



DICIAMO NO AL MOBBING

Un intero territorio resta unito

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE MANUALE OPERATIVO



#INSIEMECONTROMOBING

Guida all'attuazione di una campagna locale contro il mobbing da parte di scuole, organizzazioni pubbliche giovanili, aziende, comuni, distretti sociali, sindacati e altre realtà pubbliche e private.



GRAZIE

A nome di tutto il nostro team desideriamo ringraziare di cuore tutti coloro che sostengono la nostra campagna contro il mobbing.

Grazie per il vostro coraggio, la vostra apertura e il vostro impegno per più rispetto, unione e umanità.

Insieme mandiamo un messaggio contro l'emarginazione e a favore di una convivenza migliore.

Un ringraziamento speciale va a

Direttivo del Centro giovani INSIDE Parcines ODV

Provincia autonoma di Bolzano

Consiglio della Provincia autonoma di Bolzano

Consigliera di parità Brigitte Hofer

garante per l'infanzia e l'adolescenza Daniela Höller

Consorzio die Comuni della Provincia di Bolzano Società Cooperativa

netz | Dachverband Offene Jugendarbeit

Sandra Steck, Jasmin Pichler, Manuel Rederlechner

Crediti e contatti

© 2026 Centro giovani INSIDE Parcines ODV

Via Zehent 63B

39020 Parcines

www.jugendtreff-partschins.net

E-Mail: info@jugendtreff-partschins.net

Indice

1. Introduzione	4
2. Enti promotori e quadro organizzativo.....	4
3. Struttura di base della campagna	5
4. Preparazione della campagna	6
5. Lancio della campagna	6
6. La campagna video.....	7
7. Workshop pedagogici	7
8. Azioni comunitarie.....	8
9. Comunicazione e relazioni pubbliche	9
10. Sostenibilità e valutazione	10
11. Risorse e budget.....	11
Possibili partner e punti di riferimento.....	11
Ulteriori informazioni / persone di riferimento	12
PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ	13
Panoramica	13
Fase 1: Preparazione e pianificazione (Ottobre – Dicembre)	13
Fase 2: Avvio e lancio della campagna (Gennaio – Marzo)	14
Fase 3: Azioni visibili ed eventi comunali (Aprile – Giugno)	15
Fase 4: Approfondimento e sostenibilità (Luglio – Settembre)	15
Materiale grafico.....	16
Struttura video / reel	17
Testo della canzone.....	18

1. Introduzione

Mobbing è un problema sociale che non riguarda soltanto determinati luoghi o specifiche fasce d'età. Si manifesta nelle scuole, negli spazi digitali, nelle associazioni e sempre più frequentemente anche sul posto di lavoro. Le conseguenze per le persone coinvolte possono essere molto gravi: esclusione, umiliazioni ripetute e isolamento sociale possono provocare profonde ferite emotive e compromettere a lungo la fiducia in sé stessi e negli altri. Allo stesso tempo, il Mobbing non è un comportamento isolato tra due persone, ma un fenomeno di gruppo. Si sviluppa all'interno di contesti sociali nei quali le persone osservano, tacciono oppure intervengono.

È proprio qui che entra in gioco la campagna **#InsiemeFortiControllMobbing**. L'idea di fondo è che la prevenzione non sia soltanto responsabilità della scuola o della famiglia, ma debba essere sostenuta **dall'intera comunità**. Quando un comune prende una posizione chiara e si impegna visibilmente a favore del rispetto e della coesione sociale, si crea una cultura nella quale il Mobbing trova meno spazio.

Questo manuale operativo vuole offrire un orientamento pratico alle organizzazioni che desiderano realizzare la campagna nel proprio comune. Descrive la struttura fondamentale dell'iniziativa e mostra come le diverse azioni possano essere collegate tra loro. L'obiettivo è creare una campagna che non generi soltanto attenzione nel breve periodo, ma che contribuisca in modo duraturo a migliorare il clima sociale della comunità.

2. Enti promotori e quadro organizzativo

La campagna è stata concepita volutamente in modo da poter essere realizzata da diverse realtà locali. Sono particolarmente adatte le organizzazioni che operano già nell'ambito del lavoro con bambini, giovani o nel settore sociale. Tra queste rientrano organizzazioni pubbliche giovanili, scuole, amministrazioni comunali, distretti sociali e altre realtà del territorio.

Anche la collaborazione tra più enti risulta particolarmente efficace, poiché consente di unire competenze differenti e ampliare la portata della campagna.

Idealmente, nella fase iniziale viene costituito un piccolo gruppo di progetto incaricato di coordinare la pianificazione e l'attuazione delle attività. Questo gruppo dovrebbe

essere composto da persone con esperienza sia organizzativa sia pedagogica. Spesso si tratta di collaboratrici e collaboratori del settore giovanile, rappresentanti del comune e persone provenienti dall'ambiente scolastico o sociale.

Per garantire una realizzazione chiara ed efficiente, si consiglia una suddivisione dei ruoli all'interno del gruppo di progetto:

- Direzione del progetto (coordinamento generale)
- Relazioni pubbliche (social media e media)
- Coordinamento workshop
- Coordinamento partner
- Documentazione e valutazione

A seconda delle dimensioni del gruppo di progetto, più compiti possono essere assunti dalla stessa persona.

Il gruppo di progetto si occupa della gestione centrale della campagna. Pianifica il calendario delle attività, coordina la comunicazione con i partner e assicura il collegamento tra i diversi elementi del progetto.

È particolarmente importante prendere contatto fin da subito con scuole, associazioni e istituzioni locali, poiché avranno successivamente un ruolo fondamentale nella visibilità e nella percezione pubblica della campagna.

3. Struttura di base della campagna

La campagna combina sensibilizzazione pubblica e lavoro educativo concreto. Mentre la comunicazione pubblica rende visibile il tema e raggiunge un ampio numero di persone, workshop e attività pedagogiche consentono di approfondire i contenuti e sviluppare competenze sociali e relazionali.

La struttura della campagna si articola idealmente in tre aree principali:

- una campagna video con almeno una dozzina di contributi (senza un limite massimo), realizzati insieme a personalità locali, associazioni, organizzazioni, aziende, cittadini e istituti scolastici;
- workshop pedagogici finalizzati al rafforzamento della resilienza e delle competenze sociali, rivolti a diversi gruppi target (bambini, giovani, adulti e anziani);

- almeno un'azione comunitaria nello spazio pubblico.

4. Preparazione della campagna

La fase di preparazione è fondamentale per il successo dell'iniziativa. In questo periodo vengono create le basi organizzative e coinvolti i primi partner. Generalmente si consiglia di prevedere un periodo di preparazione compreso tra i due e i quattro mesi.

Durante questa fase, il gruppo di progetto definisce obiettivi, gruppi target e contenuti principali della campagna. Successivamente vengono individuati i canali di comunicazione da utilizzare e le istituzioni locali da coinvolgere come partner. Scuole, associazioni, aziende e istituzioni culturali dovrebbero essere informate fin dall'inizio e coinvolte attivamente nel progetto.

Un ulteriore passaggio importante riguarda la selezione di personalità locali disposte a prendere pubblicamente posizione contro il Mobbing. Persone con una forte visibilità sociale possono fungere da esempio e contribuire a garantire la massima diffusione possibile del messaggio della campagna.

In questa fase vengono inoltre definiti gli aspetti organizzativi principali, come budget, responsabilità e calendario delle attività.

5. Lancio della campagna

L'avvio ufficiale della campagna avviene tramite un **video introduttivo del gruppo di progetto oppure attraverso una presentazione pubblica**. Questo primo video spiega l'idea del progetto e invita a partecipare all'iniziativa.

Al centro vi è un messaggio chiaro: la comunità prende pubblicamente posizione contro il Mobbing e lancia un segnale a favore del rispetto e della solidarietà. Lo slogan della campagna è:

“Diciamo NO al Mobbing – Un intero territorio resta unito.”

Questo messaggio è accompagnato dall'hashtag #InsiemeFortiControllMobbing, presente in tutti i contenuti grafici della campagna. Grazie a questo elemento comune prende forma una raccolta digitale che rende visibile l'impegno della comunità.

6. La campagna video

Elemento centrale del progetto è una serie di video nei quali personalità, associazioni, aziende e istituzioni, ma anche singoli cittadini, pubblicano un breve messaggio contro il Mobbing.

Questi video dovrebbero essere prodotti in un formato adatto ai social media e avere una durata massima di 40 secondi. Sono composti da una breve sequenza introduttiva con logo e slogan, seguita da un messaggio personale. Alla fine del video compare l'hashtag dell'iniziativa.

Come riferimento si prevedono una dozzina di contributi. La pubblicazione avviene regolarmente nel corso di diverse settimane.

Particolare attenzione viene data al coinvolgimento dei giovani. Consulte dei bambini e dei giovani possono essere coinvolte attivamente nella pianificazione, produzione e diffusione dei contenuti.

7. Workshop pedagogici

Oltre alla comunicazione pubblica, il lavoro pedagogico rappresenta una componente essenziale della campagna. I workshop offrono la possibilità di affrontare il tema del Mobbing in spazi di apprendimento protetti e di trasmettere competenze concrete di intervento.

Per facilitare l'attuazione si distingue tra offerte principali ed eventuali ampliamenti.

Offerte principali:

- Workshop nelle scuole, nei luoghi di lavoro, ...
- Almeno un'offerta rivolta agli adulti

Ampliamenti opzionali:

- Ulteriori attività per giovani
- Attività associative
- Offerte per anziani

Esempi:

I contenuti dei workshop vengono adattati alla specifica fascia d'età. Nella **scuola primaria** l'attenzione si concentra sull'empatia, sul riconoscimento delle

emozioni e sul coraggio di sostenersi reciprocamente. I bambini imparano in modo ludico che l'esclusione può ferire e che è importante aiutare gli altri.

Con i **giovani delle scuole medie e superiori** assumono maggiore importanza temi come la pressione del gruppo, il cybermobbing e l'autostima. Qui si tratta di comprendere le dinamiche sociali e assumersi la responsabilità del proprio comportamento nei gruppi. I giovani vengono incoraggiati a dimostrare coraggio civile e a impegnarsi attivamente contro l'esclusione.

Un ulteriore ambito importante riguarda i **workshop per adulti**, soprattutto nel contesto lavorativo. Il Mobbing può verificarsi anche nei team e nelle organizzazioni, generando conflitti significativi. In questi workshop vengono affrontate le tipiche forme di Mobbing sul posto di lavoro e illustrate modalità per costruire una cultura del conflitto rispettosa.

Anche gli **anziani** possono svolgere un ruolo importante nel tessuto sociale di una comunità e dovrebbero quindi essere coinvolti nella campagna. Nei workshop o nei gruppi di dialogo con persone anziane si può affrontare il tema di come esclusione, pettegolezzi o mancanza di rispetto possano verificarsi anche in età avanzata – ad esempio nelle associazioni, nei rapporti di vicinato o nei luoghi di incontro sociali. Allo stesso tempo, questi incontri offrono la possibilità di valorizzare l'esperienza e la saggezza delle generazioni più anziane. Gli anziani possono fornire importanti spunti su temi come rispetto, sostegno reciproco e responsabilità nella comunità. Eventi di questo tipo favoriscono il dialogo intergenerazionale e rafforzano la consapevolezza che una convivenza rispettosa riguarda persone di ogni età.

8. Azioni comunitarie

Per radicare maggiormente la campagna nello spazio pubblico, si dovrebbe organizzare almeno **un'azione comunitaria conclusiva**. Questi eventi offrono l'opportunità di rendere visibile il tema del Mobbing e di riunire persone provenienti da diversi ambiti della comunità. Allo stesso tempo rafforzano il senso di appartenenza e mostrano che molte persone si assumono insieme la responsabilità di una convivenza rispettosa.

- **Realizzazione di un murale nel territorio comunale:** giovani, scuole, associazioni o l'amministrazione comunale realizzano insieme una parete decorata. Gli elementi permanenti nello spazio pubblico hanno un forte impatto, perché mantengono visibili nel tempo i valori della campagna e invitano continuamente alla riflessione.

- **Organizzazione di una “Giornata comunale contro il Mobbing”:** durante questo evento possono essere proposti stand informativi, brevi conferenze o workshop. Anche contributi culturali o progetti giovanili possono far parte del programma, per affrontare il tema in modo accessibile e vicino alle persone.
- **Tavola rotonda sul tema del Mobbing:** esperti provenienti da diversi ambiti si confrontano tra loro. Una discussione moderata offre spazio per parlare delle cause del Mobbing, delle possibilità di prevenzione e della responsabilità della società, contribuendo a rendere il tema meno tabù.
- **Progetti scolastici:** bambini e giovani possono ad esempio realizzare manifesti, produrre brevi video o creare spettacoli teatrali sul tema della solidarietà. Questi progetti non solo rafforzano la comprensione del tema, ma promuovono anche la partecipazione attiva dei giovani e danno loro la possibilità di esprimere pensieri ed esperienze personali.

In generale, la creatività nella realizzazione di queste iniziative ha pochi limiti. Si possono immaginare progetti artistici comunitari, installazioni nel centro del paese, attività creative nei cortili scolastici o contributi all'interno di eventi comunali già esistenti. Le misure concretamente realizzabili dipendono naturalmente anche dalle risorse finanziarie e organizzative disponibili.

Ciò che conta non è tanto la dimensione dell'azione, quanto il messaggio che trasmette: **quando le persone si attivano insieme e prendono posizione in modo visibile, nasce un forte segnale contro il Mobbing e a favore di una convivenza rispettosa.**

9. Comunicazione e relazioni pubbliche

Una campagna di successo vive della propria visibilità e riconoscibilità. Per questo è importante utilizzare **diversi canali di comunicazione**. Oltre ai social media, anche i media locali tradizionali svolgono un ruolo fondamentale. Bollettini comunali, giornali regionali o emittenti radiofoniche possono aiutare a rendere accessibile il messaggio della campagna a un vasto pubblico.

È particolarmente efficace quando molte organizzazioni diverse condividono lo stesso messaggio. Quando associazioni, aziende e istituzioni pubblicano contenuti o condividono video, nasce un forte segnale comune: il comune prende posizione compatta contro il Mobbing.

La campagna utilizza una linea visiva chiara nei colori **giallo e blu**, presente in tutti i materiali.

Nei video, ove possibile, dovrebbero sempre essere taggati i partner di cooperazione, per aumentare la visibilità e raggiungere un pubblico più ampio.

10. Sostenibilità e valutazione

Affinché la campagna possa avere un effetto duraturo, non dovrebbe essere considerata un'azione isolata, ma piuttosto un impulso per portare maggiormente all'attenzione della comunità temi come rispetto, empatia e responsabilità sociale.

Uno degli obiettivi principali dell'iniziativa è rafforzare i contatti e le collaborazioni nate durante la campagna tra lavoro giovanile, scuole, associazioni, aziende e realtà sociali. Grazie a questo scambio potranno nascere anche in futuro ulteriori progetti o iniziative dedicate a una convivenza rispettosa.

Nel lungo periodo, la campagna dovrebbe contribuire a sviluppare una maggiore sensibilità nella comunità verso temi quali esclusione, conflitti e rispetto reciproco. Quando le persone parlano più apertamente di questi temi e si assumono **responsabilità reciproche, si crea un ambiente nel quale il Mobbing può essere riconosciuto e affrontato più rapidamente.**

Criteri di valutazione:

- Numero di videomessaggi
- Numero di workshop
- Numero di azioni realizzate
- Numero di partecipanti
- Portata della campagna
- Partner coinvolti
- Feedback

11. Risorse e budget

Per un'attuazione ottimale delle ulteriori attività della campagna dovrebbero essere previste alcune risorse di base:

- compensi per i relatori dei workshop
- costi di stampa per eventuale materiale informativo
- costi organizzativi e materiali per azioni nello spazio pubblico

La campagna è realizzabile anche con risorse limitate, soprattutto grazie alle collaborazioni. Si consiglia di verificare eventuali possibilità di finanziamento.

Possibili partner e punti di riferimento

In Alto Adige esistono diversi referenti, organizzazioni e servizi specializzati che offrono **workshop** su temi quali **Mobbing, cybermobbing, resilienza, prevenzione della violenza e cultura del conflitto**.

Tra i principali punti di riferimento rientrano innanzitutto **l'Ufficio della Consigliera di parità della Provincia autonoma di Bolzano e l'Ufficio della Garante per l'infanzia e l'adolescenza della Provincia autonoma di Bolzano**. La Consigliera di parità è in particolare un punto di riferimento per tematiche quali il mobbing, la discriminazione di genere, le molestie e la violenza nel mondo del lavoro. Offre consulenza e sostegno alle persone interessate e organizza inoltre conferenze, workshop, attività di formazione e iniziative di sensibilizzazione rivolte ad aziende, organizzazioni e amministrazioni pubbliche. L'Ufficio della Garante per l'infanzia e l'adolescenza della Provincia autonoma di Bolzano pone l'accento sui **diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, sui conflitti in ambito scolastico, extrascolastico o familiare e sulla prevenzione della violenza**. Offre conferenze, workshop e attività di sensibilizzazione particolarmente adatti a iniziative presso istituti scolastici e servizi o strutture per i giovani, tavole rotonde e incontri pubblici di informazione.

Il **Forum Prevenzione** è un centro di competenza scientificamente fondato e innovativo per la prevenzione e la promozione della salute in Alto Adige. Attraverso un'ampia gamma di interventi, progetti e proposte di formazione, consulenza e sensibilizzazione, i servizi specialistici del Forum Prevenzione sviluppano e realizzano offerte adeguate alle esigenze dei diversi gruppi target. Il **Servizio specialistico per la prevenzione della violenza** dispone di competenze specifiche in materia di diverse forme di violenza e della loro prevenzione. Tra i suoi principali ambiti di intervento rientrano, tra gli altri, la

prevenzione del mobbing e del cybermobbing, della discriminazione, della violenza negli ambienti digitali e dell'estremismo. Nell'ambito della prevenzione del mobbing e del cybermobbing, il Servizio specialistico offre attività formative e un servizio di prima consulenza e sostiene enti, associazioni e altre persone impegnate nella progettazione e realizzazione di progetti di prevenzione in questo ambito.

Per i temi legati alle **competenze digitali** e al **cybermobbing**, il servizio specializzato **young&direct** rappresenta un importante punto di riferimento. Vengono trattati argomenti quali l'uso sicuro dei social media, il riconoscimento del cybermobbing e il coraggio civile online. I destinatari principali sono scuole medie, superiori e serate informative per genitori.

L'Ordine degli Psicologi della Provincia di Bolzano mette in contatto con psicologhe e psicologi specializzati con esperienza nella prevenzione del Mobbing e nella gestione dei conflitti.

Inoltre, il **servizio sociale scolastico** e gli **specialisti della prevenzione possono essere coinvolti direttamente nelle scuole**. Molte scuole dell'Alto Adige collaborano regolarmente con questi professionisti, che conducono workshop su Mobbing, gestione dei conflitti o competenze sociali. Queste offerte sono adatte per scuole primarie, medie e workshop di classe.

Per una realizzazione efficace della campagna si consiglia di utilizzare una combinazione di servizi pedagogici specializzati e referenti locali. Ad esempio, le scuole primarie potrebbero beneficiare delle offerte del Forum Prevenzione e del servizio sociale scolastico, mentre i giovani potrebbero essere accompagnati da workshop di young&direct o di **referenti individuali**. Adulti e aziende potrebbero invece essere coinvolti attraverso la Consigliera di Parità e psicologhe o psicologi. In occasione di eventi comunali o tavole rotonde è utile coinvolgere contemporaneamente più organizzazioni, così da rendere visibili prospettive differenti e rafforzare l'impatto della campagna.

In questo modo la campagna unisce solidità professionale e un ampio impatto pubblico, raggiungendo persone di tutte le fasce d'età.

Ulteriori informazioni / persone di riferimento

Centro giovani Partschins "Inside" EO

Via Zehent 63/B – 39020 Parcines

Tel.: 379 1872300 – E-Mail: info@jugendtreff-partschins.net

PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ

Campagna contro il Mobbing

#InsiemeFortiControllMobbing

Panoramica

Il gruppo di lavoro può adattare in modo flessibile il piano annuale e operativo alle proprie esigenze; la campagna può iniziare in qualsiasi momento e avere un diverso punto di partenza o una diversa struttura.

- Ottobre – Dicembre: creare il team di progetto, assicurare budget e partner, pianificare i workshop, preparare il video di lancio, eventualmente creare materiale proprio.
- Gennaio: video di lancio, primi video dei partner, avvio dei workshop nelle scuole primarie.
- Febbraio: workshop nelle scuole medie e superiori, serate per genitori, stories sui social media.
- Marzo: workshop per adulti e anziani, preparazione del murale, avvio delle prime azioni visibili.
- Aprile: tavola rotonda, avvio pianificazione dell'azione nello spazio pubblico, prosecuzione dei video.
- Maggio: completamento dell'azione nello spazio pubblico, preparazione della giornata comunale, lavoro con i media.
- Giugno: realizzazione della giornata comunale, documentazione e social media.
- Luglio – Agosto: valutazione intermedia, piccoli impulsi sui social media, pianificazione del ciclo successivo.
- Settembre: relazione finale, lessons learned, preparazione dell'integrazione sostenibile nelle scuole e nelle associazioni.

Fase 1: Preparazione e pianificazione (Ottobre – Dicembre)

La campagna inizia con la fase di pianificazione in **ottobre**, in modo che tutti i materiali, i partner e i format dei workshop siano pronti per l'avvio a gennaio.

In questa fase si costituisce il team di progetto composto da diversi attori, ad esempio organizzazioni giovanili, rappresentanti comunali, servizio sociale scolastico, associazioni locali e altri partner. Insieme vengono definiti obiettivi, gruppi target, risorse e responsabilità.

Parallelamente vengono contattati servizi specializzati e relatrici o relatori (ad esempio l'Ufficio della Consigliera di Parità, la Garante per l'infanzia e l'adolescenza, il Forum Prevenzione, young&direct e l'Ordine degli Psicologi).

Tra **ottobre e novembre** viene elaborato concretamente il piano dei workshop. I contenuti vengono adattati alle diverse fasce d'età per scuole primarie, medie e superiori, adulti, aziende e anziani. Inoltre vengono preparate le prime azioni comunitarie, come ad esempio un murale, una tavola rotonda o una "Giornata comunale contro il Mobbing". Vengono creati materiali per la comunicazione pubblica, volantini, poster, grafiche con hashtag e linee guida per i contributi video; inoltre vengono coinvolte le scuole, associazioni e aziende partecipanti. A **dicembre** si svolgono il briefing dei referenti, una registrazione di prova del video di lancio e il coordinamento finale del piano di comunicazione.

Fase 2: Avvio e lancio della campagna (Gennaio – Marzo)

La campagna inizia ufficialmente a gennaio con la pubblicazione del video di lancio del gruppo di lavoro. Parallelamente vengono pubblicati i primi contributi video dei partner, così che il tema rimanga visibile ogni settimana.

Contemporaneamente iniziano i workshop per le scuole primarie, nei quali i bambini imparano in modo ludico a sviluppare empatia, riconoscere le emozioni e trovare il coraggio di sostenersi reciprocamente.

A febbraio seguono i workshop nelle scuole medie e superiori, che affrontano temi come pressione del gruppo, cybermobbing, autostima e coraggio civile. Vengono inoltre organizzate serate per genitori, così da estendere la sensibilizzazione anche alle famiglie e all'ambiente circostante.

A marzo vengono proposti workshop per adulti e aziende, dedicati al Mobbing sul posto di lavoro, alla promozione di una cultura del conflitto rispettosa e alla presentazione di misure preventive. Parallelamente iniziano workshop o gruppi di dialogo per anziani, per affrontare temi quali esclusione, rispetto reciproco e dialogo intergenerazionale.

Inoltre viene completata la pianificazione della prima grande azione comunitaria, ad esempio il murale.

Fase 3: Azioni visibili ed eventi comunali (Aprile – Giugno)

Da aprile viene organizzata la tavola rotonda, durante la quale esperti, genitori, giovani e rappresentanti delle associazioni discutono sulle cause del Mobbing, sulle possibilità di prevenzione e sulla responsabilità sociale. Contemporaneamente inizia la realizzazione del murale, che rende il messaggio della campagna visibile in modo permanente.

A maggio vengono completati e inaugurati pubblicamente il murale e altre azioni creative. Parallelamente proseguono i preparativi per la Giornata comunale contro il Mobbing. La giornata comunale, che si svolge a giugno, riunisce workshop, stand informativi, contributi culturali, musica e attività creative. Gli eventi vengono documentati e condivisi sui social media e nei media locali.

Fase 4: Approfondimento e sostenibilità (Luglio – Settembre)

A luglio viene effettuata una valutazione intermedia: vengono raccolti feedback da scuole, aziende, associazioni e partecipanti, utili per ottimizzare workshop e iniziative.

Ad agosto continuano a essere pubblicati sui social media piccoli impulsi e retrospettive sulle attività svolte. Parallelamente inizia la pianificazione del successivo ciclo della campagna.

A settembre la campagna viene valutata conclusivamente. Una relazione riassume impatto, esperienze e lessons learned e fornisce raccomandazioni per integrare workshop, contributi video e iniziative nel lavoro scolastico e associativo. In questo modo l'iniziativa non resta soltanto un'azione visibile una tantum, ma contribuisce a consolidare nel lungo periodo una cultura della solidarietà, del rispetto e dell'attenzione reciproca nella comunità.

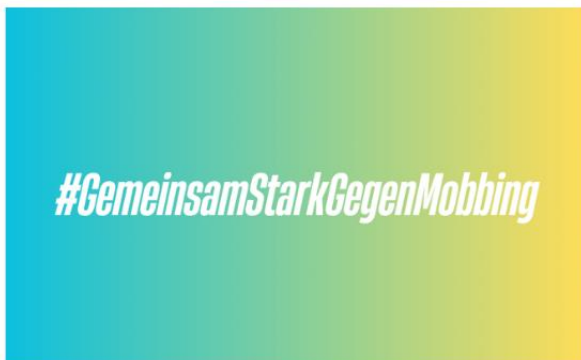
Materiale grafico



Intro Video, Variante "Stadt" - "città"



Intro Video, Variante "Land" - "territorio"

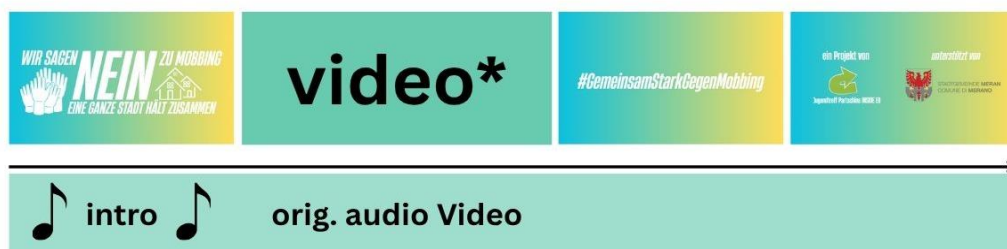


Hashtag nach Ende Videobeitrag, hashtag fine contributo video



Ende Video mit Logo, finale video con logo (esempio Comune di Merano)

Struttura video / reel



Ogni Reel dovrebbe avere la seguente struttura:

- Logo della campagna, accompagnato da un'introduzione musicale
- Messaggio video vero e proprio (durata ideale dei contributi video: max. 00:30 min.)
- Elemento grafico con l'hashtag della campagna
- Elemento grafico con il logo del partner

Programma utilizzato per l'assemblaggio dei video: CapCut

- "www.capcut.com"
- Transizione tra i singoli frame: funzione «Sovrapponi» nella sezione «Semplice»

Testo della canzone

Keiner bleibt allein, stiamo uniti,
hier darf keiner gemein sein,
Mano nella mano, gridiamo: Das reicht!

Wir steh'n zusammen, keiner bleibt allein
hier darf keiner gemein sein
Hand in Hand, wir schrei'n: Das reicht!
Gemeinsam sind wir stark, wir brechen das Eis
Mobbing hat hier keinen Platz, wir steh'n bereit
Für Freundschaft und Respekt, jederzeit

Stiamo insieme, nessuno resterà solo
Qui nessuno deve essere ferito
Mano nella mano gridiamo: "Adesso basta!"
insieme siamo una forza che spacca i pregiudizi
mobbing qui non trova mai spazio
per rispetto e amicizia, in ogni momento

Ich schau durch die Straßen, seh Gesichter im Licht
Manchmal merkt man, jemand trägt zu viel Gewicht
Gerede hinter Rücken, Blicke werden leer
Deswegen sagen wir laut: Ab heute nicht mehr!

Ascoltiamo anche chi non trova la voce
Costruiamo ponti di fiducia sopra ogni ferita
Se cadi, ti tendiamo la mano, noi siamo qua
C'è spazio per l'amore dentro questa realtà

Gerüchte werden leiser, wenn wir ehrlich sind
Denn Mitgefühl gewinnt, wo unser Herz beginnt
Le voci si spengono se diciamo la verità
L'empatia vince dove il cuore si apre

Wir steh'n zusammen, keiner bleibt allein
hier darf keiner gemein sein
Hand in Hand, wir schrei'n: Das reicht!
Gemeinsam sind wir stark, wir brechen das Eis
Mobbing hat hier keinen Platz, wir steh'n bereit
Für Freundschaft und Respekt, jederzeit

Stiamo insieme, nessuno resterà solo
Qui nessuno deve essere ferito
Mano nella mano gridiamo: "Adesso basta!"
insieme siamo una forza che spacca i pregiudizi
mobbing qui non trova mai spazio
per rispetto e amicizia, in ogni momento

Wir sind ein Zuhause, nicht nur Häuser aus Stein
Hier hört jede Träne auf, einsam zu sein
Gemeinsam gewachsen, gemeinsam gebaut
Mit Liebe und Mut , darauf haben wir vertraut

Stiamo uniti, lo senti nell'aria
Tutto il paese non ti lascia mai solo
Con forza e speranza, per sempre così
Diciamo: "No al mobbing!", siamo qui

UN PROGETTO DI
CENTRO GIOVANI INSIDE PARCINES ODV



SOSTENUTO E PROMOSSO DA



Autonome Provinz Bozen
Provincia autonoma di Bolzano
Provinzia autonoma de Bulsan
SÜDTIROL · ALTO ADIGE



Südtiroler Landtag
Consiglio della Provincia autonoma di Bolzano
Cunsëi dla Provinzia autonoma de Bulsan



Gleichstellungsrat
Consigliera di parità
Consulënta por l'avalianza dles oportunités



Kinder- und Jugendanwaltschaft
Garante per l'infanzia e l'adolescenza
Garant per la nfanzia y l'adolescënza



Südtiroler
Gemeindenverband
Genossenschaft

Consorzio dei Comuni
della Provincia di Bolzano
Società Cooperativa

