



Jaarverslag 2023

Inhoudsopgave

● Gegevens organisatie	2
● UNICEF KINDERRECHTEN FILMFESTIVAL	
● Inleiding	3
● Doelstellingen	3
● Input van de deelnemende leerlingen	4
● MediaMasters	7
● Online bereik (YouTube)	8
● Thumbnails	10
● Livestream 2024	11
● DROGE VOETEN, NATTE VOETEN	13
● CULTURAL EDUCATION FOR TOMORROW	15



Gegevens organisatie

Naam : Stichting En...Actie!
Adres : Postbus 24119
Postcode : 3007 DC
Plaats : Rotterdam
Telefoon : 0031 (0)6-11410741
Emailadres : info@stichtingenactie.nl
Websites : www.stichtingenactie.nl
www.krff.nl

Kamer van Koophandel : 24396200
IBAN : NL26INGB0005084486

Contactpersoon

Naam : Filip Braams
Artistiek projectleider
Telefoon : 06-11410741
E-mailadressen : info@stichtingenactie.nl
filip@krff.nl

Bestuur

Voorzitter : Jan de Ruijter
Penningmeester : Nancy Lopulisa
Secretaris : Hans Franken

Inleiding

Het schooljaar 2023/2024 is het eerste jaar van het in totaal 3 jarige contract met UNICEF. Het grootste verschil t.o.v. de voorgaande jaren is dat Stichting En... Actie! geen externe subsidies meer aanvraagt voor de uitvoering van het KRFF. We zijn heel erg blij dat we door het tekenen van het contract verzekerd zijn van het uitvoeren van het KRFF tot in ieder geval augustus 2026.

Het contract is halverwege het schooljaar uiteindelijk getekend. Het heeft inhoudelijk niet veel wezenlijks aan het KRFF veranderd. Alleen hebben we wel de vormgeving aan laten sluiten bij de 'vormgeving jeugd' van UNICEF. In de zomervakantie passen we ook het online lesmateriaal aan en bij de start van KRFF-editie 12, na de zomervakantie, komen er ook nieuwe intro's en afsluitingen.

Verder zijn we op dezelfde wijze doorgegaan met de uitvoering van het UNICEF Kinderrechten Filmfestival (KRFF) als de voorgaande jaren. Het belangrijkste onderdeel is om elke week een kinderrechtenfilm in première te laten gaan op het YouTube-kanaal.



Een deelnemende school kijkt naar de livestream-finale.

Doelstellingen

De doelstellingen voor het KRFF zijn ook onveranderd gebleven:

- Via een moderne, creatieve, laagdrempelige wijze, kinderen leren over hun kinderrechten, zodat zij deze beter leren kennen en beter voor zichzelf en anderen op kunnen komen.
- Consolideren van het online bereik (YouTube), waarbij we een ondergrens hanteren van 1,5 miljoen maandelijkse views.
- Met het maken van een eigen film rondom kinderrechten, kinderen de mogelijkheid bieden hun mening te verkondigen.
- Het bieden van een project op het gebied van filmeducatie op een wijze die past bij de belevingswereld van kinderen in de leeftijd van 8 t/m 14 jaar.

Input van de deelnemende leerlingen

De ongeveer 45 deelnemende schoolgroepen die uiteindelijk een KRRF-film maken, leren online en in sommige gevallen ook via extra lesmateriaal van UNICEF over de kinderrechten. De leerkrachten sturen ons de input van de leerlingen. Deze input bestaat vrijwel altijd uit tekeningen die zij hebben gemaakt nadat zij het lesmateriaal hebben bekeken. Hierbij een selectie van deze tekeningen.



'MEESTERJUF'

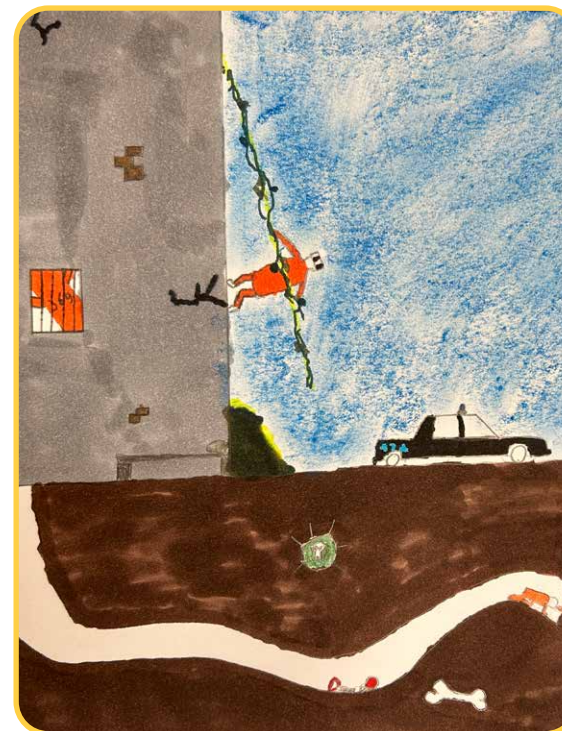
[YouTube](#) [BEKIJK DEZE FILM](#)

Deze tekening was als input gestuurd voor de uiteindelijke film 'Meester/Juf'. Het is de film die uiteindelijk de 11e editie van het KRRF heeft gewonnen (zie ook het hoofdstuk 'Livestream').



'ALTIJD MOE'

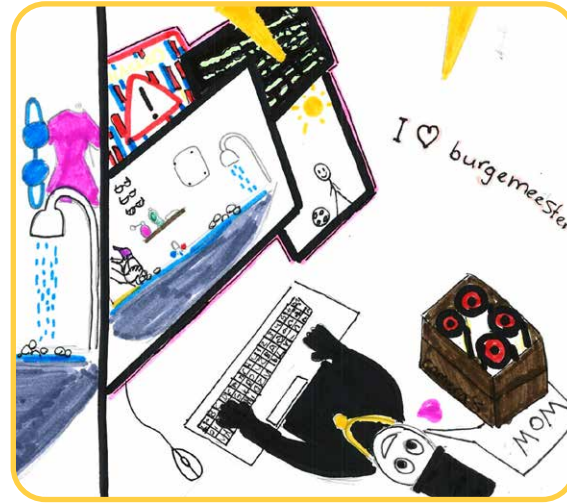
DIVERSE TEKENINGEN



'TROUWEN ZONDER KIJKEN'

Trouwen als je 11 jaar bent?

DIVERSE TEKENINGEN





MediaMasters

Naast de input van leerlingen door middel van tekeningen hebben we dit jaar ruim 225 inzendingen gekregen van groepen 7 en 8 via MediaMasters. Ruim 20% meer dan vorig jaar. Deze inzendingen bestaan niet uit tekeningen, maar uit korte zelfgemaakte clips/sketches.

We denken dat het grote aantal inzendingen dit jaar is voortgekomen dankzij een aantal aspecten:

- Vorig jaar waren er twee video-opdrachten, dit jaar waren we weer de enige.
- In de nieuwe uitlegvideo hebben we het niet over het maken van 'een korte video' maar over een 'sketch'. De doelgroep weet wat sketches zijn omdat ze die zelf veel bekijken op YouTube-Shorts of op TikTok.
- De sketches konden nu gaan over ALLE kinderrechten. Hierdoor ontvingen we niet alleen maar videos met een link naar 'mediawijsheid'

Zoals alle voorgaande jaren waren er relatief veel punten ('bits' worden die bij MediaMasters genoemd) te verdienen met het inzenden van sketches. Gedurende de Week van de Mediawijsheid zijn we erg druk met het bekijken en jureren van alle inzendingen. We selecteren zo'n 25 echt goede inzendingen en uiteindelijk worden er 5 inzendingen uitgekozen die via het KRFF een remake verdienen met hun groep.

In cijfers



TOTAAL BEREIK

8.400 GROEPEN 7/8

UIT HET REGULIER ONDERWIJS,
SPECIAAL ONDERWIJS EN BSO'S.

**MEDIA
MASTERS**

**MEDIAMASTERS
INZENDINGEN BIJ HET KRFF**

475

**INZENDINGEN DIE VOLDEDEN
AAN DE BASISCRITERIA
(ZELF GEMAAKTE VIDEO OF SKETCH)**

225

**VIEWS IN 1 WEEK VAN DE
KRFF-UITLEGVIDEO
(‘VERBORGEN’ OP YOUTUBE)**

3400

**AANTAL MM-INZENDINGEN
GESELECTEERD VOOR EEN REMAKE**

25

**AANTAL GEMAAKTE
REMAKES**

5

**AANTAL VIEWS VAN DEZE
5 REMAKES (TOT NU TOE)**

975.000

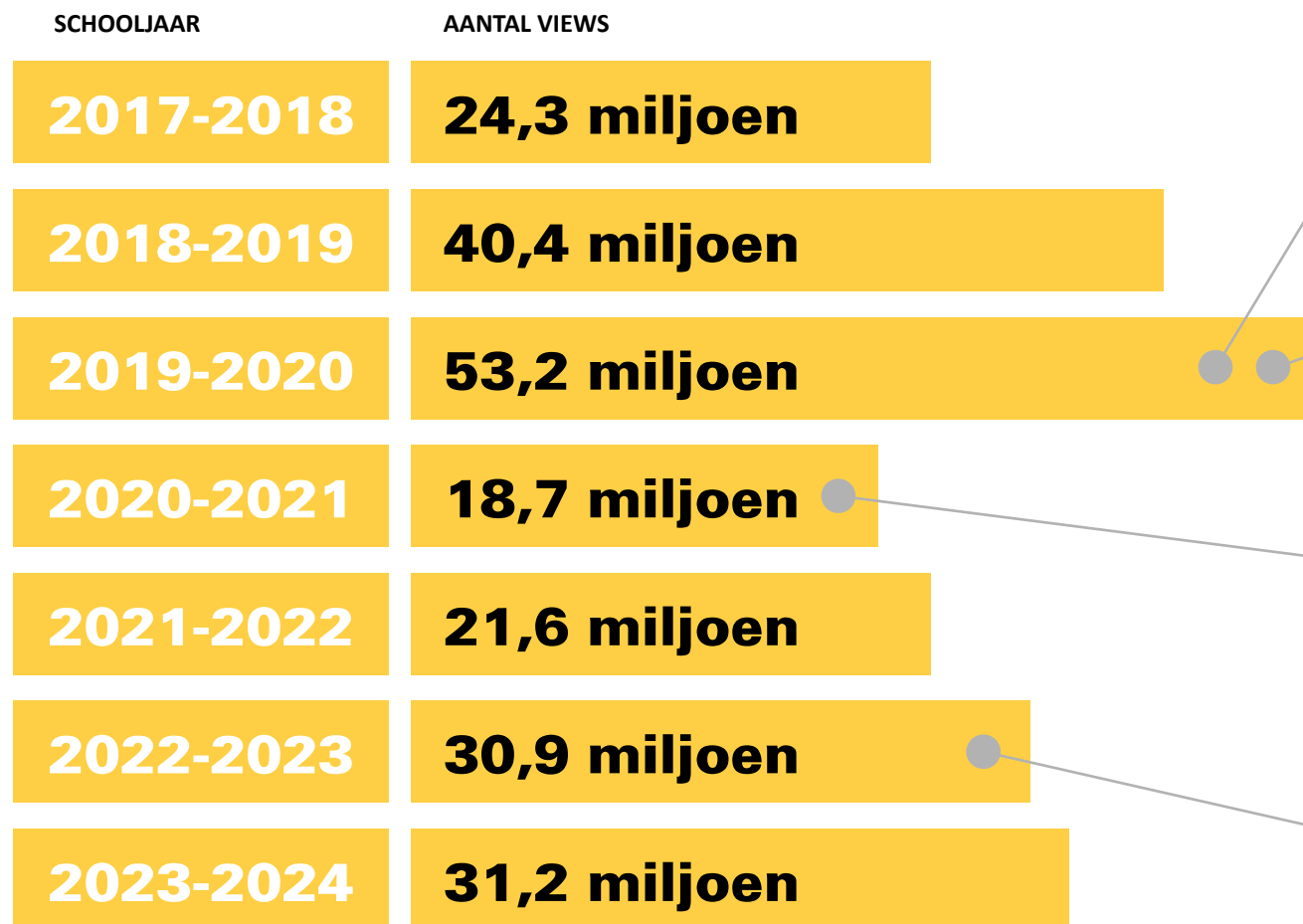
**1 VAN DE REMAKES
'GOKKEN OP DE
BOTTLEFLIP' HEEFT
GEWONNEN TIJDENS
DE LIVESTREAMFINALE**





Online bereik

Een belangrijke, en ook de best meetbare doelstelling, is die van het online bereik. Vanaf 2017 is de focus steeds meer komen te liggen op het online bereik. Films gaan vanaf het schooljaar 2017-2018 niet meer in bioscopen in première, maar gaan wekelijks op het YouTube-kanaal in première. Sinds de verschuiving naar YouTube ziet het online bereik van de schooljaren (sept tot juli) er zo uit:



Bijzonderheden

DECEMBER 2019

De COPPA-wet wordt aangenomen.

De Children's Online Privacy Protection Act (vrij vertaald: Wet voor de bescherming van privacy van kinderen op internet), afgekort COPPA, is een Amerikaanse wet die de privacy op internet garandeert van kinderen onder de dertien jaar.

MAART 2020

Eerste lockdown in Nederland i.v.m. met Covid.

SEPTEMBER 2020

De COPPA-wet wordt op YouTube steeds strenger nageleefd op alle kanalen die gericht zijn op kinderen. De content op het YouTube-kanaal van het KRFF wordt gemarkeerd als zijnde 'Made for kids'.

DECEMBER 2022

De content van het kanaal wordt opgepikt door YouTube Kids.



Kijkgedrag

Terugkerende kijkers

Kijkers die al eerder naar je kanaal hebben gekeken en zijn teruggekeerd in de geselecteerde periode

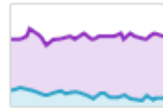
59.499

Nieuwe kijkers

Kijkers die je kanaal voor het eerst hebben ontdekt in de geselecteerde periode

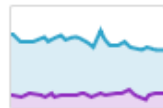
11.852

Inzicht in terugkerende en nieuwe kijkers



Vooral terugkerende kijkers

Kijkers komen vaak terug om meer te kijken. Sommige creators experimenteren met nieuwe onderwerpen en formats om meer nieuwe kijkers te trekken.



Vooral nieuwe kijkers

Mogelijk komen kijkers die je kanaal net hebben ontdekt later niet terug om meer video's te kijken. Misschien is het een goed idee om video's over vergelijkbare onderwerpen of een serie te maken.

Analytics voor kanaal

Overzicht Content **Publiek** Inspiratie

Geavanceerde modus

3 apr - 1 jul 2024
Afgelopen 90 dagen

Terugkerende kijkers

710,1K

Unieke kijkers

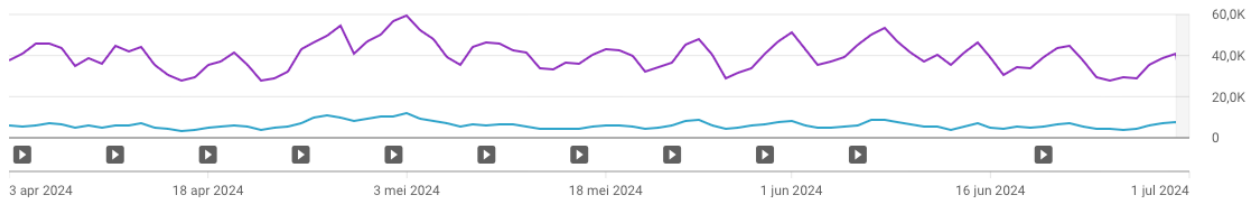
1,2 mln.

Abonnees

+6,9K

Ongeveer hetzelfde als de afgelopen 90 dagen

Terugkerende kijkers Nieuwe kijkers



Nieuwe vs Terugkerende kijkers (kan alleen 90 dagen terug ingezien worden, dus niet het hele schooljaar).

Een aantal aandachtspunten bij de statistieken van het schooljaar 2023-2024.

- De 11e editie van het KRFF staat met 31,2 miljoen views, gedurende het schooljaar (1 september tot 1 juli) op de overall 3e plaats. De schooljaren 2018-2019 en 2019-2020 vielen hoger uit, maar dat was voordat COPPA-wet werd ingevoerd.

- Sinds december 2022 is YouTube Kids belangrijk geworden voor het YouTube-kanaal. Ongeveer een derde van de views komt nu via YouTube kids. De nieuwe films die donderdag in première gaan worden niet gelijk door YouTube kids opgepikt. Op YouTube Kids zijn met name films te zien die zich al eerder op het reguliere kanaal bewezen hebben. Het gevolg is dat de nieuwe films die donderdag in première gaan met name in de eerste 4 dagen minder hoog scoren dan voorgaande jaren. Daar waar vorige jaren 50.000 views in 4 dagen standaard was, is dat nu aan de hoge kant.

- Omdat we in de zomervakantie geen reguliere kinderrechtentfilms hebben, vullen we die leegte op met shorts. Deze shorts hebben het in de zomer van 2023 erg goed gedaan. De 12 shorts hadden na 30 dagen een totaal van 1 miljoen views. Inhoudelijk waren we minder tevreden over de shorts. We hebben dit jaar een serie van 10 shorts gemaakt die een betere link hebben met de kinderrechten. We zijn benieuwd wat de views voor de shorts gaan doen in de zomer van 2024.

THUMBNAILS

Op zowel reguliere YouTube als op YouTube Kids spelen de thumbnails een belangrijke rol. Hoe succesvol een thumbnail is, wordt gemeten met een percentage dat de 'Click Through Rate' (CTR) wordt genoemd. Gemiddeld hebben video's op YouTube een CTR van zo'n 2%.

Als een video populair is wordt deze vaker aanbevolen. De CTR gaat dan meestal omlaag omdat veel meer kijkers (ook buiten de standaard doelgroep) de thumb te zien krijgen en minder snel geneigd zijn om erop te klikken. Onder de top 10 van de meest succesvolle thumbs van dit schooljaar die ook redelijk tot goed bekeken zijn.

THUMBNAILWISSELS

Als we zien dat een kinderrechtentfilm wel lang bekeken wordt (60% of meer), maar we zien dat de CTR laag is (5% of lager) en we hebben zelf ook het gevoel dat het een leuke film is, wisselen we de thumbnail weleens. In sommige gevallen kan een thumbnailwissel enorme positieve invloed hebben op de populariteit van een video.

Op plek 4 staat een film met zo'n thumbnailwissel. De video had eerst een CTR van 4,8%, maar we zagen dat de kijkers wel lang naar de video keken. Na 10 dagen stond het aantal views op 48.000 (onder het gemiddelde). We hebben de thumbnail gewisseld en deze meer tot de verbeelding laten spreken. De CTR staat nu op 9,4 en de video staat na 240 dagen op 238.000 views wat boven het gemiddelde is.



1. De Hinderrechten

CTR
12%



2. Stress in de les

CTR
11%



3. Gokken op de bottleflip

CTR
10,7%



4. Gelogen (oude thumb)

CTR
4,8%



5. Recht op niks

CTR
9%



4. Gelogen (nieuwe thumb)

CTR
9,4%



6. De Kinderfabriek

CTR
9%



7. Boefjes

CTR
8,9%



9. Goed in sport

CTR
7,9%



10. Groep 7 heeft fantasie

CTR
7,7%



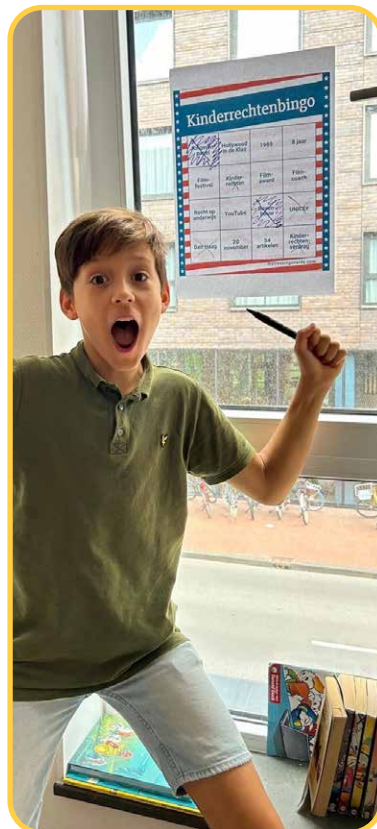
8. Nieuwe ouders!

CTR
8,4%

Livestream 28 juni 2024

Op vrijdag 28 juni hebben we van 10.00 tot 11.00 uur de 11e editie van het KRFF afgesloten met een livestream vanuit het hoofdkantoor van UNICEF in Den Haag. Een speciale studio was ingericht en een lokale groep 7/8 van de Gelderlandschool uit Den Haag was als gast en kinderjury bij de livestream aanwezig.

De livestream was interactief. Via een WhatsApp-groep konden deelnemende schoolgroepen foto's van hun versierde klas sturen en hadden we contact met de winnende schoolgroepen die hebben gewonnen.



We hadden dit jaar de volgende prijswinnaars in deze categorieën:

- Winnaar MediaMasters – Gokken op de bottleflip**
- Meest bekeken film (in 4 dagen op YouTube) – Altijd Moe**
- Beste kinderrechtenfilm – Meester/Juf**

De laatste categorie zien we als de hoofdprijs. We hebben er veel moeite ingestoken om deze winnaar te bepalen. Een groep van maar liefst 13 juryleden heeft naar de genomineerde films gekeken en hun feedback en punten gegeven.

De eindscore was uiteindelijk:

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Meester/Juf totaal | 112 punten - gemiddeld 8,6 |
| 2. Hinder-rechten | 107 punten - gemiddeld 8,2 |
| 3. Het mislukte verjaardagsfeestje | 101,5 punten - gemiddeld 7,8 |



ENKELE QUOTES UIT DE JURYRAPPORTEN

Jullie film maakt indruk omdat jullie een heel belangrijk en actueel thema met een mooi en pakkend voorbeeld (metafoor rups-vlinder) behandelen. Andere kinderen (en volwassenen) kunnen van deze film leren dat het echt het best is als jij jezelf kunt zijn en dat je een ander kunt helpen zichzelf te zijn door liefdevol te zijn naar iemand. Een krachtig en belangrijk verhaal dat door veel mensen gezien moet worden!

Lukas (Filmhub Midden)
over de film 'Meester/Juf'

Het bespreekbaar maken van kinderrechten maar ook het controleren van naleven van de kinderrechten is ook heel belangrijk en kwam goed aan bod.

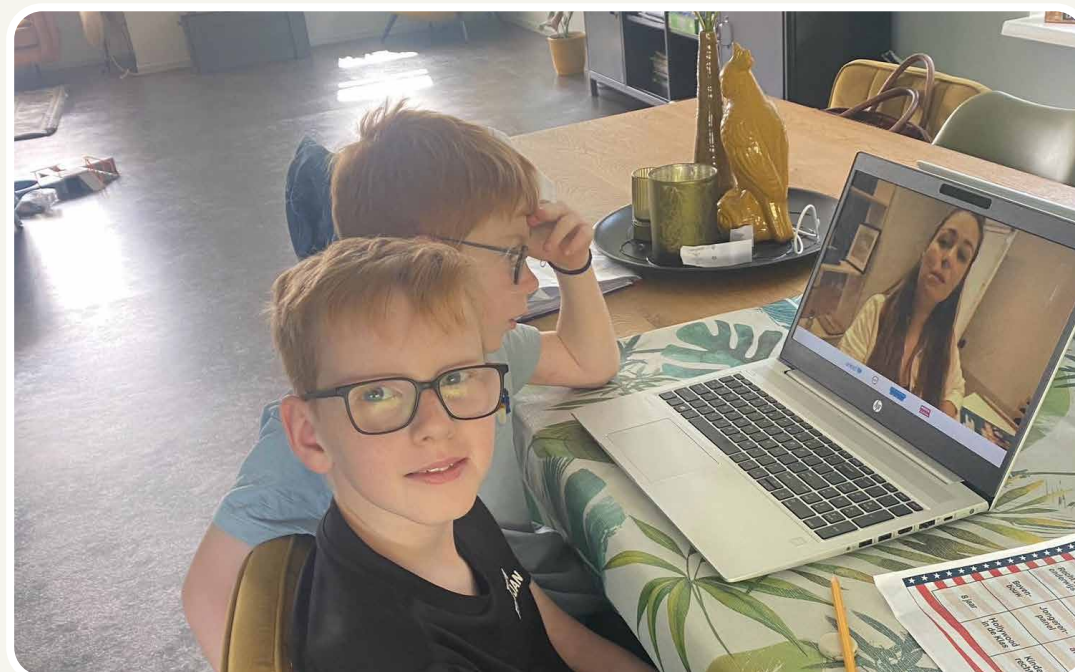
Suzanne Laszlo (Directrice UNICEF)
over de film 'Hinder-rechten'

De leukste uitspraak was nog wel van de hoofdrolspeelster uit de winnende film 'Meester/juf' die bij de ontvangstspeech riep:

'Dit maak je maar 1 keer in je leven mee..!'

Het verhaal is goed bedacht. Zo maar in de cel gestopt worden mag écht niet gebeuren! Leuk dat het verhaal luchtig gehouden wordt. En ook nog het thema aanhaalt m.b.t. de kinderfeestjes die steeds meer omvatten waardoor kinderen die daar niet aan mee aan kunnen doen in de problemen gebracht worden.

Babelle van 't Hullenaar (kinder- en jeugdpsycholoog)
over de film 'Het mislukte verjaardagsfeestje'



Droge Voeten, Natte Voeten

Droge Voeten, Natte Voeten (DVNV) is een voor 2024 geplande 8-delige serie die op een luchtige wijze de relatie tussen Rotterdam en waterbeheer onderzoekt. Presentator Florian Franken neemt kijkers mee langs verschillende water gerelateerde locaties in de stad en ontmoet mensen die op bijzondere manieren voor, tegen, op en onder het water werken. De serie is bedoeld om jongvolwassenen in de regio Rotterdam-Rijnmond bewust te maken van de cruciale rol van water in hun leven en de stad.

De serie bouwt voort op het succes van Rotterdam van Onderen (2015-2021), waarbij in het 3e en laatste seizoen (2021) het waterbeheer ook centraal stond. 'Droge voeten' staat symbool voor de strijd tegen water in de Nederlandse delta. Echter, door klimaatverandering is deze strijd complexer geworden. Goede waterbeheersing in samenwerking met de natuur en water is nu belangrijker dan ooit. De focus ligt niet meer alleen op 'droge voeten', accepteren dat 'natte voeten' soms noodzakelijk zijn zelf water de ruimte geven zijn hierin belangrijk. De kans is anders groot dat water zelf de ruimte gaat opeisen met alle gevolgen van dien.

De Rotterdammers, de gemeente Rotterdam en de waterschappen, spelen een belangrijke rol in deze serie. De serie zal geschiedenis combineren met de actuele maatschappelijke urgentie en ondanks de serieuze onderwerpen schuwen we de humor daarbij niet. Ons doel is om zodoende een laagdrempelige educatieve serie te realiseren. DVNV richt zich op een breed publiek, maar vooral op jongvolwassenen. Het doel is hen te laten beseffen dat water een essentieel onderdeel van het leven is en dat de geschiedenis van Rotterdam nauw verweven is met water. De afleveringen van elk ongeveer 10 minuten zullen interessante locaties en mensen belichten, met aandacht voor geschiedenis en actuele waterbeheersingsthema's.

Onderwerpen die aan bod komen zijn onder andere de dijken van Rotterdam, de rivieren van Rotterdam, sloten, singels en plassen, groene daken, wateropvang, en onderwaterwerkzaamheden.

De serie is tot stand gekomen door financiële steun van de Mediaregeling van gemeente Rotterdam en het Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard (HHSK). De opnames beginnen in begin 2024 en begin november 2024 moet de serie klaar zijn. Stichting En Actie hoopt met hun luchtige en informatieve stijl een bijdrage te leveren aan meer bewustwording over waterbeheer en klimaatverandering. We willen Rotterdammers inspireren en hen inzicht geven in de uitdagingen en oplossingen rondom water in hun stad.



Wat:

Een 8-delige serie, waarin presentator Florian Franken een duik neemt in de waterschappen. Het zijn Nederlands oudste organisaties en alleen al in Rotterdam zorgen drie waterschappen (Hollandse Delta, Schieland en de Krimpenerwaard, Delfland) voor onze; Droge voeten, natte voeten...

Omschrijving:

Tijdens het realiseren van drie seizoenen *Rotterdam van Onderen* (2015 – 2021) en een compilatiefilm in 2022, was een vast mantra van o.a. ambtenaren, werkzaam binnen het werkveld van waterbeheersing: 'Ja, alles voor de droge voeten in de stad'.

De 'droge voeten' zijn dé metafoor, om aan te geven dat we in onze delta - waar Rotterdam in ligt - strijden tegen het water. Het water moeten we vooral buiten de deur houden, maar sinds ± 10 jaar is de strijd lang niet meer zo zwart/wit.



De klimaatverandering heeft de strijd tegen het water nog ingewikkelder gemaakt. Als we het water niet de ruimte gaan geven, dan gaat het deze wel nemen. Het is een uitermate fascinerende strijd, die dwars door alle lagen van de samenleving gestreden wordt. De koning houdt zich ermee bezig maar ook 'Jan met de pet'. Er kunnen echter niet genoeg Jannen, Esra's, Khalid's, en Nienke's meedoen, die elk hun stoeptegel of regenton bijdragen.

Het bijzondere aan Nederland is dat onze oudste organisaties; de waterschappen, gezien hun kennis, geschiedenis en vertakking in de samenleving een zeer belangrijke rol spelen in deze ontwikkeling.

Toen Rotterdam in 1340 stadsrechten kreeg, bestond het hoogheemraadschap al 60 jaar. Toen de VOC in 1799 na 200 jaar failliet ging, gingen de waterschappen door. Ze zijn in al die 700+ jaar niet alleen door gegaan, maar zijn anno 2023 relevanter dan ooit. De mix van relevantie en geschiedenis van de waterschappen, gecombineerd met de maatschappelijke urgentie, vormt voor ons de perfecte basis voor een zeer interessante serie met meer dan genoeg onderwerpen.

Doel en doelgroep:

Het doel is om de met name jong volwassenen (in de regio Rotterdam-Rijnmond) te doen beseffen, dat water het belangrijkste product in het leven is. De geschiedenis van Rotterdam is verweven met het water en het speelt een belangrijke rol in de welvaart die we nu hebben. Veel mensen werken dagelijks om ervoor te zorgen dat de gemiddelde Rotterdammer niet bang voor het water hoeft te zijn, maar er wel van kan genieten.

Format:

De in totaal 8 afleveringen duren elk ±10 minuten. Op onze eigen luchtige, informatieve stijl gaan we langs op verschillende locaties in Rotterdam. Presentator Florian Franken ontmoet op deze locaties mensen die op een bijzondere manier werken tegen, met, in, onder en voor het water.

Onze eigen nieuwsgierigheid, enthousiasme en betrokkenheid, willen we graag overbrengen op de kijker. In onze zoektocht naar de meest interessante verhalen letten we voornamelijk op:

- Interessante locaties;
- Gepaste gasten, (een karakter, enthousiast, deskundig, het liefst een combi van de drie);
- En een link met de geschiedenis is een pré.

Als we deze punten toepassen in de praktijk, dan zouden we op deze voorlopige lijst van mogelijke onderwerpen uitkomen:

1. Dijken van Rotterdam;
2. Sluizen;
3. De Rotte ;
4. Sloten, singels en plassen;
5. Groene daken;
6. Schoon- en of drinkwater;
7. Onder water (kade controles, vispassage Leuvekolk, spoelbuizen);
8. Toekomst, internationaal voorbeeldfunctie.

Geschiedenis:

Zelf houden we van geschiedenis. Een belangrijke reden om de waterschappen als onderwerp te gebruiken is dan ook de 700+ jaar aan geschiedenis die zij hebben. Elke waterschap heeft zijn eigen archief met talloze voorwerpen. Elke aflevering willen we afsluiten met een voorwerp uit de geschiedenis, die een link heeft met het onderwerp wat in de aflevering aan de orde is geweest.



Partners en begroting:

Sinds het derde en laatste seizoen van *Rotterdam van Onderen* (2021) hebben we regelmatig contact met het Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard (HHSK). We zijn ook gevraagd om met de dijkgraaf Toon van der Klugt korte video's te maken over het 750 jarige bestaan. Het HHSK is zeer enthousiast over deze mogelijke nieuwe serie. Mondeling is ook aangegeven dat ze eventueel bereid zijn een financiële bijdrage te willen leveren aan de realisatie ervan. We willen echter graag de serie onafhankelijk en vrij kunnen maken. Een eventuele medefinanciering willen we dan ook niet meer dan 20% van de begroting laten zijn.

De gemeente Rotterdam heeft via OPEN Rotterdam laten weten geïnteresseerd te zijn in een serie in de stijl van *Rotterdam van Onderen*. In februari komt er een gesprek met OPEN Rotterdam en Gemeente Rotterdam over het leveren van een bijdrage aan de serie. Ook hier willen we de voorwaarde hebben dat we de serie onafhankelijk mogen maken.

Afsluitend:

We denken dat de serie *Droge voeten, natte voeten* (DVNV) enorm veel potentie heeft. De achterliggende thema's, zoals klimaatverandering en de stijging van de zeespiegel, gaan de komende generaties enorm actueel blijven. Het is tevens een onderwerp die ons (Florian en Filip) zeer interesseren en waar we een steentje aan willen bijdragen.

De titel van de serie is ook een knipoog naar de dagelijkse soap '*Goede Tijden Slechte Tijden*' (GTST). We verbazen ons erover dat de gemiddelde Rotterdammer waarschijnlijk meer weet van de Familie Sanders, dan van de dijk in hun wijk, die hun leven beschermd.

We hebben niet de illusie dat het realiseren van DVNV, dit opeens gaat veranderen. We denken wel dat onze luchtige en informatieve stijl van interessante verhalen vertellen een bijdrage kan leveren tot meer bewustwording. Zelf vinden we het in ieder geval een betere manier, dan heel hard schreeuwen dat we naar de verdoemenis gaan.

Contact:

Voor vragen kunt u contact opnemen met
 Filip Braams
 +31 (0) 6 11 41 07 41
info@stichtingenactie.nl



CONFERENTIE IN TRENTO, ITALIË

“Cultural Education for Tomorrow”

Op 5 en 6 oktober vond de internationale conferentie “Cultural Education for Tomorrow” plaats in het Teatro Sociale in Trento, georganiseerd door BAM! Strategie Culturali, de Nederlandse ambassade en consulaat in Italië, het Fonds voor Cultuurparticipatie en het Centro Servizi Culturali Santa Chiara. Stichting En Actie was hiervoor uitgenodigd om contacten op te doen en kennis te delen over de manier waarop wij het Kinderrechten filmfestival organiseren en een miljoenen publiek bereiken.

Opening

De conferentie begon met plenaire sessies geleid door Dewi van de Weerd (Nederlandse ambassadeur voor culturele samenwerking), Massimo Ongaro en Hedwig Verhoeven. Jan Baanstra van de organisatie de Stilte hield een keynote speech, gevolgd door presentaties van verschillende organisaties die culturele projecten met scholen en jongeren delen. Sprekers zoals Chiara Boschiero (Biografilm Festival) en Patrizia Famà (Muse – Museo della Scienza di Trento) bespraken hun ervaringen en projecten.



Workshops en Netwerken

De middag van donderdag en de ochtend van vrijdag waren gereserveerd voor workshops en presentaties door Italiaanse en Nederlandse gasten. Deze sessies vonden plaats in de ruimtes van het Teatro Sociale en omvatten netwerkmogelijkheden en pecha-kucha sessies, waardoor deelnemers elkaar beter leerden kennen en ervaringen konden uitwisselen. Voor Stichting En Actie was uitvoerend directeur Filip Braams aanwezig. Hij vertelde over het UNICEF Kinderrechten FilmFestival en de impact die het filmfestival heeft in Nederland.

Afsluiting

Op de tweede dag eindigde de conferentie met een plenaire sessie waarin deelnemers reflecteerden op de besproken thema's, waaronder marginaliteit en sociale inclusie, vroege kinderjaren, diversiteit en representatie, co-design met scholen, duurzaamheid en de Europese dimensie. De slottoespraken door Bruno Zambardino (Italiaans Ministerie van Cultuur), Bas Ernst (Nederlandse ambassade in Italië) en anderen, boden inzicht in de beschikbare mogelijkheden voor het financieren van culturele participatie en educatieprojecten. De conferentie bood niet alleen een platform voor het delen van best practices en netwerken, maar benadrukte ook de huidige oproepen voor voorstellen voor de financiering van culturele projecten. Meer dan honderd nationale en internationale gasten namen deel, wat de waarde en het succes van dit evenement benadrukte.

