

Promuovere la partecipazione culturale
Una guida pratica per gli enti di promozione

Bisogni, contesto e partenariati

Documento di lavoro

edito dal Dialogo
culturale nazionale





Bisogni, contesto e partenariati

Al fine di attuare una promozione efficace, si raccomanda di valutare prima i bisogni, il contesto e i partenariati. Usate la seguente tabella per definire la direzione della vostra strategia di promozione.

Riflessioni, consapevolezza	Decisioni, passi successivi
Analizzare i bisogni A quali sfide di tipo sociale devono far fronte le nuove misure di promozione? Quali sono i gruppi di popolazione che occorre coinvolgere o incoraggiare di più? Quali altri enti di promozione pubblici e privati rivolgono la propria attività a questi gruppi di popolazione?	
Individuare le necessità Quali sono le necessità degli individui e dei gruppi di persone da coinvolgere? Quali istituzioni o professionisti devono essere inevitabilmente coinvolti nell'individuazione di queste necessità e in quale forma?	
Analizzare il contesto In quali ambiti si registra già una certa partecipazione? Nell'ambito di quali progetti di buone pratiche o presso quali enti di promozione esperti sono disponibili informazioni circa i fattori di successo e gli ostacoli riscontrati?	
Dar vita a partenariati Quali organizzazioni, individui o gruppi di persone interessati e impegnati possono essere coinvolti nella messa a punto delle misure di promozione? Come si possono sfruttare le sinergie con le iniziative esistenti?	