



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)

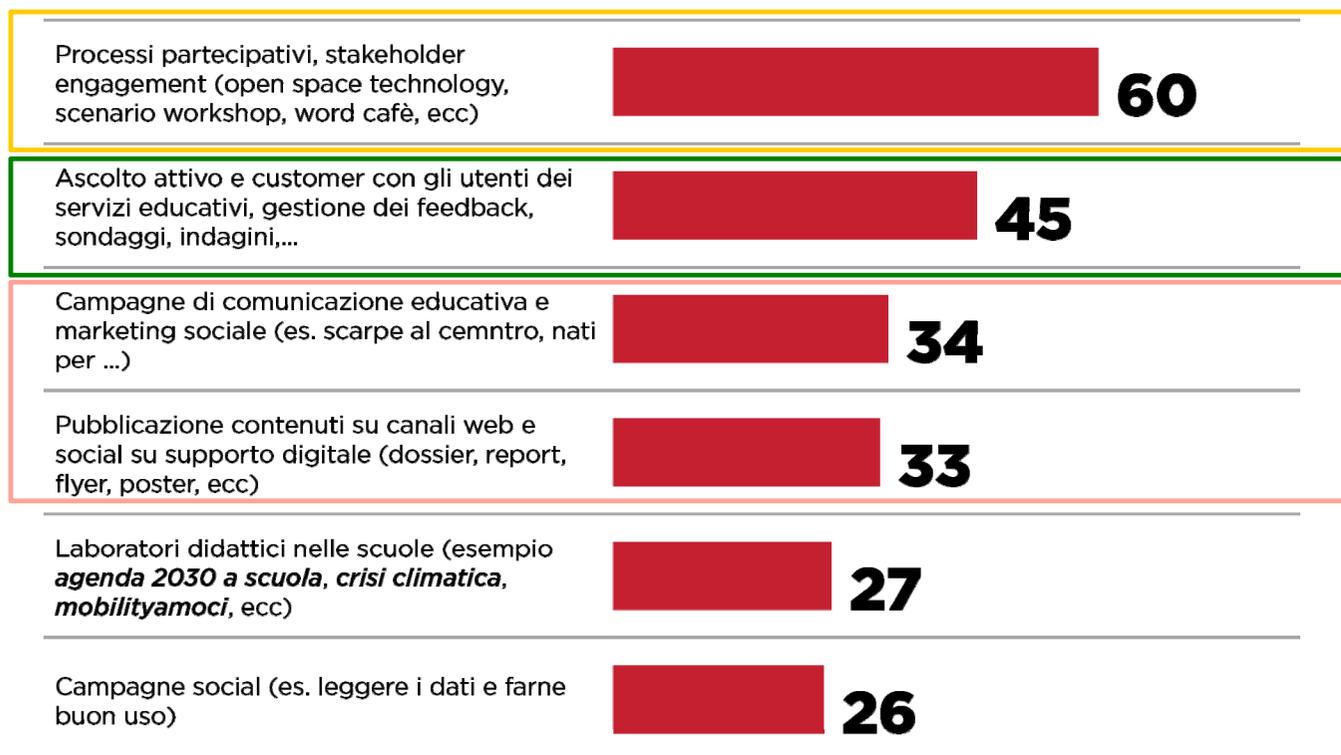


STRATEGIE E STRUMENTI | 3.1 OBIETTIVI STRATEGICI STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

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*.



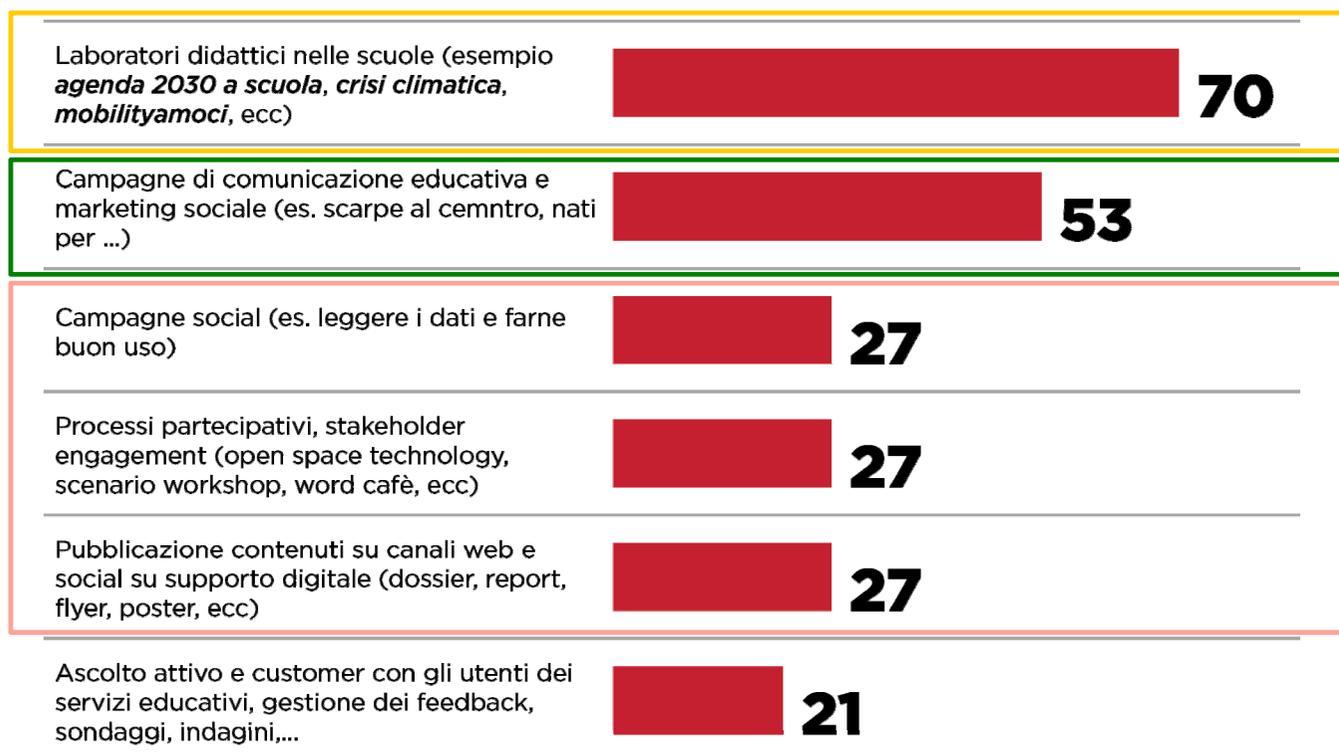
STRATEGIE E STRUMENTI | 3.1 OBIETTIVI STRATEGICI

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.



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.

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

44

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

44

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

41

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

40

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

38

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

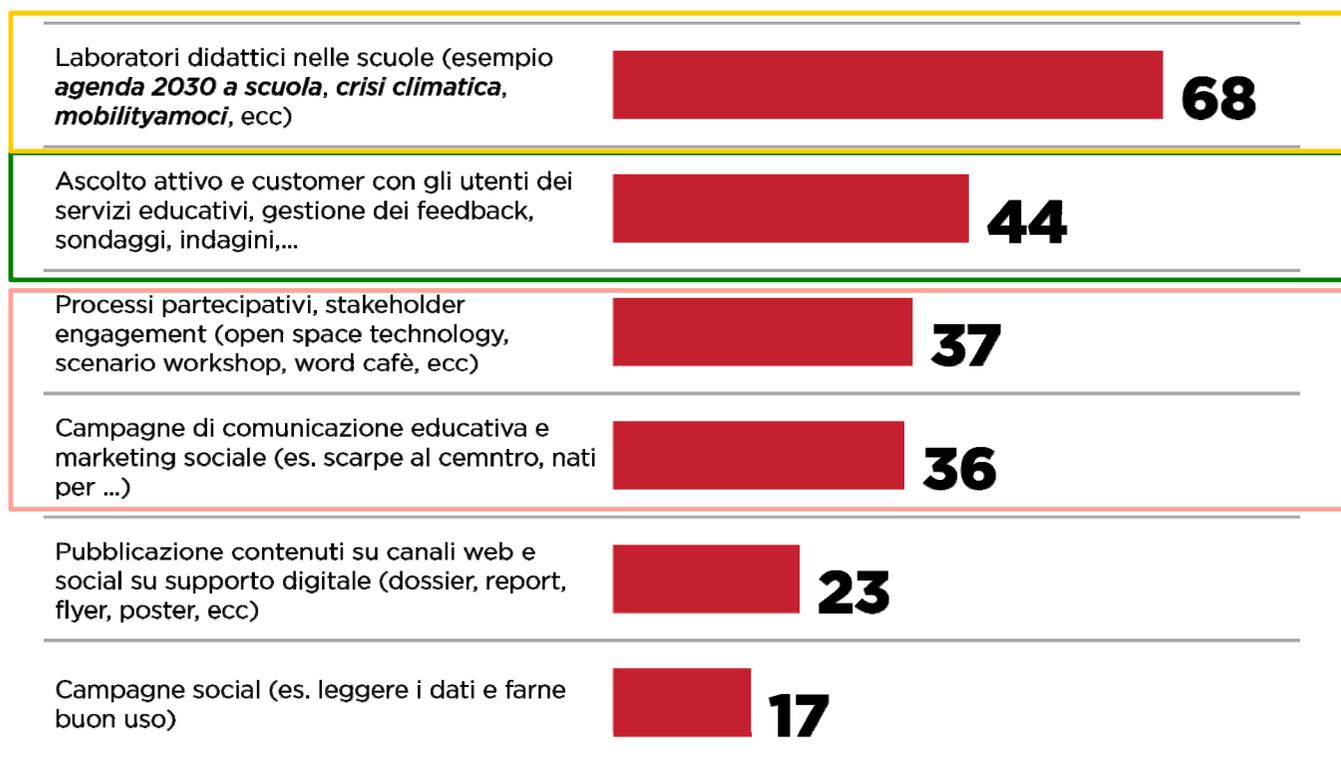
18

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,...

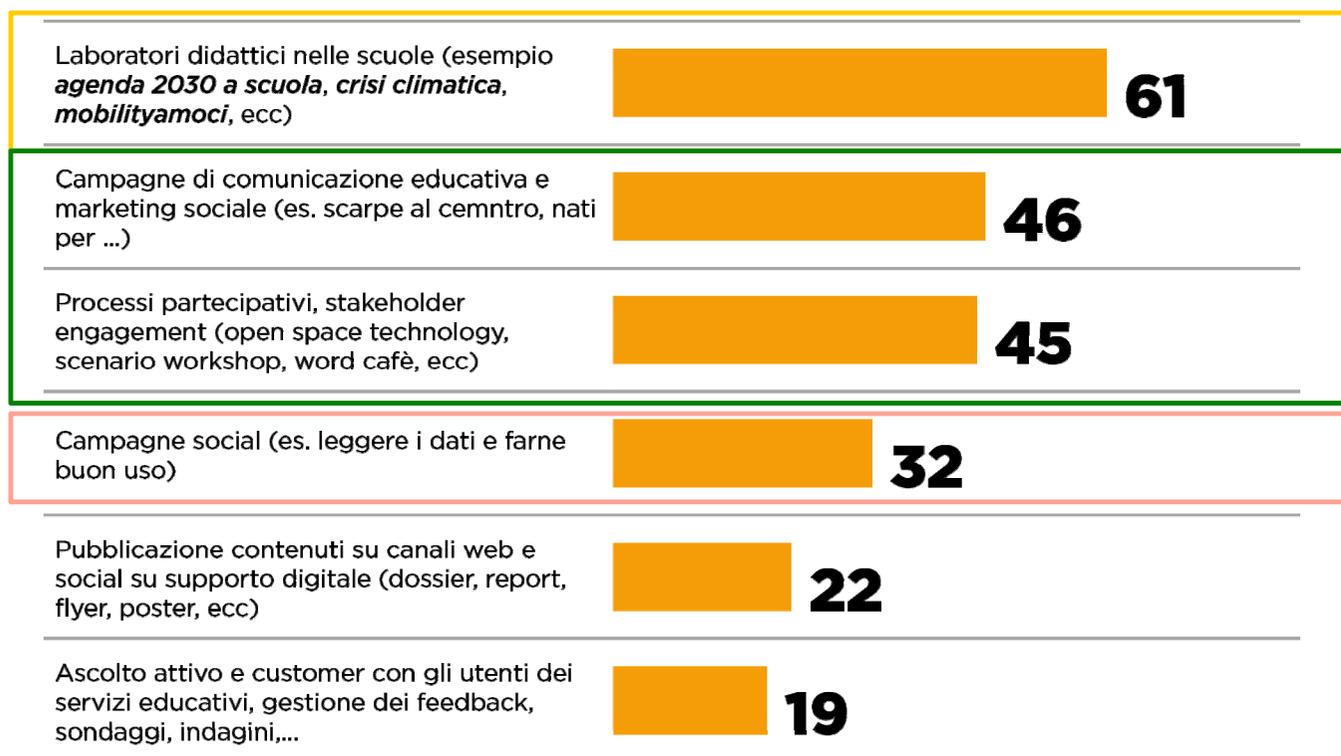
19

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.

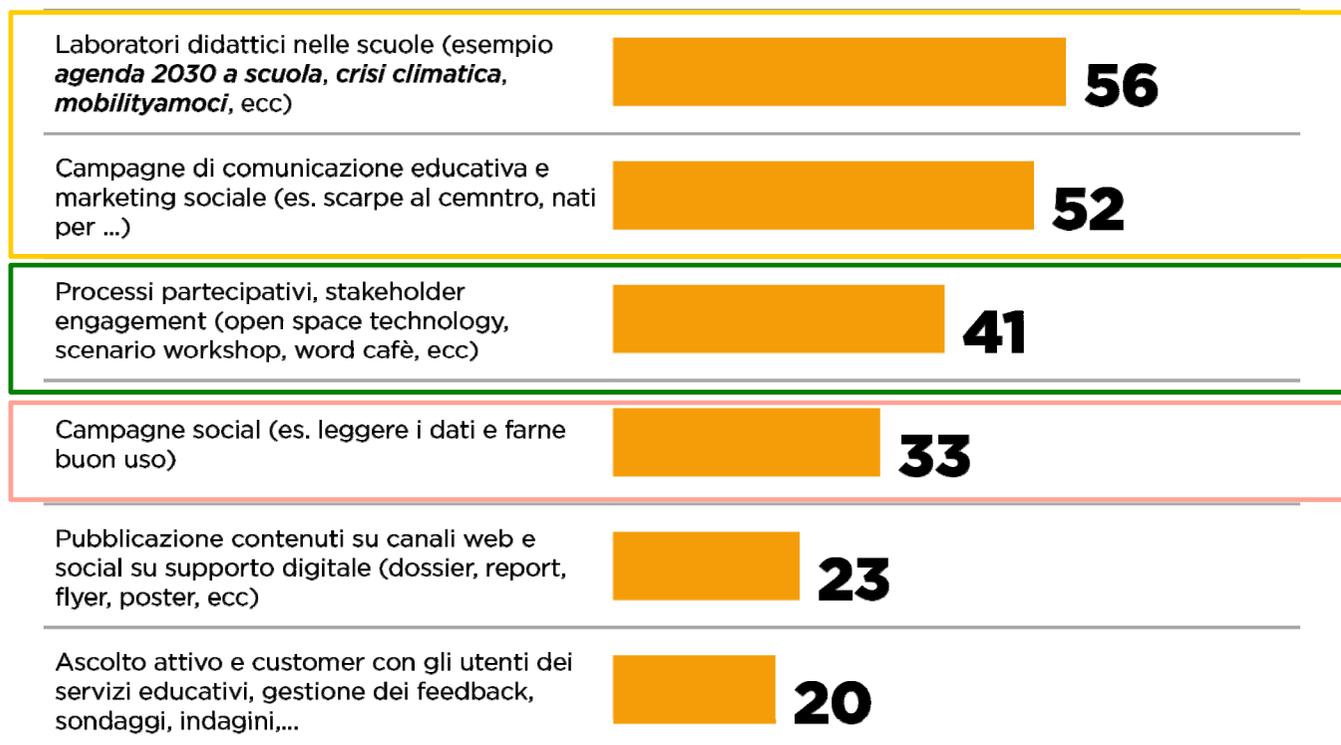


STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

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.

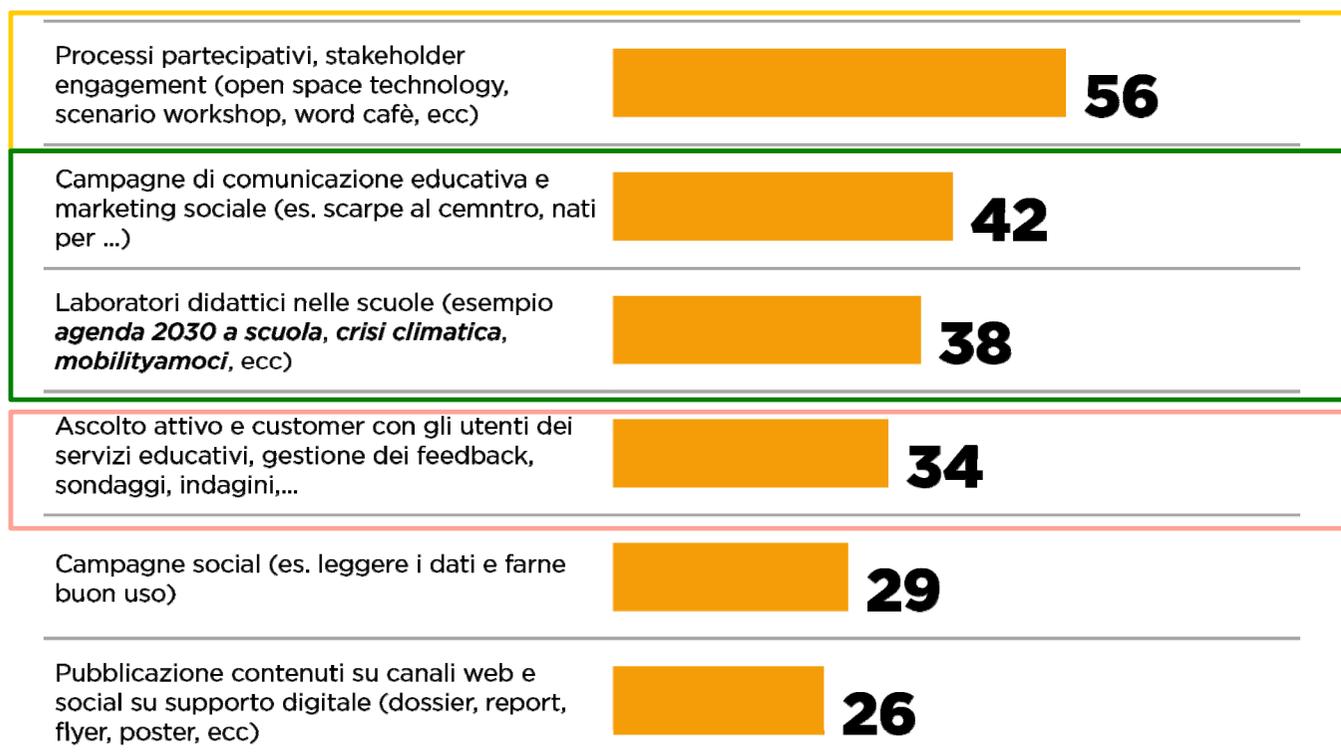


STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

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.



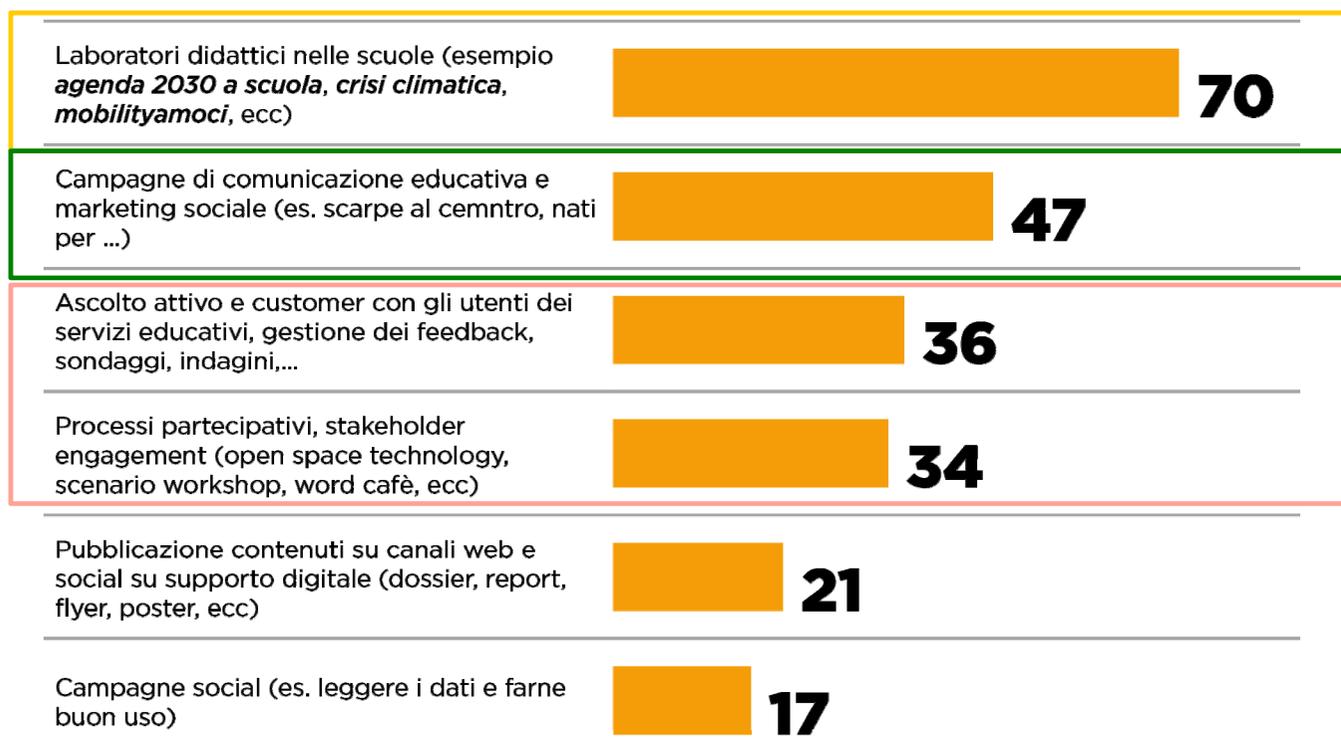
STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

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



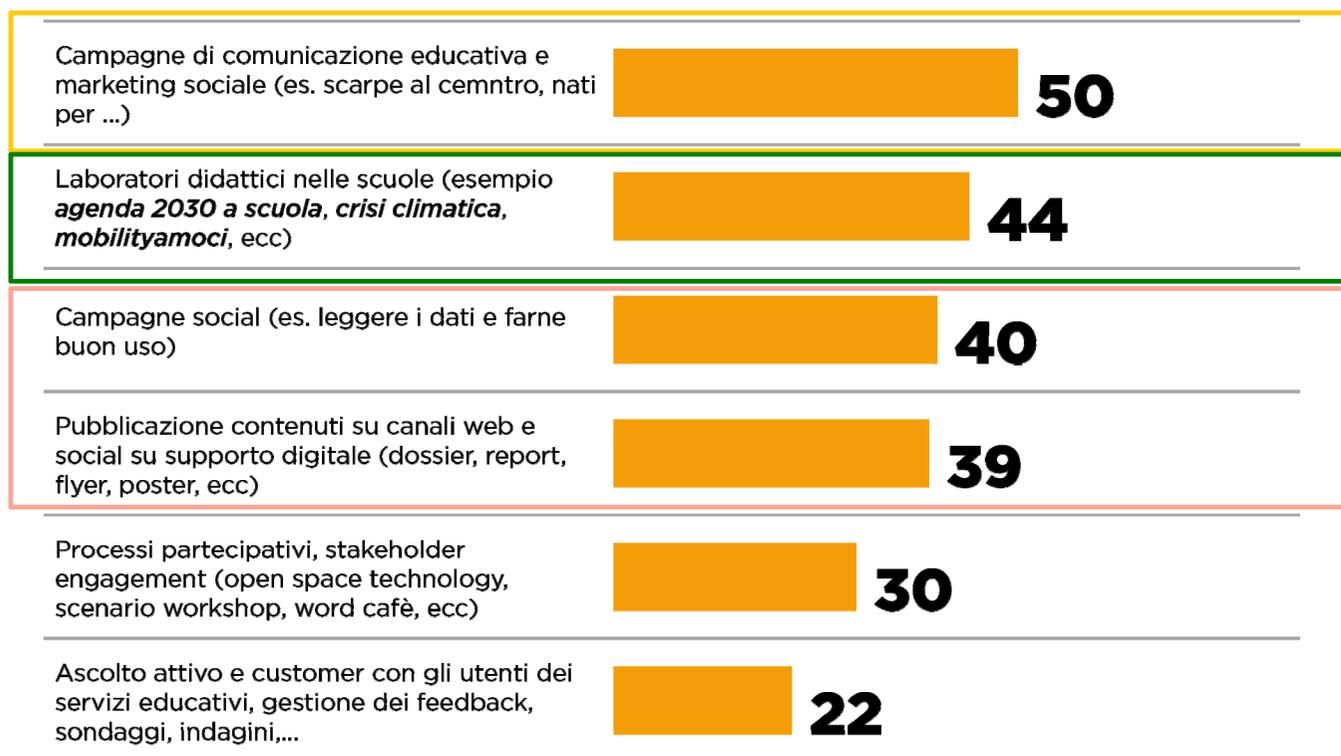
STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

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.



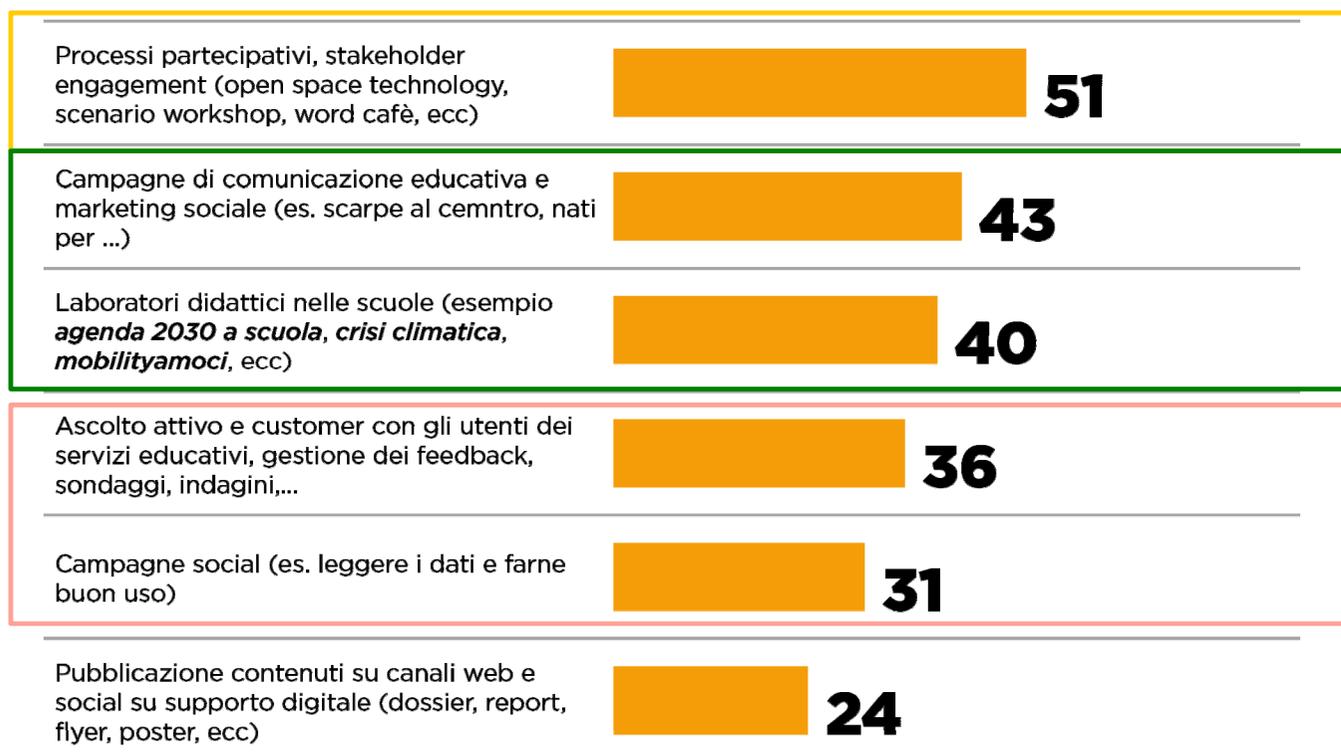
STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

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*.



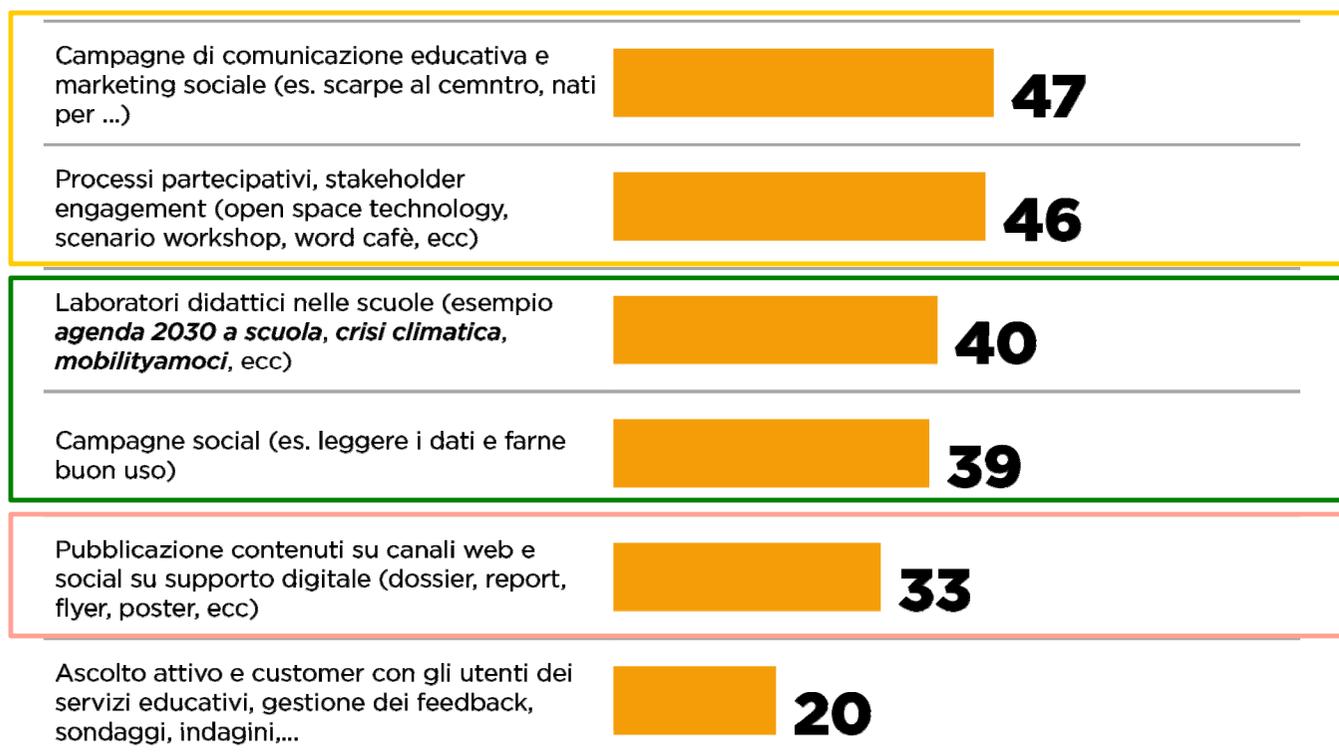
STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

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*.

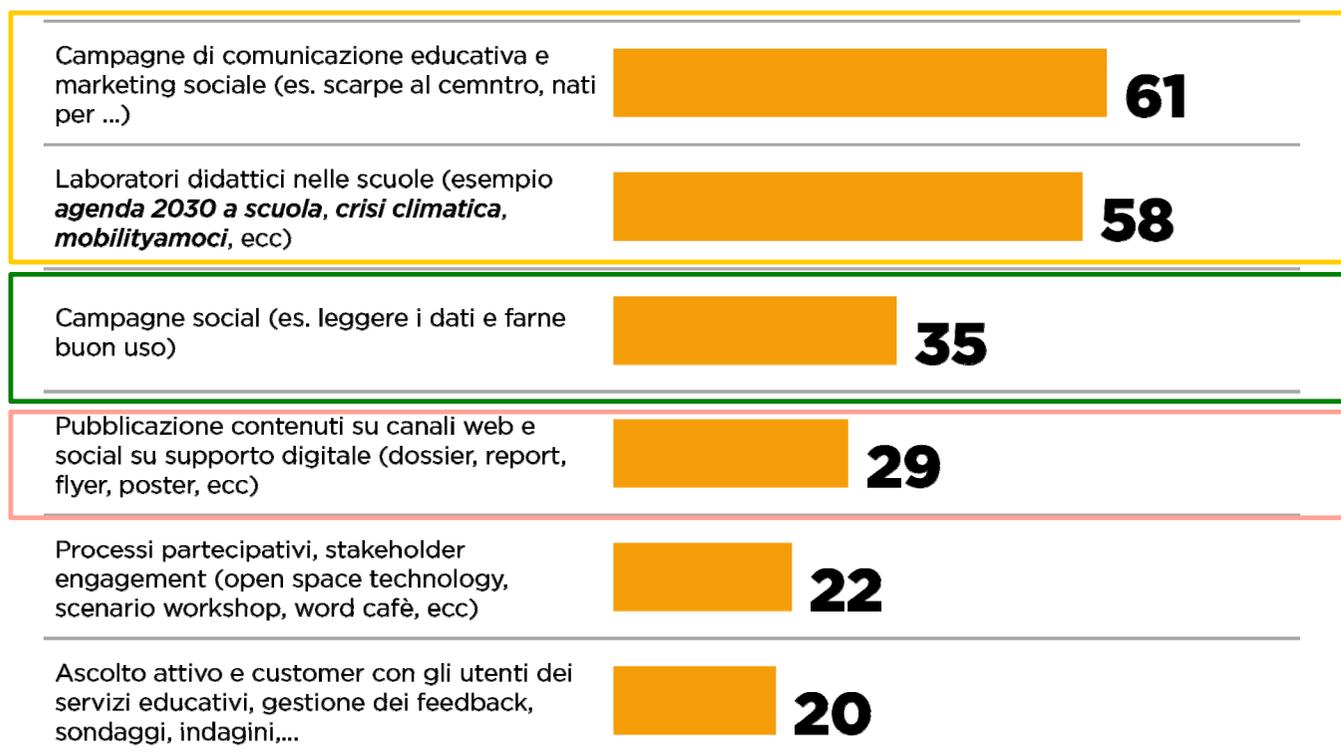


STRATEGIE E STRUMENTI | 3.2 TEMATICHE STRUMENTI/CANALI/METODI SCELTI COME PIÙ RILEVANTI

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**.

