



Formazione professionale per le persone dell'Alto Friuli e finanziata dal Fondo Sociale Europeo

Innovazione Sociale processi di cambiamento basate su strategie e idee che Cramars propone ai territori

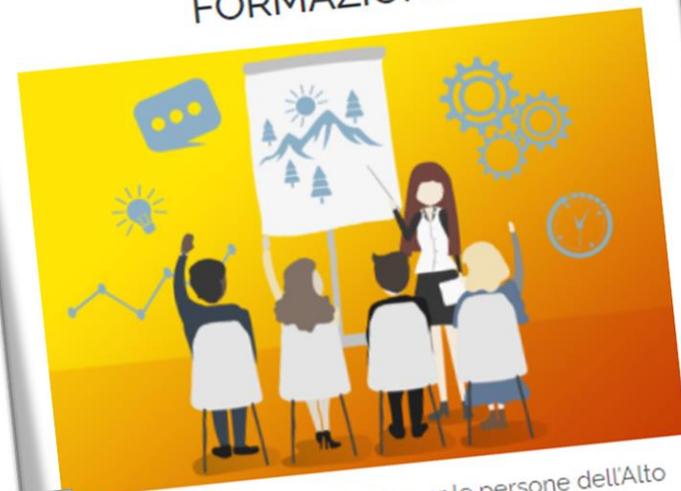
Sviluppo Locale nei territori per agire, reagire, programmare e gestire situazioni complesse

INNOVAZIONE SOCIALE



Esperienze di processi di cambiamento basate su strategie e idee che Cramars propone ai territori

FORMAZIONE



La formazione professionale per le persone dell'Alto Friuli e finanziata dal Fondo Sociale Europeo

SVILUPPO LOCALE



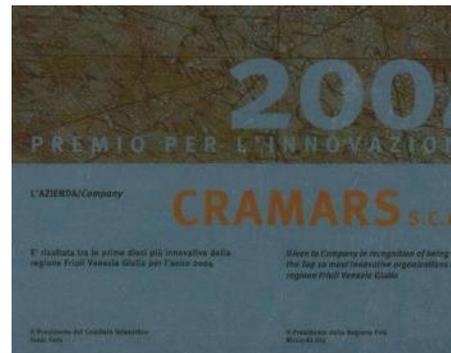
Progetti che coinvolgono territori per agire, reagire, programmare e gestire situazioni complesse

Gli strumenti dal passato

Formazione professionale

Nelle aree periferiche la formazione ricopre un ruolo fondamentale, nel momento stesso in cui la formazione stessa diventa funzionale ad un progetto o ad un percorso di crescita individuale, collettivo, aziendale.

Per individuare i percorsi di crescita (individuali, collettivi, aziendali), è necessario andare sui territori, conoscere le persone e le imprese che vivono e lavorano nei territori.



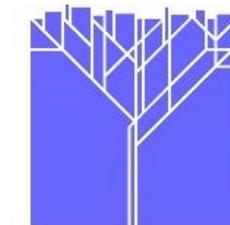
Problema:	<i>Diffondere la cultura della ITC nelle aree periferiche della Montagna Friulana prive di connessione a Internet e di aule informatiche per apprendere</i>
Anno:	2004
Soluzione proposta:	Acquisto di un mezzo mobile (furgone) con allestimento speciale nel vano adibito a cassone. Strumentazione: 12 postazioni con PC portatili, schermo e proiettore, impianto di riscaldamento, aria condizionata, generatore di corrente, collegamento a Internet Satellitare.
Finanziamento:	Fondo Sociale Europeo
Perché un successo:	Prima ed unica aula mobile viaggiante d'Italia, progetto premiato dalla Regione FVG con il riconoscimento di essere una delle 10 aziende maggiormente innovative della Regione FVG
Note:	L'iniziativa è stata oggetto di studio da parte di UniUd con pubblicazione della relativa tesi di laurea

Innovazione Sociale

In molti casi il problema reale è dato dal fatto che il prodotto della ricerca non genera direttamente l'innovazione.

La ricerca in sé diventa innovazione quando si combina con l'esigenza di un'impresa, che è alla ricerca di profitto, o con i bisogni di un decisore pubblico.

Oppure la ricerca genera innovazione quando si combina con le esigenze di gruppi di persone che devono risolvere i problemi di una comunità.



EDUCATION
IN SQUARE
MARGINALITY

Problema:

Vivere una situazione di difficoltà in una area marginale rappresenta una doppia difficoltà: una è data dalla situazione di disagio, e l'altra dal vivere in un'area marginale. Inoltre le aree marginali non sanno più attivare le forme di solidarietà tipiche delle piccole comunità di una volta.

Anno:

2020

Soluzione proposta:

Creare le condizioni ed i presupposti per firmare dei «Patti di Comunità». Quindi, in una fase successiva, sottoscrivere con Cramars un «Patto di Apprendimento». Creare occasioni occupazionali per le persone formate dai Patti di Apprendimento. Elaborare un Manuale sulle buone pratiche emerse dal progetto transnazionale

Finanziamento:

2018-1-IT02-KA204-048285

Perché un successo:

La modalità di coinvolgimento delle Comunità Locali per la firma del Patto di Comunità è stata un successo per il coinvolgimento di Associazioni, Imprese, Amministrazioni Comunali.

Note:

Erasmus + K2

Sviluppo Locale

Nella complessa società delle aree marginali esiste la necessità di “riaccendere” l’entusiasmo delle comunità locali, offrendo spiragli e visioni di futuro concreto e condivisibile.

Riuscire a smuovere ed a individuare i germogli di futuro all’interno delle comunità marginali è una priorità strategica di chi desidera occuparsi di sviluppo locale nelle Aree Interne



Problema:

Le persone, ma anche le Amministrazioni Comunali delle piccole aree montane hanno difficoltà ad immaginare un futuro possibile e diverso dalla condizione attuale. Come si possono aiutare?

Anno:

2020

Soluzione proposta:

La passeggiata, inventata come risposta alla pandemia, ed abbinata alle tecniche di Backcasting sullo studio del futuro, è diventato il presupposto affinché le persone di un luogo immaginino un futuro auspicabile migliore

Finanziamento:

Fondazione Dolomiti UNESCO

Perché un successo:

Dopo averle proposte in FVG sono state richieste anche dall’Agenzia GAL della Valle d’Aosta.

Note:

Mai fatta la restituzione alle comunità a causa del COVID

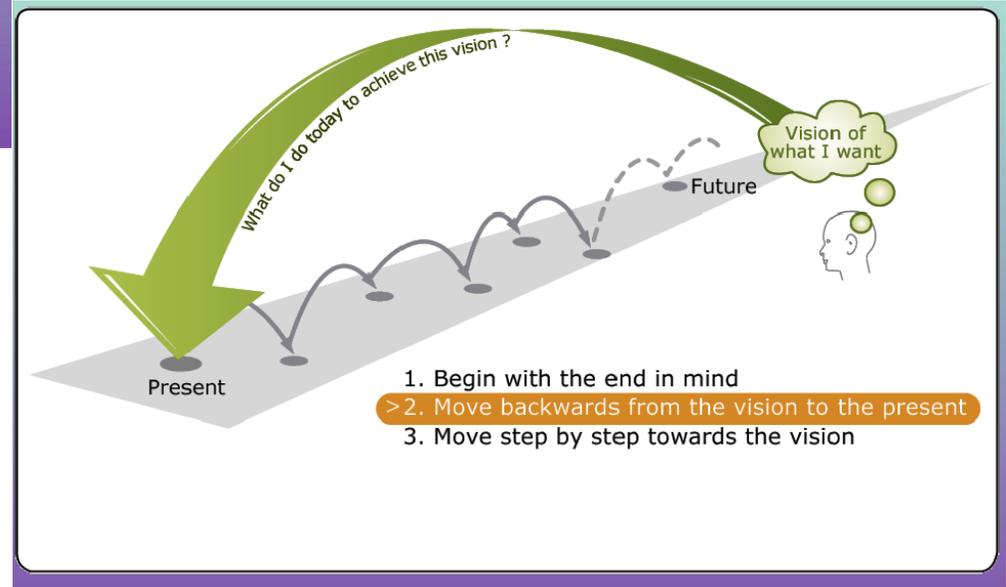
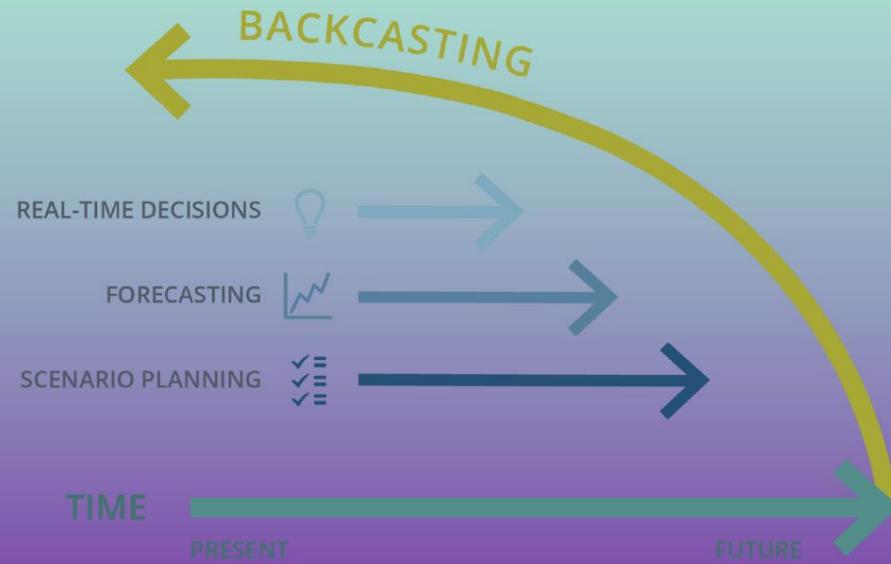
Come «accendere» le comunità

Ridare fiducia

Immaginare un futuro

Vincere una sfida realizzabile

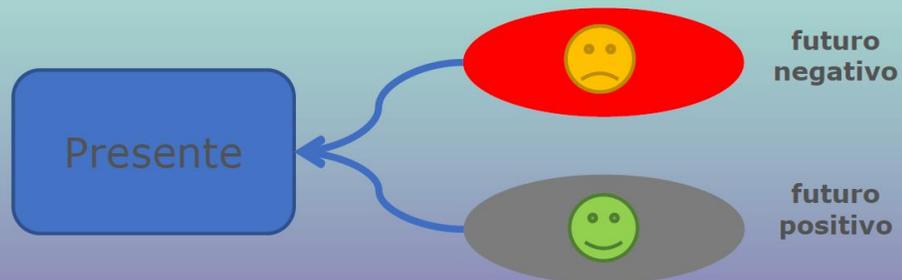
Backcasting



Backcasting – metodo normativo

- Cosa è: un metodo qualitativo, semi-informale, normativo, basato su aspettative e timori
- A cosa serve:
 - identificare le condizioni necessarie
 - Identificare le azioni più efficaci in differenti ambiti (es. sociali-ambientali-economici *per far accadere qualcosa*)
- Chi coinvolge: attori del futuro desiderabile

Backcasting – metodo normativo



- ▶ Inizia selezionando uno o più futuri (di solito uno) considerato di particolare interesse (ad es., il futuro in cui vorremmo vivere)
- ▶ Lavora a ritroso, per tappe, cercando di individuare le condizioni che rendono possibile (se è un futuro che si vuole veder realizzato) o impossibile (se è un futuro che si vuole impedire che si realizzi) quel futuro

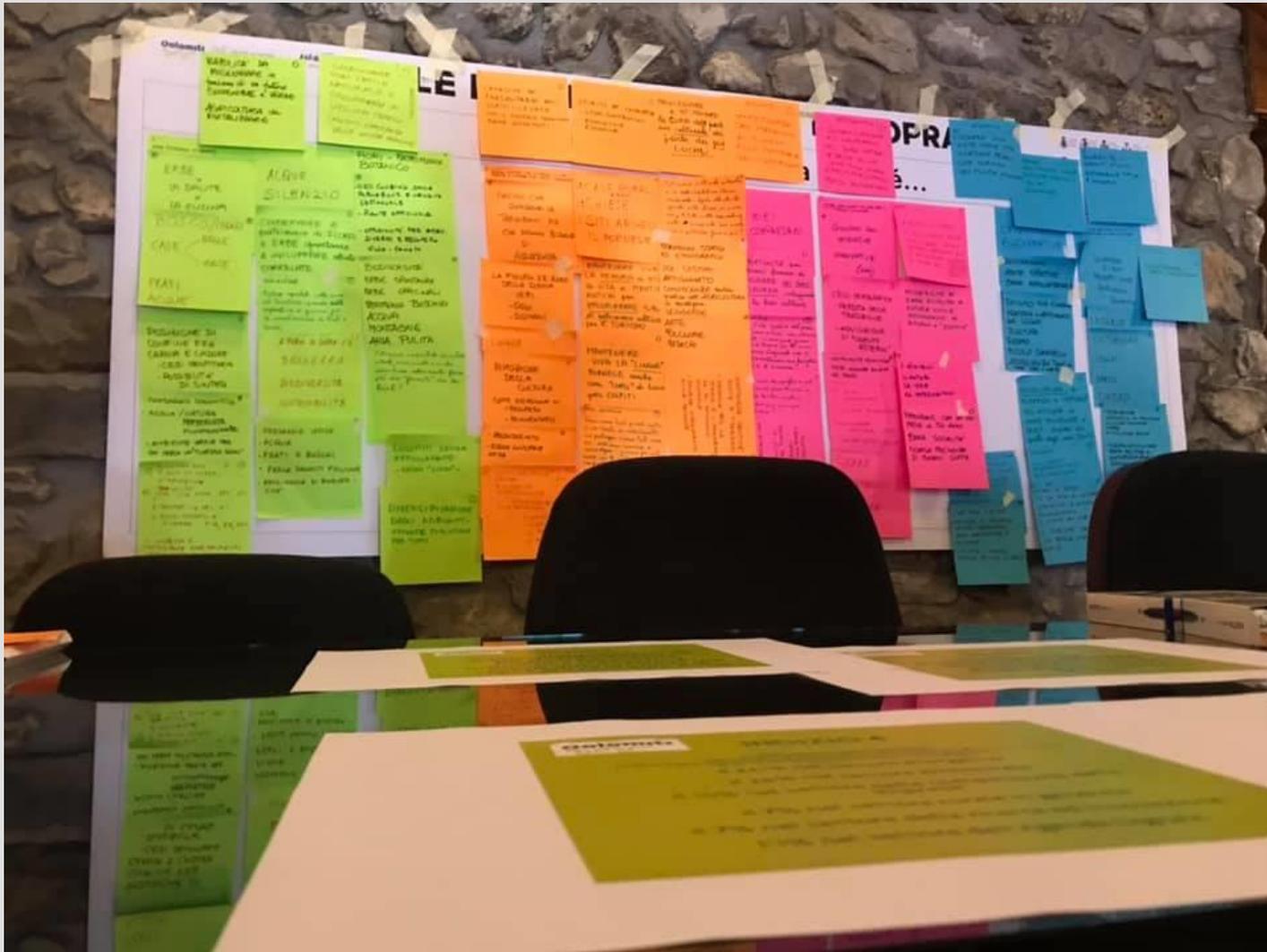
Backcasting – premesse

- **Assunzioni:**
 - Possiamo avvicinarci (o allontanarci) dai futuri desiderabili (o temibili), se decidiamo oggi la direzione, le tappe per cui passare
- **Si differenzia da altre tecniche:**
 - Focus su quadri generali normativi
 - Fornisce indicazioni generali (sulla base della visione)

Backcasting – per cosa

Per questioni complesse di lungo termine (es. aspetti sociali di innovazioni tecnologiche)

- Il problema influenza diversi settori e livelli della società
- I cambiamenti «marginali» non saranno sufficienti
- I trend dominanti sono parte del problema
- L'orizzonte temporale è abbastanza lungo da consentire un ampio margine di scelta deliberata



s.t.e.p.

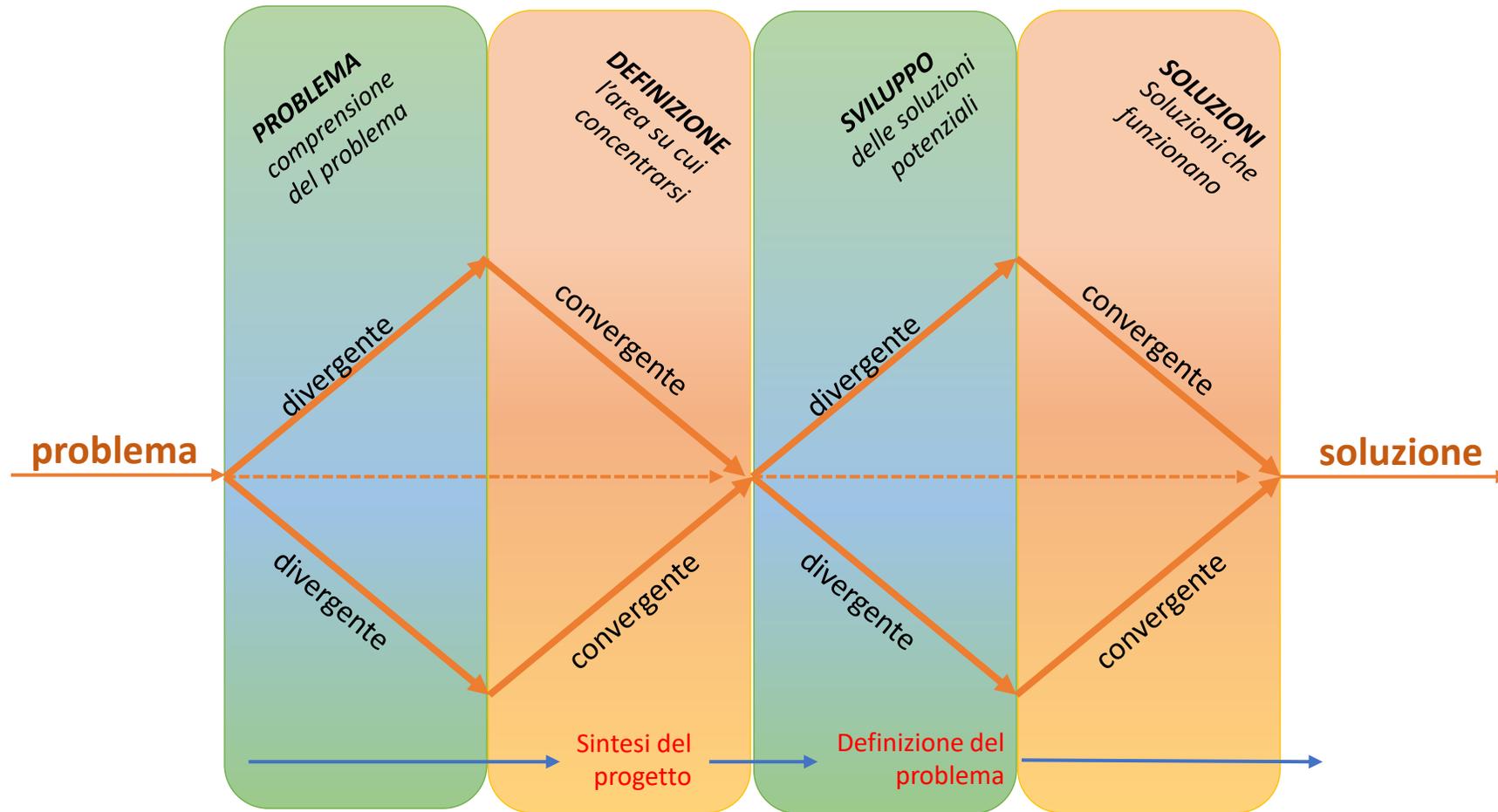


Alleanza per la Carnia 2030

3 Aree di intervento

5 Direzioni di competitività

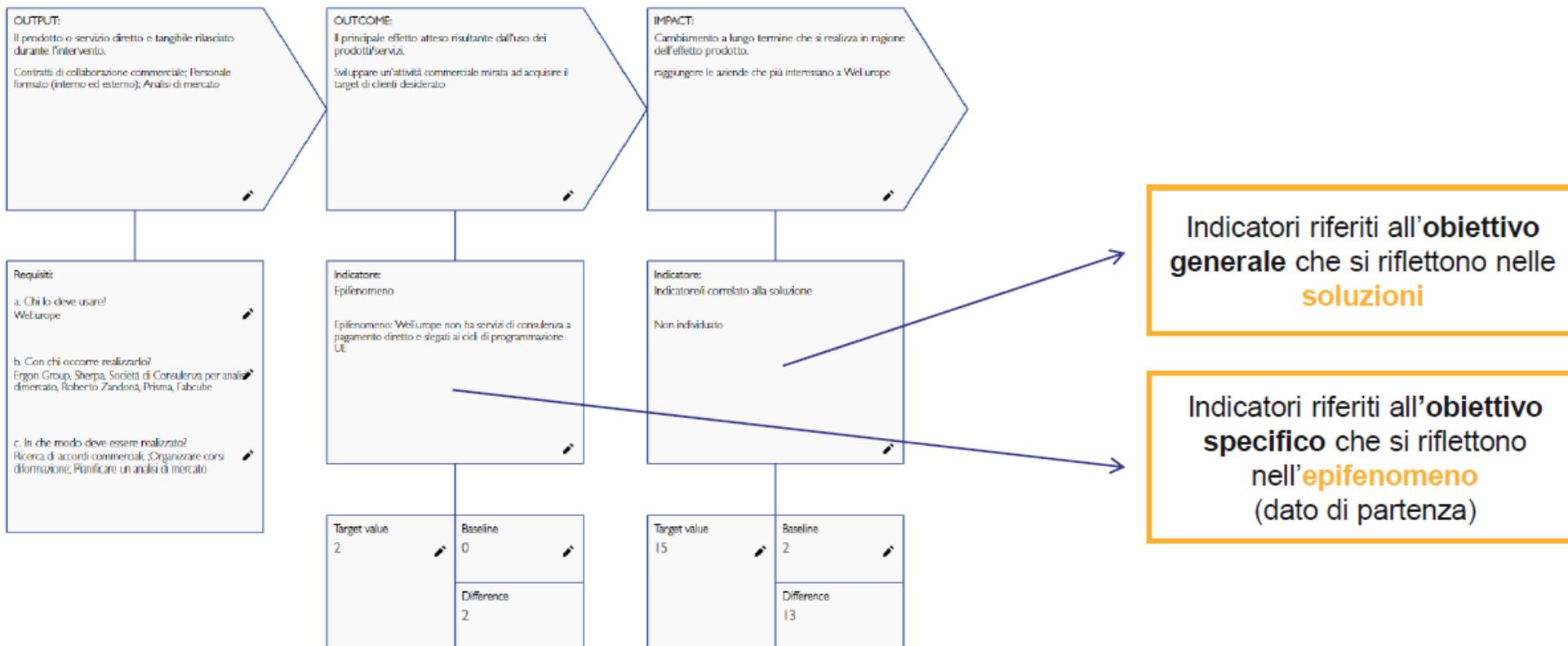
15 Ambiti di crescita potenziale



POLI-HONEY-COMB CANVAS



RESULT CHAIN





Grazie per l'attenzione!