

VERSO IL PIANO NAZIONALE DELLE POLITICHE FAMILIARI

Pierpaolo Donati

Facoltà di Scienze politiche – Università di Bologna

L'Italia, contrariamente ad altri Paesi europei, non ha sinora avuto un Piano nazionale di politiche familiari, inteso come un quadro organico e di medio termine di politiche specificatamente rivolte alla famiglia, cioè aventi la famiglia come destinatario e come soggetto degli interventi. Hanno largamente prevalso interventi frammentati e di breve periodo, di corto raggio, volti a risolvere alcuni specifici problemi delle famiglie senza una considerazione complessiva del ruolo che esse svolgono nella nostra società. In particolare, sono state largamente sottovalutate le esigenze delle famiglie con figli, per cui al centro del presente Piano viene collocata la politica familiare secondo la definizione dell' OCSE: *"Family policies are defined as those policies that increase resources of households with dependent children; foster child development; reduce barriers to having children and combining work and family commitments; and, promote gender equity in employment opportunities"*.

Ciò non significa per nulla ignorare le esigenze delle varie forme di famiglia che oggi emergono, anche e soprattutto come portato delle sfide di una società incerta e rischiosa, nella quale le relazioni sociali e familiari si fanno più fragili, provvisorie, bisognose di reti di sostegno attraverso nuovi intrecci fra le persone che compongono il nucleo familiare e l'esterno, cioè le reti informali e i servizi disponibili sul territorio. Anche queste forme familiari debbono trovare adeguate tutele e debbono poter accedere ad aiuti e servizi di welfare. Ciò che si prospetta è un Piano che metta al centro le esigenze ordinarie delle famiglie proprio per poter trattare tutte le forme familiari, in termini di programmi universalistici di inclusione sociale, senza prospettare programmi settoriali che potrebbero avere come conseguenza non intenzionale una discriminazione negativa nei confronti delle forme più deboli e precarie. Per quanto riguarda la distinzione tra famiglie legali e famiglie di fatto, essa vale quando sia necessaria l'osservanza dei requisiti ex art. 29 della Costituzione per motivi di carattere giuridico, fiscale e amministrativo, oltre che per ragioni di efficacia ed equità sociale, mentre in linea generale gli interventi proposti dal Piano si applicano a tutte le famiglie che si trovino in condizioni di bisogno meritevoli di tutela pubblica.

I motivi per cui l'Italia non ha sinora espresso una coerente ed efficace politica di sostegno e promozione della famiglia sono stati ben documentati dai lavori della Commissione Affari Sociali della Camera dei Deputati che ha redatto un corposo Rapporto sugli interventi legislativi, e i loro esiti (positivi e fallimentari), approvati nelle ultime legislature in materia di politica familiare. Tale Rapporto - "Indagine conoscitiva sulle condizioni sociali delle famiglie in Italia" (2007) - è stato quanto mai eloquente nell'indicare l'esigenza di imprimere una nuova svolta a questo campo di azioni.

D'altra parte, è ormai una opinione largamente condivisa, e scientificamente accertata, che, all'interno della Unione Europea, l'Italia si caratterizzi per l'emergere di alcuni profondi squilibri sociali e demografici che hanno al loro centro, come *causa* e come *effetto* al contempo, i grandi cambiamenti della famiglia e la sua crescente fragilità.

Vi è un unanime consenso sul fatto che tali squilibri richiedono di essere affrontati in maniera sistematica, con chiarezza di obiettivi, specifici criteri di azione, nonché risorse e strumenti adeguati.

Da parte degli studiosi si sottolinea che occorre passare da politiche indirette e implicite a politiche dirette ed esplicite per favorire non solo le tutele giuridiche dei soggetti della vita familiare, ma anche la promozione della famiglia come soggetto sociale di primario interesse pubblico per la rilevanza delle funzioni sociali che essa svolge, in particolare ai fini della umanizzazione delle persone e della coesione sociale.

L'urgenza di un Piano nazionale di politiche familiari viene peraltro a collocarsi nell'orizzonte delle nuove politiche auspicate dall'Unione Europea che, con la Comunicazione della Commissione UE intitolata "Promuovere la solidarietà fra le generazioni" del maggio 2007 (Brussels, 10.5.2007 - COM(2007) 244 final) ha esplicitamente indicato la necessità di promuovere politiche pubbliche di sostegno alla vita familiare e, in concreto, ha lanciato la piattaforma della "Alleanza Europea per le Famiglie". Il Piano Nazionale dell'Italia, in sintonia con queste indicazioni, si configura come programma di "Alleanza Italiana per le Famiglie".

I punti salienti di tale Piano che saranno illustrati nella relazione riguardano: 1) Equità economica distinta in: fiscalità generale (Irpef, deduzioni, detrazioni, assegni, altre integrazioni di reddito), tributi locali (Ici, Tarsu, tasse di scopo, ecc.), tariffe (utenze urbane); revisione dell'ISEE; 2) Piano casa per la famiglia; 3) Lavoro di cura familiare: servizi per la prima infanzia, congedi, tempi di cura e interventi sulla disabilità e non autosufficienza; 4) Pari opportunità e conciliazione tra famiglia e lavoro; 5) Privato sociale, terzo settore e reti associative familiari; 6) Servizi consultoriali (consultori, mediazione familiare, centri per le famiglie); 7) Immigrazione (sostegni alle famiglie immigrate); 8) Alleanze locali per la famiglia; 9) Monitoraggio delle politiche familiari; 10) Potenziamento del Fondo nazionale delle politiche per la famiglia e coordinamento con altri Fondi nazionali.

Verranno illustrati anche i passaggi che, attraverso i lavori dell'Osservatorio Nazionale sulla famiglia e la Conferenza Nazionale sulla famiglia (8-10 novembre a Milano), porteranno alla stesura della bozza di Piano che sarà sottoposta agli organi di Governo.

L'ESPERIENZA TARENTINA DEL "DISTRETTO PER LA FAMIGLIA"

Luciano Malfer

Progetto speciale Coordinamento politiche familiari – Provincia autonoma di Trento

La famiglia non è solo una dimensione privata, è una risorsa vitale per l'intera collettività poiché le molteplici funzioni da essa svolte a favore dei suoi componenti la collocano a pieno titolo come soggetto a valenza pubblica che genera valore per l'intera società. La famiglia è produttrice di beni economici, psicologici, relazionali e sociali che avvantaggiano in forma diretta ed indiretta l'intera collettività.

L'attenzione alla famiglia assume una dimensione strategica, trasversale ai vari settori della vita pubblica e privata, all'interno della quale sono coinvolti e si mettono in rete gli operatori pubblici, e si valorizzano e orientano i servizi erogati dai soggetti privati.

Dopo la crisi, la ricostruzione del nuovo modello di *welfare* dovrà porsi il problema di ricercare percorsi virtuosi ed inediti di protezione e promozione sociale e familiare idonei a garantire la sostenibilità dei costi e a diventare essi stessi volano di sviluppo. In questo contesto il "*Distretto famiglia*" risulta strategico poiché catalizza, in forma assolutamente inedita, l'attenzione di tutti gli operatori sul territorio. Il Distretto diventa dunque una dimensione che aggrega attori e risorse che condividono il fine comune di accrescere sul territorio il benessere familiare e che consente, tramite il rafforzamento delle relazioni, di generare altre risorse sia economiche che sociali; parliamo di risorse economiche perché all'interno del Distretto è possibile incrociare aspettative ed attese dei soggetti che esprimono domanda economica (le famiglie) con i soggetti che erogano servizi (istituzioni, organizzazioni *for-profit* e *non-profit*). Il "*Distretto famiglia*", quale circuito economico e locale, può diventare dunque lo spazio all'interno del quale operatori economici, istituzioni e famiglie esprimono nuove relazioni di fiducia reciproca e di cooperazione, ovvero aspettative positive che costituiscono le condizioni strategiche per sviluppare l'economia di un territorio e per promuovere il benessere familiare inteso quale circuito economico e culturale.

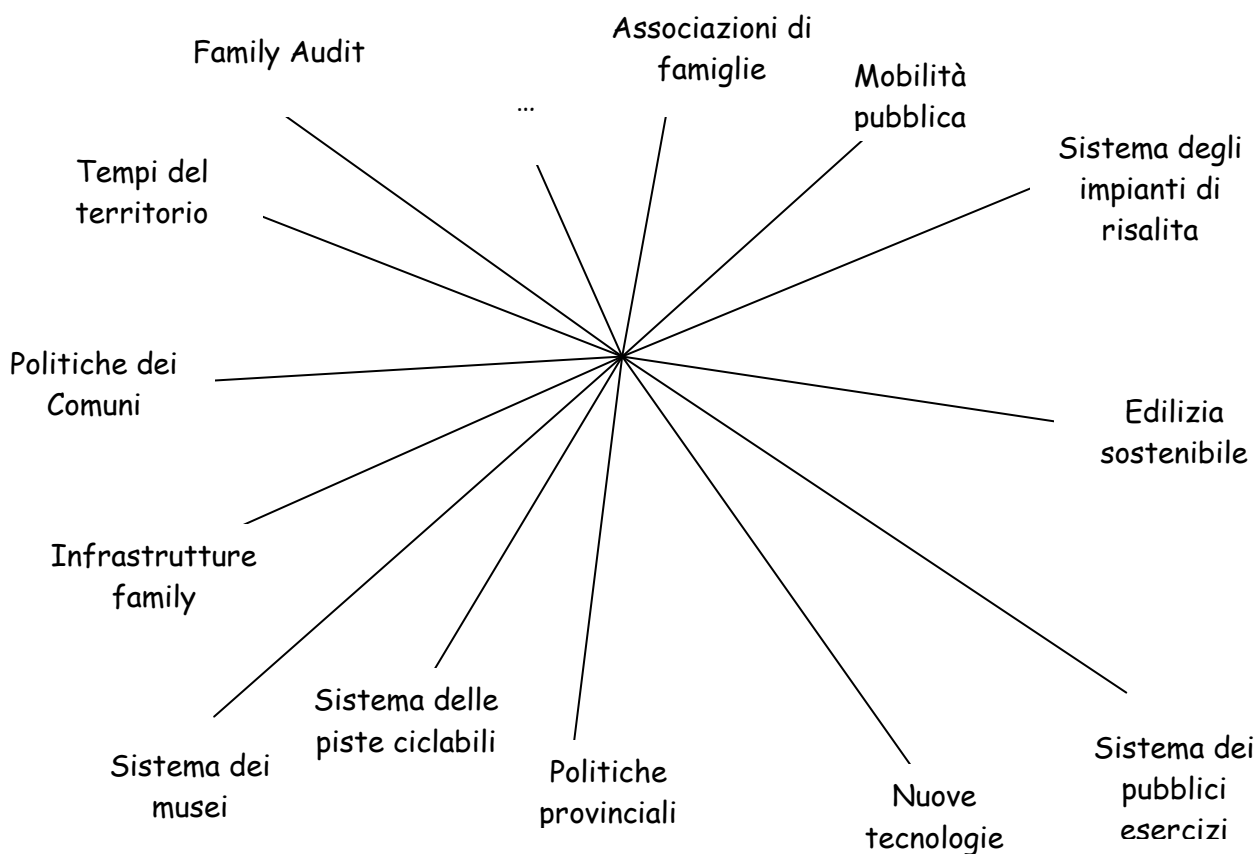
Il Distretto famiglia consente: a) alle famiglie di esercitare con consapevolezza le proprie funzioni fondamentali e di creare benessere familiare, coesione e capitale sociale; b) alle organizzazioni pubbliche e private di offrire servizi e interventi qualitativamente aderenti alle esigenze e alle aspettative delle famiglie, residenti e ospiti, di accrescere l'attrattività territoriale contribuendo allo sviluppo locale; c) di qualificare il territorio come laboratorio strategico all'interno del quale si sperimentano e si integrano le politiche pubbliche, si confrontano e si rilanciano le culture amministrative, si innovano i modelli organizzativi, in una dimensione di incontro e confronto nell'ambito del contesto nazionale ed europeo.

Il Distretto opera dunque sul territorio secondo un modello reticolare, stimolando attori molto diversi a orientare o riorientare i propri prodotti o servizi sul benessere delle famiglie residenti e ospiti. I singoli assi del modello a “ragnatela” rappresentano gli ambiti che possono orientare le proprie politiche e/o i propri servizi per promuovere sul territorio il benessere familiare. Gli assi che definiscono il modello a “ragnatela” del Distretto famiglia sono identificati a titolo esemplificativo nella Figura 1. Su questi assi la Provincia autonoma di Trento sta compiendo dei percorsi significativi anche in termini di monitoraggio e di valutazione, secondo criteri di efficacia e di efficienza. Le attività di ciascun ambito del Distretto famiglia sono orientate verso il benessere familiare tramite specifici requisiti, che possono essere obbligatori e facoltativi.

La capacità del Distretto di generare capitale relazionale e di influire sulle aspettative territoriali cresce al crescere dei tematismi che aderiscono al distretto stesso. Il distretto di fatto rappresenta un sistema che consente di creare convergenza di obiettivi e di accrescere la densità e l'intensità delle relazioni degli attori locali, influenzando positivamente sulle loro aspettative mettendo a comune le risorse nascoste, mai viste e quindi inutilizzate proprie di ciascun attore.

Figura 1

“Il modello a ragnatela del Distretto famiglia”



Per ogni specifico asse si riporta un breve commento che descrive le modalità con cui l'ambito identificato aderisce alla logica del Distretto famiglia e l'azione di orientamento e/o di riorientamento che può essere attivata dagli attori rappresentativi dell'ambito stesso.

Politiche pubbliche provinciali. Questa dimensione del distretto famiglia è essenziale. L'autorità pubblica che opera secondo la logica del distretto deve riuscire a mettere in campo politiche esplicite a sostegno della famiglia. Rientrano in questo ambito anche l'attività di ricognizione e di informazione per le famiglie stesse sui servizi in essere ed i piani operativi di intervento, di durata annuale e/o pluriennale sempre comunque all'interno del mandato istituzionale, che definiscono la strategia di azione che l'amministrazione intende attivare nell'arco temporale specificato.

Associazioni di famiglie. Le associazioni familiari sono un partner strutturale e strategico del Distretto e manifestano concretamente la logica di operare su questi temi dando concretezza al principio della sussidiarietà. Esse sono coinvolte nelle fasi della pianificazione, della gestione e della valutazione delle politiche attuate, favorendo così il raccordo tra l'associazionismo familiare ed i vari settori provinciali e prevedendo la partecipazione di loro rappresentanti all'interno di organismi consultivi che trattano tematiche attinenti alle politiche familiari.

Mobilità pubblica. Il sistema di trasporto pubblico trentino extra-urbano sia su ferro che su gomma, gestito dalla Società Trentino Trasporti Spa secondo le tariffe adottate dalla Provincia Autonoma di Trento, è accessibile secondo tariffe familiari. Il servizio pubblico di trasporto è reso a tutta la famiglia indipendentemente dal numero dei figli al costo di due biglietti interi. Il servizio trasporto urbano, laddove esiste, è sempre gestito da Trentino Trasporti Spa sulla base di tariffe di accesso adottate però dai comuni. Ad oggi il biglietto famiglia è stato adottato dal Comune di Trento.

Edilizia sostenibile. Il tema dell'abitazione, ovvero delle politiche che una realtà mette in campo per dare risposta ai progetti di vita delle famiglie che appartengono al ceto medio è strategico. La Provincia di Trento ha affrontato questo tema mettendo in campo un piano strategico rilevante di realizzazione di appartamenti a canone moderato in modo che i costi che la famiglia sostiene per i canoni di affitto non sia superiore ad una certa percentuale. La tematica della sostenibilità dell'abitazione richiama poi tutta la tematica delle costruzioni green sulle quali sono stati attivati sul territorio importanti azioni.

Nuove tecnologie. Sostegno e rafforzamento delle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie per l'erogazione di servizi innovativi a sostegno delle famiglie per facilitare l'accesso alle informazioni sui servizi esistenti e permettere la valutazione degli stessi. Rientrano in quest'ambito le politiche di *ambient assisted living* che si pongono l'obiettivo di equipaggiare l'abitazione a misura dell'utente debole (badante con nonno ma anche *tagesmutter/baby-sitter* con bambino) per aumentare comfort riducendo le situazioni di pericolo. Su questo tema strategica è anche l'attività di formazione ed informazione finalizzata ad aumentare nei genitori il livello di conoscenza rispetto agli strumenti informatici e la consapevolezza dei rischi e danni nei quali possono incorrere i minori superando il *digital-divide* generazionale.

Sistema delle piste ciclabili. Le piste ciclabili sono *family-friendly* per definizione. L'amministrazione ha enfatizzato il binomio famiglia-piste ciclabili operando su due livelli. Il primo riguarda la definizione di standard famiglia che consentono di certificare la gestione dei *bicigril* esistenti. La seconda azione riguarda la promozione del sistema delle piste ciclabili tramite la definizione di una specifica segnaletica e altre misure promozionali.

Sistema dei musei e dei pubblici esercizi amici della famiglia e dei pubblici esercizi. Anche in questo caso sono stati elaborati degli specifici standard che qualificano l'attività del museo e dei pubblici esercizi amici della famiglia. Per la categoria dei pubblici esercizi l'amministrazione ha elaborato uno specifico marchio di prodotto "*Esercizio amico dei bambini*". Il pubblico esercizio che ha acquisito questo marchio può beneficiare di un contributo economico aggiuntivo, rispetto al pubblico esercizio che non ha il marchio, nel caso di interventi di ristrutturazione dei propri locali.

Sistema degli impianti di risalita family. Nel corso della stagione invernale 2009/2010 anche questo settore è stato coinvolto attivamente nel mettere in campo delle strategie specifiche sul target famiglia. Alcune stazioni sciistiche hanno aderito con entusiasmo all'iniziativa e sono nati in modo particolare delle politiche tariffarie decisamente innovative, dalla tariffa famiglia extra-large (che prevede la gratuità per i terzi figli e successivi), allo *Ski family in Trentino* che prevede in determinate situazioni la gratuità dei figli al costo di un ticket intero.

Infrastrutture family. Come possono essere realizzati dei parcheggi, degli impianti di risalita, dei pubblici esercizi a misura di famiglia? Come deve essere attrezzato un bagno oppure parcheggio per rispondere ottimamente ai bisogni della famiglia con bambini piccoli? A tutti questi quesiti la Provincia sta cercando di dare delle risposte individuando dei specifici criteri tecnici.

Le politiche dei Comuni sono importanti per creare un territorio “amico della famiglia”. Il comune è la realtà amministrativa più vicina al cittadino e alla famiglia ed al riguardo i servizi che il comune eroga sono strategici. In Trentino il governo provinciale ha individuato degli standard che possono qualificare l’attività dell’ente locale family friendly. Gli standard sono stati sperimentati da un set di comuni pilota insieme al consorzio dei comuni e alle associazioni familiari.

Tempi del territorio. Gli interventi sui tempi riguardano tutte le azioni che sono orientate a far risparmiare tempo agli attori del sistema: famiglie, imprese istituzioni. Sono dunque politiche “time saving” che semplificano la complessità dei sistemi antropici. A titolo esemplificativo rientrano in questo ambito gli interventi riferibili alla modifica del calendario scolastico, alla creazione di servizi di prossimità; alla specializzazione della filiera dei servizi per la prima infanzia e per i ragazzi, alla messa in campo di sistemi di voucher conciliativi; alla creazione di servizi di conciliazione per l’estate, alla creazione di banche del tempo, al sostegno di attività lavorative da remoto tramite lo sviluppo del telelavoro e di telecentri...

Family Audit. Si tratta di uno standard di processo adottato dalla Provincia Autonoma di Trento che promuove lo sviluppo ed il miglioramento della conciliazione tra vita familiare e vita lavorativa attraverso l’elaborazione di misure concrete che contribuiscano a creare una nuova cultura d’impresa con il coinvolgimento di aziende pubbliche e private.

Particolarmente interessante a questo riguardo è il rapporto che esiste tra gli attori che aderiscono al “*Distretto famiglia*” e la dimensione strategica della “*responsabilità sociale*” dell’organizzazione, nata per stimolare e diffondere all’interno del mondo economico comportamenti socialmente responsabili. Altra dimensione importante del Distretto è riferita alla capacità di generare capitale sociale, inteso come risorsa della collettività e di un territorio che può identificarsi con la “*qualità della vita sociale di una comunità*” (reti, norme, fiducia...). Il capitale sociale può intendersi come lo *stock* di risorse culturali, solidali e relazionali legato alla storia e alle tradizioni del territorio. Il capitale relazionale, su cui si basa il “*Distretto famiglia*”, può dunque fungere da infrastruttura strategica per l’incrocio di domanda ed offerta, e contribuire al rafforzamento del capitale relazionale esistente, creando i presupposti per generare nuove ed inedite relazioni e consentendo l’incrocio di attese, aspettative ed opportunità tra attori che non hanno mai dialogato tra loro.

Il Distretto è innovativo e fertile in quanto sostiene il benessere della famiglia riconosciuta come risorsa che unisce e dà senso alla comunità, come “*luogo*” che realizza legami ed appartenenza, come ambito privilegiato che rafforza la coesione nella società e crea capitale sociale.

Nel “*Distretto famiglia*” converge l’azione di quattro macroattori strategici: gli interventi e le politiche della Provincia autonoma di Trento; gli interventi e le politiche del sistema delle autonomie locali; l’azione delle associazioni di famiglie e del terzo settore in generale; gli interventi, i servizi e le strategie messe in atto dagli attori economici *for-profit* e *no-profit*.

Dall’azione congiunta di questi attori territoriali discende il concetto di “*Distretto famiglia*”, ovvero di un territorio delle opportunità e delle responsabilità, che si rivolge *in primis* alle famiglie per sostenere azioni capaci di prevenire situazioni di potenziale disagio, e per promuoverne e valorizzarne l’azione stimolando nelle famiglie stesse comportamenti, ruoli e stili di vita responsabili. Queste politiche non sono rivolte al solo obiettivo redistributivo della ricchezza, ma sono funzionali a sostenere la crescita dell’economia, riducendo il bisogno e alimentando la qualità del capitale relazionale e sociale.

Assumere e fare i conti con i temi della “*qualità familiare*” sta portando progressivamente soggetti molto diversi (musei, comuni, pizzerie, impianti di risalita, alberghi, associazioni sportive, cooperative sociali, ecc.) a misurarsi con elementi e dimensioni a forte connotazione simbolico-culturale, attraverso impegnativi processi

di riflessione e nuove attribuzioni di senso e di funzioni. Domande, prospettive e ruoli inerenti la propria *mission*, i valori di riferimento, il radicamento nella comunità locale, la capacità di creare rete con gli altri attori del territorio, l'essere consapevoli che la propria attività imprenditoriale può generare capitale sociale e relazionale, stanno alimentando sempre più percorsi di costruzione e condivisione di conoscenza rispetto ad un proprio modo di essere e di fare impresa.

Per poter comprendere e apprezzare le profonde innovazioni introdotte da questa azione, si spiegherà il progetto utilizzando alcune parole-chiave.

Promozione della famiglia. La Provincia autonoma di Trento ritiene fondamentale porre al centro delle proprie politiche la famiglia, coinvolgendo tutte le risorse attivabili sul territorio provinciale per intraprendere un nuovo corso di politiche nei diversi settori d'intervento (casa, assistenza, servizi, tempo libero, lavoro, trasporti ecc.) in cui la famiglia diventa di diritto soggetto attivo e propositivo, in una logica promozionale, non più assistenziale.

Attrattività territoriale e sviluppo economico. Fare del Trentino un luogo privilegiato di valorizzazione e promozione della famiglia, un territorio accogliente e attrattivo non solo per le famiglie ma anche per tutti i soggetti che con esse interagiscono, un territorio capace di coniugare le politiche sociali con quelle orientate allo sviluppo: questo l'obiettivo alto che il Trentino si è dato e che si renderà visibile laddove - all'ingresso di un municipio, di una scuola o di un "servizio" della Provincia, di un museo o di un cinema, in un ristorante o in un rifugio, in un negozio, in un impianto sportivo, in un percorso escursionistico, in un servizio per l'infanzia o in un evento per le famiglie - comparirà il marchio "*Family in Trentino*".

Volontarietà. Il progetto "*Family in Trentino*" prevede il coinvolgimento volontario di tutte le organizzazioni pubbliche e private che sviluppano iniziative ed erogano servizi per la promozione della famiglia, sia residente che ospite. Chi aderisce al progetto non solo si impegna ad offrire servizi e prodotti di qualità, ma deve rispettare i requisiti richiesti dall'apposito disciplinare per l'attribuzione del marchio, nonché prevedere nel tempo continue azioni di miglioramento che possano rispondere in maniera coerente alle specifiche esigenze delle famiglie.

Marchio di attenzione "*Family in Trentino*" e marchio di prodotto "*Esercizio Amico dei bambini*". Le organizzazioni sensibili alla famiglia sono facilmente individuate dal marchio "*Family in Trentino*", istituito dalla Provincia autonoma di Trento e depositato presso la Camera di commercio dal 2006. Il marchio individua le organizzazioni che aderiscono al progetto "*Family in Trentino*", progetto che concorre a realizzare un Trentino attento alle esigenze e alle aspettative delle famiglie. Accanto al marchio di attenzione è stato successivamente sviluppato ed integrato il marchio di prodotto "*Esercizio amico dei bambini*", concesso ai pubblici esercizi che rispettano specifici requisiti stabiliti dalla commissione preposta all'elaborazione dei disciplinari.

Marchio di processo *Family audit*. Nell'ambito del Distretto famiglia un posto di primo piano viene dato alle politiche di conciliazione famiglia-lavoro, in particolare allo standard Family Audit, che consente di migliorare le modalità con cui un'organizzazione attua politiche di gestione del personale orientate alla famiglia. E' un processo di valutazione sistematica, documentata ed obiettiva delle politiche di gestione del personale che permette alle organizzazioni di ogni dimensione e tipologia, di individuare, attuare e valutare iniziative e azioni concrete di conciliazione famiglia e lavoro a favore dei propri dipendenti.

Operatori economici. Tutti gli operatori economici che agiscono nei diversi settori (esercizi ricettivi, ristoranti, esercizi commerciali, impianti sportivi, ...) sono chiamati ad individuare strategie comuni per migliorare i servizi offerti rispetto alle esigenze espresse dalla famiglia.

Amministrazioni comunali. In questo percorso sono coinvolte anche le amministrazioni comunali, che per poter ottenere il marchio, devono aver attuato iniziative specifiche a sostegno delle famiglie, quali ad esempio l'individuazione di politiche tariffarie, l'adeguamento del territorio, la realizzazione di percorsi protetti casa-scuola, l'attivazione di momenti formativi sui temi della genitorialità, ecc. Ad oggi sono stati assegnati i marchi di certificazione familiare ai seguenti comuni: Arco, Villalagarina, Roncegno Terme, Brentonico, Dro e Canal San Bovo, ed altre amministrazioni comunali stanno lavorando per acquisire il marchio.

Commissione provinciale. Un'apposita commissione, formalmente nominata dall'organo di governo presiede tutto il processo. Essa è composta da rappresentanti dell'amministrazione provinciale, del Forum Trentino delle Associazioni familiari, del Consorzio dei Comuni, delle associazioni economiche interessate, del mondo della comunicazione e del *marketing* turistico. È inoltre presente, in qualità di osservatore, un ente di certificazione. La commissione ha il compito di redigere i criteri di assegnazione e gestione del marchio e di individuare i requisiti obbligatori e facoltativi per l'assegnazione del marchio, i cosiddetti "disciplinari".

Monitoraggio e verifiche. Un progetto, per essere credibile, deve prevedere anche la possibilità di essere continuamente verificato. Sono così previsti tre livelli di verifica: da parte della commissione provinciale che gestisce il marchio stesso, da parte delle famiglie, che sono invitate in ogni organizzazione "*amica della famiglia*" a dare la propria valutazione sul servizio offerto, compilando le specifiche cartoline dell'"operazione ascolto" e fornendo suggerimenti e/o rilievi; infine da parte di un ente di certificazione che verificherà tutto il sistema di attribuzione del marchio.

Associazionismo familiare. Nell'ambito del progetto un ruolo rilevante viene svolto dall'associazionismo familiare. Il Forum Trentino delle Associazioni Familiari collabora alla definizione dei disciplinari, informa costantemente le associazioni familiari sui nominativi di coloro che hanno ottenuto il marchio ed effettua il monitoraggio continuo sui servizi resi dagli stessi.

Kit-Family. Il *Kit*, pensato come "cassetta degli attrezzi" per informare gli utenti che il servizio offerto è a misura di famiglia, viene consegnato alle organizzazioni che aderiscono al marchio *Family in Trentino* contestualmente all'attestato di assegnazione del marchio. Il *Kit* è composto da un manuale d'uso per il marchio; una vetrofania adesiva bifacciale per esterni; un set di cartoline per l'"operazione ascolto"; la documentazione del progetto "*Amici della famiglia*" e un espositore per i *dépliant* del progetto "*Family in Trentino*".

Sportello Famiglia. Lo Sportello si rivolge alle famiglie, alle organizzazioni che operano per le famiglie, agli enti pubblici e privati come luogo d'incontro e di condivisione di esperienze, linguaggi, problematiche, progetti. E' gestito dal Forum Trentino delle Associazioni familiari in collaborazione con il Progetto Speciale Coordinamento politiche familiari e di sostegno alla natalità della Provincia. Lo Sportello cura l'informazione continua sul progetto e sui soggetti certificati attraverso il sito dedicato www.familyintrentino.it nel quale, tra l'altro, chiunque può segnalare (nella sezione "*nomination*") le iniziative meritevoli di ottenere il marchio.

Family Club. Il "*Family Club*" è nato per riunire tra loro alcuni dei soggetti aderenti al marchio "*Family in Trentino*", per creare una rete di promozione delle organizzazioni che hanno una particolare attenzione alla famiglia quale soggetto attivo della società. Le famiglie o i singoli che utilizzeranno i servizi offerti dai soggetti marchiati aderenti al "*Family Club*" potranno ricevere un timbro sull'apposita tesserina di raccolta punti. Quando tutti i tasselli della tessera saranno stati timbrati dai soggetti del "*Family Club*", il proprietario della tessera potrà rivolgersi allo Sportello Famiglia per ricevere un simpatico omaggio. La tessera è nominale e viene rilasciata al singolo o presso lo Sportello Famiglia o presso tutti i punti *Family* aderenti al progetto.

Informazioni. La Provincia dà ampia e continua divulgazione dei nominativi delle organizzazioni che hanno ottenuto il marchio tramite il portale dedicato (www.trentinofamiglia.it), lo Sportello famiglia, la stampa istituzionale e gli altri mezzi di comunicazione.

LE ALLEANZE LOCALI PER LA FAMIGLIA IN GERMANIA: ESPERIENZE E RISULTATI

Jan Schröder
Direttore del Servicebüro Lokale Bündnisse für Familie

Alleanze locali per la famiglia – Nascita e successo di un'iniziativa di politica a favore della famiglia in Germania

Nel 2004 il Ministero Tedesco per la Famiglia, gli Anziani, le Donne e i Giovani ha avviato l'iniziativa denominata "Alleanze locali per la famiglia". Oggi, in tutta la Germania si contano 615 Alleanze locali per la famiglia con oltre 13.000 partner, tra cui oltre 5.000 aziende. Attraverso iniziative di assistenza durante le vacanze e gli orari non coperti nonché gare tra le aziende, queste migliorano la conciliazione tra attività professionale e vita familiare, influenzano la pianificazione urbanistica dei Comuni a favore delle esigenze delle famiglie, orientano i progetti comunali di gestione del cambiamento demografico. A livello regionale, influiscono sul marketing territoriale e fanno in modo che l'attenzione per la famiglia diventi un fattore competitivo a tutti gli effetti.

Oltre 5.000 progetti sono già stati realizzati, e ogni giorno il numero aumenta. Dietro questo incredibile sforzo della società si cela un segreto: i progetti non vanno solamente a beneficio delle famiglie. Anche le aziende ne traggono vantaggio, grazie a meno dal lavoro, maggiore attrattiva per i collaboratori e minore fluttuazione. Anche il territorio se ne avvantaggia, dal momento che le misure pro-famiglia fidelizzano fortemente le forze lavoro residenti sul posto, e le forze lavoro qualificate in Germania iniziano lentamente ma inesorabilmente a scarseggiare.

La prima ragione del successo dell'iniziativa è quindi che a livello locale si uniscono attori economici e sociali, perché insieme possono perseguire e soddisfare interessi economici e sociali comuni: il **principio win win** diviene così una realtà intersettoriale.

La seconda ragione del successo dell'iniziativa: **l'iniziativa è locale!** A livello locale molti influiscono sulle misure pro-famiglia di un territorio:

- Le aziende – ovvero sia i consigli di fabbrica che la direzione – influiscono sulle misure pro-famiglia del mondo del lavoro
- Le scuole determinano l'orario in cui le famiglie si alzano al mattino
- Negozi e uffici pubblici influiscono con i loro orari di apertura sull'organizzazione del tempo delle famiglie
- Associazioni, parrocchie e amministrazione pubblica definiscono le infrastrutture dell'assistenza.



Tutti costoro influiscono quindi sul fatto che i tempi e le infrastrutture siano family friendly. E se si uniscono in un'Alleanza locale per la famiglia, le conseguenze sono decisamente maggiori di quelle che si generano attraverso le disposizioni emanate a livello centrale da Berlino o dalle amministrazioni regionali. Ne è una dimostrazione ad esempio Aquisgrana (Aachen), che grazie all'impegno di una grande molteplicità di attori sta lentamente ma chiaramente diventando un "regno dei bambini". Così facendo, l'Alleanza vuole far sì che gli studenti, una volta laureati, rimangano in città e lì si creino una famiglia.

A livello locale non solo è possibile influire positivamente su molti aspetti. A livello locale la fiducia derivante dall'operato comune abbatte i confini tra i vari settori, e sempre a livello locale è più facile vivere il piacere di contribuire al fare, perché questo è lo spazio naturale per soluzioni pragmatiche e per una condivisione vissuta.

Tutti costoro influiscono quindi sul fatto che i tempi e le infrastrutture siano family friendly. E se si uniscono in un'Alleanza locale per la famiglia, le conseguenze sono decisamente maggiori di quelle che si generano attraverso le disposizioni emanate a livello centrale da Berlino o dalle amministrazioni regionali. Ne è una dimostrazione ad esempio Aquisgrana (Aachen), che grazie all'impegno di una grande molteplicità di attori sta lentamente ma chiaramente diventando un "regno dei bambini". Così facendo, l'Alleanza vuole far sì che gli studenti, una volta laureati, rimangano in città e lì si creino una famiglia.

A livello locale non solo è possibile influire positivamente su molti aspetti. A livello locale la fiducia derivante dall'operato comune abbatte i confini tra i vari settori, e sempre a livello locale è più facile vivere il piacere di contribuire al fare, perché questo è lo spazio naturale per soluzioni pragmatiche e per una condivisione vissuta.

600 Alleanze Locali per la Famiglia



600 Lokale Bündnisse für Familie



Terza ragione: quando l'iniziativa partì, vi era la sensazione diffusa che si doveva fare qualcosa per creare un contesto più family friendly. Mancava però uno **spunto concretamente utilizzabile**. Proprio questo spunto è stato creato al momento giusto con le Alleanze Locali per la Famiglia e – quarta ragione – è stato attuato con successo dall'allora ministra alla famiglia. Partner forti si sono dimostrati in tale occasione i media e i membri dell'Alleanza per la Famiglia a livello federale nonché la *Industrie- und Handelskammertag*, la Confederazione delle Camere di Commercio Tedesche e la *Deutsche Städte- und Gemeindebund*, l'Organizzazione delle città e dei comuni tedeschi.

Fin qui tutto bene. Solamente che una buona idea, argomenti convincenti, un contesto favorevole, il momento giusto e promotori forti, da soli, e anche se tutto coincide e corrisponde, non garantiscono purtroppo sempre il successo. Vorrei quindi cercare di rispondere a tre domande, facendovi addentrare nella complessità della realizzazione pratica.

1. **Come nasce un'Alleanza Locale per la Famiglia e come si sviluppa?**
2. **Come è stata indirizzata e gestita l'iniziativa?**
3. **Che ruolo può avere un Ufficio nazionale di servizi nell'ambito di una tale iniziativa?**

1ª domanda: Come nasce un'Alleanza Locale per la Famiglia e come si sviluppa?

All'inizio di ogni Alleanza vi è l'interesse di uno o più attori locali. Può essere qualcuno del Comune, un'associazione di famiglie, un'azienda, un'associazione professionale, un'associazione di beneficenza, una parrocchia, chiunque abbia interesse a partecipare attivamente per far diventare il family friendly una realtà.

E con ciò è già stato detto l'aspetto essenziale: nell'avviare un'Alleanza si tratta di passare **il più rapidamente possibile dalle intenzioni al fare concreto**. Si tratta di mettere insieme gli attori interessati, e cercare di dare insieme risposta alla domanda "Che cosa possiamo fare per rendere la situazione più a misura di famiglia a livello locale?" Già la formulazione della domanda mette in evidenza come al primo posto si collochi il fare in prima persona, e non l'avanzare richieste. In questa fase, le Alleanze non sono strutture politicamente attive, quanto piuttosto reti orientate a un determinato risultato. E le reti formate da un insieme di attori tanto variegato ed eterogeneo crescono formando una realtà solidale soprattutto attraverso l'agire comune.

In questa fase iniziale si dovrebbero evitare lunghe discussioni circa cosa debba intendersi per famiglia o con il termine "a misura di famiglia": una (falsa) partenza proprio tra gli attori del settore sociale. Forse, dopo cinque ore si sarà arrivati a una definizione, ma al tempo stesso si saranno anche persi gli attori del settore economico, interessati a vedere risultati concreti. Per realizzare una rete orientata all'azione e al risultato, questo genere di domande è decisamente deleterio.

Con l'ausilio di quesiti guida e attraverso una moderazione mirata dei primi incontri di una futura Alleanza – parliamo di circoli di iniziatori - , noi dell'Ufficio servizi sosteniamo la nascita Alleanza, aiutando ad aggirare questi ostacoli. Si tratta di mettere in piedi i primi progetti, di individuare una struttura operativa per la fase di avvio, e risvegliare il desiderio di creare un articolarsi dei tempi e un'infrastruttura a misura di famiglia in una combinazione inusuale di attori. I molti esempi positivi del settore giocano un ruolo importante, di stimolo. Così, una rete informativa si trasforma ben presto in una rete innovativa.

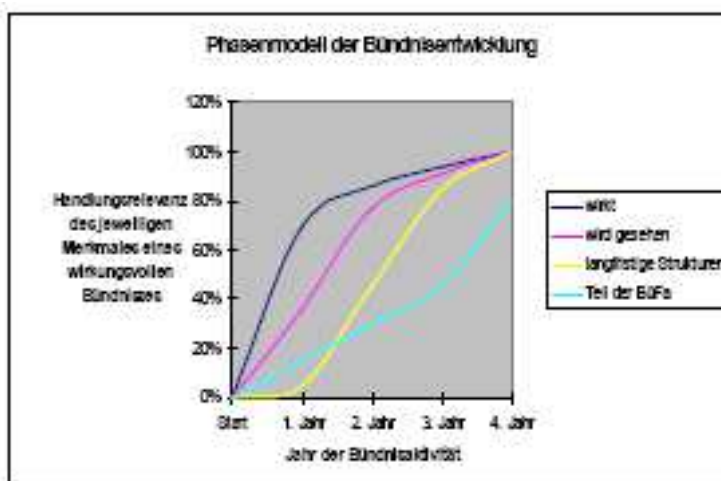
I primi passi caratteristici in un'Alleanza sono l'individuazione delle offerte esistenti e la consapevolezza delle carenze esistenti. Soprattutto le aziende reagiscono quando si rendono conto che nei periodi di vacanza o meno coperti vi sono scarse possibilità di assistenza, e volentieri si impegnano. Questi progetti sono chiari e come impresa non si viene "limitati" al ruolo del finanziatore. Molti attori del settore sociale dimenticano infatti spesso che imprenditori si diventa perché si desidera creare qualcosa, fare. E le Alleanze traggono un enorme beneficio dal fatto che le imprese contribuiscano al project management con il loro sapere, il loro know how di programmazione e le loro competenze artigianali. Più di un'assistenza durante il periodo delle vacanze diventa interessante nel momento in cui il panettiere locale apre per una giornata le porte del suo laboratorio ai ragazzi .

Come prima cosa dopo aver individuato le offerte, alcune Alleanze realizzano una guida per famiglie, vuoi su internet o in forma cartacea. Poi, ostetriche e pediatri sono un buon veicolo per far arrivare le informazioni alle famiglie: un ruolo che qui in Italia potrebbe venire svolto dalle associazioni delle famiglie più di quanto non accada in Germania.

Nella definizione della rete, quattro caratteristiche delle Alleanze di successo rivestono un'importante funzione nell'ambito dei primi passi di un'Alleanza. Li abbiamo dedotti dal lavoro pratico svolto con diverse centinaia di Alleanze.

1. L'Alleanza **funziona** – attraverso buoni progetti.
2. L'Alleanza **si dà visibilità** – sui media e nelle relazioni pubbliche locali. In tal modo si garantisce da un lato il subentrare di nuovi attori, dal momento che le Alleanze sono reti aperte con un costante avvicendamento. Il lavoro di divulgazione mette inoltre a tema le scelte a favore della famiglia, e rende così note le offerte in proposito, affinché le famiglie sappiano che esiste un nuovo servizio “nonni in affitto”, un family hotel o quant'altro.
3. La terza prerogativa: l'Alleanza possiede strutture stabili, pensate sul lungo periodo e, ad esempio, non appartiene a un determinato attore. Nelle Alleanze che funzionano è la comunità degli attori, e non l'amministrazione da sola, a decidere a cosa la rete debba dedicarsi.
4. E infine: l'Alleanza è **parte della grande famiglia delle Alleanze**, ovvero della rete di tutte le oltre 600 Alleanze che operano sul territorio tedesco. Farne parte valorizza il proprio operare e garantisce inoltre un flusso costante di buone idee da parte di altre Alleanze locali.

Queste caratteristiche ispirano lo sviluppo delle Alleanze di successo, e quindi anche la consulenza offerta dall'Ufficio servizi. L'importanza delle varie caratteristiche va modificandosi nel corso della vita di una determinata Alleanza, come illustra il modello delle fasi dello sviluppo di un'Alleanza.



Così, dopo due o tre anni quasi tutte le Alleanze entrano in una fase in cui al centro va a collocarsi l'organizzazione interna, ovvero la terza caratteristica. Il numero degli attori cresce, i compiti all'interno dell'Alleanza aumentano e vanno acquistando importanza le questioni legate all'orientamento della rete. Accanto alle prerogative delle Alleanze di successo, otto assi di sviluppo dell'organizzazione delle Alleanze forniscono un ausilio per meglio inquadrare la questione (vedi: *Servicemitteilung Entwicklungssachsen*, Comunicazione assi di sviluppo).

Al momento, aggiungiamo a tale modello una nuova dimensione: si osserva infatti come le Alleanze, che come sopra illustrato partono come reti d'informazione e di innovazione, tendono a trasformarsi sempre più in reti di comunicazione e di produzione. Il fatto è legato a due elementi fondamentali, ovvero:

- sfruttamento dei potenziali comunicativi delle reti, per dare al family friendly una base più ampia possibile, il che si dimostra efficace soprattutto nel potenziare il fattore di competitività territoriale del family friendly
- organizzazione orientata alla famiglia di processi interistituzionali, come ad esempio nella conciliazione riuscita di famiglia e lavoro per le famiglie monoparentali grazie alla collaborazione di agenzie per il lavoro, uffici giovani e strutture preposte all'istruzione e all'assistenza.

Anche nella realtà delle Alleanze si manifestano dei cambiamenti. Lentamente, ma chiaramente, va infatti trasformandosi da rete d'informazione a rete di azione. Un nuovo elemento a livello nazionale nell'ambito delle iniziative, oltre alla Giornata internazionale della Famiglia, inizia ad essere rappresentato da partnership tematiche tra Ministero Federale per la Famiglia e insieme delle Alleanze. In queste partnership in ottica evolutiva si mira ad acquisire un sapere pragmatico riferito a tematiche centrali della politica per la famiglia. In particolare, in questo momento per quanto concerne la conciliazione tra attività professionale e vita familiare per le famiglie monoparentali. Non si tratta a tale riguardo dei programmi di sostegno di antica memoria, ma di partnership vive e attive tra Federazione e Alleanze, dove ambedue contribuiscono con i rispettivi punti di forza, facendo emergere accanto alle partnership orizzontali all'interno delle Alleanze locali anche una partnership verticale tra livello locale e nazionale.



E con ciò vorrei giungere alla seguente questione

Come è stata indirizzata e gestita l'iniziativa?

Nel 2004 non si poteva prevedere dove saremmo arrivati. Allora, l'obiettivo era di vedere operative 100 Alleanze locali nell'arco di tre anni. Il numero era già stato raggiunto 10 mesi dopo, il che rendeva automaticamente superata qualsiasi pianificazione di ordine sia qualitativo che quantitativo. Il fenomeno è continuato, minacciando letteralmente di travolgere gli ideatori.

L'obiettivo era inoltre quello di dare attraverso l'iniziativa un contributo alle finalità del Fondo Sociale Europeo, soprattutto per quanto concerne la conciliazione tra famiglia e lavoro. La sfida intrinseca è qui che le Alleanze locali decidono autonomamente a quali nodi dedicarsi. Il livello federale non può influenzare direttamente il livello locale nella definizione delle tematiche, non mettendo esso a disposizione nessun fondo, e la consulenza dell'Ufficio servizi in tema di organizzazione e comunicazione non dovrebbe venire vincolata a nessuna condizione. E' proprio questa consulenza non vincolata ad alcuna condizione a rendere in ultima analisi possibile portare avanti l'iniziativa mantenendola al di sopra delle parti .

Si pone così un duplice problema di gestione:

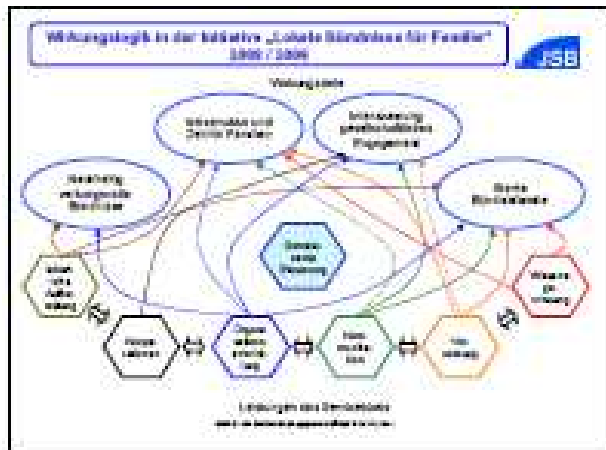
- lo sfruttamento e la promozione della **dinamica dell'iniziativa**
- la **definizione dei contenuti dell'iniziativa** senza possibilità dirette di intervento

La dinamica dell'iniziativa offre diverse possibilità:

- il puro e semplice numero delle Alleanze ha indotto un **aumento delle conoscenze** decisamente esplosivo in relazione all'attuazione pratica delle misure a favore del family friendly nonché agli aspetti teorici del lavoro in rete intersettoriale
- la rete tra le Alleanze ha consentito un'**accelerazione nel trasferimento delle conoscenze** e il lento configurarsi di un'**identità di Alleanza**, tanto che è nato il concetto di famiglia delle Alleanze e come tale ha iniziato lentamente ma chiaramente a prendere forma e vita
- le Alleanze si sono fatte sempre più interessanti sia per i governi regionali che per altri partner.

Grazie a un'impostazione orientata a una precisa efficacia l'Ufficio servizi è stato messo in condizione di reagire con grande flessibilità alle istanze in continua evoluzione. La caratteristica fondamentale è stato il costante riaggiustamento degli obiettivi cui l'Ufficio servizi doveva orientarsi. Il grafico seguente illustra questo nesso esistente tra obiettivi concreti e prestazioni spettanti all'Ufficio.





Non bisogna qui dimenticare che questo tipo di gestione è stato da un lato fattore decisivo ai fini del buon esito, ma che per le amministrazioni coinvolte a livello federale ed europeo è stata una notevole sfida, perché non sempre questi elementi rispondono appieno alla logica dell'amministrazione, di finanziamento legato a determinate prestazioni.

La definizione dei contenuti dell'iniziativa si è attuata prevalentemente attraverso i seguenti percorsi:

- comunicazione di supporto a livello nazionale per introdurre il tema nodale della "conciliazione tra famiglia e lavoro" soprattutto a livello delle aziende
- definizione mirata degli elementi di forza delle Alleanze locali nell'elaborare questo tema nodale e nel coinvolgere le aziende
- realizzazione di workshops esplorativi e definizione di partneriati di sviluppo circa tematiche fondamentali comuni dell'iniziativa e del FSE.

Il momento sostanziale di tutte queste attività di indirizzo era il **costante apprezzamento** delle Alleanze senza alcuna classifica delle loro attività. Arrivo con ciò all'ultima domanda, ovvero:

Che ruolo può avere un Ufficio nazionale di servizi nell'ambito di una tale iniziativa?

I compiti di un Ufficio Servizi sono presto detti:

- consulenza delle Alleanze locali in materia di organizzazione e comunicazione
- creazione di una rete tra Alleanze locali
- realizzazione e gestione di un sito web come base per il trasferimento delle conoscenze
- ufficio stampa e attività di divulgazione dell'iniziativa
- collaborazione con i Länder e altre istituzioni operanti a livello sovralocale
- supporto al Ministero per la Famiglia nel definire, gestire e sviluppare l'iniziativa

Si richiedono notevoli competenze nel management delle conoscenze, della gestione politica e della comunicazione nonché della consulenza di reti nell'ambito di questioni riguardanti organizzazione e comunicazione. L'expertise specifico riferito a questioni pedagogiche o economiche gioca invece un ruolo limitato.

Ai fini del successo dell'iniziativa, oltre alla competenza specifica è di fondamentale importanza una chiara individuazione e conoscenza dei ruoli. L'Ufficio servizi non è stato creato come "longa manus" del Ministero federale per la Famiglia. Per molte Alleanze si tratta infatti del "loro Ufficio servizi", che si orienta innanzitutto alle problematiche e agli interessi delle Alleanze locali stesse.

Tutto ciò tiene naturalmente conto del fatto che l'Ufficio servizi viene finanziato dal Ministero della Famiglia, e non soggiace quindi solamente a dinamiche di tipo sociale ma, non da ultimo a seguito delle incentivazioni da

parte del FSE, deve tener conto di quelle che sono le finalità del Ministero Federale per la Famiglia. Grazie a un'adeguata articolazione interna dell'Ufficio e a un forte orientamento della comunicazione agli obiettivi politici si è riusciti a vincere questa scommessa in modo tecnicamente interessante ma estremamente ambizioso, anche e soprattutto in considerazione dei variegati interessi da parte dei Länder federali e delle altre istituzioni che sostengono l'iniziativa e che da essa traggono vantaggio.

In chiusura mi sia consentito aggiungere un messaggio sostanziale.

Oltre ad essere una necessità oggettiva, le misure a favore delle famiglia sono anche una cosa che viene dal cuore! Lo potete percepire incontrando le Alleanze locali e i loro attori. Questo fattore di tipo emozionale, insieme alla fiducia, alle buone condizioni di partenza, al desiderio comune di fare, sia degli attori locali e nazionali che del management di comunicazione e organizzazione a livello sovraordinato a Berlino, rappresentano gli elementi che fanno il successo di questa iniziativa. Una sola cosa non è stata ancora ricordata: semplicemente, è una **gioia** e un piacere partecipare, e contribuire a creare la società di domani, a tutti i livelli, a beneficio della famiglia. Auguro anche a Voi qui in Italia lo stesso piacere, mettendomi a disposizione per il prosieguo di questo processo di consultazione e di implementazione.

Alleanze efficaci. Quattro prerogative per orientare lo sviluppo.

Eccole qui, le Alleanze locali per la Famiglia, nel bel mezzo della società, e spesso accompagnano il Paese lungo un percorso più a misura di famiglia. Sono a disposizione delle famiglie, dispensando consigli pratici e con azioni concrete, e creano reti tra sempre più località, istituzioni, organizzazioni, aziende e persone. Su un numero sempre maggiore di giornali e di emittenti hanno un proprio "spazio Alleanza" e conquistano sempre più spazi di dibattito.

L'Alleanza di cui siete parte attiva e ogni altra Alleanza contribuiscono a livello locale a questo cambiamenti di rotta percepibile in tutto il Paese. E, come molti altri attori all'interno delle Alleanze, anche voi potrete porvi domande del tipo: Come ci siamo riusciti così bene? Come possiamo mantenere questo percorso positivo senza perdere troppa energia? Come possiamo rendere stabili le nostre strutture, come migliorare i nostri incontri e la nostra comunicazione? Come possiamo motivare altri partner a collaborare? Come raggiungere più media? Come trarre maggiormente vantaggio dalla rete federale delle alleanze? E, che accenti vogliamo porre in futuro nel nostro lavoro?

Nel rispondere a questi quesiti circa l'evoluzione futura del lavoro di Alleanza e delle strutture, possono fornire un'utile indicazione le quattro prerogative tipiche delle Alleanze di successo. Tali prerogative si fondano sul patrimonio di esperienza della rete delle Alleanze e sui risultati dello studio Prognos sul beneficio economico delle Alleanze. Essi riassumono gli elementi importanti ai fini del lavoro, che cosa le rende efficaci nel tempo: in pratica, in base a cosa ci si rende conto che un'Alleanza è efficace.

"L'Alleanza efficace opera, è visibile, ha strutture stabili e di ampio respiro e appartiene alla rete delle Alleanze".

Che cosa significa, in concreto, per l'Alleanza in cui siete attivi?

Le quattro caratteristiche possono aiutarvi a vedere con maggiore chiarezza gli elementi di forza e le opportunità della vostra Alleanza nei diversi ambiti. In tal modo si crea – quasi come guardando in uno specchio – un'immagine complessiva comune dell'Alleanza.

Così, in quest'immagine potreste accorgervi che nel vostro caso il fulcro del lavoro è il concetto "**opera con efficacia**", con molti progetti concreti come i servizi erogati dai nonni, la formazione part-time, i circoli di lettura o una mensa per i bambini.

E la vostra Alleanza "**ha visibilità**", con accattivanti campagne PR, numerosi articoli sulla stampa e una "vetrina" propria, avete conquistato una collocazione fissa all'interno del panorama mediatico locale. Queste

prerogative vi aiutano anche a individuare con chiarezza eventuali difficoltà, zone “d’ombra” e possibili ostacoli senza perdere di vista il contesto generale.

Così, ad esempio, lo sguardo rivolto alla caratteristica “**l’Alleanza possiede strutture stabili e di ampio respiro**” potrebbe evidenziarvi che non stanno praticamente entrando nuovi partner attivi o che i coordinatori iniziano a poco a poco a essere stanchi di fungere sempre da “tuttofare”.

La caratteristica “**l’Alleanza appartiene alla rete**” dovrebbe fare capire a voi e ai vostri partner quanto il lavoro sin qui fatto abbia tratto vantaggio dalle esperienze, dai consigli e dal sostegno delle altre Alleanze. E incoraggiarvi perché in futuro non solo possiate sfruttare ancor più le altre Alleanze, l’iniziativa con le vostre manifestazioni, pubblicazioni e campagne, ma anche perché trasmettiate a vostra volta ancora più delle vostre conoscenze e possiate supportare altre Alleanze.

Dipende da voi che cosa, di queste quattro prerogative, ritenete sia importante per il vostro lavoro attuale, che cosa vi pare particolarmente utile per il cammino futuro, dove vorreste puntare per l’ulteriore sviluppo e che cosa cambiare in concreto nel vostro operato. L’Ufficio servizi sarà lieto di elaborare insieme a voi una soluzione su misura.

Un’Alleanza per la Famiglia efficace

- **... opera**
 - può dimostrare effetti positivi in ordine a una situazione più a misura di famiglia
 - partecipa attivamente e con continuità a creare una situazione a misura di famiglia a livello locale
 - è attiva in più ambiti operativi
 - può individuare diverse soluzioni innovative e stimolanti
 - va a beneficio di tutti gli interessati
- **... ha visibilità**
 - Crea occasioni mediatiche
 - Viene considerata da media locali e regionali
 - Coinvolge i media nel lavoro di rete
 - Può essere palcoscenico esemplare per l’iniziativa a livello federale o per i suoi attori oppure essere essa stessa attore significativo
- **... possiede strutture stabili e di ampio respiro**
 - Coinvolge molteplici attori forti
 - È aperta ad altri attori e altre tematiche
 - Opera attraverso partner forti ed efficaci
 - Possiede strutture, iter e modalità di comunicazione affidabili e trasversali rispetto agli attori
 - Possiede un fulcro supportato da più attori, che garantisce la salvaguardia delle strutture operative anche in assenza di alcuni attori
 - Consente un operato comune
 - Crea un clima di fiducia tra gli attori
- **... appartiene alla rete delle Alleanze**
 - È attivamente collegata con la rete nazionale
 - Si avvale delle conoscenze e delle iniziative della rete
 - Segue una cultura dell’informazione aperta verso l’esterno
 - Partecipa attivamente e visibilmente alle manifestazioni dell’iniziativa.

Definire meglio una presenza, sviluppare l’organizzazione dell’Alleanza

Otto assi di sviluppo per un migliore inquadramento

In tutta la Germania, centinaia di Alleanze locali per la Famiglia sorpremono continuamente per la loro capacità di proporre progetti innovativi e soluzioni accattivanti. Family hotel, parchi giochi “intergenerazione” o iniziative di presa in carico: molte le cose che le Alleanze inventano per rendere il contesto locale più a misura di famiglia. E qui, con il tempo, vanno prendendo forma modalità molto diversificate di organizzazione e comunicazione delle Alleanze. Per acquistare coscienza di queste differenze e del loro funzionamento, l’Ufficio servizi ha identificato quattro assi di sviluppo in collaborazione con le Alleanze. Tali assi definiscono otto coppie di caratteristiche che servono per guardare al definirsi della propria Alleanza e per svilupparla ulteriormente. “Come si articolano i processi decisionali all’interno della nostra Alleanza?”, “Come è organizzato il flusso delle informazioni”, “Come è composto l’insieme degli attori?”, “Come si articolano i contenuti della nostra Alleanza?”. Sono tutte domande per rispondere alle quali queste assi di sviluppo possono fornire utile supporto. L’utilizzo è semplicissimo: Valutate insieme il profilo della vostra

Alleanza basandovi su queste coppie di caratteristiche, ad esempio chiedendovi: “La vostra Alleanza si presenta più chiusa? Oppure è articolata più in modo aperto? Come funziona la gestione? Piuttosto decentrata? O invece centralizzata?” Le risposte consentono di ricavare eventuali raccomandazioni operative miranti ad adeguare conseguentemente organizzazione e comunicazione dell’Alleanza.

APERTA

CHIUSA

←1..... →

L’Alleanza è sempre pronta ad accogliere nuovi attori con le loro idee, istituzioni e risorse

L’entrata di nuovi attori e di nuove idee è sottoposta a regole precise

GESTIONE CENTRALIZZATA

GESTIONE DECENTRATA

←2..... →

Le decisioni riguardanti l’operatività dell’alleanza vengono prese a livello centrale da un attore o da un gruppo di attori definito

Le decisioni riguardanti l’operatività dell’Alleanza vengono prese a livello decentrato da attori singoli o da gruppi esistenti e attuate autonomamente in base alla “coscienza del gruppo”

BASATA SULL’INSIEME DELLA SOCIETA’

ORIENTATA AD ATTORI SINGOLI

←3..... →

Attori di gruppi sociali diversi si impegnano all’interno dell’Alleanza e contribuiscono con una molteplicità di prospettive diverse e possibilità di azione

Attori di un’unica estrazione sociale o istituzionale caratterizzano in maniera decisiva l’operato delle Alleanze attraverso le loro prospettive e le loro risorse

“EFFETTI DELL’OPERATO DELL’ALLEANZA” IN SENSO LATO

“EFFETTI DELL’OPERATO DELL’ALLEANZA” IN SENSO RISTRETTO

←.....4.....→

Gli effetti diretti e indiretti dell'operato delle Alleanze vengono considerati come facenti parte dell'alleanza stessa e come tali resi noti e apprezzati. Tra gli effetti diretti si possono considerare ad esempio un clima a misura di famiglia, la nascita di nuove proposte per la famiglia o nuovi pattern comportamentali da parte di attori dell'alleanza all'interno del rispettivo contesto istituzionale

Vengono considerati come facenti parte dell'Alleanza solamente gli effetti diretti dei propri progetti

**PREDOMINANZA
DELL'ALLEANZA**

DELL'IDENTITA'

PREDOMINANZA DELL'IDENTITA' DEGLI ATTORI

←.....5.....→

Gli attori dell'Alleanza si considerano parte di un insieme comune e si presentano verso l'esterno con il nome dell'alleanza (p.es. alle conferenze stampa). L'identità dell'Alleanza è vissuta attivamente (p.es. creando un logo)

Gli attori dell'Alleanza la considerano una piattaforma di lavoro efficace che consente loro di dare visibilità alle loro istituzioni o alla loro persona

**BASSO GRADO DI INTERCONNESSIONE
INTERNA**

ALTO GRADO DI INTERCONNESSIONE INTERNA

←.....6.....→

Il contatto esiste con gli attori con cui si collabora direttamente. La capillarità dei contatti all'interno dell'Alleanza è bassa.

All'interno dell'Alleanza tutti si conoscono, anche al di là dei "confini dei singoli gruppi di lavoro" e nodi d'interesse. La capillarità dei contatti all'interno dell'Alleanza è alta

BASSO GRADO DI INTERCONNESSIONE ESTERNA ALTO GRADO DI INTERCONNESSIONE ESTERNA



Non si ricerca attivamente il contatto con altre Alleanze. Non si perseguono iniziative comuni con altre Alleanze

In molti ambiti operativi l'Alleanza ricerca attivamente il contatto con altre alleanze, vuoi partecipando a incontri regionali e di rete, vuoi trasferendo conoscenze tra gli attori con uguali compiti e avviando iniziative comuni con altre alleanze

SPONTANEA

COORDINATA



Gli attori sono fortemente motivati, si impegnano autonomamente e avviano iniziative volte a rendere il livello locale più a misura di famiglia

Gli attori operano in maniera coordinata sulla base di impulsi interni

LE ALLEANZE TERRITORIALI PER IL BENESSERE FAMILIARE

Perché il “Territorio” torna ad essere importante?

Riflessioni sulla organizzazione dello spazio sociale e sui mutamenti del welfare

Riccardo Prandini

Facoltà di Scienze politiche – Università di Bologna

In un convegno dedicato ai “Territori amici della famiglia”, non dovrebbe mancare una riflessione sociologica sul concetto-pratica di territorio. Il pericolo di dare per scontato il “territorio” è sempre in agguato, soprattutto in Regioni e Province dove la “terra” e le sue tradizioni hanno ancora un forte significato politico e culturale, quasi di palinogenesi. In questo breve contributo voglio cominciare, in modo del tutto sperimentale e tentativo, una riflessione sulla rinnovata importanza del concetto-esperienza di territorio per le politiche sociali, in particolare per quelle rivolte alla famiglia. È infatti piuttosto evidente che se nel decennio passato il concetto di “luogo” - inteso come porzione di terra abitata e vissuta attraverso relazioni interumane dense, concrete e tra presenti - è stato spesso e volentieri sostituito da quello di “spazio” - inteso come luogo geometrico dove sono possibili relazioni tra non presenti mediate dai media - oggi assistiamo a un rivincita del luogo come porzione di territorio ad alta qualità relazionale. Tutta l'ideologia – non la realtà – della “globalizzazione” è stata propagandata come possibilità di occupare lo “spazio” senza doverlo davvero abitare. Essere qui o là non faceva differenza potendo essere dappertutto, dove questo nuovo spazio non aveva una qualità tale da distinguerlo da altro. La “casa”, il “territorio”, l'abitare erano derubricati come vecchie tradizioni premoderne; come le pratiche e le esperienze di chi non era in grado di muoversi, di viaggiare, di essere “mobile”. La mobilità era equiparata alla libertà, alla opportunità, alla variazione, mentre la residenzialità era avvicinata al vincolo, alla necessità e alla abitudinarietà. Naturalmente solo il polo della mobilità era valutato positivamente, mentre quello dell'immobilità era svalutato come negativo. Tutta l'ideologia dello “sradicamento”, della

delocalizzazione, della ricerca di opportunità è stata vissuta come un nuovo “far west”, ora però piuttosto rivolto all’Ovest. In pratica il viaggiare, lo spostarsi, il raggiungere altri luoghi, il permanere nello spazio, sono diventati i nuovi valori. Il manager della multinazionale che vola da un capo all’altro del globo è diventato il nuovo eroe. Il *frequent flier* era il nuovo argonauta. Al massimo poteva decidere di passare qualche fine settimana in una bella “località” turistica, magari ben protetta da mura alte e polizia privata come nelle mega ville fortificate. Il massimo era però vivere su una barca, massimo esempio di sradicamento e libertà, e poter raggiungere in qualsiasi momento qualsiasi luogo, magari decollando in elicottero. Da questa temperie culturale sono emerse anche le discussioni sui non-luoghi e sugli iper-luoghi (aeroporti, mall, ipermercati, musei, etc.), entrambi esempi della crisi del luogo e della vittoria dello spazio.

Oggi il mito dello spazio delocalizzato e della sua infinita percorrenza, viene nuovamente sfidato dal *mettere radici*, dalla relocalizzazione, della qualità dell’abitare (di cui è indice anche l’aumento della spesa delle famiglie per l’arredamento e per la manutenzione della casa). Non è un caso che dentro la crisi finanziaria ed economica di questi giorni, due notizie abbiano tenuto banco: il possibile ritorno della Fiat nel Sud Italia e gli investimenti del Governo in “reti di imprese” e “distretti economici” a fiscalità agevolata. E non è un caso se la lotta all’evasione fiscale si gioca anche nella ricerca di conti correnti nelle cosiddette “zone franche” o “paradisi fiscali” – spazi puri - per riportare i denari proprio sul territorio nazionale. Per ultimo, ma non meno importante, l’emergere di una riflessione sulla “distrettualizzazione” del territorio, dove per distretto etimologicamente si intende una prassi-prodotto di restringimento (*distringere*) dello spazio, delimitato e reso omogeneo al suo interno in quanto orientato a determinate funzioni. Perché questo “ritorno”, questa rivincita del territorio? In breve possiamo dare almeno due spiegazioni, la prima di tipo astratto e antropologico, la seconda di tipo storico-sociologico.

Innanzitutto la rilocalizzazione dipende dal fatto elementare che l’essere umano è sempre simultaneamente e necessariamente mobile e residenziale. Non si può abitare in una sede mobile, occorre fermarsi per vivere nel quotidiano. Neppure i più reali eredi delle culture nomadi, i “commerciali” che viaggiano da un capo all’altro del pianeta, possono realmente fare dell’aereo e della macchina la loro casa. L’abitare, il riposo, la relazione familiare e intima, richiede una sede, una casa. E la casa richiede un indirizzo a cui potersi rivolgere, un modo di riconoscimento che serva a collegare relazioni, la residenza. Non si possono invitare gli amici ad un barbecue in aereo o nella propria *station wagon* (oggi SUV). Così come normalmente è difficile mettere “su famiglia” in un albergo. L’identità necessita sempre del risiedere, della raggiungibilità, della relazionalità che a sua volta necessita di “luoghi” vitali, cioè di un *ethos*. Lo stesso vale per la vita delle aziende e anche per le politiche sociali. Per poter essere riconoscibili e per poter operare insieme ad altri, occorre fermarsi e interagire. D’altra parte la “residenza” è un obbligo di legge e non per caso. Risiedere significa condividere, apprendere, com-prendere, tutte attività che necessitano proprio del “dividere”-“prendere” una parte di uno spazio, che si così fa luogo organizzato. E questo risiedere, qui sta il punto, è sempre più misurato-valutato dai cittadini in termini di qualità del territorio. Non solo quindi per vivere occorre accasarsi, territorializzarsi, risiedere. Occorre anche farlo in un luogo che sia “attraattivo” sotto diversi punti di vista: sociale, economico, civile, culturale, etc. Ecco quindi che emerge la sfida della *qualità* del territorio, una qualità che non può limitarsi a una sola e semplice logica (economica, politica, culturale, etc.), ma che deve includere più criteri e qualificazioni. È ormai chiaro che un territorio forte soltanto economicamente, “brucia” altri tipi di qualità del vivere, per esempio quella “familiare” e del tempo libero. Un territorio forte solo civicamente, può bruciare risorse economiche e culturali, etc. Ed è altrettanto chiaro che gli amministratori dei territori, hanno tutto il vantaggio a richiamare sul proprio suolo i migliori capitali, non solo economici, ma anche sociali e umani. La qualità di vita è dunque in funzione del tipo di cittadini che vi risiedono, dei loro capitali privati, ma anche delle risorse organizzate istituzionalmente in quel luogo. La programmazione e progettazione del territorio, torna così ad essere una variabile fondamentale per spiegare il tipo di residenza e la sua qualità.

La seconda spiegazione della rivincita del territorio sullo spazio uniforme della globalizzazione, ha a che vedere con lo sviluppo della società che, per motivi di sintesi estrema, possiamo classificare secondo il suo tipo di differenziazione. La teoria sociologica ci insegna che si sono sino ad oggi succedute tre forme di differenziazione sociale: la differenziazione per segmenti nelle società arcaiche e primitive; la differenziazione

per strati (differenziata a sua volta in “Centro” e “Periferia!”), tipica della fase pre-moderna della storia occidentale; e la differenziazione per funzioni, tipica della società attuale, quella Moderna (poi “tardo”, “post”, “dopo” moderna a seconda delle dizioni in auge e delle teorie che le sostengono). Lasciando perdere il primo tipo di società, focalizziamo l’attenzione sulle società pre-moderne e poi moderne. Fornisco uno schema dei rapporti tra diverse variabili che a mio parere possono aiutare alla interpretazione della rivincita del territorio sullo spazio globale indifferenziato.

Tipo di società	Pre-moderna
Tipo di differenziazione	Per “strati sociali”
Valore sociale di riferimento	La tradizione, il passato
Riflessività tipica degli attori sociali	Comunitaria
Tipo di razionalità	Abitudinaria, razionalità della tradizione
Soggetto sociale prevalente	Il “Noi” della cerchia d’appartenenza in cui si nasce, gli anziani
Tipo di Spazio	Fortemente definito sia socialmente (luogo di interazione fisica) che temporalmente (si vive tutta la vita su quel territorio)
Modalità di circolazione delle persone	Statica, residenziale
Metafora dell’abitare	Radice, radicamento, permanenza
Tipo di inclusione nella società	Nello strato sociale di nascita ascritto; iscrizione in una sola grande appartenenza che qualifica tutte le altre; affiliazione
Metafora della Famiglia	Cellula base del sociale, corpo organico e gerarchizzato; seminario della cosa pubblica
Relazione tra spazi e luoghi della società	Cerchie concentriche; “dalla famiglia al Comune”
Tipo di capitale sociale	Bonding (tra individui socialmente simili)
Tipo di benessere e metafora della propria realizzazione personale e sociale	Auto-sussistenza, solidità degli “averi”; “vita buona” entro la propria cerchia vitale da cui non si vuole evadere (permanenza)
Luogo prevalente di impegno sociale	Famiglia e comunità allargata di riferimento; strato sociale ascritto
Istituzione politica integrativa	Il “Paese” (periferia) e il “Comune” (centro)

Quando questa società pre-moderna entra in crisi, viene sostituito da una nuova forma sociale, dovuta alla differenziazione per funzioni.

Tipo di società	Moderna
Tipo di differenziazione	Per funzioni specifiche
Valore sociale di riferimento	Futuro, progresso, crescita
Riflessività tipica degli attori sociali	Autonoma, individuale
Tipo di razionalità	Razionalità strumentale
Soggetto sociale prevalente	Self-made man, maschio e adulto
Tipo di Spazio	Debolmente definito sia socialmente (spazio di interscambio virtuale e specializzato per funzioni) che temporalmente (si cambia spazio di vita all’occorrenza e per opportunità)
Modalità di circolazione delle persone	Mobile, trasferimento, trasloco, delocalizzazione
Metafora dell’abitare	Rizoma, spostamento, sradicamento
Tipo di inclusione nella società	Nei diversi sottosistemi sociali differenziati per funzioni; Policontestualità; nessuna appartenenza

	definisce l'identità; disaffiliazione
Metafora della Famiglia	Relazione scelta, convivenza, sfera degli affetti
Relazione tra spazi e luoghi della società	Cerchie intersecantesi, dal proprio "io" al "Pianeta" senza soluzione di continuità; reti di comunicazione
Tipo di capitale sociale	Bridging e Linking (tra individui diversi e tra istituzioni)
Tipo di benessere e metafora della propria realizzazione personale e sociale	Crescita economica; liquidità e invertibilità degli "averi"; "fitness" entro le diverse cerchie sociali che si frequentano e in cui simultaneamente si vuole vivere; "scalata" verticale verso lo status socio-economico più elevato (ascesa economica)
Luogo prevalente di impegno sociale	Sfera economica e professionale
Istituzione politica integrativa	La Città e lo Stato

Come è facile osservare si tratta di due "mondi" per certi versi antitetici, l'uno emergente dalla crisi e dalla catastrofe dell'altro. Ciò che mi preme sottolineare, non avendo spazio per descrivere i due tipi di società e il passaggio dall'una all'altra, è: 1) il rapporto tra di esse da un lato, 2) l'istituzione "integratrice" e il tipo di politica sociale, dall'altro. Se nella società pre-moderna l'istituzione integratrice è data, almeno nel nostro Paese, proprio dal "Comune" (e comunque dai territori politicamente organizzati) e la politica sociale è ancora "invisibile" seppure presente (si pensi a un Comune tipo come la Siena medievale, con la sua divisione politico amministrativa in contrade ognuna delle quali era responsabile per il benessere dei residenti), tutto cambia con quella moderna. In essa tutto il tessuto comunitario precedente, con le sue funzioni di controllo, cura, prevenzione ed esclusione dei pericoli, viene assorbito prima nelle Città, poi negli Stati. Solo allora la politica sociale diventa una pratica esplicita, che valorizza la logica dell'assistenza agli individui ormai diventati singoli cittadini. La Modernità si presenta quindi come tentativo di sfruttare al massimo la logica sradicante del Capitale e dell'economia (si pensi solo alla separazione tra luogo di lavoro e di vita, un tempo identificabile nella sfera familiare, ora identificabile nella industria e nella abitazione privata sempre più piccola) con quella *riparativa* e politicamente inclusiva dello Stato e del *welfare state*. È questo tipo di modernità che, con le sue logiche simultanee di controllo e libertà, facendo leva sull'asse stato-mercato, genera prima l'internazionalizzazione e poi la globalizzazione. Quando però queste si dispiegano in modo illimitato, proprio le due istituzioni portanti, Stato e Mercato, falliscono nel tentativo sempre instabile di allearsi: il mercato globale non tollera confini, controlli e vincoli che invece sono proprio le caratteristiche base dello Stato. L'economia non tollera più i confini e le regole territoriali dello stato e si autonomizza da esso. Si pensi solo alla libera circolazione dei lavoratori in Europa e ai paradossi che genera e genererà. La modernità che si fa globale, fallisce il suo compito emancipativo per impossibilità di governare politicamente la crescita e gli appetiti degli "spiriti animali" capitalistici. Le numerose crisi cui stiamo assistendo, che definire solo "finanziarie" è semplicemente riduttivo, certificano la crisi definitiva del modello Moderno globalizzato a spinta politico-economica. Sotto la pressione delle crisi, anche il *welfare state* implode per scarsità di mezzi, incapacità di programmare le politiche e per miopia nel non includere altri attori nel sistema del benessere. Così anche l'ideologia della "protezione" statale, molto costosa dal punto di vista dei bilanci pubblici, viene presa in contropiede da quella capitalistica del rischio e dell'investimento. Il welfare diventa "spesa" e non investimento, tanto che i Paesi con debiti pubblici elevati vengono presi di mira dagli speculatori. Muore il sogno di una sorta di cosmopolitismo economico senza radici, del vivere ovunque come se fosse lo stesso luogo, delle residenze fortificate e della urbanizzazione spinta.

Cosa rimane dopo questa crisi? Soltanto macerie o nuovi valori? Emerge, questa la mia ipotesi, la possibilità di un nuovo modello sociale che si radica nuovamente nel territorio che torna a ad essere un valore su cui investire. Ora sono i processi di *valorizzazione* dei territori a diventare protagonisti. Tra il "globale" delle mega-città finanziarie e le favelas o i suburbi marginalizzati (tipico effetto delle prime), viene emergendo un nuovo spazio che si fa *territorio* e nuovo modo di *abitare*. Di questo novità possiamo tracciare un sintetico identikit.

Tipo di società	Dopo Moderna
Tipo di differenziazione	Meta-funzionale e relazionale
Valore sociale di riferimento	Il presente come linea di sviluppo futuro; crescita sostenibile; progresso come equilibrio ecologico
Riflessività tipica degli attori sociali	Meta-riflessività
Tipo di razionalità	Razionalità al valore
Soggetto sociale prevalente	Soggettività sociali; persona nel suo contesto relazionale
Tipo di Spazio	Fortemente definito sia socialmente (spazio di interscambio interpersonale, via mezzi di comunicazione) che temporalmente (approfondimento dei legami tra territori affini)
Modalità di circolazione delle persone	Spiraliforme (approfondimento delle proprie scelte); ricerca del luogo dove trovare la propria realizzazione, rilocalizzazione
Metafora dell'abitare	Spazio "frattale"; viaggio come esperienza di crescita; ri-radicalamento
Tipo di inclusione nella società	Nei diversi sottosistemi sociali differenziati per funzioni e collegati per relazioni; meta-contestualità; multi-appartenenza come pratica di <i>metissage</i> e di <i>crossing</i> tra identità.
Metafora della Famiglia	Famiglia è una scelta che viene però riconosciuta come tale dalla società, distinta e trattata in modo diverso da altre forme di relazione intima
Relazione tra spazi e luoghi della società	Cerchie intersecatesi e auto-differenziate, dal proprio "Io" al "Pianeta", attraverso comunità scelte; reti di relazioni
Tipo di capitale sociale	Bonding, Bridging e Linking
Tipo di benessere e metafora della propria realizzazione personale e sociale	Crescita bilanciata di beni privati, pubblici, relazionali e comuni; qualità delle relazioni come contesti di crescita; capacità di condurre una vita equilibrata e sana; "approfondimento" a spirale di una scelta di vita
Luogo prevalente di impegno sociale	Sfera civile e spazi pubblici
Istituzione politica integrativa	<i>Governance</i> tra livelli diversi di spazi politico-amministrativi

È in questa logica di ri-radicalamento che emergono le nuove logiche relazionali che connettono la famiglia alle altre sfere e alle esigenze sociali del territorio. Questo diventa il nuovo spazio-luogo dove la famiglia può abitare ricercando una nuova qualità di vita. In questo contesto, che non è né semplicemente globale né localistico, bensì un "locale" percorso dal globale e dalle sue esigenze, ogni agenzia e attore sociale, sia esso una azienda, l'amministrazione pubblica, il terzo settore, etc., deve ri-orientare la sua azione al criterio familiare/non familiare, laddove il primo polo sta a significare la *valorizzazione*, nella relazione, della famiglia. Per fare un solo esempio: una azienda che agisce sul territorio, potrà operare con riguardo alle famiglie (dei suoi dipendenti) cercando di facilitarne il loro benessere interno/esterno, oppure potrà essere neutrale o addirittura contraria a tale "cura". Nel primo caso si tratterà di una azienda "amica della famiglia", nel secondo invece no. Attraverso il codice familiare/non familiare il territorio, i suoi attori e la loro *governance* si ri-orientano alla valorizzazione della qualità di vita familiare.

Una delle possibilità di questa nuova “territorializzazione”, è la genesi dei “distretti famiglia”. Con questo termine si intende, nella accezione trentina, un “circuito economico nel quale attori diversi per ambiti di attività e finalità operano con l’obiettivo di promuovere e valorizzare la famiglia e sostenere il benessere di persone e famiglie”. In pratica si tratta di un insieme di attori pubblici, privati e di terzo settore che volontariamente aderiscono a standard e protocolli d’azione volti a generare benessere familiare o comunque sensibili alla famiglia. L’idea pare molto interessante e promettente perché collega il concetto di distretto – spazio delimitato con una identità specifica – e quello di benessere familiare con quello di qualità dei processi/prodotti che ivi si sviluppano. Sono però possibili due declinazioni di distretto famiglia, molto diverse tra di loro: una ancora del tutto “moderna” e a trazione politico-economica e una dopo-moderna e a trazione societaria.

Nella prima accezione il processo di distrettualizzazione è guidato prevalentemente da logiche economiche e politiche e da loro mix. In questo modello il “distretto famiglia” è un tipo di distretto che viene, per così dire, posto *di fronte e accanto* ad altri “distretti”. Si assiste quindi a una proliferazione di etichette distrettuali, senza alcuna vera connessione e *governance*. Questi distretti si sovrappongono e si rubano risorse l’uno con gli altri: al limite ogni assessorato o ogni lobby politico-sociale, avrà il suo “distretto”: distretto economico; distretto politico-culturale; distretto familiare; distretto sociale; distretto sanitario, etc. Ognuno di questi distretti gestirà attività e progetti individuali, isolati, non in rete, oppure in rete soltanto dal punto di vista politico-amministrativo. Ogni distretto creerà i propri standard di valutazione, i propri obiettivi, valori, norme regolative. Ma in questo modello, di tipo meramente aggregativo, a sviluppo incrementalistico evolutivo, dove viene mantenuto ciò che resiste pragmaticamente, manca completamente l’idea di una vera rete di attori collegati secondo una logica familiare. La sua logica sarà meramente di censimento di attività e di certificazione delle stesse, senza che però la distinzione familiare/non familiare diventi la distinzione direttrice del distretto, il suo reale meta-codice. In questo tipo di “distrettualizzazione” vige la logica della rete capitalistica e politica, quella che Boltanski ha chiamato “città per progetti”, cioè il tentativo sempre pragmatico e contingente di collegare tanti micro-progetti che si spera, possano formare una massa critica meccanicamente generante un nuovo “benessere”. È però facilmente ipotizzabile che gestire distretti così diversi, alla ricerca di sempre nuove risorse e in competizione, anche di legittimazione, tra di loro, non porterà facilmente a una nuova qualità familiare del territorio. Anzi la famiglia potrebbe: 1) *sparire* come relazione *sui generis*, dovendo lasciare spazio a tutte le sollecitazioni che i diversi distretti indirizzano agli individui o a categorie di individui (lavoratori; pazienti; cittadini; utenti; etc.); 2) essere parcellizzata e decostruita dalla *congerie* non collegata delle iniziative che, senza un vero governo, esplodono sul territorio.

Nella seconda accezione, invece, il territorio si distrettualizza familiarmente in modo tale che la distinzione familiare/non familiare divenga la “direttrice” di ogni intervento e operare dei diversi attori. In questo caso c’è solo un territorio e solo un distretto famiglia, organizzato economicamente, politicamente, culturalmente, sanitarmente, socialmente, etc., dove ognuna di queste funzioni e dei loro attori, si collega alla altre e tutte insieme riflettono il meta-codice familiare/non familiare. Potremmo parlare di processi di “trans-distrettualizzazione”, laddove si intende che ogni sotto-distretto si collega a modo suo al meta-distretto familiare che diviene la bussola del progetto. Potremmo anche parlare di “distretto frattale” laddove ogni attore e ogni logica operativa presente sul territorio, elabora al suo interno la distinzione familiare/non familiare. Un distretto economico, quindi, elaborerà i suoi modi di familiarizzarsi, come un distretto sanitario o culturale, etc. L’insieme di questi orientamenti alla famiglia generano il meta-distretto familiare che, a differenza del primo modello, non procede per aggregazione o per incrementi sconnessi, bensì lascia emergere la nuova qualità familiare come criterio discriminante per valorizzare o meno i processi/prodotti che vanno generandosi. Chiaramente questo modello necessita di una decisione politica molto precisa e discriminante: orientare le politiche di sviluppo sostenibile alla qualità della relazione, in primo luogo familiare. Tutto lo sviluppo del territorio verrebbe così governato “familiarmente”, producendo una nuova cultura della relazione. Il meta-distretto familiare così concepito necessita di un profondo lavoro di re-difinizione delle identità e delle responsabilità di ogni attore (politico-amministrativo, economico, culturale, sanitario, scolastico, etc.) e di ripensamento del modo di allearsi tra questi attori che diventa ciò che maggiormente conta. La rete che ne deriva deve essere riflessiva e sussidiaria, capace cioè di orientamento reciproco per il bene comune. Ne deriva anche una ridistinzione dopo-moderna della cittadinanza e dei suoi attori, non più solo individuali (il

cittadino-individuo), ma anche collettivi. E ognuno dei nodi che costituisce la rete deve agire secondo una logica di *peer review* e di *tutorship* reciproca per “insegnare” agli altri come essere familiare, a modo loro. Non si tratta quindi tanto di creare “reti di città” o di “distretti amici della famiglia”, quanto piuttosto di innescare relazioni di mutuo apprendimento e scambio di buone prassi tra territori. Solo così, questa l’idea conclusiva, il distretto famiglia (o meglio il meta-distretto) sarà la bussola per uno sviluppo umano del territorio e non una “mappa” tra le altre da riempire di “bandierine”, come se si trattasse di fortezze conquistate.

L’ALTA RENDENA: PRIMO “DISTRETTO FAMIGLIA” DEL TRENTINO

Luisa Masè

Funivie Pinzolo SpA – aderente “Distretto famiglia Alta Val Rendena”

Il progetto di Distretto Famiglia per l’Alta Rendena nasce da un felice ancorché insolito incontro tra Funivie Pinzolo SpA e il Progetto Speciale per il Coordinamento delle Politiche Familiari e di sostegno alla Natalità della Provincia di Trento: il Distretto rappresenta un’evoluzione decisiva rispetto alle iniziative di marketing, ai servizi e al lavoro condotto in questi ultimi anni da parte di Funivie Pinzolo e da altri singoli operatori, introducendo innanzitutto la dimensione territoriale e il coinvolgimento di una pluralità di soggetti, pubblici e privati.

I soggetti aderenti

L’Accordo volontario per fare dell’Alta Rendena un Distretto Famiglia, firmato alla metà di gennaio dopo un trimestre intenso di contatti, verifiche, individuazione dei partner e dei contenuti operativi, viene sottoscritto da:

- la Provincia Autonoma di Trento;
- i comuni di Pinzolo (3000 abitanti), Carisolo (950 abitanti), Giustino (700 abitanti) e Massimeno (100 abitanti);
- Funivie Pinzolo SpA;
- Scuola Italiana di Sci Pinzolo;
- Rifugio Doss del Sabion e Ristorante Prà Rodont;
- Azienda per il Turismo SpA;
- Unione commercio artigianato servizi (UCAS);
- La Cassa Rurale di Pinzolo.

Da subito si è aggregato, condividendone gli obiettivi, il Parco Naturale Adamello Brenta.

Gli obiettivi

L’Accordo si prefigge di:

1. implementare i processi di responsabilità territoriale familiare, sperimentando nuovi modelli di collaborazione tra i diversi soggetti aderenti;
2. dare attuazione ai contenuti del *Libro Bianco sulle politiche familiari e per la natalità* per le parti riferibili al “*Trentino Distretto per la famiglia*”;
3. attivare nell’Alta Val Rendena, con il forte coinvolgimento degli attori del territorio, il laboratorio sulle politiche familiari, per sperimentare ed implementare modelli gestionali, modelli organizzativi e di valutazione delle politiche, sistemi tariffari e politiche di prezzo per promuovere il benessere familiare, sostenendo il capitale sociale e relazionale del territorio;
4. implementare sul territorio gli standard familiari sugli ambiti di intervento già adottati dalla Provincia di Trento, nonché sperimentare sul campo nuovi standard familiari.

Abbiamo posto il focus su...

1. presupposto del progetto è favorire ed accrescere il benessere delle famiglie, sia delle famiglie residenti, sia delle famiglie ospiti: se chi vive il territorio si sente bene e è soddisfatto rimane e investe nel territorio, che certamente ne risulta più attraente ed accogliente anche per chi lo vive come ospite;
2. il benessere delle famiglie nasce dalla sperimentazione di una pluralità di servizi, attenzioni, agevolazioni, proposti su una vasta gamma di contesti: quello pubblico e quello privato; quello della scuola, dello sport, del commercio, della ristorazione...;
3. l'Accordo è dunque APERTO: impegno di ciascun aderente è il coinvolgimento di altri soggetti, l'attività di informazione, il passaparola, la capacità di suggerire miglioramenti, di introdurre innovazione, di sperimentare;
4. è fondamentale la prassi dei piccoli passi: l'impegno di molti produce un risultato superiore al risultato che un singolo soggetto, ancorché iperspecializzato, potrebbe raggiungere.

Il programma di lavoro

Alla firma ufficiale dell'Accordo sono seguiti:

- la costituzione di un gruppo di lavoro, con i rappresentanti dei soggetti aderenti;
- la predisposizione e la condivisione del programma di lavoro, che stiamo progressivamente attuando, aggiornando e integrando.

Il programma prevede sei aree di azione che rivelano l'attenzione alle famiglie residenti e a quelle ospiti:

1. sensibilizzare e informare sul Distretto Famiglia e le sue finalità;
2. proporre servizi di conciliazione famiglia e lavoro sul territorio;
3. orientare prodotti e servizi verso standard family adottati dalla Provincia Autonoma di Trento;
4. adottare politiche di prezzo per le famiglie su determinati prodotti e servizi;
5. sviluppare servizi commerciali e finanziari dedicati;
6. sperimentare nuovi prodotti e/o nuovi standard famiglia, nella logica del laboratorio strategico sulle politiche familiari.

Concretamente...

In concreto stiamo facendo:

1. sensibilizzare e informare sul Distretto Famiglia e le sue finalità;

porre la famiglia come tema non solo delle politiche sociali, ma come risorsa e chiave di lettura del territorio, delle sue eccellenze, della sua economia. Contagiare di "family" il territorio:

- sensibilizzare circa le finalità del territorio gli enti pubblici (in particolare dopo il rinnovo dei consigli comunali di maggio), le organizzazioni economiche (pubblici esercizi) e gli operatori del ricettivo (in Alta Rendena sono attive due strutture aderenti al circuito Giocovacanza);
- mappare la situazione esistente in termini di risorse presenti sul territorio e definire le modalità di coinvolgimento delle famiglie (obiettivo: predisporre un "guida family in Rendena");
- rendere visibile il Distretto sul territorio con i cruscotti family e interventi di segnaletica orizzontale e verticale;

2. proporre servizi di conciliazione famiglia e lavoro;

nel nostro territorio il lavoro è prettamente stagionale o a ritmo stagionale e l'occupazione femminile ne risulta fortemente penalizzata così come l'organizzazione familiare:

- realizzare l'asilo nido sovracomunale (dal dicembre 2011 – a Giustino);
- formare e informare sui servizi e le opportunità esistenti in Trentino e in Rendena sulla tematica della conciliazione famiglia – lavoro (con l'obiettivo di individuare nuove modalità di conciliazione);

3. orientare prodotti e servizi verso standard family già adottati dalla Provincia Autonoma di Trento;

portare sensibilità "spontanee" a favore della famiglia all'interno di percorsi certificati e riconosciuti a livello provinciale:

- acquisizione degli standard provinciali:
 - “Family in Trentino – Comuni” da parte dei quattro comuni firmatari: al Comune di Pinzolo il marchio è stato assegnato nel mese di marzo; gli altri tre stanno concludendo l’iter burocratico di assegnazione;
 - “Family in Trentino – Esercizio Amico della Famiglia” per la categoria “Pubblici Esercizi” per il Rifugio Doss del Sabion e il Ristorante Prà Rodont, nonché l’attivazione del percorso di certificazione da parte di altri due ristoranti – pizzerie;
 - “Conciliazione famiglia lavoro”, da parte della Cassa Rurale di Pinzolo, del Parco Adamello Brenta e dell’Azienda per il Turismo SpA.
- 4. adottare politiche di prezzo per le famiglie di determinati prodotti e servizi:
 - tariffa “Famiglie Extra Large” da parte di Funivie Pinzolo SpA e Scuola Italiana di Sci Pinzolo: gratuità dal terzo figlio in poi sull’acquisto dello skipass e/o sulla partecipazione alle lezioni della scuola di sci e sul noleggio dell’attrezzatura;
 - adesione al progetto Ski Family in Trentino (sperimentazione nel corso dell’inverno 2009/2010 e sua implementazione nell’inverno 2010/11);
- 5. sviluppare servizi commerciali e finanziari dedicati:
 - migliorare i servizi erogati dagli operatori economici locali tramite il miglioramento della propria offerta (angoli gioco, fasciatoio, giochi...);
 - individuazione di attività ed iniziative estive ed invernali rivolte alle famiglie e ai bambini (coordinamento delle attività estive; guida agli appuntamenti per le famiglie);
 - individuazione di uno specifico prodotto finanziario per sostenere gli imprenditori locali che intendono adattare la propria attività economica a standard family, da parte della Cassa Rurale di Pinzolo;
- 6. sperimentare nuovi prodotti e/o nuovi standard famiglia, nella logica del laboratorio strategico sulle politiche familiari.

Vorremmo essere un laboratorio territoriale di buone pratiche per le famiglie e i bambini, nella consapevolezza che ogni territorio deve individuare le proprie declinazioni del concetto di DISTRETTO, aderenti alla propria identità

- vorremmo sperimentare con i Servizi Provinciali competenti nuovi standard “Family in Trentino” nei settori:
 - della ricettività alberghiera (hotel e B&B);
 - degli impianti di risalita;
 - delle scuole di sci;
- vorremmo sperimentare nuovi modi concreti di attenzione, come:
 - MOMMY LITTLE HOME: una casetta accogliente dove le mamme possano allattare e cambiare i loro piccoli;
 - creare una segnaletica che valorizzi i PARCO GIOCHI;
 - creare dei PERCORSI A PIEDI PER LE FAMIGLIE;
 - valorizzare le PISTE CICLABILI...

Abbiamo avviato un progetto nella logica della CONCRETEZZA e dell’AGIRE PER PICCOLI PASSI, per costruire una rete sempre più ampia che valorizzi il territorio, con l’obiettivo finale di far vivere bene le famiglie e di “trattenerle” nei nostri paesi.

UN MUSEO PER LA FAMIGLIA

Francesca Jurman

Castello del Buonconsiglio di Trento – aderente “Family in Trentino”

Il museo *Castello del Buonconsiglio, monumenti e collezioni provinciali* è un ente della Provincia autonoma di Trento articolato su quattro sedi monumentali: il castello del Buonconsiglio, Castel Beseno, Castel Stenico e Castel Thun, aperto al pubblico dall'aprile di quest'anno.

Raccoglie numerose e diversificate collezioni: dipinti, sculture lignee e lapidee, monete e medaglie, mobili antichi e raccolte di arti applicate, antichità egizie e archeologiche (dalla preistoria all'alto medioevo), codici musicali e antichi libri miniati.

Il museo è dunque luogo di raccolta, conservazione, esposizione, studio e ricerca con una forte finalità formativa, quella di educare il cittadino all'uso consapevole del patrimonio culturale, a saperlo comprendere, valorizzare, tutelare. Il museo contemporaneo è dunque luogo privilegiato di apprendimento informale cioè un luogo, che, esponendo il visitatore a una pluralità di stimoli –visivi, sensoriali, emotivi- sollecita interessi e curiosità promuovendo un atteggiamento personale di ricerca e conoscenza. Questo perché è un luogo che riesce ad adattarsi a ritmi, esigenze, curiosità e preferenze individuali.

Il museo è inoltre luogo di incontro, dove esprimere e confrontare idee, un luogo dove arricchire le esperienze personali e costruire il proprio "io".

L'impegno del museo è pertanto quello di essere un luogo accessibile, fisicamente ma soprattutto culturalmente, per ogni visitatore. Il pubblico non è unico e indistinto, ma variegato e diversificato: alunni e studenti, diversamente abili, migranti, adulti e anziani, famiglie. Ogni categoria ha propri ritmi e tempi, motivazioni e aspettative diverse nei confronti di un'esperienza di visita alle raccolte del museo e alle mostre temporanee. L'istituzione risponde con proposte e attività diverse, adeguate alle singole caratteristiche.

Tra i pubblici privilegiati per il museo *Castello del Buonconsiglio, monumenti e collezioni provinciali* c'è la famiglia, la cui caratteristica è quella di essere un gruppo di persone con età diverse e quindi diverse competenze, abilità e stili di apprendimento, ma coeso da un forte senso di appartenenza e unità, da un legame affettivo, emozionale e anche culturale.

Da alcuni anni il museo è impegnato a fornire servizi e spazi adeguati per consentire alle famiglie visite agevoli e piacevoli, certificati dal marchio "Family in Trentino". Il museo è così entrato in una rete virtuosa di istituzioni e imprese attente alla famiglia. Nelle nostre sedi sono stati attrezzati gradevoli spazi per consentire il riposo e la "ricreazione" dei più piccoli, fasciatoi e servizi igienici adeguati, una politica tariffaria attenta anche a garantire l'accesso delle famiglie più numerose, aspetti di sicurezza per garantire la tranquillità e la serenità di piccoli e grandi.

Un aspetto su cui il museo, per le sue stesse finalità istituzionali, non può prescindere è l'accessibilità culturale, concretizzata nella predisposizione di attività di visita, percorsi e laboratori in cui l'intera famiglia è coinvolta. L'impegno del museo, affidato ai Servizi educativi, si è concentrato nella progettazione di attività che trasformano la visita al museo in un'esperienza condivisa, in cui grandi e piccini, mettendo in campo sensibilità e competenze diverse completano assieme un affascinante itinerario di scoperta e conoscenza. Si creano così percorsi in cui apprendimento e divertimento si coniugano strettamente per offrire alla famiglia un piacevole e proficuo modo di stare assieme.