



UNIONE EUROPEA
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

PROGETTO BOLOGNINA "FREEWEAR ACADEMY TERRITORIALE DI DESIGN E IMPRENDITORIA DI MODA" (clp B03.3.1.c4 - CUP F39F19000120007) nell'ambito del Programma Operativo Nazionale Città Metropolitane 2014-2020 Asse 3 Azione 3.3.1

Scheda del progetto

Quartiere / Distretto: Quartiere Navile

Area bersaglio: Bolognina

Beneficiario: Ciofs Fp/ER (con Associazione Map)

con sede in: Via Jacopo della Quercia 4, 40128 - Bologna (BO)

Spesa totale ammissibile: € 100.000

Importo sovvenzione e percentuale: € 100.000

Avvio previsto: 11/04/2019

Conclusione prevista: 31/12/2020

Freewear: academy territoriale di design e imprenditoria della moda si propone di costruire un'accademia diffusa e accessibile orientata alla **produzione di una linea di streetwear**, in cui i ragazzi e le ragazze partecipanti siano direttamente coinvolti nelle diverse fasi di progettazione e realizzazione. Freewear vuole valorizzare il potenziale della moda giovanile - tra i principali canali di espressione delle nuove generazioni - per costruire un percorso inclusivo e radicato nel territorio della Bolognina di formazione tecnica, imprenditoriale e culturale che sia professionalizzante, rivendicabile e strettamente integrato con i percorsi scolastici e/o formativi dei ragazzi e delle ragazze partecipanti.

Freewear rappresenta quindi la prototipazione di un nuovo modello territoriale di formazione all'intraprendenza e all'imprenditorialità che - partendo dalla centralità di gusti ed estetiche contemporanee e dalla valorizzazione delle differenze culturali e di genere dei partecipanti - si declina in una successione integrata di laboratori formativi, workshop intensivi, visite aziendali e incontri individuali di orientamento finalizzati alla realizzazione (e - possibilmente - distribuzione) di una nuova linea di abbigliamento street. Il progetto vuole ribaltare la prospettiva con cui solitamente si osservano e stigmatizzano le nuove generazioni, ovvero come meri consumatori passivi dell'industria culturale e creativa, rendendoli protagonisti del processo formativo, promuovendo il lavoro di gruppo e la loro leadership creativa nella realizzazione di un prodotto community based (la linea di streetwear della Bolognina) e di un nuovo modello di sviluppo personale e professionale (formazione diffusa, multidisciplinarietà, modularità, innovazione inclusiva, imprenditorialità sociale) che può diventare occasione di sviluppo territoriale. Freewear parte infatti dalla vocazione creativa del territorio della Bolognina: lavora in rete con la comunità, con le scuole e il Servizio Educativo Scolastico Territoriale del Quartiere Navile, con i professionisti delle ICC, con le imprese e con diversi Enti del Terzo Settore per costruire un modello inclusivo e sostenibile (da un punto di vista sociale, ambientale ed economico) di protagonismo giovanile nella formazione, nel lavoro e nella creazione di impresa.

Freewear vuole inoltre rivolgersi a tutta la cittadinanza del quartiere, attraverso azioni dedicate di community organizing: l'idea progettuale ha una costitutiva dimensione pubblica perché, da un lato, vuole coinvolgere in primis le famiglie dei partecipanti e tutta la cittadinanza in incontri dedicati (valorizzazione dei patrimoni familiari di conoscenze, storie e immaginari dell'abbigliamento e della moda) e dall'altro prevede l'organizzazione di più eventi sul territorio di presentazione e



UNIONE EUROPEA
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

approfondimento del progetto, creando opportunità di incontro e di relazione (intergenerazionale e multiculturale) partendo da una proposta di moda inclusiva delle differenze.

Freewear è pensato per crescere e consolidarsi nel tempo e per individuare il proprio modello di sostenibilità, oltre il finanziamento pubblico. I 21 mesi oggetto del presente bando sono strutturati su tre ambiti verticali: uno creativo-espressivo, il secondo di comunicazione e marketing e un terzo con focus sul consolidamento del modello di sostenibilità. Quest'ultima parte - sviluppata insieme a partner della rete progettuale specializzati in accompagnamento alla creazione di impresa collaborativa - permetterà di riconoscere le condizioni abilitanti ad un ulteriore sviluppo e consolidamento di Freewear come progetto di impresa sociale.

La campagna di crowdfunding costituisce già un primo momento - interno al piano delle azioni formative dedicato a potenziare la sostenibilità del progetto, in quanto andrà a coprire le spese di produzione della prima linea, oltre a diventare uno strumento di finanziamento ri/conosciuto dai partecipanti.

Il piano di formazione strutturato dai partner e dalla rete progettuale è pensato su moduli indipendenti, ma integrati tra loro, condotti da professionisti del settore.

Freewear può quindi crescere e stabilizzarsi in due modi diversi, ma non opposti:

- come progetto co-gestito dai partecipanti che si dimostrano interessati a continuare dopo la fine dei due anni, con la supervisione e la partecipazione dei partner di progetto. In questo caso il gruppo porta avanti la strategia creativa e gestionale, in ottica di impresa creativa di comunità
- come modello educativo sostenibile costruito per mettere in relazione territorio, enti di formazione, scuole, imprese e professionisti delle ICC. In questo caso la metodologia proposta (focus su moda e competenze relazionali) può essere replicata con gruppi diversi di adolescenti sul territorio della bolognina, così come in altri contesti.

Il piano di comunicazione promozione di Freewear sarà parte integrante delle attività laboratoriali e vedrà i partecipanti come diretti protagonisti nel costruire un'immagine coordinata e una comunicazione uniforme (logo, contenuti, grafiche e illustrazioni per siti web, social e flyer) tra i diversi partner, valorizzando le competenze presenti nella rete (art director, ufficio stampa, grafici, social media manager). La diffusione territoriale del progetto sarà altrettanto importante per intercettare pubblici differenti: produzione e affissione di materiale informativo cartaceo presso gli spazi pubblici di aggregazione della città; organizzazione di eventi culturali, di approfondimento e di esplorazione intergenerazionale valorizzando il potenziale di community organizing di BAUM Festival e la programmazione culturale di Map presso il Parco del DLF e in quartiere.

La campagna di crowdfunding avrà un forte potenziale di coinvolgimento cittadino, attraverso iniziative diffuse nei principali luoghi di aggregazione (centri culturali e civici, esercizi commerciali, scuole) della Bolognina.