

# Obiettivo strategico 5

## I GIOVANI E LA CITTADINANZA ATTIVA

LAURA MOSCONI

[www.cri.it](http://www.cri.it)  
Croce Rossa. Persone in prima persona



Croce Rossa Italiana

# CHE COSA SI PROPONE LA CRI NEL 5° OBIETTIVO STRATEGICO?

- **Promuovere lo sviluppo della fascia giovane della popolazione e favorirne l'empowerment**
- **Promuovere ed educare alla cultura della cittadinanza attiva**

# OBBIETTIVI

- **Comprendere l'importanza della figura del giovane ed il concetto di empowerment**
- **Capire il significato e l'importanza della cittadinanza attiva**
- **Conoscere le attività quadro dell'area V Gioventù**

# CHI SONO I GIOVANI IN C.R.I.

❖ Chi ha meno di 32 anni



❖ Per aprire un gruppo giovani devono esserci almeno 10 membri

# MA PERCHÉ PROPRIO...



# I GIOVANI??

LAURA MOSCONI

[www.cri.it](http://www.cri.it)  
Croce Rossa. Persone in prima persona



Croce Rossa Italiana

## DEFINIZIONE DI GIOVANE...

I giovani sono persone che non hanno ancora portato a termine il loro processo di crescita, **soggetti vulnerabili perché in evoluzione continua, sui quali influire con messaggi positivi**

**Se intervengo sui giovani, ho la possibilità di insinuare un cambiamento nel loro modo di pensare ed agire.**



**GIOVANI COME AGENTI  
DI CAMBIAMENTO**



# Dichiarazione della gioventù

*Solferino 2009*

Giovani di 150 paesi si sono riuniti in rappresentanza di 50 milioni di giovani di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa rivolgendo un appello alla comunità internazionale e ai leader di tutto il mondo affinché i giovani rivestano un ruolo più importante nella società.



Obiettivi da raggiungere nel 2019





**DALLA DICHIARAZIONE  
DELLA GIOVENTÙ...**

**...ALLA YOUTH POLICY**

 International Federation  
of Red Cross and Red Crescent Societies

# YOUTH POLICY



International Federation  
of Red Cross and Red Crescent Societies

## Politica sulla Gioventù

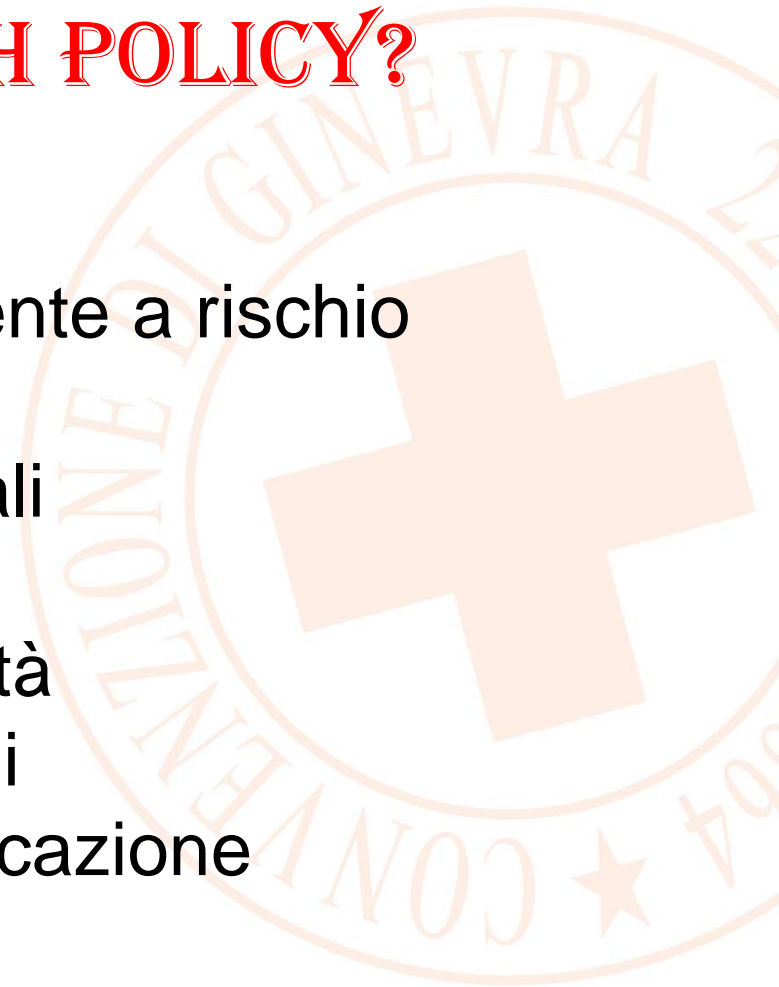
*Adottata dalla XVIII sessione dell'Assemblea Generale tenutasi a Ginevra dal 23 al 25 novembre 2011. La presente Politica verrà ripresa in esame dalla XXI sessione dell'Assemblea Generale che si terrà nel 2017.*

Nel 2011 la FICR adotta la Politica della Gioventù con lo scopo di guidare, informare e incrementare la partecipazione dei giovani all'interno di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa



# PERCHÉ LA YOUTH POLICY?

- Fascia di età maggiormente a rischio
- Ambasciatori interculturali
- Facilitatori alla pari
- Mobilitatori della comunità
- Sostenitori dei vulnerabili
- Pionieri mezzi di comunicazione



# EMPOWERMENT

## Cosa ci dice l'OMS?

“L'Empowerment è un processo dell'azione sociale attraverso il quale le persone, le organizzazioni e le comunità acquisiscono competenze sulle proprie vite, al fine di cambiare il proprio ambiente sociale e politico l'equità e la qualità della vita”

**Processo di crescita**



**Incremento della stima di sè**



**Emergono le risorse latenti dell'individuo**



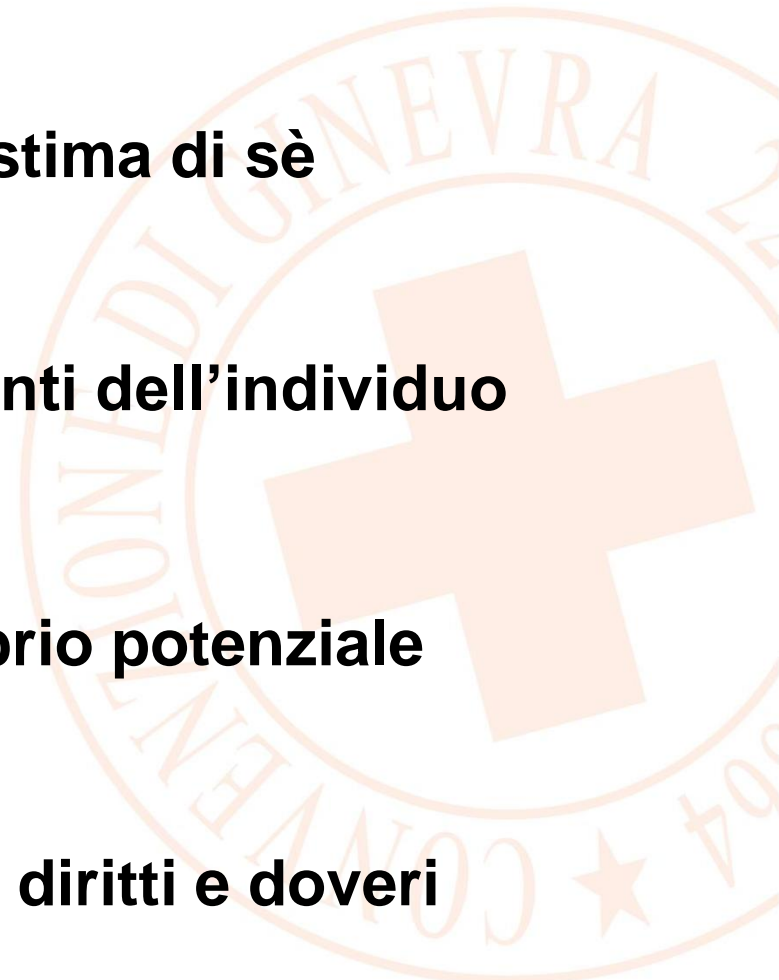
**Appropriarsi del proprio potenziale**



**Essere consapevoli di diritti e doveri**



**Agente di cambiamento**



# CITTADINANZA ATTIVA

**Con l'espressione “Cittadinanza Attiva” si è soliti indicare la partecipazione consapevole di una persona alla vita politica e il suo pieno inserimento nella rete di diritti e doveri che sono costitutivi dell'essere cittadino.**



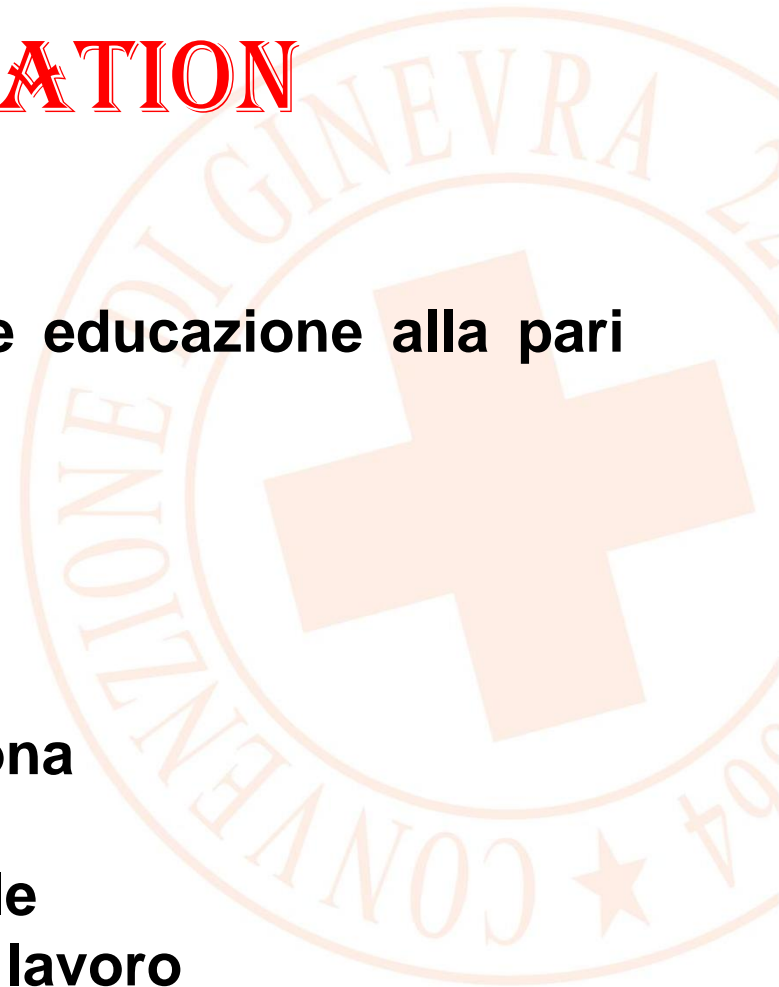
# PER QUESTO MOTIVO I GIOVANI IN CRI...

- ❖ **Partecipano attivamente ai processi decisionali**
- ❖ **Coordinano in prima persona i processi di pianificazione e gestione di attività e progetti che si caratterizzano per la metodologia della peer-education**
- ❖ **Favoriscono il dialogo intergenerazionale**
- ❖ **Partecipano a tutte le attività dell'associazione, CRI promuove infatti una cultura della partecipazione**

# PEER - EDUCATION

**Per peer – education si intende educazione alla pari basata su:**

- ❖ **Vicinanza generazionale**
- ❖ **Condivisione delle esperienze**
- ❖ **Carattere non formale**
- ❖ **Approccio centrato sulla persona**
- ❖ **Orizzontalità della formazione**
- ❖ **Comunicazione multidirezionale**
- ❖ **Autoregolazione del gruppo di lavoro**



**Perché la CRI promuove una cultura  
della cittadinanza attiva tra i GIOVANI?**

**I Giovani sono i  
LEADER del DOMANI**

# LE ATTIVITÀ QUADRO

## AREA V GIOVENTÙ



# PREVENZIONE, MITIGAZIONE E RECUPERO DELLA DEVIANZA GIOVANILE



LAURA MOSCONI

[www.cri.it](http://www.cri.it)  
Croce Rossa. Persone in prima persona



Croce Rossa Italiana

# POLITICA DI RIDUZIONE DEL DANNO

Out of harm's way



International Federation  
of Red Cross and Red Crescent Societies

# SAVING LIVES, CHANGING MINDS



# PROMOZIONE DELLA DONAZIONE VOLONTARIA DI SANGUE (CLUB 25)



- ❖ Donazione volontaria e non remunerata di sangue
- ❖ Aumentare il numero di giovani donatori
- ❖ Promuovere uno stile di vita sano
- ❖ Creare una condivisione di esperienze

LAURA MOSCONI

[www.cri.it](http://www.cri.it)  
Croce Rossa. Persone in prima persona



Croce Rossa Italiana

# EDUCAZIONE ALLA SALUTE E PROMOZIONE DI STILI DI VITA SANI E SICURI



Ex campagna **ABC**:  
Educazione alla  
sessualità e prevenzione  
alle malattie  
sessualmente  
trasmissibili

# **EDUCAZIONE ALLA SESSUALITÀ E MALATTIE SESSUALMENTE TRASMISSIBILI:**

- ❖ **Promuovere la conoscenza dei pericoli derivanti da comportamenti sessuali potenzialmente a rischio**
- ❖ **Informare i giovani su quali sono le malattie sessualmente trasmissibili e come si trasmettono**
- ❖ **Insegnare ai giovani a proteggersi dalle malattie sessualmente trasmissibili**
- ❖ **Promuovere una cultura della sessualità che sia benessere psico-fisico dell'individuo**

# EDUCAZIONE ALLA SICUREZZA STRADALE



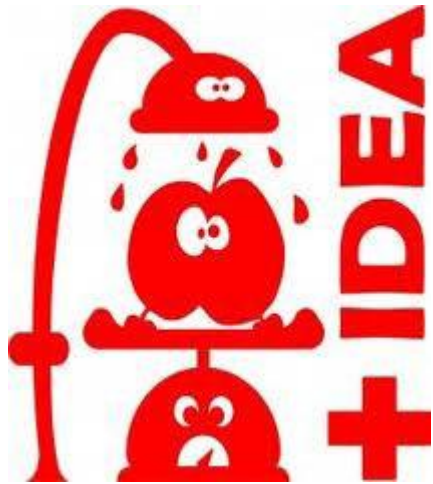
❖ **Promuovere una cultura della responsabilità alla guida**

❖ **Insegna le norme del codice della strada**

❖ **Previene l'abuso di alcolici e stupefacenti**

❖ **Mostra l'utilizzo dei DPI alla guida**

# EDUCAZIONE ALIMENTARE



- ❖ **Insegna a prendersi cura del proprio corpo**
- ❖ **Mira a prevenire le patologie legate all'aumento di peso**
- ❖ **Promuove uno stile di vita sano e corretto**

❖ **Mira a ridurre l'obesità in età giovanile tramite una sana alimentazione**

# PROMOZIONE DEI PRINCIPI FONDAMENTALI E DI UNA CULTURA DELLA NON VIOLENZA E DELLA PACE



- ❖ **Promuovere i principi fondamentali di Croce Rossa**
- ❖ **Promuovere il valore della non violenza**
- ❖ **Insegna il rispetto del singolo e l'esistenza del pregiudizio**
- ❖ **Spinge i giovani ad essere agenti di cambiamento**



# YOUTH ON THE RUN



## GIOCO DI RUOLO

Per 24 ore il partecipante all'interno di un gioco di ruolo, sarà trattato come un immigrato appena giunto nella località di destinazione con tutte le insidie di una lingua sconosciuta ed una realtà nuova tutta da scoprire spesso diversa dalle proprie abitudini.

Si tratta di una forte esperienza, guidata da personale formato, che mira non solo a mettere a dura prova il partecipante, ma a fargli vivere - in un ambiente protetto e controllato - un'esperienza di vita particolarmente intensa in cui lui è il diverso.

# ATTIVITÀ EDUCATIVE RIVOLTE A BAMBINI ED ADOLESCENTI



❖ **Attività ricreative di piazza**

❖ **Promozione dei principi fondamentali di Croce Rossa**

❖ **Animazione in emergenza**

# CLIMATE IN ACTION



- ❖ Evidenzia la vulnerabilità umana di fronte ai cambiamenti climatici
- ❖ Previene le attività umane fonte di cambiamenti climatici
- ❖ Educazione al rispetto dell'ambiente e delle risorse
- ❖ Riduzione della vulnerabilità (campagna “cresce il caldo cresce la prevenzione”)

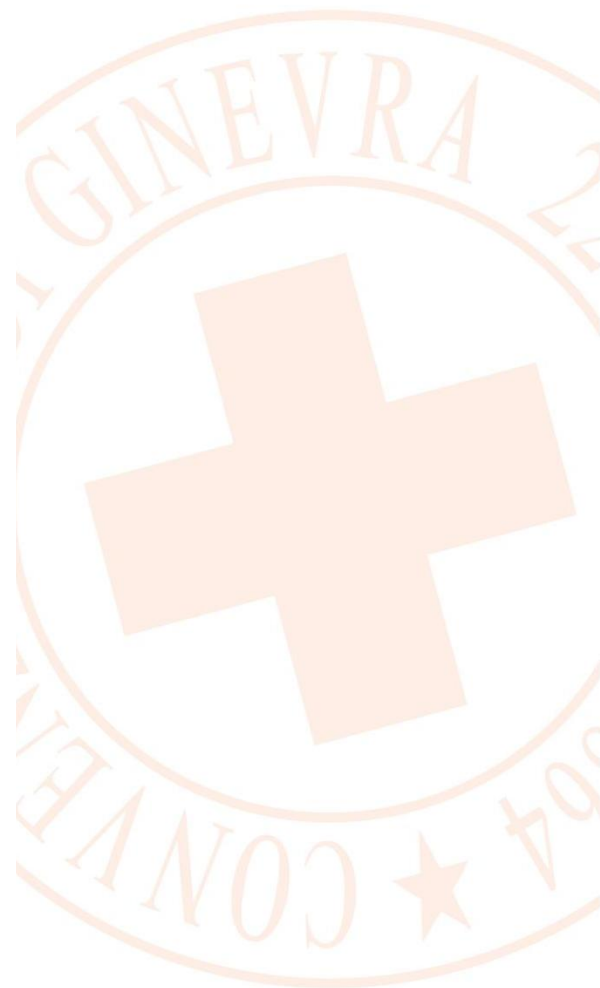
# ATTIVITÀ DI COOPERAZIONE E SCAMBI INTERNAZIONALI



**"Facciamo tutto il possibile per far sì che ogni paese approfitti dell'esperienza degli altri paesi, per quanto riguarda i rapporti tra le diverse classi sociali e le relazioni internazionali favorevoli al bene generale. ”**

**(Henry DUNANT, Memorie)**

**❖ Organizzazione di campi, convegni ed incontri internazionali**



LAURA MOSCONI

[www.cri.it](http://www.cri.it)  
Croce Rossa. Persone in prima persona



Croce Rossa Italiana

# CONCLUSIONI

- ❖ I giovani sono i leader del domani, devono essere seguiti nel loro processo di crescita in modo tale che acquistino sicurezza in se stessi e nelle loro capacità. In questo modo saranno agenti di cambiamento.
- ❖ L'importanza della cittadinanza attiva: i giovani sono membri importanti del movimento e prendono parte ai procedimenti decisionali.
- ❖ Le attività quadro dell'area hanno l'obiettivo specifico di contribuire all'educazione dei giovani.

# Obiettivo strategico 6

AGIAMO CON UNA  
STRUTTURA CAPILLARE,  
EFFICACE E TRASPARENTE,  
FACENDO TESORO  
DELL'OPERA DEL  
VOLONTARIATO

# CHE COSA SI PROPONE LA CRI NEL 6° OBIETTIVO STRATEGICO?

- ❖ **Aumentare la capacità della CRI di prevenire ed affrontare in modo efficace la vulnerabilità delle comunità**
- ❖ **Rafforzare la cultura del volontariato e della partecipazione attiva**
- ❖ **Assicurare una cultura di responsabilità trasparente nei confronti degli stakeholder**
- ❖ **Mantenere gli statuti, regolamenti e piani d'azione in linea con le raccomandazioni e decisioni internazionali**
- ❖ **Adattare ogni nostra azione all'evoluzione dei bisogni delle persone vulnerabili**

# OBBIETTIVI

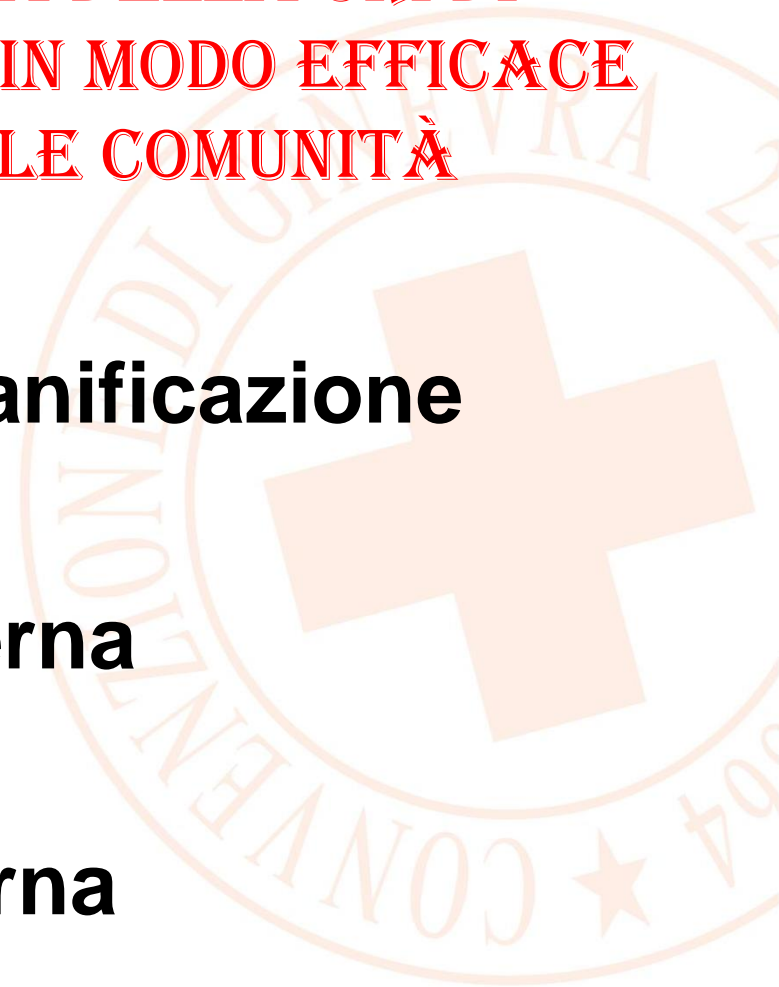
- ❖ **Comprendere i punti fondamentali del 6° obiettivo strategico**
- ❖ **Conoscere gli step per realizzare un progetto e capire l'importanza della comunicazione**
- ❖ **Comprendere la necessità della presenza di “trasparenza” in una associazione come la Croce Rossa Italiana**
- ❖ **Capire come “l'unione fa la forza” nella CRI**
- ❖ **Conoscere l'importanza dell'analisi dei bisogni**

# AUMENTARE LA CAPACITÀ DELLA CRI DI PREVENIRE ED AFFRONTARE IN MODO EFFICACE LA VULNERABILITÀ DELLE COMUNITÀ

❖ **Organizzazione e pianificazione**

❖ **Comunicazione esterna**

❖ **Comunicazione interna**

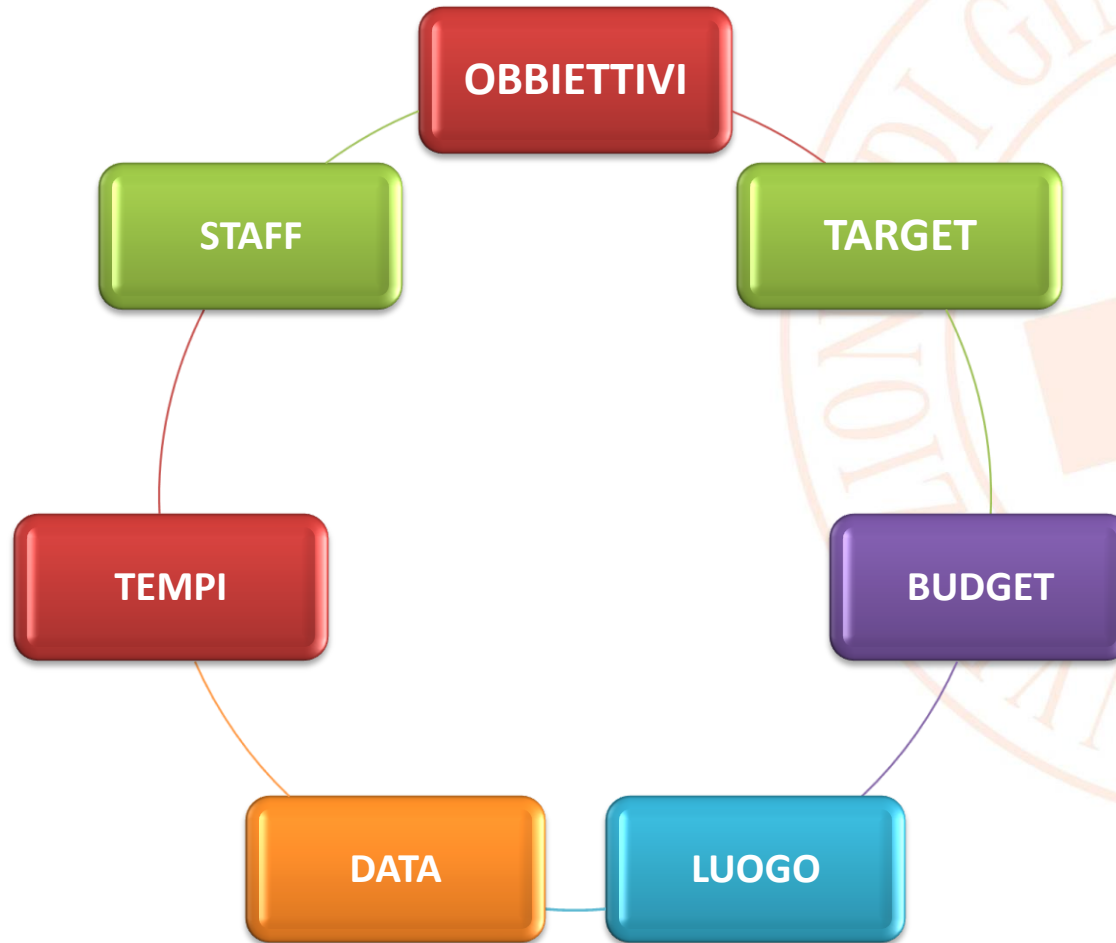


# ORGANIZZAZIONE E PIANIFICAZIONE



- ❖ **Ideazione e Attivazione**
- ❖ **Pianificazione**
- ❖ **Attuazione**
- ❖ **Completamento**
- ❖ **Valutazione finale**

# IDEAZIONE E ATTIVAZIONE



## **ATTUAZIONE:**

**Realizzazione del progetto secondo il piano prestabilito**

## **COMPLETAMENTO:**

**Superamento di tutti gli imprevisti che si presentano al momento dell'attuazione. Fare sempre un PIANO B!!!**

## **VALUTAZIONE:**

**Gli obiettivi sono stati raggiunti?  
Ci sono stati problemi?  
Cosa è andato bene?**



# COMUNICAZIONE ESTERNA

**Quando un albero cade in una foresta  
deserta fa rumore???**

**Ricordate!**

**Se un'attività non viene comunicata, una volta  
terminata, è come se non fosse mai stata fatta.**



**Gli unici autorizzati a rilasciare interviste e comunicare con l'esterno sono il **PRESIDENTE DI COMITATO** e il suo **REFERENTE ALLA COMUNICAZIONE**.**

**Nessun altro può interagire con i media se non espressamente autorizzato in forma scritta!**

# COMUNICAZIONE INTERNA



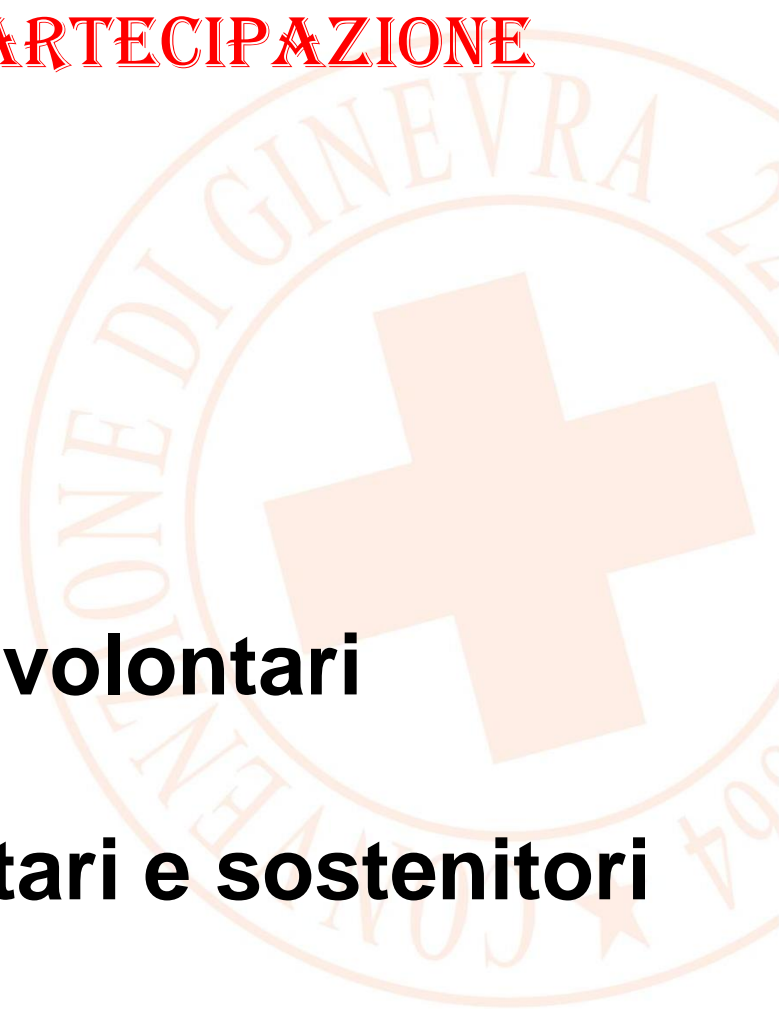
**Condividere esperienze  
e progetti è  
fondamentale per non  
disperdere energie e  
perdere tempo**

# RAFFORZARE LA CULTURA DEL SERVIZIO VOLONTARIO E DELLA PARTECIPAZIONE ATTIVA

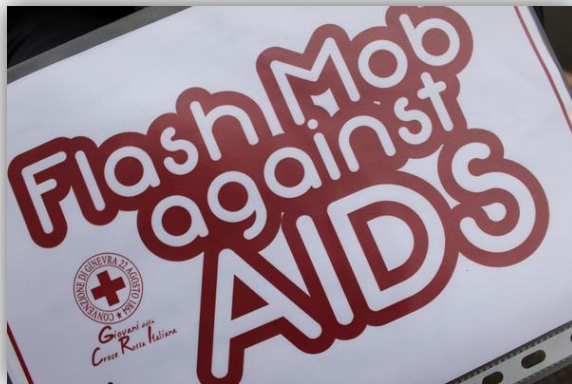
❖ **Promozione**

❖ **Reclutamento nuovi volontari**

❖ **Fidelizzazione volontari e sostenitori**



# PROMOZIONE



**È fondamentale  
promuovere  
l'immagine di Croce  
Rossa con iniziative  
mirate.  
Cosa difficile è farlo  
in maniera  
accattivante ed  
innovativa**

# RECLUTAMENTO VOLONTARI

**Dare un'immagine seria dell'associazione. In questo modo sarà ritenuta come un punto di riferimento affidabile!!!**



**ABBIAMO UN SOGNO:**  
Avere sempre più persone al nostro fianco.

**DIVENTA VOLONTARIO**

INTERNATIONAL YEAR OF YOUTH  
2010-2011  
EUROPEAN UNION  
EUROPEAN COMMISSION  
EUROPEAN PARLIAMANT  
CROCE ROSSA ITALIANA

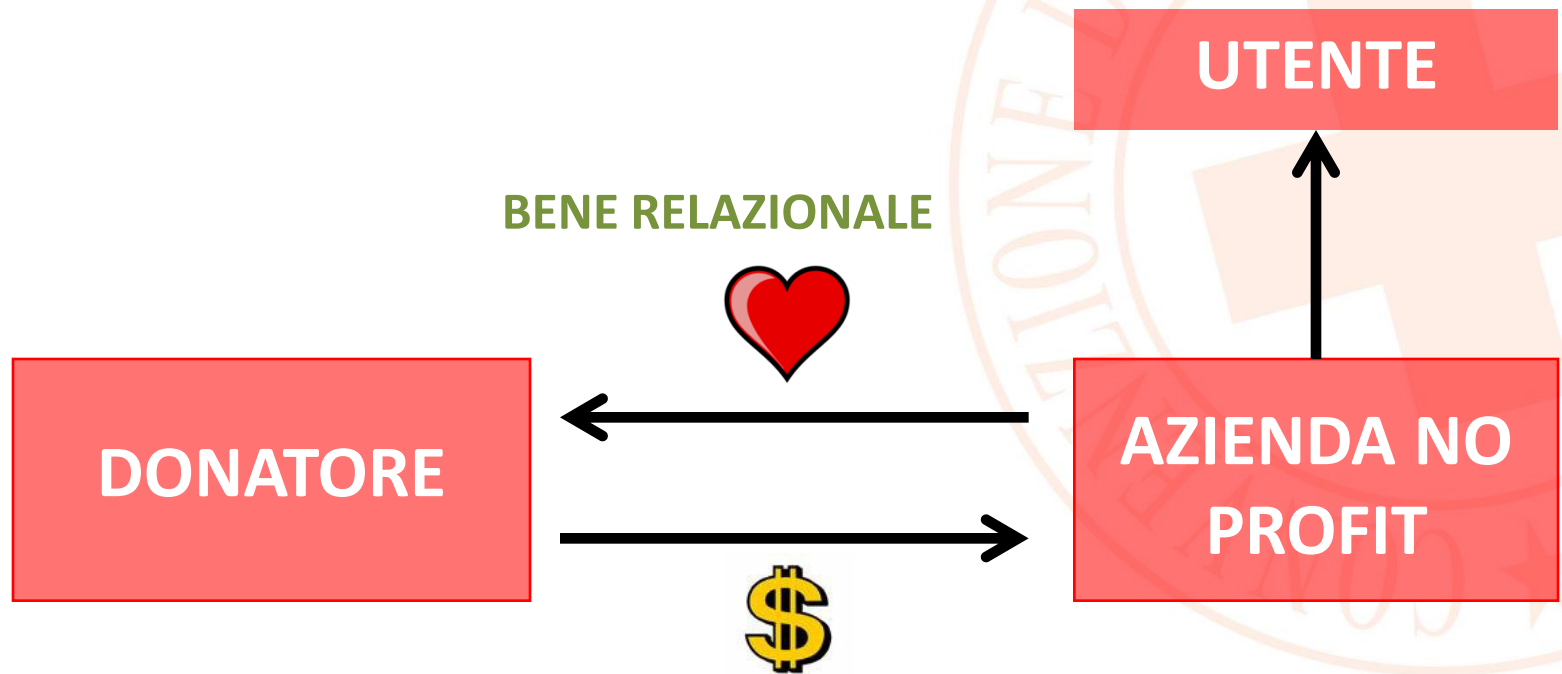
The advertisement features three young people in red volunteer jackets on the left. On the right, there are logos for the International Year of Youth (2010-2011), the European Union, and the Italian Red Cross. The background includes a large, faint watermark of the Geneva Convention logo.

# UNA METODOLOGIA DI FIDELIZZAZIONE... FUNDRAISING



**E' l'insieme delle teorie e delle tecniche necessarie a garantire la sostenibilità di una causa sociale e dell'organizzazione che la persegue e a promuoverne lo sviluppo costante nel tempo verso una molteplicità di interlocutori pubblici e privati**

# Raccolte fondi finalizzate a progetti concreti e monitorabili stimolando così l'interesse del donatore



# ASSICURARE UNA CULTURA DI RESPONSABILITÀ TRASPARENTE NEI CONFRONTI DEI NOSTRI STAKEHOLDER

**E' necessario che Croce Rossa faccia un bilancio annuale di ciò che è stato fatto al fine di potersi migliorare; inoltre in questo modo gli investitori grazie alla "trasparenza" promossa dall'associazione potranno vedere i frutti del loro supporto.**

# **MANTENERE GLI STATUTI, REGOLAMENTI E PIANI D'AZIONE IN LINEA CON LE RACCOMANDAZIONI E DECISIONI INTERNAZIONALI**

**E' necessario che la CRI a livello internazionale abbia obiettivi comuni in modo tale da creare un fronte unico di azione, in questo modo le attività svolte da tutte le società nazionali avranno maggiore efficacia poiché godranno dell'appoggio internazionale.**

**BANALE MA NON SEMPRE SCONTATO!!!**

**E' essenziale che all'interno di uno stesso comitato i volontari si sostengano l'un l'altro in modo tale da poter utilizzare tutte le energie al meglio per il bene del prossimo!!!**

# ADATTARE OGNI NOSTRA AZIONE ALL'EVOLUZIONE DEI BISOGNI DELLE PERSONE VULNERABILI



**ANALISI DEI BISOGNI DEL  
TERRITORIO!!!**



**Monitoraggio dei progetti**



**Valutazione dell'impatto  
sulla popolazione**



LAURA MOSCONI

[www.cri.it](http://www.cri.it)  
Croce Rossa. Persone in prima persona



Croce Rossa Italiana

# CONCLUSIONI

- ❖ Gli step per la realizzazione di un progetto sono: ideazione, pianificazione, attuazione, completamento e valutazione finale.
- ❖ La trasparenza garantisce che gli “stakeholder” ripongano fiducia nell’associazione
- ❖ Avere un fronte comune permette che i progetti siano più efficienti ed efficaci, raggiungendo così l’obiettivo che ci si è posti
- ❖ Solo con l’analisi dei bisogno possiamo rispondere adeguatamente alle richieste della popolazione vulnerabile



*Grazie per l'attenzione*

LAURA MOSCONI

[www.cri.it](http://www.cri.it)  
Croce Rossa. Persone in prima persona



Croce Rossa Italiana