

1. Stabilire livelli di base e fissare obiettivi ambiziosi che vadano oltre i requisiti minimi stabiliti dalle leggi dell'UE entro due anni dalla firma;
2. Attuare politiche e programmi in modo integrato, per raggiungere gli obiettivi entro il 2030;
3. Integrare un sistema che permetta la partecipazione a progetti e attività sulle aree verdi cittadine al fine di prevedere iniziative in campo tecnologico, sociale, culturale e agroalimentare;
4. Riferire sull'attuazione e sui progressi ogni tre anni. Prevedere eventi e tavole rotonde aperte alla cittadinanza per presentare gli sforzi fatti, i risultati raggiunti e le varie attività/progetti attivati nelle aree verdi del quartiere.

Green City Accord
A European Commission initiative to make cities greener, cleaner and healthier.

SUPPORTER

Le riflessioni ambientali hanno portato Omnia Torino a diventare "supporter" del Green City Accord (GCA), iniziativa della Commissione Europea

Conoscenza Partecipazione

Rapporto cittadini - ambiente



Periodo:

Fase 1: Novembre 2020 - Luglio 2021 / Fase 2: Luglio 2021 - In corso

Aree coinvolte:

Agroalimentare e benessere (15%)

Torino capitale verde (40%)

Torino in Europa (20%)

Tutela e diritti (20%)

Mobilità sostenibile (5%)



TUG - Turin Urban Garden

Il nuovo Giardino Urbano di Torino.



1) SCENARIO/CONTESTO DI PARTENZA

OMNIA TORINO X ENVISIONING TORINO

CONCORSO DI IDEE PER LO SVILUPPO DELLA CITTA'

In collaborazione con Nexto

Nel frame di "Envisioning Torino - Concorso di idee per lo sviluppo della città" bandito dall'associazione Nexto, Omnia Torino ha deciso di dare il suo concreto contributo candidandosi con il progetto "tug." nella sezione "Agriturin. La città produttiva" e vincendo il secondo premio!

2) PROGETTO, OBIETTIVI E AZIONI INTRAPRESE

Ma cos'è realmente Tug.?

Tug. si propone come il nuovo Giardino Urbano di Torino, in cui la dimensione agroalimentare incontra quella della ricerca, della tecnologia e della formazione, valorizzando la cultura alimentare e la biodiversità agricola locale in un contesto di economia circolare e promozione territoriale. Ma l'aspetto fondamentale del progetto è che tug. desidera essere parte del processo di riqualificazione di AgriTurin, un'area abbandonata nei pressi della palazzina di Caccia di Stupinigi.



Anche attraverso questi progetti Omnia Torino desidera contribuire al raggiungimento dei target ambientali europei e sviluppare il territorio metropolitano attraverso il binomio agroalimentare e tecnologico, inserendosi nelle strategie del GreenDeal e della Farm to Fork.

3) RISULTATI OTTENUTI

Il progetto tug. si articolerà attorno ad un monolite a doppia campata, che collegherà i fabbricati esistenti nei lotti coinvolti dal processo di riqualificazione di AgriTurin.

La manica aggiunta materializzerà un fronte urbano inedito, idealmente in continuità con la cortina edificata che, pochi metri più a sud, accompagna il visitatore verso la Palazzina. A differenza di questa, però, l'edificio non lambirà il sedime stradale, preservando le superfici permeabili che segnano il bordo di Viale Torino. Lo spazio non costruito, centrale nella definizione del progetto, acquisirà una valenza distributiva, commerciale, ristorativa, pedagogica, ristorativa, produttiva. Centrale, dunque, sarà la ridefinizione della mobilità e del sistema di accesso al sito: il tratto di Via Bernardo che segna il confine tra i lotti verrà preservato solo nel segmento che consentirà l'accesso al centro logistico e ai parcheggi, preservando l'immagine del complesso dal fronte strada.

L'edificio ex Fiat Allis verrà riconvertito in spazio polifunzionale e flessibile (p. terra) e centro ricerca (p. primo). Il fabbricato affaccerà su due delle nuove corti che articoleranno il sistema dello spazio pubblico: la corte del cibo, perimetrata dal ristorante e dalla cucina (nel piccolo edificio svuotato al piano terra); la corte pedagogica, dove si incontreranno il mondo della ricerca e il polo della didattica. Si ipotizza, inoltre, che questa corte e i locali al piano terra possano fungere, all'occorrenza, come polo fieristico.

La manica edificata si elide parzialmente in corrispondenza dell'ingresso: il boulevard centrale verrà preservato integralmente, come tutte le superfici naturali esistenti. Il nuovo viale alberato distribuirà le funzioni, ponendo in comunicazione l'ala nord con la corte del mercato. Qui sarà consentita la vendita diretta di una parte dei prodotti alimentari tipici coltivati e trasformati in loco (gli stessi che sarà possibile degustare nella corte del cibo), all'aperto o al riparo del nuovo porticato. La corte ospiterà allevatori e coltivatori locali, e sarà posta in comunicazione diretta con il food retail al piano terra della nuova manica.

Questa serra super-tecnologica ospiterà infine gli spazi per la coltivazione verticale indoor ad acquaponica, un sistema simbiotico e totalmente circolare dal punto di vista della gestione idrica: è previsto l'utilizzo di pesci d'acqua dolce, come la trota e lo storione. Mediante un tape continuo, che percorre la serra, ponendola in comunicazione diretta con il nuovo polo logistico, il raccolto (prevalentemente ortaggi a foglia ed erbe aromatiche) verrà convogliato verso il nucleo lavorazione, refrigerazione e packaging, automatizzando ed efficientando il sistema di trasporto. Questa soluzione consentirà inoltre di evitare onerose e poco sostenibili operazioni di scavo. All'interno della serra, i parametri ambientali verranno costantemente monitorati mediante un sensor network diffuso: la sperimentazione di tecniche e processi agricoli innovativi godrà dunque di una collocazione spaziale privilegiata. L'utilizzo delle tecnologie IoT supporterà l'attività di coltivazione e crescita outdoor, garantendo sia la salubrità di terreno e prodotti che l'efficientamento delle risorse utilizzate; permetterà la collezione di informazioni finalizzate al tracciamento della filiera e alimenterà l'attività del centro di ricerca sull'individuazione delle più efficienti strategie di coltivazione in base alla biodiversità agricola locale.



4) PROSPETTIVE FUTURE

tug. verrà concepito come un sistema produttivo tendenzialmente chiuso, basato sull'autosufficienza energetica e sul recupero, dunque valorizzazione, degli scarti produttivi organici e delle acque reflue, fitodepurate nell'apposito impianto a nord del complesso. Insieme alle acque piovane, recuperate per mezzo di cisterne, verranno reintrodotte nel sistema per irrigare. Un impianto di compostaggio consentirà poi la trasformazione degli scarti organici provenienti dalle fasi di potatura, pulitura, trasformazione e consumo in compost utile per la concimatura del terreno. Ipotizzabile è infine la trasformazione di parte della frazione organica dei rifiuti solidi urbani e l'utilizzo del letame proveniente da aziende agricole e allevamenti di prossimità.

L'utente in visita avrà in conclusione la possibilità di immergersi in una realtà in cui la natura, quasi incontaminata, e la dimensione high-tech degli spazi indoor costituiranno un sistema complesso, le cui componenti verranno poste in mutuale servizio. L'ospite muoverà i suoi passi in una struttura che vuole contribuire al raggiungimento dei target ambientali europei e, allo stesso tempo, sviluppare il territorio metropolitano attraverso il binomio agroalimentare e tecnologico, inserendosi nelle strategie del Green Deal e della Farm to Fork. La sua esperienza terminerà idealmente nel punto in cui la materia che costituisce la nuova manica si elide nuovamente e definitivamente: un ampio belvedere consentirà di usufruire del paesaggio coltivato che, a sud, si dispiega in collegamento ideale con il Parco Naturale di Stupinigi, nonché della vicina Palazzina di Caccia.

Potete visionare il Masterplan di Nexto con il nostro progetto al sito: <https://nex.to.it/>

Periodo:

Febbraio 2021 - Aprile 2021

Aree coinvolte:

Agroalimentare e benessere (60%)

Torino capitale verde (20%)

Torino in Europa (10%)

Innovazione sociale ed imprese (10%)



Approfondimenti – rubriche social

Ambiente e aria a Torino





INNOVAZIONE SOCIALE

L'innovazione sociale può essere definita come “una soluzione nuova a un problema sociale più efficace, efficiente, sostenibile o giusta delle soluzioni preesistenti e per la quale il valore generato maturi principalmente a favore della società nel suo complesso piuttosto che a favore di singoli privati” (Phills e altri, 2008)

RICERCHE E PROGETTI

Innovazione sociale



1 progetto

1 ricerca

Collaborazioni

Rubrica tematica

Giovani e cooperazione

Mappatura dell'innovazione sociale

Collaborazioni con Social Innovation Teams

Unito e Polito





I giovani e la cooperazione

Percezioni, limiti e consapevolezza.



1) SCENARIO/CONTESTO DI PARTENZA

La collaborazione tra Legacoop Piemonte e Omnia Torino ha avuto l'obiettivo di effettuare una rilevazione dei livelli di conoscenza e della percezione del concetto di cooperazione, cooperativa e Legacoop tra le giovani generazioni del territorio torinese (18-29 anni).

2) PROGETTO, OBIETTIVI E AZIONI INTRAPRESE

L'analisi, elaborata da Omnia Torino attraverso un questionario anonimo, ha avuto 3 principali obiettivi:

- Rilevare i livelli di conoscenza e della percezione dei concetti di cooperazione e cooperativa tra le giovani generazioni del territorio torinese (18 - 29 anni);
- Coinvolgere attori che non fanno parte del sistema cooperativo, incrementando la promozione della cooperazione tra le nuove generazioni;
- Raggiungere i giovani tramite un'associazione giovanile under 30 che si impegna attivamente per lo sviluppo della città di Torino;
- Far conoscere a neolaureati/diplomati/giovani lavoratori una modalità d'impresa che persegue fini mutualistici e un'associazione di categoria quale Legacoop Piemonte;
- Confrontarsi con una realtà che, rivolgendosi principalmente ai giovani, utilizza quotidianamente i mezzi di comunicazione idonei per la divulgazione di tematiche attuali

L'INDAGINE

Luogo
Regione Piemonte, con un focus su Torino Città Metropolitana

Target
Giovani dai 18 ai 29 anni

Strumenti utilizzati

- Social Media Ufficiali di Omnia Torino (Facebook e Instagram)
- Gruppi Social Giovanili affiliati
- Contatti diretti tra i Soci di Omnia Torino
- Canali Social Legacoop Piemonte
- Contatti Diretti



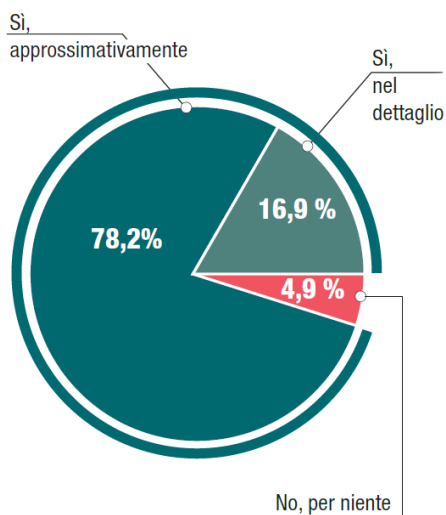
Il 75% dei giovani intervistati ha un'età compresa tra i 25 e i 30 anni, fascia d'età maggiormente vicina a Omnia Torino. Ciò significa che il target emerso è composto da giovani che tendenzialmente hanno concluso un percorso di studi e sono pertanto più vicini a una realtà lavorativa o/e imprenditoriale.

L'85% dei giovani intervistati vive all'interno della Regione Piemonte. Tra questi il 73% appartiene alla città di Torino. Nonostante le aspettative, il questionario sulla cooperazione ha suscitato l'interesse di giovani residenti in altre regioni italiane.

3) RISULTATI OTTENUTI

Il concetto di cooperativa potrebbe essere percepito diversamente rispetto a quello di cooperazione. I dati emersi dimostrano infatti come a dispetto del precedente 27,8%, solo il 5% dei giovani non conosca cosa sia una cooperativa. A conferma di questo dato, aumenta del 30% il numero di coloro che ha dimostrato una conoscenza approssimativa, raggiungendo l'80%. Infine, è confermata la ridotta percentuale di chi ha esternato una conoscenza dettagliata.

“Conosci cos'è una cooperativa?”



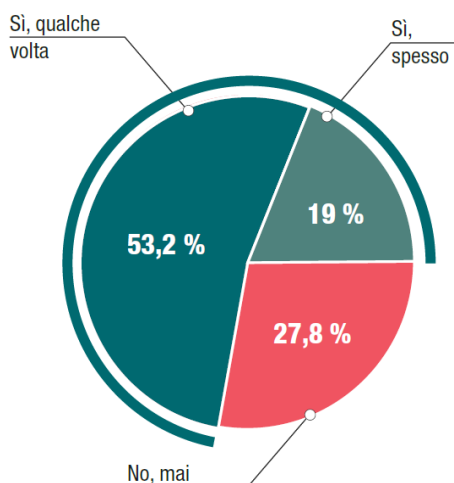
Il concetto di cooperativa potrebbe essere percepito diversamente rispetto a quello di cooperazione. I dati emersi dimostrano infatti come a dispetto del precedente 27,8%, solo il **5%** dei giovani **non conosca cosa sia una cooperativa**.

A conferma di questo dato, **aumenta del 30% il numero di coloro che ha dimostrato una conoscenza approssimativa**, raggiungendo l'**80%**.

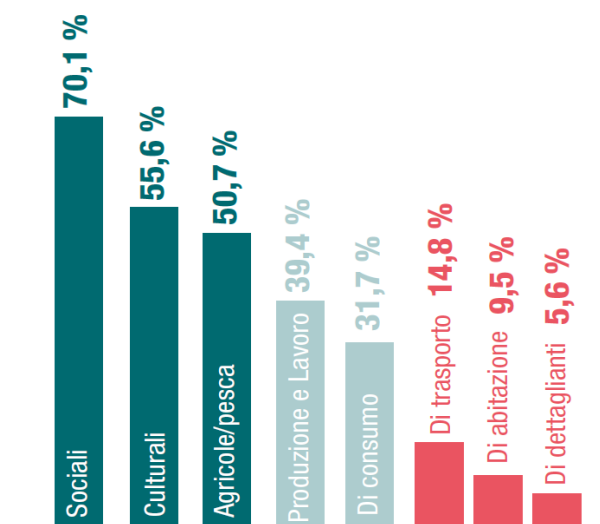
Infine, è confermata la **ridotta percentuale di chi ha esternato una conoscenza dettagliata**.



Il 73% dei giovani intervistati ha dichiarato di aver sentito parlare di cooperazione. Tuttavia, per quanto questo possa apparire un dato positivo, è bene premettere che non implica una conoscenza approfondita del tema. A esclusione del 19% dei giovani che ha testimoniato una buona conoscenza dell'argomento, l'81% restante rappresenta un numero importante su cui agire. Tra gli intervistati che conoscono la cooperazione oltre il 50% dei giovani intervistati non ha idea di cosa sia Legacoop Piemonte. Il 65% dei non cooperatori intervistati non conosce Legacoop Piemonte.



Le cooperative maggiormente conosciute dai giovani intervistati sono quelle sociali, seguite rispettivamente da quelle agricole, culturali e di consumo. Al contrario, quelle poco conosciute sono le cooperative di dettaglianti, di abitazione e di trasporto.



Nonostante la presenza di Legacoop Piemonte sui differenti social media, la metà dei giovani intervistati non ha mai sentito parlare di cooperazione su tali piattaforme e il 40 % ne ha sentito parlare in maniera superficiale.

Il 90% dei giovani intervistati rappresenta dunque un target che può essere raggiunto ed educato.

Tra i social media in cui il tema della cooperazione è maggiormente battuto, invece, Facebook è senza dubbio il predominante, seguito da Instagram e LinkedIn. Twitter canale invece prediletto da Legacoop, è il social su cui solo il 5% degli intervistati ha rintracciato tali temi.

Gli strumenti utilizzati potrebbero variare a seconda dell'obiettivo: mera informazione su che cos'è una cooperativa e reale interesse nella ricerca di dati utili per una potenziale costituzione. Google rappresenta di certo lo strumento più facile e immediato, per cui più utilizzato, tuttavia il confronto con esperti, operatori e persone fidate rimane la via preferenziale per affidabilità. Allo stato attuale, i Social Media non sono stati considerati, ma potrebbero rappresentare una piattaforma utile non solo alla divulgazione di contenuti, ma anche all'incontro con le figure precedentemente citate. Nello studio, scaricabile al link al fondo di questa panoramica, sono presenti le differenze tra operatori e non operatori. Vi invitiamo a scaricare il report per gli ulteriori dettagli o a consultare il sito di Legacoop Piemonte www.legacoop-piemonte.coop

Periodo:

Febbraio 2021 - Maggio 2021

Aree coinvolte:

Agroalimentare e benessere (30%)

Tutela e diritti (30%)

Innovazione sociale ed imprese (40%)



L'innovazione sociale a Torino

In collaborazione con SITUnito: l'importanza dell'innovazione sociale a Torino.



1) SCENARIO/CONTESTO DI PARTENZA

Le crisi finanziaria ed economica di qualche anno fa e quella attuale pandemica rendono l'innovazione sociale più importante che mai, sia come componente delle strategie economiche per costruire settori in crescita e ricostruire settori duramente colpiti, sia come contributo vitale per raggiungere un maggiore valore nelle sfide che sono già state identificate per il futuro, quali quelle ambientali. Guardare all'innovazione sociale significa stimolare un'economia sociale di mercato più dinamica, inclusiva e sostenibile.

Facciamo però un passo indietro. Cosa intendiamo con innovazione sociale?

In accordo con quanto riportato da SIM - Social Innovation Monitor, l'innovazione sociale può essere definita come "una soluzione nuova a un problema sociale più efficace, efficiente, sostenibile o giusta delle soluzioni preesistenti e per la quale il valore generato maturi principalmente a favore della società nel suo complesso piuttosto che a favore di singoli privati" (Phills et al., 2018).

2) PROGETTO, OBIETTIVI E AZIONI INTRAPRESE

L'imprenditoria a significativo impatto sociale sembra essere una delle vie più considerate e, potenzialmente, più efficaci per offrire soluzioni ai problemi della contemporaneità. Le imprese a significativo impatto sociale cercano di servire l'interesse della comunità piuttosto che la massimizzazione del profitto ad ogni costo. Il loro obiettivo di fondo è, infatti, quello di creare valore sociale da unire alla propria attività economica.



Anche per questi motivi, nel nostro Paese stanno nascendo sempre più imprese a significativo impatto sociale: riprova di ciò è la recente ricerca “Le Startup Innovative a significativo impatto sociale in Italia” di SIM, il citato team di ricerca con base operativa al Politecnico di Torino. Dall’analisi emergono 349 Startup Innovative a significativo impatto sociale e che nel solo Piemonte ci siano 22 Startup Innovative a Vocazione Sociale (SlVS), 60 Società Benefit e 6 B Corp.

3) RISULTATI OTTENUTI

Consci del crescente ruolo di tali organizzazioni e degli enti che le supportano e basandosi su una mappatura delle realtà aventi un significativo impatto sociale che operano nell’ecosistema torinese realizzata dall’associazione studentesca Social Innovation Teams Unito (SITUnito), la collaborazione tra SITUnito e l’associazione Omnia Torino vuole proporre delle riflessioni sulle possibili prossime policy cittadine legate all’innovazione sociale. Da una prima analisi, che sarà implementata e integrata nel tempo, risulta che nella sola area di Torino città metropolitana vi siano 13 Startup Innovative a Vocazione Sociale (SlVS) attive. Tali organizzazioni possono beneficiare del supporto di diversi incubatori/acceleratori e organizzazioni.

4) PROSPETTIVE FUTURE

Al fine di implementare il supporto alla crescita e alla nascita di nuove organizzazioni legate alla creazione di impatto sociale possono esser fatti diversi ragionamenti. Tali, per la loro portata e importanza, sono obiettivi di ricerca e di policy che possono e devono essere implementate nel tempo. In particolare, la trasversalità dell’innovazione sociale consente di operare in molteplici (se non tutti) i campi di sviluppo economico, sociale e ambientale, creando nuove soluzioni a problemi sociali, indipendentemente da dove essi provengano.

La sfida è dunque collegata al comprendere come il territorio, composto da realtà pubbliche e private, possa svilupparsi: identificare tematiche e azioni impattanti che possano essere calate in una realtà complessa come quella torinese e metropolitana, facendo rete con gli attori esistenti. Il tutto proiettato verso un aumento necessario della consapevolezza cittadina sull’importanza dell’innovazione sociale per il territorio: in poche parole, *empowering people and communities*. In sostanza:

1. Proseguire con il lavoro di ricerca e mappatura dell’innovazione sociale a Torino, grazie all’apporto di SITUnito;
2. Proporre riflessioni e attività di ricerca sull’innovazione sociale su campi quali networking e reti per lo sviluppo del territorio, funding e consapevolezza: *empowering people and society*.

Periodo:

Dicembre 2020 - In corso

Aree coinvolte:

Agroalimentare e benessere (10%)

Torino capitale verde (10%)

Torino in Europa (10%)

Tutela e diritti (10%)



Innovazione sociale ed imprese (40%)

Mobilità sostenibile (10%)

Cultura diffusa (10%)

Approfondimenti – rubrica social

Sul tema dell'innovazione sociale, curiosità ed esempi d'impres torinesi



Da ultimo, non per importanza, può essere citata la rubrica del team Cultura diffusa “martedì cultura”: una rubrica di approfondimento su tematiche culturali lanciata a fine 2021 e proseguita nel 2022, con ottimo risultati e prospettive.

RUBRICHE E APPROFONDIMENTI



NUOVA RUBRICA DI FINE ANNO: Il martedì cultura

Approfondimenti culturali con un occhio al nuovo anno



TUTTE LE RICERCHE E I PROGETTI SONO LIBERAMENTE SCARICABILI AL SITO WWW.OMNIATORINO.IT



COSTRUZIONE E SVILUPPO DELLA RETE

Oltre alle reti instaurate con i partner dei vari progetti, dell'associazione al **COMITATO RELOADING TORINO** e al supporto al **GREEN CITY ACCORD**, Omnia Torino è parte dell'**ASVIS - ALLEANZA ITALIANA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE**.

Altre attività associative:

1. *Come vai a scuola?* - **SONDAGGIO SULLA MOBILITÀ SCOLASTICA CASA-SCUOLA I.C. CAIROLI** –

OBIETTIVO

Conoscere il sentimento della popolazione interessata dalla definizione di un intervento di moderazione del traffico per ridurre i livelli di inquinamento prodotti dal traffico automobilistico nelle aree circostanti i 5 plessi dell'Istituto Comprensivo Cairolì.

OBIETTIVI SPECIFICI

Realizzare e attivare uno strumento per rilevare opinioni, resistenze, preferenza e disponibilità della popolazione interessata in tema di mobilità scolastica.

Progetto promosso dall'associazione To Be Human, in partenariato con Istituto Comprensivo "A. Cairolì" di Torino, Comitato provinciale di Torino per l'UNICEF, Omnia Torino APS, Ufficio Scolastico Regionale, Ufficio V - Ambito territoriale di Torino.

Sottoposto alla Circoscrizione 2 di Torino, **AVVISO PER LA CONCESSIONE DI CONTRIBUTI E DI ALTRI BENEFICI ECONOMICI ORDINARI ANNO 2021**. Progetto non finanziato. Ruolo Omnia Torino: verifica dati e approfondimenti.

2. *La Postura del Consenso* – 2° edizione

"Il progetto consiste nella realizzazione della seconda edizione del festival filo femminista LA POSTURA DEL CONSENSO, costituito da 1 mese di residenze artistiche e 1 settimana di apertura al pubblico con eventi di varia natura. Il titolo "La postura del consenso" intende evocare un'attitudine, un modo di essere in relazione all'esterno, una risposta ragionata e libera contro le violenze, tanto fisiche quanto psicologiche, perpetuate nella società nei confronti delle donne."

Progetto in partenariato con Associazione Teatrale Orfeo e altri.

Bando: **SCENA UNITA**, Bando per favorire la ripartenza del mondo dello spettacolo: progetti, nuove idee e investimenti - 4.2.2021. Progetto non finanziato. Ruolo Omnia Torino: verifica dati e approfondimenti.

3. *Visioni Utopiche* – nuova cittadinanza

In collaborazione con diversi esperti verranno esplorate ed approfondite le varie forme di governo e di società che l'uomo ha visto susseguirsi dagli albori della vita comunitaria ai tempi moderni, dalle più svariate forme democratiche alle derive totalitariste.

Avviso pubblico "Educare Insieme". ENTE EROGATORE Dipartimento per le politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Progetto non finanziato. Ruolo Omnia Torino: sottoscrizione di una lettera d'intenti per partecipare agli eventi.



COMUNICAZIONE e SOCIAL

La comunicazione social è molto importante per le attività di Omnia Torino. Questa si sostanzia nell'utilizzo di alcune piattaforme, del sito internet e di varie modalità di comunicazione stabilite di volta in volta in base alle necessità ed opportunità del progetto e/o della ricerca, oltre alla presentazione di messaggi coerenti con le attività e finalità associative. Il tutto sempre connesso alle volontà espresse dall'Assemblea, dal Direttivo e dai momenti di confronto con i soci nelle forme democratiche sopra descritte.

Con una Social Media Manager e un team dedicato che dialoga (e che per alcuni membri ne è parte) con il Direttivo e con il Presidente, viene stabilito mensilmente (o per più tempo) un Piano Editoriale (PED) aggiornabile visti i citati progetti e le ricerche. Inoltre, nelle pagine social, dopo un periodo di assestamento, si sta dando un'identità unica con i colori associativi: in questo modo ogni grafica prodotta segue delle linee generali di coerenza. Il logo utilizzato è sempre l'ettagono, riferimento delle 7 aree:



A livello comunicativo possono essere qui ricordate le due e-mail utilizzate:

omniatorino@gmail.com; info@omniatorino.it.

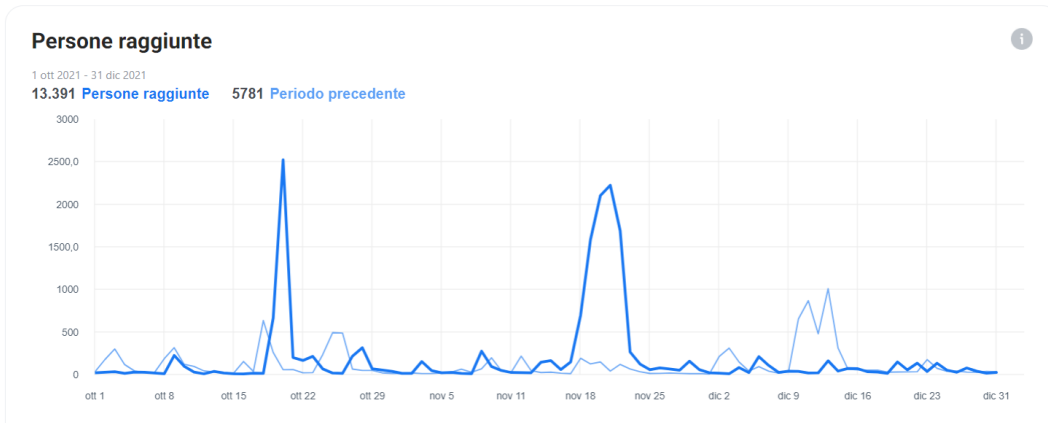


1. Facebook, Instagram e LinkedIn

I primi social ad essere stati utilizzati sono stati Facebook e Instagram, con l'aggiunta di LinkedIn che, però, ha visto una sua ripresa a inizio 2022.

Di seguito possono vedersi alcuni insights delle pagine Fb e IG al 31/12/2021 con alcuni intervalli di tempo (non è sempre possibile verificare il dato dalla creazione della pagina in quanto i social pongono dei limiti):

Dati dal 31/10/2021 al 31/12/2021:





1 ott 2021 - 31 dic 2021

13.391

Persone raggiunte
▲ 132% dai 92 giorni precedenti

6

Follower netti
▼ 78.6% dai 92 giorni precedenti

873

Interazione
▼ 53.1% dai 92 giorni precedenti

Attività dei follower

1 ott 2021 - 31 dic 2021

10

Nuovi follower la tua Pagina

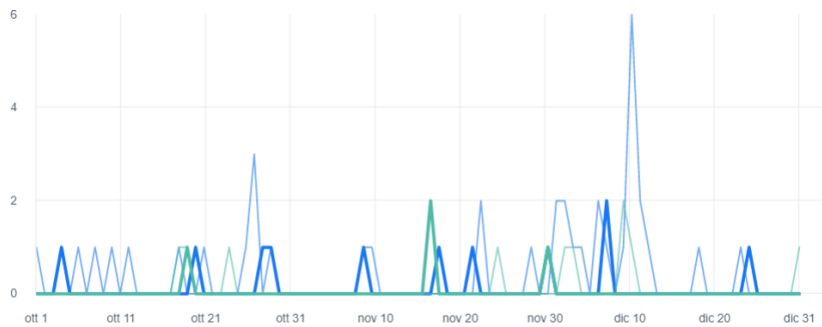
38

Periodo precedente

4

Persone che hanno smesso di seg...

10



Riepilogo

Hai +6 follower netti in questo periodo. I tuoi follower sono -78.6% rispetto al periodo precedente.

1 ott 2021 - 31 dic 2021

13.391

Persone raggiunte
▲ 132% dai 92 giorni precedenti

6

Follower netti
▼ 78.6% dai 92 giorni precedenti

873

Interazione
▼ 53.1% dai 92 giorni precedenti

1 ott 2021 - 31 dic 2021

873

Interazione

1863

Periodo precedente





Persone raggi...	Interazione	Clic sul link	Commenti	Condivisioni	Reazioni	Visualizzazion...	Nuovi follower...	Follower netti
13.391	873	147	7	34	366	25	10	7

Risultati

Copertura della Pagina Facebook ⓘ

13.391 ↑ 130,4%



Copertura di Instagram ⓘ

3954 ↓ 59%



Vedi il report con i risultati

Contenuti ⓘ

Ordina per: Copertura ▼



18 nov 2021
Che cosa "bolle in...
Post
Copertura 7205



19 ott 2021
_Giovani, Europa, ...
Post
Copertura 2563



19 ott 2021
_Giovani, Europa, ...
Post
Copertura 1550



27 ott 2021
Venerdì 29/10 alle...
Post
Copertura 720



9 nov 2021
Inauguriamo la ru...
Post
Copertura 420

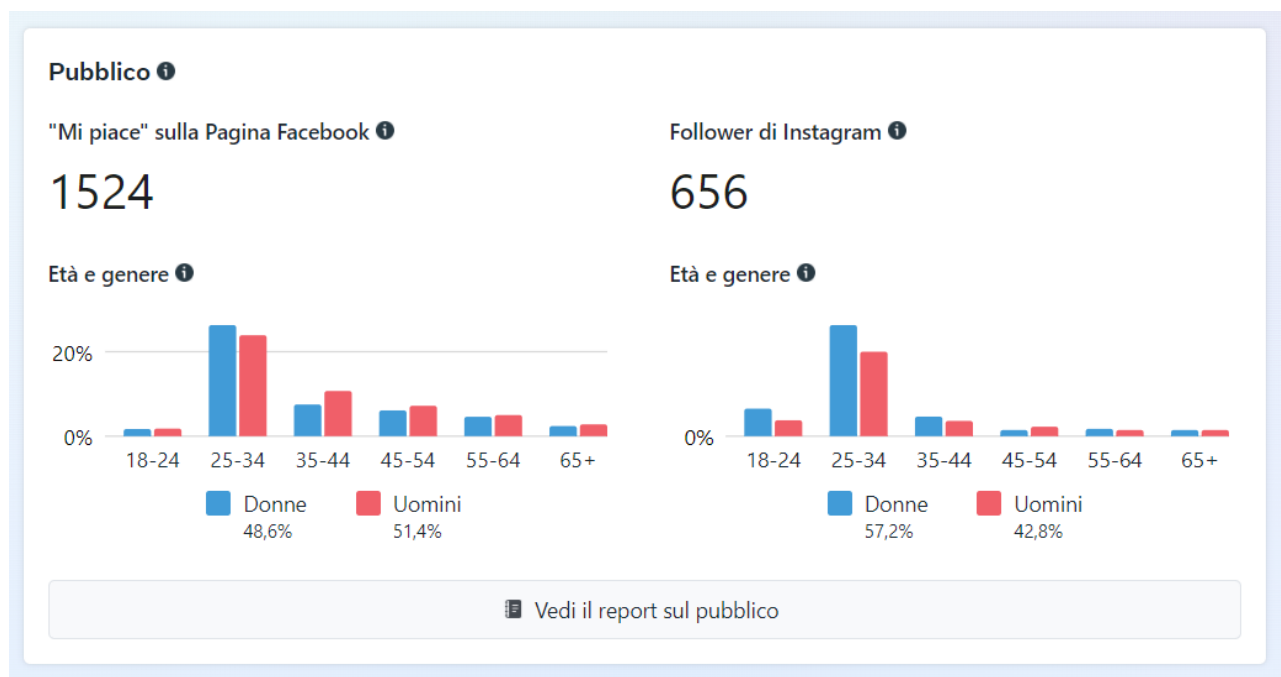


9 ott 2021
OMNIA TORINO ...
Post
Copertura 375

Vedi il report sui contenuti



Dati totali estraibili (dalla nascita al 31/12/2021):

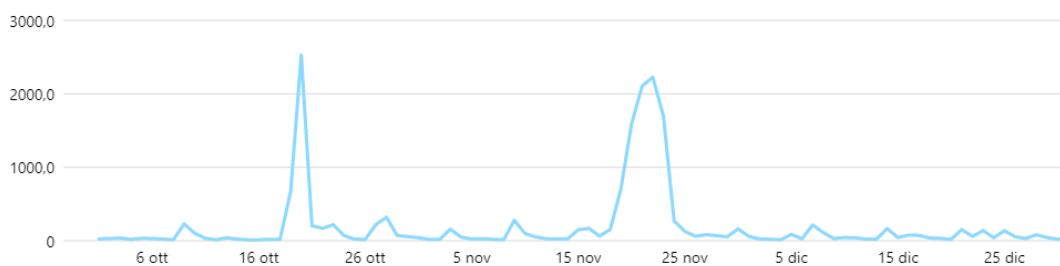


Risultati

Copertura della Pagina Facebook ⓘ

13.391

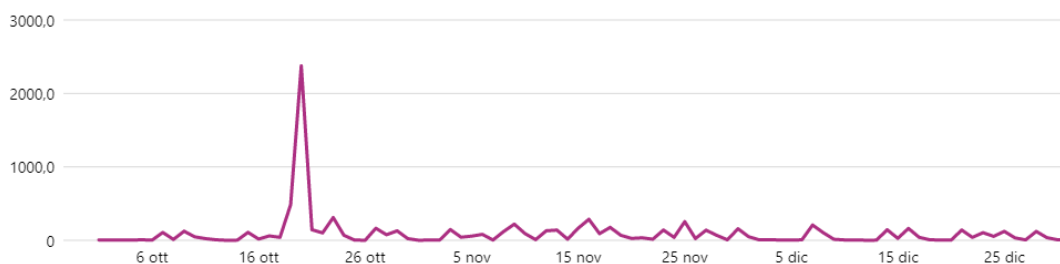
↑ 130,4%



Copertura di Instagram ⓘ

3954

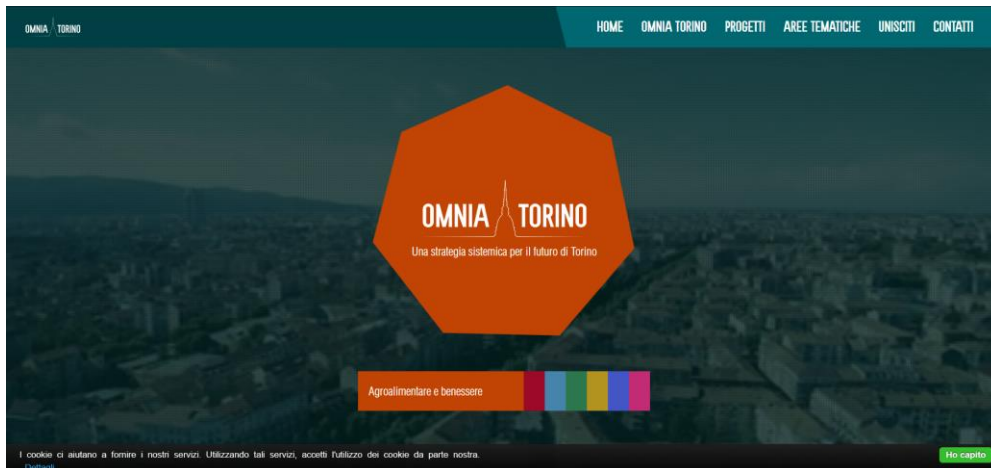
↓ 59%





2. Sito Internet

Il sito internet riprende le attività e l'organizzazione sin qui descritta, con una grafica adattiva divisa in aree, dati e informazioni dell'Associazione, più alcune curiosità come gli articoli di giornale che parlano di noi:





DICONO DI NOI

Publicato il 25/07/2021

CORRIERE TORINO

DESIDERI E DUBBI DEI GIOVANI TORINESI: «MALE LA CULTURA, VERDE PROMOSSO. E LA POLITICA È POCO ATTENTA»

È la fotografia di pensieri, dubbi e paure dei giovani torinesi scattata da altri giovani, il think tank Omnia Torino, un gruppo under 30 nato durante la pandemia per incidere sulle politiche del territorio e chiedere all'amministrazione di ascoltare la voce dei ragazzi....

LEGGI L'ARTICOLO

Publicato il 14/06/2021

TORINO

OMNIA TORINO: «UNA CITTÀ A DIMENSIONE DI IDEA»

Un gruppo tutto under 35 alla base di Omnia Torino, giovane e indipendente laboratorio di idee che ha come mission immaginare il futuro della città. Un percorso, pensato e organizzato in sette aree di sviluppo e competenza...

LEGGI L'ARTICOLO

Publicato il 21/05/2021

L'INCONTRO

"L'IMPEGNO PER TORINO DELLE ASSOCIAZIONI E DEI GIOVANI ATTIVISTI UNDER 35"

«Pensare global e agire local è l'approccio che ci prefiggiamo. Alessandro Regge racconta che cos'è Omnia Torino, il think indipendente nato circa un anno fa per immaginare il futuro sull'area metropolitana di Torino.

LEGGI L'ARTICOLO

I cookie ci aiutano a fornire i nostri servizi. Utilizzando tali servizi, accetti l'utilizzo dei cookie da parte nostra. [Dettagli](#)

Ho capito

3. Eventi

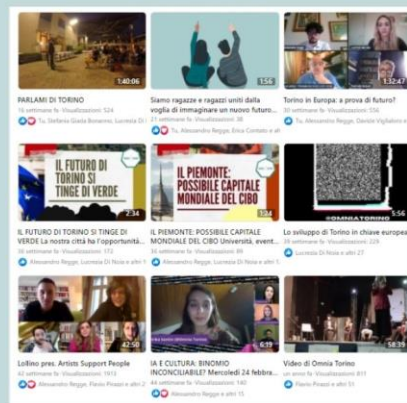
La pandemia ha limitato (non poco) le possibilità di incontri e condivisioni tra i vari associati. La vita delle organizzazioni di questo tipo si basa molto anche sull'apporto che le persone si danno l'un l'altra attraverso il contatto reciproco.

Non ci siamo scoraggiati: abbiamo organizzato eventi online (sebbene non fossimo molto propensi nell'adottare queste modalità) ed incontri dal vivo:

EVENTI



Parlami di Torino: candidati under 35 a confronto | 10.09.21





Dal primo evento di presentazione al CAP10100, alle riunioni online (in alcuni casi per certi versi noiose, ma mai banali!), dai primi confronti da remoto, toccando argomenti a noi affini e in continuo confronto (*IA e cultura: binomio inconciliabile?* – *Lollino pres.: Artists Support People* – *Torino in Europa: a prova di futuro*) ai team building, assemblee e agli eventi aperti alla cittadinanza per dibattiti pubblici:



ENTE DEL TERZO SETTORE "OMNIA TORINO APS"

Mod. D - RENDICONTO PER CASSA

	2021	2022		2021	2022
USCITE			ENTRATE		
A) Uscite da <u>attività di</u>			A) Entrate da <u>attività di interesse</u>		
1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di	€ -	€ -	1) Entrate da quote associative e apporti dei fondatori	€ 310	€ -
2) Servizi	€ 587	€ -	2) Entrate dagli associati per attività	€ -	€ -
3) Godimento di beni di terzi	€ -	€ -	3) Entrate per prestazioni e cessioni ad associati e fondatori	€ -	€ -
4) Personale	€ 747	€ -	4) Erogazioni liberali	€ -	€ -
5) Uscite diverse di	€ -	€ -	5) Entrate del 5 per mille	€ -	€ -
			6) Contributi da soggetti privati	€ 2.265	€ -
			7) Entrate per prestazioni e cessioni a	€ -	€ -
			8) Contributi da enti pubblici	€ -	€ -
			9) Entrate da contratti con enti pubblici	€ -	€ -
			10) Altre entrate	€ -	€ -
Totale	€ 1.334	€ -	Totale	€ 2.575	€ -
			Avanzo/Disavanzo attività di interesse	€ 1.241	€ -
B) Uscite da <u>attività</u>			B) Entrate da <u>attività diverse</u>		
1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di	€ -	€ -	1) Entrate per prestazioni e cessioni ad associati e fondatori	€ -	€ -
2) Servizi	€ 101	€ -	2) Contributi da soggetti privati	€ -	€ -
3) Godimento di beni di terzi	€ -	€ -	3) Entrate per prestazioni e cessioni a terzi	€ -	€ -
4) Personale	€ -	€ -	4) Contributi da enti pubblici	€ -	€ -
5) Uscite diverse di	€ -	€ -	5) Entrate da contratti con enti pubblici	€ -	€ -
			6) Altre entrate	€ -	€ -
Totale	€ 101	€ -	Totale	€ -	€ -
			Avanzo/Disavanzo attività diverse (+/-)	€ (101)	€ -
C) Uscite da <u>attività di</u>			C) Entrate da <u>attività di raccolta fondi</u>		
1) Uscite per raccolte fondi	€ -	€ -	1) Entrate da raccolte fondi abituali	€ -	€ -
2) Uscite per raccolte fondi	€ -	€ -	2) Entrate da raccolte fondi occasionali	€ -	€ -
3) Altre uscite	€ -	€ -	3) Altre entrate	€ -	€ -
Totale	€ -	€ -	Totale	€ -	€ -
			Avanzo/Disavanzo attività di raccolta	€ -	€ -
D) Uscite da <u>attività</u>			D) Entrate da <u>attività finanziarie e</u>		
1) Su rapporti bancari	€ -	€ -	1) Da rapporti bancari	€ -	€ -
2) Su investimenti finanziari	€ -	€ -	2) Da altri investimenti finanziari	€ -	€ -
3) Su patrimonio edilizio	€ -	€ -	3) Da patrimonio edilizio	€ -	€ -
4) Su altri beni patrimoniali	€ -	€ -	4) Da altri beni patrimoniali	€ -	€ -
5) Altre uscite	€ -	€ -	5) Altre entrate	€ -	€ -
Totale	€ -	€ -	Totale	€ -	€ -
			Avanzo/Disavanzo attività finanziarie e	€ -	€ -
E) Uscite di <u>supporto</u>			E) Entrate di <u>supporto generale</u>		
1) Materie prime,	€ -	€ -	1) Entrate da distacco del personale	€ -	€ -
2) Servizi	€ -	€ -	2) Altre entrate di supporto generale	€ -	€ -
3) Godimento di beni di	€ -	€ -			
4) Personale	€ -	€ -			
5) Altre uscite	€ -	€ -			
Totale	€ -	€ -	Totale	€ -	€ -
Totale USCITE della	€ 1.435	€ -	Totale ENTRATE della gestione	€ 2.575	€ -
			Avanzo/Disavanzo d'esercizio prima	€ 1.140	€ -
			Imposte	€ -	€ -
			Avanzo/Disavanzo d'esercizio prima di	€ 1.140	€ -

Uscite da investimenti in				Entrate da disinvestimenti in			
1) Investimenti in	€	-	€ -	1) Disinvestimenti in immobilizzazioni	€	-	€ -
2) Investimenti in	€	-	€ -	2) Disinvestimenti in immobilizzazioni	€	-	€ -
3) Investimenti in attività	€	-	€ -	3) Disinvestimenti in attività finanziarie e	€	-	€ -
4) Rimborso di finanziamenti per quota	€	-	€ -	4) Ricevimento di finanziamenti e di prestiti	€	-	€ -
Totale	€	-	€ -	Totale	€	-	€ -
				Avanzo/Disavanzo DA ENTRATE E	€	-	€ -
				Imposte	€	-	€ -
				Avanzo/Disavanzo da entrate e uscite	€	-	€ -
Avanzo/Disavanzo d'esercizio prima di investimenti e disinvestimenti patrimoniali e finanziamenti				€	1.140	€	-
Avanzo/Disavanzo da entrate e uscite per investimenti e disinvestimenti patrimoniali e finanziamenti				€	-	€	-
AVANZO/DISAVANZO COMPLESSIVO				€	1.140	€	-
Cassa				€	-	€	-
Depositi bancari e postali				€	1.140	€	-
CASSA E BANCA				€	1.140	€	-
COSTI E PROVENTI FIGURATIVI							
		2021	2020			2021	2020
Costi figurativi				Proventi figurativi			
1) da attività di interesse	€	-	€ -	1) da attività di interesse generale	€	-	€ -
2) da attività diverse	€	-	€ -	2) da attività diverse	€	-	€ -
Totale	€	-	€ -	Totale	€	-	€ -

Nota Integrativa Bilancio anno 2021

L'anno 2021 si è chiuso con 31 quote associative, di questi 8 sono i soci volontari assicurati (ulteriori 4 soci sono stati iscritti nel registro volontari 2022 alla data di redazione della presente nota integrativa, con valenza retroattiva a luglio 2021).

Le attività associative, descritte nel dettaglio nel Bilancio Sociale 2021, sono state di varia natura; per quanto attiene la lettura del bilancio e l'aspetto economico conseguente, vengono qui segnalate l'attività istituzionale con Legacoop Piemonte risultante in un progetto condiviso e la partecipazione alla Call for Action "Envisioning Torino" dell'associazione NexTo.

I ricavi sono stati utilizzati per il rimborso della somma dovuta per la costituzione dell'associazione (spese documentali, di imposte e marche da bollo), per le spese legate al mantenimento del conto corrente associativo, per spese connesse a un evento, per l'assicurazione dei soci volontari citati, per il sito internet associativo e per l'adesione al Comitato Reloading Torino che ha ampliato la rete di collaborazioni e creato momenti aggregativi e di ricerca secondo le finalità e obiettivi di Omnia Torino.

Nota integrativa Bilancio Preventivo 2022

Uscite

Sono previste una maggior quantità di uscite dovute ad aumento del numero degli associati assicurati (volontari) e aumento delle spese legate al mantenimento del C/C, considerando l'esclusione del costo riguardante la creazione del sito internet.

Vengono preventivate anche spese per la stampa delle tessere associative, (ammontare indicativo 100€, che sarà iscritto nella voce A.4)) al posto di quelle digitali tutt'ora in uso.

Una parte consistente delle spese riguarderà l'organizzazione di eventi connessi a progetti (che potranno andare a bando in base alle opportunità offerte da enti di varia natura), nonché spese legate alla normale gestione e operatività dell'Associazione.

Entrate

Viene previsto un aumento del 10% degli associati rispetto all'anno precedente, 2021.

Inoltre, si prevede un aumento delle entrate grazie alla collaborazioni in corso con enti di diversa natura giuridica attraverso progetti (che, come precedentemente accennato, potranno essere sottoposti a bandi e varie opportunità) e attività sempre coerenti con quanto previsto dallo Statuto associativo nonché dai risultati ottenuti nel 2021 (a titolo di esempio, si prevedono entrate grazie al progetto "Vivere Torino: giovani torinesi" edizione 2022, prosecuzione della ricerca del 2021) e alla partecipazione a bandi, oltre il riporto dal bilancio dell'anno precedente pari ad un ammontare di 1.140,07€.