

## Terza sezione

# STRATEGIE, STRUMENTI E TEMI DELLA RETE RES

Davide Medici & Francesco Malucelli CTR-Educazione ARPAE



## Terza sezione

Ai rispondenti è stato chiesto di selezionare i 3 strumenti/canali/metodi più utili e rilevanti rispetto ad ogni obiettivo o tematica proposta.

In totale sono stati indagati 6 gli obiettivi e 8 le tematiche.

Nell'analisi dei risultati si è tenuto conto, non tanto dell'esito numerico assoluto, bensì si è optato per una valutazione in termini di ordini di grandezza delle risposte ricevute, **classificandole in 5 cluster**, da “Molto rilevante” a “Non rilevante”.

Analogo criterio è stato adottato per analizzare **efficacia e adeguatezza** di ciascuno degli strumenti/canali/metodi.

Si è cercato in questo caso di organizzare le informazioni ricevute in una sorta di “cassetta degli attrezzi” che **la RES** ha a disposizione e che **può utilizzare** a seconda degli obiettivi strategici da raggiungere e delle tematiche di educazione alla sostenibilità da affrontare.

## Legenda\*

Molto rilevante



Rilevante



Mediamente rilevante



Non particolarmente rilevante



Non rilevante



\*Nei grafici i numeri a sinistra degli istogrammi indicano le preferenze espresse dai rispondenti

## STRATEGIE E STRUMENTI | 3.1 OBIETTIVI STRATEGICI STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

### Obiettivo 1:

**Agire come vettore di cambiamento, attraverso metodologie e strumenti educativi e partecipativi, nei processi di transizione ecologica**

In linea con l'obiettivo di tipo educativo, lo strumento ritenuto più utile dai rispondenti per agire come vettori di cambiamento è quello dei *Laboratori didattici nelle scuole*.

Il distacco tra i primi tre canali/strumenti/metodi ed i successivi è ben delineato, evidenziando dunque una netta preferenza per i primi rispetto ai restanti.

Laboratori didattici nelle scuole (esempio *agenda 2030 a scuola, crisi climatica, mobilityamoci*, ecc)



Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale (es. scarpe al centro, nati per ...)



Processi partecipativi, stakeholder engagement (open space technology, scenario workshop, word caffè, ecc)



Ascolto attivo e customer con gli utenti dei servizi educativi, gestione dei feedback, sondaggi, indagini,...



Pubblicazione contenuti su canali web e social su supporto digitale (dossier, report, flyer, poster, ecc)



Campagne social (es. leggere i dati e farne buon uso)

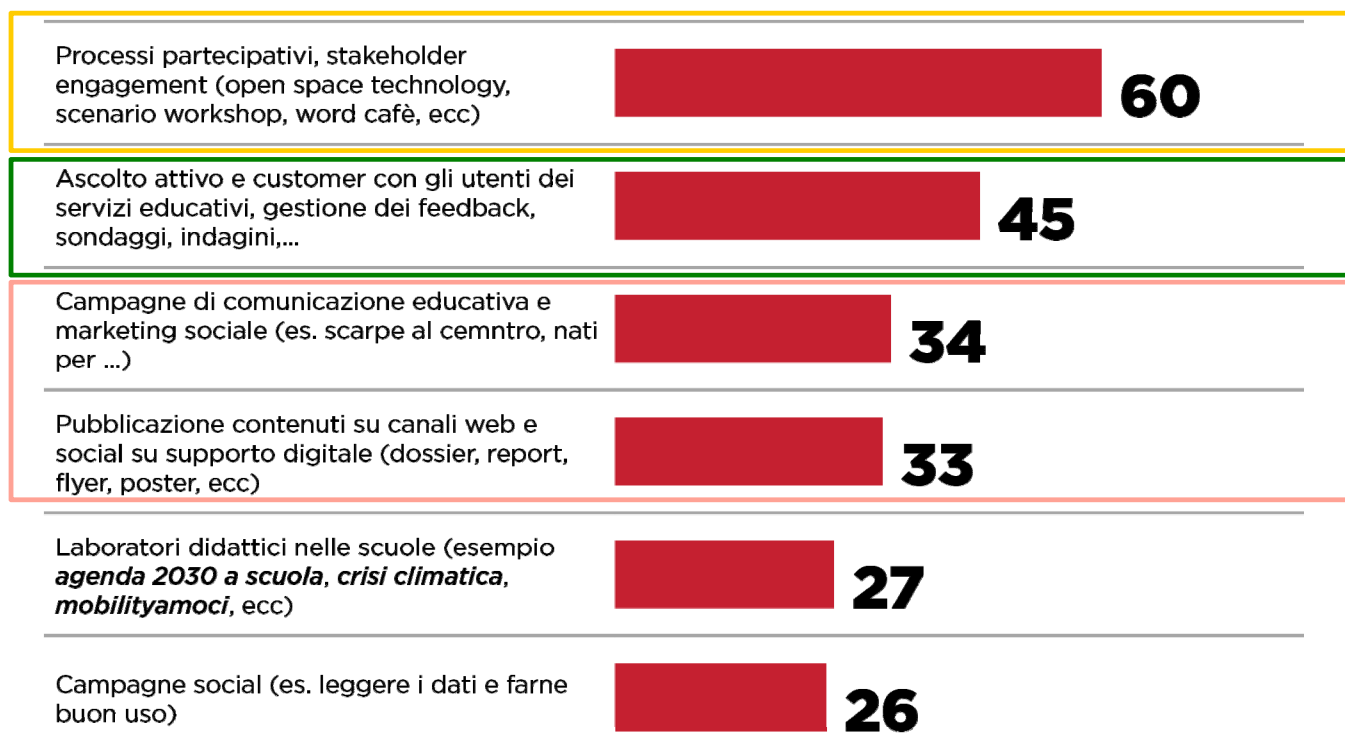


# STRATEGIE E STRUMENTI | 3.1 OBIETTIVI STRATEGICI STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

## Obiettivo 2:

Approcci intersettoriali e integrati alla sostenibilità (es. forum locali, contratti di fiume, tavoli tecnici, ecc.)

Questo è l'unico obiettivo in cui troviamo come strumento più utile i *Processi partecipativi, stakeholder ed engagement*.



## STRATEGIE E STRUMENTI | 3.1 OBIETTIVI STRATEGICI STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

### Obiettivo 3:

Promuovere l'educazione formale (nelle scuole di ogni ordine e grado), non formale (attraverso le agenzie del territorio) ed informale (attraverso i vecchi e i nuovi media )

Su questo obiettivo di tipo educativo, come nell'obiettivo 1, vediamo confermata la preferenza per i primi due canali. Rispetto agli altri strumenti/canali/metodi, non se ne differenzia un terzo in modo particolare ma è da evidenziare la preferenza per le *Campagne social* che invece nell'obiettivo 1 si trovavano all'ultimo posto.

Laboratori didattici nelle scuole (esempio *agenda 2030 a scuola, crisi climatica, mobilityamoci*, ecc)



Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale (es. scarpe al centro, nati per ...)



Campagne social (es. leggere i dati e farne buon uso)



Processi partecipativi, stakeholder engagement (open space technology, scenario workshop, word café, ecc)



Pubblicazione contenuti su canali web e social su supporto digitale (dossier, report, flyer, poster, ecc)



Ascolto attivo e customer con gli utenti dei servizi educativi, gestione dei feedback, sondaggi, indagini,...

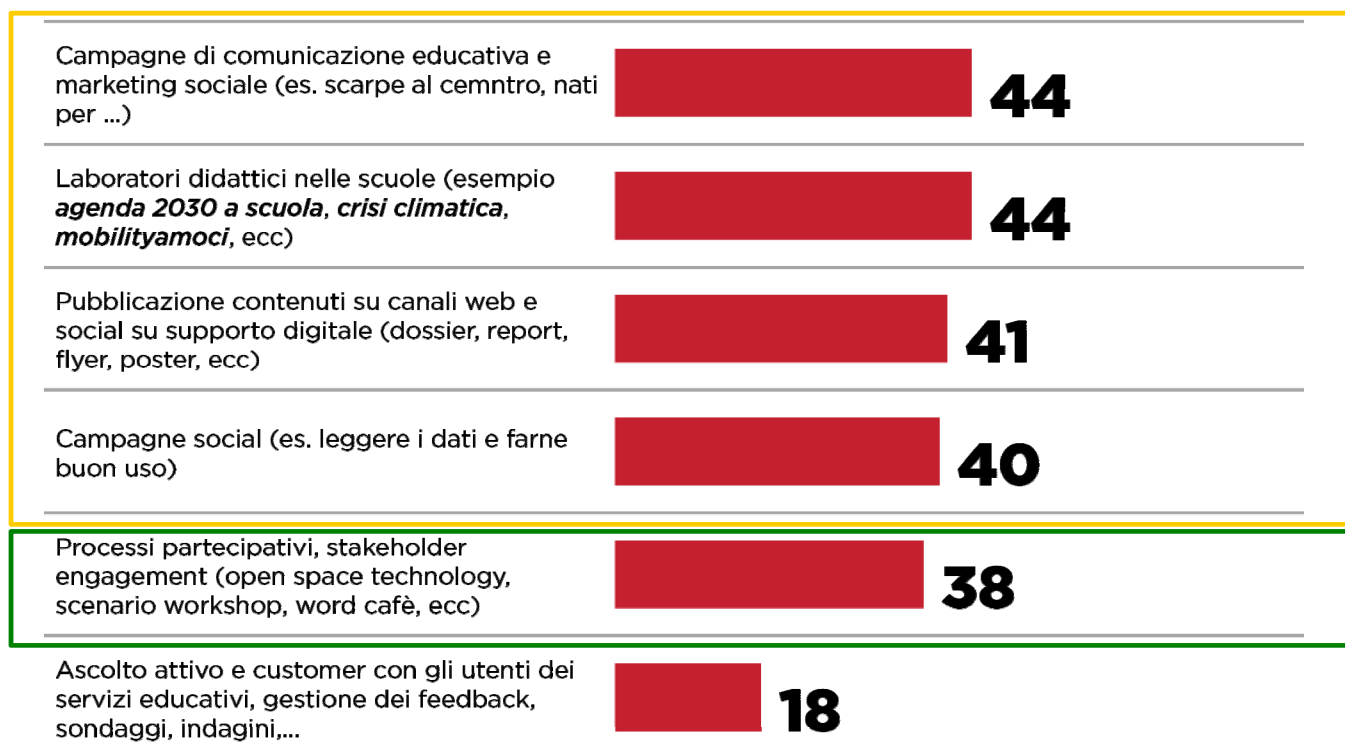


# STRATEGIE E STRUMENTI | 3.1 OBIETTIVI STRATEGICI STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

## Obiettivo 4:

**Promuovere conoscenze approfondite integrate sull'interconnessione dei fattori ambientali, economici, sociali, culturali**

Prevalgono modalità di approccio monodirezionale *top-down* (docente-discente), per un obiettivo particolarmente complesso e multidisciplinare (che sulla carta richiederebbe dialogo e confronto). Possono però svolgere un ruolo significativo i canali digitali.

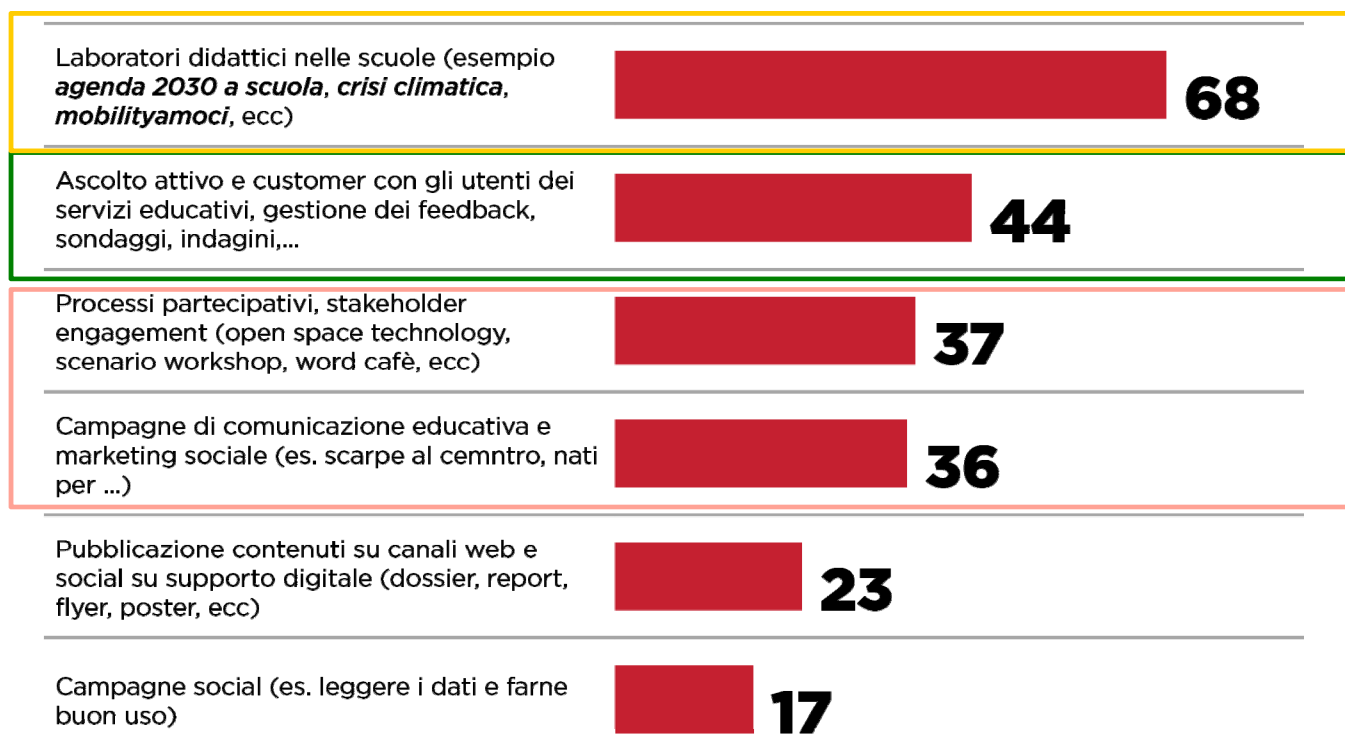


## STRATEGIE E STRUMENTI | 3.1 OBIETTIVI STRATEGICI STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

### Obiettivo 5:

Promuovere con una pedagogia trasformativa le competenze alla sostenibilità (IASS)

In questo obiettivo ritroviamo al primo posto lo strumento/canale/metodo emerso nel complesso come quello più utile, ovvero i *Laboratori didattici nelle scuole*.





## STRATEGIE E STRUMENTI | 3.1 OBIETTIVI STRATEGICI STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

### Obiettivo 6:

**Promuovere azioni, sistemi di gestione, stili di vita sostenibili (palestre di sostenibilità)**

In questo obiettivo, più che una vista dei 3 strumenti/canali/metodi ritenuti più rilevanti è evidente una netta preferenza per i primi due canali.

Rispetto agli altri, si possono individuare due fasce, una intermedia, con un numero di scelte compreso tra 50 e 30, ed una bassa, con un numero inferiore a 30.

Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale (es. scarpe al cimitero, nati per ...)

62

Laboratori didattici nelle scuole (esempio *agenda 2030 a scuola, crisi climatica, mobilityamoci*, ecc)

51

Processi partecipativi, stakeholder engagement (open space technology, scenario workshop, word caffè, ecc)

36

Campagne social (es. leggere i dati e farne buon uso)

33

Pubblicazione contenuti su canali web e social su supporto digitale (dossier, report, flyer, poster, ecc)

24

Ascolto attivo e customer con gli utenti dei servizi educativi, gestione dei feedback, sondaggi, indagini,...

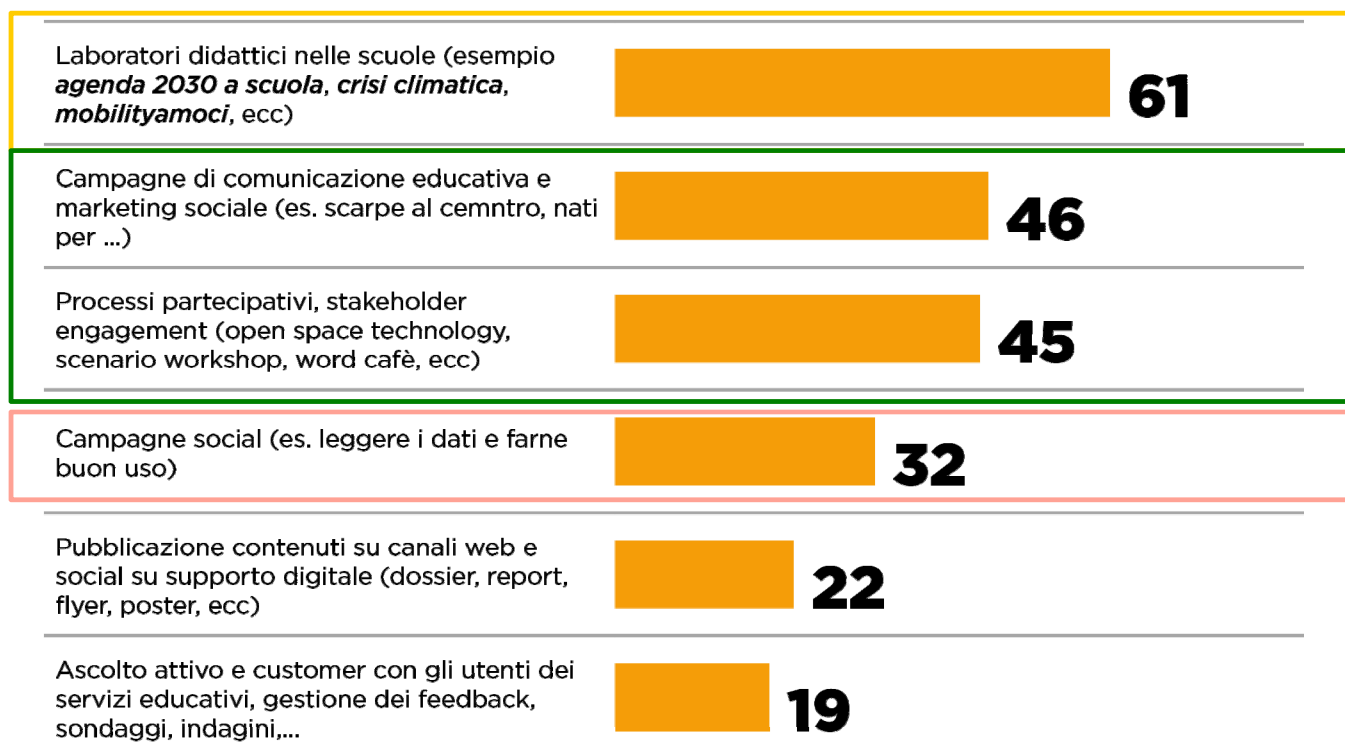
19

# STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

## Tematica 1:

**Crisi climatica e resilienza (es. Crisi climatica e resilienza urbana, Cittadinanza attiva e beni comuni,...)**

Per questa prima tematica come per la maggior parte delle seguenti, i 3 strumenti/canali/metodi più rilevanti sono i *Laboratori didattici nelle scuole*, le *Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale* ed i *Processi partecipativi, stakeholder ed engagement*. È una tendenza in linea anche con le preferenze che abbiamo in precedenza analizzato per quanto riguarda gli obiettivi.

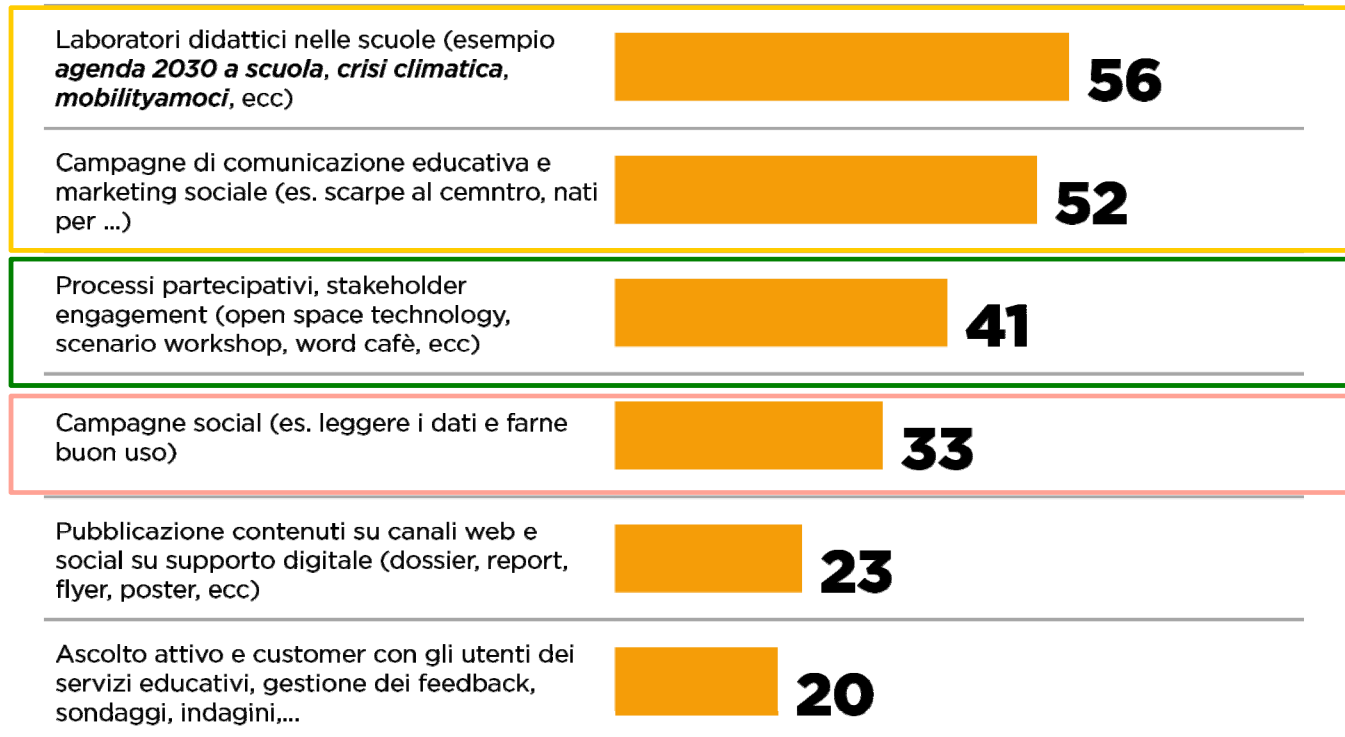


## STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

### Tematica 2:

**Mobilità sostenibile e qualità dell'aria  
(es. Mobilityamoci, Piani spostamenti  
casa scuole e casa-lavoro, Prepair e  
simili)**

Tra la tematica precedente e questa la scaletta di preferenze rimane identica e il numero di scelte per ogni strumento rimane pressoché invariato, non si registrano dei cambiamenti significativi.

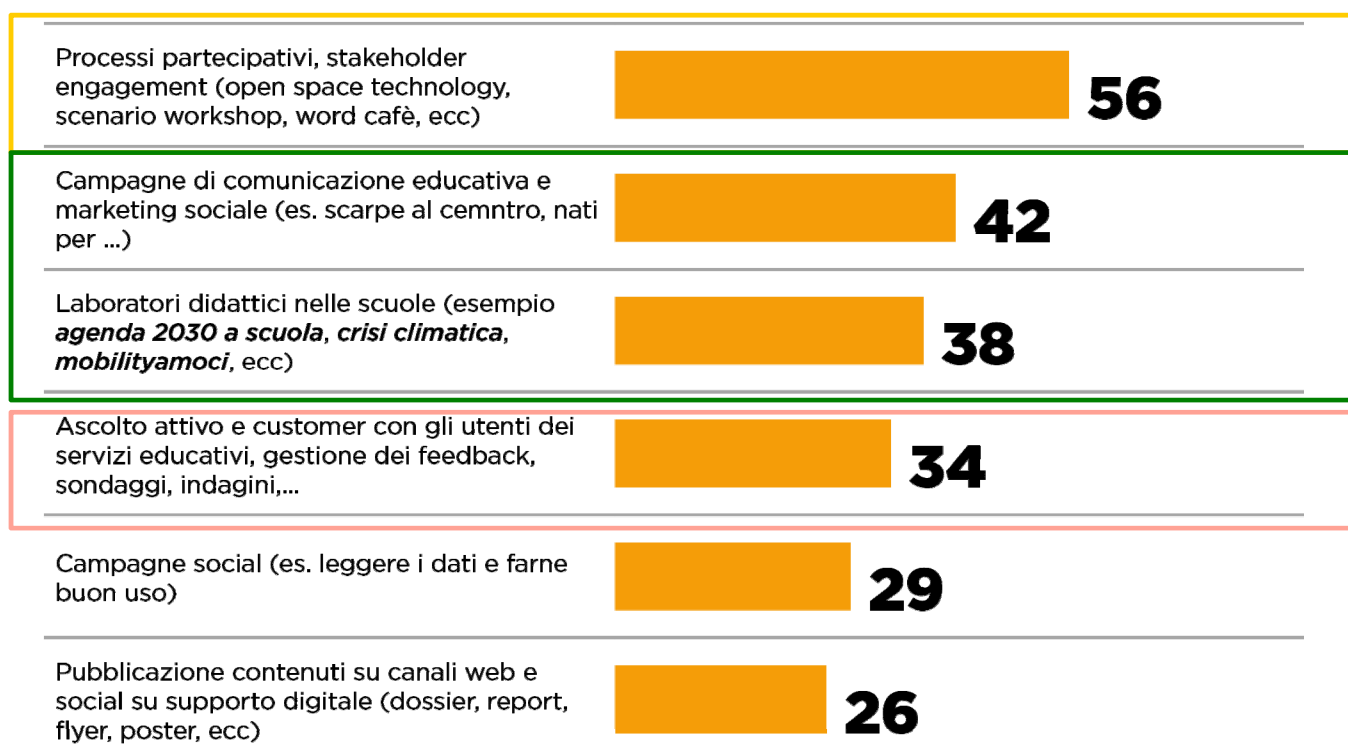


# STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

## Tematica 3:

**Palestre di sostenibilità nei luoghi e contesti in cui viene perseguita concretamente (es. Bilanci di sostenibilità scuole, Condomini sostenibili,...)**

In questa terza tematica, i 3 strumenti più scelti e quelli meno scelti rimangono gli stessi, cambiano un po' l'ordine interno, in particolare vediamo uno scambio tra il primo strumento scelto, che qui è quello dei *Processi partecipativi, stakeholder ed engagement* ed il terzo. Nella parte bassa, si può notare come *Ascolto attivo e customer con gli utenti* abbia una preferenza maggiore rispetto agli altri due, diversamente dalle precedenti tematiche.



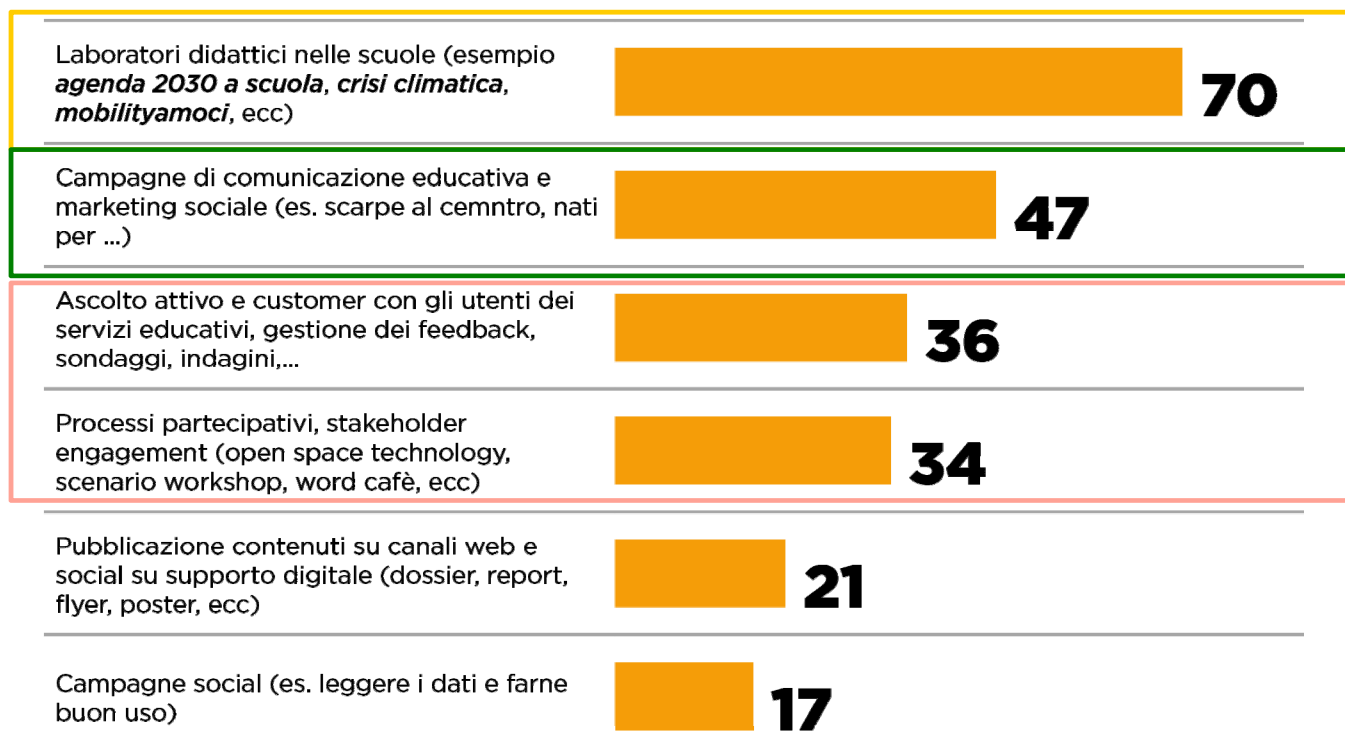
## STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

### Tematica 4:

Outdoor education (es. La scuola in natura, 100% natura 100% cultura,...)

In questa tematica vengono privilegiati strumenti/canali/metodi che prevedono un forte livello di interazione umana, rispetto a strumenti legati alle piattaforme web.

Laboratori nelle scuole, ascolto attivo e processi partecipativi sono ritenuti strumenti efficaci in accompagnamento a campagne di comunicazione educativa



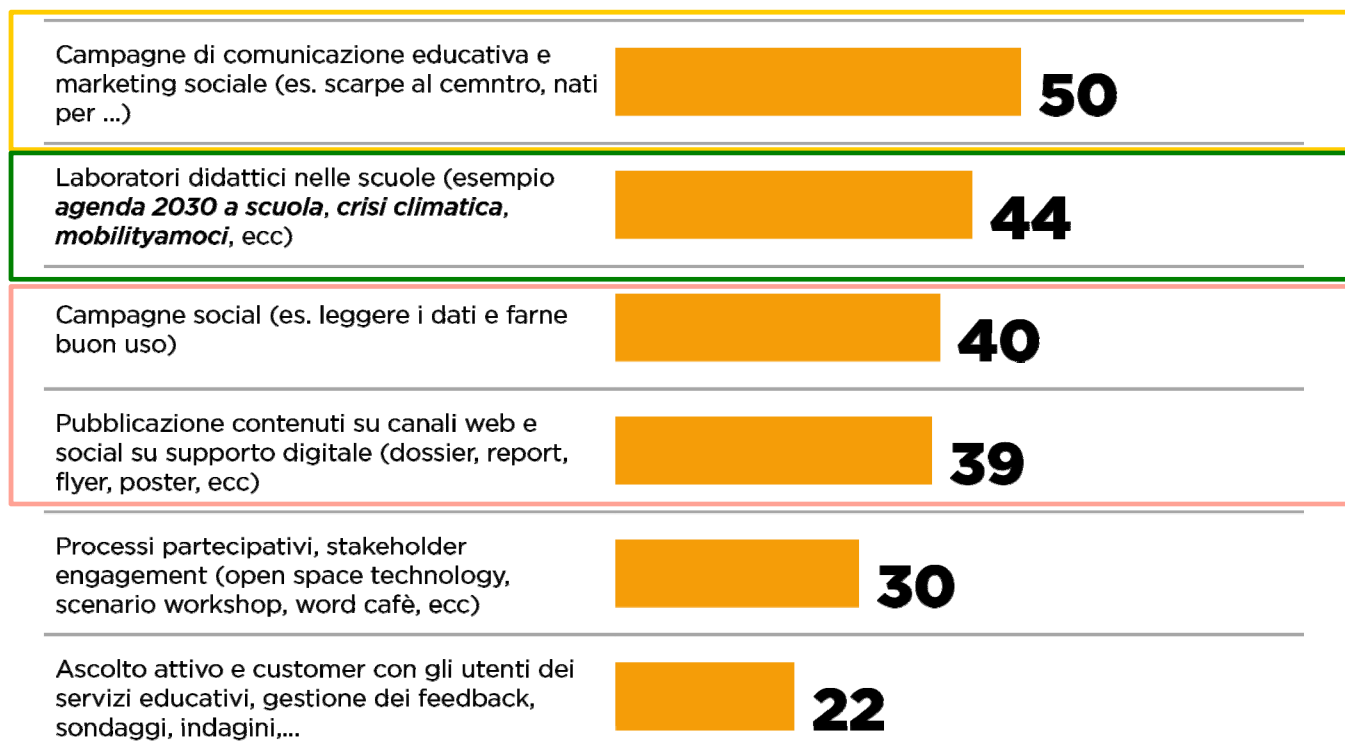
# STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

## Tematica 5:

**Percezione del rischio e gestione delle risorse (es. Rischio sismico, Gestione acque,...)**

Da notare subito come rispetto alle precedenti tematiche, in questa tra i primi strumenti/canali/metodi ne troviamo uno di tipo digitale, quello delle *Campagne social*, subito seguito da un altro strumento digital, quello della *Pubblicazione contenuti su canali web e social e su supporto digitale*.

*Ascolto attivo e customer con gli utenti* invece è il meno indicato.



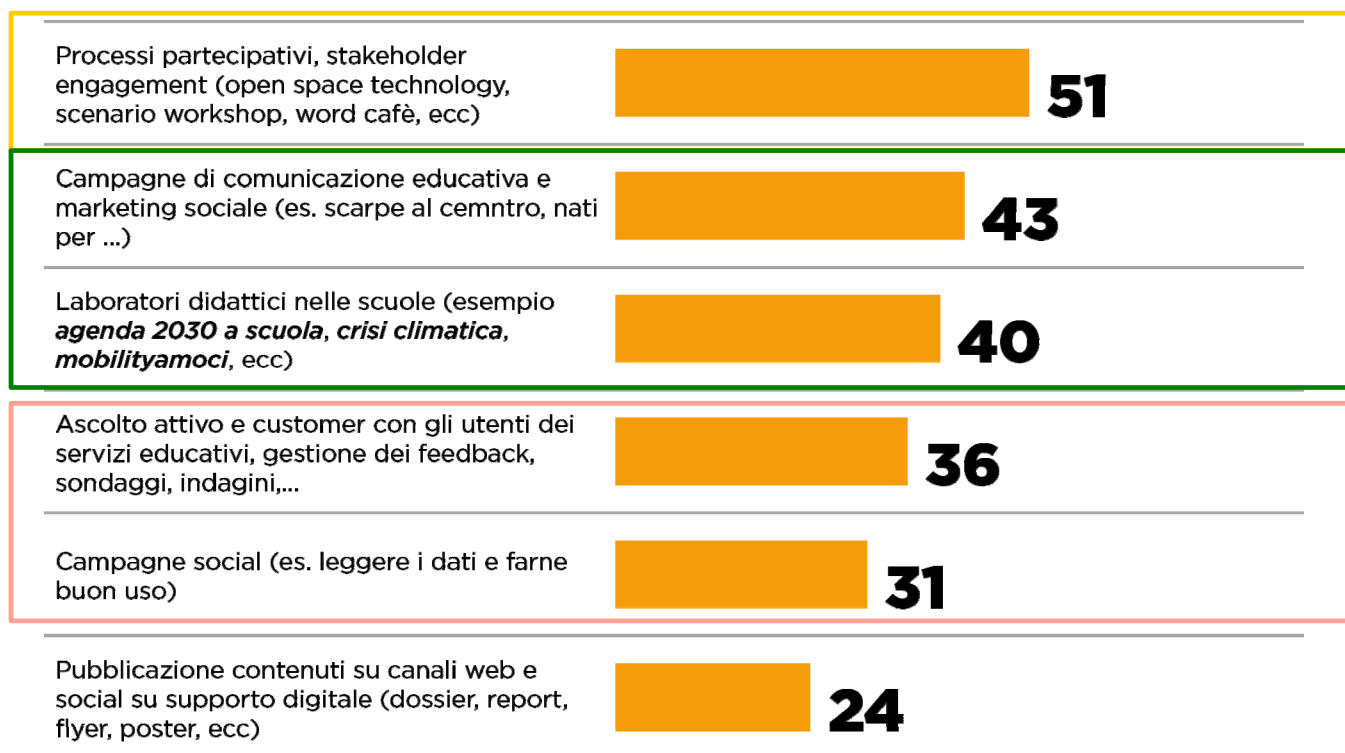
## STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

### Tematica 6:

#### Empowerment di comunità (Essere umani vivere insieme, Molinella,...)

Questa tematica presenta le stesse preferenze della tematica 3.

Troviamo una suddivisione in tre parti, le prime due con gli strumenti/canali/metodi in generale ritenuti più rilevanti, la terza con *Ascolto attivo e customer con gli utenti* poco sopra le *Campagne social*.



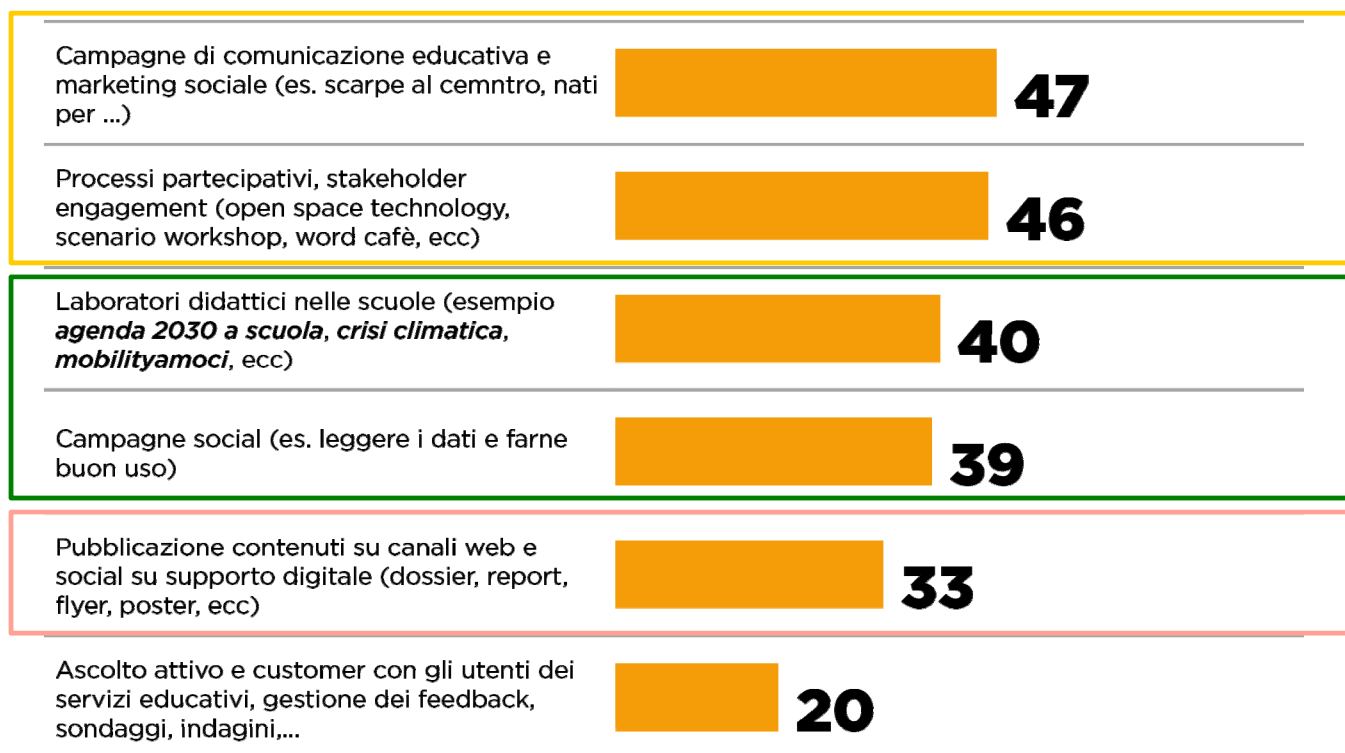
# STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

## Tematica 7:

**Turismo sostenibile dal punto di vista educativo (es. scolastico, di prossimità, di scoperta e valorizzazione,...)**

In linea con il dato complessivo sugli strumenti/canali/metodi più scelti per le tematiche, ritroviamo sia le *Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale* sia i *Laboratori didattici nelle scuole*.

Da notare nelle parti successive che si privilegiano strumenti di diffusione digitali e social rispetto ad *Ascolto attivo e customer con gli utenti*.



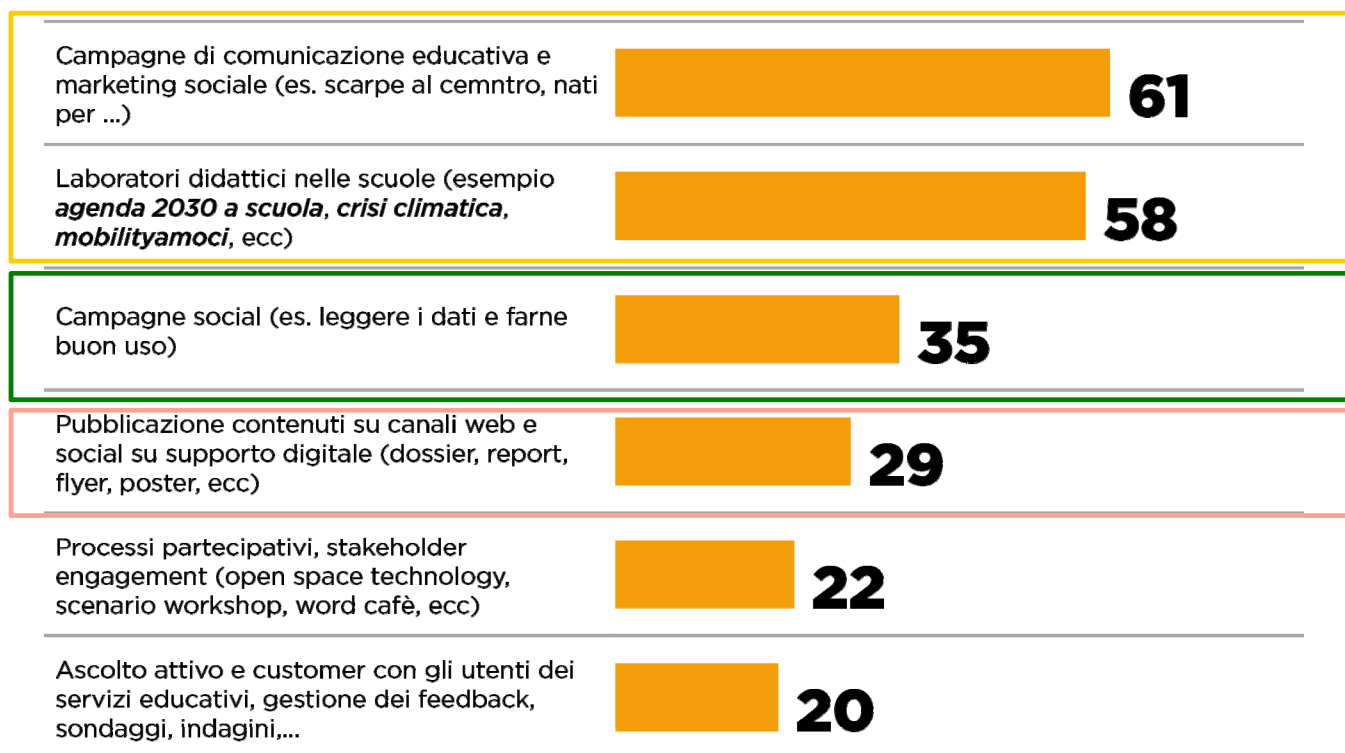


# STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

## Tematica 8:

**Ambiente e salute (es. Zanzara tigre, Cellulari e bambini,...)**

In riferimento a quest'ultima tematica più informativa che non educativa, tra gli strumenti/canali/metodi scelti come più utili a diffondere notizie troviamo le *Campagne social*, seguite da *Pubblicazioni di contenuti su canali web e social e supporto digitale*, evidenziando quindi una preferenza per i canali digitali rispetto a *Processi partecipativi, stakeholder ed engagement o Ascolto attivo e customer con gli utenti*.



## Adeguatezza ed efficacia

Nell'analisi dei risultati vengono valutate adeguatezza ed efficacia degli strumenti in relazione a obiettivi e tematiche, tenendo conto, non tanto dell'esito numerico assoluto, ma in termini di ordini di grandezza sulla base delle risposte ricevute, **classificandole in 5 cluster**, mostrando quelle ritenute a vario grado adeguate (da "Molto adeguato ed efficace" a "Mediamente adeguato ed efficace") e non mostrando quelle meno adeguate ("Non particolarmente adeguato ed efficace" e "Non adeguato ed efficace").

## Legenda\*

Molto adeguato ed efficace



Adeguito ed efficace



Mediamente adeguato ed efficace



Non particolarmente adeguato ed efficace



Non adeguato ed efficace



## Strategie, strumenti, temi

### Adeguatezza ed efficacia rispetto agli obiettivi

Strumento/strategia/azione	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	Promuovere conoscenze integrate	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	Promuovere palestre sostenibilità
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★	★★★	★★★★★★	★★★★★★	★★★	★★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★★		★★★★★★	★★★★★★	★★★★★★	★★★★
Campagne social			★★★★	★★★★		★★★
Ascolto attivo e customer		★★★★	★★★	★★★	★★★★	
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★	★★★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale		★★★	★★★★	★★★★		

## Strategie, strumenti, temi

### Adeguatezza ed efficacia rispetto alle tematiche

Strumento/strategia/azione	Crisi climatica e resilienza	Mobilità sostenibile qualità aria	Palestre di sostenibilità concrete	Outdoor education	Percezione rischio gestione risorse	Empowerment di comunità	Turismo sostenibile	Ambiente e salute
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★	★★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★★	★★★★	★★★★★★	★★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★★	★★★★★★	★★★	★★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★★
Campagne social	★★★	★★★★			★★★★	★★★	★★★★	★★★★
Ascolto attivo e customer		★★★	★★★	★★★	★★★	★★★		★★★
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★	★★★★	★★★★★★	★★★	★★★	★★★★★★	★★★★★★	★★★
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale		★★★			★★★★		★★★	★★★★

## Strumenti, strategie, azioni

# Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale

### OBIETTIVI

★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★
Promuovere educazione formale	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali
Promuovere conoscenze integrate		Promuovere con pedagogia trasformativa competenze
Promuovere palestre sostenibilità		

### TEMATICHE

★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★
Mobilità sostenibile qualità aria	Crisi climatica e resilienza	
Percezione rischio gestione risorse	Palestre di sostenibilità concrete	
Turismo sostenibile	Outdoor education	
Ambiente e salute	Empowerment di comunità	

## Strategie, strumenti, temi

# Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale

Circa gli obiettivi sono indicate come molto efficaci per:

- la promozione educativa a diversi livelli (formale, informale, non formale),
- la diffusione di conoscenze complesse (interconnessione dei fattori ambientali, economici, sociali, culturali);
- la promozione di azioni e stili di vita sostenibili.

Sono ritenute altresì efficaci come supporto alle azioni di cambiamento nei processi di transizione ecologica.

Hanno un rilievo molto elevato o elevato rispetto a tutte le tematiche di educazione alla sostenibilità portate avanti dalla rete.

## Strategie, strumenti, temi

# Laboratori didattici nelle scuole

### OBIETTIVI

★★★★★	★★★★	★★★
Agire come vettore di cambiamento	Promuovere palestre sostenibilità	
Promuovere educazione formale		
Promuovere conoscenze integrate		
Promuovere con pedagogia trasformativa competenze		

### TEMATICHE

★★★★★	★★★★	★★★
Crisi climatica e resilienza	Percezione rischio gestione risorse	Palestre di sostenibilità concrete
Mobilità sostenibile qualità aria	Empowerment di comunità	
Outdoor education	Turismo sostenibile	
Ambiente e salute		

## Strategie, strumenti, temi

# Laboratori didattici nelle scuole

Circa **gli obiettivi** sono indicati come **molto efficaci** per:

- la promozione educativa a diversi livelli (formale, informale, non formale),
- la diffusione di conoscenze complesse (interconnessione dei fattori ambientali, economici, sociali, culturali);
- le azioni di cambiamento nei processi di transizione ecologica;
- la promozione delle competenze alla sostenibilità attraverso la pedagogia trasformativa.

Riguardo le **tematiche**, si ritiene abbiano un rilievo **molto elevato** in questi ambiti:

- Crisi climatica e resilienza
- Mobilità sostenibile qualità aria
- Outdoor education
- Ambiente e salute

E un rilievo **elevato** per:


- Percezione del rischio e gestione delle risorse
- Empowerment di comunità
- Turismo sostenibile



## Strategie, strumenti, temi

# Campagne social

### OBIETTIVI

		
	<p>Promuovere educazione formale</p>	
	<p>Promuovere conoscenze integrate</p>	

### TEMATICHE

		
	<p>Mobilità sostenibile qualità aria</p>	<p>Crisi climatica e resilienza</p>
	<p>Percezione rischio gestione risorse</p>	<p>Empowerment di comunità</p>
	<p>Turismo sostenibile</p>	
	<p>Ambiente e salute</p>	

## Strategie, strumenti, temi **Campagne social**

Sono ritenute **efficaci** per **due obiettivi**:

- la promozione educativa a diversi livelli (formale, informale, non formale);
- la diffusione di conoscenze complesse (interconnessione dei fattori ambientali, economici, sociali, culturali).

Sono **quattro le tematiche** in cui possono giocare un **ruolo rilevante**:

- Mobilità sostenibile qualità aria
- Percezione del rischio e gestione delle risorse
- Turismo sostenibile
- Ambiente e salute




Sono ritenute un **mediamente rilevanti** – ma sono state comunque indicate - riguardo a:

- Crisi climatica e resilienza
- Empowerment di comunità

## Strategie, strumenti, temi

# Ascolto attivo e customer con gli utenti dei servizi educativi (gestione dei feedback, sondaggi, indagini)

### OBIETTIVI

		
	Approcci intersettoriali	
	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	

### TEMATICHE

		
		Mobilità sostenibile qualità aria
		Palestre di sostenibilità concrete
		Outdoor education
		Percezione rischio gestione risorse
		Empowerment di comunità
		Ambiente e salute

## Strategie, strumenti, temi

# Ascolto attivo e customer con gli utenti dei servizi educativi (gestione dei feedback, sondaggi, indagini)

Si tratta di interventi perlopiù strumentali ad altre azioni più ampie o a strategie più articolate.

Tra gli obiettivi trovano quindi menzione come efficaci solamente riguardo:

- gli approcci intersettoriali (azioni in stretta collaborazione con i settori e i tavoli trasversali dei Comuni);
- la promozione delle competenze alla sostenibilità attraverso la pedagogia trasformativa.

Posso però assumere un ruolo mediamente rilevante per numerose tematiche dell'educazione alla sostenibilità:

- Mobilità sostenibile qualità dell'aria
- Palestre di sostenibilità "sul campo" (luoghi e contesti in cui viene perseguita concretamente)
- Outdoor education
- Percezione del rischio e gestione delle risorse
- Empowerment di comunità
- Ambiente e salute

## Strumenti, strategie, azioni

### Processi partecipativi, stakeholder engagement

#### OBIETTIVI

★★★★★	★★★☆☆	★★★☆☆
Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	
	Promuovere conoscenze integrate	

#### TEMATICHE

★★★★★	★★★☆☆	★★★☆☆
Palestre di sostenibilità concrete	Crisi climatica e resilienza	Outdoor education
Empowerment di comunità	Mobilità sostenibile qualità aria	Percezione rischio gestione risorse
Turismo sostenibile		Ambiente e salute

## Strategie, strumenti, temi

### Processi partecipativi, stakeholder engagement

Se tra gli **obiettivi** sono indicati in modo **massivo** come **molto efficaci** riguardo alle **azioni che richiedono approcci intersettoriali** (azioni in stretta collaborazione con i settori e i tavoli trasversali dei Comuni), sono altresì segnalate come **efficaci** per:

- la promozione educativa a diversi livelli (formale, informale, non formale);
- la diffusione di conoscenze complesse (interconnessione dei fattori ambientali, economici, sociali, culturali).

Sono indicati **in modo massivo anche per tutte le tematiche** di interesse della rete, **molto rilevanti** per:

- palestre di sostenibilità “sul campo” (luoghi e contesti in cui viene perseguita concretamente);
- empowerment di comunità;
- turismo sostenibile.

Rilevanti per:

- crisi climatica e resilienza
- mobilità sostenibile e qualità dell'aria

Mediamente rilevanti per:

- outdoor education
- percezione del rischio e gestione delle risorse
- ambiente e salute

**Strategie, strumenti, temi**  
**Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale**

**OBIETTIVI**

★★★★★	★★★★	★★★
	Promuovere educazione formale	
	Promuovere conoscenze integrate	

**TEMATICHE**

★★★★★	★★★★	★★★
	Percezione rischio gestione risorse	Mobilità sostenibile qualità aria
	Ambiente e salute	Turismo sostenibile

## Strategie, strumenti, temi

### **Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale**

Anche qui siamo di fronte ad interventi strumentali generalmente inseriti in azioni più ampie o strategie più articolate.

Tra gli obiettivi sono segnalati come efficaci riguardo:

- gli approcci intersettoriali (azioni in stretta collaborazione con i settori e i tavoli trasversali dei Comuni);
- la promozione delle competenze alla sostenibilità attraverso la pedagogia trasformativa.

Riguardo le tematiche possono invece però assumere un ruolo mediamente rilevante per:

- Percezione del rischio e gestione delle risorse
- Ambiente e salute

E un ruolo rilevante per:

- mobilità sostenibile e qualità dell'aria
- turismo sostenibile



## Strategie, strumenti, temi

### **Analisi per tipologie di rispondenti**

Al questionario hanno risposto operatori appartenenti a diverse tipologie di Ceas (Aree Protette, Multicentro, Intercomunali ed Eccellenza), al CTR Educazione alla sostenibilità e referenti Arpae.

L'analisi che segue riporta le risposte suddivise per ognuna delle tipologie sopra indicate.

## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto agli obiettivi CEAS Aree protette

Strumento/strategia/azione	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	Promuovere conoscenze integrate	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	Promuovere palestre sostenibilità
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale		★★★★			★★★	★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★	★★★★	★★★★★		★★★★★	★★★★★
Campagne social	★★★			★★★★		
Ascolto attivo e customer	★★★	★★★★			★★★★	
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★	★★★
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale		★★★★	★★★★	★★★★★		

**Strategie, strumenti, temi**  
**Adeguatezza ed efficacia rispetto alle tematiche**  
**CEAS Aree protette**

Strumento/strategia/azione	Crisi climatica e resilienza	Mobilità sostenibile qualità aria	Palestre di sostenibilità concrete	Outdoor education	Percezione rischio gestione risorse	Empowerment di comunità	Turismo sostenibile	Ambiente e salute
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale				★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★★		★★★★★
Campagne social	★★★	★★★★	★★★			★★★★	★★★★★	★★★★
Ascolto attivo e customer						★★★★		
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★	★★★★	★★★★	★★★		★★★★★	★★★★★	
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale			★★★		★★★	★★★★		

## Strategie, strumenti, temi **CEAS Aree protette**

Per questo tipo di CEAS, caratterizzati da tipologie di attività omogenee e specifiche, risulta molto evidente quali siano gli strumenti da ritenersi privilegiati, sia rispetto agli obiettivi strategici sia alle tematiche sviluppate:

- Laboratori didattici nelle scuole;
- Processi partecipativi, stakeholder engagement.

Seguono, rispetto alle tematiche, in misura minore:

- Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale;
- Campagne social (che le Aree Protette utilizzano di più rispetto agli altri CEAS).

## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto agli obiettivi CEAS Multicentro

Strumento/strategia/azione	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	Promuovere conoscenze integrate	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	Promuovere palestre sostenibilità
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★		★★★★★			★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★		★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Campagne social			★★★★	★★★★★		★★★★
Ascolto attivo e customer		★★★★★		★★★★★	★★★★	
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★	★★★★★		★★★★		
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale		★★★★	★★★★		★★★	

## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto alle tematiche CEAS Multicentro

Strumento/strategia/azione	Crisi climatica e resilienza	Mobilità sostenibile qualità aria	Palestre di sostenibilità concrete	Outdoor education	Percezione rischio gestione risorse	Empowerment di comunità	Turismo sostenibile	Ambiente e salute
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale		★★★★	★★★★★	★★★★		★★★★	★★★★	★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★	★★★★★		★★★★★	★★★★			★★★★★
Campagne social			★★★★		★★★★★	★★★		★★★★
Ascolto attivo e customer			★★★	★★★				
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★		★★★★			★★★★★	★★★★★	
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale	★★★★	★★★★	★★★		★★★★★		★★★★	

## Strategie, strumenti, temi **CEAS Multicentro**

Per i CEAS che fanno riferimento a un unico comune capoluogo, rispetto agli **obiettivi** emergono come **centrali** i **Laboratori didattici nelle scuole**.

In **seconda battuta** sono ritenuti **efficaci**, nell'ordine:

- Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale;
- Ascolto attivo e customer con gli utenti dei servizi educativi;
- Processi partecipativi, stakeholder engagement (**collegati al punto precedente** riguardo le **azioni** che richiedono **approcci intersettoriali**, in stretta collaborazione con i settori e i tavoli trasversali degli enti locali);
- Campagne social.

Rispetto alle **tematiche** sono menzionati, **in ordine di rilevanza**:

- Laboratori didattici nelle scuole;
- Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale (per **quasi tutte le tematiche**);
- Processi partecipativi, stakeholder engagement;
- Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale;
- Campagne social.

## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto agli obiettivi CEAS Intercomunali

Strumento/strategia/azione	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	Promuovere conoscenze integrate	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	Promuovere palestre sostenibilità
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★		★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★
Campagne social						
Ascolto attivo e customer		★★★			★★★★	
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★	★★★★★	★★★		★★★	★★★
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale				★★★		



## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto alle tematiche CEAS Intercomunali

Strumento/strategia/azione	Crisi climatica e resilienza	Mobilità sostenibile qualità aria	Palestre di sostenibilità concrete	Outdoor education	Percezione rischio gestione risorse	Empowerment di comunità	Turismo sostenibile	Ambiente e salute
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★	★★★★★	★★★	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★
Campagne social					★★★			
Ascolto attivo e customer				★★★				
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★	★★★★	★★★★★	★★★		★★★★★	★★★★★	
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale					★★★			★★★

## Strategie, strumenti, temi **CEAS Intercomunali**

I CEAS Intercomunali concentrano su pochi strumenti – quelli già maggioritari secondo i CEAS Multicentro - le proprie risposte, sia per gli obiettivi sia per le tematiche:

- Laboratori didattici nelle scuole;
- Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale;
- Processi partecipativi, stakeholder engagement.

Molto poco indicati i restanti. Poco battuti quindi i settori web e social.

## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto agli obiettivi CEAS Eccellenza

Strumento/strategia/azione	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	Promuovere conoscenze integrate	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	Promuovere palestre sostenibilità
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale						
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★		★★★★★			
Campagne social	★★★★					★★★★★
Ascolto attivo e customer	★★★★	★★★★★	★★★★★		★★★★★	
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★	★★★★★		★★★★★		★★★★★
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale						★★★★★

## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto alle tematiche CEAS Eccellenza

Strumento/strategia/azione	Crisi climatica e resilienza	Mobilità sostenibile qualità aria	Palestre di sostenibilità concrete	Outdoor education	Percezione rischio gestione risorse	Empowerment di comunità	Turismo sostenibile	Ambiente e salute
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale							★★★★★	★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole				★★★★★				
Campagne social							★★★★★	
Ascolto attivo e customer				★★★★★		★★★★★		
Processi partecipativi, stakeholder engagement		★★★★★	★★★★★					
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale					★★★★★			



## Strategie, strumenti, temi **CEAS Eccellenza**

Ancora di più che per le Aree Protette, incontriamo qui CEAS con specifiche vocazioni e caratterizzazioni molto marcate, così come marcati e ben definiti sono anche i rapporti tra strumenti, strategie ed azioni da una parte e obiettivi e tematiche dall'altra.

## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto agli obiettivi

## CTR Educazione

Strumento/strategia/azione	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	Promuovere conoscenze integrate	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	Promuovere palestre sostenibilità
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★★	★★★★				★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★		★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★
Campagne social		★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★	
Ascolto attivo e customer		★★★★	★★★★		★★★	★★★
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★★	★★★★★		★★★★	★★★	
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale				★★★★★		

**Strategie, strumenti, temi**  
**Adeguatezza ed efficacia rispetto alle tematiche**  
**CTR Educazione**

Strumento/strategia/azione	Crisi climatica e resilienza	Mobilità sostenibile qualità aria	Palestre di sostenibilità concrete	Outdoor education	Percezione rischio gestione risorse	Empowerment di comunità	Turismo sostenibile	Ambiente e salute
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★★	★★★★★		★★★★	★★★★		★★★★★	★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★		★★★	
Campagne social				★★★★	★★★★		★★★★	★★★★★
Ascolto attivo e customer			★★★★	★★★★		★★★★★		
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★		★★★★★	★★★	★★★★★
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale						★★★		

**Strategie, strumenti, temi**  
**Adeguatezza ed efficacia rispetto agli obiettivi**  
**Arpae territorio**

Strumento/strategia/azione	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	Promuovere conoscenze integrate	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	Promuovere palestre sostenibilità
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★		★★★★	★★★★★★		★★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★		★★★★★★		★★★★	
Campagne social			★★★★	★★★★		★★★
Ascolto attivo e customer		★★★★			★★★★	
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★★★	★★★★★★		★★★★	★★★★★★	★★★★
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale	★★★	★★★★★★		★★★★		





## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto agli obiettivi Arpae (CTR + referenti)

Strumento/strategia/azione	Agire come vettore di cambiamento	Approcci intersettoriali	Promuovere educazione formale	Promuovere conoscenze integrate	Promuovere con pedagogia trasformativa competenze	Promuovere palestre sostenibilità
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★		★★★	★★★★		★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★★		★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★
Campagne social			★★★★★	★★★★★		
Ascolto attivo e customer		★★★★★			★★★★	
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★★	★★★★★		★★★★	★★★★	
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale		★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★	

## Strategie, strumenti, temi

# Adeguatezza ed efficacia rispetto alle tematiche Arpae (CTR + referenti)

Strumento/strategia/azione	Crisi climatica e resilienza	Mobilità sostenibile qualità aria	Palestre di sostenibilità concrete	Outdoor education	Percezione rischio gestione risorse	Empowerment di comunità	Turismo sostenibile	Ambiente e salute
Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale	★★★★	★★★★			★★★★		★★★★★	★★★★★
Laboratori didattici nelle scuole	★★★★	★★★★	★★★	★★★★★	★★★			★★★
Campagne social	★★★	★★★			★★★★		★★★★★	★★★★
Ascolto attivo e customer			★★★★	★★★★		★★★★★		
Processi partecipativi, stakeholder engagement	★★★★	★★★★	★★★★★		★★★	★★★★		
Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale					★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★

## Strategie, strumenti, temi **Arpae (CTR + referenti)**

La percezione della componente della RES interna ad Arpae conferma un punto di vista ampiamente espresso dalla restante parte della rete, sul fatto che, rispetto agli **obiettivi**, lo strumento di **riferimento principale** sia rappresentato dai **Laboratori didattici nelle scuole**. Hanno un ruolo significativo anche:

- Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale;
- Processi partecipativi, stakeholder engagement;
- Pubblicazione contenuti su canali web, social, digitale

I **social** sono ritenuti **molto efficaci** su specifici **obiettivi educativo-informativi**;

- la promozione educativa a diversi livelli (formale, informale, non formale);
- la diffusione di conoscenze complesse (interconnessione dei fattori ambientali, economici, sociali, culturali).

Riguardo le **tematiche**, le **indicazioni** sono più **trasversali** e spalmate, con una prevalenza, nell'ordine, per:

- Campagne di comunicazione educativa e marketing sociale
- Laboratori didattici nelle scuole;
- Processi partecipativi, stakeholder engagement;
- Campagne social.

# Conclusioni

Dai risultati emerge in modo netto la **coerenza tra obiettivi e strumenti**, tra fini e mezzi, per garantire l'efficienza e l'efficacia degli interventi, a dimostrazione di una solida e omogenea **comunanza di approccio** alle differenti problematiche.

Questo vale sia a livello trasversale tra tutte le strutture interessate, sia in relazione alle diverse tipologie di Ceas, ciascuna caratterizzata da propri ambiti di intervento.

Una dimostrazione di maturità e consapevolezza, che si traduce in una *cassetta degli attrezzi* che la Rete per l'Educazione alla sostenibilità della Regione Emilia-Romagna ha a disposizione e che può **utilizzare a seconda degli obiettivi strategici da raggiungere e delle tematiche di educazione alla sostenibilità da affrontare**.

