



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@cngei.it sito internet: www.cngei.it

PIANO STRATEGICO 2017 - 2026

SOMMARIO

| | |
|---|----|
| 1. Presentazione..... | 2 |
| 1.1 <i>La cornice tematica</i> | 2 |
| 1.2 <i>Il processo di sintesi</i> | 3 |
| 1.3 <i>Struttura: articolazione e contenuti</i> | 4 |
| 1.4 <i>Ringraziamenti</i> | 5 |
| 2. Il CNGEI “OGGI” | 6 |
| 3. Scenari Futuri | 10 |
| 4. Contenuti del Piano Strategico | 11 |
| 4.1 <i>MISSION CNGEI</i> | 12 |
| 4.2 <i>Proposta di VISION Associativa</i> | 13 |
| 4.3 <i>Aree del Piano Strategico: OBIETTIVI E AZIONI</i> | 14 |
| 5. Gestione del Piano Strategico..... | 20 |
| ALLEGATO 1: Analisi della Situazione..... | 22 |
| <i>La Cornice di Riferimento</i> | 23 |
| A1.1 <i>Aspetti quantitativi - elaborazioni numeriche su base censimenti/Portale associativo riferiti ai ragazzi e agli adulti:</i> | 24 |
| A1.2: <i>Analisi fonti di consultazione preesistenti</i> | 31 |
| A1.3 <i>Esiti delle consultazioni (elenco e contributi ottenuti):</i> | 41 |
| A1.4: <i>Le Partnership attuali</i> | 48 |
| A1.5 <i>Conclusioni Finali</i> | 51 |
| Allegato 2: Scenari e Tendenze..... | 54 |
| A2.1 <i>La condizione giovanile oggi e tendenze future</i> | 55 |
| A2.2 <i>La trasformazione dell'apprendimento ai tempi della società digitale</i> | 58 |
| A2.3 <i>Nuova genitorialità</i> | 61 |
| A2.4 <i>La riforma del terzo settore</i> | 63 |
| A2.5 <i>Il volontariato e i volontari</i> | 65 |
| A2.6 <i>La questione dei migranti</i> | 69 |
| A2.7 <i>Il Movimento dello Scouting e del Guidismo/Scouting femminile – scenari</i> | 71 |
| Allegato 3: Flusso delle Principali Attività svolte | 78 |

1. Presentazione

A cura di Roberto Marcialis e Daniele Martelli

La vita Associativa degli ultimi anni, da ultimi i contributi del triennio 2012-2015, ha promosso direttamente ed indirettamente opportunità di riflessione e dibattito per cercare di immaginare il CNGEI del futuro, tanto da ritenere maturi i tempi per promuovere la redazione di un Piano Strategico.

Infatti, un qualsiasi piano d'azione comunque denominato, che non discenda da una strategia di lungo respiro elaborata e condivisa attraverso l'attivazione di un ampio e continuo processo di partecipazione democratica, ha un'utilità parziale ed arbitraria fortemente condizionata dall'emergenza e dalla contingenza.

Per questo motivo l'elaborazione di un Piano Strategico di durata pluriennale con l'obiettivo di promuovere lo Sviluppo associativo attraverso programmi attuativi della durata di almeno un mandato, è un obiettivo prioritario e non rinviabile del breve periodo.

Per queste considerazioni, accogliendo l'eredità del dibattito Associativo degli ultimi anni, con particolare riferimento ai contributi proposti nell'ultimo triennio, visto il documento di candidatura del P e del CS presentato nell'Assemblea elettiva, il CN all'inizio del 2016 ha avviato con un documento di indirizzo organizzativo, politico e culturale, un "processo di formazione del Piano Strategico 2017 -2026".

In attuazione di quanto previsto nel documento di indirizzo, attraverso un sistema articolato e differenziato di modalità e opportunità di consultazione esterna e partecipazione interna, si è pervenuti alla attuale formulazione del Piano Strategico 2017-2026, di seguito illustrato.

1.1 LA CORNICE TEMATICA

Con l'intimo convincimento che il piano possa esprimere il nostro modo laico di stare al Mondo nella contemporaneità come nel futuro, attraverso un Impegno Civile testimone dei Valori della Carta d'Identità, della Legge e della Promessa, abbiamo costruito una cornice tematica con l'intento di formulare un indirizzo culturale e politico. Allo scopo ci siamo appoggiati su un tema di avvio (triennale 2015-2018) da sviluppare: stare al Mondo oggi testimoni dei nostri valori e della nostra identità". Questo tema infatti:

- possiede un carattere di "attualità permanente" tale da poter essere assunto a prescindere da un contesto temporale, perché richiama la necessità di soddisfare un'aspettativa incompressibile per un'Associazione che si occupa dei giovani: essere in grado di formulare un'offerta educativa attuale e coerente al tempo stesso con la propria identità, valori e storia;
- esprime al tempo stesso un indirizzo di così ampio respiro da garantire un alto grado di libertà nella individuazione dei contenuti del PS, pur assolvendo alla funzione di delineare ed orientare una prospettiva di lavoro e di risultato.

Lasciare il Mondo migliore di come lo abbiamo trovato, implicitamente contiene l'invito al cambiamento e riafferma l'idea di movimento. Un progetto ambizioso, impegnativo, urgente e necessario il nostro, che richiede continua attenzione ai cambiamenti, adeguamento delle proposte educative, aggiustamento delle strategie, affinamento degli strumenti, potenziamento e ottimizzazione delle relazioni.

Costruire occasioni e facilitare processi attraverso i quali i giovani possano formarsi una coscienza critica e sviluppare in loro l'esercizio alla scelta, è un compito arduo che richiede perspicacia, preparazione, motivazioni, forza d'animo, umiltà, amore disinteressato, capacità di stare al Mondo, un "progetto per stare al Mondo".

Abbiamo compresa la necessità di acquisire assieme una maggiore consapevolezza di chi siamo e cosa stiamo facendo, di quanto efficace, articolata, potente, sia la nostra proposta educativa e delle ricadute positive che i nostri programmi riversano sulla società: noi siamo un'iniezione di fiducia, ottimismo, speranza, concretezza. Non siamo ininfluenti, marginali rispetto ai processi di cambiamento, quanto invece ed a ragione siamo centrali ed insostituibili. Abbiamo riconoscimenti ripetuti e diffusi di questo credito che ci viene concesso per il nostro "modo di stare al Mondo". Stare al Mondo oggi, è dunque un modo come un altro per definire una condotta associativa che riguadagni il senso della marcia, individui una direzione verso la quale orientarsi, stabilisca il posto che occupiamo nella società attuale e nel nostro tempo presente, proietti il nostro impegno di testimonianza attiva dei nostri valori, della nostra identità ed appartenenza verso il futuro. Insomma "saper stare al Mondo" significa proiettare nel futuro la consapevolezza visionaria del nostro saper essere persone scout, Associazione, movimento visibile, attivo e concreto.

Siamo un'Associazione che costruisce il proprio cammino di crescita aderendo ad un movimento planetario che per definizione si fonda sul cambiamento, adattamento, scambio, dialogo, curiosità, piacere della scoperta e superamento del limite. Il "nostro modo di stare al Mondo" è capace di contaminare e virare positivamente il sistema impoverito dei valori di questa società, indispensabile per valorizzare la centralità della persona umana: non possiamo disattendere o delegare il dovere di testimonianza. Per questo, la cornice tematica del Piano Strategico è: "Stare al Mondo oggi, testimoni dei nostri Valori e della nostra identità".

1.2 IL PROCESSO DI SINTESI

Il Piano Strategico è stato costruito sulla base di alcune semplici considerazioni. In primo luogo **abbiamo cercato di garantire la massima partecipazione interna al maggior numero di adulti**, attraverso una serie di opportunità molto differenziate tra loro e già consolidate nella vita associativa nazionale (Campi Scuola, Occasioni di Primavera, Meeting, Rupì, Roverwick, Interbranca, Riunione Quadri, Tavolo dei CReg, Tavolo Educativo) e della vita delle Sezioni/Gruppi: questa misura, non appesantendo l'agenda associativa con l'aggiunta di eventi dedicati, ha favorito la partecipazione e arricchito l'offerta e i contenuti di ogni singola opportunità esistente, che così viene ulteriormente valorizzata. Si potrebbe dire che abbiamo sperimentato un approccio attraverso un processo programmatico valorizzando ciò che abbiamo, piuttosto che attraverso un evento programmatico o opportunità inventate per la circostanza.

Ci siamo garantiti poi, un'ampia consultazione esterna, sia promuovendo un'indagine coinvolgendo i principali "portatori d'interesse" con i quali abitualmente le Sezioni si relazionano, sia utilizzando anche per il Piano Strategico indagini conoscitive finalizzate ad altri principali scopi: questo è l'esempio delle indagini per la costruzione del Brand associativo.

In avvio **abbiamo ottimizzato le informazioni disponibili contenute nei documenti associativi e internazionali recenti**, che abbiamo acquisito come analisi della situazione iniziale, arricchita successivamente dai risultati e con i contributi acquisiti nelle diverse opportunità di partecipazione che sono state promosse e sopra ricordate. Utilizzando con fiducia l'ottimo materiale disponibile (sono stati consultati numerosi documenti), con le successive integrazioni abbiamo potuto contenere i tempi di elaborazione del piano conferendogli tuttavia dei solidi input.

Sono state impiegate utilmente le competenze associative ed extrassocie di alcuni Soci che nelle varie fasi di elaborazione hanno fornito il loro contributo "disciplinare" specifico come, è solo un esempio, per quanto attiene alla definizione degli scenari, o il loro contributo redazionale o organizzativo: abbiamo impiegato una struttura flessibile che a tratti ha lavorato come Cabina di Regia coordinando le varie fasi, a tratti come gruppo di lavoro a tema assegnato, a tratti come redazione del piano, in base alle necessità e senza particolari formalismi.

Più in generale, potendo affermare che abbiamo composto e messo a sistema progressivamente i risultati che il processo avviato ci ha messo di volta in volta a disposizione, non abbiamo "inventato un piano nella



forma di un prodotto immodificabile”, ma conseguito un risultato che documenta una tappa utile e tangibile di un percorso in divenire: insomma “pianificare facendo”.

Un’ultima considerazione: se l’obiettivo dichiarato che ci prefiggiamo è lo Sviluppo associativo, il Piano Strategico è allora lo strumento che impiega come risorsa gli adulti che allo scopo vanno sempre informati con una comunicazione efficace, mirata e tempestiva e stimolati a partecipare alle opportunità associative per contribuire alle decisioni d’interesse comune: solo agli eventi nazionali sono stati coinvolti in un anno più di 1.100 adulti.

1.3 STRUTTURA: ARTICOLAZIONE E CONTENUTI

Questo documento è articolato in tre parti. La prima costruisce la cornice di riferimento trattando aspetti statistico-quantitativi relativi ai soci giovani ed adulti, provvedendo alla raccolta di tutte le fonti iniziali e dei documenti esito di consultazioni, elencando le Partnership, ricordando per sommi capi l’Organizzazione attuale, i Valori. Questa prima parte si completa con la trattazione di alcuni temi emergenti dai quali intravedere gli scenari futuri nei quali ci troveremo ad operare.

La seconda parte è il cuore del piano che contiene: la Mission, la Vision, gli Obiettivi Strategici e le Azioni prioritarie per ciascuna delle quattro aree d’interesse: Identità associativa, Giovani, Adulti, Associazione.

Infine la terza parte tratta degli aspetti gestionali ed evolutivi del piano: progetto di gestione che include il monitoraggio, il rapporto con i piani attuativi e l’attualizzazione, la governance.

1.4 RINGRAZIAMENTI

Desideriamo ringraziare tutti i collaboratori che a diverso titolo, in tempi diversi e con contributi diversi ma egualmente importanti, hanno contribuito alla gestione del processo, degli eventi e alla redazione dei report intermedi e finale (in ordine alfabetico):

Silvia Barsotti (Pisa), Michele Bisinelli (Rovereto), Vittoria Brandi (Roma), Fabio Camilletti (Fiumicino), Massimiliano Della Bona (Bondeno), Ciro Facciolla (Portici), Angela Genova (Fermignano), Anna Maria Giacomini (Udine), Filomena Grasso (Napoli), Monia Marcacci (Firenze), Nicolò Marchesini (Parma), Michele Marzulli (Milano), Eugenio Mastropaolo (Milano), Luca Montanari (Bologna), Andrea Pievaroli (Pesaro), Fabrizio Prete (Cernusco sul Naviglio), Salvo Sammartano (Catania), Simone Silvestri (Pisa), Matteo Viadana (Milano).

Allo stesso tempo desideriamo ringraziare tutti coloro che hanno voluto accreditare con il loro contributo individuale il processo di formazione partecipata del Piano Strategico, in occasione del Campo Scuola primaverile, della riunione Quadri Associativi, delle Occasioni di Primavera, Rupi, Meeting e Roverwick ed Interbranca: tutti eventi del 2016.

Esprimiamo la nostra gratitudine e vicinanza ai Dirigenti Locali che attraverso il Tavolo dei Commissari Regionali, le Consulte, nell'esercizio della loro funzione all'interno delle Sezioni, ci hanno confortato con contributi critici, alimentando in varie forme un importante confronto dialettico, fornendo contributi decisivi anche se quantitativamente limitati, tuttavia frequenti.

Grazie a tutti i Soci che attraverso il lavoro di Gruppi e Sezioni ci hanno fornito il loro contributo non lasciando inavalsano la nostra richiesta di collaborazione. Una sfida è stata lanciata, una sfida è appena iniziata: da cosa nasce cosa e da qui in avanti possiamo solo migliorare, coinvolgendo un sempre maggior numero di adulti ai processi decisionali associativi e elevando progressivamente il livello qualitativo delle aspettative e delle misure conseguenti che potranno essere adottate.

Infine vogliamo rivolgere un ringraziamento particolare, oltre che al CN, a coloro i quali hanno permesso di giungere alla stesura finale di questo documento fornendo contributi specifici, in particolare: Massimiliano Della Bona (Bondeno), Ciro Facciolla (Portici) e Michele Romani (Velletri) sull'analisi della situazione, Michele Marzulli (Milano), Angela Genova (Fermignano), Filomena Grasso (Napoli), Nicolò Marchesini (Parma) in merito alla descrizione degli scenari e Fabrizio Prete (Cernusco sul Naviglio) per l'elaborazione dei contributi finalizzati alla definizione degli Obiettivi e delle Azioni. Per la realizzazione del sito dedicato si ringraziano il Settore Comunicazione e il Gruppo IT/EDP.

2. II CNGEI "OGGI"

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.

Nel grande patrimonio dei documenti associativi, nelle Verifiche delle Branche e dei Settori, nell'analisi dei dati ottenibili dal Portale Associativo così come dal dettaglio delle Partnership del CNGEI è stato possibile individuare gli elementi chiave e i contributi prioritari sui quali creare una cornice di riferimento che presentasse una fotografia del CNGEI "ad oggi".

Quattro sono i "pilastri" sulla quale si basa l'analisi svolta:

1. **Aspetti quantitativi ed elaborazioni numeriche sulla base dei dati censimenti/portale associativo riferiti ai ragazzi e agli adulti.** Riporta le conclusioni principali di una prima – attenta – rielaborazione del maggior numero di dati possibili ottenuti dal portale associativo in funzione delle Aree del Piano Strategico.
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 prima 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 CNGEI, nel tempo, è stato capace di creare Partnership importanti. Si è creata una fotografia di tutte le Partnership ad oggi in vigore per iniziare a ragionare su quali potessero essere maggiormente "strategiche" per il CNGEI che il Piano Strategico delinea. Dall'analisi prodotta, possiamo già concludere come siano prioritarie le Partnership con il MIUR, con il Corpo Forestale dello Stato e con Legambiente.

I diversi contributi, sinteticamente descritti nelle fasi precedenti, hanno permesso di ottenere delle **conclusioni finali** che sono illustrate nelle pagine successive e che sono organizzate, per logicità, in funzione delle aree tematiche del Piano Strategico:

- Area Identità Associativa
- Area Giovani > offerta educativa
- Area Adulti > offerta formativa
- Area Organizzazione > struttura associativa

Si raccomanda vivamente di approfondire quanto esposto in questa sezione del documento, rimandando il lettore all'annesso Allegato 1 – parte integrante del documento - che contiene i riferimenti e l'analisi delle diverse fonti associative che hanno permesso di *fotografare* il CNGEI "oggi".

CONTRIBUTI 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 Scouting dovrebbe far vivere ai ragazzi?

CONTRIBUTI 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 multiethnicità 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

CONTRIBUTI 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...) |
| Ragionare sul ruolo degli 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 |

CONTRIBUTI 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): chiarire 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;

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

3. Scenari Futuri

Questa parte del documento è dedicata sinteticamente a illustrare alcune problematiche attuali e prevedibili nel prossimo futuro.

Un documento relativo alle tendenze in atto e agli scenari futuri sconta un problema non irrilevante. Si tratta forse di una fotografia di quello succede nel mondo oggi? Se fosse così sarebbe una specie di opera enciclopedica, impossibile da completare. Si tratta di un documento di previsione? Difficile, non ci azzeccano neanche quelli che usano modelli matematici come le previsioni del tempo! E poi, noi abbiamo a che fare con le persone e nessuno, ma proprio nessuno, per fortuna, può prevedere il comportamento delle persone. Ognuno è diverso e ognuno reagisce in maniera differente in base alle circostanze e ad altri fattori non controllabili. L'unicità della persona umana è tutta qui.

E allora? Che cosa possiamo dire in un documento come questo? Possiamo per esempio individuare alcuni fenomeni che ci sembrano indicare (in base a studi, considerazioni, ed altro) un cambiamento in atto significativo. La prima conseguenza è quindi che alcune cose verranno escluse dallo scenario (con qualche rischio).

Allora a che cosa serve fare scenari? Oltre a mettere alla prova la competenza di chi li propone (!) hanno la funzione di provare a interpretare i cambiamenti in atto e a starci dentro, a non subirli passivamente. A "stare al mondo", come dice qualcuno.

I contributi sono relativi ai seguenti argomenti:

1. la condizione giovanile oggi e tendenze future
2. la trasformazione dell'apprendimento ai tempi della società digitale
3. le nuove 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/Scautismo femminile

Si raccomanda al lettore una lettura approfondita dei temi trattati, annessi al presente documento nell'Allegato 2, parte integrante del documento.

4. Contenuti del Piano Strategico

Questa parte del documento contiene **il cuore del Piano Strategico**, in quanto rappresenta in modo specifico ciò che la nostra Associazione, nei prossimi anni, si prefigge di raggiungere in termini di **Obiettivi** e attuazione di **Azioni** strategiche, a valle del lungo percorso di condivisione e confronto associativo descritto in premessa.

“Legge e Promessa” e “Carta d’Identità associativa” rappresentano le due “costellazioni” valoriali, strettamente connesse, che definiscono l’essenza dello Scouting e del Guidismo per il CNGEI. Vivere i nostri Valori ispiratori è quindi connotato all’essenza dello Scouting e del Guidismo.

Di fondamentale importanza è la Mission associativa nonché la proposta di Vision che il CNGEI deve possedere.

Nel proseguo di questa sezione del documento, oltre alla attuale Mission, viene proposta una versione di Vision associativa e successivamente Obiettivi e Azioni strategiche.

4.1 MISSION CNGEI

La Mission associativa fu approvata durante i lavori dell'Assemblea Nazionale del 24-25/11/2001 a Roma.

MISSION DEL CNGEI

*«L'unico modo per avere un futuro migliore è crearlo oggi
attraverso futuri cittadini migliori»*

Il CNGEI, Associazione scout, ha come fine l'educazione dei giovani, per aiutarli a diventare cittadini consapevoli e responsabili, attivamente inseriti nel contesto sociale locale, nazionale ed internazionale.

Il CNGEI, in quanto parte dei Movimenti Mondiali Scout e Guide, propone ai giovani un sistema di valori per costruire un Mondo più giusto e solidale, dove siano garantiti a tutti pari dignità, doveri e diritti.

Il CNGEI si rivolge a tutti i giovani senza alcuna distinzione; partendo dai loro bisogni e attraverso una progressiva responsabilizzazione, li educa al rispetto ed all'impegno verso se stessi, gli altri e l'ambiente.

Il CNGEI realizza, attraverso l'opera di volontari, un'azione educativa laica, indipendente da ogni credo religioso e da ideologie politiche, che impegna i giovani al conseguimento ed all'approfondimento delle scelte personali.

*«Lasciate il mondo un po' migliore di come lo avete trovato»
Baden Powell, Fondatore dello Scouting*

Più spesso, in questi anni, è stata utilizzata la parte iniziale della Carta d'Identità Associativa – sotto riportata - per meglio identificare la nostra Mission.

Il CNGEI è perciò un movimento educativo scout che ha come finalità quella di contribuire alla costruzione di un Mondo migliore attraverso l'educazione dei giovani. Il processo educativo è di tipo armonico e complesso, guidato dai principi dello Scouting e Guidismo internazionale.

Lo scopo è quello di formare il buon cittadino:

1. *un cittadino in grado di compiere scelte autonome e responsabili, impegnato in prima persona per promuovere la solidarietà, i diritti universali, la pace e la tutela dell'ambiente;*
2. *un cittadino che percorre un proprio cammino spirituale orientato a dare un senso alla propria vita.*

La dimensione spirituale caratterizza trasversalmente ogni momento dell'attività educativa, poiché si propone di formare un individuo educato al gusto di ricercare, di non dare mai niente per scontato o per definitivamente acquisito, di interrogarsi continuamente sui temi dell'esistenza umana.

Ogni adulto svolge nell'Associazione un servizio che è stimolato dalla gioia di poter offrire qualcosa di sé agli altri, ed in tal modo il servizio offre gioia anche a chi lo riceve.

Confrontando la nostra Mission con quelle di WOSM e WAGGGS, riportate sotto, emerge chiaramente che le Mission di queste ultime due sono molto più sintetiche nonché accompagnate dalle rispettive Vision.

WOSM: 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 mission dello scouting è di contribuire all'educazione dei giovani, attraverso un sistema di valori basato sulla promessa e sulla legge scout, per costruire un mondo migliore nel quale le persone si sentano realizzate come individui e siano attori nella società.

WAGGGS: To enable girls and young women to develop their fullest potential as responsible citizens of the world.

Permettere alle ragazze e alle giovani donne di sviluppare pienamente le proprie potenzialità come cittadine responsabili del mondo.

4.2 PROPOSTA DI VISION ASSOCIATIVA

Oggi il CNGEI non possiede una Vision associativa, ma è possibile adottarne una, anche in forma temporanea, assolutamente funzionale e coerente con la nostra identità e Mission, traendola da quelle di WOSM e WAGGGS. Possiamo cioè adottare oggi un testo utile per la redazione del Piano Strategico non escludendo la possibilità di porci l'obiettivo futuro di ricalibrare il testo per quanto eventualmente necessario: l'eventuale variazione della Vision implicherà evidentemente ed, eventualmente, l'aggiornamento del Piano Strategico.

Le idee chiave comuni delle due Vision WOSM e WAGGGS possono essere così riassunte:

- l'essere attivi nella società e costruire un Mondo migliore;
- l'osservazione dei cambiamenti del Mondo e dei ragazzi e delle ragazze e la trasformazione del Movimento per rispondervi;
- la piena realizzazione dei potenziali individuali senza discriminazioni di genere o di altra natura (quindi ove necessario con azioni positive di empowerment);
- il mettere i ragazzi e le ragazze del futuro al centro della progettazione;
- avere adulti, in particolari giovani, disposti ad impegnarsi nelle attività educative;
- il coinvolgimento dei giovani nelle scelte e nella vita del Movimento;
- l'allargamento della base dei ragazzi e delle ragazze da coinvolgere con l'abbattimento delle barriere all'ingresso;
- organizzazioni flessibili e agili, con forte coinvolgimento democratico;
- risorse adeguate ad un Movimento dinamico ed innovative;
- un Movimento credibile ed autorevole sulle questioni dei giovani e della loro educazione;
- un Movimento con forti valori che si fa sentire al riguardo e sulle tematiche giovanili.

Sulla base di quanto detto una prima formulazione della Vision associativa potrebbe essere la seguente:

Sostenere i giovani nello svolgere un ruolo attivo nella società, contribuendo alla costruzione di un Mondo migliore. Essere attenti ai cambiamenti del Mondo e dei giovani, sapendo promuovere e sostenere la piena realizzazione dei potenziali individuali senza discriminazioni di genere o di altra natura.

Le attuali Vision di WOSM e WAGGGS, molto più sintetiche rispetto alle versioni precedenti, sono:

WOSM

"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.

Entro il 2023, lo Scouting sarà il più grande movimento educativo giovanile leader al mondo, permettendo a 100 milioni di giovani di essere cittadini attivi, ovvero di creare un cambiamento positivo nelle proprie comunità e nel mondo, basato su valori condivisi.

WAGGGS

All girls are valued and take action to change the world

Tutte le ragazze sono valorizzate e attivamente partecipano nel cambiare il mondo.

4.3 AREE DEL PIANO STRATEGICO: OBIETTIVI E AZIONI

Per la migliore comprensione del processo che ha portato alla definizione degli Obiettivi e delle Azioni del PS, con riferimento al diagramma di flusso di cui all'allegato 3, è utile ricordare le tre principali fasi di lavoro.

FASE 1.

Considerato quanto emerso dai lavori di analisi dei documenti associativi, dal coinvolgimento nonché dalla consultazione dell'Associazione, sono state definite le Aree sulle quali si poggia il Piano Strategico:

- Identità associativa;
- Giovani;
- Associazione;
- Adulti.

Per ogni Area strategica sono stati indentificati Obiettivi e Azioni collegate secondo il seguente percorso che seppur temporalmente breve, è stato ricco di contributi.

Nella prima fase siamo partiti da una ricca documentazione preesistente (programmi, relazioni di CN, Gruppi di Lavoro, Assemblee Programmatiche, Mozioni e Raccomandazioni) integrati con l'analisi dei Piani Strategici WOSM e WAGGGS a cui si sono aggiunti i contributi raccolti al Campo Scuola Primaveraile a alle OdP.

Obiettivo di questa fase era l'identificazione degli Obiettivi Strategici, quello che effettivamente abbiamo ottenuto è stato:

- molti elementi di analisi del contesto e dello stato dell'Associazione;
- alcuni Obiettivi strategici;
- moltissime Azioni, per cui abbiamo dovuto operare a ritroso, identificando prima i bisogni sottesi per poi, proiettandoli in una dimensione strategica, arrivare agli Obiettivi.

Questa attività, a partire dall'analisi dell'Associazione, si è andata ad integrare con l'analisi e del contesto in cui operiamo e con l'identificazione delle principali tendenze e degli scenari che possono influenzare e orientare le politiche giovanili e i programmi educativi, per costituire un quadro coerente e consistente.

In contemporanea è emersa l'esigenza di operare in sinergia con i percorsi già in atto, in particolare con quello avviato per la riforma del modello di governance associativo per garantire il risultato minimo della armonizzazione tra i processi, pur garantendo a ciascuno la propria autonomia. Questa prima fase è culminata nella consultazione dei Commissari Regionali e l'incontro con i Quadri nazionali che ha portato alla stesura della prima bozza organica del Piano Strategico presentata al CN e la rielaborazione dello stesso.

FASE 2.

Il documento rielaborato e approvato dal CN che arrivava al dettaglio degli Obiettivi Strategici, è stato inviato alle Sezioni per raccogliere commenti, indicazioni di priorità, proposte di modifica e/o integrazione e di raccolta di Azioni collegate agli Obiettivi ritenuti prioritari. In attesa dei feedback delle Sezioni e in preparazione di Interbranca, si è lavorato per ipotizzare tra le possibili, leAzioni necessarie alla realizzazione degli Obiettivi proposti. I criteri utilizzati in questa attività sono stati:

- recuperare il più possibile delle Azioni raccolte dall'Associazione nella fase precedente;
- integrare con Azioni possibili, ritenute necessarie al raggiungimento degli Obiettivi identificati;
- cercare di avere un orizzonte di realizzabilità o almeno di un avvio all'interno del mandato di questo CN.

Tra gli scopi di questa iniziativa:

- offrire ai partecipanti spunti di riflessione sugli obiettivi già proposti all'attenzione delle Sezioni, fornendo strumenti chiavi di lettura nella forma di azioni possibili;
- realizzare una ulteriore occasione di confronto, di informazione e di sensibilizzazione. per mettere in condizione i partecipanti di meglio contribuire al processo di perfezionamento del documento affidato in luglio all'attenzione delle Sezioni;
- promuovere una concreta azione a distanza, con funzione di sostegno e accompagnamento alle Sezioni impegnate nella costruzione dei contributi richiesti.

Il risultato ha costituito la base sulla quale i partecipanti ad Interbranca hanno lavorato, indicando gradimento o meno, formulando integrazioni, modifiche, commenti.

FASE 3.

I contributi acquisiti dalle Consulte, dalle Sezioni, dal Tavolo Educativo, gli esiti dei sondaggi esterni ed interni (funzionali alla definizione del Brand Associativo) assieme al materiale raccolto a Interbranca e ai feedback provenienti dalle Sezioni:

- sono stati categorizzati;
- sono stati pesati in base al gradimento e dove possibile all'interesse dimostrato;
- sono state raccolte le indicazioni di priorità.

Sono stati anche estratti e valutati i commenti agli Obiettivi e, ove presenti, alle Azioni proposte.

PROPOSTA DI OBIETTIVI STRATEGICI E RELATIVE AZIONI

| OBIETTIVI | A. AREA STRATEGICA IDENTITÀ ASSOCIATIVA AZIONI |
|--|---|
| <p>-A.1. Definire una Vision associativa che ci permetta di immaginare e progettare quale sarà la nostra proposta di Scouting per i ragazzi e le ragazze che vivranno in Italia nel prossimo decennio</p> | <p>Azione A.1.a. realizzare uno o più eventi aperti ad altre organizzazioni che si occupano di problematiche giovanili, che permetta di delinearne gli scenari futuri, delineandone i temi emergenti rispetto ai quali misurarsi ed esprimere le nostre potenzialità il nostro knowhow nel terzo settore con particolare riferimento alle politiche giovanili</p> <p>Azione A.1.b. definire un percorso che comprenda almeno un evento (tavola rotonda, sessione di lavoro allargata, approvazione assembleare...), per calibrare e perfezionare la definizione della Vision associativa che meglio esprima "come vogliamo diventare"</p> <p>Azione A.2.a sviluppare e diffondere strumenti, linee guida e sessioni formative (Campi Scuola, eventi nazionali regionali o locali) che affrontino valori e scelte, che permettano un processo di riflessione e approfondimento continuo tra gli adulti e la traduzione in percorsi educativi realizzabili</p> |
| <p>- A.2. Approfondire Valori e scelte nella loro essenza e nella declinazione nella vita reale di un Mondo in perenne mutamento;</p> | <p>Azione A.2.b. prevedere che nei programmi triennali (piani attuativi del PS) entro la conclusione di ciascun mandato siano garantite una o più occasioni (eventi/attività anche in calendario) per adulti e per ragazzi, utili per fare il punto della situazione e produrre un documento da divulgare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • che commenti il livello di penetrazione dei nostri Valori e delle nostre scelte nella vita reale, attraverso la presenza attiva garantita dai nostri programmi e dalla testimonianza quotidiana individuale; • che eventualmente reinterpreti ed attualizzi il significato e le ricadute delle scelte e dei Valori (per esempio rivedendo ed aggiornando al Carta d'Identità associativa) |
| <p>-A.3. Testimoniare, sia a livello nazionale che locale, i Valori e le scelte associative negli eventi e nelle occasioni che hanno un impatto sui giovani, sul loro futuro e sulla loro realizzazione.</p> | <p>Azione A.2.c prevedere la revisione del Progetto di Formazione Spirituale alla luce del percorso fatto dall'Associazione in questi decenni integrandolo con gli strumenti educativi sviluppati nel frattempo (per esempio: PEG revisionato in sperimentazione)</p> <p>Azione A.3.a. definire all'interno dei programmi triennali attuativi anche le tipologie di occasioni extrasociative e di strumenti (tra cui partecipazione diretta o indiretta, ricadute e relativa integrazione con i programmi educativi e formativi) che saranno previsti per promuovere l'Identità associativa e i Valori di riferimento, sia a livello nazionale che locale.</p> <p>Azione A.3.b. comunicare attivamente a livello nazionale e locale il nostro punto di vista su argomenti specifici di interesse collettivo-sociale, con particolare riferimento alle politiche giovanili, fatti contemporanei e/o ricorrenze di rilievo;</p> |

| B. AREA STRATEGICA GIOVANI | |
|--|---|
| OBIETTIVI | AZIONI |
| <p>- B.1. Educare i giovani agli ideali del fondatore, al rispetto e alla valorizzazione della diversità visti come occasioni di arricchimento e di superamento degli stereotipi per contribuire ad una società più accogliente;</p> <p>- B.2. Promuovere l'accesso dei giovani al CNGEI superando le barriere culturali, di linguaggio e di risorse che ci impediscono di crescere;</p> | <p>Azione B.1.a. creare un osservatorio delle dinamiche, delle problematiche e del pensiero giovanile allo scopo di cogliere punti di vista, comportamenti, interessi, tendenze ed elaborare linee guida per perseguire gli obiettivi educativi dell'associazione</p> <p>Azione B.1.b. progettare programmi triennali con "attività strutturate ed aperte" a ragazzi/e esterne allo scoutismo in accordo con scuole, associazioni sportive ecc.</p> <p>Azione B.2.a. definire un piano nazionale di "accessibilità" allo scoutismo considerando tutti gli aspetti (culturali, sociali, economici...) che in questo momento ostacolano l'accesso alle ragazze, ai ragazzi e alle famiglie che vorrebbero avvicinarsi alla nostra proposta educativa.</p> <p>Azione B.3.a. riprendere un percorso per la verifica e l'attualizzazione del testo della Legge e della Promessa, istituendo un gruppo di lavoro dedicato</p> |
| <p>- B.3. Aggiornare costantemente il metodo e il linguaggio ai bisogni dei giovani;</p> | <p>Azione B.3.b. Continuare il processo di approfondimento e aggiornamento del metodo con un occhio di riguardo alla coerenza tra bisogni psico-pedagogici e le risposte del metodo che qualifica l'offerta educativa globale, attraverso la continuità garantita in ottica di gruppo dal PEG</p> |
| <p>- B.4. Valorizzare gli strumenti di democrazia del metodo incentivando la partecipazione attiva dei giovani alla vita sociale e all'Impegno Civile;</p> | <p>Azione B.3.c. sviluppare la manualistica, dotarsi di siti specifici per ragazzi (o aggiornarli là dove già presenti), approfondire e strutturare l'uso dei Social in maniera funzionale alle Branche, rivedere i loghi e l'immagine</p> <p>Azione B.4.c. avviare un percorso per definire le modalità di coinvolgimento dei Soci giovani ai processi di partecipazione democratica, sia attraverso gli strumenti del metodo e la loro eventuale revisione che altri strumenti e/o opportunità, eventi esistenti o innovativi</p> |
| <p>- B.5. Prevenire e limitare, a tutti i livelli dell'Associazione, le motivazioni che portano all'abbandono dei giovani.</p> | <p>Azione B.5.a. avviare sondaggi periodici per censire le motivazioni dell'abbandono dei ragazzi e delle ragazze in modo da definire un piano di azione a livello nazionale e locale per intervenire sulle cause più frequenti e rilevanti</p> |

| C. AREA STRATEGICA ASSOCIAZIONE AZIONI | AZIONI |
|---|---|
| OBIETTIVI | <p>Azione C.1.a. continuare ed incentivare i rapporti con i Ministeri Patroni e non solo, soprattutto se con ricadute sul livello locale</p> <p>Azione C.1.b. sviluppare e rendere stabili una rete di relazioni, protocolli d'intesa, Partnership e convenzioni dedicate, che abbiano effetti pratici anche per la vita quotidiana delle realtà locali</p> <p>Azione C.2.a. progettare e realizzare Attività Nazionali delle Branche e dei settori sui temi sociali sensibili e/o di Impegno Civile</p> <p>Azione C.2.b. definire e aggiornare un Piano di Comunicazione privilegiando – se possibile – le professionalità interne. Comprendere e presidiare anche inuovi Media, sfruttandone la diffusione, i linguaggi e le potenzialità di interattività</p> <p>Azione C.2.c. organizzare e realizzare un evento attinente il tema del triennio in collaborazione con le partnership nazionali e locali per sviluppare la rete di relazioni territoriali e consolidare l'integrazione sociale (livello regionale se non di sezione)</p> <p>Azione C.3.a. redazione della Carta del Guidismo e dello Scouting italiano, riprendendo e concludendo il percorso già avviato</p> <p>Azione C.3.b. avviare un gruppo di lavoro per definire e gestire un percorso ed un programma utili al riconoscimento da parte dello Stato Italiano e/o Ente italiano di certificazione, delle competenze acquisite nei ruoli di educatore scout e/o formatore scout</p> <p>Azione C.3.c. avviare un gruppo di lavoro per valutare la sostenibilità della richiesta presso l'UNI (Ente italiano di certificazione) dei ruoli dell'Educatore Scout e del Formatore Scout, avviando nel caso la procedura</p> <p>Azione C.4.a. completare il percorso di scelta di un modello di governance conseguente il lavoro già svolto in precedenza che risponda ai criteri di efficienza, sostenibilità dei ruoli e democraticità da porre all'Ordine della prima Assemblea Nazionale utile, pervenendo all'approvazione delle conseguenti modifiche statutarie entro la prima Assemblea utile successiva</p> <p>Azione C.4.b. favorire la più ampia partecipazione dei giovani adulti e degli educatori diretti alle decisioni, ridefinendo le varie occasioni di incontro, confronto e rielaborazione e le modalità di svolgimento e la composizione dell'Assemblea Nazionale</p> <p>Azione C.4.c. avviare la revisione del modello di governance delle realtà locali favorendo la sostenibilità dei ruoli, la piena realizzazione della democrazia partecipata, l'efficacia dell'azione educativa e lo sviluppo sul territorio</p> |
| <p>- C.1. Diventare un punto di riferimento autorevole nel mondo dell'educazione per le famiglie, per il mondo della scuola, per le istituzioni e le altre Associazioni come agenzia educativa</p> <p>- C.2. Migliorare l'immagine del CNGEI e dello Scouting al fine di superare gli stereotipi facendo conoscere sempre di più chi siamo e cosa facciamo, aumentando la conoscenza in modo da avvicinare sempre più giovani e adulti alla nostra proposta educativa;</p> <p>-C.3. Contribuire alla crescita e allo sviluppo della FIS quale interlocutore privilegiato delle politiche educative in Italia;</p> <p>-C.4. Adottare una struttura organizzativa dell'Associazione che risponda ai criteri di efficienza, sostenibilità dei ruoli e democraticità sia a livello nazionale che locale e che permetta di attuare e gestire in modo efficace il Piano Strategico.</p> | |

| D. AREA STRATEGICA ADULTI | |
|--|---|
| OBIETTIVI | AZIONI |
| <p>- D.1. Ridefinire il ruolo dell'adulto in Associazione, considerando le diverse disponibilità, stili e tempi di vita, ridisegnando incarichi sostenibili e motivanti;</p> | <p>Azione D.1.a. riorganizzazione del Settore Risorse Adulte a seguito di un percorso di sperimentazione che rilegga, attuando, il ruolo del Socio adulto in un'Associazione di giovani e per i giovani</p> <p>Azione D.1.b. sessioni formative a tutti i livelli finalizzate all'elaborazione di strumenti di pronto impiego (kit di buone pratiche, forum virtuali di consultazione on-line etc.) dedicati alle problematiche del reclutamento, della ritenzione e della motivazioni</p> <p>Azione D.1.c. Progetto Università: entrare in contatto con le Università per promuovere la stesura di un protocollo che permetta ad una Sezione di realizzare iniziative con le Università per il reclutamento di adulti e/o proporci come partner per Tesi, stage, tirocini</p> |
| <p>- D.2. dotarsi di politiche attraenti ed efficaci rivolte a giovani adulti interessati al volontariato in campo educativo e sociale;</p> | <p>Azione D.2.a. effettuare un'ampia rilevazione che identifichi le maggiori criticità identificate dai Soci giovani adulti su vari aspetti legati all'essere volontario (sostenibilità del ruolo, percorsi di formazione, strumenti di supporto al ruolo, accessibilità a ruoli a livello locale e non)e a come viene visto dai loro coetanei</p> <p>Azione D.2.b. definire un piano di intervento per sostenere adeguatamente i nostri Soci giovani adulti e una campagna di comunicazione che ridefinisca e renda attraente la scelta del volontariato educativo nella nostra Associazione</p> <p>Azione D.2.c. progettare e sperimentare una campagna di formazione ed informazione dell'offerta di servizio del CNGEI, come opportunità di Impegno Civico, da proporsi ciclicamente ogni triennio (People raising) prevederne anche versioni proponibili dalle Sezioni in ambito locale</p> |
| <p>- D.3. Garantire percorsi di formazione e aggiornamento sostenibili per tutti gli Adulti integrando quelli esistenti allo scopo di supportare il percorso di ridefinizione di alcuni ruoli. Concretizzare la prospettiva di valorizzazione delle competenze individuali, nell'ambito degli altri obiettivi dell'Area Adulti.</p> | <p>Azione D.3.a.divulgare i risultati del programma di attuazione dell'offerta formativa e avviare le modifiche regolamentari inerenti il "Progetto di Formazione 2000+" in modo da permettere ai singoli Soci, ai Gruppi e alle Sezioni di poter utilizzare a pieno la nuova offerta formativa a beneficio delle esigenze di Sviluppo Locale e personali.</p> <p>Azione D.3.b.verificare in sinergia con il percorso di ridefinizione di alcuni ruoli e della rivisitazione del Settore Risorse Adulte, la sostenibilità e accessibilità dei percorsi formativi per gli Adulti in Associazione, anche nella prospettiva di valorizzare le competenze individuali associative ed extrassocieative.</p> |

5. Gestione del Piano Strategico

Nella logica di processo per la quale “il piano si definisce facendo”, per gli aspetti gestionali si ritiene più opportuno tracciare alcuni suggerimenti e fornire alcune indicazioni, con riserva di sviluppare questi aspetti una volta approvato il piano allo stadio di elaborazione attuale. In ogni caso sembra ad oggi necessario che il progetto di gestione preveda:

1. **costi di gestione:** occorre prevedere una voce di costo nel Bilancio;
2. **struttura di gestione:** l'organigramma (direzione e coordinamento, collaborato razioni, osservatori ecc) e le funzioni (monitoraggio, osservatorio...) della struttura di gestione potrà essere meglio definita successivamente all'approvazione dei contenuti del piano nella attuale formulazione, nella “logica di processo” che consente il perfezionamento dei risultati in progress, “facendo”;
3. **comunicazione:** è necessario allestire e gestire un Sito Web dedicato, che possa essere non solo fonte di comunicazione ma anche di scambio dialettico, ovvero una opportunità di attualizzazione del piano;
4. **monitoraggio:** all'interno di questa attività le misure minime sono costituite dall'attivazione di un osservatorio permanente della condizione giovanile, che orienta la strategia e fornisce le motivazioni per l'attualizzazione del Piano Strategico, e la redazione del “report sociale” che metta in relazione le risorse investite con i risultati attesi tanto da permettere l'ottimizzazione dei programmi, in analogia con il report della formazione che sarà assorbito. Come opportunità di monitoraggio possono essere ricompresi gli eventi del “processo programmatico” già utilizzati per il processo partecipato di formazione del Piano Strategico: OdP, Interbranca, Riunione Quadri, campi scuola ecc.;
5. **attualizzazione del piano:** l'attualizzazione del Piano Strategico dovrebbe - per logica - avvenire prima che si aprano le candidature per le figure apicali, attraverso processi che meglio potranno essere approfonditi successivamente, trattando di monitoraggio, comunicazione e governance. Allo stato e se necessario, l'attualizzazione potrebbe avvenire attraverso un “evento programmatico” (Assemblea Programmatica ad esempio) indetto dal CN per raccogliere gli esiti del monitoraggio, rielaborare le informazioni per attualizzare il piano;
6. **rapporto con i piani attuativi:** i piani attuativi del Piano Strategico, sono i programmi di candidatura delle figure apicali;
7. **governance associativa:** per questo aspetto si rinvia integralmente al documento sulle Riforme Istituzionali che viene, contestualmente al presente piano, presentato all'AN.

Si rimanda all'indirizzo <http://pianostrategico.cngei.it> dedicato al Piano Strategico, per poter consultare i documenti inerenti allo stesso e poterne monitorare il suo sviluppo.