"Avviso pubblico per la selezione di progetti, attività ed iniziative innovative in favore dell'invecchiamento attivo"

SCHEDA DI PROGETTO*

– Titolo del progetto CANTOR DLA CORT (I cantori della corte nella tradizione piemontese)

– Denominazione dell'Ente capofila ASSOCIAZIONE NON PIU' DA SOLI EDERA APS

– Esigenze e bisogni individuati e rilevati a livello territoriale

Negli ultimi decenni le conquiste della scienza e i conseguenti progressi della medicina hanno contribuito in maniera decisiva ad allungare la durata media della vita umana, rendendo l'invecchiamento della popolazione un fenomeno sociale sempre più diffuso e significativo. Il calo della natalità sul nostro territorio ha dato origine a una **transizione demografica** senza precedenti che mostra una piramide delle età completamente rovesciata: in crescita costante il numero degli anziani, in costante calo quello dei giovani. Tale cambiamento ha determinato **nuovi scenari nella struttura sociale**: dalle ricadute inaspettate in ambito socio-economico, sanitario, culturale e formativo. L'abisso ermeneutico tra il modo di intendere la vecchiaia da parte delle generazioni antecedenti la nostra e quello odierno è solo uno dei sintomi di tale mutamento demografico e manifesta la necessità di **definire nuovi strumenti innovativi** per la gestione di questo fenomeno complesso in cui la vecchiaia viene percepita come un problema anziché una risorsa. Questo processo, di ampia portata sociale e culturale, tende a influenzare direttamente l'immaginario collettivo su questa fase dell'esistenza, rafforzando gli **stereotipi** a essa connessi e impedendo la diffusione di una comprensione realistica della condizione di vita della popolazione anziana.

Nella società odierna, le diverse generazioni tendono spesso a condurre vite separate e la mancanza di contatto fra loro può portare a un **deterioramento della coesione sociale** all'interno della comunità. Tuttavia, quando gli anziani interagiscono e stabiliscono connessioni personali con le generazioni più giovani, come bambini e adolescenti, i benefici possono essere per entrambe illimitati. Lo scambio intergenerazionale offre agli anziani l'opportunità di **acquisire nuove abilità**, rispetto alle tecnologie e

alle tendenze, e sperimentare l'eccitazione di vedere il mondo attraverso una prospettiva più giovane rimanendo in contatto con la cultura contemporanea. D'altra parte gli anziani, potendo trasmettere decenni di saggezza e avendo disponibilità e tempo per farlo, sono in grado di soddisfare le esigenze di crescita dei giovani tra cui l'**acquisizione di nuove conoscenze** derivanti dall'interazione con un'altra generazione. Gli anziani possono, inoltre, fornire una prospettiva diversa sugli eventi attuali e dare lezioni di vita, avendo vissuto dei momenti storici che hanno avuto un impatto sul contesto attuale. Pertanto, la **creazione di relazioni intergenerazionali** rappresenta un importante bisogno territoriale in quanto aiuta a garantire un tipo di attenzione e supporto che spesso mancano, specialmente tra i soggetti più vulnerabili in condizioni di isolamento. (Study of Stanford University)

La progressiva emarginazione delle persone anziane dalla vita pubblica e attiva, dopo anni di riconoscimento sociale e l'abbandono del ruolo ricoperto nel mondo, come lavoratore, come madre, come padre, come figura di riferimento per un ambiente sociale, porta alla perdita di riconoscimento della propria identità, che porta all'insicurezza e alla perdita di messa in opera delle proprie capacità.

Nonostante molti interventi istituzionali oggi si preoccupino di riportare le competenze e l'esperienza dell'anziano al centro di azioni globali a favore della cittadinanza, il pensiero comune assume come modello di uomo il giovane o la persona matura e si giudicano gli altri, arbitrariamente, a partire da questi modelli. E questo provoca necessariamente un sentimento di perdita della propria efficacia, atteggiamento che spesso sfocia in una regressione dei comportamenti, che vengono letti come inadeguati, provocando così un circolo vizioso e un corto circuito tra le relazioni.

Come spesso abbiamo sottolineato, quindi, l'obiettivo primo di questo come degli altri progetti da noi svolti, è di fornire opportunità di vita e non di sopravvivenza, alla riscoperta del proprio ruolo sociale, basato sulle proprie specificità, sulla propria esperienza unica, sui propri interessi e sulle proprie potenzialità.

A questo punto emerge prioritario il discorso dell'identità culturale dell'anziano, inteso non come quello che non può svolgere certi servizi, ma come colui che ha una ricchezza propria, di cui gli altri hanno bisogno. E questo a prescindere dalle capacità fisiche. Questo progetto vuole riconoscere l'anziano come una risorsa sia quando è attivo ed efficiente, è impegnato nel volontariato e costituisce un indispensabile supporto per le famiglie, sia quando vive una condizione di vita più

precaria, perché ha una importante ricchezza di vissuti sui quali si impernia il progetto che presentiamo.

Proprio a partire da questa ottica crediamo importante la riscoperta dell'impegno comune per un obiettivo, della cooperazione, perché possibile restituire agli anziani la dignità di persone, valorizzandone le competenze, i ricordi e la memoria.

La trasmissione orale di tradizioni e la salute mentale sono collegate poiché la tradizione orale, composta da miti, narrazioni e usanze, ricordi, storie forma la base del pensiero e del comportamento di un gruppo, influenzando il modo in cui gli individui percepiscono sé stessi e il mondo circostante.
Le tradizioni possono offrire un senso di identità e appartenenza, fondamentale per il benessere psicologico, un ascolto attivo e il racconto sono quindi strumenti per promuovere l'inclusione sociale e comprendere meglio la diversità culturale, migliorando il dialogo interculturale e riducendo lo stigma.

Il ruolo della tradizione orale nella salute mentale può, quindi, essere riassunta come:

- **Costruzione dell'identità:** Le storie, i miti e i riti trasmessi oralmente aiutano a creare un senso di identità e continuità per un individuo e per il gruppo.
- **Valori e norme:** La tradizione orale trasmette le norme sociali e i valori che influenzano il comportamento, i gusti e le credenze, contribuendo a formare la salute mentale dell'individuo.
- **Miti e concetti culturali:** Le concezioni culturali del sé e della soggettività, tramandate oralmente, possono modellare profondamente l'esperienza della malattia mentale.
- **Promozione dell'inclusione:** Il racconto orale, se usato in modo consapevole, può essere uno strumento potente per promuovere l'inclusione sociale, rendendo i partecipanti consapevoli delle culture altrui e delle diversità di cui sono portatrici.
- **Dialogo intergenerazionale:** L'ascolto attivo e lo scambio di racconti possono favorire un processo di apprendimento, aiutando a superare i pregiudizi e a promuovere una maggiore comprensione reciproca.

La **cultura orale tramandata** si configura in questo scenario come **un punto di incontro intergenerazionale** ed è uno strumento utile sia per lo stimolo fisico degli anziani, sia per avvicinare i giovani a temi di grande importanza e alla storia regionale. Il racconto di chi ha vissuto consegna difatti alle nuove generazioni una particolare chiave di lettura della realtà storica, sociale e culturale del recente passato e, in qualche modo, anche del presente, rappresenta un fertile terreno di studio e riflessione

sull'uso della lingua italiana e dialettale.

Inoltre, l'**antico mestiere dei cantastorie** dei cortili, i "cantor dle cort" in piemontese, ha rappresentato una genuina forma di cultura popolare nella Torino tra l'Ottocento e il Novecento. I saltimbanchi esibendosi nelle strade, nei cortili, nelle "piole", intrattenevano i Torinesi, soprattutto quelli residenti nei quartieri operai, raccontando, a volte accompagnati da facili motivi un repertorio dai toni popolari che copriva temi sentimentali, satirici, patriottici, di attualità e anche di cronaca nera, alternando l'italiano e il piemontese senza troppi riguardi per l'ortografia di entrambe le lingue. I testi erano stampati su fogli colorati. Corredati quasi sempre dai numeri per il lotto, venivano poi ceduti per qualche spicciolo al termine dell'esibizione.

La piattaforma di intrattenimento **Tik Tok**, nata nel 2018, è un vero e proprio fenomeno nel mondo social dominato dalla **Generazione Z**, ovvero, giovani nati tra la metà degli anni Novanta e la fine degli anni Duemila. L'innovativa **app di video editing** non è un vero proprio social network in quanto non ha l'obiettivo di creare interazioni sociali, bensì si propone come servizio per creare e condividere contenuti video tra i 15 e i 60 secondi: clip di breve durata in cui gli utenti ballano, cantano in playback o realizzano brevi sketch comici, abbinate a una traccia audio, effetti sonori o filtri. Gli strumenti di editing e montaggio sono inoltre semplici e intuitivi e pertanto non stupisce che i contenuti su questo social diventino presto virali. Tuttavia, non si tratta solo di clip avulse dalla realtà: ad esempio, la challange più virale a livello mondiale è stata #Theclimate, che metteva in mostra le buone pratiche degli utenti per la sostenibilità ambientale. Nel corso del 2019 TikTok diventa l'app più scaricata al mondo davanti a giganti della portata di Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Snapchat e WhatsApp. A livello globale, la piattaforma conta circa **1,58-1,59 miliardi di utenti attivi mensili** (MAU), posizionandosi come il quinto social network più grande al mondo, **200 milioni in Europa,** 1 miliardo di download complessivi e circa 500 milioni di utenti al mese e in **Italia oggi si contano 23,9 milioni di utenti mensili attivi**, con un tempo medio speso sulla piattaforma di 66 minuti al giorno.

La crescita dell'engagement della piattaforma è direttamente proporzionale all'**aumento della diversificazione del target**: si stima che il 34% abbia un'età compresa tra i 16 e i 24 anni e il 32% tra i 25 e i 34 anni, mentre il 25% rientra in un range tra i 10 e i 19 anni. Difatti, gli adulti non sono stati inizialmente ben accetti fino a che a cambiare gli equilibri è arrivato l'**assalto di nonne e nonni**. Non si sa esattamente quando sia iniziata l'invasione degli anziani su TikTok, ma è certo che, a differenza dei 40 e 50enni, i senior sono stati accettati di buon grado dal pubblico giovanissimo del social cinese. Oltre ai profili abbinati con i nipoti, ci sono nonni che condividono video simpatici e divertenti, molti dei quali **sbugiardano gli stereotipi legati all'età** facendo festa, ballando, scatenandosi e vantando ragguardevoli

quantità di follower. **I nonni fanno tendenza**: ironia, carisma, divertimento e saggezza sono un mix che conquista tutte le generazioni. Pertanto, spopolano sul social i profili con protagonisti over 80, guidati dalle sapienti mani di creator che, prima di essere influencer viralissimi, sono soprattutto nipoti amorevoli. Protagonisti di alcuni dei profili più seguiti, amati e condivisi del social, **questa carica di ottuagenari è il vero fenomeno culturale dell'anno**: gli over 80 di TikTok denominati "granfluencer", sono emblema di memoria e ricordo, di famiglia e valori. Sono storie belle e semplici, quelle che brillano su TikTok e che hanno come protagonisti i nonni d'Italia. Il valore di certi legami, anche se questi non rispondono ai canoni estetici imposti dai social, non si rafforzano in luoghi di vacanza glamour, non si cementificano durante esperienze patinate, è il cuore del successo di questi progetti editoriali, nati per caso, spesso dopo il lockdown 2020, periodo che ha allontanato affetti e persone care, facendole riavvicinare dopo mesi in cui chiunque ha riflettuto sul senso della vita e sulle cose che contano davvero. L'hashtag #nonno è stato visualizzato circa 640milioni di volte tra consigli, momenti quotidiani e ricette a dimostrazione del fatto che non bisogna essere giovani per diventare influencer, ovvero, delle vere star sui social con milioni di follower. Tra i granfluencer italiani più famosi su TikTok citiamo 84enne di Novara che su TikTok ha oltre un milione di seguaci e Nonno Mario che insieme ai nipoti, con cui grazie al nuovo media ha rafforzato il legame, ha cercato di sopperire alla mancanza della nonna pubblicando contenuti video fino ad ottenere 1,5 milioni di follower. Ad accomunare tutti questi granfluencer, oltre all'ovvia età e alla grande ironia, sono i figli e soprattutto i nipoti che hanno spinto i nonni ad aprirsi al mondo dei social e con i quali creano dei contenuti per intrattenere, giorno dopo giorno, il loro pubblico.

Pertanto, in termini di fruizione, TikTok si configura e predispone come **una vera e propria piattaforma intergenerazionale**. Gli utenti di questo social, infatti, si spingono oltre le tradizionali classi anagrafiche per cercare, invece, punti di incontro e passioni da condividere con gli altri indipendentemente dall'età. Il fenomeno degli anziani su Instagram, definiti "silver influencer", vede persone over 60 conquistare popolarità sui social con contenuti che spaziano dalla moda alla cucina, spesso con un tono ironico e autentico. Questo trend aiuta a combattere l'isolamento sociale, promuove stili di vita attivi e dimostra la crescente presenza digitale della terza età, che attira un pubblico eterogeneo e non solo coetanei.

Caratteristiche del fenomeno sono i contenuti autentici e creativi, molti "granfluencer" hanno successo perché si mostrano autentici, condividendo la propria quotidianità, passioni e senso dell'umorismo, come nel caso di @granddadfrank o @nonnoseverino, ultranovantenne che racconta di divertirsi a fare video con la moglie Imma ottantaduenne con cui su TikTok si scatena ballando e facendo sketch divertenti.

Uno degli aspetti più interessanti e affascinanti è la p**opolarità trasversale** che raccolgono questi utenti, i quali attraggono follower di tutte le età, non solo coetanei, dimostrando che la loro popolarità può

superare le generazioni.

Molti sono i benefici che gli anziani possono trarre da questa attività: L'uso dei social media da parte degli anziani contribuisce a ridurre l'isolamento e la solitudine, come sottolineato da Aging Project Uniupo (Università del Piemonte Orientale).

L'utilizzo dei social può favorire, inoltre, l'attività cognitiva e il benessere generale, anche se sono necessarie ulteriori ricerche per confermare questi dati. La tendenza mostra, infine, che anche la fascia over 65 può diventare protagonista attiva nel mondo digitale, sfatando vecchi stereotipi.

In sintesi, i principali bisogni rilevati possono essere riassunti nell'elenco sottostante:

- necessità di effettuare interventi progettuali su una fascia di popolazione over 65 in forte crescita
- necessità di abbattere gli stereotipi relativi alle diverse età della vita emergenti nell'immaginario collettivo
- necessità di migliorare la coesione sociale e l'interazione tra gli over 65 e le nuove generazioni
- necessità di utilizzare maggiormente la musica e il canto come strumenti di benessere e miglioramento della qualità della vita
- necessità di creare un sistema di tutela e valorizzazione del patrimonio tradizionale del Piemonte sulle piattaforme di comunicazione in tendenza utilizzate come strumento informativo dai giovani
- necessità di sviluppare le abilità informatiche degli over 65 rispetto all'uso di strumenti informatici dal forte potenziale e che richiedono basse abilità

L'analisi di contesto e le esigenze emerse hanno condotto l'Associazione Non Più da Soli Edera APS a delineare una proposta progettuale volta a sopperire alle mancanze rilevate attraverso una serie coordinata di attività e coerente al il piano di invecchiamento attivo (PIA). Pertanto, in linea di continuità con la finalità 1.3, 3.4 e 6.2 di quest'ultimo, l'**obiettivo generale** del progetto è quello di stimolare la partecipazione e l'impegno civico della popolazione anziana nella trasmissione orale e dell'antico mestiere del cantastorie ai giovani e con i giovani della storia e delle tradizioni e della cucina piemontesi per valorizzare e tutelare, insieme ai ragazzi e ai loro strumenti di interazione, la memoria del territorio. Questo avverrà attraverso video e pubblicazioni sui social, sensibilizzando sul tema dell'invecchiamento attivo, costruendo momenti di alfabetizzazione digitale e di maggiore fruizione del patrimonio culturale della Regione Piemonte.

Gli **obiettivi specifici** dell'iniziativa, che sono coerenti in maniera trasversale anche agli obiettivi 3.5 e 3.3

del PIA, consistono nel:

- promuovere in un'ottica turistica percorsi di conoscenza del patrimonio culturale piemontese rivolti alla popolazione anziana attraverso l'organizzazione di incontri e visite guidate nei luoghi di memoria connessi
- coinvolgere attivamente e in una dimensione intergenerazionale gli over 75 e i giovani nella tutela del patrimonio culturale, utilizzando nuovi media a contrasto del gap tecnologico
- promuovere azioni divulgative dell'attività dell'ente per coinvolgere un maggior numero di partecipanti e garantire la replicabilità del progetto

Alla luce degli obiettivi individuati, il progetto proposto si articola in tre rispettive attività principali descritte negli appositi paragrafi sottostanti e due di raccordo intrinseche inerenti lo sviluppo delle fasi del Project Cycle Management e la comunicazione.

- Obiettivo di carattere generale fissato dal Piano per l'invecchiamento attivo

☐ X OB. 1: Assicurare opportunità di apprendimento e aggiornamento lungo tutto l'arco della vita

☐ OB. 2: Sostenere e promuovere la salute attraverso l'adozione di stili di vita sani, stimolare l'attività fisica e contrastare la sedentarietà

☐ X OB. 3: Stimolare la partecipazione e l'impegno civico della popolazione anziana

☐ OB. 4: Favorire la vita indipendente e la sicurezza

☐ OB. 5: garantire la mobilità autonoma con servizi accessibili ed adeguati

☐ X OB. 6: favorire l'accesso e la fruizione culturale

☐ OB. 7: sostenere e promuovere il permanere a domicilio della persona anziana ed il lavoro di cura dei familiari.

Intendiamo stimolare, valorizzare e raccogliere i vissuti di anziani di tre aree piemontesi, Valle di Susa, Cuneo e Valle Gesso, Torino.
Attraverso una metodologia di confronto ed emersione di ricordi e memoria, raccoglieremo le testimonianze in relazione ad un luogo specifico del loro territorio, permettendo loro, attraverso l'incontro e lo scambio tra anziani, di costituire e diventare dei veri Testimoni dei Luoghi.

Il fine ultimo del progetto non è tanto e solo conoscere gli aspetti architettonici ed artistici di un luogo, ma la messa in relazione con le singole "storie di vita" legate a quei luoghi, mettendo al centro di quella storia l'Anziano, pur all'interno della scoperta di quel luogo.
Una conoscenza, quindi, che non sia una mera visita guidata o turistica, ma un avvicinamento alla globalità della storia e al riconoscimento del ruolo che le persone hanno avuto in essa.
Verranno, poi, realizzati video e storie da postare sui social sopra indicati, in modo che i giovani possano comprendere, attraverso uno strumento a loro congeniale, che uno stesso spazio può essere conosciuto attraverso un libro di storia, ma soprattutto attraverso le parole di chi quello stesso ambiente l'ha vissuto e vi ha legato momenti importanti della propria vita, anch'essi attraversati dalla Storia.

Tale progetto può essere la prova che il territorio può pensare all'anziano come ad una risorsa da esplorare e conoscere, andare incontro, da una parte al bisogno di sentirsi ascoltati, sostenuti ed aiutati, dall'altra ad avvicinare le nuove generazioni ad una identità culturale piemontese, legata al territorio e alle sue opportunità.
In questa prospettiva, la cui forza è insita proprio nel fatto di avere una visione olistica del "sistema anziano", si inserisce perfettamente anche l'amore per la propria terra e il desiderio di far conoscere luoghi bellissimi della nostra regione.

Descrizione attività 1 (INCONTRI INFORMATIVI, SCAMBIO ESPERIENZE, RACCOLTA DATI)

La prima attività del progetto consiste nell'organizzazione di tre appuntamenti, in tre giorni diversi, con gli anziani di tre aree del Piemonte (Valle di Susa, Cuneo e Valle Gesso, Torino) per l'individuazione di luoghi in queste località, di interesse artistico e del patrimonio architettonico e **storico piemontese, appuntamenti in cui sarà stimolata la memoria e i ricordi degli anziani coinvolti nel progetto.**

Gli operatori si recheranno sul posto e andranno a conoscere nelle bocciofile e nei luoghi di incontro degli anziani coloro che potranno diventare, al termine del percorso, dei veri e propri Testimoni dei Luoghi e della Storia.

L'attività avverrà attraverso la collaborazione e il supporto dei circoli ricreativi per anziani e con alcune associazioni di Torino che gestiscono spazi anziani, in particolare lo Spazio "Amicizia" e lo Spazio "Delle Meraviglie", e attività culturali per la Terza Età, come l'Associazione Beeozanam.

Destinatari

✗ Tipologia

Anziani fragili, ovvero, persone over 75 autosufficienti, ma a rischio

Anziani lievemente autosufficienti che richiedono di un supporto limitato e di natura prevalentemente sociale

✗ numero e fascia anagrafica

80 anziani over 65

✗ modalità per la loro individuazione

L'individuazione dei partecipanti avverrà previa breve intervista sulle tematiche affrontate nel progetto, attingendo dal data base di contatti dell'ente proponente a Torino e del network con associazioni attive con gli anziani in altre zone del Piemonte

Tempi di realizzazione

Marzo 2026 – Maggio 2026

Ambito Territoriale coinvolto

Valle di Susa,

Cuneo e Valle Gesso,

Città di Torino.

Ruolo di ciascun partner

Risultati attesi:

3 Appuntamenti per l'intera giornata per ognuno dei luoghi individuati che custodiscono ricordi degli anziani coinvolti nel progetto in modo da evidenziare luoghi con ricordi comuni rimasti impressi nella memoria collettiva, con l'équipe della comunicazione che riprenderà con più telecamere l'incontro; TOTALE 9 INCONTRI

3 Appuntamenti in ogni sede delle Aree territoriali individuate per visionare il materiale video e raccogliere ulteriori ricordi (focus group); TOTALE 9 INCONTRI

Strumenti o indicatori di valutazione

nr. 3 focus group in cui la conversazione viene focalizzata sul tema del progetto e i partecipanti parlano per circa un'ora e mezza/due ore. Durante la sessione, il moderatore incoraggerà il flusso libero di idee in base a delle domande prestabilite, poi raccoglierà i dati relativi alle percezioni soggettive che saranno il punto di partenza delle fasi progettuali successive:

nr. 3 tabelle raccolta dati e informazioni sui luoghi in Piemonte che saranno visitati
nr. ricordi ed episodi emersi dai racconti
nr. luoghi architettonici di memoria piemontesi emersi nei ricordi
nr. giovani interessati a partecipare al progetto
nr. nuovi rapporti relazionali tra anziani e giovani

Nella Raccolta del materiale sarà possibile portare anche foto del passato, articoli di giornale incentrati sugli eventi che hanno interessato il luogo dei Testimoni dei Luoghi. Infine si raccoglieranno informazioni relative al patrimonio architettonico e storico dei Luoghi individuati (documenti iconografici, lettere, cataloghi, elenchi di possesso, documenti vari inerenti all'attività lavorativa svolta nel passato in quei Luoghi).

Collegamento con altre progettualità già attivate sul territorio

L'attività si collega al lavoro delle associazioni dei territori che si pongono l'obiettivo di valorizzare le realtà e le culture locali e, in particolare, gli anziani che vivono in quelle comunità.
Utilizziamo lo strumento della Public History e dell'Autobiografia.

Risorse umane destinate all'attività

	Numero di ore dedicate al progetto	Qualifica	Attività che verrà svolta	Ente di appartenenza
1	20	Project manager	Moderatore	Associazione Non Più da Soli Edera
2	50	Educatore	Raccolta dati e rapporto con gli anziani	Associazione Non Più da Soli Edera

Risorse tecniche e strumentali necessarie per l'attuazione dell'attività

L'attività non necessità di particolari strumenti e attrezzature in quanto nei focus group verranno utilizzati tavoli, sedie, materiale di cartoleria, collegamento wi-fi, un computer per la visione delle foto

Costi presunti 4.700,00 €

Descrizione attività 2 (INCONTRI INTERGENERAZIONALI, TESTING E PRODUZIONE VIDEO)

La seconda attività prevede l'organizzazione di alcune giornate di presentazione del progetto in cui anziani e giovani si incontrano sui luoghi della tradizione per conoscersi, parlare e confrontarsi sulle tradizioni e sulle ricette piemontesi, sulle storie e sulle esperienze ad essi connesse. La metodologia utilizzata sarà quella del Circle Time considerato uno dei metodi più efficaci nell'educazione socio-affettiva: i partecipanti si dispongono in cerchio, con un conduttore che ha il ruolo da un lato di sollecitare e coordinare il dibattito entro un termine temporale prefissato e dall'altro di interlocutore privilegiato nel porre domande o nel fornire risposte.

A seguire saranno organizzate le **giornate di produzione dei contenuti video** in cui i partecipanti, di diversa generazione inizieranno a dare vita al materiale di pubblicazione sui canali TikTok e Instagram dedicati al progetto. Le medesime giornate di registrazione si svolgeranno sia al chiuso che all'aperto per valorizzare anche luoghi considerati patrimonio culturale, storico e turistico del Piemonte emersi durante l'attività 1.

Destinatari

✗ Tipologia

Anziani fragili, ovvero, persone over 75 autosufficienti, ma a rischio

Anziani lievemente autosufficienti che richiedono di un supporto limitato e di natura prevalentemente sociale

Studenti delle classi superiori propensi all'utilizzo degli smartphone e dei social media

✗ numero e fascia anagrafica

60 anziani over 75

30 giovani della scuola secondaria superiore in un range di età tra i 14 e i 19 anni

✗ modalità per la loro individuazione

L'individuazione dei partecipanti è direttamente collegata all'attività 1 alle persone che hanno preso parte alla prima fase del progetto. I giovani e ulteriori anziani saranno invece individuati tramite i canali di comunicazione del network

Tempi di realizzazione

Settembre – Ottobre 2026

Ambito territoriale coinvolto

Torino

Ruolo di ciascun partner

L'Associazione Beeozanam collaborerà allo svolgimento dei gruppi di lavoro e all'ingaggio dei giovani, metterà a disposizione la sede per l'organizzazione degli appuntamenti (spazio Beeozanam)

Risultati attesi

2 giornate di presentazione del progetto, formazione coppie anziani-giovani e testing

10 video testing prodotti

8 giornate di registrazione dei video in cui anziani e giovani raccontano insieme

60 contenuti video prodotti

1 account TikTok aperto

Strumenti o indicatori di valutazione

nr. visualizzazioni, like, commenti e follower nella pagina TikTok di progetto

nr. partecipanti complessivi

nr. contributi video pervenuti, ma generati spontaneamente fuori dalle attività di progetto

nr. anziani che si iscrivono spontaneamente a TikTok che hanno aumentato le loro abilità informatiche

Collegamento con altre progettualità già attivate sul territorio

L'attività si collega alla campagna TikTok #tiraccontolitalia, sviluppata con l'obiettivo di valorizzare le tante realtà e culture locali della nostra penisola: dalle tradizioni alle nuove tendenze, tra dialetti, moda, musica, cucina, luoghi e aneddoti regionali. La campagna è approdata anche in Piemonte, terra delle montagne, ma anche dallo straordinario patrimonio culturale frutto della ricchezza dei secoli passati di cui ne è testimonianza vivente l'architettura, le tradizioni culinarie o gli splendidi borghi da scoprire. La community racconta difatti aneddoti, storie, luoghi del cuore, modi di dire e tradizioni culinarie attraverso gli hashtag #tiraccontolitalia e #TikTokPiemonte che mettono al centro, la creatività dei Creator e la varietà dei loro contenuti raccontati con un nuovo linguaggio comunicativo fatto di video brevi. Questi contenuti hanno reso **TikTok parte dell'evoluzione della cultura contemporanea**, un luogo ricco di stimoli e creatività dove poter ascoltare, imparare ed esprimersi in maniera autentica. Pertanto, l'account dedicato al progetto **implementerà la campagna con argomenti specifici sulla cultura piemontese,** tramandata nelle vesti di coppie di cantastorie formate anziani e giovani.

Risorse umane destinate all'attività

	Numero di ore dedicate al progetto	**Qualifica**	**Tipo attività che verrà svolta**	**Ente di appartenenza**
1	20	Project Manager	Coordinamento	Associazione Non più da soli Edera APS
3	35	Educatore	Mediazione intergenerazionale	Associazione Non più da soli Edera APS

4	35	Educatore	Mediazione intergenerazionale	Associazione Non più da soli Edera APS

Risorse tecniche e strumentali necessarie per l'attuazione dell'attività

L'attività prevede l'utilizzo di due smartphone per realizzare contemporaneamente più video e l'accesso wi-fi

Costi presunti 6.145,00 €

Descrizione attività 3

La terza fase del progetto vedrà in un primo momento incontrare i responsabili della comunicazione e i coordinatori con gli anziani, per mostrare il materiale video che sarà pubblicato sui social, la firma di tutte le autorizzazioni per la privacy e l'utilizzo delle immagini.

Nelle giornate di visita nelle tre aree territoriali, infine, sarà possibile per gli anziani visitare gli altri luoghi previsti dal progetto, in modo tale da favorire anche la conoscenza reciproca tra le persone coinvolte e permettere di ascoltarsi reciprocamente nei racconti e nei vissuti.

Destinatari

✗ Tipologia

Anziani fragili, ovvero, persone over 75 autosufficienti, ma a rischio

Anziani lievemente autosufficienti che richiedono di un supporto limitato e di natura prevalentemente sociale

✗ numero e fascia anagrafica

80 anziani over 65

✗ modalità per la loro individuazione

I partecipanti saranno gli stessi individuati nell'azione 1 del progetto

Tempi di realizzazione

Novembre 2026

Ruolo di ciascun partner

L'Associazione Beeozanam garantirà il gruppo di comunicazione e il coordinamento dell'attività prevista.

Risultati attesi:

2 giornate di rielaborazione dei dati raccolti con tutte le figure coinvolte nel progetto. Realizzazione dei materiali video in modo da poter fermare i racconti e i vissuti degli anziani, elaborazione di un intervento tipo, creare l'archivio per l'Ecomuseo e per la proiezione nelle scuole interessate;
3 giornate di restituzione agli anziani del materiale raccolto e della elaborazione nelle aree coinvolte, firma della documentazione necessaria alla pubblicazione del materiale video e fotografico

Strumenti o indicatori di valutazione

Incontri tra i partecipanti anziani, valutazione del livello di gradimento delle iniziative e del numero di autorizzazioni alla pubblicazione raccolte.

nr. 3 tabelle raccolta dati e informazioni sui luoghi in Piemonte che saranno visitati
nr. ricordi ed episodi emersi dai racconti
nr. luoghi architettonici di memoria piemontesi emersi nei ricordi
nr. giovani interessati a partecipare al progetto
nr. nuovi rapporti relazionali tra anziani e giovani

Collegamento con altre progettualità già attivate sul territorio

L'ente proponente, fin dalla sua costituzione, ha come finalità principale la valorizzazione dello scambio intergenerazionale e l'attività si collega direttamente alla progettualità degli Spazi Anziani, che a partire dal 2005, si propongono l'obiettivo di incentivare lo scambio intergenerazionale tra anziani e giovani. I soggetti coinvolti in questa progettualità saranno informati sulla nuova iniziativa dell'ente permettendo un bacino di utenza più ampio e potenzialmente diversificato in termini di età.

Risorse umane destinate all'attività

	Numero di ore dedicate al progetto	Qualifica	attività che verrà svolta	Ente di appartenenza
1	30	Project Manager	Coordinamento	Associazione Non Più da Soli Edera
2	40	Educatore	Ingaggio dei giovani e mediazione intergenerazionale	Associazione Non Più da Soli Edera
2	40	Educatore	Ingaggio dei giovani e mediazione intergenerazionale	Associazione Non Più da Soli Edera

Risorse tecniche e strumentali necessarie per l'attuazione dell'attività

L'attività prevede l'utilizzo di due smartphone per realizzare contemporaneamente più video e l'accesso wi-fi

Costi presunti 3.875,00 €

Descrizione attività 4 (EVENTO FINALE, RESTITUZIONE E DIFFUSIONE CALL TO ACTION)

La quarta attività consiste nell'organizzazione di un evento finale divulgativo con la presenza di tutti i partecipanti al progetto e due nuove classi scolastiche. Gli anziani dovranno occuparsi della gestione e programmazione dell'incontro in termini di **presentazione del lavoro svolto** e del **lancio della call to action** che verrà oltremodo diffusa sui canali di comunicazione dell'ente proponente e dei partner. L'azione prevede anche dei momenti propedeutici in cui gli anziani potranno discutere la scaletta organizzando in modo efficace ed efficiente l'iniziativa. Tale modalità garantirà alle persone anziane di sentirsi parte della cittadinanza attiva in un'ottica responsabile e solidale nella comunità. La call è un invito diretto rivolto ai giovani per realizzare altri video raccontando tradizioni piemontesi nei luoghi di memoria del territorio o cucinando ricette del territorio, coinvolgendo i propri nonni o i medesimi anziani

partecipi delle precedenti attività. L'azione permetterà di valorizzare anche a lungo termine le specifiche esperienze accumulate nel corso della vita degli anziani all'interno di un progetto socialmente utile. L'evento si concluderà con un concerto in cui si esibirà un gruppo musicale composto da over 65 e al termine del progetto i nuovi contenuti ricevuti verranno poi pubblicati sulla piattaforma TikTok che nella fase di prosecuzione sarà gestita dai volontari del servizio civile istruiti appositamente dal social media manager.

Destinatari

✗ Tipologia

Anziani fragili, ovvero, persone over 75 autosufficienti, ma a rischio

Anziani lievemente autosufficienti che richiedono di un supporto limitato e di natura prevalentemente sociale

Studenti delle classi superiori propensi all'utilizzo degli smartphone e dei social media

Famiglie interessate a progetti di innovazione che vogliono incentivare ai propri figli l'uso consapevole degli smartphone

✗ numero e fascia anagrafica

64 anziani over 75

54 alunni (2 classi) della scuola secondaria superiore in un range di età tra i 14 e i 19 anni

10 nuclei familiari in un range di età compreso tra i 30 e i 40 anni

✗ modalità per la loro individuazione

Tempi di realizzazione

Dicembre 2026

Ambito territoriale coinvolto

Torino

Ruolo di ciascun partner

L'Associazione Beeozanam metterà a disposizione lo spazio per la realizzazione operativa dell'evento e fornirà gli strumenti tecnici di produzione

Risultati attesi

5 incontri tra gli anziani propedeutici all'organizzazione dell'evento

1 evento pubblico finale realizzato

1 call to action realizzata e promossa

1 concerto realizzato da 4 over 65

30 nuovi contributi video pervenuti

1 percorso breve di formazione per i volontari del servizio civile

Strumenti o indicatori di valutazione

nr. di partecipanti all'evento

nr. di visualizzazioni e reazioni ai post dedicati alla call to action

nr. articoli stampa locale

nr. nuove coppie di anziani e giovani nate per realizzare i video

nr. contributi video inviati

nr. luoghi di memoria piemontesi presenti nei contributi video

Collegamento con altre progettualità già attivate sul territorio

L'ente proponente, fin dalla sua costituzione, ha come finalità principale la valorizzazione dello scambio intergenerazionale e l'attività si collega direttamente alla progettualità degli Spazi Anziani, che a partire dal 2005, si propongono l'obiettivo di incentivare lo scambio intergenerazionale tra anziani e giovani. L'Associazione Non Più da Soli Edera, inoltre, collabora dalla sua creazione con i Servizi Sociali di Territorio per il supporto della permanenza a domicilio dei Grandi Anziani attraverso i progetti di Domiciliarità Leggera. Questo consentirà agli operatori dell'associazione di raggiungere anche anziani di norma non coinvolti in altre attività.

I soggetti coinvolti in queste progettualità saranno informati sulla nuova iniziativa dell'ente permettendo un bacino di utenza più ampio e potenzialmente diversificato in termini di età.

Risorse umane destinate all'attività

	Numero di ore dedicate al progetto	**Qualifica**	**Tipo attività che verrà svolta**	**Ente di appartenenza**
1	10	Project Manager	Coordinamento	Associazione Non più da soli Edera APS
2	40	Educatore	Ingaggio delle scuole e mediazione intergenerazionale	Associazione Non più da soli Edera APS
3	8	Educatore	Mediazione intergenerazionale	Associazione Non più da soli Edera APS

Risorse tecniche e strumentali necessarie per l'attuazione dell'attività

Microfono, casse audio, proiettore video collegato allo smartphone, computer, wi-fi, sedie

Costi presunti 2.450,00 €

<u>Le voci sottostanti si riferiscono alla totalità del progetto (non più alle singole macroattività)</u>

- in cosa consiste l'innovatività della proposta progettuale

Tutelare, valorizzare, salvaguardare e trasmettere i saperi alle giovani generazioni vuol dire anzitutto comunicare il patrimonio con i loro strumenti di comunicazione. Pertanto, la proposta è innovativa in quanto inserisce la valorizzazione del patrimonio musicale popolare e dei luoghi di memoria piemontesi in un quadro strutturato che si basa sullo scambio intergenerazionale e soprattutto sull'utilizzo delle piattaforme social. Ad oggi, sull'App non esistono progetti culturali digitali legati alla tradizione popolare che affondano le loro radici sul prezioso lavoro di archiviazione e catalogazione promosso dagli enti territoriali e sulla memoria della popolazione anziana. Inoltre, l'avvento dei "granfluencer" con più di 80 anni e centinaia di migliaia di follower, lanciati e seguiti sui social dai loro nipoti, non è ancora stato inserito in una cornice di taglio culturale. L'ironia e la saggezza dei senior, che sta conquistando target

differenti, sarà utilizzata nel progetto per creare legami e relazioni rimanendo in contatto con familiari, amici e "nuovi nipoti" attraverso la musica. La musica popolare del Piemonte sarà così utilizzata come uno strumento potentissimo, in grado di creare momenti di complicità e condivisione tra persone con percorsi di vita differenti.

Inoltre, all'interno dei focus group l'approccio del circle time sarà applicato contemporaneamente a due target molto distanti. La metodologia, che facilita e sviluppa la comunicazione circolare, favorisce la conoscenza di sè, promuove la libera e attiva espressione delle idee, delle opinioni, dei sentimenti e dei vissuti personali creando un clima di serenità e di condivisione. Tale contesto faciliterà la costituzione di un qualsiasi nuova coppia di lavoro. preliminare a qualunque successiva attività, utilizzando anche il canto come strumento e linguaggio espressivo collettivo.

Infine, il progetto si distingue per il contrasto al gap tecnologico e all'analfabetismo digitale delle persone anziane unendo processi educativi/informativi ad attività ricreative canore volte ad ampliare in maniera divertente le abilitò informatiche degli anziani.

- possibili effetti moltiplicatori (potenzialità di riproducibilità e di sviluppo) CANTOR DLE CORT è progettato per instaurare un circolo virtuoso di produzione dei contenuti creativi: considerata anche la tipologia di App tendente alla riproduzione di trend, la Call To Action diffusa a conclusione dell'iniziativa intende proprio continuare ad accrescere i contenuti dell'account di progetto e sarà sempre attiva senza vincoli temporali. Il social media manager avrà inoltre il compito di formare i volontari del servizio civile dell'ente proponente per garantire la continuità del lavoro svolto. Inoltre, la piattaforma è facile da usare. L'interfaccia è semplice e lo è anche lo stile dei contenuti proposti. L'App fornisce la possibilità di modificare video in modo rapido, senza dover utilizzare programmi esterni, ed è sicuramente questo uno dei motivi per cui sarà spontaneo aumentare in breve tempo la viralità dell'account. Gli strumenti sono molto inoltre intuitivi, pertanto, sia i volontari che i creator di video meno esperti potranno produrre un risultato dal grande impatto, con il minimo sforzo anche a lungo termine.

- Attività di comunicazione previste

Il piano di comunicazione di CANTOR DLE CORT si concentra su una strategia orientata da un lato al coinvolgimento nelle attività per aumentare la partecipazione e dall'altro alla diffusione dei contenuti prodotti per amplificarne la viralità creando un sistema virtuoso di autoproduzione.

Durante l'arco temporale progettuale le risorse dedicate alla comunicazione (ufficio stampa, grafico e social media manager) si muovono in maniera congiunta e sinergica con il network, ma anche con i giovani che prenderanno parte all'iniziativa.

L'attività di comunicazione concorre alla realizzazione dell'obiettivo generale della proposta e ha la finalità di creare una community digitale, composta da anziani e giovani, a salvaguardia del patrimonio musicale piemontese, dell'antico mestiere dei cantastorie e dei luoghi di memoria del Piemonte.

L'informazione verso i potenziali beneficiari (giovani tra i 14 e i 19 anni e over 65) è fondamentale e risulterà pertanto necessario fornire loro gli elementi per poter prendere parte attiva al processo di creazione di contenuti video, fruire con facilità delle informazioni, dei prodotti culturali offerti e dimostrare il carattere partecipativo del progetto.

Di seguito si riportano le azioni svolte per attuare il piano di comunicazione:

- Realizzazione di una linea grafica coordinata
- Individuazione del linguaggio (si specifica che il titolo del progetto riassume l'indirizzo lessicale orientativo in quanto la lingua inglese, fresca e facile da memorizzare, è molto utilizzata negli slang dei giovani sulla piattaforma, mentre l'hashtag #tisbloccounacanson si ispira a uno dei trend più virali di TikTok, ovvero, #tisbloccounricordo che ha totalizzato 122,1 milioni di visualizzazioni e ci ricorda quanto il pubblico dei tiktoker sia stranamente ossessionato dalla nostalgia rilanciando sovente interessanti revival)
- Preparazione comunicati stampa
- Preparazione e invio newsletter
- Elaborazione di un **piano editoriale** su TikTok (definizione calendario pubblicazione e ri-condivisione degli stessi video per aumentarne la visibilità, individuazione trend e hashtag, stile grafico coordinato a livello di postproduzione dei contenuti video, livello di interazione con gli utenti, pubblicazione di Hashtag-Challenge)
- Realizzazione e lancio di una call to action digitale

- Eventuale integrazione con il Piano locale della Prevenzione (indicare le attività specifiche ed il riferimento dell'Azienda sanitaria)

Il progetto CANTOR DLA CORT si integra con il Piano locale della Prevenzione negli obiettivi:

MO1-19 Ridurre la prevalenza di anziani in condizioni di fragilità

MO5-01 Implementare il modello della "Salute in tutte le politiche" secondo gli obiettivi integrati

dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e promuovere l'applicazione di un approccio One Health per garantire l'attuazione di programmi sostenibili di protezione ambientale e di promozione della salute

MO5-08 Promuovere e supportare politiche/azioni integrate e intersettoriali tese a rendere le citta e gli insediamenti umani piu sani, inclusivi e favorevoli alla promozione della salute, con particolare attenzione ai gruppi piu vulnerabili della popolazione,

OBIETTIVO PP02_OT06

Orientare gli interventi a criteri di equita aumentando la consapevolezza sul potenziale impatto in termini di disuguaglianza delle azioni programmate.

Le ASL di competenza territoriale saranno ASL TO3 – ASL CN1 – ASL Città di Torino

* Stante l'obbligo di pubblicazione dei progetti soggetti a contribuzione (d.lgs. n. 33/2013 e s.m.i. - Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni.), si prega di non indicare dati sensibili e/o personali. I progetti saranno pubblicati sulla sezione dedicata alla Trasparenza "https://trasparenza.regione.piemonte.it/sovvenzioni-contributi-sussidi-vantaggi-economici/atti-concessione?sf=4475"

ROCCO ESTER
2025.11.17 19:22:21
CN=ROCCO ESTER
C=IT
2.5.4.4=ROCCO
2.5.4.42=ESTER