

# 2° Workshop



## GIOVANI IN AZIONE GLOCALE



Percorso e metodologia «Prepararsi al Futuro»

# *Testimonianza di eccellenza*



**#Glocal #Prepararsi al Futuro**

# ***1. Dai problemi... ai bisogni***



# *1.1 Esperienze cittadine legate ai bisogni - cittadinanza attiva.*

- **Settore tessile - la moda passa ed è sempre più “usa e getta”, così come i diritti dei lavoratori di questo settore**

I cittadini di tutto il Mondo rispondono così: [www.abitipuliti.org](http://www.abitipuliti.org)

La Campagna Abiti Puliti lavora su diversi livelli: dall'attività di sensibilizzazione e coinvolgimento dei consumatori, alla pressione verso imprese e governi affinché assicurino il rispetto dei diritti dei lavoratori dell'industria dell'abbigliamento e delle calzature.

- **Settore chimico - richiesta di lavorare e vivere in un ambiente non rischioso per la salute**

I cittadini di tutta Europa rispondono così: [www.stopglyphosate.it/petizione-ice-stopglyphosate](http://www.stopglyphosate.it/petizione-ice-stopglyphosate)

La campagna ICE StopGlyphosate, sostenuta da una coalizione paneuropea di oltre 100 organizzazioni aveva l'obiettivo di raggiungere un milione di firme entro il 30 giugno scorso per vietare in Europa gli erbicidi a base di glifosato, una sostanza messa in relazione con il cancro negli esseri umani e con il degrado degli ecosistemi; garantire che la valutazione scientifica dei pesticidi per l'approvazione regolamentare dell'Ue si basasse unicamente su studi pubblicati, commissionati dalle autorità pubbliche competenti anziché dall'industria dei pesticidi; fissare obiettivi di riduzione obbligatori per l'uso dei pesticidi al livello dell'Ue.

# 1.2 Esperienze cittadine legate ai bisogni - cittadinanza attiva

- **Settore agroalimentare - risparmiare sull'acquisto di cibo, creando gruppi di acquisto sicuri dal punto di vista della salute e premiando il proprio territorio**

I cittadini del Piemonte rispondono così: <http://piemonte.movimentoconsumatori.it/gac/>

Si tratta di un importante e raro segno di attenzione da parte della politica istituzionale nei confronti di una delle esperienze più significative del consumo critico: i Gruppi di Acquisto. Fino al 2005, infatti, nessuna istituzione pubblica aveva osato sperimentare l'implementazione dei gruppi di Acquisto come risorsa di contrasto all'impoverimento delle famiglie e delle relazioni mercantili nel nostro Paese.

- **Settore chimico - richiesta di lavorare e vivere in un ambiente non rischioso per la salute**

I cittadini di tutta Europa rispondono così: [www.stopglyphosate.it/petizione-ice-stopglyphosate](http://www.stopglyphosate.it/petizione-ice-stopglyphosate)

La campagna ICE StopGlyphosate, sostenuta da una coalizione paneuropea di oltre 100 organizzazioni aveva l'obiettivo di raggiungere un milione di firme entro il 30 giugno scorso per vietare in Europa gli erbicidi a base di glifosato, una sostanza messa in relazione con il cancro negli esseri umani e con il degrado degli ecosistemi; garantire che la valutazione scientifica dei pesticidi per l'approvazione regolamentare dell'Ue si basasse unicamente su studi pubblicati, commissionati dalle autorità pubbliche competenti anziché dall'industria dei pesticidi; fissare obiettivi di riduzione obbligatori per l'uso dei pesticidi al livello dell'Ue.



# 1.3 Esperienze cittadine legate ai bisogni - cittadinanza attiva

- Settore IT - tutela dei minori sul web, garantendone l'accessibilità

Le istituzioni nazionali rispondono così: [www.generazioniconnesse.it/site/it/home-page](http://www.generazioniconnesse.it/site/it/home-page)  
Generazioni Connesse è un programma attraverso il quale la Commissione promuove strategie finalizzate a rendere Internet un luogo più sicuro per gli utenti più giovani, promuovendone un uso positivo e consapevole.



# ***2. ...e dai bisogni alle soluzioni***



**#Glocal #Prepararsi al Futuro**

# 2.1 Trasformare il problema in OBIETTIVO

PROBLEMA

**Situazione negativa attuale**  
Aumentano gli incidenti stradali  
collegati al consumo di alcol



OBIETTIVO

**Situazione desiderata futura**  
Ridotto il numero di incidenti stradali  
collegati al consumo di alcol



## 2.2 *La definizione di obiettivo (cosa)*

Il contesto ci dà una fotografia della *attuale situazione negativa*;  
l'obiettivo è *cambiare in positivo* tale situazione attraverso le attività del progetto.

Qual è il *cambiamento positivo* che vogliamo produrre realizzando le attività del progetto?

# 2.2 *La definizione di obiettivo*

**PROBLEMA** → *scarsità di animazione e possibilità di socializzazione per i giovani under 30 di Bel Poggio a causa della carenza di luoghi/iniziative a ciò deputate.*

**OBIETTIVO** → *aumentare il numero di giovani under 30 di Bel Poggio che godono di spazi di coworking e di possibilità di socializzazione attraverso la realizzazione di un Servizio di Animazione territoriale.*

**BENEFICIARI** → *giovani under 30 di Bel Poggio*

N.B.: Nello scrivere l'obiettivo specifico del progetto è opportuno scriverlo come l'esempio sopracitato: *ottenere/aumentare/migliorare la/il/le ..... attraverso la realizzazione/implementazione/costruzione di .....*



## 2.3 *Gli obiettivi si dividono in:*

**OBIETTIVI GENERALI:** inteso quale dichiarazione di intenti ampia, utile a rappresentare la finalità complessiva del progetto, di lungo periodo

**OBIETTIVI SPECIFICI:** evidenza in maniera dettagliata i cambiamenti auspicati e gli effetti diretti, di breve periodo





## ***Ora tocca a te!***

- Partendo dall'Albero dei Problemi già realizzato, individuare target (beneficiario) principale ed elaborare 1 Obiettivo Generale
- Partendo da Obiettivo Generale, elaborare 3 Obiettivi Specifici

**(30 min)**



**#Glocal #PrepararsialFuturo**

*10 minuti di pausa  
e torniamo al lavoro*

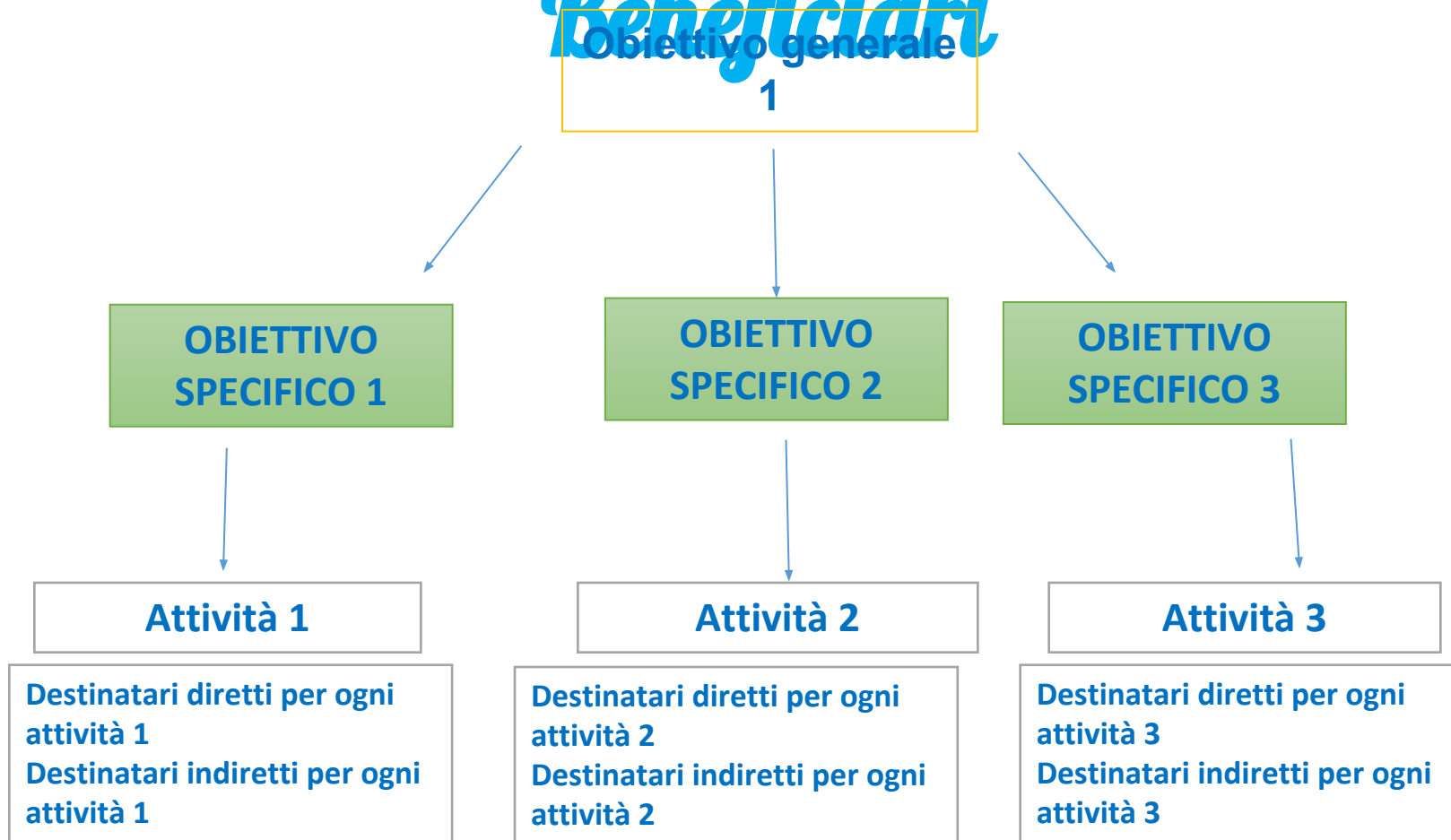


#Glocal #Prepararsi al Futuro

# *3. Le attività e i destinatari*



# ES. *Albero degli Obiettivi e Beneficiari*



# ES. Albero degli Obiettivi e

Scelta della strategia di intervento

## Beneficiari

Rigenerazione  
Urbana

**OB. SPECIFICO - Ripulire i luoghi verdi abbandonati**

**ATTIVITA' - Organizzare iniziative di raccolta di rifiuti in alcune aree verdi vicino alla scuola**

**BENEFICIARI - Cittadini e Organizzazioni Comune**

**Nelle scuole della zona introdurre un'attività di tirocinio lavorativo obbligatorio nel CV scolastico**

**OB. SPECIFICO - Riduzione della disoccupazione giovanile del quartiere (-10%)**

**ATTIVITA' - Introdurre nel programma scolastico delle ore di formazione specifica condotta da professionisti del settore**

**BENEFICIARI - Giovani under 25 Famiglie**

**OB. SPECIFICO - Sensibilizzare i cittadini sul tema del riuso**

**ATTIVITA' - Realizzare una campagna social con un video girato dagli studenti per spiegare il problema dei rifiuti**

**BENEFICIARI - Cittadini e studenti**

**Realizzazione sportello di orientamento per mettere in rete scuola, organizzazioni, istituzioni, aziende**



#Glocal #PrepararsiAlFuturo



# 3.1 Beneficiari degli obiettivi specifici

REALI - REALIZZABILI – DEFINITI (PRIMA PARTE)

Individuare per ogni obiettivo specifico i **BENEFICIARI**

**BENEFICIARI DIRETTI**, coloro che beneficiano in maniera diretta delle azioni del progetto (ad esempio, i giovani under 30 di Bel Poggio che non hanno uno spazio comune di aggregazione)

**BENEFICIARI INDIRETTI**, coloro che trarranno indirettamente beneficio dal progetto (ad esempio, le famiglie degli under 30, gli spazi di aggregazione che verranno riqualificati, gli altri cittadini di Bel Poggio che potranno usufruire degli spazi, le istituzioni che assumeranno autorevolezza nei confronti popolazione)



## 3.2 *Partner o sponsor degli obiettivi specifici*

### I beneficiari possono essere raggiunti dai PARTNER/SPONSOR

**PARTNER**, coloro che, assieme e in collaborazione, eseguono il progetto, ciascuno per le proprie competenze (ad esempio: associazioni giovanili, parrocchie, associazioni sportive, servizi sociali che operano con i giovani o le famiglie dei giovani)

**SPONSOR E SOSTENITORI**, enti che collaborano offrendo sostegno (ad esempio, il patrocinio del Comune, un'azienda di ristrutturazione di spazi aperti, una concessione demaniale sul luogo preposto allo spazio collettivo).

Sono strettamente legati ai beneficiari, perchè sono il loro target. Quindi hanno interesse (di tipo speculativo o basato su scelte etiche e sociali) a mostrare al proprio target che sviluppano progetti in favore del target stesso.



# 3.3 Livelli di attività per ogni obiettivo specifico (come e con chi)

Attività LIVELLO 1	Attività LIVELLO 2	RISORSE E TEMPI	COSTI
<b>Assistenza Domiciliare</b>	1 - Compagnia 2 - Spesa 3 - Medicinali	Capo progetto 10 volontari <i>9 mesi</i>	/ 3000 €
<b>Attività di socializzazione</b>	1 - Gite	Capo progetto 3 volontari 1 minibus <i>3 mesi</i>	/ / 9000 €
	2 - Circolo  3 - Attività Culturali	Capo progetto 3 volontari Sede Attrezzature e materiali sede <i>9 mesi</i>	/ / 6.000 € 2.400 €
<b>Assistenza "Burocratica"</b>	1 - Casa 2 - Pensione 3 - Altri diritti	Capo progetto 2 volontari 2 consulenti <i>9 mesi</i>	/ / 3600 €





**ORA TOCCA A TE!**

**Individuare 1 Attività e i Beneficiari per ogni Obiettivo Specifico, inserendo anche i possibili partner/sponsor e creare l'albero**

**(40 min)**



**#Glocal #PrepararsialFuturo**

# *4. Come ci attiviamo: Impatto e Risultati*



# *4.1 Delimitare l'ambito di analisi*

Per restringere il campo e soddisfare al meglio il bisogno dal quale siamo partiti, entriamo nel dettaglio:

- ambito geografico delle attività;
- beneficiari o gruppi di beneficiari sui quali calcolare i reali e concreti benefici;
- impatto sociale e ambientale diffuso sul territorio delle attività (costo e beneficio)
- risultati attesi per impatto sociale e ambientale (si rifanno all'obiettivo specifico di partenza)



# 4.2 *Impatto sociale e ambientale*

## Impatto socio/ambientale

- 1 - Evidenziare il **costo** sociale/ambientale dell'attività prevista (quanto incide sulla popolazione, sui beneficiari e sul territorio/ambiente la nostra attività)
- 2 - Evidenziare il **beneficio** sociale/ambientale dell'attività prevista (quanto influisce positivamente sulla popolazione, sui beneficiari e sul territorio/ambiente la nostra attività)



# 4.2 Risultati sociali e ambientali

LA DOMANDA E' COSA VOGLIAMO OTTENERE?

Risultati attesi

- 1 - significativa facilitazione nella soddisfazione dei bisogni primari di partenza
- 2 - significativo miglioramento nella vita sociale dei giovani

Per **RISULTATI ATTESI** di un progetto si intendono i benefici concreti che si auspicano di raggiungere, tra tutti i benefici evidenziati nell'analisi di impatto.

*I risultati sono i fini (i prodotti) delle azioni (i mezzi per realizzarli)*







## ORA TOCCA A TE!

- **Partendo dalle attività previste, elaboriamo costi e benefici sociali e ambientali di ogni attività (Impatto)**
- **Partendo dall'analisi dell'impatto, elaboriamo 1 risultato atteso per ogni Obiet. Specifico (Risultati Attesi)**

**(30 min)**



# Restituzione dei lavori

Ciascun gruppo, dopo aver elaborato l'analisi di impatto e i risultati attesi, presenta in 2 minuti il processo svolto in aula, a tutti gli altri gruppi:

- albero problemi
- albero obiettivi e attività (con beneficiari e partner/sponsor)
- analisi impatto
- risultati attesi

(25 min)



# *5. Approfondimento per il 3° Workshop*



**#Glocal #Prepararsi al Futuro**

# *5.1 L'indagine soggettiva: il bisogno individuato è percepito tale dal territorio/beneficiari?*

Prendere un campione di 5 persone di riferimento e somministrare il **Questionario sui bisogni di NeXt**.



## 5.2 Questionario dei bisogni

Possiamo somministrarlo a campioni di beneficiari da noi scelti (ad esempio compagni di classe, colleghi della stessa scuola, docenti, genitori, famiglie del territorio, assessori). Elenco di possibili domande:

1. Sei consapevole del bisogno (xyz, mettere il bisogno che avete evidenziato e vorreste risolvere)?
2. In una scala crescente da 1 a 10, quanto valuti il bisogno (xyz, mettere il bisogno che avete evidenziato e vorreste risolvere)?
3. Quali altri problemi sono collegati con il bisogno (xyz, mettere il bisogno che avete evidenziato e vorreste risolvere)?
4. Sai se esistono già esperienze che si occupano di quel bisogno?
5. Se esistesse una soluzione, la acquireresti?
6. Se sì, quanto la pagheresti?



# Lavoro per il #3 Workshop



- *Svolgere almeno 20 interviste*
- *Integrare la mappatura dei soggetti che già rispondono a quel bisogno (eventuali partner/sponsor delle nostre attività)*



# Per maggiori informazioni

Sito Web [www.nexteconomia.org](http://www.nexteconomia.org)

Facebook Next Economia

Twitter #NextEconomia

## Riferimenti:

[prepararsialfuturo@nexteconomia.org](mailto:prepararsialfuturo@nexteconomia.org)



#Glocal #PrepararsialFuturo