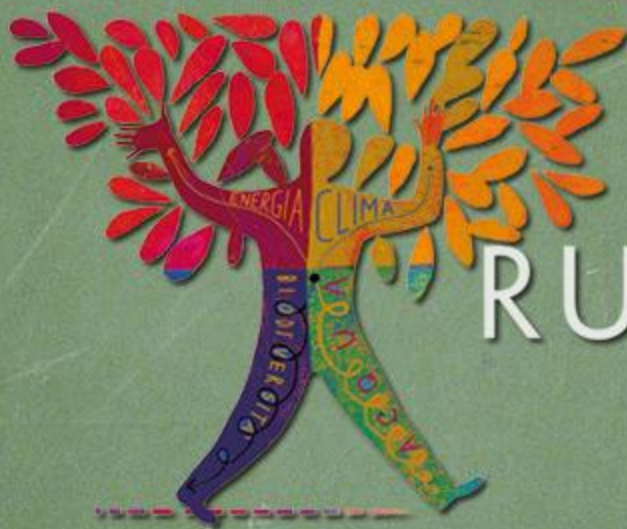




RURALAND

Dalla conoscenza alla consapevolezza.
Un'idea, 4 progetti, quali risultati?



Rete Rurale
Nazionale
2007.2013



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI



Paola Lionetti, Palermo – 3 Settembre 2013



Contenuti presentazione:

Idea, fabbisogni, obiettivi
e punti di forza della
campagna Ruraland

Metodologia di analisi dei
risultati

Messaggi chiave



Cultura terra e cura idee

3 - 5



6 - 10



11 - 16

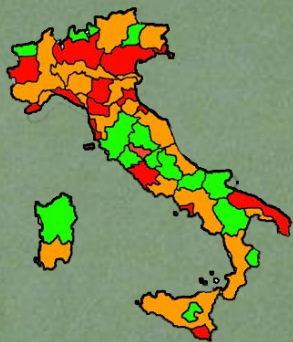


18+



Occorre stare in guardia!

CAMBIAIMENTI GLOBALI
MUTAMENTI NEI
CONSUMI
PRESSIONE
SUL SUOLO



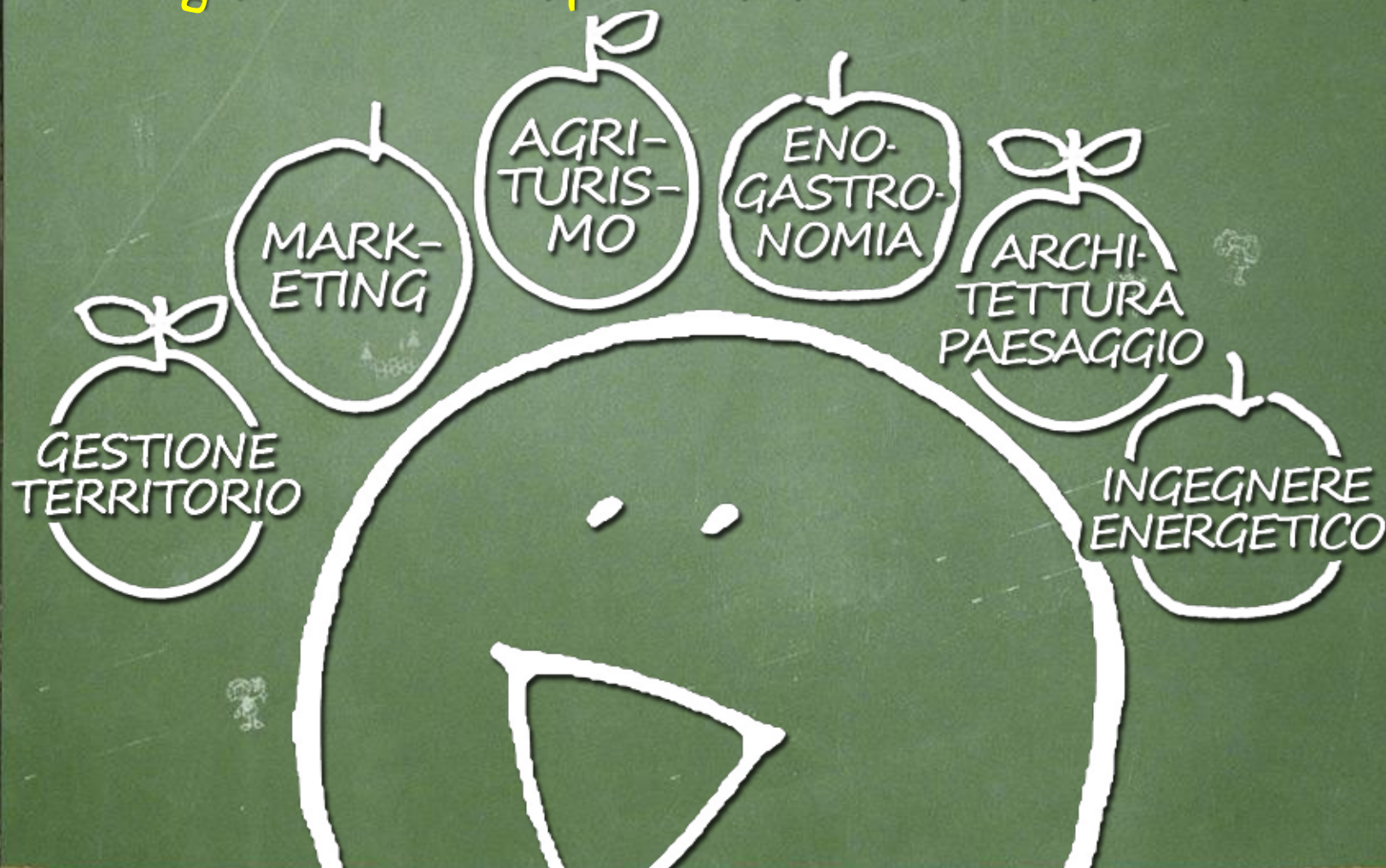
PERDITA DI REDDITIVITÀ
SPOLAMENTO
DEGRADO
AMBIENTALE



Ruolo società
civile per
conservazione
e gestione
dei beni comuni



Sviluppo rurale, multifunzionalità e diversificazione dell'agricoltura: nuovi percorsi di creazione di valori





Lo sviluppo rurale
è un settore
strategico:
l'incidenza sul PIL
è del 4%



#Degrado ambientale
#Cambiamenti climatici
#Crisi energetica
#Qualità vita
Ci riguardano da vicino!

Difficoltà per i giovani:

- Comprendere il valore aggiunto di un'agricoltura multifunzionale
- Partecipare alla vita sociale e alla tutela delle risorse.



Patrimonio
rurale:
paradigma di
riferimento più
efficace
rispetto alle
sole istanze
produttive o
ambientali





Campagna AMBIZIOSA

- Portare il mondo rurale a scuola
- Portare le scuole nelle aree rurali
- Avvicinare formazione e lavoro



IMPEGNATIVA

- 4 progetti per diverse fasce di età

- 3 iniziative sovranazionali

- 1 piattaforma di dialogo



DI SUCCESSO

Campagne radiofoniche

Stampa specializzata

Trasmissioni televisive

Articoli su riviste

Caterpillar

Rai radio 2

adnkronos Agenzia

Rai Gulp

GIUNTI
Progetti Educativi

GGI

✓ 80.000 studenti coinvolti

✓ 2.000 docenti

✓ 20.000 visitatori sul sito



FORMAZIONE

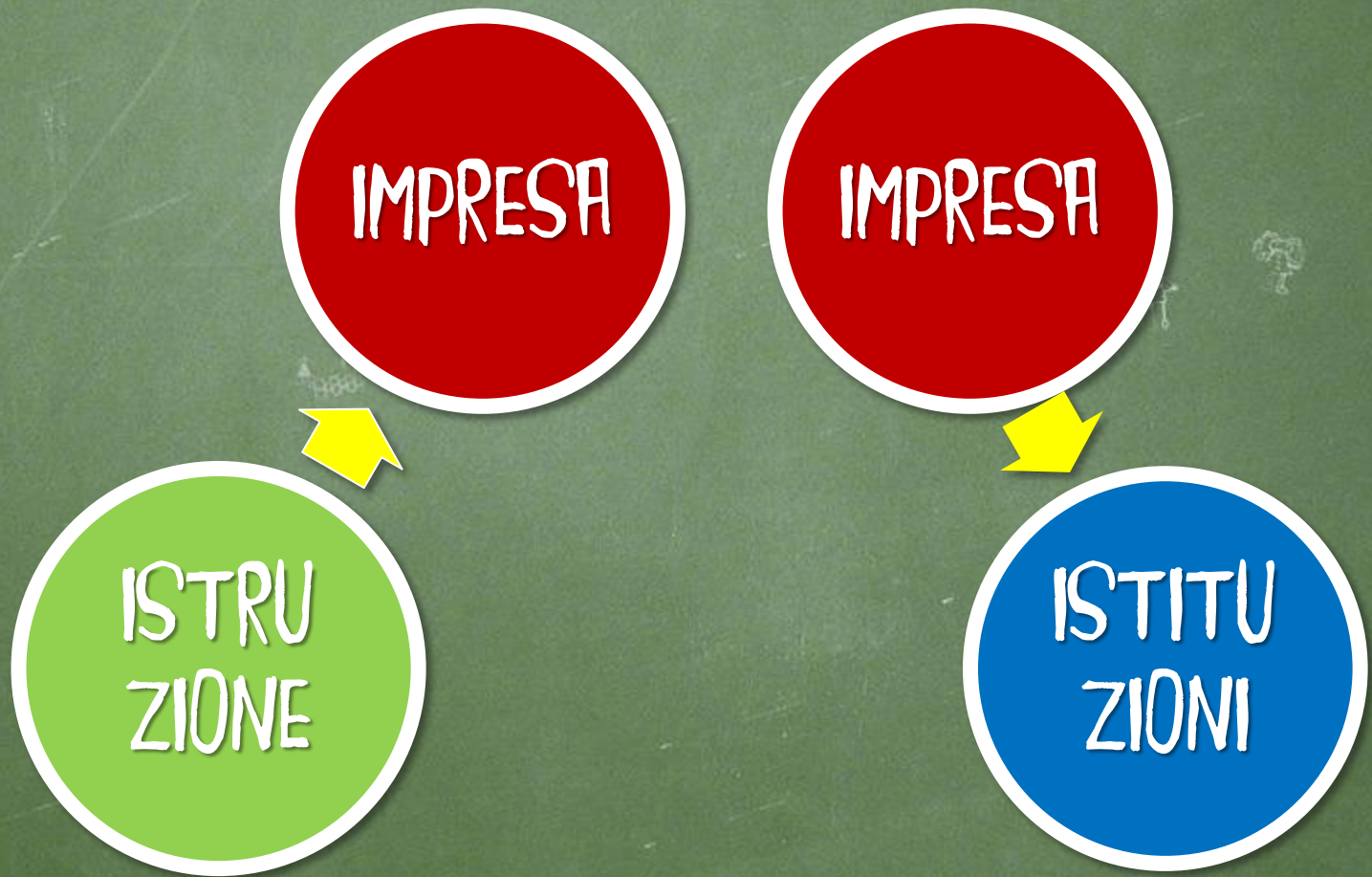
- Investe nelle competenze
- Promuove progetti interdisciplinari
- Stimola l'interistituzionalità

SVILUPPO

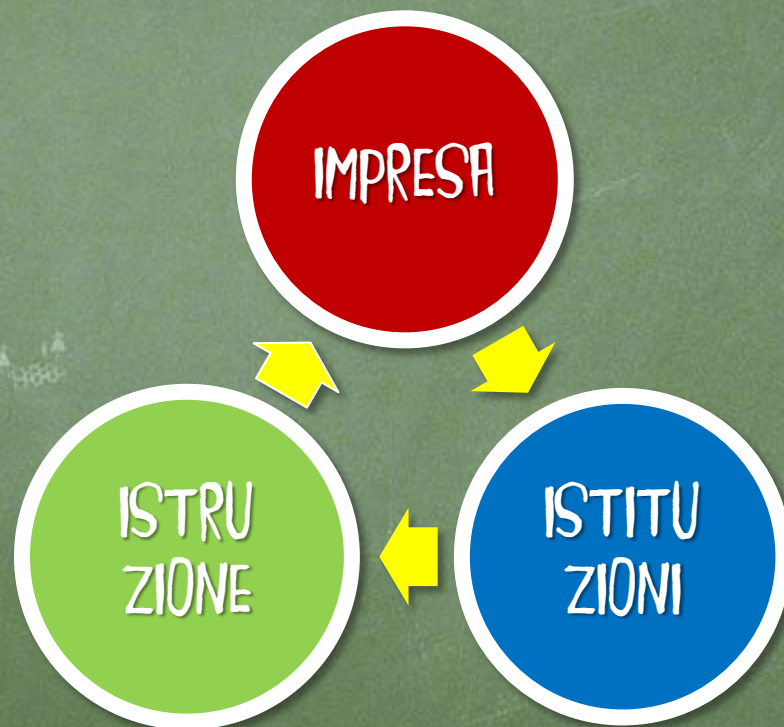
- Modelli basati sulle esigenze di sostenibilità del territorio

INNOVAZIONE

QUALE INNOVAZIONE?



QUALE INNOVAZIONE?



STRATEGIA DI RESPONSABILITÀ
sociale, ambientale, culturale



SCELTA DEL METODO

difficile per 2 ragioni:

- Eterogeneità fonti metodologiche
- Necessità di trovare risposta ad alcune questioni

Processo di valutazione in 3 livelli:

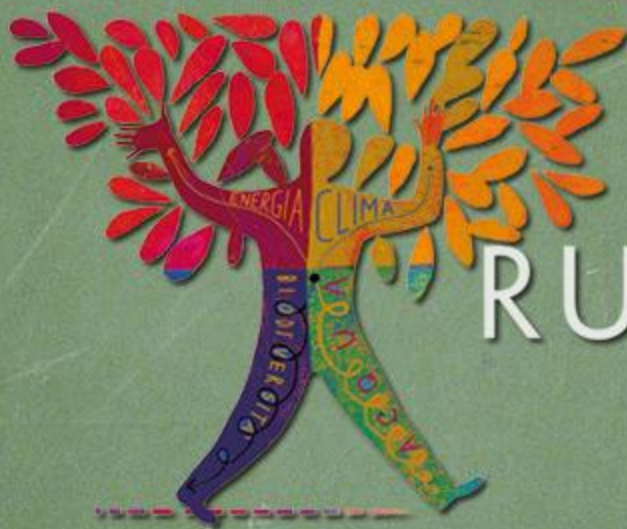
- strategico
 - obiettivi raggiunti?
- sistemico
 - il metodo è innovativo?
- operativo
 - i progetti sono efficaci?

Fase	Strumenti di analisi	Risultati
Strutturazione	Questionario, interviste a testimoni privilegiati, disponibili al seguente link www.ruraland4.it/dicono di noi/	Progetto efficace ed efficiente nel perseguire gli obiettivi; integrato con i programmi didattici e interdisciplinare; favorisce l'acquisizione di valori; sviluppa pensiero critico e ricerca della risoluzione dei problemi; si basa su decisioni condivise e "partecipate".
Osservazione	Foglio elettronico - database Giunti Progetti Educativi	Concorso nazionale The Rural Times: realizzati 587 elaborati cartacei, 280 elaborati online; aperte 503 redazioni online. Hanno partecipato 2000 insegnanti, 1.500 classi, 37.500 studenti.
Analisi qualitativa	Casi studio	Attraverso il fare abbiamo la più alta possibilità di memorizzare. La scissione tra cultura intellettuale e cultura emotiva è più marcata con l'età. L'apprendimento è "un saper fare" ma non arriva nei più grandi a "un saper essere". La bellezza e la ricchezza del territorio rurale sono testimoniate dai lavori dei bambini, in quelli dei giovani viene espressa piuttosto la denuncia dei rischi ambientali, energetici e alimentari.
Giudizio	Dati e informazioni raccolti durante il processo di analisi	<u>Punti di forza:</u> partecipazione attiva; soddisfazione dei beneficiari dell'intervento; accresciute competenze e capacità cooperative nel gruppo classe. <u>Punti di debolezza:</u> deboli ricadute al di fuori del gruppo classe; limitata partecipazione al sito internet. <u>Opportunità:</u> Ampia propensione ad accogliere nuove edizioni. Apertura dei progetti a nuovi target. <u>Criticità:</u> Scarso coinvolgimento degli organismi formali dei singoli istituti. Sviluppo disomogeneo a livello territoriale.



MESSAGGI CHIAVE:

- Ruraland è uno strumento importante, ma non è un punto di arrivo;
- La condivisione che ha preso forma all'interno di un'istituzione, per poi rivolgersi alle strutture scolastiche è un punto di forza di questa campagna.
- L'analisi dei risultati è un percorso in più step
- Ruraland intende essere un filo di perle non una scatola di perline!



RURALAND

Grazie per l'attenzione!
www.ruraland4.it



Rete Rurale
Nazionale
2007.2013



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI

