



ALLEGATI

al

PIANO STRATEGICO 2017-2026

proposto in approvazione all'Assemblea Nazionale 2016

Prot. PRG.11.0378.16/17 del 16/11/2016

C.N.G.E.I.

Associazione di Promozione Sociale

(ed) Ente Morale sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica

Iscritta al Registro Nazionale delle Associazioni di Promozione Sociale nr. 121 - Legge 383/2000

C.F. 80149370589 - Sede Centrale: V.le di Val Fiorita n. 88, 1° Piano int. 7 - 00144 ROMA
tel. +39 06/54221391 - fax +39 06/54210012 email: sc@cngai.it sito internet: www.cngai.it

ALLEGATI AL PIANO STRATEGICO 2017 - 2026

SOMMARIO

| | |
|---|----|
| ALLEGATO 1: Analisi della Situazione..... | 3 |
| <i>La Cornice di Riferimento</i> | 4 |
| A1.1 <i>Aspetti quantitativi - elaborazioni numeriche su base censimenti/Portale associativo riferiti ai ragazzi e agli adulti:</i> | 5 |
| A1.2: <i>Analisi fonti di consultazione preesistenti</i> | 12 |
| A1.3 <i>Esiti delle consultazioni (elenco e contributi ottenuti):</i> | 22 |
| A1.4: <i>Le Partnership attuali</i> | 29 |
| A1.5 <i>Conclusioni Finali</i> | 32 |
| Allegato 2: Scenari e Tendenze..... | 35 |
| A2.1 <i>La condizione giovanile oggi e tendenze future</i> | 36 |
| A2.2 <i>La trasformazione dell'apprendimento ai tempi della società digitale</i> | 39 |
| A2.3 <i>Nuova genitorialità</i> | 42 |
| A2.4 <i>La riforma del terzo settore</i> | 44 |
| A2.5 <i>Il volontariato e i volontari</i> | 46 |
| A2.6 <i>La questione dei migranti</i> | 50 |
| A2.7 <i>Il Movimento dello Scouting e del Guidismo/Scouting femminile – scenari</i> | 52 |
| Allegato 3: Flusso delle Principali Attività svolte | 59 |



Piano Strategico 2017-2026

ALLEGATI

ALLEGATO 1: Analisi della Situazione

Introduzione

Analisi della Situazione:

1. aspetti quantitativi – elaborazioni numeriche su base censimenti/portale associativo, riferite ai ragazzi e agli adulti
2. analisi fonti di consultazione preesistenti
3. esiti delle consultazioni ed elenco delle occasioni, modalità
4. partnership attuali
5. organizzazione attuale

LA CORNICE DI RIFERIMENTO

Introduzione Al Documento Di Analisi

Il percorso per la creazione del Piano Strategico non è “partito da zero” ma ha tenuto conto di quello che l’Associazione è riuscita a produrre negli ultimi anni. Scopo del mio lavoro è stato quello di riuscire ad individuare tutti i contributi utili in fase di stesura del Piano Strategico in molteplici Documenti associativi prodotti nel tempo e non solo.

Verifiche delle Branche e dei Settori, un’analisi sui “numeri” dell’Associazione, le Partnership del CN.G.E.I. così come un’analisi organizzata dei prodotti ottenuti nei vari momenti di consultazione associativa hanno permesso di creare una “Cornice di Riferimento” che presentasse una fotografia dell’Associazione “ad oggi”.

La Cornice di Riferimento ruota attorno a quattro pilastri:

1. **Aspetti quantitativi – elaborazioni numeriche su base censimenti / Portale associativo riferiti ai ragazzi e agli adulti.** Tematica affrontata grazie al prezioso aiuto di Ciro Facciolla e Maria Rinaldi con i quali siamo andati ad estrarre il maggior numero di dati possibili dal Portale associativo con l’ottica di analizzarli in funzione delle aree del Piano Strategico. Questo lavoro sarà assolutamente da ampliare una volta deciso il Piano Strategico che l’Associazione adotterà.
2. **Analisi fonti di consultazione preesistenti:** l’Associazione ha un patrimonio documentale immenso. Da questo patrimonio si è cercato di estrapolare tutti i contributi funzionali alla fase di stesura del Piano Strategico.
3. **Esiti delle consultazioni (elenco e contributi ottenuti):** i vari momenti di consultazione associativa avvenuti durante l’anno hanno prodotto dei “Report” dai quali è stato possibile estrarre altri contributi preziosi.
4. **Le Partnership attuali:** il CN.G.E.I., nel tempo, è stato capace di creare Partnership importanti. Grazie al grande aiuto di Michele Romani è stato possibile fare una fotografia di tutte le Partnership ad oggi in vigore per iniziare a ragionare su quali potessero essere maggiormente “strategiche” per il CN.G.E.I. che il Piano Strategico delinea;

Tutti i contributi, ottenuti nelle fasi precedenti, hanno permesso di ottenere delle **conclusioni finali** organizzate in funzione delle aree tematiche del Piano Strategico.

**Buona Caccia,
Massimiliano Della Bona**

A1.1 ASPETTI QUANTITATIVI - ELABORAZIONI NUMERICHE SU BASE CENSIMENTI/PORTALE ASSOCIATIVO RIFERITI AI RAGAZZI E AGLI ADULTI:

(a cura di **Ciro Facciolla**)

ISCRIZIONI – DATI ALL’ANNO SCOUT 2015-16 E RIELABORATI SULLA BASE DEI DISTRETTI PER OMOGENEITÀ DI ANALISI CON IL PUNTO PRECEDENTE:

- Il Distretto Nord ovest (Lombardia + Piemonte) è il più numeroso come iscritti (giovani + Adulti) con 2.872 Soci. Numero sostanzialmente stabile nel tempo.
- Il distretto Medio Tirreno (Lazio + Campania) nel 2016 è arrivato in seconda posizione con 2.187 Soci.
- Il Distretto Nord Est (Veneto + TAA + FVG), al terzo posto, resta stabile dopo una crescita importante (+100 soci) nel corso del 2015.
- Il Distretto Alto Tirreno (Toscana + Liguria + Sardegna) ha superato nell’ultimo anno i 2.000 Soci.
- Il Distretto Medio Adriatico (Emilia Romagna + Marche + Abruzzo) ha avuto una crescita importante rispetto allo scorso Anno Scout (+100 soci, da 1.798 a 1.904)
- Il Distretto Sud (Puglia + Basilicata + Sicilia + Calabria) è sostanzialmente in linea con i numeri nel tempo (poco sotto i 1.700) ma in leggera diminuzione.

PERDITE E ABBANDONI:

- Al momento dei Passaggi perdiamo maggiormente in Branca L (Lupetti che non rinnovano la propria iscrizione in Branca E), poi in Branca R (inteso come Rover che decidono di non impegnarsi come Adulti) e poi in Branca E (trend ultimo Triennio). In ogni caso perdiamo 1 persona su 3 al momento dei Passaggi;
- Le perdite maggiori al momento dei Passaggi sono relativi al genere maschile, sia in Branca L che in Branca E. Stesso tasso di perdita tra ragazzi e ragazzi al termine del percorso di Branca R;
- Gli abbandoni maggiori (inteso come non rinnovare la propria iscrizione nella stessa Branca) avvengono in Branca E e, nello specifico, riguarda il genere maschile.
- Dall’analisi delle perdite emerge che in tutte le Branche siamo più attrattivi nel tempo per le ragazze e non per i ragazzi. Le prime, infatti, presentano in media sempre tassi di abbandono / perdita più basse.
- Altissimo turn-over nonostante la crescita. Una prima stima prevede solo 1 persona su 4, che entra a 8 anni, completa o potenzialmente completerebbe il nostro percorso.

CONSIDERAZIONI GENERALI

(Analisi effettuata grazie alla rielaborazione dei dati ottenuti negli ultimi 6 anni)

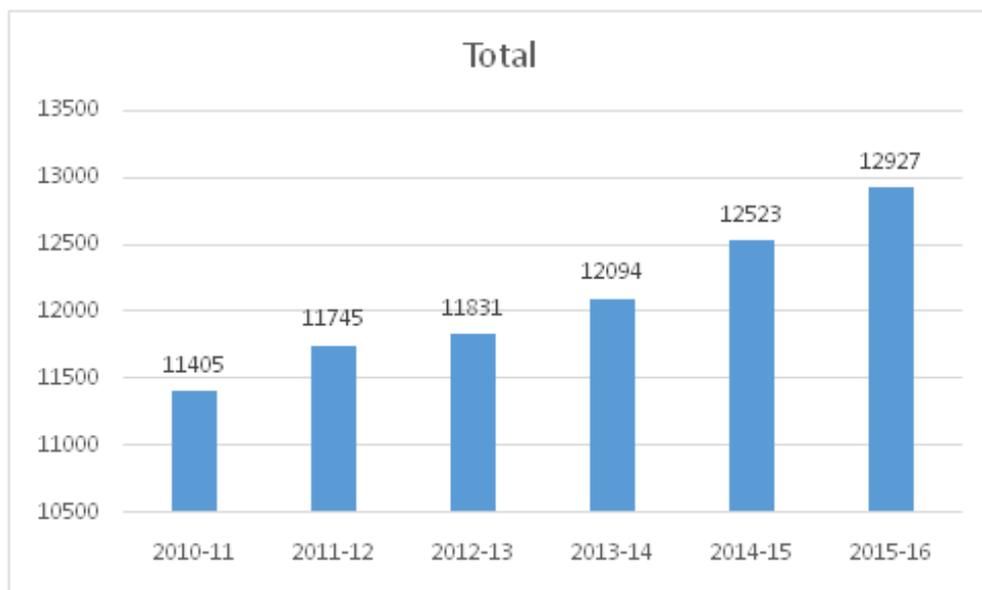
molte osservazioni che a buon senso abbiamo sempre avuto sono finalmente supportate da numeri. Lungo la “catena del valore” di un’Associazione (che può essere di seguito rappresentata) abbiamo un nostro punto di forza nella raccolta di nuove iscrizioni ma ampi punti di miglioramento per le attività 2 e 3.



È infatti presente un alto tasso di turn over dei Soci Giovani che deve essere analizzato ed indirizzato. La sottomissione di “questionari di uscita” dei Soci, legata al punto 3, potrebbe aiutarci a capire cosa non va (se non mi iscrivo più la Sezione mi contatta e mi chiede il perché. L'insieme dei questionari potrebbe darci delle linee guida d'azione per il futuro attraverso una sorta di “customer care”)

ASSOCIAZIONE NEL COMPLESSO

Il CNGEI è cresciuto negli ultimi sei anni secondo questo andamento. Il tasso di crescita è di circa 3% annuo.



La base dati ci dice però che il numero di “persone” che sono venute a contatto con il CNGEI solo nel corso degli ultimi sei anni è pari a 24.500 circa.

Di questi 24.500 “contatti unici avuti”:

- circa 4.500 sono adulti;
- circa 13.200 sono / erano in età Lupetto;
- circa 5.500 sono / erano in età Reparto;
- circa 1.300 sono / erano in età Compagnia.

Al termine dell'Anno Scout 2015-2016 il CNGEI è così composto:

- circa 3.400 adulti;

- circa 4.600 Lupetti e Lupette;
- circa 3.450 Esploratori ed Esploratrici;
- circa 1.460 Rover.

COSA EMERGE:

le discrepanze nascono dal fatto che la sintesi dei 24.500 Soci è una fotografia (quindi non tiene conto dello scorrere del tempo: Rover iscritti come adulti, Lupetti che passano in Reparto etc.).

A grandi linee si può confermare che

- gli adulti sono sostanzialmente stabili nel tempo.
- Ogni anno abbiamo grandi iscrizioni di Lupetti.
- Gli anni in cui avvengono le maggiori perdite sono in Branchia E, sarebbe necessario effettuare analisi più approfondite ma il secondo / terzo anno risultano essere quelli critici.
- La relazione tra contatti unici con i Soci è un fenomeno che riguarda trasversalmente tutte le Sezioni che risultano essere in linea con l'andamento associativo complessivo.

Questi i risultati a livello di regione. Le colonne sono:

numero contatti unici;

valore medio composizione regione negli ultimi sei anni;

rapporto tra numero contatti unici e valore medio composizione;

| Etichette di riga | Conteggio di NOME | valore medio | risultato |
|---------------------------|-------------------|--------------|-----------|
| LOMBARDIA | 4372 | 2295 | 1,905011 |
| LAZIO | 2575 | 1224 | 2,103758 |
| TOSCANA | 2442 | 1204 | 2,028239 |
| VENETO | 2212 | 1160 | 1,906897 |
| SICILIA CALABRIA | 2088 | 938 | 2,226013 |
| EMILIA ROMAGNA | 1978 | 986 | 2,006085 |
| CAMPANIA | 1798 | 822 | 2,187348 |
| PUGLIA BASILICATA | 1462 | 690 | 2,118841 |
| MARCHE ABRUZZO MOLISE | 1349 | 663 | 2,034691 |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 1261 | 646 | 1,952012 |
| LIGURIA | 1076 | 563 | 1,91119 |
| PIEMONTE | 1022 | 488 | 2,094262 |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 453 | 245 | 1,84898 |
| SARDEGNA | 375 | 156 | 2,403846 |
| (vuoto) | | | |
| Totale complessivo | 24463 | | |

RELAZIONE ADULTI / RAGAZZI

All'anno scout 2015-2016, per l'Associazione nel suo complesso, il rapporto tra Soci Adulti e Soci Giovani è pari al 26% (per ogni 10 Soci, 7,5 Soci Giovani e 2,5 sono Soci Adulti).

Tale valore nasce però come valore medio, sono infatti poche le Sezioni che rispecchiano tale andamento. Più in generale è possibile osservare una "buona pratica" di una relazione pari al 20% (per ogni 10 Soci, 8 sono giovani e 2 sono adulti) che avviene per le Sezioni in crescita. Allo stesso modo le Sezioni medio

piccole riportano valori di 33% (per ogni 10 soci, 7 sono giovani e 3 sono adulti) fino ad arrivare a quote anche di quasi il 50%.

Sugli adulti

Per l'anno scout 2015-2016, dei 3.405 Soci Adulti, circa la metà (1.750) ha dai 19 a 30 anni. In merito agli Adulti, per ogni anno (dei sei analizzati), ci sono in media circa 1.200 Soci Adulti sui circa 3.600 (in media) che non hanno alcun incarico. L'età media di tali Soci è di circa 40 anni.

Per i ruoli di Capo Unità, nel corso dei sei anni, l'età media è stata:

- CB di 27 anni, anche se con una moda (ovvero l'età che si presenta più volte) di 22 anni;
- CR di 25 anni, anche se con una moda di 22 anni;
- CC di 28 anni, anche se con una moda di 24 anni;
- CG di 36 anni, anche se con una moda di 27 anni.

È ancora sviluppata la presenza di Capi Unità di 19 e 20 anni.

In generale, salvo alcune Sezioni dove è consolidato l'utilizzo di ruoli per il triennio, in Branca E si sta sviluppando il fenomeno del ruolo per 2 anni come Capo Unità.

Regge ancora, anche se presenta un trend verso il biennio, il triennio per i CB.

Potrebbe esistere una relazione tra questa diminuzione delle tempistiche di mantenimento del ruolo e le perdite nella fascia centrale di Branca E?

Sui ragazzi

Ogni anno abbiamo circa 2.200 nuovi Soci Giovani e, sempre in media, le nostre Sezioni hanno il 27% dei Soci in più. Il CNGEI cresce però solo del 3% annuo.

A titolo esemplificativo si riportano i valori solo per il 2015-2016

| Etichette di riga | Conteggio di NOME | totale | % soci nuovi |
|------------------------------|-------------------|--------|--------------|
| CAMPANIA | 197 | | |
| BATTIPAGLIA | 10 | 46 | 22% |
| BENEVENTO | 32 | 97 | 33% |
| CASORIA | 11 | 45 | 24% |
| GIFFONI VALLE PIANA | 14 | 42 | 33% |
| NAPOLI | 75 | 193 | 39% |
| PORTICI | 42 | 186 | 23% |
| TRECASE | 13 | 42 | 31% |
| EMILIA ROMAGNA | 258 | | |
| BOLOGNA | 78 | 325 | 24% |
| BONDENO | 41 | 149 | 28% |
| CREG EMILIA ROMAGNA | 19 | 46 | 41% |
| LANGHIRANO | 14 | 49 | 29% |
| PARMA | 25 | 79 | 32% |
| REGGIO EMILIA | 81 | 254 | 32% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 41 | | |
| TRIESTE | 31 | 103 | 30% |
| UDINE | 10 | 64 | 16% |
| LAZIO | 252 | | |
| ANZIO NETTUNO | 23 | 104 | 22% |
| ARICCIA | 18 | 53 | 34% |
| BRACCIANO | 18 | 60 | 30% |
| CASSINO | 14 | 49 | 29% |
| CREG LAZIO | 9 | 24 | 38% |
| FIUMICINO | 23 | 79 | 29% |
| LARIANO | 7 | 36 | 19% |
| ROMA | 119 | 478 | 25% |
| VELLETRI | 21 | 94 | 22% |
| LIGURIA | 92 | | |
| ARENZANO | 12 | 51 | 24% |
| GENOVA | 63 | 324 | 19% |
| LA SPEZIA | 17 | 56 | 30% |
| LOMBARDIA | 408 | | |
| BERGAMO | 53 | 301 | 18% |
| BUCCINASCO | 17 | 63 | 27% |
| CANTU^ | 11 | 41 | 27% |
| CERNOBBIO | 11 | 55 | 20% |
| CERNUSCO SUL NAVIGLIO | 16 | 63 | 25% |
| CESANO MADERNO | 51 | 169 | 30% |
| COMO | 32 | 128 | 25% |
| CREMONA | 15 | 64 | 23% |
| MANTOVA | 46 | 178 | 26% |
| MILANO | 127 | 587 | 22% |
| VALMADRERA | 14 | 74 | 19% |
| ZANICA | 15 | 57 | 26% |
| MARCHE ABRUZZO MOLISE | 112 | | |
| ANCONA | 13 | 88 | 15% |
| L^AQUILA | 10 | 29 | 34% |
| LANCIANO | 14 | 52 | 27% |

| Etichette di riga | Conteggio di NOME | totale | % soci nuovi |
|-----------------------------|-------------------|--------|--------------|
| PESARO | 36 | 155 | 23% |
| PESCARA | 14 | 79 | 18% |
| SENIGALLIA | 25 | 71 | 35% |
| PIEMONTE | 80 | | |
| CREG PIEMONTE | 4 | 18 | 22% |
| GASSINO TORINESE | 36 | 188 | 19% |
| TORINO | 40 | 175 | 23% |
| PUGLIA BASILICATA | 120 | | |
| BARI | 50 | 194 | 26% |
| LECCE | 14 | 74 | 19% |
| MATERA | 9 | 71 | 13% |
| MOLFETTA | 14 | 58 | 24% |
| NOVOLI | 21 | 36 | 58% |
| TARANTO | 12 | 31 | 39% |
| SARDEGNA | 50 | | |
| CAGLIARI | 29 | 76 | 38% |
| PORTO TORRES | 21 | 46 | 46% |
| SICILIA CALABRIA | 209 | | |
| CATANIA | 43 | 115 | 37% |
| CROTONE | 15 | 68 | 22% |
| GIARRE | 10 | 58 | 17% |
| MESSINA | 6 | 65 | 9% |
| NISCEMI | 43 | 117 | 37% |
| PATTI | 13 | 34 | 38% |
| RAGUSA | 44 | 97 | 45% |
| REGGIO CALABRIA | 13 | 78 | 17% |
| RIPOSTO | 22 | 92 | 24% |
| TOSCANA | 276 | | |
| AREZZO | 19 | 66 | 29% |
| BORGIO A MOZZANO MEDIAVALLE | 13 | 47 | 28% |
| FIRENZE | 118 | 456 | 26% |
| LIVORNO | 52 | 186 | 28% |
| PISA | 34 | 157 | 22% |
| PISTOIA | 40 | 150 | 27% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 120 | | |
| ARCO | 25 | 70 | 36% |
| BOLZANO | 31 | 112 | 28% |
| CALCERANICA AL LAGO | 15 | 75 | 20% |
| ROVERETO | 30 | 144 | 21% |
| TRENTO | 19 | 52 | 37% |
| VENETO | 231 | | |
| BASSANO DEL GRAPPA | 29 | 115 | 25% |
| PADOVA | 50 | 224 | 22% |
| SAN MARTINO BUON ALBERGO | 30 | 127 | 24% |
| SPINEA | 13 | 42 | 31% |
| VENEZIA | 28 | 118 | 24% |
| VERONA | 14 | 54 | 26% |
| VICENZA | 67 | 258 | 26% |
| Totale complessivo | 2446 | | |

Sulla formazione

I Soci che si sono alternati nel corso dei sei anni nel ruolo di Capo Reparto sono stati circa 450, di questi 58 avevano il Brevetto WoodBadge di Branca E.

I Soci che si sono alternati invece nel Ruolo di Capo Branco sono stati 440, di questi 76 avevano il Brevetto WoodBadge di Branca L.

Tale analisi sarebbe inoltre da effettuare sui CC e CG (analisi più complessa da affrontare) e eventualmente ampliare il raggio di analisi anche a chi ha svolto il modulo di competenza CU e non ha conferito il brevetto WB

Lasciando fuori ogni possibile valutazione sull'impatto formativo (sia per mancanza di dati sia perché legata anche ad aspetti qualitativi), nella considerazione che alcuni elementi precedentemente indicati possano esser presi in considerazione per definire linee guida di azione di concerto anche con le Branche, risulta statisticamente che chi completa il proprio percorso formativo arrivando al WoodBadge tende ad essere, come Adulto, maggiormente "fedele" all'Associazione continuando ad essere iscritto.

CONCLUSIONI

- **Bisogna parlare di Passaggi di Branca:** in generale il Passaggio da una Branca all'altra comporta un "trauma" che si ripercuote in perdita di Soci Giovani. il passaggio da Branca L a Branca E genera una perdita consistente di Soci Giovani che non rinnovano l'iscrizione (pechè?). Si ha la perdita di 1 persona su 3 al momento dei Passaggi;
- **Perdiamo maggiormente ragazzi di genere maschile: come mai?** -> da analizzare se abbiamo più maschi o femmine nel CNGEI. Perché siamo più attrattivi per le femmine?
- **Turn-over** indica un dato estremamente significativo: 1 persona su 4 – che entra a 8 anni – completa o potenzialmente completerebbe il nostro percorso. Come agire se vogliamo continuare a dire che la nostra azione va dagli 8 ai 19 anni?
- **Approfondire le motivazioni per la perdita consistente dei ragazzi e delle ragazze al secondo/terzo anno di Reparto;**
- **Creare uno studio dettagliato degli abbandoni:** es. "questionari di uscita" per le Sezioni;
- **Organizzare un approfondimento statistico** sui dati dell'Associazione in ottica delle Aree del Piano Strategico per essere maggiormente di supporto al Piano stesso;
- **Approfondire ulteriormente i dati relativi alla formazione dei Capi attivi in Associazione;**
- **Fortemente disomogenei i Distretti CNGEI** in termini di numeri di Soci.

A1.2: ANALISI FONTI DI CONSULTAZIONE PREESISTENTI

(a cura di Massimiliano Della Bona):

I principali Documenti visionati nel completare la “Cornice di Riferimento” del Piano Strategico sono stati:

- Analisi, Verifiche e relazioni CoCon triennio scorso;
- Verifica Programmazione Congiunta Tavolo Educativo triennio scorso;
- Lavori sabato pomeriggio IB 2015: Documento di discussione e orientamento Strategico 2024;
- Lavori domenica mattina IB 2015 su Macroaree/temi di discussione del Tavolo Educativo;
- Report provvisorio (Versione 1.0) 8° Forum Europeo Scout –Metodi Educativi Antalia (Turchia) – 6/10 maggio 2015;
- Documento di orientamento Strategico da CN luglio 2015: contributi dalle Sezioni;
- Bilanci Sociali prodotti dal Settore Formazione dall'anno scout 2010-2011 fino all'ultimo disponibile;
- Indagine Interna ed Esterna Settore Comunicazione 2016;
- Piano Nazionale 12_15 Chianciano “Insieme per crescere 2012”;
- Documenti AN2015;
- Documenti “Riforme Istituzionali”;
- Contributi ricevuti dalle Sezioni e dalle Consulte.

ANALISI VERIFICHE COCON RELAZIONI FINE TRIENNIO SCORSO E VERIFICA PROGRAMMAZIONE CONGIUNTA TAVOLO EDUCATIVO TRIENNIO SCORSO

https://drive.google.com/open?id=0B9c44OCAq6-_cmxzdXAtblNveDA

Nelle Verifiche finali delle 3 Branche si possono evidenziare alcuni aspetti trasversali e ripetuti, che rimangono come eredità per il futuro:

- massima esigenza di **collaborare con un Settore Comunicazione** in pieno Regime. Le richieste non evase o i ritardi sulla possibilità di pubblicare manualista/Documenti o proporre Siti/Supporti informativi alle Branche è un punto sul quale dover assolutamente lavorare in futuro;
- continuare un'analisi sulle **Progressioni**;
- concludere il percorso intrapreso sull'**aggiornamento del Regolamento Tecnico delle Branche** in funzione di quanto deciso e proposto nel corso del Triennio passato;
- **Aggiornamento testo Legge e Promessa**: le 3 Branche hanno svolto percorso differenti su questa tematica. Entrambi ci hanno lavorato ma non si è arrivati ad una conclusione chiara su questo argomento di Tavolo Educativo.

IB 2015: LAVORI DEL SABATO POMERIGGIO

https://drive.google.com/open?id=0B9c44OCAq6-_UnoxVHE5OEtOc2s

A termine del Triennio scorso, il Tavolo Educativo ristretto assieme al Consiglio Nazionale (ciascuno per il proprio ambito di competenza) ha proposto una nuova modalità per raccogliere “la voce” dell'Associazione al fine di capire quali fossero le esigenze della base associativa in riferimento ad ambiti specifici (Educativo, Sviluppo e Territorio). Furono create schede che dovevano essere compilate dalle Unità, dai Gruppi (per l'ambito Educativo) o dai COS/Consigli di Sezione per gli ambiti Sviluppo e Territorio. L'Obiettivo di questo lavoro era quello di dare un contributo propositivo alla nuova Dirigenza nazionale per avere in mano un'analisi delle richieste provenienti direttamente da coloro che oggi sono in prima linea nel portare avanti il percorso educativo dei ragazzi e delle ragazze che hanno deciso di vivere lo Scouting nella nostra Associazione.

Ad Interbranca 2015 i dati provenienti dalle Unità e dai Consigli di Gruppo vengono esposti ai partecipanti delle singole Branche per cercare di trovare Macro Obiettivi comuni che potessero andare in un Documento di sintesi.

Contributi per il “Documento di discussione e orientamento strategico 2024”

| Le Branche/Gruppi – nel prossimo triennio – suggeriscono di approfondire ... | | | | |
|--|--|--|---|--|
| INPUT | Branca L | Branca E | Branca R | Gruppo |
| 1 | Passaggi branca, successione, progressione, cda | Avventura e vita all'aria aperta; Impresa di PTG; Tecniche e PO Passaggi e link- badge | Partenza, Manuale metodo(capi giovani), Servizio in unità, Link e-r | Nuove Tecnologie; Valorizzazione e rispetto diversità; Utilizzo etico e consapevole delle risorse naturali |
| 2 | Documenti e manuali, piattaforma per scambi e confronti, incontri formativi regionali e interr | Rete per scambiarsi attività; Sito | Piattaforma on-line per confronto, IR fra CoCon e territorio | Attività nazionale coordinata di gruppo; Revisione PFS; Revisione testo promessa; |
| 3 | Incontri formativi, piattaforma informatica per scambio | Schede tecniche on-line; Sito | Archivio online, > qualità incontri | Approfondire attualità e tecniche con esperti/ICT, sfruttando eventi nazionali; GdL sui CG; Kit relazione con le famiglie; |
| Eventi | 1 a triennio, Non necessariamente a fine triennio | Ragazzi- almeno ogni 3 anni Non necessariamente a fine triennio Capi- 4TEk | Si nel triennio, hike cc, uno a inizio uno a metà anno scout. | ALTRO Centralità del gruppo; Passaggi di branca Scambio di BP |

CONCLUSIONI

- risultano evidenti alcuni temi trasversali che andrebbero affrontati nelle Branche: **Passaggi di Branca e Progressioni**;
- emerge la richiesta dai Capi di più Branche di creare delle **piattaforme informatiche** che possano offrire Documenti e spunti con idee di attività o fornire l'occasione di un confronto tra Capi;
- In linea generale emerge anche la volontà in tutte e tre le Branche di **offrire un Evento Educativo per i ragazzi e le ragazze ogni Triennio**;
- per quanto riguarda i risultati dei lavori di Gruppo composti dai Capi Gruppo, emergono tematiche importanti che si spera vengano affrontare nel futuro come **l'utilizzo consapevole delle nuove tecnologie, la valorizzazione e il rispetto delle diversità e l'utilizzo consapevole delle risorse naturali**. Oltre alle normali richieste di revisione e aggiornamento metodologico l'esigenza di **attività più calibrate sul Gruppo** inizia a diventare una priorità importante.

IB 2015: LAVORI DELLA DOMENICA MATTINA

https://drive.google.com/open?id=0B9c44OCAq6-_aXhyaXVxVFII3M

Oltre a questo lavoro, sempre ad Interbranca 2015, vengono proposti dei Lavori di Gruppo su 5 Macro Aree/Temi di discussione proposte dal Tavolo Educativo, ovvero:

- Sviluppo della dimensione spirituale;
- Inclusione e diversità;

- Responsabilità/Partecipazione democratica (Youth Empowerment);
- Social Media;
- Come/Quanto siamo accattivanti all'esterno.

I Partecipanti, lavorando nei Gruppi di Lavoro, avevano come obiettivo quello di riuscire a trovare dei Macro Obiettivi che la Dirigenza in arrivo avrebbe dovuto prendere in considerazione nei Programmi (educativi e politici) del futuro.

Contributi per il “Documento di discussione e orientamento strategico 2024”

I partecipanti di IB2015 credono che possa essere utile approfondire nel prossimo triennio: ...

| | |
|---|--|
| Sviluppo della Dimensione Spirituale | Revisione strumenti attuali e loro potenziamento (anche ricerca); Apertura associazione verso l'esterno/società: confronto e scelte definite; Dialogo interno su ateismo |
| Inclusione e Diversità | Accessibilità, Comunicare meglio il CNGEI verso tutti, Rimuovere barriere, Formazione adulti |
| Responsabilità/Partecipazione democratica | Creazione di situazioni di scambio istituzionalizzate. Collegamenti con associazioni e istituzioni. <i>Ask the boy</i> e accompagnamento nei processi decisionali. |
| Social Media | Regolamentazione <i>scout</i> per l'utilizzo dei Social Media Utilizzo a livello associativo dei social presenti |
| Come/Quanto siamo accattivanti all'esterno | Come abbattere gli stereotipi dello scoutismo e “come essere scout” incide nella società Attuare strategie comunicative per l'esterno accattivanti Aprire o intensificare partnership già esistenti |

REPORT PROVVISORIO [VERSIONE 1.0] 8° FORUM EUROPEO SCOUT - METODI EDUCATIVI ANTALIA [TURCHIA] 6/10 MAGGIO 2015

https://drive.google.com/open?id=0b9c44ocaq6-_n3lqb0nhaktutek

Al Forum vengono trattati vari argomenti con agganci sull'Educativo e in linea con alcuni percorsi attivati in Associazione nel corso del Triennio.

In particolare:

1. **Leadership nello Scoutismo** [Leadership in Scouting] – lo Scoutismo viene spesso venduto come un metodo per l'educazione alla leadership. In questo percorso si sono affrontati diversi modelli di leadership e si sono condivise alcune relative “buone pratiche” che possano aiutare le Organizzazioni Scout Nazionali nella valutazione e nello sviluppo delle loro attività sul tema della leadership;
2. **Educazione per cosa?** [Education for what?] – questo percorso ha approfondito come lo Scoutismo prepara alla vita al di fuori di esso, attraverso il legame esistente tra i bisogni dei bambini e dei giovani, in quanto scout. Inoltre si è cercato di rispondere ad alcune domande, come: considerato il fatto che siamo in possesso di un metodo scout che mette molta enfasi sul sistema di pattuglia, come si fa a soddisfare la necessità individuale di sviluppo all'interno della pattuglia? Come riuscire a capire quale sia il giusto equilibrio tra lo sviluppo individuale e l'essere parte di un gruppo di pari? Come possiamo meglio preparare i giovani alla vita adulta e per una sana vita da adolescente?

3. **Imparare per la vita** [Learning for life] – lo scopo di questo percorso è stato quello di affrontare le diverse dimensioni, teorie e metodi di apprendimento, e prendere in considerazione le loro implicazioni per le attività e gli strumenti che utilizziamo nello Scoutismo;
4. **Lo Scoutismo all'interno di una comunità** [Scouting in the Community] – durante questo percorso si sono affrontati i diversi aspetti relazionali che lo Scoutismo ha – di norma – nelle comunità locali. Si è fatta una valutazione sull'impatto che i gruppi scout hanno nelle loro comunità, si è parlato delle reti che si sviluppano sul territorio e del ruolo che dovrebbero svolgere all'interno delle comunità. Si sono affrontate, inoltre, tematiche come: diversità e inclusione sociale;
5. **Il ciclo di vita dell'adulto volontario** [Life cycle of the Adult Volunteer] – in questo percorso si sono affrontate le varie fasi del ciclo di vita dell'adulto, in quanto volontario, sia a livello nazionale che a livello locale.

DOCUMENTO DI ORIENTAMENTO STRATEGICO DA CN LUGLIO 2015:

Alle Sezioni d'Italia vengono inviate delle Schede da compilare dove poter dare dei contributi in merito al Futuro dell'Associazione. I contributi pervenuti da 14 Sezioni vengono rielaborati e tradotti in un Documento di orientamento strategico che il CN approva all'unanimità. (File Verbale 18-19 luglio 2015 Allegati 7 e 8)

EDUCATIVO - FORMATIVO il CNGEI si impegna a ...

- Educare i giovani ad un **utilizzo consapevole delle nuove tecnologie** offrendo occasioni di riflessione e sperimentazione anche all'interno delle proprie attività
- Rispondere adeguatamente ai bisogni dei giovani della società attuale attraverso **una continua riflessione, valorizzazione e un costante aggiornamento degli strumenti del metodo scout** anche in funzione dei contesti sociali
- Fare in modo che le competenze acquisite dei propri percorsi formativi vengano adeguatamente **riconosciute e valorizzate all'esterno dell'Associazione**
- Offrire ai suoi adulti occasioni di formazione su tematiche connesse all'**attuale evoluzione della società**
- Offrire ai giovani occasioni educative finalizzate alla conoscenza del proprio potenziale e allo sviluppo dell'autostima per la **prevenzione di comportamenti a rischio**
- Offrire ai giovani occasioni per riflettere sull'attuale approccio al consumo prudendo modelli educativi di **utilizzo etico e consapevole delle risorse per uno sviluppo sostenibile**
- Partecipare alla creazione di una società accogliente educando i giovani al **rispetto e alla valorizzazione della diversità** visti come occasioni di arricchimento e di superamento degli stereotipi
- Educare i giovani all'assunzione di responsabilità progressive individuando modalità di **coinvolgimento attivo degli stessi nei processi decisionali**
- Proporre ai giovani occasioni per sperimentare la cittadinanza attiva sviluppando **progetti e relazioni con il territorio e con altre realtà**

AMBITO SVILUPPO il CNGEI...

- Ritiene importante per i soci **valorizzare il servizio offerto per la società e ritiene necessario il completamento del riconoscimento del percorso formativo** e la certificazione delle competenze acquisite

- Ritiene importante elaborare **strategie che permettano il reclutamento di adulti**, con particolare attenzione ad adulti educatori diretti
- Si impegna a dotarsi di adeguati **strumenti di analisi delle perdite** al fine di individuare strategie di **ritenzione di adulti e giovani**
- Si impegna a trovare un'**efficace strategia comunicativa diversificata** per i vari interlocutori
- Ritiene utile **facilitare il proseguimento delle attività scout di soci che per motivi vari si trasferiscono in altre città/Paesi**, individuando nuovi strumenti e promuovendo l'utilizzo di strumenti esistenti (ad es. "Erascout").
- Ritiene utile **promuovere la condivisione di Best Practice**, anche utilizzando piattaforme telematiche di facile utilizzo (esempio FAD).

AMBITO TERRITORIO

il CNGEI si impegna a ...

- **Valorizzare e promuovere i protocolli d'intesa e le Partnership in atto** con Enti pubblici ed Associazioni per favorire lo scambio dello Scouting sul territorio locale, per diffondere i valori della Scouting e il metodo Scout, per agevolare l'attività educativa tramite l'assegnazione di infrastrutture/spazi idonei e per essere di supporto alla comunità in cui la Sezione/Gruppo è insediata
- **Sviluppare un adeguato piano di comunicazione locale e nazionale per farsi conoscere all'esterno sia da giovani che adulti, Enti Pubblici e Aziende.** Per cercare anche di stimolare gli ex Soci dell'Associazione alla collaborazione come adulti attivi. È importante far conoscere agli adulti le Scelte del CNGEI quali offerte alternative ad altre Associazioni Scout e non.
- **Lavorare in sinergia con Agesci affinché l'armonia e la collaborazione** instaurata in Comitato Federale **possa realizzarsi anche a livello locale** per una divulgazione più efficace e capillare dell'offerta del metodo scout.

ABSTRACT FORMAZIONE

L'analisi è stata effettuata sulla base della rilettura di quanto prodotto dal Settore nel corso degli anni. Nello specifico sono stati analizzati i Bilanci Sociali prodotti dall'anno scout 2010-2011 fino all'ultimo disponibile. Mettendo a fattor comune le informazioni disponibili, capitalizzando quanto possibile comparare e volendo volutamente riportare quanto oggettivo, senza quindi esprimere giudizi, è emerso che:

- a fronte di un sostanzialmente numero stabile di Adulti in Associazione (attorno ai 3.000, con una crescita del 1,5% annuo a partire dal 2012), **il numero di Adulti coinvolti nel percorso formativo è cresciuto notevolmente nel corso degli ultimi tre anni** (da poco più di 700 a più di 1.200, con una crescita del circa 20% annuo);
- **il maggior numero di Adulti "raggiunti" dall'offerta formativa è stato possibile con un aumento dei Moduli erogati** (da 24 del 2010 a 32 del 2015), grazie anche ai nuovi Moduli decentrati;
- ma oltre a crescere la partecipazione dei corsisti (da 300 a oltre 500) cresce anche il numero medio di partecipanti ad un Modulo (da 12 a 16);
- in termini di numero, l'Equipe di Formazione – pur presentando una "piramide delle esperienze" sostanzialmente stabile- risulta in diminuzione e rappresenta poco più del 2% di tutti gli Adulti presenti in Associazione;
- **umentano i Moduli, aumentano i partecipanti ma diminuiscono i Formatori, può essere un rischio?** Il rapporto nel 2010 tra Formatori e partecipanti era di 1 Formatore ogni 3 partecipanti. Nel 2015 è 1 ogni quasi 6;
- la Formazione è presente localmente con 6 Distretti. A ciascun distretto è assegnato in media una quota parte pari al 15% degli Adulti. I Moduli Base e Avanzato erogati coinvolgono, come partecipanti, in media il 20% degli Adulti del territorio;



- le Sezioni rispondono in modo partecipato all'offerta formativa del settore. Nel corso dello scorso Triennio infatti solo 2 Sezioni non hanno usufruito di alcun Modulo. Sono invece 59 le sezioni che hanno sempre preso parte ad almeno un Modulo all'anno.

CONCLUSIONI

- crescita degli Adulti in Formazione;
- maggior numero di Moduli erogati permette di raggiungere un numero maggiore di Adulti da formare;
- aumentano i Moduli di Formazione ma diminuiscono i Formatori. È un rischio?
- le Sezioni rispondono in modo partecipato all'offerta formativa del Settore.

INDAGINE INTERNA ED ESTERNA SETTORE COMUNICAZIONE 2016

https://drive.google.com/open?id=0B9c44OCAq6-_SXMzZEVOT3M1eU0

l'indagine interna è **stata condotta, sviluppata e analizzata dal Settore Comunicazione**. In occasione dell'incontro della Regione Europa di WOSM intitolato "Promoting Scouting and Strengthening its Public Image" tenutosi a Praga nel maggio 2016, primo incontro di questo tipo al mondo rivolto ai Responsabili della Comunicazione delle Associazioni affiliate, finalmente si è parlato a livello "alto" dei problemi che molte Associazioni hanno nel comunicare. In quella sede alla presenza di oltre 25 rappresentanti della comunicazione di tutta Europa si sono discussi temi e strategie per trovare un modo comune di promuovere l'immagine dello Scouting al fine di ampliare la nostra base di iscritti, di migliorare la percezione comune del Movimento e per facilitare nuove partnership e finanziamenti che potrebbero nascere a seguito di una valorizzazione.

La strategia primaria individuata in questa sede è stata quella di lavorare come Associazioni Scout seguendo le più moderne e aggiornate strategie di marketing e comunicazione, prendendo anche spunto dalle buone pratiche condivise da altre Associazioni (The Scout Association in primis) che hanno avuto successo.

Il primo tassello fondamentale individuato per poter costruire una strategia comunicativa vincente come Associazioni Scout, ancora prima quindi di dotarsi di un Piano di Comunicazione, è il dotarsi di un *Brand Purpose*: traducibile letteralmente come "scopo del marchio", per noi significa definire in termini comunicativi efficaci e soprattutto chiari a chiunque (e non solo alla nostra cerchia interna) quale sia lo scopo del CNGEI nella società Italiana e perché dovrebbe essere un'alternativa attrattiva per bambini, adolescenti, giovani, adulti e genitori.

Per fare questo lavoro di individuazione del Brand Purpose si è scelto di avvalersi di due strumenti utilizzati per il medesimo scopo e con successo da altre Associazioni Scout europee:

1. **Un'indagine interna**, rivolta ad un campione significativo di giovani, capi, senior e genitori che individuasse i punti positivi e negativi del "percepito" sul CNGEI da parte di stakeholders interni. Giovani, capi e senior sono soci dell'Associazione, i genitori sono persone esterne al CNGEI che però ci conoscono bene per le relazioni che hanno con noi tramite i loro figli;
2. **Un'indagine esterna**, rivolta ad un campione significativo della popolazione Italiana e condotta da un istituto di ricerca professionale che carpisca invece quale sia la percezione che chi NON conosce il CNGEI e/o gli Scout ha di noi e quali sono le cose che potrebbero interessarli / spaventarli della nostra associazione/movimento.

L'unione delle due indagini permetterà al Settore Comunicazione di poter elaborare il Brand Purpose del CNGEI e il Manuale dell'Immagine Coordinata e dell'Identità Visiva.

Il survey interno, condotto nei mesi di maggio-giugno-luglio 2016, chiedeva a Lupetti, Esploratori, Rover, Capi, Senior e Genitori di indicare:

- **3 cose negative** che gli altri gli dicono sullo Scouting e che loro non vorrebbero più sentire dire in giro;
- **4 cose positive** che lo Scouting gli ha dato nella loro vita (o nel caso dei genitori, che ha dato ai loro figli);
- **1 cosa positiva** che lo Scouting gli ha dato e che **non avrebbero potuto trovare altrove**.

Dopo l'analisi dei dati ottenuti dalla survey interna, possiamo concludere:

- il fatto che l'essere sporchi, volgari ed incivili sia un elemento così rilevante soprattutto per i soci giovani ci sorprende dato che spesso in molte campagne promozionali di altre Associazioni scout estere il concetto di "Scout sporco" è stato utilizzato con successo. Questo dato necessita

di essere verificato nell'indagine di mercato esterna per capire se è una questione culturale (in Italia l'essere "sporco" non è mai positivo anche se si è sporchi perché si è faticato etc...? Oppure no?) e se può essere un dis-valore. In caso di risposta positiva le nostre campagne comunicative dovranno quindi concentrarsi sul mostrare immagini che non diano questa impressione;

- Il fatto che lo Scouting venga percepito come noioso ed inutile sorprende soprattutto nella proporzione delle risposte che ha ricevuto. È praticamente pari merito con la questione CN.G.E.I.-AGESCI e con la questione militarismo e la questione infantilismo (tre aspetti che invece non sorprende siano così alti). Questo deve far riflettere su due aspetti: come trasmettere l'idea che lo Scouting sia divertente e come trasmettere l'idea che lo Scouting sia utile alla società. Con questi dati, se verranno confermati dall'indagine esterna, è evidente come questa sia la priorità numero 1 sul fronte comunicativo.
- Sugli aspetti positivi dello Scouting ciò che sorprende è come Leadership e il "Farcela nella vita grazie agli Scout" siano così bassi visto quanto come Associazione ci siamo interrogati su questi aspetti. Chi si occupa di programmi educativi potrà prendere i risultati di questa indagine e cominciare a riflettere su come attuiamo l'educazione alla Leadership nelle tre Branche, dato che per i nostri giovani non appare un valore aggiunto significativo mentre per le Organizzazioni Mondiali (soprattutto WAGGGS) dovrebbe essere invece uno degli aspetti più forti dell'esperienza scout di un/una giovane. Sul "Farcela nella vita", che ad oggi è forse l'unica argomentazione "forte" che si propone ad adulti esterni per entrare nello Scouting (anche con la creazione di supporti come il recente manuale sul CV- Competenze del Settore Internazionale), pure bisogna iniziare a riflettere sul quanto sia percepita realmente;
- Sorprende il risultato mediocre del "Volontariato/Servizio", peraltro trainato più dai soci adulti che da quelli giovani. Sorprende, sempre in negativo, soprattutto in Branch Rover. Questo elemento essenziale dello Scouting viene poco percepito dai giovani come un valore positivo e significativo della loro vita scout. Anche qui chi vorrà potrà partire da questi dati per compiere maggiori analisi sul nostro programma educativo.
- Si gli scout sono "bambini vestiti da cretini, guidati da cretini vestiti da bambini" ancora per moltissime persone. Questo si ripercuote sul fatto che siamo percepiti come un'Associazione paramilitare, con un'uniforme datata e che gli scout sono bambinoni, disadattati sociali, "sfigati" o perdenti. Non è una sorpresa ed è uno stereotipo forte con cui comunicativamente dobbiamo fare i conti.
- L'essere autonomi e il trovare un gruppo di amicizie forti per la vita non ci sorprende siano due aspetti positivi molto rilevanti. Entrambi hanno un forte potenziale comunicativo dato che è stato mostrato come siano aspetti graditi sia ai genitori che agli adulti che ai giovani.
- Non sorprende il buon risultato del superare i propri limiti e quello delle esperienze fuori dal comune, anche se distinte dagli eventi nazionali ed internazionali che non hanno particolare successo se non nella fascia Lupetti. Ciò che per molti è il valore aggiunto delle attività "fuori dal comune" sono spesso hike, campi, etc. parte della normale vita di Unità. Ciò rincuora dato che significa che quello che proponiamo è allettante e accattivante per i nostri giovani. Il problema è come trasmettere questo principio all'esterno in chiave comunicativa.
- Il 2,30% delle risposte identifica lo Scouting come un movimento solo per uomini, ma solo lo 0,59% percepisce la parità di genere nello Scouting come elemento positivo. È un aspetto da indagare per capire quanto estesa sia questa percezione e quanto esista o meno un problema di genere. Utili saranno in questa analisi i dati dei censimenti, valutando nuovi ingressi e perdite per fascia d'età e sesso.
- I ragazzi e le ragazze che fanno gli Scout sono percepiti come "disagiati" che faticano a fare amicizia nel mondo normale (16,44%) ma per i genitori è proprio il fatto che i loro figli finalmente siano riusciti a fare delle amicizie (27,38%) l'aspetto più positivo dello Scouting. Siamo quindi un'Associazione utile solo per questa necessità delle famiglie? O esiste un problema sociale dove è difficile per un giovane o una giovane fare amicizie vere in altri contesti e quindi lo Scouting è un'eccezione positiva?
- La sporcizia è un problema più per i soci giovani (11,13%) che per i genitori (4,02%). Mentre gli scout sono più pericolosi per i genitori (6,92%) che per i soci giovani (4,52%).

- Gli adulti (4,78%) sono quelli che meno percepiscono come aspetto positivo le “attività scout divertenti e coinvolgenti” rispetto ai ragazzi (5,94%) e ai genitori (6,08%). Sono anche quelli che meno individuano nel contatto con la natura un aspetto positivo dello Scouting.
- In tutte le risposte dei soci giovani le parole “Jamboree” e “Roverway” compaiono una sola volta (Jamboree, menzionato da una Rover)

L'indagine esterna è stata svolta dalla Società Quorum (con indicazioni precise dal Settore Comunicazione). Il target di riferimento è stato un campione rappresentativo della popolazione italiana così costituito:

- Tre fasce d'età, per noi cruciali: i giovani 15-19 anni (ragazzi/e che potrebbero iscriversi al CNGEI da soli come soci giovani); i giovani adulti 20-30 anni (potenziali capi); i genitori dai 30 ai 55 anni
- 393 ragazzi
- 400 giovani adulti
- 415 genitori

I risultati principali ottenuti sono stati:

- per il 61,9% degli Italiani le associazioni di volontariato sono molto importanti, abbastanza per il 34,3%;
- sono importanti più per i genitori (65,7%) che per i giovani (54,9%) e i giovani adulti (52,6%);
- gli aspetti che gli Italiani ricercano in un'Associazione sono il fatto che agisca nel concreto nel sociale (31,1%) e che abbia un'integrità morale (18,5%);
- per i giovani adulti gli ideali dell'Associazione sono più importanti rispetto alla media (13,4%) mentre integrità morale e le attività concrete sono meno significative;
- per il 26% degli Italiani lo Scouting è molto importante per la società e lo è abbastanza per il 50,7%. Il 18,7% ritiene lo Scouting poco importante e il 4,1% per niente importante;
- lo Scouting viene associato principalmente alla natura, ai giovani e al fatto che sia un'esperienza di vita (12,5% ciascuna). Segue staccata di poco l'educazione (10,6%). La Chiesa/Religione si assesta all'8% davanti alla solidarietà e all'avventura (6%). Solo il 3% lo associa alla cittadinanza attiva. Nei dati regionali spicca il Veneto dove gli aspetti esperienziali sono molto più importanti che nelle altre regioni;
- il 45% degli Italiani non si iscriverebbe agli Scout né iscriverebbe i propri figli (probabilmente no+sicuramente no); il perché: 23,4% non si riconosce nei valori degli Scout, il 21,1% non ci conosce abbastanza, l'11% per via della Religione, l'11% perché non ha un gruppo scout vicino a casa. Cosa li incentiverebbe a farlo: la condivisione di esperienze e valori (17,2%), il fatto di diventare autonomi (12,6%) seguita da impegno civile e amicizia al 10%. La natura e il vivere l'avventura hanno anche un forte risultato;
- il 75,7% dei giovani italiani dai 20 ai 30 anni non prenderebbe in considerazione l'idea di unirsi agli scout come volontario. Chi lo vuole fare lo farebbe per il fatto che sarebbe un'esperienza formativa e per vivere a contatto con la natura. Fra coloro che NON SI ISCRIVEREBBERO, un incentivo ad iscriversi sarebbe: l'imparare competenze nuove (20,3%) seguito da nuove amicizie (13,8%) e vita nella natura (13%);
- il 21,2% della popolazione italiana fra i 15 e i 55 anni conosce l'esistenza del CNGEI. AGESCI è nota al 49,1% della medesima popolazione, Assoraider al 2,2%, Federscout all'1% FSE allo 0,5%. Fra chi conosce già il CNGEI ne hanno un'opinione positiva il 93,4% degli intervistati. Chi ci conosce lo ha fatto tramite: amici (47,6%), internet (19,7%), stampa e tv (11,8%), eventi pubblici organizzati dal CNGEI (10,4%), Social Network (8,2%);
- dopo aver presentato l'associazione a chi non ci conosceva è stato chiesto quanto ritengono sia utile il CNGEI per l'Italia: Molto 10,3%, Abbastanza 58,4%, Poco 26,1%, Per nulla 5,2%;
- è stato chiesto agli italiani di valutare 9 attività tipiche del CNGEI mettendole in ordine di importanza. Ritenute più importanti: Antibullismo, non violenza ed internazionalità (15,9%), Protezione



- ne dell'Ambiente (15,1%), Diritti Civili (14,4%), Avventura nella Natura (14,2%). Ritenute meno importanti: Spiritualità (19,8%), Solidarietà e accoglienza ai migranti (18,9%), Giochi (14,5%);
- Dopo aver elencato le attività si è chiesto ai genitori se intendono iscrivere i loro figli al CNGEI: il 54% risponde molto + abbastanza convinto. Il 28,3% non lo farebbe per incompatibilità coi propri valori, il 30,7 per mancanza di tempo. L'incompatibilità valoriale fra chi non prende in considerazione il CNGEI sale al 37,8% analizzando tutte le risposte L'uniforme (4,3%) o l'essere preso in giro (2,9%) appaiono come preoccupazioni secondarie.

Ulteriori conclusioni fondamentali:

- esiste una fetta consistente di Italiani (almeno il 40%) che è restia nei confronti dello Scouting;
- una forte componente di chi vede con diffidenza gli Scout e il CNGEI lo fa per motivi di tipo valoriale. Questa fascia della popolazione non potrà mai essere affetta in maniera efficace dalla nostra Comunicazione dato che chi non approva che noi siamo accoglienti verso i migranti non ci vedrà mai come un interlocutore a cui dare ascolto;
- la mancanza di tempo pare il problema principale per chi non vuole avvicinarsi agli scout. Questa popolazione può essere raggiunta con messaggi ad hoc

A1.3 ESITI DELLE CONSULTAZIONI (ELENCO E CONTRIBUTI OTTENUTI):

EVENTO: CAMPO SCUOLA PRIMAVERILE 2016 – CESENATICO;

Documento di riferimento per approfondimenti: Report partecipazione Campo Scuola primavera 2016 CS”

https://drive.google.com/open?id=0B9c44OCAq6-_cWFKUkY0WFJrNik

Sintesi di quanto emerso e prodotto: il CS partecipa con un intervento specifico, di circa 1,15'h, nel secondo giorno del Campo Scuola. Gli interlocutori sono i partecipanti del Campo Scuola con la presenza di quattro Moduli VCU per un totale di circa 110 persone provenienti da realtà associative differenti. I partecipanti sono solo all'inizio del loro percorso di approfondimento durante il Campo Scuola ed è da tenere conto di questo dato nell'analisi dei contributi ricevuti. Prendendo spunto dalla tecnica del Word Caffè, i partecipanti vengono suddivisi in vari Gruppi di Lavoro con lo scopo di porre delle riflessioni rispetto a delle domande fornite. Sono state poste quattro domande su una delle tre aree del Documento d'indirizzo (a quel tempo proposto), l'Area Educativa/Giovani sotto un unico titolo: il tema triennale. Le domande sono state formulate in modo articolato per comunicare adeguatamente il campo d'interesse e fare in modo che le conversazioni ed i contributi rimanessero nel tema.

CONCLUSIONI

- Aggiornare gli strumenti quando necessario;
- Velocizzare i processi e i percorsi di aggiornamento;
- Utilizzare le nuove Tecnologie ed educare all'utilizzo consapevole di tali;
- Comunicare il nostro Metodo all'esterno in maniera più chiara ed efficace;
- Incrementare la presenza dei giovani nei momenti decisionali (Assemblea Nazionale);
- Porre attenzione agli stereotipi sullo Scouting;
- Per verificare l'impatto associativo all'esterno potrebbero essere consultate altre Associazioni con cui si collabora, enti territoriali nel quale si è presenti andando a valutare gli effetti della nostra presenza sul territorio, specialisti e altre realtà giovanili. Genitori e insegnanti.

EVENTO: OCCASIONI DI PRIMAVERA 2016 – CESENATICO;

Documento di riferimento per approfondimenti: Report Lavori di Gruppo OdP 2016

https://drive.google.com/open?id=0B9c44OCAq6-_dHZweks1dGplSG8

Sintesi di quanto emerso e prodotto: parte del Sabato pomeriggio è stato dedicato a Gruppi di Lavoro spontanei. I Gruppi di Lavoro si creavano in base alla volontà dei partecipanti di affrontare una tematica/ aree di discussione presentata durante la Plenaria iniziale. Si è offerta anche la possibilità di proporre spontaneamente nuove aree/tematiche di discussione.

I temi/aree di discussione affrontati sono stati:

**Sotto-ambito: GIOVANI – OFFERTA EDUCATIVA**

TEMA G1, G2, G3, G4, G5, G6, G7, G8, G9 Lo Scautismo CNGEI nella società contemporanea: valori, programmazioni e programmi educativi per le giovani generazioni attuali e future.

Sotto-ambito ADULTI – OFFERTA FORMATIVA

TEMA G10, G11, G12, G13, G14, G15, G16, G17, G18 Lo Scautismo CNGEI nella società contemporanea: un'esca attraente, un impegno civile concreto e sostenibile che motiva e gratifica l'adulto che presta servizio associativo.

Sotto-ambito ORGANIZZAZIONE – STRUTTURA ASSOCIATIVA

TEMA G19, G20, G21, G22, G23, G24, G25, G26, G27

Lo Scautismo CNGEI nella società contemporanea: le strutture, le relazioni interne e i processi Associativi, discendono da un'organizzazione che garantisce l'integrazione associativa.

CONCLUSIONI RIASSUNTO

Sotto-ambito: GIOVANI – OFFERTA EDUCATIVA

- Aggiornare il linguaggio degli Strumenti quando necessario prestando anche attenzione al tipo di terminologia utilizzata e cercando di non veicolare, all'esterno, concetti sbagliati (Ronde, Pattuglie, Dio, Patria, Famiglia...);
- Verificare e aggiornare gli Strumenti del Metodo in linea con la Società di oggi (PO, Promessa...), con i Bisogni dei ragazzi di oggi;
- Porre attenzione sui nuovi bisogni dei ragazzi di oggi e non solo su quelli già conosciuti e ribaditi nel tempo. Monitorare i bisogni dei nostri ragazzi in sinergia con i cambiamenti che avvengono nella Società di oggi (aggiornare, evidenziare eventuali nuovi Bisogni);
- Riflettere sulle fasce d'età ponendo attenzione alla fine del percorso educativo a 18 anni;
- Riflettere sul concetto di Vita all'Aria Aperta oggi soprattutto nei contesti urbani;
- Quali esperienze, oggi, lo Scouting dovrebbe far vivere ai ragazzi?
- Educare ad un utilizzo consapevole delle nuove tecnologie;

Sotto-ambito ADULTI – OFFERTA FORMATIVA

- Potenziare il confronto con i genitori e creare una rete con loro;
- Formazione per esterni: come? Creare un format nazionale per avvicinare adulti non scout all'Associazione;
- Riflettere sul come riportare all'esterno l'esperienza scout;
- Ragionare sulla sostenibilità dei Ruoli associativi. I Ruoli sono sostenibili oggi? Quali gratificazioni, contributi economici, ruoli proporzionali al tempo, percorsi di crescita individuali, supporto, strumenti che mettiamo in gioco per affrontare il ruolo, coinvolgimento degli Adulti in Associazione, lavorare sulle capacità di delega; (durante incarichi, precarietà del lavoro, mobilità degli studenti universitari...);
- Ragione sul ruolo dell'Adulti in Associazione oggi e agire per il reclutamento di nuove forze adulte. Siamo attrattivi?
- Valorizzazione delle competenze scout (e non) in Associazione;
- Bilancio delle competenze spendibili in Associazione e non;
- Puntare sul riconoscimento all'esterno delle competenze acquisite grazie allo Scouting (Università, Lavoro...);
- Condividere le esperienze tra Capi dell'Associazione
- Aumentare il trapasso di nozioni e tecniche scout (e non) permettendo di acquisire o ampliare nuove competenze;
- Investire sullo Sviluppo Locale;
- Sostenibilità dell'iter formativo per gli Adulti in servizio (lunghezza del percorso, senso di "essere all'altezza" nella stesura di EdP –PP, abbattere l'ansia d'idoneità, maggiori strumenti al CdS per dare una valutazione ai propri Capi, PP troppo articolati e complessi...)
- Semplificare l'accesso alla formazione e l'iter formativo (burocrazia complessa, tempi lenti, poche offerte, liste d'attesa lunghe, moduli accorpabili...);
- Aggiornare i contenuti dei Moduli formativi: più tecnica, più spazio ad argomenti legati allo Sviluppo;
- Maggior tecnica e meno teoria – (riflettere sul fatto che i contenuti specifici vengono erogato solo a "fine" del percorso). Maggior momenti di formazione specifica nazionali e locali con taglio tecnico ed educativo;
- Offrire aggiornamenti specifici una volta concluso l'iter di formazione;

- Integrare maggiormente la formazione nazionale con quella che avviene nelle Sezioni per una formazione più adeguata al contesto locale. Uniformare il livello qualitativo tra offerta formativa nazionale e locale;
- Momenti di aggiornamento tecnico e specifico indirizzato ai soli Senior;
- Differenziare maggiormente il Modulo Base dal Percorso Senior;
- Aumentare l'offerta formativa (soprattutto al Sud Italia);
- Puntare sulla Formazione dei Ruoli Elettivi e Dirigenziali;

Sotto-ambito ORGANIZZAZIONE – STRUTTURA ASSOCIATIVA

- Aumentare il legame tra nazionale e locale: comunicare meglio, rendere più partecipe il livello locale, più trasparenza nei processi decisionali, velocizzare i tempi di coinvolgimento
- Aumentare il coinvolgimento del livello locale in momenti decisionali nazionali;
- Flessibilità organizzativa per i Livelli locali;
- Rendere i livelli locali un punto fondamentale per la strategia di sviluppo futuro;
- Potenziare la Regione rendendo chiara la sua funzione, le offerte che deve promuovere e le sue possibilità;
- Aumentare i momenti di condivisone e dibattito sulle scelte associative;
- Rendere maggiormente partecipi i nostri giovani alla Vita Associativa rendendoli anche maggiormente informati;
- Rivalutare il meccanismo delle deleghe in Sezione;
- Ragionare sulla sostenibilità dell'organizzazione associativa in funzione del futuro CNGEI che si vuole;
- Ampliare i momenti di democrazia associativa per gli adulti;
- Coinvolgere i giovani nei processi democratici;
- Ampliare la rete di Partnership attive (Nazionali e Locali): chiare i benefici, creare un format nazionale per stipulare a livello locale partnership. Creare Partnership con consulenti esterni per contenuti specifici (educativi e non);
- Potenziare la collaborazione tra Associazioni. Essere meno rigidi nel permettere l'ingresso di proposte esterne al nostro interno;
- Rendere maggiormente chiara la responsabilità delle singole figure in Associazione per consentire un controllo democratico sulle decisioni;
- Assemblea Nazionale più rivolta verso lo scopo educativo associativo e non solo sui risvolti tecnici;
- Velocizzare e potenziare i processi decisionali in Associazione;
- Potenziare la rappresentatività degli educatori diretti nei momenti di democrazia associativa;
- Regolamentare le modalità con le quali vengono acquisite le informazioni e come spese vengono impiegate nei vari Settori associativi;
- Rafforzare la partecipazione democratica dei Soci;

Sotto-ambito IDENTITÀ ASSOCIATIVA

- Che impatto concreto ha il CNGEI a livello locale, sociale?!
- Riflettere sul ruolo dello Scout – di tutti i giorni - nella Società;
- I nostri Soci rispecchiamo o meno la società in cui viviamo? Siamo rappresentativi nelle nostre realtà locali? Confronto con le altre Culture? Come si pone il CNGEI? Siamo inclusivi per tutte le realtà culturali? Cosa vuol dire essere buon cittadino oggi? La Società cambia, come cambia il rapporto educatore/educando? Difficoltà di applicare i Valori scout in una Società che ne promuove altri;



- Servono supporti per aiutarci nella comprensione dei bisogni della società contemporanea (esperti, collaborazioni con altre Associazioni, Scuola...);
- Fornire supporti per saper gestire le multietnicità e la condivisione di culture differenti;
- Potenziare il confronto all'interno dell'Associazione (nei vari eventi proposti) anche grazie al supporto di consulenti e specialisti esterni;
- Comunicare in maniera vincente all'esterno dell'Associazione per proporsi come realtà interessante.
- Confronto su tematiche specifiche con esperti esterni (sessualità, multiculturalità...);
- Riflettere sul cambiamento del contesto attorno al quale lavoriamo oggi (Famiglia, Scuola, Società...)
- Comunicare meglio: all'interno e all'esterno dell'Associazione. Creare una rete tra locale e nazionale sulla Comunicazione interna ed esterna;
- Comunicare con successo: prendere posizione su tematiche rilevanti (es. Diritti Civili e Impegno Civile), comunicare meglio i Valori associativi all'esterno (es. aggiornamento della Carta d'Identità Associativa), abbattere gli stereotipi sullo Scouting, renderci maggiormente attrattivi per l'esterno (ma anche all'interno per non perdere Soci), aggiornare il nostro linguaggio...
- Utilizzo consapevole dei Social Network in Associazione (a livello Nazionale e Locale);
- Comunicare meglio i processi associativi;
- Aggiornare l'immagine Associativa;
- Potenziare i mezzi di comunicazione tra i Capi dell'Associazione (renderli più utili, veloci, condividere le esperienze e competenze...). Utilizzo dei mezzi di Comunicazione in Associazione anche per queste finalità.

EVENTO: RIUNIONE QUADRI ASSOCIATIVI - GIUGNO 2016;

Sintesi di quanto emerso e prodotto: la Riunione Quadri Associativi 2016 è stata programmata attorno alla presentazione dei Lavori in corso sul Piano Strategico e le Riforme Istituzionali. I Gruppi di Lavoro interni alla Cabina di Regia hanno presentato i primi lavori prodotti e successivamente sono stati consultati i partecipanti nella rielaborazione degli Obiettivi Strategici e nella presentazione delle prime proposte dal Gruppo di Lavoro sulle Riforme Istituzionali.

I Risultati di questa Riunione vengono inseriti nell'aggiornamento del Documento Percorso di Avvicinamento al Piano Strategico e integrati nelle riflessioni del Gruppo di Lavoro sulle Riforme Istituzionali.

EVENTO: RIUNIONE CONSIGLIO NAZIONALE - LUGLIO 2016;

Documento di riferimento per approfondimenti: Verbale Consiglio Nazionale luglio 2016

EVENTO: INTERBANCA 2016 - CESENATICO;

Documento di riferimento per approfondimenti: Documenti Interbranca 2016

https://drive.google.com/open?id=0B9c44OCAq6-_bDVGy3VpTU5ScW8

Sintesi di quanto emerso e prodotto: partendo dagli obiettivi approvati dal CN e inviati alle Sezioni perché formulino i loro contributi: valutazione obiettivi, proposta di azioni prioritarie (invio richiesta con documenti 7 luglio, termine per acquisizione contributi 8 ottobre). In attesa dei contributi richiesti, considerando Interbranca 2016 un'opportunità importante di consultazione associativa per l'acquisizione di ulteriori contributi e spunti di riflessione, sono stati posti all'attenzione dei partecipanti gli Obiettivi già divulgati, ai quali sono state associate ipotetiche Azioni prioritarie in ipotesi. Ad Interbranca è stato spiegato ripetutamente che questa iniziativa è stata pensata e proposta come una opportunità di sensibilizzazione dei partecipanti proponendo una riflessione che meglio potesse favorire, stimolare, la produzione partecipata dei contributi delle Sezioni e costituire una base dalla quale dedurre i criteri utili per la loro valutazione ed utilizzo: dunque un'iniziativa di sostegno e stimolo ad un processo avviato. La presenza di un grande numero di educatori diretti e di giovani-adulti ha rafforzato la scelta per acquisire "gli umori" di quella parte di Adulti che nell'Associazione è a più diretto contatto con i ragazzi e ragazze.

I contributi sono stati richiesti con tre modalità alle quali i partecipanti potevano aderire spontaneamente:

1. La valutazione del sistema di Obiettivi ed Azioni è stata affidata ad un "sistema semaforico" di evidente significato: i risultati sono riportati nella tabella (vedi link), che illustra non solo le opinioni in forma asciutta, ma la sensibilità dei partecipanti per gli argomenti sia nella forma dei quattro macroargomenti, o degli Obiettivi o delle Azioni. Si può ipotizzare in prima analisi, che si ha a disposizione un'espressione di parere in termini di valutazione e di interesse che possono aiutare a costruire i criteri con i quali modificare, integrare, costruire il Documento finale una volta acquisito il contributo delle Sezioni sia in termini di contenuti (Obiettivi e Azioni corrispondenti) sia di priorità.
2. World caffè.. Sono stati allestiti tavoli tematici, ciascuno dedicato ad una delle quattro macroare del Piano Strategico attorno ai quali riunirsi per un confronto sul Tema e per depositare commenti, suggerimenti individuali e di gruppo.
3. Banchetto informativo a disposizione per chiarimenti e approfondimenti (Capo Scout e Presidente).
4. Schede di emendamento delle Azioni su iniziativa individuale sostenuta da almeno 10 partecipanti di Sezioni diversi. Opportunità di confronto tra piccoli gruppi promossi spontaneamente da un proponente



EVENTO: INDAGINE PROMOSSA DALLE CONSULTE REGIONALI (MAGGIO 2016)

i contributi sono stati recepiti e organizzati in fase di stesura finale del Documento sul Piano Strategico e Riforme Istituzionali.

EVENTO: RITORNI RICEVUTI DALLE SEZIONI

i contributi sono stati recepiti e organizzati in fase di stesura finale del Documento sul Piano Strategico e Riforme Istituzionali.

A1.4: LE PARTNERSHIP ATTUALI

(a cura di Michele Romani):

si riepilogano di seguito le Partnership e le collaborazioni già definite e attualmente attive che il CNGEI ha stretto con Associazioni ed Enti, comprese quelle strette nel livello F.I.S. L'elenco comprende anche una breve sintesi descrittiva afferente scopi/finalità/Mission dell'Associazione/Ente di riferimento, oltre che l'indirizzo web della pagina ufficiale. Per ogni partnership attiva vi è in tabella riportata una sintesi descrittiva che indica data del protocollo/intesa, firmatari e sintesi descrittiva della struttura.

COLLABORAZIONI CON ENTI PUBBLICI

MIUR - Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca è il dicastero del governo italiano preposto all'amministrazione dell'istruzione, dell'università, della ricerca e dell'alta formazione artistica, musicale e coreutica.

<http://www.istruzione.it/>

| | | | |
|-----------------------|---|--|--|
| 31 ottobre 2014 | Roberto Marcialis. P.Naz CNGEI; Luciano Chiappetta, Capo Dipartimento per l'istruzione. | Attiva, durata triennale dalla sottoscrizione della stessa. Possibilità di implemento degli obiettivi comuni e di ulteriori e concrete azioni su ogni livello. | Partnership volta a promuovere un'azione sistematica e coordinata nell'ambito delle tematiche condivise inerenti l'educazione alla democrazia e alla legalità, attraverso costruzione di attività educative che sensibilizzino i giovani ad un'opportunità solidali e responsabili propedeutiche alla formazione del "buon cittadino". |
|-----------------------|---|--|--|

COLLABORAZIONI STRETTE A LIVELLO F.I.S.

CORPO FORESTALE DELLO STATO

Il Corpo forestale dello Stato, **istituito nel 1822**, è una forza di polizia ad ordinamento civile, specializzata nella tutela del patrimonio naturale e paesaggistico, nella prevenzione e repressione dei reati in materia ambientale e agroalimentare. La molteplicità dei compiti affidati alla Forestale affonda le radici in una storia professionale dedicata alla difesa dei boschi, che si è evoluta nel tempo fino a comprendere ogni attività di salvaguardia delle risorse agroambientali, del patrimonio faunistico e naturalistico nazionale.

<http://www.corpoforestale.it>

| | | | |
|----------------------|--|--|--|
| 15 giugno 2016 | Capo del Corpo forestale dello Stato, Cesare Patrone; Presidente della Federazione Italiana dello Scouting, Matteo Spanò. | Attiva da diffondere e implementare in relazione alla struttura di concrete azioni/possibilità da intraprendere. | Il protocollo mira a implementare scambi di dati ed informazioni relativi all'ambiente, iniziative di tutela della biodiversità animale e vegetale, nei parchi nazionali e nelle riserve naturali gestite dal Corpo forestale dello Stato e nelle altre aree naturali protette, iniziative di educazione ambientale, collaborazione nella prevenzione degli incendi boschivi, del bracconaggio, dei maltrattamenti degli animali e nella ricerca di persone disperse in montagna. Prevede inoltre azioni coordinate di osservazione del territorio, per la difesa dai danni ambientali e con riferimento a situazioni di emergenza (abusivismo edilizio, rifiuti, inquinamento delle acque, tagli illegali). |
|----------------------|--|--|--|

COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI

LIBERA - Associazioni, Nomi e Numeri Contro le Mafie-

“Libera nata il 25 marzo 1995 con l'intento di sollecitare la società civile nella lotta alle mafie e promuovere legalità e giustizia. Attualmente Libera è un coordinamento di oltre 1500 associazioni, gruppi, scuole, realtà di base, territorialmente impegnate per costruire sinergie politico-culturali e organizzative capaci di diffondere la cultura della legalità. La legge sull'uso sociale dei beni confiscati alle mafie, l'educazione alla legalità democratica, l'impegno contro la corruzione, i campi di formazione antimafia, i progetti sul lavoro e lo sviluppo, le attività antiusura, sono alcuni dei concreti impegni di Libera. Libera è riconosciuta come associazione di promozione sociale dal Ministero della Solidarietà Sociale. Nel 2008 è stata inserita dall'Europres tra le eccellenze italiane. Nel 2012 è stata inserita dalla rivista The Global Journal nella classifica delle cento migliori Ong del mondo: è l'unica organizzazione italiana di «community empowerment» che figura in questa lista, la prima dedicata all'universo del no-profit.

<http://www.libera.it/>

| | | | |
|-----------------|--|--|---|
| 26 ottobre 2006 | Domanda di Adesione, Donatella Biozzi, P.Naz CNGEI. | Attiva, possibilità di implemento degli obiettivi comuni e di ulteriori e concrete azioni su ogni livello. | Adesione mossa dall'intento di sollecitare la società civile nella lotta alle mafie e promuovere legalità e giustizia. Attive iniziative di collaborazione concretizzate anche in numerose occasioni educative. |
|-----------------|--|--|---|

CAI – Club Alpino Italiano

Il Club Alpino Italiano è un'associazione con una storia di oltre 150 anni. Costituito il 23 ottobre 1863 a Torino - anche se si può affermare che la sua fondazione ideale sia avvenuta il 12 agosto dello stesso anno, durante la celeberrima salita al Monviso ad opera di Quintino Sella, Giovanni Barracco, Paolo e Giacinto di Saint Robert - il Club Alpino Italiano è una libera associazione nazionale che, come recita l'articolo 1 del suo Statuto, “ha per scopo l'alpinismo in ogni sua manifestazione, la conoscenza e lo studio delle montagne, specialmente di quelle italiane, e la difesa del loro ambiente naturale”.

<http://www.cai.it/>

| | | | |
|----------------|--|--|---|
| 15 maggio 2009 | Doriano Guerrieri, P. Naz CNGEI; Alberto Fantuzzo, Pres. AGESCI; Annibale Salsa, Pres. CAI; On. Erminio Quartiani, Pres. del gruppo amici della montagna del Parlamento italiano. | Attiva, possibilità di implemento degli obiettivi comuni e di ulteriori e concrete azioni su ogni livello. | Partnership patrocinata dal “Del gruppo amici della montagna del Parlamento italiano” finalizzata allo scopo del vivere la montagna in tutte le potenzialità che offre nel contesto educativo, formativo, di rispetto dell'ambiente e di conoscenza della cultura della montagna, in ottica tecnica e strategica. |
|----------------|--|--|---|

LEGAMBIENTE

Legambiente è nata nel 1980, erede dei primi nuclei ecologisti e del movimento antinucleare che si sviluppò in Italia e in tutto il mondo occidentale nella seconda metà degli anni '70.

Tratto distintivo dell'associazione è stato fin dall'inizio l'ambientalismo scientifico, ovvero la scelta di fondare ogni progetto in difesa dell'ambiente su una solida base di dati scientifici, uno strumento con cui è possibile indicare percorsi alternativi concreti e realizzabili.

L'approccio scientifico, unito a un costante lavoro di informazione, sensibilizzazione e coinvolgimento dei cittadini, ha garantito il profondo radicamento di Legambiente nella società fino a farne l'organizzazione ambientalista con la diffusione più capillare sul territorio: oltre 115.000 tra soci e sostenitori, 1.000 gruppi locali, 30.000 classi che partecipano a programmi di educazione ambientale, più di 3.000 giovani che ogni anno partecipano ai nostri campi di volontariato, oltre 60 aree naturali gestite direttamente o in collaborazione con altre realtà locali.

Legambiente è un'associazione senza fini di lucro, le attività che organizziamo sono frutto dell'impegno volontario di migliaia di cittadini che con tenacia, fantasia e creatività si impegnano per tenere alta l'attenzione sulle emergenze ambientali del Paese.

<http://www.legambiente.it/>

| | | | |
|---------------------|--|--|---|
| 2 maggio 2005 | Donatella Biozzi, P.Naz CNGEI; Francesco Ferrante, Pres. Legambiente. | Attiva, possibilità di implemento degli obiettivi comuni in ulteriori e concrete azioni su ogni livello. | Protocollo di collaborazione volto a definire intenti sinergici di portata educativa e formativa nell'ottica di attività di protezione civile e di educazione ambientale. |
|---------------------|--|--|---|

IPSIA -Istituto Pace Sviluppo Innovazione Acli-

Ipsia è l'organizzazione non governativa promossa dalle ACLI per trasformare in iniziative di cooperazione internazionale esperienze e valori di associazionismo popolare. Dal 1985 promuove iniziative che uniscono associazionismo, formazione - professionale e non - e sviluppo sociale costruendo legami di solidarietà fra i popoli. L'azione è rivolta prevalentemente ai giovani e alla loro ricerca di orientamento e di futuro, nell'impegno per uno sviluppo sostenibile, per la convivenza civile, per la pace. Promuove relazioni di partnership con organizzazioni di società civile che sostengono iniziative a favore delle vittime di guerre e povertà, nei paesi meno sviluppati.

<http://www.ipsia-acli.it/>

| | | | |
|-------------------|---|--|---|
| MANCA DATA | MANCANO FIRMATARI Branca Rover e Settore Internazionale | Attiva, possibilità di implemento degli obiettivi comuni e di diffusione della proposta. | Collaborazione in funzione di servizio e di conoscenza della complessa realtà balcanica, da poter approfondire in diverse collocazioni territoriali nell'ottica di un percorso educativo, culturale e di scambio di esperienze di portata internazionale. |
|-------------------|---|--|---|

A1.5 CONCLUSIONI FINALI

riassumendo tutti i contributi estratti dai vari Documenti analizzati in questo Documento e dai vari momenti di consultazione associativa possiamo riassumere le conclusioni finali secondo la Tabella seguente:

| CONTRIBUTO AREA IDENTITÀ ASSOCIATIVA |
|--|
| Riflettere sul ruolo dello Scout – di tutti i giorni - nella Società di oggi |
| Confronto su tematiche specifiche con esperti esterni (sessualità, multiculturalità...) |
| Sviluppo della Dimensione Spirituale: creare un dibattito associativo e un aggiornamento dei Supporti presenti in Associazione |
| Che impatto concreto ha il CNGEI a livello locale, sociale?! |
| In linea generale emerge anche la volontà in tutte e tre le Branche di offrire un Evento Educativo per i ragazzi e le ragazze ogni Triennio |
| Quali esperienze, oggi, lo Scoutismo dovrebbe far vivere ai ragazzi? |
| CONTRIBUTO AREA GIOVANI – OFFERTA EDUCATIVA |
| Porre attenzione sui nuovi bisogni dei ragazzi di oggi e non solo su quelli già conosciuti e ribaditi nel tempo. Monitorare i bisogni dei nostri ragazzi in sinergia con i cambiamenti che avvengono nella Società di oggi (aggiornare, evidenziare eventuali nuovi Bisogni) |
| Aggiornare il linguaggio degli Strumenti quando necessario prestando anche attenzione al tipo di terminologia utilizzata e cercando di non veicolare, all'esterno, concetti sbagliati (Ronde, Pattuglie, Dio, Patria, Famiglia...) |
| Verificare e aggiornare gli Strumenti del Metodo in linea con la Società di oggi (nello specifico vengono spesso nominati PO e Promessa...), con i Bisogni dei ragazzi di oggi |
| Ragionare sui Passaggi di Branca: oltre allo Strumento del Metodo, come punto centrale nell'analisi delle perdite dei giovani associati |
| Approfondire le motivazioni per la perdita consistente dei ragazzi e delle ragazze al secondo/terzo anno di Reparto |
| Creare uno studio dettagliato degli abbandoni: es. "questionari di uscita" per le Sezioni |
| Organizzare un approfondimento statistico sui dati dell'Associazione in ottica delle Aree del Piano Strategico per essere maggiormente di supporto al Piano stesso |
| I nostri Soci rispecchiamo o meno la società in cui viviamo? Siamo rappresentativi nelle nostre realtà locali? Confronto con le altre Culture? Come si pone il CNGEI? Siamo inclusivi per tutte le realtà culturali? Cosa vuol dire essere buon cittadino oggi? La Società cambia, come cambia il rapporto educatore/educando? Difficoltà di applicare i Valori scout in una Società che ne promuove altri |
| Riflettere sul cambiamento del contesto attorno al quale lavoriamo oggi (Famiglia, Scuola, Società...) |
| Servono supporti per aiutarci nella comprensione dei bisogni della società contemporanea (esperti, collaborazioni con altre Associazioni, Scuola...) |
| Fornire supporti per saper gestire le multietnicità e la condivisione di culture differenti |
| Dotarsi di adeguati strumenti di analisi delle perdite al fine di individuare strategie di ritenzione di adulti e giovani |
| Educare i giovani all'assunzione di responsabilità progressive individuando modalità di coinvolgimento attivo degli stessi nei processi decisionali |

Potenziare i mezzi di comunicazione tra i Capi dell'Associazione (renderli più utili, veloci, condividere le esperienze e competenze...). Utilizzo dei mezzi di Comunicazione in Associazione anche per queste finalità

Riflettere sulle fasce d'età ponendo attenzione alla fine del percorso educativo a 18 anni

Riflettere sul concetto di Vita all'Aria Aperta oggi soprattutto nei contesti urbani

CONTRIBUTO AREA ADULTI – OFFERTA FORMATIVA

Formazione per esterni: come? Creare un format nazionale per avvicinare adulti non scout all'Associazione

Ragionare sulla sostenibilità dei Ruoli associativi. I Ruoli sono sostenibili oggi? Quali gratificazioni, contributi economici, ruoli proporzionali al tempo, percorsi di crescita individuali, supporto, strumenti che mettiamo in gioco per affrontare il ruolo, coinvolgimento degli Adulti in Associazione, lavorare sulle capacità di delega; (durante incarichi, precarietà del lavoro, mobilità degli studenti universitari...)

Ragione sul ruolo dell'Adulti in Associazione oggi e agire per il reclutamento di nuove forze adulte. Siamo attrattivi?

Valorizzazione delle competenze scout (e non) in Associazione

Bilancio delle competenze spendibili in Associazione e non

Condividere le esperienze tra Capi dell'Associazione anche attraverso **piattaforme informatiche dedicate** (FAD, Social Network, Forum...)

Aumentare il trapasso di nozioni e tecniche scout (e non) permettendo di acquisire o ampliare nuove competenze

Investire sullo Sviluppo Locale

Sostenibilità dell'iter formativo per gli Adulti in servizio (lunghezza del percorso, senso di "essere all'altezza" nella stesura di EdP –PP, abbattere l'ansia d'idoneità, maggiori strumenti al CdS per dare una valutazione ai propri Capi, PP troppo articolati e complessi...)

Semplificare l'accesso alla formazione e l'iter formativo (burocrazia complessa, tempi lenti, poche offerte, liste d'attesa lunghe, moduli accorpabili...)

Aggiornare i contenuti dei Moduli formativi: più tecnica, più spazio ad argomenti legati allo Sviluppo

Maggior tecnica e meno teoria – (riflettere sul fatto che i contenuti specifici vengono erogato solo a "fine" del percorso). Maggior momenti di formazione specifica nazionali e locali con taglio tecnico ed educativo

Offrire aggiornamenti specifici una volta concluso l'iter di formazione

Integrare maggiormente la formazione nazionale con quella che avviene nelle Sezioni per una formazione più adeguata al contesto locale. Uniformare il livello qualitativo tra offerta formativa nazionale e locale

Momenti di aggiornamento tecnico e specifico indirizzato ai soli Senior

Differenziare maggiormente il Modulo Base dal Percorso Senior

Aumentare l'offerta formativa (soprattutto al Sud Italia)

Puntare sulla Formazione dei Ruoli Elettivi e Dirigenziali

Elaborare strategie che permettano il reclutamento di adulti, con particolare attenzione ad adulti educatori diretti

Approfondire ulteriormente i dati relativi alla formazione dei Capi attivi in Associazione

Rendere maggiormente chiara la responsabilità delle singole figure in Associazione per consentire un controllo democratico sulle decisioni

| CONTRIBUTO AREA ORGANIZZAZIONE – STRUTTURA ASSOCIATIVA |
|---|
| Potenziare il confronto con i genitori e creare una rete con loro |
| Ampliare la rete di Partnership attive (Nazionali e Locali): chiare i benefici, creare un format nazionale per stipulare a livello locale partnership. Creare Partnership con consulenti esterni per contenuti specifici (educativi e non) |
| Potenziare la collaborazione tra Associazioni. Essere meno rigidi nel permettere l'ingresso di proposte esterne al nostro interno |
| Aumentare il legame tra nazionale e locale: comunicare meglio, rendere più partecipe il livello locale, più trasparenza nei processi decisionali, velocizzare i tempi di coinvolgimento... |
| Aumentare il coinvolgimento del livello locale in momenti decisionali nazionali |
| Flessibilità organizzativa per i Livelli locali |
| Rendere i livelli locali un punto fondamentale per la strategia di sviluppo futuro |
| Potenziare la Regione rendendo chiara la sua funzione, le offerte che deve promuovere e le sue possibilità |
| Aumentare i momenti di condivisione e dibattito sulle scelte associative; C4 MA NON ADULTI |
| Rendere maggiormente partecipi i nostri giovani alla Vita Associativa rendendoli anche maggiormente informati |
| Rivalutare il meccanismo delle deleghe in Sezione |
| Ragionare sulla sostenibilità dell'organizzazione associativa in funzione del futuro CNGEI che si vuole |
| Ampliare i momenti di democrazia associativa per gli adulti |
| Coinvolgere i giovani nei processi democratici |
| Assemblea Nazionale più rivolta verso lo scopo educativo associativo e non solo sui risvolti tecnici |
| Velocizzare e potenziare i processi decisionali in Associazione |
| Potenziare la rappresentatività degli educatori diretti nei momenti di democrazia associativa |
| Potenziare il confronto all'interno dell'Associazione (nei vari eventi proposti) anche grazie al supporto di consulenti e specialisti esterni |
| Comunicare meglio: all'interno e all'esterno dell'Associazione. Creare una rete tra locale e nazionale sulla Comunicazione interna ed esterna |
| Comunicare con successo: prendere posizione su tematiche rilevanti (es. Diritti Civili e Impegno Civile), comunicare meglio i Valori associativi all'esterno (es. aggiornamento della Carta d'Identità Associativa), abbattere gli stereotipi sullo Scouting, renderci maggiormente attrattivi per l'esterno (ma anche all'interno per non perdere Soci), aggiornare il nostro linguaggio... |
| Utilizzare i risultati delle Indagini Interne ed esterne per programmare una Comunicazione più efficace |
| Utilizzo consapevole dei Social Network in Associazione (a livello Nazionale e Locale) |
| Aggiornare l'immagine Associativa |
| Puntare sul riconoscimento all'esterno delle competenze acquisite grazie allo Scouting (Università, Lavoro...) |
| Riflettere sul come riportare all'esterno l'esperienza scout |

Allegato 2: Scenari e Tendenze

Contributi Scenari Futuri:

1. la condizione giovanile di oggi e le tendenze future
2. la trasformazione dell'apprendimento ai tempi della società digitale
3. nuova genitorialità
4. la riforma del terzo settore
5. il volontariato e i volontari
6. la questione dei migranti
7. il Movimento dello Scautismo e del Guidismo/Scoutismo femminile

A2.1 LA CONDIZIONE GIOVANILE OGGI E TENDENZE FUTURE

a cura di Michele Marzulli

Se dovessimo indicare gli elementi centrali dell'azione educativa scout e quindi indicare un ambito di riferimento per la costruzione dello scenario, certamente si dovrebbe partire da due elementi: **l'educazione e i giovani**. Sembra poco ma non lo è. Intanto perché, per anticipare i problemi, l'educazione è in una fase di crisi non semplice da risolvere e anche i giovani, che per un certo periodo sono stati al centro dell'interesse della nostra società oggi svolgono un ruolo marginale nella nostra società (concetto complesso, ne ripareremo).

Educazione

Se volessimo fare un confronto con il passato potremmo dire che educare oggi, rispetto ai tempi di BP è diventato molto, ma molto più difficile. Perché? Innanzitutto perché le istituzioni educative sono in crisi: quindi è in crisi chi dovrebbe svolgere il ruolo educativo. Si pensi alla famiglia e alla scuola. Ma anche allo scoutismo: purtroppo siamo in buona compagnia, quando ci preoccupiamo di quanto siamo inadeguati al nostro ruolo educativo, e ogni tanto ci capita di fare amare riflessioni, se i nostri ragazzi sembrano deluderci.

Ciò che propongo di fare però è uno spostamento di riflessione: non sono le istituzioni in generale a essere in crisi quanto il rapporto tra le generazioni (per esempio la capacità di ascolto reciproco non vive oggi un grande momento).

In questo senso, però, l'educazione non è finita o in crisi nel senso di non avere alcuna speranza, semplicemente sta cambiando. E per esempio forme di co-educazione, auto-educazione o di educazione fra pari età sono oggi molto più preziose di ieri. Più in generale, l'educazione informale (quindi anche lo scoutismo che sta a metà tra formale e informale) vive un momento di grande interesse e rilevanza.

E se pensiamo alle relazioni (rapporto tra le generazioni) dobbiamo capire che se certi stili di educazione sono finiti (autoritarismo) non è per questo detto che gli adulti non possano più parlare con i giovani, anzi. Forse devono cercare forme diverse: pensiamo a forme di collaborazione come il tutoring, il coaching... che hanno al centro la condivisione (non la messa in discussione dei principi ma la messa in discussione degli strumenti, per esempio).

Da cosa nasce la crisi? Certamente, un elemento fondamentale ha a che fare con la crisi delle leadership: quelle vecchie non funzionano più e quelle nuove non sono ancora consolidate. Qualcuno sostiene per es. che siamo una società "senza padri", dove con padri si deve intendere figure guida. Se questo è vero (e in buona sintesi è vero, soprattutto se pensiamo al mondo di 50 o 100 anni fa), non significa però che non ci sia bisogno di figure guida. Le quali però devono utilizzare forme diverse di leadership: in questo senso, ancora oggi notiamo un certo ritorno di leadership carismatiche (cioè non basate strettamente sulla competenza oppure sull'autorità).

La crisi dell'educazione è evidente quando si pensi alla crisi delle forme autoritarie: non è solo una questione di codice penale, ma non è un caso che per es. l'uso della forza nell'educazione è oggi stato giustamente abolito. Non solo per ovvie ragioni morali, ma perché si è visto quanto sia inutile e dannoso sul profilo educativo.

Eppure, un sistema di regole, flessibili magari, basato sulla responsabilizzazione più che sul timore della sanzione è ancora oggi una forma che funziona (e che rivaluta ancora di più il metodo scout).

Un breve cenno al tema della famiglia: detto che è in crisi, attraversa oggi un momento di grande rimessa in discussione. Senza per forza parlare delle nuove genitorialità è però evidente che il modello di famiglia nucleare (che qualcuno definisce anche la "famiglia naturale" con un certo fraintendimento), oggi attraversa una grave crisi. E spesso allo statuto istituzionale (essere marito o moglie, padre, madre o figlio) non corrisponde un adeguato modello familiare. L'unica nota positiva è che oggi al centro del dibattito si pongono sempre più spesso il benessere dei protagonisti più che il riconoscimento formale del ruolo.

E questo fa ben sperare per provare a sperimentare nuove forme di genitorialità che abbiano al centro il bene delle nuove generazioni.

I giovani

L'altro elemento di cui si deve parlare sono i giovani.

Si diceva che per certi versi sono scomparsi dalla scena pubblica. Le ragioni sono tante (demografiche per es. oggi ci sono molto meno giovani che 50 anni fa, ma molti di meno!). per es. un esperimento interessante è riflettere su quale sia l'età in cui un giovane diventa adulto. La risposta "18 anni" è davvero semplicistica. La risposta "mai, perché si è giovani dentro" è un po' angosciante.

Una delle conseguenze di questo fatto è la difficoltà e la crisi in cui sono caduti i riti di passaggio (quei momenti decisivi in cui si marca la fine di un'epoca della vita e l'inizio di un'altra). Alcuni stanno recuperando riti antichi (l'addio al celibato per es.) ma è evidente che immaginare un puro e semplice ritorno al passato può essere consolatorio. (Pensiamo al problema dei passaggi di branca e cerchiamo di capire che non si tratta di un problema tecnico e basta...).

A questo tema si affianca il problema del legame, tipicamente italiano, tra giovani e famiglia d'origine con la difficoltà del distacco (che ha ottime ragioni, per es. economiche ma che ha anche caratteristiche nazionali evidenti).

Il mondo di fuori

Per comprender però perché le cose stanno così, occorre fare piccoli cenni al mondo fuori dall'educazione.

Che mondo è il nostro? Intanto è un mondo che dopo un periodo di pace quasi generalizzata dopo la 2° Guerra mondiale sembra avviarsi quasi inesorabilmente verso un conflitto globale, anche armato. Il tema dell'educazione alla pace quindi oggi non è più solo parte di un percorso quasi dovuto, ma lavoro su un tema che tocca tutti.

Questo è un mondo globalizzato che offre grandi opportunità ma che sembra produrre nuove disuguaglianze, anche macroscopiche e porre nuovi ostacoli alla parte che resta fuori dai grandi circuiti virtuosi. Gli esclusi infatti non vivono solo nelle periferie delle capitali dell'Africa. L'esclusione è per esempio crisi di un modello sociale che permetteva a tutti i cittadini europei di avere un efficiente sistema di protezione sociale.

Ma crisi oggi significa anche instabilità e reversibilità delle decisioni. Il tempo in cui si diceva che le parole erano scolpite nella pietra è davvero finito. E questo crea una grande incertezza.

I segnali di speranza

Se il quadro complessivo non induce all'ottimismo, ci sono però segnali davvero confortanti. Si pensi agli aspetti positivi dell'era digitale. La possibilità di connettersi al mondo, per es. a chi è lontano e diverso. La facilità di spostarsi sul territorio è facilitata anche dalla curiosità suscitata dalla conoscenza "online" di luoghi e persone.

Si pensi poi al tema delle reti (Internet dopo tutto è una grande rete): dentro le reti ci si muove, si comunica, si creano legami non sempre scontati. Questa capacità di connettere è una opportunità che nessuna generazione precedente ha mai sperimentato. E una grande occasione.

E quali sono le relazioni più interessanti per noi? Per es. quelle che muovono persone ad interessarsi degli altri, anche non conosciuti. E quindi ecco il tema delle nuove forme di associazionismo, volontariato che non sono mai state sviluppate come oggi. Addirittura in Italia, e non solo, il Terzo settore è parte fondamentale del quadro istituzionale (si pensi alla nuova legge sul Terzo settore che di fatto ne fa un attore a pieno titolo della società italiana).

In generale questa generazione sperimenta livelli di libertà mai vissuti prima. Ma vive anche in un contesto in cui la precarietà e la fragilità di ogni relazione richiede capacità di adattamento non pensabili in passato (si parla anche di resilienza, che è qualità quanto mai femminile per es.).



Non c'è qui spazio per discutere anche del tema dei rapporti fra i generi: di certo il mondo ha fatto grandi passi avanti dai giorni in cui la donna era semplicemente vista come la metà del cielo sbagliata. Ma se questo è vero, anche sul piano dei diritti, la vita quotidiana e la cronaca nera ci ricordano che i cambiamenti culturali sono molto lenti e questo fa capire perché spesso ci sono persone che si accaniscono contro le donne o tutti coloro che hanno un orientamento sessuale "non conforme" a una certa visione tradizionale del mondo. Anche in questo caso, l'unica soluzione passa per forme di educazione co-costruita in cui maschi e femmine fin dall'infanzia si abituino a convivere nella differenza.

Ma se questo è vero, anche sul piano dei diritti, la vita quotidiana e la cronaca nera ci ricordano che i cambiamenti culturali sono molto lenti, stereotipi di genere profondamente radicati trasformano le differenze in disuguaglianze e in discriminazioni, così esplicite nella vita quotidiana, nella scuola, nel mondo del lavoro, nella gestione dei compiti di cura nelle case, nella rappresentanza politica e negli orientamenti agli acquisti.

Il nodo critico sembra risiedere nel riconoscimento e nella gestione delle differenze prima di tutto di genere, che si intrecciano con le differenze culturali, religiose, di orientamento sessuale. A fronte di questo la co-educazione si pone come sfida che richiede strumenti operativi sempre più raffinati ed efficaci.

A2.2 LA TRASFORMAZIONE DELL'APPRENDIMENTO AI TEMPI DELLA SOCIETÀ DIGITALE

a cura di Michele Marzulli

Un modo efficace per descrivere in breve che cosa sta succedendo nell'apprendimento ai nostri tempi è quello di ripercorre in breve la trasformazione che sta vivendo una istituzione sociale come la scuola.

La scuola infatti, non è solo un servizio socio-educativo che eroga prestazioni e servizi, è anche comunità e istituzione (Besozzi, 2006). Tradizionalmente essa è istituzione, cioè svolge la funzione di istruire ed educare le nuove generazioni. Nella società moderna essa rappresenta la risposta istituzionale al bisogno della società industriale di formare i lavoratori e di preparare la nuova classe dirigente (e i cittadini più in generale). C'è quindi un nesso tra sviluppo della scuola e processi di democratizzazione e partecipazione sociale (Rizza, 2009). La scuola però è anche **comunità**: un luogo in cui si costruiscono esperienze di vita fondamentali, di tipo inter e intra generazionale, in cui si condivide un **progetto educativo** e anche le sue forme di realizzazione.

La domanda che si deve porre oggi però è se sia ancora verosimile tutto questo o se sia in qualche misura cambiato, soprattutto in un contesto in cui le **tecnologie** della comunicazione hanno un ruolo pervasivo e la nostra viene identificata come "società della **conoscenza**" (learning society). Se la società moderna è la società del lavoro, la società postmoderna e postindustriale infatti ha come principale caratteristica proprio la conoscenza (Jacques Delors, "Nell'educazione un tesoro", 1997).

Questo significa innanzitutto che, per quanto in crisi nelle sue forme tradizionali, la **formazione e l'istruzione** rimangono una risorsa strategica: per quanto stia cambiando, nessuno mette in dubbio il fatto che sia sempre più importante come parte integrante del processo di costruzione delle **identità** dei cittadini, perché continuano a essere attivi e partecipi. La formazione quindi è un investimento per i cittadini e per la società nel suo insieme.

Ma che ne è della sede fondamentale della trasmissione della conoscenza, quando il suo **monopolio** sembra essere in discussione?

I luoghi e le istituzioni socio-educative oggi non sono in salute. E non si tratta di un fatto nuovo, ma di qualcosa che risale almeno agli anni '60 del '900. La crisi attraversa tutte le principali istituzioni: famiglia, scuola, ma anche le associazioni e esperienze come **l'educazione** non formale rappresentata dallo **scoutismo**. E si tratta di una crisi profonda che riguarda soprattutto la **credibilità** e la **legittimazione** delle istituzioni. La società cambia e ci si domanda se esse siano ancora la risposta più adeguata ai nuovi bisogni.

Il primo elemento che qui si deve sottolineare riguarda il tema delle **disuguaglianze** che la scuola di massa non ha saputo cancellare. E si tratta soprattutto di disuguaglianze legate alla possibilità di **accesso** alle forme dell'istruzione. Evidentemente lo sviluppo di nuove tecnologie della comunicazione non fa che aumentare i timori per la crescita e non la diminuzione di un gap tra diversi strati sociali o tra diverse aree del paese (**digital divide**).

In secondo luogo, accanto a esperienze di formazione continua (lifelong learning), usando ancora le parole di Delors), si assiste a fenomeni contrari: una certa **disaffezione** verso l'istruzione, che si nota nelle difficoltà a reggere ritmi e prestazioni scolastiche, nella caduta precoce di interesse, che si concretizza in cambiamenti anche plurimi di percorsi fino a un vero e proprio **abbandono** della formazione senza aver conseguito il titolo (Censis, 2014). Tutto questo fenomeno è legato anche a quella caratteristica frammentazione, **precarietà** e insicurezza tipiche della nostra società (Bauman (1999 e 2002b), Beck (2000), Giddens (1994)).

Nuovi bisogni e nuove risposte

Ecco perché diviene oggi importante il tema della **formazione dei formatori** e delle diverse competenze inter-generazionali, che rendono una parte dei giovani delle ultime generazioni (per es. i cosiddetti Millennials) molto lontani da quella dei loro genitori o degli insegnanti.

In sostanza, accanto alle nuove possibilità di informazione, di accesso alle conoscenze (il sapere oggi è maggiormente diffuso e socialmente disponibile anche grazie alle nuove tecnologie) si registra una crescente **povertà culturale** e l'aumento di **soggetti ai margini** dei circuiti culturali. Accanto a un prolungamento sempre più evidente dei percorsi di formazione e all'investimento continuo in formazione, si osserva una stagnazione del mercato del lavoro e delle professioni, per cui l'incontro domanda/offerta si sviluppa all'insegna della negoziazione e spesso della ridefinizione di aspettative e compiti, in cui le **competenze e capacità** del soggetto appaiono essenziali per reggere il confronto e la competizione.

Ecco perché, qualsiasi sia il futuro che ci aspetta, **apprendimento ed educazione stanno cambiando** e le istituzioni educative avranno un futuro solo se saranno capaci di adempiere un compito più complesso di prima, che **non si può ridurre alla semplice introduzione di nuove tecnologie nei processi di trasmissione del sapere**. Come scrive Bauman:

«'Preparare per la vita' compito perenne e invariabile di ogni educazione, deve significare per prima cosa coltivare la capacità di convivere giorno per giorno e pacificamente con **l'incertezza** e l'ambivalenza, con un pluralità di punti di vista e con l'assenza di autorità infallibili e attendibili; deve significare inculcare la tolleranza della differenza e la volontà di **rispettare** il diritto a essere differenti; deve significare il rafforzamento delle facoltà di **critica** e autocritica e del coraggio necessario per assumersi la **responsabilità** delle proprie scelte e delle relative conseguenze; deve significare l'addestramento delle capacità di **'cambiare i contesti'** e di resistere alla tentazione di rifuggire la libertà, con l'ansia della indecisione che questo si porta dietro assieme alle gioie del nuovo e dell'inesplorato» (Bauman, 2002a, pp.174-175).

In questo senso, il ruolo degli educatori quindi non può essere semplicemente quello di chi si aggiorna per utilizzare nuovi sistemi di comunicazione, ma piuttosto un ruolo di cura, che può essere così definito: **sostegno e accompagnamento**, sia con l'obiettivo di raggiungere gli obiettivi formativi, sia per aiutare le relazioni tra pari età, attuare cioè un processo di mediazione e tutorship.

Alcuni esempi di riconfigurazione delle forme dell'apprendere

Il primo elemento riguarda la ridefinizione spaziale e temporale dell'apprendimento. L'idea tradizionale di un apprendimento come riservato a luoghi specifici (la scuola, l'accademia) e con tempi e modalità specifiche (la lezione ex cathedra) è ormai ampiamente messa in discussione. Siamo piuttosto vicini a un tempo in cui **l'apprendimento può avvenire in ogni momento e in ogni luogo**. Non per nulla si parla di esperienze educative che possono avvenire in una forma plurale, soprattutto grazie a nuovi supporti (dal PC, al laptop, dal tablet allo smartphone). L'apprendimento faccia-a-faccia è spesso sostituito da quello in differita, a distanza, online... tutto ciò che si definisce come e-learning (Capogna, 2014).

Il risvolto più interessante di questa trasformazione sta nel fatto che questo trasferimento delle forme di apprendimento fuori dalle aule scolastiche o universitarie, libera uno spazio nuovo, di interazione fra le generazioni e fra pari età, proprio dentro le istituzioni educative classiche. La scuola per es. diviene sempre più luogo in cui sviluppare momenti di **collaborazione tra educatore e studenti** oppure di **apprendimento tra pari** (peer-to-peer). Ciò che si è capito è che per es. la collaborazione tra pari età assume un valore di gran lunga maggiore del previsto nella trasmissione delle conoscenze: la crisi di legittimazione delle istituzioni educative quindi può essere superata proprio **rinnovando** gli schemi classici di trasmissione del sapere.

Si tratta cioè di seguire una strada **che recuperi l'informale dell'educare** dentro i processi formali. Sia detto per inciso, questo apre a forme di collaborazione tra istituzioni educative formali e informali come mai prima d'ora. Sono le stesse scuole per es. a capire l'importanza di apprendere competenze (cioè skills) extrascolastiche con finalità educative (e perché non valorizzare chi in Occidente ha quasi inventato l'educazione informale, l'imparare facendo... cioè lo **scoutismo?**).

In senso ancora più ampio, questo mutamento guidato dalle tecnologie ICT ha una conseguenza molto rilevante sul piano educativo: i nuovi modelli di insegnamento vengono definiti come **centrati sullo studente**, piuttosto che sull'insegnante. Si tratta quindi di spostare l'attenzione dalle informazioni da fornire al discente, alle forme di **accompagnamento** anche *critico* **dentro le informazioni** che lui o lei possono recuperare da soli dentro il web per es. Uno dei maggiori rischi di questo modello di insegnamento, infatti, risiede nell'individualismo che la rete tende a costruire: è un individualismo diverso da quello conosciuto fino ad oggi, perché è connesso. Ma appunto la perdita di un contesto di riferimento, di un background, rende il discente maggiormente bisognoso di un **confronto** con chi possiede competenze maggiori (il docente/educatore).

Riferimenti bibliografici

- Z. BAUMAN, La società dell'incertezza, Bologna, Il Mulino, 1999.
- ID., La società individualizzata. Come cambia la nostra esperienza, Bologna, Il Mulino, 2002a.
- ID., Modernità liquida, Bari, Laterza, 2002b.
- U. BECK, La società del rischio, Roma, Carocci, 2000.
- E. BESOZZI, Società, cultura, educazione, Roma, Carocci, 2006.
- Capogna S. (2014), Scuola, università, e-learning. Un'analisi sociologica, Armando, Roma.
- CENSIS, La sfiducia crescente nella scuola, in "Un mese di sociale", 26 giugno 2014.
- J. DELORS, Nell'educazione un tesoro, Roma, Armando, 1997.
- A. GIDDENS, Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo, Bologna, Il Mulino, 1994.
- Gui, M. (2010), Le competenze digitali, Napoli, Scriptaweb.

A2.3 NUOVA GENITORIALITÀ

A cura di Angela Genova

Fino a qualche secolo fa, anche nei nostri territori, i matrimoni erano il frutto delle scelte fatte dai genitori per il bene dei figli e della famiglia. Il matrimonio come scelta dei coniugi, spinti dall'amore, nasce nella famiglia borghese dell'ottocento ed oggi è per noi tanto scontato quanto difficile da gestire.

La diminuzione dei matrimoni celebrati (calo del 3,8% rispetto al 2008) e l'aumento delle separazioni (nel 2014 le separazioni sono 320 ed i divorzi 180 ogni 1.000 matrimoni) testimonia la difficoltà della sostenibilità del matrimonio per amore e della famiglia fatta di madre, padre e figli.

Diminuiscono in particolare le prime nozze tra gli sposi di cittadinanza italiana e aumenta l'età media che per gli sposi è di 34 anni e per le spose di 31. La separazione in media avviene dopo 16 anni, ma i nuovi matrimoni tendono a durare di meno. Circa l'11% delle unioni celebrati nel 2005 si è interrotto dopo 10 anni di matrimonio. Circa il 90% delle unioni che si interrompono per separazione o divorzio di coppie con figli, ricorre all'affido condiviso.

Il 43% dei matrimoni è celebrato con rito civile, con marcate differenze regionali. Le prime nozze con rito civile riguardano il 32% di chi risiede al Nord, il 36% nel Centro e il 20% nel Sud. Nel 13% dei matrimoni almeno uno degli sposi è di cittadinanza straniera. La tipologia prevalente è quella in cui la sposa è straniera (78% di tutti i matrimoni misti) che in circa il 50% proviene da un paese dell'Est Europa (20% dalla Romania, 10% dall'Ucraina, 7% dalla Russia). Le donne italiane che hanno scelto un partner straniero sono solo il 2% di tutte le spose (13% dal Marocco).

Le seconde nozze rappresentano un indicatore significativo della diffusione di nuove forme familiari. Sono aumentate fino al 2008 per poi calare (-10% nel 2014), ma mantenendo una incidenza sul totale delle nozze rilevante (16%). Gli uomini si risposano più frequentemente delle donne, a un'età media di 53 anni in caso di divorzio, mentre le donne alle seconde nozze hanno in media 45 anni se divorziate. Nei matrimoni successivi al primo, domina la tipologia in cui lo sposo è divorziato e la sposa è nubile (totale 5,6% dei matrimoni celebrati nel 2014).

Si registra comunque un arresto nella crescita dell'instabilità coniugale: le separazioni sono infatti rimaste stabili negli ultimi 4 anni. Un dato in parte dovuto alla congiuntura economica che limita la libertà di scelta delle coppie. La separazione è infatti associata a un processo di impoverimento dei coniugi che penalizza fortemente le donne.

Alle spalle delle/i bambine/i o adolescenti, che incontriamo nei nostri percorsi educativi, si pone quindi una trasformazione sociale ampia nelle relazioni e nell'istituzione matrimoniale: un processo dalle tante sfaccettature, di continua ridefinizione dei ruoli prima di tutto nei rispettivi generi.

Anche se con molto lentezza nel nostro paese la pluralità del modo di essere famiglia comincia ad essere riconosciuto con i recenti aggiornamenti regolativi in merito alle unioni di fatto. Un percorso tortuoso in Italia e ampiamente osteggiato da prospettive conservative che sembrano anacronistiche, lontane dal riconoscimento dei diritti delle donne, degli uomini, delle bambine e dei bambini.

Una difficoltà che ha le sue radici in un modello di società ancora fortemente patriarcale. Un termine che sembra appartenere a un mondo lontano, ma che in realtà ben definisce il nostro contesto sociale. Nella società patriarcale le identità di genere sono fortemente appiattite sulla dimensione fisiologica e riproduttiva. Gli aspetti biologici e fisiologici schiacciano le identità di uomini e donne su prospettive binarie (maschio – femmina) e asimmetriche, in cui essere uomo è sempre preferibile all'essere donna. Mentre essere donna è prima di tutto essere madre, delineando un orizzonte che vincola fortemente le sue scelte.

Più che chiederci se la nostra società è patriarcale dovremmo invece interrogarci su quanto lo è. L'Italia ricopre il 27esimo posto nella graduatoria degli indici di sviluppo umano. Una società in cui le donne ricoprono posizioni sociali inferiori, sono più povere, sono vittime di violenza, una società in cui è legittimo



per gli uomini acquistare quotidianamente i corpi delle donne agli angoli delle strade è una società in cui il trionfo dei diritti è in parte apparante e un gap profondo caratterizza le possibili scelte che bambine e bambini potranno fare.

Il tema della nuove genitorialità si inserisce all'interno di questi cambiamenti sociali mettendo in luce il tentativo di modellare e legittimare nuove relazioni sociali prima di tutto tra i generi. È partendo dal riconoscimento della necessità di prendere atto e valorizzare il cambiamento che come educatori ed educatrici accogliamo la sfida di queste trasformazioni. Capaci di leggere il cambiamento e sostenere i diritti di uomini e donne alla scelta.

Istat (2015) Matrimoni, Separazioni e Divorzi. Anno 2014.

<http://www.istat.it/it/files/2015/11/Matrimoni-separazioni-e-divorzi-2014.pdf?title=Matrimoni%2C+separazioni+e+divorzi+-+12%2Fnov%2F2015+-+Testo+integrale.pdf>

Istat (2015), Come cambia la vita delle donne, Roma, Istat Statistiche Report.

<http://www.istat.it/it/files/2015/12/come-cambia-la-vita-delle-donne.pdf>

Young, Iris Marion. Justice and the Politics of Difference. Princeton University Press, 2011.

Badinter, Elisabeth (2012) L'amore in più. Storia dell'amore materno. Fandango Libri, Roma. (Titolo originario: L'amour en plus. Editions Flammarion, 1980).

UNDP (2015) Human Development Report 2015. Overview

http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr15_standalone_overview_en.pdf

A2.4 LA RIFORMA DEL TERZO SETTORE

A cura di Angela Genova

Il terzo settore identifica tutte le organizzazioni che non sono né pubbliche, né private. La maggioranza di queste istituzioni è rappresentata dalle associazioni (79%), e con grande distacco dalle cooperative sociali (4%) e dalle organizzazioni di volontariato (3,1%) e dalle relative istituzioni di rappresentanza (3%) (Istat, 2016). Un insieme di soggetti ancora poco conosciuto nei suoi dettagli e nelle sue modalità organizzative, ma che gioca un ruolo molto importante nella tenuta socio economica del nostro paese. Ci troviamo di fronte a oltre 235 mila organizzazioni non profit, che coinvolgono 488 mila lavoratori e 4 milioni di persone che ricoprono il ruolo di volontari. La ricerca commissionata dal Forum del Terzo Settore nel 2012 ha messo in luce che il valore economico stimato del Terzo Settore è di 67 miliardi di euro, pari al 4,3% del Pil. Il valore economico è comunque minimo se confrontato con l'impatto sociale che il non profit ha per il benessere dei nostri territori. Le associazioni, il volontariato, la cooperazione sociale sono i protagonisti della rete di relazione e nodi cruciali di connettività sociale.

La diffusione delle organizzazioni del terzo settore è molto eterogenea nei nostri territori. La sola Lombardia raccoglie il 14% di tutte le esperienze nazionali, seguita dal Lazio (9,5%), Veneto (8,4%), Piemonte (8,3%) ed Emilia Romagna e Sicilia (7,8%).

Il terzo settore è uno dei protagonisti del nostro sistema di welfare. Nel rispondere ai bisogni sociali di una popolazione infatti si identificano quattro principali attori: lo stato, la famiglia, il mercato e il terzo settore. Il CGNEI rientra a pieno titolo nelle organizzazioni del terzo settore e questo riconoscimento presenta alcune potenzialità e criticità da valutare in stretta relazione con gli obiettivi dell'organizzazione stessa.

A giugno 2016 è stata approvata la legge delega al Governo per la riforma del terzo settore, dell'impresa sociale e per la disciplina del servizio civile universale. Entro qualche mese dovrebbero essere definiti decreti attuativi che potranno delineare alcune opportunità importanti per la nostra associazione. Mappare le altre organizzazioni del territorio che condividono in parte o totalmente i nostri obiettivi rappresenta un presupposto importante per sviluppare la capacità della nostra organizzazione di porsi in rete con le altre organizzazioni del territorio e nel fare sinergia nel perseguire gli stessi obiettivi in uno stesso territorio. Avere chiara la nostra identità come attore del terzo settore ci pone inoltre in maniera consapevole come interlocutore responsabile con il soggetto pubblico sempre nel perseguimento dei nostri obiettivi e nel ruolo che svolgiamo come agenzia educativa nei territori.

Inoltre, la consapevolezza di attori del terzo settore ci pone anche come potenziali interlocutori con soggetti privati interessati a condividere i nostri obiettivi nella prospettiva di promuovere il potenziale valore sociale che il privato rappresenta su un territorio.

I nuovi decreti attuativi della riforma del Terzo Settore delineeranno nuove funzioni anche per i Centri Servizi Volontariato che potranno diventare degli alleati preziosi nel perseguire alcuni dei nostri obiettivi. La riforma del Terzo Settore appena avviata dal decreto delega al governo, e tutta in fieri nei decreti attuativi, segna un percorso di rinnovamento con alcune zone di ombra che necessiteranno di essere chiarite. Giulio Marcon, dalla pagine di sbilanciamoci, evidenzia il rischio di una deriva di privatizzazione della solidarietà presente nella riforma.

A noi che abbiamo preferito tenerci lontani da contesti non chiari e che perseguiamo con tenacia i nostri obiettivi educativi la riforma del Terzo Settore pone una nuova sfida: ci spinge a interrogarci sul ruolo che possiamo e vogliamo avere nel nuovo contesto di relazioni tra stato, privato e terzo settore. A noi spetta di vigilare su questo percorso di riforma per valutare a tempo debito quali potenzialità e quali rischi possiamo affrontare. Il ruolo che ricopriamo nella nostra società non ci permette però di ignorare i cambiamenti che avvengono nella nostra società e tanto meno di prendere posizione rispetto a questi. Riconoscerci come attori del Terzo settore a questo punto è opportuno e come tale potrebbe essere opportuno valutare la nostra presenza all'interno di organi di rappresentanza come il forum del terzo settore sia a livello nazionale che regionale. Il tutto per attrezzarci con strumenti e alleanza sempre più funzionali nel raggiungere

i nostri obiettivi, sempre prioritari e affascinanti, e nello stesso tempo sempre più ambiziosi in una società che fronteggia nuove sfide e che quotidianamente rischia di vivere fratture più che collaborazioni, e in cui le differenze tendono ad assumere la forma di disuguaglianze e di discriminazioni.

LEGGE 6 giugno 2016, n. 106 Delega al Governo per la riforma del Terzo settore, dell'impresa sociale e per la disciplina del servizio civile universale. http://www.camera.it/leg17/522?tema=riforma_del_terzo_settore

Istat, 2016 Censimento Terzo Settore. <http://censimentoindustriaeservizi.istat.it/istatcens/category/non-profit/>

Unicredit Foundation (2012) Ricerca sul valore economico del terzo settore in Italia <http://www.forumterzosettore.it/multimedia/allegati/Ricerca.pdf>

Giulio Marcon (2016) Sbilanciamoci <http://sbilanciamoci.info/terzo-settore-unoccasione-persa/>

per un approfondimento e per ulteriori indicazioni bibliografiche:

<http://www.forumterzosettore.it/documenti/bibliografia/>

A2.5 IL VOLONTARIATO E I VOLONTARI

A cura di Michele Marzulli

Quando ci interroghiamo sullo stato di salute della nostra associazione, in genere si parte da una constatazione: **il nostro appeal (la capacità di attirare giovani) non è certo diminuito** o cambiato significativamente nel tempo; **ciò che ci impedisce di crescere è soprattutto (non sempre) la mancanza o la scarsità di risorse adulte, soprattutto giovani capi educatori**. Questa amara considerazione però non deve farci perdere di vista un fatto incontestabile, cioè che **non siamo l'unica realtà associativa che vive questo problema**, è piuttosto una condizione diffusa tra tutte le associazioni di volontariato. È utile quindi provare a vedere quale sia lo stato dell'arte per quanto riguarda il volontariato nel nostro Paese, per trarre forse qualche indicazione sulle priorità da affrontare.

Va solo precisato che nei prossimi anni sono prevedibili dei **cambiamenti che potenzialmente si annunciano di grande rilevanza, in considerazione della approvazione della riforma del Terzo settore (25 maggio 2016)**. Dal nostro punto di vista, oltre alla semplificazione in materia fiscale (sempre gradita: si tratta di una ridefinizione del 5x1000 che dovrebbe ridurre la burocrazia ma che richiede anche maggiore trasparenza da parte di chi ne usufruisce), si apre un interessante possibilità come quella di armonizzare la normativa su volontariato e promozione sociale (cioè le famose APS), la promozione del volontariato anche in collaborazione con il sistema scolastico e la valorizzazione dell'esperienza dei volontari in ambito formativo e lavorativo (Cfr. Riforma del Terzo Settore, ecco cosa cambia, Vita, <http://www.vita.it/it/article/2016/05/25/riforma-del-terzo-settore-ecco-cosa-cambia/139544/>). Il nodo della distinzione tra volontaria e APS è stato a partire dal 1991 il maggiore ostacolo che il CNGEI (ma non solo) ha incontrato anche localmente per un riconoscimento formale della sua funzione (di fatto noi adulti scout non saremmo dei veri "volontari").

Definizione e valori di riferimento

È importante in primo luogo dire che cosa sia il volontariato: sul piano formale (giuridico) esiste una legge che lo tutela, in quanto: "La Repubblica Italiana riconosce il valore sociale e la funzione della attività di volontariato come espressione di partecipazione, solidarietà e pluralismo..." (Legge n. 266 del 11 agosto 1991, art. 1) e lo definisce in questi termini: "per attività di volontariato deve intendersi quella prestata in modo personale, spontaneo e gratuito, tramite l'organizzazione di cui il volontario fa parte, senza fini di lucro anche indiretto ed esclusivamente per fini di solidarietà" (art. 2).

Il volontario dunque svolge una primaria funzione sociale, fatta di valori di fondo (altruismo, solidarietà, partecipazione sociale, gratuità, dono...) che ha una finalità essenziale, cioè la solidarietà.

Ma quale la sua funzione, in modo più preciso? Solidarietà significa soprattutto coesione sociale, cioè tenere insieme la società con un vincolo non formale (un obbligo di legge) ma legato alla comune appartenenza a una comunità o più in generale alla condizione di esseri umani. La finalità sociale è il perno del volontariato, ma non solo, una delle conseguenze che discende è che dove ci sia più solidarietà ci può essere più attività volontaria e viceversa.

Dal punto di vista della breve presentazione che qui viene fatta, occorre subito aggiungere che il problema del nostro Paese attiene alle seguenti questioni: **quanta attività volontaria viene svolta in Italia? Chi la svolge? Dove è situata geograficamente?** Se in generale, infatti, si può dire che nel nostro Paese ci siano molte associazioni, non è detto che esse siano distribuite equamente sul territorio e non è detto che siano tutte in salute. Il problema infatti è che il volontariato e l'associazionismo sono parte di quella ricchezza di una comunità che viene definito nelle scienze sociali come "capitale sociale" (che è diverso da quello economico e finanziario e non è da confondere con quello che per es. possiede una SPA o simili).

Qualche dato sul volontariato in Italia

Le fonti principali per conoscere lo stato dell'arte del volontariato in Italia sono istituzionali, cioè provengono dalle istituzioni che si occupano di statistica e di volontariato in modo ufficiale, l'ISTAT da una parte, la rete dei Centri di Servizio al Volontariato dall'altro (CSVNET). Oggi, queste istituzioni producono dati in collaborazione, quindi si tratta di fonti molto omogenee, ma che comunque vengono utilizzate per tutte le analisi sul fenomeno in Italia.

Un primo documento che prendiamo in considerazione è del 2014 ed è prodotto dall'ISTAT (Report, anno 2013, Attività gratuite a beneficio di altri: http://www.istat.it/it/files/2014/07/Statistica_report_attivita_gratuite.pdf?title=Attivit%C3%A0+gratuite+a+beneficio+di+altri+-+23%2Fflug%2F2014+-+Testo+integrale.pdf).

Qualche numero (grazie a una sintesi molto ben fatta (<http://www.ilpost.it/2014/07/28/rapporto-istat-volontariato/>):

6,63 milioni: gli italiani (dai 14 anni in su) che hanno svolto nel 2013 un lavoro volontario, definito come "attività prestata gratuitamente e senza alcun obbligo", per almeno una volta al mese. La maggior parte di loro – **oltre 4 milioni – lo ha fatto all'interno di organizzazioni** (associazioni, comitati, movimenti, gruppi informali), i restanti direttamente a favore di altre persone, della comunità o dell'ambiente. Il tasso di volontariato è pari al 12,6% della popolazione: un italiano su 8. Era il 6,9% nel 1993, e il 10% nel 2011.

Distribuzione geografica: 21,8% è il tasso di volontariato totale in Trentino, il Veneto è secondo con il 17,2%. Le regioni con la percentuale più bassa sono la Puglia (8,5%) e la Campania (7,9%). In generale, il lavoro volontario viene svolto più nel nord-est d'Italia (16%) e nelle periferie delle grandi aree urbane (14,5%).

Status socio-economico: svolge attività come volontario il 23,4% delle persone che si possono definire "benestanti" contro il 9,7% di chi ha significativi problemi economici, e il 22,1% dei laureati contro il 6,1% di chi ha la sola licenza elementare. C'è quindi una forte relazione tra volontariato e condizione economica e capitale culturale (livello di istruzione) elevato. Inoltre, **casalinghe e pensionati** sono coloro che più si dedicano al volontariato.

Questione generazionale: la fascia di età 55-64 anni è quella con il tasso più alto di volontariato totale (15,9%). Il valore scende man mano che scende l'età, anche in ragione del minor tempo libero: il valore più basso è il 10% nella fascia 14-24. Ma scende anche per le persone più anziane: tra le persone con più di 75 anni il tasso di volontariato è il 5,9%.

Quasi la metà dei volontari (44,3%) svolgono un servizio **individualmente**, al di fuori di un'**organizzazione** – a fronte di un quarto di chi opera all'interno di tali realtà. 4 persone su 10 (41,3%) svolgono la propria attività in organizzazioni di volontariato, associazioni di promozione sociale e ONLUS (qua ci siamo anche noi). Il 16,2% è impegnato in più di una organizzazione.

Di che **cosa** si occupano? Di **attività riconducibili alla cura di bambini, anziani e malati (assistenti socio-sanitari, babysitter, badanti) e alla ristorazione (cuochi e camerieri)**. Nel volontariato organizzato sono più frequenti le attività tipiche delle professioni tecniche (32,3 per cento), quali servizi sociali (assistenti sociali, mediatori culturali, catechisti), tecnici delle attività turistiche e ricettive (animatori, guide), istruttori di discipline sportive e infermieri. **Tradotto: una attività come la nostra (educativa o anche solo "ricreativa") è molto marginale.**

Per quanto tempo? Il volontariato organizzato è una pratica consolidata nel tempo: il 76,9% si dedica alla stessa attività da tre anni o più e il 37,7% da oltre dieci anni. Ogni volontario mediamente si occupa della sua attività per 19 ore al mese (!).

Soddisfazione e valori: il **4,9%** esprime un giudizio negativo della sua esperienza, perché ha comportato "più svantaggi che vantaggi" o perché "non è cambiato niente". **La metà dei volontari invece dice che "si sente meglio con sé stesso" (49,6%), che "ha allargato la sua rete di rapporti sociali" (41,6%) o che ha cambiato il suo modo di vedere le cose (28,1%).**

Ancora dati

Una secondo fonte, più recente, è la ricerca del Coordinamento Nazionale dei Centri di Servizio per il Volontariato (CSVNET) su **44.182 associazioni (CSVnet 2015, Report Nazionale sulle Organizzazioni di Volontariato censite nel sistema dei CSV)**. (Per certi versi è meno significativa in quanto svolta su un campione di associazioni, mentre l'indagine ISTAT è su un campione rappresentativo della popolazione italiana ma i dati per noi sono molto utili). (in questo caso, Cfr. <http://www.redattoresociale.it/Notiziario/Articolo/498181/Il-volontariato-in-Italia-oltre-44-mila-le-associazioni>).

Tipologia: l'assistenza sociale e la sanità da sole coprono il 55% delle associazioni. Seguono quelle che si occupano di cultura, sport e ricreazione.

Dove si trovano? Al nord e nel centro si trovano oltre la metà delle associazioni: Lombardia, Toscana, Lazio, Piemonte, Emilia Romagna sono le regioni in cui le realtà del volontariato sono più radicate. Al sud e nelle isole si registrano, invece, le percentuali più basse: rispettivamente il 17 e il 6% del totale.

Dimensioni: metà delle associazioni opera con meno di 16 volontari: solo il 15% ha un numero superiore a 50. Per quanto riguarda i soci, ne hanno meno di 60 il 50%, mentre poco più del 10% ha una base associativa molto estesa (oltre 500 soci).

Stato di **salute** del volontariato: negli ultimi sette anni il numero di nuove associazioni costituite è diminuito costantemente: nel 2014 si è registrato un meno 15 per cento rispetto all'anno precedente.

Condizione legale: non sono "riconosciute" oltre il 90 per cento delle organizzazioni del nord: Veneto (97 per cento), Lombardia (93 per cento), Valle d'Aosta (91 per cento), l'Emilia Romagna (90%). Il **Lazio**, invece, ha la più alta percentuale di associazioni riconosciute. Nel Sud, il Molise è l'unica regione con oltre il 90 per cento delle associazioni non riconosciute, mentre in Puglia e **Sicilia** oltre il 66 per cento sono riconosciute. La maggior parte ha come ambito territoriale di riferimento il comune di appartenenza e solo 5 su 100 hanno un riferimento territoriale nazionale o internazionale. L'83 per cento, infine, ha la qualifica fiscale di onlus.

Ancora sulla questione **generazionale:** i giovani adulti con meno di 35 anni sono quasi un quarto dei volontari (23,9%) **ma solo il 4% delle associazioni ha un presidente under 35**. I presidenti delle OdV hanno in media 58 anni, dieci in più rispetto ai volontari delle stesse organizzazioni (48 anni, in linea con la popolazione del Paese).

Qualche considerazione

I dati non parlano mai da soli, ma in questo caso faremo un'eccezione. Perché è evidente che da questi dati si può dedurre che in Italia il volontariato è una realtà solida ma con evidenti problemi. Il primo di essi è di natura formale: la legittimazione formale delle associazioni continua ad essere un ostacolo di natura burocratica che si spera possa essere superato, ma che oggi assorbe ancora troppe energie. La distribuzione geografica: è evidente che fenomeni di migrazione interna o esterna, abbiano condizionato la distribuzione geografica del volontariato (a meno di non sviluppare teorie etnico-razziali). Il Sud del Paese soffre una ridotta attività di volontariato. Sarebbe da escludere un problema istituzionale, se si pensa, in base ai dati dei CSV che al Sud le associazioni sono più riconosciute dalle istituzioni (rispetto al Nord). Si può anche ipotizzare una maggiore presenza di solidità familiare che potrebbe spiegare la minore richiesta di servizi fuori dalla famiglia. In realtà, quale che sia la ragione, la distribuzione diseguale non è un problema della nostra associazione (o magari dei dirigenti delle Sezioni di alcune regioni) e quindi forse potrebbe essere oggetto di una specifica azione di tipo nazionale.

I volontari: altro problema riguarda l'età dei volontari. Il nucleo centrale dei nostri educatori è concentrato nella fascia di età in cui sono meno presenti nelle associazioni (i ventenni). Sarebbe interessante capire poi come la nostra associazione sia disponibile ad assegnare incarichi di dirigenza agli under 35.

Conclusioni

La nostra associazione ha molti problemi, questo è vero, ma non tutti dipendono dalle nostre scelte. I dati suggeriscono che esistono in questo Paese dei problemi ricorrenti che difficilmente sono riconducibili a scelte delle singole associazioni, ma hanno piuttosto a che vedere con condizioni di carattere strutturale.

Il materiale che in sintesi qui viene messo a disposizione, deve essere inteso come base di conoscenza per provare a programmare interventi specifici per cambiare le tendenze che non ci piacciono e a consolidare invece quelle che ci caratterizzano in modo positivo.

A2.6 LA QUESTIONE DEI MIGRANTI

A cura di Angela Genova

I flussi migratori hanno da sempre caratterizzato la storia dei nostri territori. Basta pensare che alcuni dei nostri nonni o nonne sono con molta probabilità nati in paesi diversi da quelli in cui noi oggi viviamo o si sono trasferiti in altre città per cercare un lavoro. Oggi come 50, 100, 1000, 10.000 anni fa, uomini e donne continuano a spostarsi tra i continenti, dalle campagne alle città, dal sud al nord d'Italia, così come dal sud del mondo verso l'Europa, o dall'Europa dell'est verso l'Europa dell'ovest. Questi spostamenti sono il frutto di scelte, spesso molto combattute, o di scelte senza alternativa che portano uomini e donne a ricercare una vita migliore, allontanandosi, per poco tempo, o per tutta la vita, dalle relazioni familiari e dai territori in cui sono nati. Il diritto a una vita migliore è forse il diritto più legittimo e nello stesso tempo quello più contestato, e meno facile da codificare.

I flussi migratori hanno interessato in maniera più marcata il nostro paese negli ultimi trenta anni. Gli stranieri erano 400.000 nel 1991, poco più di 1 milione nel 2001 e circa 5 milioni oggi. Poco più di 1/5 provengono dalla Romania, quasi il 10% dall'Albania, 9% dal Marocco, il 5,3% dalla Cina, il 4,5% dall'Ucraina, il 3,3% dalle Filippine, il 3% dall'India, il 2% dal Perù e in percentuale minore da tutti gli altri paesi del mondo. Nei primi decenni a migrare in Italia erano fundamentalmente uomini che cercavano lavoro, mentre nell'ultimo decennio il numero delle donne è aumentato fino a superare quello degli uomini. Le donne si trasferiscono nel nostro paese per rispondere ai bisogni di cura della nostra popolazione fundamentalmente anziana. Si stima infatti che circa 1 famiglia su 10 in Italia è coinvolta nel fenomeno delle badanti. Il numero medio di figli per donna straniera è superiore a quello delle Italiane (rispettivamente 2,37 a fronte di 1,29 nel 2012) anche se in calo. Nel 2012 circa il 20% dei nuovi nati in Italia aveva un genitore non italiano, con differenze rilevanti tra le regioni: circa il 10% nelle regioni del nord e centro a fronte del 3% in quelle del sud (Istat, 2014). La partecipazione al mercato del lavoro della popolazione straniera è caratterizzata da una forte segregazione verticale e orizzontale: circa il 35% dei lavoratori stranieri sono lavoratori senza qualifica, che occupano segmenti del mercato del lavoro con bassa specializzazione e alta intensità, bassi salari, nel settore terziario (trasporti per gli uomini e pulizia per le donne). La crisi economica ha ulteriormente peggiorato la condizione socio economica di molte famiglie straniere a causa dei cambiamenti nel mercato del lavoro e dell'assenza di reti familiari di supporto.

I dati dell'indagine Censis (2013) rilevano uno scenario con alcuni aspetti preoccupanti. Quattro su cinque Italiani (60%) sono diffidenti nei confronti degli stranieri, mentre il 16% è indifferente e il 7% apertamente ostile; inoltre due su tre credono che gli immigrati in Italia siano troppi (65%) e il 50% degli intervistati sostiene che gli Italiani dovrebbero avere priorità nell'accesso al lavoro e all'occupazione.

Che una vita migliore per gli altri possa intaccare la nostra è la paura che ci fa chiudere gli occhi davanti a tutte quelle/i tante/i donne e uomini che intraprendo un viaggio per una vita migliore, ai tanti scheletri rimasti nel deserto del Sahara, o ai tanti corpi in mare e alle tante lacrime di quelle donne vittime di tratta. Il colore della loro pelle o il solo fatto di essere nati in una terra che non è Europa, li rende così diversi da non rendere legittimo per loro poter soddisfare il bisogno di una vita migliore, di ricercare una alternativa alla fame, alla schiavitù, alla mancanza di scelta.

Il confine che costruiamo tra noi e loro è tanto artificioso quanto sembra indispensabile per tenere salda la nostra identità, le nostre regole, le nostre conquiste. Non ci sono risposte facili a quello che è uno dei dilemmi più grandi del vivere sociale: il confronto con la diversità, che questa sia di genere (uomo - donna) o sia di colore della pelle, di religione o semplicemente di paese di origine. Da una parte i teorici dell'assimilazione che propongono una totale integrazione tramite il pieno allinearsi nelle regole della società maggioritaria (accettazione dei costumi e della religione maggioritaria a discapito delle specificità e differenze di origine), dall'altra i teorici della multiculturalità che sostengono il melting point, una società diversamente colorata, con diverse religioni, rispettosa della diversità ma attenta a che questa non si trasformi in disuguaglianza.

Ci troviamo di fronte a una dilemma di non facile risposta, nella consapevolezza che entrambi gli approcci hanno totalmente messo a nudo i loro limiti: gli assimilazionisti nella loro visione europa-centrica, nazio-



nalista, hanno finito con chiudere sempre più i confini perché per garantire la riuscita di un processo di assimilazione e mimetismo sono necessari tempo e risorse; mentre i multiculturalisti con fatica riescono a giustificare le stragi avviate dall'11 settembre 2001.

A noi, come agenzia educativa nei territori, sta cogliere questa sfida: mettere a nudo le paure con gli strumenti e i modi del nostro metodo, per permettere alle/ai giovani di oggi di essere cittadini migliori. Non abbiamo una sola ricetta valida, già testata, ma abbiamo la certezza che il nostro compito è quello di educare le/i bambini, le/gli adolescenti al rispetto e a riconoscere che il diritto a una vita migliore è il diritto alle scelte, è il diritto alla vita.

BIBLIOGRAFIA

- - <http://openmigration.org/>
- - <http://www.istat.it/it/archivio/stranieri> e <http://www.istat.it/it/immigrati>
- - <http://www.fondazioneleonemoressa.org/>
- - <http://www.ismu.org/>
- - A. Colombo, Fuori controllo? Miti e realtà dell'immigrazione in Italia, il Mulino, Bologna, 2012
- - S. Allievi, G. Della Zuanna, Tutto quello che non vi hanno mai detto sull'immigrazione, Laterza, Roma-Bari, 2016
- Istat (2014) Tendenze demografiche e trasformazioni sociali nuove sfide per il sistema di welfare. Cap.4. <http://www.istat.it/it/files/2014/05/cap4.pdf>
- Censis (2013) Rapporto sulla situazione sociale del paese 2013 http://www.ilsole24ore.com/pdf/2010/01/12/ILSOLE24ORE/ILSOLE24ORE/Online/_Oggetti_Correlati/Documenti/Notizie/2013/12/Sintesi-completa.pdf

A2.7 IL MOVIMENTO DELLO SCAUTISMO E DEL GUIDISMO/ SCAUTISMO FEMMINILE – SCENARI

A cura di Filomena Grasso e Nicolò Marchesini

Di seguito alcuni appunti per individuare gli scenari futuri del Movimento dello Scouting e del Guidismo/Scouting femminile con riferimento alle macroaree identità, giovani/adulti, associazione, avendo beninteso come traguardo una politica di sviluppo associativo. Per questo fine, i filoni che possono descrivere gli scenari futuri e le prospettive di lavoro sono i seguenti:

- perseguire l'attualizzazione del metodo;
- favorire e rendere concreta la partecipazione dei giovani e giovani-adulti ai processi decisionali;
- prevedere e gestire le ricadute sociali delle politiche associative espresse dai programmi educativi e formativi;
- gestire il "ciclo di vita degli adulti" (formazione, reclutamento, ritenzione, motivazione, succession planning).

La Federazione Italiana dello Scouting

All'interno della Federazione si registra da tempo un clima di collaborazione che favorisce la ricerca verso una diversa, più matura e completa dimensione e senso della FIS: *"L'orizzonte verso cui andare dovrebbe tener conto di una verifica del ruolo svolto dalla Federazione fino ad oggi, ma anche di quali prospettive nuove poter intraprendere [1]"*.

Due sono i compiti (peraltro ribaditi nello Statuto federale quali scopi e competenze fondamentali [2]) svolti in maniera costante nel tempo dalla Federazione:

1. "cerniera" tra AGESCI e CNGEI (art. 2 capo a: "La Federazione ha per scopo di sviluppare l'intesa e la collaborazione tra tutte le Associazioni federate, nella prospettiva di una sempre maggiore unità dello Scouting italiano");
2. rappresentante dello Scouting italiano nel mondo (art. 3: "La Federazione, per il cui tramite le Associazioni federate appartengono alla fraternità mondiale dello Scouting quali sole Associazioni scout riconosciute in Italia, è affiliata all'Organizzazione Mondiale del Movimento Scout (WOSM) per la parte maschile, e alla Associazione Mondiale delle Guide e Esploratrici (WAGGGS) per la parte femminile").

In tal modo è lasciato in secondo piano o disatteso l'esercizio di altre competenze previste dallo Statuto (art. 2 capi b, c, d - rappresentante dello Scouting nei confronti di pubblici poteri, opinione pubblica, dei membri delle Associazioni; garante del metodo; promotore culturale del metodo educativo).

Le Associazioni si sono nel tempo confrontate sul ruolo della FIS, con esiti ed impatti diversi in ragione dei momenti storici e della sensibilità dei rappresentanti dei vertici associativi che si sono succeduti.

Un momento di passaggio, con chiari segni di cambiamento verso un approccio sistematico e convinto, è stato il seminario dei Quadri e Dirigenti delle due Associazioni tenutosi a Roma nel settembre del 2015. Si legge nel documento di discussione: *".....omissis " il Comitato è stato spesso vissuto come luogo di ratifica di quanto deciso negli organi esecutivi associativi, lontano dalle vere questioni delle Associazioni. Gli obiettivi statutari rimangono principi privi di strategia, in quanto la Federazione non è dotata di strumenti a medio termine o regolamenti. Si sono proposti pertanto un percorso e una strategia imperniati su tre nuclei (AREA POLITICO-NORMATIVA: lavori comuni sui modelli antropologici e sulla dimensione spirituale e sociologica; ipotizzare un regolamento federale e una strategia federale di medio periodo (3-6 mesi); AREA ORGANIZZATIVA: in sintesi, si è proposto di lavorare sulla definizione di un modello organizzativo condiviso, che potesse informare il lavoro del Comitato e meglio favorire lo scambio tra Federazione e Associazioni; AREA PEDAGOGICA/EDUCATIVA: si invita la Federazione a essere motore di scambi metodologici, formativi, pedagogici e di progettualità educativa comune).*

Le conclusioni di questo lavoro sembrano indicare due direttrici per rendere possibile questo scatto in avanti del ruolo della Federazione: da un lato il lavoro e lo sforzo delle Associazioni di riconoscimento e apertura reciproci, dove di nuovo il "pallino" torna in mano alle sensibilità dei vertici associativi; dall'altro la questione organizzativa, con la definizione di nuovi organi e strumenti federali (quali un consiglio, un

piano, una strategia che declini nella situazione attuale compiti statuari e esigenze delle associazioni aderenti)" [1].

Il seminario, nella prospettiva rappresentata, ha approfondito alcuni argomenti in quanto prospettive di lavoro, quali:

Politiche Giovanili – *Particolare attenzione è stata posta nel definire quali azioni le due associazioni possano condividere rispetto alle istituzioni e agli enti per contribuire alla crescita del movimento scout in Italia. Al gruppo di lavoro è stato inoltre chiesto di delineare opportunità/percorsi di sperimentazione "metodologica" per aggiornare/sostenere il "metodo scout" alla luce dei cambiamenti culturali dei giovani, facendo riferimento alle tendenze socio-culturali.*

Formazione – *Lo scopo di questa prima parte del lavoro è stato un confronto franco e aperto sulla formazione che offriamo ai nostri capi e le competenze che trasmettiamo. Il gruppo di lavoro ha avuto come obiettivo prioritario di proporre percorsi che valorizzino all'esterno la formazione che produciamo (es bilancio di competenze e riconoscimento della formazione prodotta all'interno delle due associazioni) e che valorizzino all'interno delle associazioni nuove idee e nuove formulazioni di approcci metodologici.*

Carta d'Identità – *Lo scopo di questa prima parte del lavoro è stato un confronto aperto sulla struttura che si vorrebbe dare alla Carta d'identità Federale, come strumento identificativo del movimento scout italiano, partendo dai documenti ufficiali delle due associazioni cercando di definire i contenuti minimi e fondamentali che si sono voluti proporre, legati all'aspetto inclusivo e di "cerniera" che la FIS svolge.*

Particolare attenzione è stata posta a non andare a definire completamente tutti i contenuti possibili della carta: si è ritenuto importante approfondire le tematiche descritte nel documento preparatorio legate alle dimensioni prese in considerazione: Dimensione valoriale, Dimensione Spirituale e Dimensione politica. Ove sia stato possibile si è ritenuto opportuno affrontare nuovi aspetti non trattati nel documento "Prime considerazione sulla federazione del domani".

Dimensione Internazionale – *Lo scopo di questa prima parte del lavoro si è basato su un confronto sugli obiettivi di sviluppo che la FIS (linee strategiche) desidera, vuole approfondire e portare come contributo a livello Internazionale. Inoltre si sono tracciate alcune proposte di un cammino comune e degli standard minimi rispetto agli strumenti di ricaduta a livello territoriale per le due Associazioni per vivere una dimensione internazionale condivisa." [3]*

Sarà quindi lungo questi 4 assi (Politiche giovanili, Formazione, Carta d'Identità, Dimensione internazionale) che si svolgerà il lavoro futuro dei prossimi anni in Federazione, identificando per ogni asse e/o progetto specifico gli strumenti migliori e più adatti a raggiungere l'obiettivo prefissato.

Gli organismi internazionali: WOSM - WAGGGS

Essendo il CNGEI parte di due Movimenti Mondiali – quello dello Scouting e quello del Guidismo e Scouting femminile –, è nostro compito tenere a mente in quale direzione WOSM e WAGGGS si stanno muovendo, quali le ricadute a livello europeo e nazionale, e quindi quali spunti la nostra Associazione può/deve cogliere.

WAGGGS

Il piano strategico mondiale (Global Strategic Plan - GSP) di WAGGGS per il triennio 2012 – 2014, approvato durante la 34a Conferenza Mondiale WAGGGS tenutasi ad Edimburgo nel 2011, si è caratterizzato per l'adozione e l'avvio del percorso per la realizzazione della nuova Vision, che mira a creare un mondo in cui tutte le ragazze e le giovani donne sono valorizzate e prendono parte al cambiamento del mondo ("All girls and young women are valued and take action to change the world"), e per il proseguimento del percorso sulla Mission di rendere possibile che tutte le ragazze e le giovani donne possano sviluppare il loro pieno potenziale in quanto cittadine responsabili del mondo ("To enable girls and young women to develop their fullest potential as responsible citizens of the world").

Per il triennio 2015-2017, durante la 35a Conferenza Mondiale WAGGGS tenutasi ad Hong Kong nel 2014, WAGGGS si è dotata di un GSP incentrato sul proseguimento del percorso di realizzazione della suddetta Vision, la cui linea temporale di completa attuazione è stata fissata al 2020.

A tal fine, lo scopo principale è stato individuato nella crescita del Movimento in modo da offrire a quante più ragazze e giovani donne e in quante più realtà possibile una esperienza di Guidismo e Scautismo femminile (GSf) di elevata qualità. Affinché il Movimento sia inclusivo, democratico e forte, l'attenzione è stata posta sull'organizzazione, la governance e la gestione delle risorse.

Per l'attuazione del GSP 2015-2017 sono stati individuate tre approcci strategici:

- *Connect* - Intesa come facilitazione delle interazioni fra Organizzazioni Membro (MOs) con caratteristiche simili, coordinamento delle buone pratiche e delle risorse nell'ambito del Movimento e implementazione del suo ruolo di hub mondiale.
- *Grow* - Con lo sviluppo di un servizio integrato di membership che possa rispondere direttamente ai bisogni e supportare gli obiettivi strategici di ciascuna MO nel proprio percorso di crescita.
- *Impact* - Inteso come incremento della visibilità e dell'impatto del GSf a livello mondiale e nazionale, in partnership con le MOs.

Le priorità del quadro strategico 2015-2017, finalizzato al raggiungimento della Vision 2020 e alla realizzazione della Mission, includono due obiettivi e sei risultati globali [3]:

- Obiettivo 1 Fornire alle ragazze e alle giovani donne maggiori opportunità di crescita e di leadership attraverso i programmi e i metodi basati sui principi fondamentali del GSf.
- Obiettivo 2 Fare in modo che le ragazze e le giovani donne possano essere agenti di cambiamento nel mondo attraverso i programmi e metodi basati sui principi fondamentali del GSf.
- Risultato 1 Membership incrementata e diversificata. Tale risultato sarà ottenuto attraverso servizi integrati di alta qualità per le MOs e il lavoro condiviso con queste ultime per ampliare le opportunità a sempre più ragazze e a sempre più contesti.
- Risultato 2 Miglioramento dell'immagine e della visibilità del GSf a tutti i livelli. A tal fine WAGGGS si propone una maggiore attenzione alla comunicazione del proprio impatto in quanto unico movimento mondiale che offre alle ragazze e alle giovani donne un'educazione non formale in grado di sviluppare il proprio potenziale come cittadine responsabili del mondo.
- Risultato 3 Influenza esercitata sulle questioni che incidono sulle ragazze e sulle giovani donne. Attraverso la diffusione delle campagne di WAGGGS su questi temi a un pubblico sempre più vasto a livello locale, nazionale e globale.
- Risultato 4 Qualità dell'esperienza del GSf rafforzata. Mediante l'impegno a sviluppare un movimento sempre più dinamico e forte e fornendo le migliori opportunità di sviluppo personale e di leadership attraverso programmi e iniziative.
- Risultato 5 Capacità di leadership sviluppata ad ogni livello. Puntando al rafforzamento delle opportunità di leadership e di sviluppo a livello globale, regionale e nazionale offerte alle nostre leader.
- Risultato 6: Maggiori fondi. Mediante l'aumento e la diversificazione delle fonti di reddito, sia a livello mondiale che nell'ambito delle MOs.

Per quel che concerne la governance, WAGGGS ha avviato un lavoro di studio e revisione durante la 34a Conferenza Mondiale (Edimburgo, 2011). Durante la 35a Conferenza Mondiale WAGGGS (Hong Kong, 2014) sono stati presentati i risultati del lavoro svolto ed è stata approvata la bozza del nuovo Statuto [4]. Infatti, per dotarsi di strutture e processi reputati dal World Board più idonei al supporto del proprio lavoro e per adeguarsi alla normativa del diritto anglosassone secondo quanto previsto dalla Charity Commission for England and Wales, WAGGGS ha uniformato il proprio statuto con quello delle Charitable Incorporated Organization (CIO). Il cambio di Statuto ha comportato non poche difficoltà, anche per i dubbi manifestati da numerose MOs su alcuni passaggi che hanno richiesto e richiedono maggiore chiarezza. Il World Board, con il supporto di una consulenza legale specialistica, sta attualmente completando i passaggi amministrativi richiesti per la formalizzazione della nuova CIO col proprio Statuto con l'intenzione di sciogliere formalmente la vecchia Associazione senza personalità giuridica in occasione della prossima conferenza mondiale [5].



Durante la 15a Conferenza Europea WAGGGS, tenutasi ad Oslo nel 2016, è stata approvata la Strategia WAGGGS della Regione Europa per il triennio 2017-2019.

In linea con la Vision e la Mission di WAGGGS, la strategia della Regione Europa è quella di rafforzare la propria capacità di rispondere alle tendenze della società e di fornire servizi di supporto alle proprie MOs per potenziare la qualità del GSf.

Nell'approccio proposto, i sei risultati globali descritti nel GSP 2015-2017 sono declinati in tre temi principali:

- il tema generale *More opportunities for more girls*, che include i risultati 1 e 4;
- il tema portante *Strong, visible leaders*, che include i risultati 2, 3 e 5;
- il tema di sostegno *Sustainability of the Movement*, che include il risultato 6.

La Strategia WAGGGS della Regione Europa 2017-2019 si basa su 3 pilastri tematici più uno trasversale:

- **Grow.** Il GSf, infatti, potrà divenire un punto di riferimento per le giovani in tutti i paesi europei attraverso il supporto alle MOs, in particolare mediante:
 - applicazione dell'apprendimento, dell'innovazione e della ricerca alla crescita per ottenere un significativo aumento del reclutamento e della ritenzione di soci e volontari;
 - impostazione di standard di qualità per i programmi proposti per rafforzare i metodi del GSf;
 - advocacy per il riconoscimento del volontariato e dell'educazione non formale;
 - rafforzamento dei collegamenti tra le MOs per favorire la condivisione, il tailored support, e lo sviluppo del GSf.
- **Diversity.** Sostenere le MOs con informazioni e strumenti per analizzare e motivare i loro membri a rispondere alle diversità chiave nell'ambito del nostro Movimento e della società, attraverso:
 - integrazione della diversità nell'ambito di WAGGGS e sostegno alle iniziative delle MOs per integrare la tematica nei propri ambiti di intervento;
 - aumento della consapevolezza sulla diversità;
 - attività di supporto per le MOs per cambiare mentalità;
 - sostegno alle MOs nello sviluppo di una formazione adeguata per le leader.
- **Gender.** Sostenere le MOs nei processi di sensibilizzazione e di integrazione del genere nei diversi ambiti di intervento per:
 - garantire che il GSf possa rispondere alle realtà delle giovani;
 - integrare il genere nello sviluppo di WAGGGS e sostenere le iniziative delle MOs per integrare la tematica nei propri ambiti di intervento;
 - sostenere le MOs nelle attività relative al genere e nella sensibilizzazione sull'importanza del tema;
 - applicare l'apprendimento, l'innovazione e la ricerca al tema del genere al fine di garantire che il GSf rispondano alla realtà dei giovani uomini e donne di oggi e alle ultime tendenze nella leadership di genere.
- **Vibrancy.** La Regione Europa di WAGGGS si impegna, infine, a garantire un approccio trasversale al proprio lavoro, soprattutto nel:
 - riaffermare la Mission e il metodo del GSf impiegando metodi e approcci di educazione non formale;
 - diffondere i valori di WAGGGS in modo da reclutare e ritenere i volontari;
 - continuare a costruire canali di comunicazione e pratiche di rendicontazione con le MOs e garantire che WAGGGS risponda ai bisogni relativi alle modalità di interazione con le MOs;
 - continuare a sviluppare partnership, relazioni, e opportunità di raccolta fondi europei;
 - continuare la partnership strategica con WOSM attraverso il raggiungimento degli obiettivi comuni.

WOSM

Nel 2014 si è conclusa la precedente strategia mondiale scout di WOSM (2002-2014), composta da 7 priorità strategiche [7] - *Youth Involvement*, per dare nuova linfa al metodo scout; *Adolescents*, per sup-

portare il passaggio all'età adulta dei giovani; *Girls and Boys, Women and Men*, per lavorare sulla coeducazione rispettandone le differenze; *Reaching Out*, per offrire lo Scouting a tutti i segmenti della società ad oggi esclusi; *Volunteers in Scouting*, per supportare e rafforzare il ruolo dei volontari nello Scouting; *An Organisation for the 21st Century*, per aggiornare e rendere più flessibile l'Organizzazione Mondiale; e *Scouting's Profile*, per lavorare sulla comunicazione.

Durante la 40a Conferenza Mondiale di Lubiana (2014), oltre alla verifica della strategia appena conclusa, WOSM ha presentato i trends dei giovani a livello mondiale [8], identificandone le principali caratteristiche per ognuna delle 6 Regioni. Riguardo alla European Scout Region cui apparteniamo, vengono identificate le seguenti caratteristiche:

- in **ambito economico**, il lungo processo di transizione dallo studio al mondo del lavoro, con le relative difficoltà legate all'indipendenza economica, ad alti tassi di disoccupazione giovanile, ad una crescita sempre più forte dei NEET (giovani under 30 che non studiano, non lavorano o non seguono formazione professionale);
- in **ambito educativo-formativo**, alti tassi di crescita dell'educazione terziaria (ad es. corsi universitari) per entrambi i sessi, e una forte crescita dell'uso e della formazione in campo tecnologico ed informatico;
- in **ambito della salute**, una forte obesità (e problemi ad essa collegati) tra i giovani, e una riduzione dell'attività fisica;
- in **ambito socio-politico**, l'esplosione dei social network che ha prodotto un veloce accesso alle informazioni, una modalità di partecipazione sociale (anche alla vita democratica) differente e in certi casi parallela alle vecchie forme presenti, ma anche una crescente difficoltà nelle relazioni inter-personali. È presente una tendenza sempre più forte alla secolarizzazione dei giovani, quindi all'allontanamento dalle religioni "ufficiali" (in Europa specialmente le religioni cristiano-cattoliche) e all'aumento di agnosticismo e ateismo. Sono sempre più presenti le nuove famiglie (es. allargate grazie a divorzi o separazioni, o famiglie arcobaleno). Infine, si nota anche una maggiore tendenza al volontariato e interesse alla situazione ambientale del Pianeta.

Sulla base della verifica della strategia passata e dei trend dei giovani, identificati come elementi chiave per il continuo aggiornamento e aderenza alla società del Movimento, WOSM si è dotato della *Strategy for Scouting (SfS)*, documento che delinea il percorso dell'Organizzazione Mondiale per 9 anni (2014 - 2023) [9].

La SfS è composta da 3 principali elementi:

- la **Mission**, che definisce il perché esiste lo Scouting, non cambiata rispetto al passato: *The Mission of Scouting is to contribute to the education of young people, through a value system based on the Scout Promise and Law, to help build a better world where people are self-fulfilled as individuals and play a constructive role in society.*
- la **Vision**, che definisce cosa lo Scouting vuole essere in un arco temporale specifico (in questo caso il 2023), permettendo di raggiungere la Mission: *By 2023 Scouting will be the world's leading educational youth movement, enabling 100 million young people to be active citizens creating positive change in their communities and in the world based on shared values.*
- e **6 priorità strategiche**, le quali nascono dalla Mission e dalla Vision e che sono funzionali al raggiungimento delle stesse. Nello specifico:
 - *Youth Engagement*, per sviluppare conoscenze e competenze nei giovani che permettano loro di essere parte attiva nei processi decisionali e nella vita del Movimento, nonché nelle rispettive comunità di appartenenza;
 - *Educational Methods*, con la finalità di sviluppare programmi educativi che permettano ai giovani di avere gli strumenti per affrontare le sfide da adulti, nonché aggiornare i programmi formativi e sviluppare strategie per la ritenzione degli adulti, senza i quali non è possibile attivare programmi e attività educative;
 - *Diversity & Inclusion*, perché lo Scouting dovrebbe riflettere la diversità delle società in cui opera, e quindi essere aperto a tutti senza distinzione alcuna;
 - *Social Impact*, per rafforzare il servizio delle Organizzazioni Nazionali Membro (NSOs) e dei singoli nelle rispettive comunità, in modo da avere un effetto positivo sempre maggiore nelle comunità in cui siamo;

- *Communication & Relations*, perché lo Scouting vuole essere riconosciuto come il più grande movimento mondiale per giovani e di giovani, e quindi l'importanza di comunicare in maniera chiara ed efficace chi siamo, cosa facciamo e perché lo facciamo;
- *Governance*, per rafforzare la trasparenza e l'efficacia di WOSM, in modo da avere strumenti e struttura per facilmente raggiungere Mission e Vision dello Scouting.

Con questo chiaro impianto (*SfS*), ogni Comitato Mondiale che si succederà (2014-2017, 2017-2020, 2020-2023) ha il compito di individuare, attraverso i Piani Triennali, la modalità con cui attuare la *SfS*.

Alla scorsa Conferenza Europea WOSM in Norvegia (giugno 2016), la Regione ha definito il Piano Triennale 2016-2019 partendo dalla verifica dello scorso Piano Triennale e dalla *SfS*, scegliendo di declinare quanto scritto nella strategia mondiale alle necessità della Regione¹.

Il lavoro dei prossimi 3 anni si concentrerà su 3 aree, le quali raggruppano gli obiettivi che verranno affrontati:

- *Education for all*
 - *Learning path*. 3 sono i punti su cui si lavorerà: *Diversity & Inclusion*, quindi apertura dello Scouting a fasce di popolazione ad oggi escluse (ad es. migranti), nonché continuare sul lavoro svolto lo scorso triennio in ambito LGBTIQ+ e dialogo interreligioso; *Skills for life*, che mira ad affrontare le nuove tecnologie come strumento educativo per i giovani, e a supportare le NSOs nel riconoscimento delle competenze acquisite attraverso lo Scouting; *Youth Programme*, con un rafforzamento all'educazione alla dimensione spirituale in senso lato (confessionale e non) e l'approfondimento dello youth empowerment (sviluppo di nuove competenze utili al di fuori del mondo scout, coinvolgimento dei giovani nei processi decisionali, crescita di autostima individuale nelle proprie potenzialità) anche a fasce d'età precedenti a quella rover.
 - *Social Impact*, supportando le NSOs a misurare il proprio impatto nella società.
- *Strengthening our Organisation*
 - *Organisational Development*. Supporto alle NSOs in ambito di governance e crescita sul territorio.
- *Spreading Our Message*
 - *Communication*. Miglioramento della comunicazione regionale verso le NSOs e verso i partner non scout (ad es. Istituzioni Europee).
 - *External Relations, Advocacy and Funding*. Continuare a svolgere advocacy presso l'UE e il Consiglio d'Europa per il sostegno dei giovani, continuando ad accedere ai fondi europei per rendere le attività sostenibili da tutti, e stringendo partnership chiave a livello europeo con Terzo Settore e Agenzie educative.

Principali tavoli di lavoro in cui il CNGEI è inserito

All'interno del quadro internazionale appena descritto, meritano un breve accenno i tavoli di lavoro (es. network non formali o partnership) cui il CNGEI è inserito e collabora.

Uno dei più longevi è il *Grupo de Lisboa* (GdL), network informale che riunisce le Associazioni scout europee di matrice latina: oltre all'Italia (CNGEI e AGESCI) vi partecipano Portogallo, Spagna, Francia, Svizzera, Belgio, San Marino e Romania. Composto da Paesi con caratteristiche di Scouting e GSf abbastanza simili, il GdL vuole essere un luogo di confronto metodologico e di coordinamento per azioni comuni a livello principalmente europeo. Da tale network, il CNGEI spesso è tornato (e tornerà) a casa con idee e suggerimenti da riportare in Associazione e da condividere con i tavoli di competenza (ad es. TE). Negli ultimi anni, si è andato affermando Spiriteco, il network delle Associazioni europee che vogliono lavorare e approfondire lo sviluppo della dimensione spirituale in ottica laica/pluriconfessionale/non confessionale. Oltre ad essere presente agli eventi educativi europei e mondiali (ad es. RoverWay e Jamboree), proponendo attività spirituali che nascono dall'approccio comune delle Associazioni che ne fanno parte,

¹ Al momento della stesura di questo documento, non sono ancora disponibili i report ufficiali WOSM-ESR con le decisioni prese in Conferenza Europea, ma solo le bozze in preparazione delle votazioni.



Spriteco si propone come un tavolo di discussione ed approfondimento della tematica della dimensione spirituale, anche attraverso scambio di documenti e buone pratiche.

Infine, il CNGEI ha stretto e sta stringendo partnership con Associazioni scout estere, europee e non. Da qualche anno è attiva la partnership con Les Scouts Tunisiens, e si sta concretizzando quella con EEDF (laici francesi): queste vogliono essere accordi per promuovere occasioni di crescita e scambi per i nostri ragazzi, per vivere la dimensione internazionale dello Scouting e GSf e per costruire ponti con culture differenti.

Per concludere, nel pensare al CNGEI del futuro, la nostra Associazione non può prescindere dal tenere in considerazione la strada che gli Organismi Mondiali (specialmente a livello europeo) e la FIS stanno seguendo, e dal riportare la nostra esperienza, i nostri obiettivi e le nostre necessità sui tavoli di lavoro in cui il CNGEI ad oggi è inserito.

Bibliografia

- [1] Braccini, M e Mastrodicasa, N., *Documento di discussione per il seminario quadri e dirigenti associativi CNGEI e AGESCI*, 2015.
- [2] Federazione Italiana dello Scouting, *Statuto*, 1986.
- [3] WAGGGS, *Global Strategic Plan Final 2015-17*, 2014.
- [4] WAGGGS, *35th World Conference, Record of Decisions*, October 2014
- [5] WAGGGS, *35th World Conference, Conference Document 3 Governance Review Report*, 2014.
- [6] WAGGGS, *EGC15 WAGGGS Strategy at European Level*, 2016
- [7] WOSM, *Evolution of the strategic framework of WOSM (1988-2012)*, 2013.
- [8] WOSM, *Global Youth Trends*, 2014.
- [9] CNGEI Settore Internazionale, *Report 12th WSYF – 40th WSCConf*, allegato 2 al verbale di CN del 24-25 gennaio 2015.

Allegato 3: Flusso delle Principali Attività svolte

Flusso principali attività svolte:

1. descrizione tramite diagramma

