



## **II Assemblea Nazionale dei Giovani della Croce Rossa Italiana**



*Documenti conclusivi dei workshop  
organizzati durante il secondo giorno di lavori*



## *Elenco dei workshop*

### **WORKSHOP "SAVING LIVES" – Impegno sul territorio**

1. Migration
2. Le nuove povertà
3. Clownerie
4. Climate in Action
5. Active ageing: a global challenge
6. Disagio giovanile e devianze
7. Cooperazione allo sviluppo
8. Preparazione all'emergenza e capacità di risposta ai disastri
9. DIU nelle scuole e fra giovani
10. Tutela dell'Emblema
11. Principi e Valori: il pregiudizio
12. Abc... la sfida continua!
13. Sicurezza stradale

### **WORKSHOP "CHANGING MINDS" – Quali strumenti**

1. Giovani e Comitati CRI
2. Identikit di un Giovane *leader* CRI: dal buon *leader* alla *leadership* condivisa
3. Giovani, il presente del futuro: ruolo dei giovani nel Movimento Internazionale di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa
4. Movimento Internazionale di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa: comunicazione e social media
5. Il *fundraising*: l'umiltà di chiedere aiuto per poter aiutare
6. Innoviamo le procedure e le strutture
7. Processo di revisione della IFRC *Youth policy*
8. Carta dei servizi e Bilancio Sociale: strumenti per il miglioramento del Servizio?
9. Quale Volontariato oggi?
10. I Giovani della CRI nelle Istituzioni
11. Croce Rossa Italiana oltre il servizio sanitario
12. Giovani come agenti di cambiamento (YABC)
13. Formazione: lo strumento per un'Associazione pronta, consapevole e responsabile



# Migration

## CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

Immigrato	Società	Istituzioni
Rispondere ai bisogni nelle varie fasi:	- attività nelle scuole	essere promotori per politiche di promozione /inserimento sociale
accoglienza, arrivo, "inserimento", ritorno	- famiglie nuove residenti	richiesta di delega
	- i centri di aggregazione (in genere)	

### COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI

Queste attività rispondono al principio di Umanità e per far questo bisogna mantenere un approccio indipendente e neutrale verso i tre attori su citati.

### DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO*

Sfruttare le figure già formate e specializzate in tale ambito per la formazione base dei volontari, ma soprattutto dei vertici di Comitato (a tutti i livelli) per cominciare ad intraprendere politiche di *advocacy* verso le istituzioni. I volontari si concentrano verso i primi due attori.

### CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO*

Intraprendere una campagna mediatica (pubblicità, volantini, filmati, ...) che possa far capire come la Croce Rossa si approccia al fenomeno.

F.to

Pion. Francesca SIRTOLI, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Paolo DI TOMA, responsabile del workshop

Pion. Filippo RAMONDELLI, segretario verbalizzante



## Le nuove povertà

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Spesso le povertà non sono rappresentate dalle statistiche economiche e, soprattutto, molte nuove forme di povertà sono "nascoste".

Le categorie vulnerabili in questo ambito sono: i senza fissa dimora, gli anziani, le coppie giovani, i genitori *single*, i disoccupati, gli immigrati (in condizione di regolarità ma anche e soprattutto in condizione di irregolarità).

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Nell'aiuto concreto a queste categorie vulnerabili vediamo rappresentati: il principio di Umanità (nell'alleviare le sofferenze delle persone in condizioni di povertà, rispettandone la dignità e valorizzando le singole potenzialità, approcciandoci con rispetto ed umiltà), Imparzialità (bisogna agire nell'eliminazione di qualsiasi pregiudizio nei confronti di queste persone, prima di tutto all'interno della stessa CRI e poi agendo verso l'esterno con attività e campagne volte alla sensibilizzazione alla problematica o alle necessità dello specifico target di riferimento), Volontariato (accorgersi che c'è un bisogno senza che ci sia un evento particolare che ce lo faccia capire - andare volontariamente incontro alla persona che ha bisogno di noi e non aspettare che sia lei a chiedere il nostro aiuto), Unità (coesione e coordinamento all'interno della CRI a tutti i livelli/componenti), Indipendenza (fornire aiuto a prescindere dallo status e dalla situazione legale dell'individuo).

### **DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER* - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Proposte operative:

1. Creare una collaborazione con i servizi sociali sia per quanto riguarda l'analisi dei bisogni territoriali che per gli interventi
2. Farsi promotori di reti di collaborazione con le altre associazioni che lavorano sulle povertà
3. Lavorare sia sul livello emergenziale (assistenza diretta volta alla distribuzione di beni e servizi di prima necessità - pasto caldo, vestiario, viveri, ripristino condizioni igieniche, ...) che su quello progettuale, agendo sia sugli aspetti relazionali che sullo sviluppo delle capacità residue dei "nuovi poveri", facendo sì che le persone si sentano protagoniste di un'azione e non semplici fruitori di un servizio, differenziando e specializzando l'intervento in base al target di riferimento



4. Utilizzare approcci diversificati per contattare ogni categoria di nuovi poveri
5. Spendersi nel territorio in attività che offrano un servizio continuativo e non un servizio sporadico
6. Concentrarsi sulle attività rilevate come utili solo dopo aver fatto un'analisi dei bisogni (fare ciò che è utile e non ciò che ci piace)

**CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

- ✓ Informarsi sulle Associazioni e sulle attività riguardanti le categorie vulnerabili e le nuove povertà presenti nel territorio, prendere contatti con i servizi sociali istituzionali per fare un'attenta analisi dei bisogni nel nostro territorio e quindi creare progetti di carattere continuativo, specifici in relazione al *target*
- ✓ Sensibilizzare la popolazione rispetto alle tematiche della povertà ed alle condizioni di vita dei soggetti poveri, contrastando la mentalità dell'individualismo, promuovendo meccanismi di solidarietà senza alcuna discriminazione
- ✓ Prendere in considerazione ogni categoria di nuova povertà, sia nell'accezione tradizionale che nelle nuove forme che troppo spesso sono abbandonate dalla Società, implementando i servizi che già sono svolti dalla stessa Croce Rossa e da altre Associazioni o Istituzioni sociali
- ✓ Promuovere le attività in base ad un'attenta analisi dei bisogni di carattere umanitario e non seguendo logiche remunerative, consapevoli che la prevenzione produce in prospettiva un risparmio per la collettività
- ✓ In osservanza del Principio di Umanità è opportuno che le attività si rivolgano al ripristino delle condizioni di dignità della persona, anche se tale opera può risultare in contrapposizione alle logiche economiche che sottostanno alla gestione dell'Ente.

F.to

Pion. Antonello CAPODIFERRO, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Arianna MARCHETTI, responsabile del workshop

Pion. Federico MASSARI, segretario verbalizzante



## Clownerie

### CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI

#### (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

Sono stati compresi i concetti base della figura del clown.

I punti emersi in seguito alla discussione sono stati i seguenti:

- ✓ il clown deve essere figura di Croce Rossa formata e professionale, che rappresenta un valore aggiunto a tutte le nostre attività;
- ✓ è una figura che rompe gli schemi con consapevolezza e responsabilità;
- ✓ ha come obiettivo la riduzione della condizione di disagio, perché da uno stimolo positivo alla comunità in cui opera;
- ✓ il clown rappresenta una figura trasversale che può essere identificata all'interno di tutte le attività di Croce Rossa.

### COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI

Dalla discussione è emerso che le attività di clownerie rispecchiano pienamente tutti i principi di Croce Rossa.

Ad esempio il principio dell'Universalità è stato pienamente condiviso, così come la Croce Rossa è ovunque riconosciuto anche il sorriso è uno strumento universale riconosciuto.

Nelle attività del clown è rispecchiato il principio di Umanità attraverso lo strumento del sorriso che aiuta ad alleviare il disagio.

### DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO*

Dalla discussione emergono due punti fondamentali:

- 1) per fare di più e meglio viene evidenziata la necessità di una attenta individuazione dei bisogni del territorio, alla quale deve essere consegnata una risposta positiva e interessata da parte dei Gruppi. Necessità del gruppo che deve essere implementata nella formazione sia regionale che interregionale, con equità della distribuzione dei posti ai Gruppi che ne hanno necessità.
- 2) Per fare di più e meglio è necessaria di una formazione qualitativamente adeguata alla professionalità richiesta dalle attività di *clownerie*. È nata una proposta condivisa per la quale si prospetta una formazione su due livelli che preveda, sia dopo la prima che la seconda formazione, un periodo di affiancamento, in collaborazione con la Federazione Nazionale *Clown Dottori* e altre associazioni esterne.

### CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO*

Aumentare la differenza dell'attività di clownerie attraverso la realizzazione di giornate formative/informative e redigere una carta dei servizi dell'attività per migliorare la promozione, anche in collaborazione con la Federazione Nazionale *Clown Dottori* e/o altre associazioni esterne

F.to

Pion. Fulvio MUZIO, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Silvia SUPPI, responsabile del workshop

Pion. Vittorio FERRERO, segretario verbalizzante



## Climate in Action

### CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI

#### (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

- ✓ Carenza di figure formate;
- ✓ Mancanza fondi;
- ✓ Poca consapevolezza della Campagna all'interno dei Comitati a tutti i livelli;
- ✓ Mancanza di consapevolezza sul ruolo della Croce Rossa in questo ambito.

### COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI

- ✓ Umanità: la nostra azione è rivolta verso i collettivi vulnerabili;
- ✓ Universalità: dato che il problema è globale, serve la collaborazione fra tutte le Società Nazionali.

### DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO*

- ✓ Presentazione di progetti concreti volti alla individuazione delle vulnerabilità della popolazione;
- ✓ Obiettivi e metodi condivisi;
- ✓ Collaborazione con altre associazioni;
- ✓ Implementazione dello sviluppo di giornate informative rivolte a tutti i volontari della C.R.I.

### CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO*

1. Linee guida sulla corretta gestione ambientale dei Comitati:
  - ✓ Migliorare gestione parco auto e dove possibile conversione di mezzi CRI;
  - ✓ Gare d'appalto nazionali per "acquisti verdi";
  - ✓ Implementare le comunicazioni informative;
2. Integrazione del corso base con una formazione ambientale;
3. Protocolli d'intesa con Enti Pubblici e Privati a tutti i livelli.

F.to

Pion. Santi CAVALLARO, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Gabriele BELLOCCHI, responsabile del workshop

Pion. Vanessa SEREN BERNARDONE, segretario verbalizzante

*"Invecchiare è un privilegio e una meta della società.  
È anche una sfida, che ha un impatto su tutti gli  
aspetti della società del XXI secolo".*

da un messaggio dell'OMS



## Active Ageing: a global challenge

### CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI

#### (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

L'analisi della realtà e del territorio dimostrano che l'Italia, come tutti i Paesi del mondo occidentale, è interessata da una rivoluzione demografica caratterizzata da un costante e progressivo invecchiamento della popolazione, calo delle nascite, allungamento della vita media. In Italia oggi sono presenti 143 anziani ogni 100 giovani.

In relazione a questo fenomeno, che investe l'uomo e tutta la società e riguarda qualsiasi realtà sul territorio, influenzando il sistema, previdenziale, assistenziale, economico, dei consumi, culturale riteniamo sia indispensabile un intervento globale, capillare sul territorio che investa i Giovani, Croce Rossa, il mondo del volontariato e abbia risonanza nel generare risposte e strumenti collettivi di carattere culturale, organizzativo, politico, psicologico che permettano di affrontare in modo adeguato questo processo demografico fisiologico.

Rileviamo la necessità di restituire all'anziano il suo ruolo prezioso nella società che è stato soffocato negli anni a favore di un'azione che privilegiava gli aspetti gestionali e assistenziali a sfavore della cultura della valorizzazione attiva dell'anziano come risorsa affettiva, culturale, esperienziale, di legame e di continuità con il passato.

In considerazione dell'esperienza già consolidata sul territorio in relazione a questo collettivo, gli interventi necessitano di essere implementati, focalizzati e inseriti in una cornice di lettura innovativa che sappia considerare come target un fenomeno sociale e non solo un collettivo con un profilo di vulnerabilità contingente.

In sede di analisi della realtà emergono forti tra gli elementi positivi che concorrono a fare di Croce Rossa una potenziale protagonista di primo piano nell'intervento: capillarità e presenza autorevole sul territorio, formazione e competenza non settoriale, che permettono un'azione multidirezionale che copre aspetti sociali, sanitari, culturali, economici e organizzativi.

### COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI

In relazione al principio di Umanità non possiamo non accettare una sfida che riguarda l'umanità intera e può influenzare la qualità di vita di ciascuno di noi, e non considerare come un nostro dovere intervenire rispetto ad una realtà che ci ricorda quanto ognuno di noi possa diventare vulnerabile in situazioni particolari della vita o a seguito di cambiamenti.

In riferimento al Principio di Unità riteniamo che Croce Rossa debba saper garantire, in riferimento a questa tematica più che mai, una risposta unica, compatta, uniforme, capillare sul territorio, garantendone gli obiettivi, lo standard qualitativo, la valutazione.



### **DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO***

Riteniamo che questo intervento debba prevedere strategie:

- ✓ per migliorare e implementare l'azione in risposta agli elementi di vulnerabilità propri dell'invecchiamento e renderla sempre più concreta, professionale e rispondente ad un'analisi dei bisogni effettuata con criteri e modalità condivise
- ✓ per abbandonare le risposte generalizzate alla vulnerabilità e privilegiare la personalizzazione, la sartorializzazione dell'intervento (creare un intervento che calzi come un vestito su misura il collettivo o la problematica di interesse)
- ✓ per strutturare interventi che sappiano localizzarsi in tutti i luoghi della società e non solo nei luoghi canonici preposti alla gestione e alla cura dell'anziano e a quelli in cui normalmente viene richiesta la nostra presenza
- ✓ per saper fornire strumenti di consapevolezza e formazione mirati a tutte le tipologie di *care-givers* (badanti, familiari, figure professionali...)
- ✓ per prevenire l'aggravamento delle condizioni di vulnerabilità o l'instaurarsi delle stesse e favorire l'auto aiuto, la conservazione dell'autonomia, il potenziamento delle capacità residue, la costruzione di una rete sociale consolidata che sappia autogenerare meccanismi di supporto
- ✓ per sensibilizzare l'opinione pubblica rispetto ad un fenomeno che riguarda la vita di ogni persona e fornire un'interpretazione nuova per affrontare l'invecchiamento in termini positivi, attivi, partecipativi, di processo biologico, di crescita ed arricchimento personale, trasmettere elementi che preservino la salute, il benessere e la qualità della vita.

### **CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO***

- ✓ adeguare le modalità informative/formative ad un intervento che deve riguardare tutti i Giovani e l'Associazione e poter essere efficace e a misura di anziano
- ✓ potenziare gli strumenti necessari all'analisi dei bisogni intesa come analisi multidimensionale, alla pianificazione e alla progettazione a tutti i livelli
- ✓ creare una campagna che punti all'informazione, alla sensibilizzazione, alla condivisione di una chiave di lettura nuova del fenomeno, alla condivisione di buone pratiche e risposte adeguate alle sue caratteristiche, e rimetta i Giovani in contatto con gli anziani, rivalutandoli come una risorsa insostituibile di questa società
- ✓ diventare attori protagonisti nella creazione di una rete dei servizi strutturata e definita a più livelli all'interno della quale sia rivalutato il ruolo del volontariato e siano riconosciute le nostre competenze e metodologie di lavoro, e che riguardi le risorse dell'associazione e del mondo del sociale.

F.to

Pion. Denis DOTTA, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Michela FORNELLI, responsabile del workshop

Pion. Elena FOCARDI, segretario verbalizzante



## Disagio giovanile e devianze

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Il disagio giovanile è un fenomeno esteso. A causa di un malessere generalizzato e legato ad una "fame affettiva" diffusa negli adolescenti, i giovani hanno sempre più difficoltà ad attraversare questa fase critica dello sviluppo e a "migrare" verso l'età adulta senza vivere situazioni di rischio.

Alcuni giovani, in particolare, vivono condizioni di marginalità sociale perché istituzionalizzati o autori di reati penali e inseriti nei programmi di "messa alla prova". Per questi ultimi le possibilità di reinserimento sociale attraverso il volontariato in Croce Rossa rappresentano un'opportunità di cambiamento proprio perché i Giovani CRI offrono loro processi di identificazione positiva.

L'analisi della realtà ci porta ad evidenziare che sono poche le Regioni in cui i Giovani della CRI svolgono interventi di prevenzione del disagio giovanile e progetti mirati all'inserimento dei Giovani dell'area penale all'interno delle attività della CRI. Anche se poco numerose, le esperienze di queste Regioni sono significativamente positive e ci spingono al confronto, all'analisi e allo sviluppo di nuove possibili metodologie di intervento, da realizzare in collaborazione con la rete dei servizi e delle agenzie educative che ruotano attorno al mondo giovanile.

Il dibattito di gruppo fa comunque emergere una eterogeneità del territorio rispetto alle esigenze ed alle risorse che i Giovani della CRI hanno per fronteggiare il disagio giovanile e le devianze; relativamente a tali diversità si sottolinea che ogni gruppo calibrerà gli interventi in base alla propria realtà territoriale.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Dalle esperienze vissute dai Giovani della CRI, relatori al workshop, è evidente che il principio di neutralità ha animato il loro impegno. L'aver svolto attività a fianco di giovani che hanno commesso reato ci porta a riflettere che l'atteggiamento più adeguato è quello che si astiene dal manifestare alcun tipo di giudizio.

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

- ✓ Migliorare le condizioni di benessere del giovane attraverso l'educazione ai nostri valori e principi
- ✓ Promuovere attività nei luoghi e nei contesti più difficili e problematici, scegliendo di privilegiare luoghi di aggregazione informale di quartieri e zone a rischio di marginalità sociale



- ✓ Realizzare attività e progetti in contesti dove bambini e ragazzi vivono condizione di rischio (comunità alloggio, case-famiglia, centri di aggregazione)
- ✓ Intervenire all'interno degli istituti penali minorili, attraverso interventi mirati al recupero delle potenzialità giovanili
- ✓ Offrire nuove modalità di intervento, relazione e lavoro per progettare percorsi di messa alla prova di minori che hanno commesso reati e sono inseriti nelle attività della CRI
- ✓ Per prevenire fallimenti e interruzioni dei percorsi di messa alla prova è necessario costruire interventi "personalizzati" in base alle esigenze del minore, in stretta collaborazione con i Servizi competenti e l'Autorità giudiziaria minorile
- ✓ Allo scopo di favorire l'integrazione del minore che sta svolgendo percorsi di messa alla prova, i partecipanti propongono o l'inserimento del minore all'interno dei corsi di reclutamento o la partecipazione ad incontri informativo-formativi che avvicinino il giovane al mondo CRI. Tali modalità verranno scelte dal singolo gruppo in base alle risorse del gruppo stesso e alle esigenze del minore.

***CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO***

Gli interventi di prevenzione primaria potrebbero avere maggiore impatto con l'introduzione delle attività dei Giovani della CRI nei programmi formativi delle Istituzioni scolastiche di ogni ordine e grado non come momenti sporadici e straordinari, ma come progetti che fanno parte integrante della formazione di ogni singolo giovane. Per prevenire le diverse forme di disagio giovanile e devianze è necessario, dunque, realizzare attività e progetti all'interno della Scuola con carattere di continuità. Per il raggiungimento di tale obiettivo sarebbe auspicabile la promozione di linee di indirizzo ministeriali che facciano entrare a pieno titolo le attività dei giovani della CRI nell'offerta formativa di ogni scuola.

Per avere maggiore impatto negli interventi con minori che vivono situazioni di disagio o che sono inseriti in contesti particolarmente a rischio si ritiene fondamentale instaurare un rapporto di stretta collaborazione e scambio con le realtà del territorio che già operano nel sociale (servizi sociali, forze dell'ordine, istituzioni religiose, agenzie di socializzazione e scuole).

Per quanto riguarda l'area degli interventi rivolti a minori che hanno commesso reati (attività in IPM e "messa alla prova") si auspica un maggior impatto attraverso percorsi formativi mirati e continuativi, svolti con figure specialistiche che operano all'interno dell'Autorità Giudiziaria Minorile.

F.to

Pion. Carmelo Stefano PRINCIPATO, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Santa SICALI, responsabile del workshop

Pion. Luigi FERRARO, segretario verbalizzante



## Cooperazione allo sviluppo

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Cooperazione allo sviluppo è utile e necessaria, ma è una attività da avviare in maniera ragionata. Vulnerabilità è un concetto chiave di cooperazione allo sviluppo.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

I Principi vanno contestualizzati nelle realtà locali con un'importante attenzione al principio di Umanità ed a quello di Universalità.

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Occorre una maggiore conoscenza delle attività, attraverso i *network* internazionali, ed arrivare a scambi di buone pratiche con le altre Società Nazionali. Occorre maggiore comunicazione interna ed una adeguata formazione tecnica. Bisogna ridurre la distanza tra Ente e Associazione.

Occorre una sensibilizzazione al dialogo Ente e Associazione: quali strumenti può dare l'Ente all'Associazione per farsi conoscere?

### **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

Coinvolgere la gioventù alla cooperazione allo sviluppo, ridurre la distanza ed utilizzare strumenti tecnici.

F.to

Pion. Flavio RONZI, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Flavia PUGLIESE, responsabile del workshop

Pion. Daniele MARANO, segretario verbalizzante



# Preparazione all'emergenza e capacità di risposta ai disastri

## **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

- ✓ Integrazione tra Componenti;
- ✓ Comunicazione interna ed esterna in emergenza;
- ✓ Bilanciamento tra teoria e pratica nella formazione in emergenza;
- ✓ Formazione senza barriere (aperta a tutte le Componenti, indipendentemente da chi la organizza).

## **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

- ✓ Applicare i sette principi di Croce Rossa anche nell'ambito dell'emergenza;
- ✓ Ri-trovare il coraggio di mettersi in gioco, cercando sempre nuovi stimoli e con autocritica.

## **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

- ✓ Informazione alla popolazione per educare alla cultura della prevenzione;
- ✓ Puntare sulla formazione del personale della CRI: avere un percorso più articolato, da strutturare in condivisione tra tutte le Componenti;
- ✓ Individuare/formare *leader* incisivi;
- ✓ Usare buone pratiche della FICR anche in Italia.

## **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

- ✓ Comunicazione efficace sull'operato e sul ruolo della CRI;
- ✓ Farsi conoscere dalle istituzioni e collaborare con loro;
- ✓ Visibilità della CRI all'esterno;
- ✓ Pensare un sistema simile al beneficio di Legge, applicabile ai lavoratori da applicare anche agli studenti.

F.to

Pion. Mariachiara BETTIOL, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Simone PELLISSETTI, responsabile del workshop

Pion. Giusy ANNICCHIARICO, segretario verbalizzante



# Diffusione del DIU nelle scuole e fra i giovani

## **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

- ✓ Necessità di diffondere anche tra i volontari una maggiore conoscenza
- ✓ Notata troppa noia e formalità
- ✓ Poca attualizzazione
- ✓ Poca credibilità

## **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

- ✓ Umanità – ci indica l'obiettivo
- ✓ Neutralità – stile della diffusione

## **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

- ✓ Diffusione nelle scuole attraverso strumenti appropriati
- ✓ Diffusione tra i giovani in nuovi contesti associativi (es. associazioni giovanili)
- ✓ Metodi adeguati al *target* – comunicazione efficace
- ✓ Pianificazione delle attività, partendo anche dalla realizzazione di un kit come il *Raid Cross*
- ✓ Diffusione interna del D.I.U. rendendone i volontari protagonisti

## **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

- ✓ Far sì che i sensibilizzati diventino sensibilizzatori
- ✓ Sensibilizzare e diffondere il D.I.U. perché il D.I.U. è la Croce Rossa, anche in funzione del reclutamento
- ✓ Per sviluppare strumenti finalizzati ad una coscienza critica e consapevole

F.to

Pion. Ludovica LIGNITE, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Matteo CAVALLO, responsabile del workshop

Pion. Angelica ARGENTIERE, segretario verbalizzante



## Tutela dell'Emblema

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI**

#### **(ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Negli anni l'emblema di Croce Rossa ha perso risonanza al punto tale che vi sono marchi di Società commerciali molto più conosciuti. Questa perdita di valore ha portato usi impropri commessi quotidianamente sia all'interno che all'esterno dell'Associazione.

Altre Società Nazionali di Croce Rossa hanno sviluppato una maggiore tutela dell'emblema anche attraverso l'utilizzo di procedure segnalazione chiare e semplici accessibili a tutti.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

L'enfaticizzazione dell'emblema porta alla piena applicazione e valorizzazione del principio di Unità, richiamando la piena e scontata appartenenza a tutti gli altri

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Proposta di una campagna sviluppata internazionalmente, in modo da prepararsi per una operazione di immagine rivolta all'intera popolazione in vista anche del 150° anniversario della nascita dell'emblema.

- ✓ 2011: modifica didattica e maggiore focalizzazione sul tema dell'emblema nei corsi base, e approfondimenti dedicati ai volontari
- ✓ 2012: sviluppo e distribuzione di materiale informativo all'esterno della CRI con appositi moduli. Creazione di una procedura standardizzata per segnalazione abusi.
- ✓ 2013: grande campagna pubblicitaria e realizzazione di un grande evento nazionale in occasione del 150° anniversario dell'emblema.

### **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

Si auspica una rapida adozione di uno strumento chiaro e unitario rivolto all'utilizzo di un unico logo all'interno di tutta la CRI.

F.to

Pion. Roberto BRUNETTI, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Erwin KOB, responsabile del workshop

Pion. Giovanni GIANNATTASIO, segretario verbalizzante



## Principi e valori: il pregiudizio

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI** (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

Pregiudizio come abitudine cognitiva. Consapevolezza del pregiudizio

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

- ✓ Imparzialità: i Pionieri devono operare senza fare distinzioni
- ✓ Indipendenza: essere in grado di fare scelte incondizionatamente - indipendenza dalle istituzioni che ostacolano il lavoro
- ✓ Umanità: azione rivolta a dare aiuto a chi è in difficoltà.

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

- ✓ Portare esempi concreti agli incontri
- ✓ Progetti per le scuole
- ✓ Più figure formate

### **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

- ✓ Rendere partecipe le istituzioni
- ✓ Collaborazione con altre associazioni
- ✓ Farsi conoscere all'esterno
- ✓ Creare linee guida

F.to

Pion. Roberto R.G. PIRO, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Andrea ZIBANA – Marianne PASCAL, responsabili del workshop

Pion. Beatrice PICERNO, segretario verbalizzante



## Abc... La sfida continua!

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

- ✓ L'attività ABC continua, dato che tutti i Gruppi hanno recepito le attività proposte con buoni risultati (150.000 contatti sui 40.000 preventivati). Anche in termini di analisi dei bisogni si è osservato che il *trade* delle MST rimane comunque costante nel tempo;
- ✓ Manteniamo costante l'attenzione su tutte le MST;
- ✓ Proponiamo di ampliare la fascia dei destinatari a tutte le fasce di età dalla I media in poi;
- ✓ Manteniamo l'attuale suddivisione in moduli, modificando:
  - i) modulo *web*: creando un forum all'interno del sito nazionale C.R.I.
  - ii) modulo *road*: fornendo nuovi strumenti formativi e implementazione della capacità comunicativa

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

L'Assemblea riscontra all'unanimità che il principio che maggiormente pervade l'attività ABC è l'imparzialità.

L'attività dell'Animatore ABC non pone distinzioni sulla base di razza/sexo/religione.

La stessa denominazione "Impara l'ABC" non implica "suggerimenti" inerenti alle inclinazioni e ideologie personali ma si limita ad indicare i metodi di prevenzione esistenti, lasciando liberi di scegliere quali comportamenti utilizzare.

L'attività ABC è strutturata in modo tale da non diversificare i diversi collettivi di riferimento (studenti, prostitute, tossicodipendenti, volontari).

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Ci impegniamo nella diffusione e comunicazione delle attività sul territorio per condividere nuove modalità ed esperienze gestionali. Proponiamo quindi di creare un *data base* di esperienze su *internet*, magari dedicando una sezione del Forum agli Animatori ABC.

Si propone di rivedere i requisiti di accesso al corso, in particolare il requisito del possesso del diploma di scuola superiore.

### **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

Ci impegniamo a pianificare le nostre attività, ampliare i report appositamente predisposti e a ricercare autonomamente modalità di sponsorizzazione delle attività/progetti.

F.to

Pion. Sabrina TURRIN, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Luca MALLARDO – Francesca MARA, responsabili del workshop

Pion. Laura ASTOLFI, segretario verbalizzante



## Sicurezza Stradale

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Si è riscontrata l'esigenza di creare una campagna di sicurezza stradale avente come obiettivo iniziale "la guida in stato d'ebbrezza".

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Il nostro *workshop* è stato incentrato sul principio dell'Umanità inteso come prevenzione per la salvaguardia della vita, lenire le sofferenze e il rispetto della persona umana.

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Dai dati statistici è emerso che la guida in stato d'ebbrezza è il comportamento più a rischio per la sicurezza stradale, per cui ci impegniamo ad agire in questo senso, per promuovere uno stile di vita sano e sicuro.

### **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

- ✓ Gestione del personale: iter formativo adeguato e linee guida nazionali (competenza Scuola Nazionale di Formazione);
- ✓ Attività realizzabili: in base all'età, nelle scuole, discoteche e punti di ritrovo, autoscuole;
- ✓ Enti, Istituti e sponsor: per la formazione (Polizia Stradale, ACI, ANAS), patrocinio (Ministero Infrastrutture e Politiche Giovanili) sponsor (ENI, fornitore materiale);
- ✓ Tempi:
  - i) gennaio 2011: costituzione gruppi per linee guida e cercare partner;
  - ii) gennaio 2012: stage nazionale;
  - iii) aprile 2012: formazione Operatori;
  - iv) maggio 2012: lancio Campagna e distribuzione "Kit provinciali";
  - v) giugno-agosto 2012: inizio attività (piazze e discoteche);
  - vi) settembre 2012: Scuole



- ✓ Costi:
    - i) formazione (CRI);
    - ii) comunicazione (10% CRI, 90% sponsor);
    - iii) materiale (100% sponsor);
    - iv) kit provinciale (CRI e sponsor).
  
  - ✓ Comunicazione:
    - i) Strumento: internet (sito CRI, *Facebook*) attraverso video con messaggio;
    - ii) Volantinaggio (diffusione gadget e volantini);
    - iii) Adottare un logo ed uno slogan per la campagna.
  
  - ✓ Notte Italiana senza incidenti:
    - i) Istituzione a livello nazionale ed organizzata a livello provinciale;
    - ii) Previsti due personaggi "Guido e Prudenza" (*testimonia*);
    - iii) Avverrà il 1° sabato di giugno – Si svolgerà in due tempi:
      - pre-serata (partecipazione dei Pionieri minorenni) nei locali e pub; con materiale e info. Pubblicizzare l'evento comunicando i locali dove saremo presenti;
      - serata nei locali; *stand e computer* (simulatore di guida) ad ogni autista che prenderà parte alle nostre attività, verrà consegnato un braccialetto ("Guido") che si riconoscerà per tutta la serata. All'uscita, Guido verrà sottoposto ad alcool test, nel caso in cui si rivelerà positivo sarà invitato a "riposarsi", se avrà tenuto un comportamento responsabile gli verrà consegnato un gadget. Idem per le ragazze a cui sarà dato il braccialetto "Prudenza".
- Il tutto supportato da spot TV nazionali, più materiale info su tutti i canali, formazione con medico Sert. Collaborazione con servizio navetta.

F.to

Pion. Giacomo DEPRATI, rappresentante del Consiglio Nazionale  
Pion. Eleonora SALVI – Federico DI GENNARO, responsabili del workshop  
Pion. Lorenzo MUNARI, segretario verbalizzante



## GIOVANI CRI e COMITATI

### CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI

#### (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

- ✓ Ruolo del giovane:
  - visto come garante di innovazione, collaborazione dialogo ma anche come garante di cambiamento non solo come agente
  - avrà un ruolo in ogni livello di Comitato secondo le proprie qualità e competenze. Non più etichettato come "ragazzino-bambino" ma giovane consapevole delle proprie azioni e delle responsabilità che comporta il ruolo assegnato
- ✓ Il valore aggiunto del giovane:
  - Sono valore aggiunto la modernità di pensiero e l'innovazione, ma pure la freschezza intellettuale
  - Altro valore aggiunto è quello di mettersi in discussione per crescere e migliorare. Un alto spirito di adattamento, una visione a 360° (non settoriale), la coscienza/incoscienza ne fanno del giovane una ricchezza per tutta la C.R.I.

### COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI

- ✓ Le qualità del giovane nei Comitati:
  - il Giovane si pone come libero pensatore, disinteressato al superfluo impegnato e responsabile, capace di autocritica per questo umile

### DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO*

- ✓ La proposta di configurazione della *governance* futura del Comitato i Giovani intendono vedere affidata la Vice Presidenza a qualsiasi livello ad un giovane, con delega al coordinamento delle attività operative.  
Si ritiene comunque che in caso di elezione alla presidenza di un giovane, si rinunci alla Vice Presidenza per garantire equa rappresentanza dei soci

### CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO*

- ✓ Tra volontariato e indipendenza come si propone il giovane:
  - Volontariato: garantire l'accessibilità ad ogni volontario a ricoprire cariche statutarie prevedendo agevolazioni economiche e lavorative (non possono essere solo miliardari o pensionati)
  - Indipendenza: rimarcare il valore del principio, dando autonomia a tutti i livelli di rimanere indipendenti rispetto ai concetti territoriali

F.to

Pion. Nicola PREVITI, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Giancarlo RUFO, responsabile del workshop

Pion. Laura MARZIALI, segretario verbalizzante



## Identikit di un Giovane leader CRI: dal buon leader alla leadership condivisa

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Nuovi mezzi di comunicare e mobilitare – cambio di mentalità – partecipazione – formazione – cultura democratica e partecipativa – la delega – la valutazione e la autovalutazione – l'equità – non discriminazione – inclusione – creatività – *leadership* condivisa – versatilità e lideraggio situazionale – flessibilità ai cambiamenti condivisione – apertura al confronto.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Modificare i nostri comportamentali, non giudichiamo, riteniamo la diversità un valore, valorizziamo l'unicità delle persone, riteniamo ogni persona parte integrante e necessaria del gruppo. Abbattiamo ogni discriminazione di genere, favorendo le *leadership* femminile. Aumentiamo le nostre capacità e attenzione per saper dare priorità ai più vulnerabili.

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Crediamo nel valore della condivisione, nella definizione degli obiettivi e nella scelta degli strumenti. Favoriamo la creatività l'immaginazione, credendo nell'accesso a ruoli di *leadership* a tutti. Crediamo nella formazione come strumento chiave per la crescita, lo sviluppo e l'innovazione della associazione, del gruppo e dei suoi *leader*.

### **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

(Dichiarazione d'intenti) Promuoviamo la partecipazione attiva alla vita democratica della associazione sviluppando mezzi e meccanismi di comunicazione e inclusione di ciascun volontario. Responsabilizziamo il singolo a prendere parte alle decisioni e alla vita del gruppo. Investiamo nella formazione dei *leader*, nella loro capacità di far crescere nuovo *leader* favorendo il ricambio e garantendo una *leadership* sempre più condivisa. Cambiamo le nostre mentalità e ci mettiamo in discussione.

F.to

Pion. Flavio RONZI, rappresentante del Consiglio Nazionale e responsabile del workshop

Pion. Santo BOTTA, segretario verbalizzante



# Giovani, il presente del futuro

*il ruolo dei giovani nel Movimento Internazionale della Croce Rossa e Mezzaluna Rossa*

## **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

sette Principi, il Movimento Internazionale ed il senso di appartenenza ad esso; la condivisione delle esperienze; la partecipazione dei giovani nei processi decisionali; usufruire delle reti esistenti; confronto con *focal point* e i delegati internazionali della CRI; consapevolezza del ruolo dei giovani nel movimento;

Valore aggiunto dell'identità dei giovani e della loro capacità di influenzare; valore aggiunto delle nostre capacità nell'utilizzare strumenti innovativi; messa in pratica delle strategie e delle pratiche; dialogo internazionale e intercomponente.

## **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

- ✓ Sensibilizzare ad una applicazione vera dei sette Principi fondamentali, e le generazioni future ai valori umanitari del Movimento di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa
- ✓ Promuovere una maggiore comprensione ed essere da esempio
- ✓ Avere una Società Nazionale veramente aperta a tutti secondo il principio di Imparzialità
- ✓ Beneficiare della nostra rete mondiale di 100 milioni di volontari e vivere in pieno il principio di Universalità
- ✓ Farsi portavoce dei bisogni dei vulnerabili con la autorità secondo il principio di Indipendenza (e l'azione facilitatrice della diplomazia umanitaria).

## **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

- ✓ Collaborare con le altre Società Nazionali per lo scambio delle buone pratiche e l'incremento dei canali disponibili secondo i bisogni
- ✓ Partecipazione attiva dei giovani negli organi decisionali – Analisi dei bisogni



***CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO***

- ✓ Ristrutturare le abitudini radicate e innovarle con diverse prospettive (con innovazione e cooperazione) Maggiore formazione, innovazione e comunicazione vivere i sette principi fondamentali
- ✓ Condividere esperienze e conoscenza a tutti i livelli, locale, provinciale, regionale, nazionale e internazionale
- ✓ Essere da esempio
- ✓ Aumentare la visibilità di Croce Rossa e diffondere la grandezza del Movimento per i più deboli.

F.to

Pion. Sonia DALLO, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Roberta FUSACCHIA, responsabile del workshop

Pion. Enrica RONCORONI, segretario verbalizzante

"Utilizzare maggiormente i social media e le tecnologie emergenti per sostenere nuove cause, condividere le idee e comunicare più efficacemente"  
Youth Declaration, Solferino 2009



Movimento Internazionale di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa:

## comunicazione e social media

### CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI

#### (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

Grazie all'apporto scientifico di un docente abbiamo compreso che il *social network* è un fenomeno straordinario che rappresenta una grande opportunità: crea legami di una comunità, è semplice nell'utilizzo dei costi. Esistono eterogeneità di canali e quindi si crea il problema della scelta di questi, è una risorsa per il movimento di croce rossa e uno strumento di comunicazione su cui investire. Impiego potenzialmente ampliabile preso coscienza dei rischi.

### COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI

Visto che la neutralità è un principio su cui investire, essa rischia di essere messa a repentaglio inconsapevolmente e involontariamente.

### DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO

Approfondire ed applicare le conoscenze attraverso strumenti formativi già esistenti (corso unico, tirocinio, campi e giornate formative). Promuovere l'uso consapevole del *social network* supportati da un codice etico. Utilizzare i *social network* come strumento di ascolto delle comunità cercando di assicurare una azione traducibile in atti concreti (off-line).

### CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO

Sfruttare i *social network* per essere buoni ambasciatori della CRI nell'ambito di una strategia comunicativa integrata, sviluppata dalle società nazionali in linea con gli indirizzi e linee guida della federazione. Creare una comunità di confronto incentivata da una comunicazione "virale" (*one to one*). Condividere passioni ed obiettivi affinché gli Ispettori ad ogni livello s'impegnino a essere vettori di un atteggiamento etico, corretto, propositivo e rispettoso dei sette Principi.

F.to

Pion. Mauro VALENTINO, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Matteo CAVALLO, responsabile del workshop

Pion. Giuseppe PRIOLETTA, segretario verbalizzante



## Il fundraising:

*L'umiltà di chiedere aiuto per poter aiutare*

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Il *Fund Raising* nasce dalla necessità di finanziare le attività sia in ambito emergenziale che quotidiano. Manca però una informazione di Comitato e dei volontari nonostante sia attività CRI e non di Componente. Una maggiore comprensione dell'importanza del *Fund Raising*, aumenterebbe la qualità dei servizi da offrire/offerti. Questo significa anche investire adeguatamente con specifiche voci di bilancio, e attivarsi affinché i donatori possano conoscere meglio le nostre attività e il fine della donazione per inventarli.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Nel *Fund Raising* rivivono i seguenti principi:

- ✓ Umanità: tutte le attività *Fund Raising* hanno il fine di alleviare le sofferenze umane;
- ✓ Indipendenza: *Fund Raising* consente di creare attività auto sostenute;
- ✓ Volontariato: *Fund Raising* è una mission di tutti per sostenere la CRI, ma è anche una tutela dei volontari nello svolgimento delle proprie attività;
- ✓ Unità: *Fund Raising* supporta attività comuni e consente la partecipazione di chiunque voglia contribuire economicamente anche senza fare volontariato attivo;
- ✓ Imparzialità: *Fund Raising* è rivolto a tutti senza distinzioni;
- ✓ Neutralità: *Fund Raising* si rivolge a tutti pur rispettando un criterio di ricerca delle donazioni che rispetti i sette principi;
- ✓ Universalità: *Fund Raising* beneficia dello scambio e collabora tra le Società Nazionali.

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Si rende necessaria una informazione a tutti i livelli sia tecnici che volontari e una sensibilizzazione a livello di governance. In tale ottica la Componente può partecipare attivamente attraverso i volontari professionalizzati.



Si auspica la costituzione a livello centrale di una Commissione Tecnica Nazionale in cui siano rappresentati i referenti di ogni Componente e un tecnico appartenente ad un Ufficio preposto al Comitato Centrale per il *Fund Raising*, che sia il riferimento tra volontari e Comitato e supporto tecnico-pratico per la realizzazione e gestione delle proposte della Commissione Tecnica Nazionale.

Sarebbe importante redigere e diffondere delle linee guida di start-up e del materiale standard minimo applicabile alle varie realtà.

Bisognerebbe aumentare il *network* tra Comitati che permetta di favorire la conoscenza delle diverse attività e quindi la crescita nel settore.

**CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

- ✓ Costituire un data base nazionale di contatti di potenziali donatori fruibili a tutti pur nel rispetto della *privacy*;
- ✓ Incrementare l'utilizzo di nuovi strumenti (*media, mailing list, ...*) per aumentare la visibilità sugli obiettivi del *Fund Raising* all'esterno;
- ✓ Effettuare un'analisi di *marketing* del territorio di riferimento;
- ✓ Cooperare con le altre Società Nazionali più avanzate nel *Fund Raising*;
- ✓ Investire nella consulenza esterna atta a fornire a livello centrale uno start-up su iniziative e metodologia.

F.to

Pion. Andrea GRADELLA, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Alberto GHIONE, responsabile del workshop

Pion. Brunella MAROTTI, segretario verbalizzante



## Innoviamo le procedure e le strutture

### CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI

#### (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

- ✓ Predisporre una modulistica (preferibilmente compilabile in via informatica) per richieste di inserimento nel ruolo di riserva, trasferimenti, ecc.;
- ✓ Le richieste inevase entro trenta giorni si intendono autorizzate;
- ✓ I Pionieri che fanno richiesta di apertura di un nuovo Gruppo si intendono automaticamente trasferiti in esso, all'atto di approvazione dell'apertura;
- ✓ Si auspica che i trasferimenti dei fascicoli personali avvengano *on line*;
- ✓ Entro sei mesi il Comitato Centrale dovrà adottare un sistema di gestione dei volontari, altrimenti l'Ispettorato Nazionale Pionieri ne adotterà uno per la propria Componente; il Comitato Centrale potrà avvalersi di progetti già in uso in alcuni Ispettorati Pionieri;
- ✓ L'Ispettorato Regionale Pionieri della Sicilia mette a disposizione il proprio sistema di protocollo informatico agli Ispettori che ne faranno richiesta; tale proposta sarà avanzata anche al Comitato Centrale;
- ✓ Valutare l'estensione della casella di posta elettronica pec e della firma digitale a tutti gli Ispettori purché il prezzo risulti conveniente;
- ✓ Utilizzare la videoconferenza per incontri di lavoro, non assemblee, e incoraggiare l'acquisizione a livello regionale per l'uso del territorio.

### COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI

Unità: le riforme vengono condivise e applicate anche dal Comitato Centrale;  
Volontariato: il tempo di noi volontari deve essere rivolto alle attività in favore dei soggetti più vulnerabili e non sprecato in pratiche burocratiche non necessarie.

### DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO*

Ottimizzazione dei tempi, delle procedure e dei costi a vantaggio delle attività.

### CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO*

Lo snellimento delle procedure burocratiche crea un impatto nella nostra Società Nazionale con lo stimolo ad adottare quanto suggerito da noi giovani.

F.to

Pion. Roberto R.G. PIRO, rappresentante del Consiglio Nazionale e responsabile del workshop

Pion. Gabriele QUARTA, segretario verbalizzante



# Processo di revisione della IFRC Youth Policy

## **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI**

### **(ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

- ✓ Noi abbiamo una *Youth Policy* ferma al 1991 che non rispecchia il cambiamento che la società e i giovani hanno avuto negli ultimi venti anni;
- ✓ Costante percorso di aggiornamento;
- ✓ Siamo parte attiva delle scelte strategiche del MICR;
- ✓ Maggiore consapevolezza di essere un *leader* non solo all'interno del proprio gruppo ma anche all'interno del MICR.

## **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Il principio di Universalità dichiara che il MICR ha carattere globale; è importante sottolineare la nostra importanza nell'essere una parte di esso.

## **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Noi ci impegniamo a dare un contributo sostanziale alla revisione della *Youth Policy* facendo emergere i problemi del territorio allo stesso modo dei giovani delle altre società nazionali. In questo modo contribuiremo alla costruzione di una politica della gioventù che consentirà il rafforzamento del ruolo della gioventù a livello nazionale e internazionale.

## **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

Per raggiungere il nostro obiettivo ci impegneremo a coinvolgere attivamente la base associativa.

F.to

Pion. Rosario M.G. VALASTRO, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Flavia PUGLIESE, responsabile del workshop

Pion. Angela LENTI, segretario verbalizzante



## Carta dei servizi e Bilancio Sociale: strumenti per il miglioramento del servizio?

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Volontarietà – trasparenza – standardizzazione – pianificazione –  
programmazione – comunicazione.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Unità, l'informazione e l'omogeneità dell'immagine del fare.

### **DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER* - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

Per passare da ciò che si appare a ciò che si è!

### **CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER* - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

Impegnarsi nella redazione del bilancio sociale e la carta dei servizi attraverso la discussione ed il confronto per renderlo aderente alla realtà e rendere semplice e trasparente la raccolta di dati.

F.to

Pion. Lorenzo LORÈ, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Andrea CONSONNI, responsabile del workshop

Pion. Giacomo ARTALDI, segretario verbalizzante



The European  
Year of Volunteering  
2011



## Quale volontariato oggi?

Alla ricerca dei saperi indispensabili per un volontariato possibile (e sensato)

### CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)

- ✓ Motivare i volontari (soprattutto le *new entry*);
- ✓ Comunicazione e relazione (tra volontari, tra vertici e volontari);
- ✓ Lavorare sul confronto;
- ✓ Più momenti di formazione;
- ✓ Gruppo.

### COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI

Volontariato – Umanità (vicini e sensibili ai Gruppi più vulnerabili) – Imparzialità

### DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER* - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO

- ✓ Insieme con le stesso passo nella realtà;
- ✓ Fiducia, supporto ai nuovi volontari giovani e orizzontalità (*peer*);
- ✓ Meno burocrazia;
- ✓ Reclutamento vicino ai giovani.

### CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER* - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO

- ✓ Assemblee di Gruppo, incontri informali;
- ✓ Potenziare la formazione a tutti i livelli;
- ✓ Ascoltare le idee e le proposte delle *new entry* (anche nuovi servizi)
- ✓ Sarebbe opportuno che anche gli Ispettori facciano servizio (soprattutto con le *new entry*);
- ✓ Essere accattivanti e più visibili con la fascia giovanile della società.

F.to

Pion. Giulio GENOESE, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Marcello SGROI, responsabile del workshop

Pion. Maria VADALÀ, segretario verbalizzante



## I Giovani della CRI nelle Istituzioni

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

- ✓ Difficoltà di gestione delle relazioni con associazioni e istituzioni a causa dei problemi di comunicazione all'interno dei Comitati ad ogni livello;
- ✓ Assenza di consapevolezza rispetto al lavoro in rete nonostante molte realtà conducano progetti con altri soggetti.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

- ✓ Umanità e Universalità = estendere il bacino d'utenza in risposta a più vulnerabilità;
- ✓ Indipendenza = mantenimento dell'autonomia nelle scelte;
- ✓ Neutralità = non scendere a compromessi.

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

- ✓ Migliorare la comunicazione interna ed esterna della CRI per accrescere la credibilità verso l'esterno;
- ✓ Realizzare la carta dei servizi della CRI per migliorare la comunicazione e promozione della qualità delle attività CRI;
- ✓ Implementare la formazione dei *leader* dei giovani della CRI nell'apposito corso di formazione e prevedere un percorso di formazione anche per i Presidenti/Commissari ad ogni livello sulla gestione del lavoro in rete;
- ✓ Definire e stipulare convenzioni tra CRI e istituzioni che deleghino specifiche attività/servizi alla CRI.

### **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

- ✓ Analisi dei bisogni e risposta alle vulnerabilità più mirate;
- ✓ Semplificazione della burocrazia;
- ✓ Migliorare la qualità dei servizi e la credibilità della CRI sul territorio.

F.to

Pion. Elisabetta CATANI, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Pietro MIGLIACCIO, responsabile del workshop

Pion. Sara CORBELLI, segretario verbalizzante



## Croce Rossa Italiana oltre il servizio sanitario

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

- ✓ Maggiore attenzione alle attività sociali: investire più risorse;
- ✓ Analisi annuale sui bisogni del territorio redatto a livello nazionale;
- ✓ Colmare e integrare le carenze istituzionale in ambito di *welfare* sociale;
- ✓ Agire in maniera mirata e continuato sulla prevenzione;
- ✓ Evidenziare il potenziale e la professionalità dei volontari in tutti gli ambiti.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Il Gruppo evidenzia che per la gran varietà delle attività sociali tutti i Principi debbano avere la stessa rilevanza.

### **DICHIARAZIONE: TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO**

- ✓ Prevedere percorsi formativi unificati, mirati al sociale già dal Corso base;
- ✓ Condivisione di attività nell'ambito analizzato a livello nazionale, con finalità organizzative e informative.

### **CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO**

- ✓ Porre la CRI come interlocutore primario per l'attivazione e lo svolgimento di campagne nazionali di formazione e informazione dei Ministeri o altre istituzioni di rilevanza nazionale dell'ambito in esame;
- ✓ Predisporre una carta servizi a tutti i livelli;
- ✓ Identificare la CRI come soggetto primario per le integrazioni delle politiche assistenziali;
- ✓ Definire e formalizzare sinergie tra CRI e altri enti territoriali;
- ✓ Identificare la CRI come interlocutore privilegiato per le attività nelle scuole;
- ✓ Identificare la CRI come interlocutore primario per le attività con migranti.

F.to

Pion. Mattia BENATTI, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Francesco BRUNELLI, responsabile del workshop

Pion. Andrea GILIOLI, segretario verbalizzante



## Giovani come agenti di cambiamento (YABC)

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

I concetti chiave relativi al programma YABC, su cui i Giovani della CRI si impegnano a riflettere e ad agire, sono il cambiamento di pensiero, la condivisione e lo sviluppo di nuove abilità comportamentali, in quanto ogni pioniere è da considerarsi un potenziale agente di cambiamento.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

Alla luce delle tematiche affrontate nel workshop, i Principi del nostro Movimento dovranno essere compresi ad un livello più profondo e quindi realmente interiorizzati, in quanto gli agenti di cambiamento costituiscono, per definizione, l'esempio vivente dei principi stessi.

### **DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO***

Per attivare un percorso formativo coerente a soddisfare le esigenze di applicazione del programma YABC, si raccomanda la costituzione di un gruppo di lavoro trasversale (inter-area) che ne curi la declinazione nel contesto italiano. Si sottolinea, altresì, l'imprescindibile necessità che nel gruppo di lavoro abbiano un peso maggiore i Facilitatori EAP, i quali hanno una formazione affine ai percorsi di YABC, seppur da integrare con aspetti specifici.

### **CALL TO ACTION: *TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO***

Premettendo che il programma YABC riveste un carattere trasversale a tutte le aree e a tutti i livelli del nostro Progetto Associativo, crediamo che, per avere un maggiore impatto in questo settore, sia opportuno prevedere delle giornate informative, nonché diffondere in tutte le aree i principi YABC. Si rimanda infine all'apposito gruppo di lavoro l'inserimento e la contestualizzazione della formazione relativa al programma.

F.to

Pion. Domenico DE MATTIA, rappresentante del Consiglio Nazionale

Pion. Sofia MORICONI, responsabile del workshop

Pion. Caterina BECORPI, segretario verbalizzante



## Formazione

*Lo strumento per un'Associazione pronta, consapevole e responsabile*

### **CONCETTI CHIAVE/RISULTATI PRINCIPALI (ANCHE IN TERMINI DI ANALISI DELLA REALTÀ)**

Formazione disomogenea sul territorio, scarsa qualità e mancanza di pianificazione. I Giovani CRI vedono la formazione come strumento per portare un cambiamento positivo ed incisivo all'interno dell'Associazione e della Società; formazione che permetta all'Associazione di portare miglioramento alle fasce vulnerabili.

La formazione inoltre rappresenta lo strumento di creazione di Gruppo.

### **COME RIVIVERE I NOSTRI PRINCIPI**

La formazione deve essere necessariamente aperta a tutti, omogenea sul territorio in modo da essere "esempio" operativo dei sette Principi, partendo dal principio di Unità.

### **DICHIARAZIONE: *TO DO MORE AND DO BETTER - PER FARE DI PIÙ E MEGLIO***

La strategia formativa deve puntare sulla qualità dei contenuti e della didattica, nonché sull'umiltà del formatore. Per l'effetto, è necessaria una formazione continua e strutturata che preveda una regolare verifica, secondo gli *standard* qualitativi nazionali ed internazionali. I Giovani CRI riconoscono il principio di un corso di accesso unico, sottolineando le seguenti priorità:

- 1) Linee guida per l'attuazione omogenea del corso;
- 2) Contenuti che riguardino la Storia e il DIU, le attività internazionali (Strategia 2020), nazionali e locali della CRI, nozioni di primo soccorso;
- 3) Necessità di una commissione di controllo e garanzia che verifichi la qualità della formazione: la commissione deve avere struttura nazionale e ramificazione territoriale. La composizione deve essere tale da impedire che il controllore coincida con il controllato;
- 4) Ove possibile si deve garantire la composizione di classi omogenee per età;
- 5) I Giovani CRI ritengono necessario il proseguimento della formazione con il percorso di approfondimento senza che questo precluda altre tipologie di formazione;
- 6) I Giovani CRI ritengono fondamentale la SCUOLA NAZIONALE DI FORMAZIONE, come strumento per permettere ai Giovani di sperimentarsi ed arricchirsi sia formandosi che gestendo in prima persona la formazione;
- 7) Sottolineano che la Scuola Nazionale di Formazione deve sempre di più rispondere alle esigenze formative dei Gruppi Pionieri; i Giovani propongono che la qualifica di formatore non garantisca lo status di socio attivo e chiedono le conseguenti modifiche regolamentari.



***CALL TO ACTION: TO REACH FURTHER - PER AVERE UN MAGGIORE IMPATTO***

La formazione deve essere intesa come risorsa, ovvero deve essere aperta anche all'esterno dell'Associazione. Ravvisiamo l'esigenza di un Coordinamento nazionale con ramificazioni territoriali. La Scuola Nazionale di Formazione può mettere a disposizione dell'Associazione il proprio "know how", sottolineando ancora la disponibilità a confrontarsi con il coordinamento Nazionale. I Giovani CRI ribadiscono con forza la propria responsabilità nel comprendere le necessità formative dei Gruppi Pionieri e i talenti a disposizione del Gruppo.

F.to

Pion. Massimiliano GEOLI, rappresentante del Consiglio Nazionale e responsabile del workshop

Pion. Davide SAVINO, segretario verbalizzante