



CO STRUI RE

3/2021

IL MAGAZINE IN PILLOLE



CAMBIARE COME, COSA, PERCHÈ

Parlano i "Costruttori di cambiamento". Focus sui primi tre anni di Bottega.

PAG. 4



PERCHÈ LA PROSPETTIVA DEVE ESSERE COSTRUIRE

La fine della pandemia presenterà agli attori sociali una domanda: costruire o ricostruire la società?

PAG. 5



IL FUTURO CAMBIA SFIDA CRUCIALE

La Mappa Mentale Collettiva del Futuro da Ri-Costruire è Comunitaria e Inclusiva. Profondamente Umana.

PAG. 6



COSTRUTTORI BTS C'È

Ripartire dall'impegno dei giovani e dalla Cultura dell'Incontro. Bottega accetta la sfida.

PAG. 7



IL MONDO DI BOTTEGA ARTE, CULTURA E SPORT

Viaggio nella complessa galassia dei soci di Bottega del Terzo Settore - 1.

PAG. 8



IL MONDO DI BOTTEGA AMBIENTE, EMERGENZE E WELFARE

Viaggio nella complessa galassia dei soci di Bottega del Terzo Settore - 2.

PAG. 9



AL FIANCO DI BTS PROGETTI CONDIVISI

Il rapporto con Bts e le strategie del futuro. Intervista al presidente della Fondazione Carisap.

PAG. 10



UN SALTO EVOLUTIVO CON I COSTRUTTORI

Domani è oggi. Il 2021 potrebbe essere l'anno in cui giocheremo alle costruzioni.

PAG. 11



LA RELAZIONE CHE COSTRUISCE

Per molti la sfida è avviare i motori della ripartenza, ma in verità non ci siamo mai fermati.

PAG. 12

| COSTRUIRE



COSTRUIRE CON I GIOVANI

Costruire un ecosistema abilitante che permetta a tutti i giovani di diventare agenti di cambiamento.

PAG. 13



COMUNICARE PER TRASFORMARE

Da dove ripartire dopo il Covid? In questo contesto informare e comunicare, sono due termini chiave.

PAG. 14



IL FUTURO SI INVENTA

Serve uno switch mentale e considerare il digitale come una dimensione strategica per il Terzo Settore.

PAG. 15



SOCIAL BUSINESS FILOSOFIA ALTERNATIVA

Una vision e una mission in cui l'aspetto economico e sociale coesistano e si bilancino.

PAG. 16



NUOVA MISSIONE PER LA FINANZA

Costruire il cambiamento sviluppare un'economia attenta all'impatto sui territori.

PAG. 17



ASSIMOCO, B-CORP E I VALORI DELL'ETICA

È la prima compagnia assicurativa in Italia ad aver ottenuto questa certificazione nel 2018.

PAG. 18



SEI MOSSE PER CAMBIARE

Bisogna pensare ad un "atto generativo" che deve essere costruito insieme.

PAG. 19



COSÌ COMBATTIAMO I DISTURBI ALIMENTARI

Never Give Up, la Onlus che si occupa in modo innovativo di prevenire e trattare i disturbi alimentari.

PAG. 20



I CAMBIAMENTI DI TEDx SPETTACOLO DI IDEE

Un programma che ha l'obiettivo di stimolare discussioni e connessioni nelle comunità.

PAG. 21



SCOPRIAMO COSA FARE EVENTI E APPUNTAMENTI

Una serie di opportunità per approfondire i temi di maggiore attualità.

PAG. 22



SCOPRIAMO COSA FARE LIBRI E FILM

Scritti e immagini per capire verso quale mondo ci stiamo dirigendo.

PAG. 23



IN QUESTO
NUMERO

CAMBIARE: COME, COSA, PERCHÈ

Cambiare come, cosa, dove, perché. Questo numero di "Visioni, in evoluzione" cerca di dare risposte a queste domande e a tante altre coinvolgendo alcuni dei principali attori del cambiamento a livello nazionale e internazionale. Perché cambiare è qualcosa che parte da un'idea, dal pensiero e si trasforma in realtà. Ecco perché a parlare sono i "costruttori di cambiamenti" coloro che stanno imprimendo una spinta decisiva allo sviluppo del nostro Paese.

In questo numero parlano, appunto, gli attori del grande appuntamento chiamato "Costruttori di cambiamenti. La comunità di domani parte da qui..." voluto da Bottega del Terzo Settore che ha presentato storie e persone capaci di guardare concretamente al domani nei settori più disparati. Nelle pagine che seguono vediamo e ascoltiamo dalle parole dirette di questi protagonisti come si può agire nel campo del digitale o in quello assicurativo, o ancora nella comunicazione o nel social business. Da queste esperienze si trae la convinzione che

cambiare si può e in meglio.

Due grandi storie arricchiscono poi questo numero: quella dei nuovi metodi per la lotta contro i disturbi alimentari di Never Give Up e l'evento di TEDxAscoliPiceno svoltosi durante la breve pausa concessa dalla pandemia a settembre.

Prima di questo ampio spazio dedicato al futuro, l'approfondimento sui primi tre anni di vita del mondo di Bottega del Terzo Settore con un focus sulle realtà associate, le riflessioni del presidente Roberto Paoletti e l'intervista al presidente di Fondazione Carisap Angelo Davide Galeati che conferma il suo impegno al fianco dell'iniziativa.

In conclusione la rubrica con gli eventi e gli appuntamenti e quella dedicata ai film e ai libri.

PERCHÈ LA PROSPETTIVA DEVE ESSERE COSTRUIRE



La scelta di dare a questo numero di “Visioni, in Evoluzione” il titolo “Costruire” è stata frutto di una serie di riflessioni che cercherò di sintetizzare in questa pagina.

Il primo nodo da sciogliere è stato il seguente: in vista della fine di una pandemia che ha completamente stravolto i canoni e le regole della convivenza umana in tutte le sue espressioni, dall'economia al lavoro, dal sociale alla salute, si deve ragionare sull'idea di “Costruire” o “Ricostruire”. Vale a dire si deve partire da una prospettiva che prevede la necessità di affrontare i problemi che cominciano ad intravedersi cambiando radicalmente tutti i parametri e gli strumenti utilizzati finora (Costruire), oppure raccogliere i pezzi di una società sbriciolata in ogni angolo del mondo e rimetterli insieme (Ricostruire) sperando di realizzare qualcosa di nuovo?

Abbiamo raccolto i contributi di grandi innovatori, di società all'avanguardia, di imprese già proiettate a pensare il domani e abbiamo cercato di tirare le somme di riflessioni, input, progetti, strategie. Siamo arrivati così alla conclusione che la vera sfida che ci sottoporrà la fine della pandemia sarà quella di Costruire dalla base una nuova società capace di superare finalmente i limiti, gli arroccamenti, le ambiguità, gli egoismi e le indifferenze di quella che, implacabilmente, il Covid 19 ha imposto che ci lasciassimo alle spalle. Per realizzare questa rivoluzione globale, però, dovremo avere la forza e il coraggio di cambiare radicalmente sia gli strumenti materiali che l'approccio mentale necessari al processo di Costruzione. E' quindi indispensabile aprire un confronto approfondito su questo passaggio da cui dipende il futuro della nostra società. Non solo di quella italiana, ma del mondo intero. C'è già chi ha intrapreso questa strada ed è in grado di conferire nel dibattito certezze e proposte, ma il percorso deve essere comune, capace di coinvolgere tutte le risorse disponibili. I cittadini in primis. I temi specifici sono al centro degli interventi che ospitiamo nelle pagine che seguono, ma la cornice non può che essere questa.

Pietro Frenquellucci

Direttore VE



IL FUTURO CAMBIA SFIDA CRUCIALE

Questo articolo è stato scritto nel pieno dell’Emergenza della Prima Ondata e rivisto nel corso della Seconda Ondata, quando l’Emergenza è diventata la nuova normalità. Ora abbiamo compreso che il Mondo non solo non è più lo stesso, ma non lo sarà più. Abbiamo bisogno di Speranza e, per chi crede, di Fede. Occorre però districarsi tra i meandri del nostro animo, individuale e collettivo, tra cordoglio, ansia, paura e coraggio. Nonostante sia molto doloroso e angosciante, credo sia comunque molto importante soffermarsi sul dolore subdolo, sordo e cupo che molti di noi stanno provando. L’ottimismo della ragione, talvolta, viene offuscato dalla pesantezza dell’Anima. Queste persone non vedono il Futuro come un luogo-non luogo di speranza, di sogni da realizzare e di obiettivi da raggiungere, ma con insicurezza, timore, e anche paura. Lo stesso può dirsi per chi è giovane e per chi giovane non lo è più, e si preoccupa del Futuro dei propri cari. Dunque credo che bisogna parlare e non rinchiudersi in sé stessi. Il Futuro non sarà quello di prima. Ma non lo è mai stato. Quando “prima” pensavamo al Futuro, la nostra immagine riguardava in ogni caso un Futuro immaginario. Illusione delle nostre menti abituate a proiettarsi al di fuori di sé. Il Futuro, quel Futuro, era solo una proiezione del nostro Passato, e un’aspettativa lineare del presente. Ora, il Futuro è diverso da quel futuro pre-pandemico. Ma è sempre Futuro. Quello che è certo è che la nostra mappa mentale deve cambiare. Chiamo mappa mentale quell’insieme di assunzioni, certezze, elaborazioni, pensieri, comportamenti, che abbiamo stratificato nel tempo, è il modo in cui reagiamo a stimoli esterni, e che fa sì che ci comportiamo in un dato modo, piuttosto che in un altro. Attraverso le nostre Mappe Mentali, prendiamo delle decisioni, identifichiamo le priorità, leggiamo e riconosciamo la Realtà che ci circonda. La Mappa Mentale non è solo un insieme di informazioni. Ma è un Sistema Complesso composto da Etica, Valori, Principi e Comportamenti. Quale sarà, o dovrebbe essere, la Mappa Mentale del nostro Futuro? Ecco la mia opinione. L’Etica dovrà essere improntata alla Collaborazione, e alla scoperta della Co-Dipendenza. I Valori che dobbiamo riscoprire e potenziare sono l’Empatia, la Solidarietà, l’Audacia e la Trasparenza. I Principi dovranno essere coerenti con l’Etica e i Valori, e riguardare sia la sfera privata che lavorativa. E poi i comportamenti dovranno essere fondati sul Merito, sull’Imprenditorialità e sull’Impatto positivo per la società e per il Pianeta. Gli strumenti disponibili sono noti, ma spesso sottovalutati o sviliti: La Scuola, la Tecnologia, l’Impresa, la Finanza e la Politica avranno e dovranno avere un’importanza fondamentale per il Futuro che verrà. Il messaggio più importante è questo. Qualsiasi Mappa Mentale ciascuno di noi svilupperà, è opportuno riconoscere che essa contribuirà alla creazione di un’unica Mappa Mentale Collettiva. Quest’ultima non sarà solo la mera somma delle Mappe Mentali individuali di ciascuno, ma dovrà invece potenziarle e valorizzarle. La Mappa Mentale Collettiva del Futuro da Ri-Costruire è Comunitaria ed Inclusiva. E dunque profondamente Umana. Cominciamo.

Massimiliano D’Amico

Fondatore di BE-COME e de Gli Irragionevoli Soup



COSTRUTTORI, BTS C'È

Ripartire dall'impegno dei giovani e dalla Cultura dell'Incontro

Un'economia attenta alla persona e all'ambiente. È la sintesi del messaggio di Papa Francesco ai giovani che lo scorso novembre hanno partecipato a "The Economy of Francesco".

Vorrei partire da questo evento per inserire il mio contributo all'interno del nostro VE magazine. "Cultura dell'incontro" al posto della "cultura dello scarto". Rifiuto della logica del «si è sempre fatto così». Necessità di «far crescere gruppi dirigenti capaci di allargare orizzonti». Bergoglio è convinto: «Voi siete molto più di un "rumore" superficiale e passeggero che si può addormentare e narcotizzare. Se non vogliamo che questo succeda siete chiamati a incidere nelle vostre città e università, nel lavoro e nel sindacato, nelle imprese e nei movimenti, negli uffici pubblici e privati con intelligenza, impegno e convinzione». Un approccio globale in cui non basta solamente "assistere" una persona, perché ciò ne mortifica la dignità. Bisogna includerla e far sì che abiti la Terra in condivisione. Chi assiste deve diventare generatore di azioni di sistema e non solo emergenziali. Andare oltre la filantropia, oltre il rischio di cercare di sanare ciò che è stato distrutto senza intervenire sulle cause. La gravità della situazione, che la pandemia fa risaltare ancora di più, aggiunge il Papa «esige una responsabile presa di coscienza di tutti gli attori sociali. Se è urgente trovare risposte è indispensabile far crescere e sostenere gruppi dirigenti capaci di elaborare cultura, avviare processi, tracciare percorsi, allargare orizzonti, creare appartenenze. Ogni sforzo per amministrare, curare e migliorare la nostra "casa comune" richiede di cambiare stili di vita, modelli di produzione e di consumo».

È su questo nuovo protagonismo richiesto ai giovani che il Papa interviene anche sui così detti palliativi del Terzo Settore e sui tradizionali modelli filantropici e indica la strada moderna per incidere nel vero cambiamento invitandoci a fare sistema con l'Economia Sociale parte del modello più ampio e completo, virtuoso, etico e inclusivo dell'Economia Civile. Tali scenari hanno bisogno di persone preparate ed è per questo che Bottega del Terzo Settore si sente al centro di questa responsabilità nel nostro territorio di riferimento e accetta la sfida lanciata. Una casa Comune che parte dal riconoscere che abbiamo bisogno gli uni degli altri per dar vita a questa cultura economica, capace di far germogliare sogni, suscitare visioni, stimolare fiducia, intrecciare relazioni, creare un immaginario positivo che illumini le menti, riscaldi i cuori, ridoni forza alle mani e ispiri ai giovani la visione di un futuro ricolmo di speranze.

Robero Paoletti

Presidente di Bottega del Terzo Settore





PAROLA AI SOCI DI BOTTEGA



IL MONDO DI BTS I MILLE VOLTI DI ARTE E CULTURA

L'anima "Arte e cultura", una delle più ampie e partecipate, vive grazie ai numerosi soci impegnati nella promozione dell'arte nelle sue molteplici espressioni, dalla musica alla danza, dal teatro al cinema, dalla pittura alla street art. L'arte come bene comune da tutelare e promuovere, ma soprattutto da condividere con la comunità tutta attraverso festival, laboratori, eventi, progettualità in grado di innescare contaminazioni inedite e talvolta inaspettate.

Alla conservazione e valorizzazione del ricco patrimonio materiale e immateriale – storico, artistico, folkloristico, naturalistico, enogastronomico - si dedicano molte organizzazioni in grado di contribuire a rafforzare l'identità territoriale e ad apportare linfa vitale all'offerta turistica, in un'ottica sempre più sinergica tra soggetti diversificati, anche pubblici e privati, e integrata a livello territoriale. Altrettanto forte è la componente dedicata alla cultura, intesa sia come divulgazione e informazione ma non di meno come opportunità per una visione plurale e dialogica del territorio e veicolo di inclusione e integrazione, così come la componente educativa che non solo rappresenta un prezioso supporto al ruolo genitoriale e scolastico, ma anche uno spazio protetto in cui sperimentare creatività, talenti, innovazione, partecipazione e crescere.

IL MONDO DI BTS SPORT, BENESSERE E SVILUPPO SOCIALE

L'area "Sport e benessere" include associazioni accomunate dall'obiettivo di promuovere lo sport come elemento imprescindibile per una vita sana e il benessere psico-fisico e dalla visione che attribuisce allo sport una gamma di valori alla base di relazioni positive e della partecipazione alla vita di comunità.

Lo sport diventa, dunque, veicolo per favorire un approccio collaborativo nella competizione, lo stimolo a migliorarsi, ad apprendere dagli altri, ad allargare i propri orizzonti, a confrontarsi, a conoscersi giocando, a fare squadra. Valori e approcci "allenati" in ambito sportivo e che diventano ancor più preziosi se trasposti nella vita quotidiana, sia per gli adulti che per i più giovani. Proprio a questi ultimi è rivolta particolare attenzione dai soci del settore, impegnati a creare delle "palestre di vita" che possano favorire una crescita sana e positiva, dare opportunità per coltivare i propri talenti, prevenendo comportamenti devianti.

Numerose sono altresì le associazioni sportive che creano quotidianamente spazi in cui sperimentare valori cruciali per la crescita della società: realizzare l'inclusione sociale tra soggetti con diverse esigenze, abilità, caratteristiche, difficoltà e infondere la consapevolezza che le differenze possano rappresentare un patrimonio da valorizzare.





PAROLA AI SOCI DI BOTTEGA

IL MONDO DI BTS

LA TUTELA AMBIENTALE

DIVENTA ANCHE PROTEZIONE CIVILE

In numero crescente sono i soci afferenti all'ambito "Ambiente e natura", associazioni fortemente impegnate sul fronte della promozione e sensibilizzazione della comunità rispetto alla tutela delle risorse naturali e alla salvaguardia e valorizzazione del prezioso patrimonio ambientale, integrando perfettamente la dimensione di sostenibilità locale in quella planetaria.

Consci dell'importanza di un coinvolgimento pieno e condiviso della comunità nel percorso di sviluppo sostenibile, operano in maniera sempre più integrata con le istituzioni pubbliche e gli operatori del privato, attivando strategie e progettualità condivise.

Altro tassello fondamentale è la cura dedicata a bambini e giovani, destinatari di iniziative e progetti di sensibilizzazione, spesso con le scuole, e futuri ambasciatori e protagonisti della tutela ambientale e dell'economia circolare.

Pienamente integrati in questa strategia sono i soci che operano nel volontariato con attività di protezione civile, sia in ottica emergenziale che di prevenzione e informazione, particolarmente preziose in aree interne e territori sismici come il Piceno.



IL MONDO DI BTS

UN WELFARE COMUNITARIO

CONTRO LE EMERGENZE

Ampia ed eterogenea, l'anima "Servizi alla persona e solidarietà" accoglie una pluralità di componenti che operano in settori diversi ma che, integrate, si configurano come un sistema di welfare comunitario, prezioso e complementare a quello pubblico. Associazioni, cooperative, organizzazioni di volontariato che offrono servizi sociosanitari emergenziali alla comunità così come assistenza continuativa e ospitalità alle persone più fragili, con patologie gravi, con disabilità ed esigenze speciali, gestendo centri diurni e residenze, o assistenza domiciliare. È in quest'anima che l'ambito sanitario si intreccia con l'ambito più prettamente sociale e solidaristico, attraverso altrettanti soci attivi sul fronte delle emergenze che caratterizzano la nostra epoca, molte delle quali affondano le radici lontano nel tempo, nelle migrazioni, nella tratta di esseri umani, nella violenza di genere e altre risultano esacerbate dalle recenti crisi economica e pandemica. Strutture che offrono ospitalità e protezione alle persone più vulnerabili in queste emergenze ma anche progettualità e iniziative, tante, volte all'inclusione sociale e lavorativa in grado di restituire dignità e futuro. Soci che, in ogni caso, operano attraverso persone in grado di mettere a disposizione la propria professionalità così come la loro umanità, divenendo esempio di una società mutualistica, equa e di prossimità.



FONDAZIONE CARISAP E BTS RISULTATI E STRATEGIE CONDIVISI

Angelo Davide Galeati, presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Ascoli Piceno, traccia un bilancio del rapporto con BTS e delinea le strategie per il futuro.

Presidente, BTS compie tre anni. Fondazione Carisap ripeterebbe questa sfida?

«Di fatto la Fondazione decide se ripetere o meno questa sfida ogni anno, in quanto il presidente di Bottega del Terzo settore presenta al Consiglio della Fondazione i risultati raggiunti e le strategie da mettere in campo nel breve, medio e lungo periodo. Il 5 maggio 2020, ad esempio, il Consiglio ha approvato il piano di sviluppo e il relativo budget 2020–2022 dell'ente, molto apprezzando la strategia 'Costruttori di cambiamenti'. Dopo aver raggiunto la sostenibilità di progetto, ora l'ente va verso la sostenibilità della propria operatività, intensificando l'attività di raccolta, intercettando fondi e risorse aggiuntive rispetto al sostegno annuale garantito dalla Fondazione. Abbiamo condotto una indagine di Customer satisfaction. Agli intervistati è stato chiesto, tra l'altro, di esprimere un'opinione sull'utilità della Bottega del Terzo Settore: complessivamente l'86,2% del campione ritiene che sia una iniziativa molto utile nel supportare l'attività delle istituzioni presenti nel territorio».



La pandemia ci consegnerà una società diversa e forse con altre priorità rispetto al passato. Qual è la visione della Fondazione Carisap e come vede la sinergia con BTS?

«La pandemia ci pone davanti a un bivio. Qualche mese fa sul Financial Times l'attivista e scrittrice indiana Arundhati Roy, ha colto le conseguenze della pandemia, descrivendola efficacemente come una 'porta', come un punto di passaggio. Possiamo attraversarla portando con noi i resti della modernità, oppure possiamo immaginare un mondo differente, un nuovo paradigma, che metta al centro l'empatia, l'intraprendenza, la collaborazione. Un paradigma che richiede collaborazione da parte di tutti: cittadini, scuole, organizzazioni, imprese, centri di ricerca, istituzioni pubbliche e media. Diciamo che i nostri interventi in coprogettazione, dove Bottega svolge un ruolo di collante per gli enti del Terzo settore, vanno in questa seconda direzione».

Un focus sul territorio. Quali i punti di forza e quali le criticità da correggere?

«I dati evidenziano che i punti di forza sono l'alta densità imprenditoriale e start up innovative e un numero di associazioni e organizzazioni non profit più alto della media nazionale: 72,6 enti ogni 10 mila abitanti contro i 56,7 rilevati a livello nazionale. Dunque, le opportunità riguardano l'innovazione unita al Terzo settore. Dall'altro lato, le criticità sono note: decrescita demografica, mercato del lavoro statico e poco attrattivo per i giovani talenti o con elevata formazione, complessiva debolezza economica: indicatori relativi a reddito, pensioni, patrimonio e sofferenze bancarie sono non positivi».

Pietro Frenquellucci



Entusiasmo e motivazioni: la spinta dei costruttori di cambiamento

Soltanto poco più di un anno fa ci incontravamo a “Costruttori di cambiamenti. La comunità di domani parte da qui...” l'evento che in due giorni aveva azzerato le distanze con valorosi imprenditori sociali italiani e dal Mondo.

Storie di mestieri che oltre a creare un valore economico sono in grado di redistribuire valori sociali, culturali e ambientali, imprese che accrescono il benessere delle comunità, proponendo prodotti e servizi in grado di giovare a utenti, beneficiari e consumatori. Ci era stato raccontato come attivare l'intelligenza collettiva, come rendere una risorsa turistica locale fonte di sostentamento per l'intero villaggio, come le tecnologie possano essere pensate per migliorare la vita di tutti, come semplici piattaforme online diventino strumenti di scambio di competenze per la crescita di progetti autoctoni, come gruppi di cittadini sostengano l'economia locale in circuiti monetari alternativi e che la finanza internazionale crei mercati finanziari a sostegno dell'impatto.

All'indomani di questo evento sono successe due cose: lo slancio della nostra comunità per favorire questo tipo di cambiamento e la pandemia.

L'annata che abbiamo attraversato ci ha richiesto prepotentemente di fare un salto evolutivo in cui allineare il pensiero con l'azione di tutti gli attori del nostro ecosistema in erba.

Bottega Virtuale, i tavoli di co-progettazione di Fondazione Cassa di Risparmio di Ascoli Piceno, l'evento internazionale sulle Comunità Decentrate, l'Hackaton lento per innovatori di aree interne, il dibattito giovanile sull'economia civile e infine TR-ACTION, laboratorio introspettivo sulla sostenibilità integrale delle progettualità dei soci, sono tra i tasselli di questa stairway verso il cambiamento.

Il raccolto di questa annata particolare? Una elevata comprensione, forti motivazioni, qualità delle relazioni e tutto l'entusiasmo dei costruttori di cambiamenti del nostro territorio.

Domani è oggi. Il 2021 potrebbe essere l'anno in cui giocheremo alle costruzioni.



Silvia Silvozzi

Bottega del Terzo Settore





LA RELAZIONE CHE COSTRUISCE IL FUTURO

Per molti la sfida è quella di avviare i motori della ripartenza, ma in verità non ci siamo mai fermati. Nonostante il blocco o il rallentamento di molte attività, stiamo assistendo ad una accelerazione e alla rottura delle tante “latenze” sedimentate negli anni. Siamo dentro un tempo “riflessivo”, prezioso che ci sta restituendo categorie di valore, di significato sopite o anebbiolate da una “normalità” che in molti non desiderano più voler “come prima”. Ci si accorge perciò che in gioco non c’è appena la ripartenza del nostro Paese, bensì la costruzione del dopo. Costruire il futuro come azione del presente, è la responsabilità a cui sono chiamate tutte le istituzioni: economiche e sociali, pubbliche e private, profit e non profit. Serve infatti una tensione “contributiva”, una spinta potente ancorata a orizzonti “buoni e giusti” capaci di farci realmente progredire. Le crisi non sono altro che cambiamenti che sollecitano un cambiamento: più la crisi è profonda, più la domanda d’innovazione deve essere radicale. Il progresso non è una mera crescita, ma un cambiamento verso il meglio e quindi postula un incremento di valore, di senso: diventa centrale capire il “come” e il “perché” si avanza. Sta in questo la ragion d’essere delle Terzo Settore e di tutte le organizzazioni che fanno della relazionalità la propria cifra distintiva. Essere costruttori di futuro significa ambire a costruirlo in maniera relazionale, auto-organizzando le comunità intorno a obiettivi condivisi e comuni. Persino una scienza dura come la fisica ha riconosciuto che alla base di tutto c’è la relazione. Sono le relazioni fra le molecole che danno origine e consistenza all’idea stessa di realtà (materia). Lo stesso accade rispetto alla costruzione del futuro, raccontata da Italo Calvino in “Le città invisibili” attraverso il dialogo fra Marco Polo e Kublai Kan. “Ma qual è la pietra che sostiene il ponte? – chiede Kublai –. Il ponte non è sostenuto da questa o quella pietra – risponde Marco, – ma dalla linea dell’arco che esse formano”. Kublai Kan soggiunge: “Perché mi parli delle pietre? È solo dell’arco che m’importa”. E Marco Polo: “Senza pietre non c’è arco.” Come le pietre rendono reale e possibile un arco, così il dono e la reciprocità sono la premessa per un futuro buono. Lo sviluppo sostenibile ha un enorme bisogno della società civile. L’umanità, infatti, fiorisce dentro una dimensione relazionale dove al centro risiedono comportamenti e norme sociali e non solo un governo e una democrazia efficienti.

Paolo Venturi

Direttore AICCON – Università di Bologna



Il primo passo è un'infrastruttura sociale per l'inclusione.

Il Presidente Mattarella nel suo discorso di fine anno, dopo aver ricordato quanto i giovani siano stati penalizzati dalla crisi del 2020, ha dichiarato: "E' tempo di costruttori".

Cosa comporta questa frase per noi adulti attenti alle dinamiche sociali e coinvolti nei processi educativi della nuova generazione?

Credo che ci esorti a lavorare in due direzioni.

In primis, ci richiede uno sforzo significativo nella pratica dell'ascolto attivo e sincero dei giovani. Se vogliamo costruire una nuova realtà occorre "ridisegnare insieme i principi sui quali vogliamo si fondi" (rif). Per costruire fondamenta nuove è necessario ascoltare profondamente l'immaginario di futuro che i giovani portano con loro, le aspirazioni, i desideri, le idee di successo, così intimamente diverse dalle nostre. Questo sforzo sarà complesso e richiederà il coraggio di abitare spazi sociali a noi sconosciuti e ascoltare anche quanto non vorremmo.

In secondo luogo, mi domando "costruire cosa?" Le esperienze, i luoghi e le persone che permettono ai giovani di crescere e fiorire in un territorio sono molteplici e ricchi. Ma questa rete ha spesso maglie larghe e deboli. Ciò comporta sovente di raccogliere solo i giovani che hanno una solidità alle spalle. A noi dunque il compito di tessere la tela, costruire l'infrastruttura sociale per l'inclusione, un ecosistema abilitante che permetta a tutti i giovani di diventare agenti di cambiamento, facilitando la connessione, of-

frendo occasioni di conoscenza e di riconoscimento, aprendo spazi di collaborazione.

Mostrarci all'altezza del nostro compito storico a cui ci richiama il Presidente significa assumerci la responsabilità di fare qualcosa di diverso da prima e costruire il piano per la "Next Generation EU" con la prossima generazione.

Luca Solesin

Senior Change Manager ad Ashoka Italia





COMUNICARE PER TRASFORMARE LA SOCIETÀ



La crisi del Coronavirus ha aperto un vuoto davanti ai nostri occhi. Un vuoto multiforme. Un vuoto sanitario, sociale ed economico. Mai come oggi è evidente come queste tre dimensioni non possano prescindere l'una dall'altra.

Ma quando un evento esogeno, tanto più se inatteso, costringe il corpo sociale a pensarsi diversamente, quel vuoto diventa una occasione straordinaria e inaudita di generazione di innovazione sociale, di ricostruzione civica ed economica. Da dove ripartire dunque? Per chi come VITA, da 26 anni sulla fondamenta di una alleanza fra società civile e giornalisti, si occupa di comunicazione sociale il tanto evocato cambio di paradigma non può che coincidere con una riflessione su come generare bene comune attraverso il nostro lavoro.

Informare e comunicare, sono due termini chiave. Il primo ha a che fare con la capacità di portare nel dibattito pubblico notizie che altrimenti rimarrebbero confinate nei circuiti ristretti di chi si occupa di welfare. Comunicare significa mettere in comune. Alla produzione di informazione si aggiunge la dimensione valoriale della condivisione di un modo di concepire la società e quindi di un modo di stare al mondo. Oggi però questi due parametri sono insufficienti. O quanto meno noi di VITA tali li sentiamo. Occorre uscire dal dualismo ed introdurre una dinamica trasformativa a cui orientare l'informazione e la comunicazione sociale. I contenuti e le relazioni che ogni mese mettiamo su carta e ogni giorno sul nostro sito e nei tanti tavoli digitali (i "web talk" di vita.it) dovranno avere come fine non semplicemente un trasferimento e condivisione di conoscenze e valori, ma la trasformazione di prassi e policy dell'azione pubblica e privata. L'obiettivo è questo: una comunicazione ad alto impatto sociale e politico, che porti la responsabilità dell'interesse generale. Dovremo esserne all'altezza.

Stefano Arduini
Direttore di VITA

IL FUTURO SI INVENTA

La trasformazione digitale? È possibile solo insieme

Uno degli slogan preferiti di Jeff Bezos recita: "È più facile inventare il futuro che prevederlo".

Da quasi un anno viviamo in un prolungato stato di emergenza con due dinamiche. Una porzione del Terzo Settore si è trovata in prima linea, con costi operativi, difficoltà finanziarie e modelli di intervento in alcuni casi inefficienti perché appunto realizzati in condizioni di emergenza. Un'altra parte, invece, è rimasta ferma, forzatamente, e ha riscontrato gravi mancanze sul fronte di ricavi ed entrate, a cui si è sommata la crisi delle entrate filantropiche polarizzate sulla sanità.

Si è visto così come una parte di Terzo Settore - soprattutto imprenditoriale - ha tardato un po' troppo l'appuntamento con le tecnologie, con la managerializzazione, con la strutturazione finanziaria, con quelle operazioni di irrobustimento e investimento che forse gli avrebbero consentito di rispondere in maniera più strutturale, consistente e "scalabile" alle sfide.

Perché questo ritardo che ha impedito un passaggio maturo nell'investimento e nell'uso della tecnologia e del digitale per gli enti di Terzo Settore?

Alcune cause sono afferenti al mondo del risk o change management: avversione al rischio, ritrosia al nuovo, perpetuazione nello status quo. E qui nessuno è escluso.

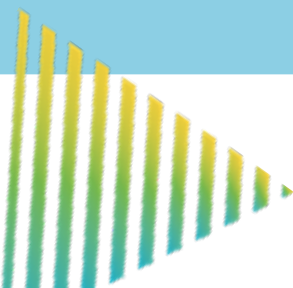
Il cuore della trasformazione digitale si gioca proprio qui: se l'utilità della tecnologia è assodata, il percorso che porta un'organizzazione a creare valore e fare la differenza attraverso di essa è da scoprire nel proprio contesto con grande umiltà, resilienza, motivazione. Serve uno switch mentale e considerare il

digitale come la dimensione strategica entro cui si configura sia l'erogazione di servizi, sia l'assetto organizzativo di ciascun ente di Terzo Settore.

Come si fa questo passaggio? Fondamentale è individuare un'unità minima di lavoro interna (digital transformation task force) che sperimenti nuove modalità di utilizzo della tecnologia e del digitale a servizio dell'organizzazione. Il beneficio è presto visto: essa amplifica la rapidità del cambiamento nonché, potenzialmente, l'impatto sociale dell'organizzazione stessa. Occorre formazione (alta, di qualità) su hard e soft skills di ciascun collaboratore, ma anche una sana contaminazione con l'esterno. Serve insomma un'operazione di filiera, per cui a un sistema di bisogni si cerchi di rispondere sviluppando, insieme, modelli gestionali che, contaminati dalla tecnologia, possano crescere e diventare opportunità di sviluppo territoriale e comunitario. Insomma, "è più facile inventare il futuro..." insieme.

Fabio Fraticelli

Direttore operativo TechSoup





SOCIAL BUSINESS UNA FILOSOFIA ALTERNATIVA

Il termine “social business” si è rapidamente consolidato per descrivere un nuovo importante movimento nel mondo degli affari e dell’imprenditoria sociale.

Tra le possibili definizioni la più accreditata è quella offerta dal premio Nobel per la pace Muhammad Yunus, che lo definisce come un business il cui obiettivo è risolvere i problemi sociali, economici e ambientali che riguardano l’umanità. Si tratta quindi di un modello alternativo al capitalismo e che intende superarne carenze e fallimenti.

A differenza delle organizzazioni a scopo di lucro, il successo nel campo del social business si quantifica nell’impatto che l’organizzazione è in grado di creare o nel cambiamento positivo che è in grado di apportare allo schema esistente.

Il concetto di social business non va confuso con quello di impresa sociale. Pur essendo realtà molto simili, il social business individua una componente dell’impresa sociale o uno dei modi in cui l’impresa sociale si esprime, mentre l’impresa sociale fa riferimento a una forma organizzativa (in Italia anche legislativa) di una specifica tipologia di organizzazione che svolge attività di social business.

Quando si parla di social business, dunque, si fa riferimento alla filosofia dietro la quale si costruisce la strategia di un’impresa sociale o di un’associazione o di altri possibili attori del Terzo Settore. Tale filosofia si concretizza in una vision e in una mission in cui l’aspetto economico e sociale coesistono e si bilanciano in maniera coerente con un modello di business in grado di cogliere tale dualismo economico-sociale.

Rispetto al business for profit, il social business inverte le priorità della redditività e dell’impatto sociale: la creazione di ricchezza sociale si sposta in primo piano, mentre la redditività è vista come un mero mezzo per assicurare la sostenibilità finanziaria dell’organizzazione.

Riccardo Maiolini

Assistant Professor John Cabot University

FINANZA, NUOVA MISSIONE

L'obiettivo è un'economia attenta all'impatto sui territori

Costruire il cambiamento attraverso strumenti finanziari che perseguono intenzionalmente e congiuntamente impatto sociale e rendimento economico. È questa la mission di Social Impact Agenda per l'Italia, il network italiano che rappresenta il mercato nazionale dell'impact investing nel Global Steering Group for Impact Investment (GSG), cabina di regia mondiale del movimento Impact.

Il GSG, insieme alle oltre 30 rappresentanze nazionali che ne fanno parte, ha raggiunto importanti traguardi per promuovere questo nuovo mercato finanziario che oltre al rischio e al rendimento considera anche l'impatto prodotto, sociale e ambientale.

Un esempio è l'accordo che l'organizzazione globale ha siglato con UNDP (United National Development Programme) lo scorso novembre, in cui si riconosce la necessità di mobilitare capitali privati ad impatto sociale per colmare il gap di 33 bilioni di dollari necessari a raggiungere gli Obiettivi di Sostenibilità dell'Agenda 2030.

Anche dal G20 e dal G7 sono arrivati segnali incoraggianti.

Nella dichiarazione finale dei leader del G20 di Osaka, i capi di Stato si sono impegnati a promuovere

meccanismi finanziari innovativi, tra cui gli investimenti ad impatto sociale, in quanto strumenti utili a raggiungere i Sustainable Development Goals. Al G7

di Biarritz, inoltre, nella dichiarazione Financing for sustainable development si è fatto

esplicito riferimento agli sforzi della comunità internazionale per promuovere l'impact investing, riconoscendo il ruolo

di uno strumento finanziario in particolare: il Social Impact Bond. Tutto ciò è stato possibile grazie all'im-

pegno di un ampio insieme di organizzazioni che stanno dedicando tempo ed esperienza affinché il mercato degli investimenti ad impatto possa affermarsi in tutto il mondo. In Italia l'ecosistema

impact non solo è ampio ma è anche plurale, in quanto accanto a istituzioni finanziarie, vi sono anche organizzazioni del Terzo Settore, il mondo filantropico, alcune agenzie governative, tutti

attori interessati a dare slancio a una nuova economia attenta all'impatto sui territori. La sfida che ci attende è quella di riuscire a scalare le tante iniziative singole, facendole diventare risposte sistemiche alle sfide sociali. Solo così il mercato impact diventerà promotore di cambiamenti e trasformazioni sociali utili ad abbattere le disuguaglianze e restituire alla finanza un ruolo generativo e innovativo e non meramente speculativo e autoreferenziale.

Raffaella De Felice

NAB Community Manager -

Global Steering Group for Impact Investment (GSG)





B-CORP E I VALORI DELL'ETICA

Alessia Borrelli è responsabile dell'Area Cultura e sostenibilità del Gruppo Assimoco.

Siete la prima compagnia assicurativa in Italia ad aver ottenuto la certificazione B-Corp nel 2018. Quali le motivazioni e cosa rappresenta questo riconoscimento?

«Il passaggio a B-Corp si inserisce in continuità col nostro percorso all'interno del movimento cooperativo, subendo una svolta decisiva in occasione della crisi di 10 anni fa che ha spinto Assimoco a ripensarsi ancor più costruita attorno alla persona. Essere B-Corp ha fornito un framework di riferimento per questo percorso e per contatti più continuativi con imprese con la stessa visione».

Il movimento B-Corp ha dato vita a una community in crescita nel mondo, con oltre 3.400 imprese in più di 70 Paesi. Quali il paradigma distintivo e il valore aggiunto rispetto al contesto italiano?

«Il paradigma B-Corp supera la tradizionale dicotomia tra profitto come scopo d'impresa e impatto come obiettivo unico del non profit. In Italia il tema B-Corp ha la fortuna di trovare terreno fertile in un tessuto culturale eccezionale, il cui potenziale affonda le radici già nel dibattito sull'economia civile di fine Settecento. È però ancora poca l'attenzione sulla misurazione d'impatto come leva di miglioramento. Un apporto può venire proprio dalla community delle B-Corp».

Una cornice giuridica, come quella introdotta in Italia nel 2016, può fungere da leva per il ri-orientamento del modo di fare impresa verso i valori dell'etica, del benessere equo e sostenibile?

«Sicuramente può contribuire ad accelerare questo processo di riposizionamento. Rispetto alle B-Corp, il quadro normativo delle società benefit italiane è stato inizialmente più light, per agevolarne la diffusione. I tavoli di lavoro in corso valutano tuttavia come imprimere una "spinta gentile" su aspetti cruciali quali la misurazione di impatto così da introdurre agevolazioni per incentivarla».

Il bando è solitamente una tipologia di intervento utilizzata da organizzazioni filantropiche anziché da imprese. Strutturare "IdeeRete", da poco chiuso, in risposta alla crisi da Covid ha richiesto cambiamenti alla vostra organizzazione?

«Il coinvolgimento di realtà a noi prossime ed esperte nell'ambito dei bandi è stato cruciale per comprendere un'attività per noi nuova. In ossequio al valore del "fare rete", il dialogo aperto e l'esperienza di ciascuno ha consentito di raccogliere in maniera più puntuale le esigenze delle diverse anime incluse nel bando e di poter contare su un comitato scientifico eterogeneo».

Maria Gloria Cesarini
Bottega del Terzo Settore

|COSTRUIRE SEI MOSSE PER CAMBIARE

Un “atto generativo” da costruire insieme

Ancora una volta a parlare di cambiamento, direte. Siamo tutti stufi di sentire che esso è:

- Inevitabile - le nostre cellule continuano a trasformarsi ogni giorno.
- Faticoso - ci fa uscire dalla nostra zona di comfort, per entrare in una di stress, almeno inizialmente.
- Una grande opportunità - nell'osare qualcosa di nuovo.

Pensare però al cambiamento come atto generativo, ne facilita la diffusione e consente alle persone di traghettarlo verso il futuro. Generare il cambiamento significa innanzitutto costruirlo insieme. La natura stessa nel suo “generare” attinge a più soggetti - non solo a noi esseri umani, ma anche ad animali e piante - attivando la response ability (abilità a rispondere) di ognuno. Questo permette di tenere nella comprensione del “senso”, i desideri, le passioni e la curiosità. Così il cambiamento diventa una dimensione collegiale, da maneggiare insieme agli altri attori in esso coinvolti. Dalla vitalità, dalle contraddizioni e dalle ambivalenze delle organizzazioni incontrate con i colleghi di Peoplerise, abbiamo appreso che il movimento di cambiamento ha senso se accompagnato dalle seguenti azioni:

1. Ascoltare e valorizzare indizi, segnali, richieste improprie
2. Assumere le richieste di riconoscimento proprie e altrui
3. Costruire ipotesi che possano essere esplicitate e discusse, non date per scontate
4. Da lì, far crescere dei riconoscimenti che accomunano
5. Costruire tasselli di fiducia tra gli interlocutori che si incontrano e riconoscono sul campo
6. Contenere la paura di raccogliere segnali disconfermanti

La ricerca di modi più pertinenti di capire ed entrare nel cambiamento equivale alla ricerca di una volontà politica, rivolta a costruire dei modi più congruenti di continuare a vivere, produrre e riorientare idee, pratiche, decisioni verso mete che non saranno definitive, ma un passaggio per ulteriori cime, spazi, assetti.

Ilaria Buccioni

Partner di People Rise





COSÌ COMBATTIAMO I DISTURBI ALIMENTARI

Anoressia e bulimia sono la prima causa di morte tra adolescenti e giovani adulti in Italia.

Studi mostrano che l'età media per l'insorgere dei disturbi è 12 anni, ma i frequenti casi di insorgenza precoce attorno agli 8-10 anni iniziano a destare preoccupazione.

Prima si interviene, tanto più alte sono le chance di guarigione, ma si stima che solo il 10% di chi soffre di questo disturbo cerca aiuto professionale.

Dal 2015, Never Give Up Onlus, fondata da Simona e Stefania Sinesi, si occupa di prevenire e trattare i disturbi alimentari. "Spesso chi ha problemi con cibo e immagine corporea non riconosce di avere un problema, ma si chiude in sé stesso e si circonda di un muro di silenzio e sofferenza," spiega Stefania Sinesi, responsabile scientifico della Onlus, "per questo è fondamentale trovare il modo di buttar giù questo muro".

Per rispondere a questo bisogno, nel 2016 è stata sviluppata la Never Give Up Experience, un'installazione audio-visiva dove una scatola nera permette ai partecipanti di isolarsi dal rumore esterno e di ascoltare la testimonianza di un paziente visualizzando delle immagini semplici ma di grande impatto emotivo. Al termine della Experience, chi ne sente il bisogno può avere un colloquio con uno psicoterapeuta. Dal lancio del progetto, Never Give Up ha raggiunto oltre 5.000 persone tra festival, concerti, università e scuole. L'installazione ha suscitato un feedback importante, con una persona su quattro che ha chiesto più informazioni dopo avervi partecipato e con oltre 600 persone che hanno richiesto un appuntamento gratuito con uno psicoterapeuta.

"La cosa che dà più soddisfazione è vedere il cambiamento nei giovani coinvolti. [...] È come se si potesse sentire qualcosa che fa 'click' nella loro testa una volta che hanno capito di non essere soli", racconta Ludovica Nicolai, Experience coordinator.

Oggi il team di Never Give Up conta su un advisory board scientifico altamente qualificato e un gruppo di esperti che lavorano nei punti di counseling in diverse città italiane, portando avanti attività di sensibilizzazione a fianco delle istituzioni e rispondendo a una help mail tramite la quale i pazienti possono richiedere un appuntamento per una consulenza, disponibile anche via Skype per le restrizioni contro il COVID-19.

Nel 2021 la Onlus aprirà a Roma la prima Never Give Up House, unica nel suo genere in Italia desinata ad ospitare bambini sotto i 14 anni in un ambiente accogliente e pensato per loro dove pazienti e famiglie verranno coinvolti secondo un approccio di trattamento family-based.

Elisabetta Iurcev

Questo articolo è stato pubblicato da <https://www.channelkindness.org/never-give-up/> ed è qui riproposto in una traduzione italiana ridotta per ragioni di spazio.





I CAMBIAMENTI DI TEDx SPETTACOLO DI IDEE

“CAMBIAMENTI”, è stato il tema quantomai simbolico al centro di TEDxAscoliPiceno (www.tedxascolipiceno.com) che si è svolto lo scorso settembre al Nuovo CineTeatro Piceno. In una sola parola, un intero universo di significati e la sfida che questi tempi ci impongono, cambiare approccio, cambiare mentalità.

TED è un evento annuale americano e non profit dedito alla diffusione di idee di valore: brevi e potenti discorsi, TED talks, che speaker autorevoli portano sul palco, i quali sono poi pubblicati online e tradotti in oltre 100 lingue.

A livello locale questo si traduce in TEDx: il programma di eventi organizzati in maniera indipendente, in cui i video della piattaforma globale si combinano con gli oratori, per stimolare discussioni e connessioni nelle comunità.

Perché ad Ascoli Piceno?

Aprire le porte di un TED significa spalancarle a una comunità di pensatori creativi, innovativi, dinamici e inclusivi, che portano, con le loro idee, azione, evoluzione e rinnovamento in un territorio come il nostro duramente colpito da tanti eventi avversi.

In pieno lockdown, noi di NEXT OdV, l'associazione di volontariato che organizza l'evento dal 2018, abbiamo deciso di non arrenderci. Lavorando esclusivamente online per mesi, abbiamo trasformato “TEDxAscoliPiceno, CAMBIAMENTI” in un evento “phygital”: cioè fisico (con la presenza in teatro degli speaker e di oltre 100 partecipanti, ben distanziati) e digitale (trasmesso in diretta streaming). Tutto per rispondere alle necessarie esigenze di sicurezza, senza perdere lo spettacolo delle idee e l'emozione del palco. Introdotti da Gloria Caioni (direttore responsabile di Vera Tv), sul celebre tappeto rosso sono saliti: Andrea Buti (avvocato), Monica Gagliardi (director OVS), Marco Sorrentino (fondatore di “Michele per tutti”), Luigi Maria Perotti (regista), Piero Massimo Macchini (artista di teatro comico), Marco Tinti (ingegnere) Danila Leonori (insegnante), Riccardo Zuccaro (HR consultant e coach) e Federica Cascia (manager SAMSUNG a New York). Con loro abbiamo esplorato le sfide della nuova normalità che ha investito il mondo del lavoro, dello studio e delle relazioni umane. In una parola, abbiamo parlato di cambiamenti, nella consapevolezza dell'importanza dell'essere vicini, interdipendenti, connessi.

E ora? Stiamo già lavorando all'edizione 2021: TED ha riconosciuto il nostro impegno, ci ha chiesto di fare un evento più grande e abbiamo subito raccolto la sfida.

Silvia Totò

Vicepresidente di Next OdV

SCOPRIAMO COSA FARE



**La valutazione:
metodi e pratiche**

Un nuovo percorso formativo altamente qualificante per i soci di Bottega, realizzato con Università Politecnica delle Marche e Fondazione Carisap. La valutazione d'impatto, sia dal punto di vista metodologico che pratico, approfondita attraverso tre incontri online previsti per i prossimi 19 marzo, 1 e 15 aprile. Un'occasione da non perdere, i posti sono limitati.

VISITA IL SITO
BOTTEGATERZOSETTORE.IT



**"Nuove strade per la scuola"
ad Ascoli Piceno**

Si terrà il 25-26 marzo ad Ascoli Piceno l'evento online "Nuove strade per la scuola. Everyone a changemaker", a conclusione del progetto nazionale sull'imprenditorialità sociale dei giovani. L'evento, realizzato da Bottega e Ashoka, offrirà alla comunità educante un'occasione di riflessione e formazione sull'educazione alla cittadinanza globale, con laboratori e tavole rotonde per docenti, dirigenti scolastici e stakeholder del mondo scuola.

VISITA IL SITO
BOTTEGATERZOSETTORE.IT



**Un'altra sostenibilità
per il territorio**

Rendere più sostenibili le imprese del territorio attraverso la creazione di un network tra le aziende, i cittadini e le organizzazioni della società civile. È il nuovo progetto che vede la Fondazione Carisap al fianco dell'associazione di promozione sociale Next Nuova Economia per Tutti e dell'impresa sociale EyeOnBuy, con il supporto della Bottega del Terzo Settore, per far emergere ed aumentare le aziende sostenibili del territorio.

VISITA IL SITO
FONDAZIONECARISAP.IT



**"Con i bambini", bando
per le comunità educanti**

Scadrà il 30 aprile 2021 il bando promosso da "Con i Bambini" e dedicato alla costruzione e al rafforzamento di comunità educanti e sostenibili in grado di rispondere adeguatamente ai bisogni educativi dei bambini. L'avviso sosterrà in particolare partnership tra i diversi attori territoriali, dal Terzo Settore alle scuole, dalle istituzioni alle imprese e al mondo accademico.

VISITA IL SITO
CONIBAMBINI.ORG



L'anno di Dante

Tra le numerosissime iniziative in programma in tutta Italia, segnaliamo in versione digitale "A riveder le stelle", la mostra virtuale degli Uffizi sulla più importante tra le compagini illustrative antiche della Divina Commedia, realizzata da Federico Zuccari a fine '500, e "La parola dantesca del giorno", una rassegna web giornaliera sul lessico e lo stile del poeta, attiva per tutto l'anno sul sito dell'Accademia della Crusca.

VISITA IL SITO
UFFIZI.IT

VISITA IL SITO
ACCADEMIADPELLACRUSCA.IT



**Ambiente e clima: l'UE
ripropone LIFE**

Si chiuderà il 7 aprile 2021 il bando del programma europeo LIFE, dedicato alle organizzazioni non profit attive nei settori dell'ambiente e dell'azione per il clima. L'obiettivo è rafforzare la partecipazione e il contributo della società civile all'attuazione del Green Deal europeo attraverso attività di informazione, formazione e analisi su più aree tematiche.

VISITA IL SITO
EC.EUROPA.EU

SCOPRIAMO COSA FARE

LIBRI

I suggerimenti di Eleonora Tassoni



“21 lezioni per il XXI secolo”

di Yuval Noah Harari, Bompiani

Un libro che ragiona sul tipo di mondo che vogliamo costruire per il futuro dell'umanità. Affrontando i grandi temi contemporanei viene posta di fronte al lettore una situazione di crisi che richiede l'impegno di ciascuno in prima persona. Per restare lucidi e consapevoli della trasformazione e contribuire così alla realizzazione di un domani migliore. “21 lezioni per il XXI secolo” si fa largo e affronta alcune delle questioni più urgenti dell'agenda globale contemporanea.



“Tenerezza. La rivoluzione del potere gentile”

di Isabella Guanzini, Ponte alle Grazie

Un libro che parla di costruire un modo diverso per relazionarci con gli altri, per costruire una società fondata non più sulla competizione ma sulla relazione. La tenerezza, quando è autentica, non sopporta facili definizioni: si insinua con delicata tenacia tra le grandi virtù civili e la retorica del potere, è ciò che ci manca per poter vivere e sentire in un mondo finalmente comune. Parlare di tenerezza sfida i predatori e i prepotenti, pone domande scomode e offre nuove istruzioni, costruisce un nuovo orizzonte entro cui riconoscerci uomini e fratelli.

FILM

I suggerimenti di Alberto De Angelis



“The Help”

di Tate Taylor, con Emma Stone e Jessica Chastain, 2011 (USA)

Jackson, stato del Mississippi, anni '60: una ragazza bianca, aspirante scrittrice, decide di intervistare un gruppo di donne afroamericane che lavorano come domestiche presso le famiglie bianche della città. Le voci raccolte riusciranno, man mano, a determinare profondi cambiamenti sociali e a far breccia nel muro del pregiudizio razziale.



“Le Grand Bal”

di Laetitia Carton, 2018 (Francia)

Ogni anno Gennetines, un paesino della Francia 300 chilometri a sud di Parigi, accoglie un animatissimo festival di danza popolare, divenendo il luogo di incontro di tante storie, persone e generazioni: una rete di rapporti che, di giorno in giorno, si costruisce e si rafforza attraverso il ballo, la musica e le emozioni.



Visioni 5.
Evoluzione 5.
idee e volti
per il cambiamento

Periodico trimestrale online "Visioni in Evoluzione" | Registrazione al Tribunale di Ascoli Piceno n. 1449/2018 | **Editore:** Associazione Bottega del Terzo Settore | **Direttore Responsabile:** Pietro Frenquellucci | **Foto:** Creative Commons on Unsplash | **Hanno collaborato a titolo gratuito a questo numero:** Stefano Arduini, Ilaria Buccioni, Maria Gloria Cesarini, Massimiliano D'Amico, Alberto De Angelis, Raffaella De Felice, Fabio Fraticelli, Elisabetta Iurcev, Riccardo Maiolini, Roberto Paoletti, Silvia Silvozzi, Luca Solesin, Eleonora Tassoni, Silvia Totò, Paolo Venturi | **Progetto grafico:** MarketSugar by Arkelya S.r.l. | **Redazione:** Corso Trento e Trieste, 18 63100 Ascoli Piceno; Tel. 0736 248733, Mail: info@bottegaterzosettore.it, Sito: www.bottegaterzosettore.it