

Attivare il futuro, al femminile

Future Concept Lab
Gennaio 2013



Attivare il futuro, al femminile

Obiettivi

L'impronta femminile

Lo Scenario Contemporaneo

Il futuro, guardando al femminile



Attivare il futuro, al femminile

Obiettivi



Attivare il futuro, al femminile

Obiettivi

"Il corpo faccia quel che vuole, io sono la mente".

La professoressa **Rita Levi Montalcini**, premio Nobel e senatrice a vita, così commentava il suo essere al mondo. Tra le importanti, immense qualità di donna e scienziata, ricordiamo qui uno tra i suoi innumerevoli progetti, la **Fondazione Levi Montalcini, rivolta alla formazione e all'educazione dei giovani**, nonché al conferimento di borse di studio a studentesse africane a livello universitario, con l'obiettivo di creare una classe di giovani donne che svolgano un ruolo di leadership nella vita scientifica e sociale del loro paese.

"Rischiare la vita per un'idea: il diritto delle donne all'istruzione."

Malala Yousafzai, la coraggiosa quindicenne che ha rischiato la vita per affermare il diritto per tutte le donne all'istruzione, portata avanti soprattutto attraverso il suo blog, il 4 gennaio 2013 si è rimessa in piedi, sulle sue gambe. Malala è stata dimessa dal Queen Elizabeth Hospital di Birmingham dove era stata ricoverata, giunta dal Pakistan, dopo aver **subito un attentato il 9 ottobre del 2012**. Un talebano aveva sparato alla ragazzina che stava **tornando a casa dopo le lezioni**. Una pallottola l'aveva colpita alla testa.

A portrait of Rita Levi Montalcini, an elderly woman with short, wavy white hair. She is wearing a dark blue jacket over a white turtleneck sweater. She is smiling slightly and has her right hand raised to her forehead, with her index finger pointing upwards. A microphone is visible in the foreground.

Rita Levi Montalcini

A close-up portrait of Malala Yousafzai. She is looking directly at the camera with a serious expression. She has dark hair and is wearing a light-colored headscarf.

Malala Yousafzai

Attivare il futuro, al femminile

Obiettivi

- In questi ultimi anni, segnati da un cambiamento epocale, che dall'economia sta toccando molti altri ambiti del sociale e della convivenza planetaria, **le politiche di conciliazione sono diventate un'urgenza civica prima ancora che di welfare**, per "aggiustare" disuguaglianze di più ampio contesto.
- Invece che di crisi e di costi economici per la ripresa, **attraverso la condivisione del progetto Vasi Comunicanti vi è l'opportunità oggi di parlare di cambiamento come sfida di sostenibilità, di solidarietà, di felicità.**
- Lo faremo attraverso degli **esempi** di politiche attive a sostegno delle disuguaglianze e il punto di vista delle ricerche di FCL sul cambiamento socio-culturale in atto, **che confermano quanto il "modello femminile" sia un ineludibile punto di riferimento.**



Attivare il futuro, al femminile

Lo scenario Contemporaneo

I quattro paradigmi

Gli assiomi dei paradigmi

Tematiche al femminile

Case histories



Attivare il futuro, al femminile

Lo scenario Contemporaneo

Sono **quattro le dimensioni**, intese come i paradigmi del futuro e gli assiomi a essi collegati, **che hanno il ruolo di indirizzo** per i valori e i comportamenti della quotidianità. Esse rappresentano **le grandi direzioni che plasmeranno la società nel suo complesso**.

Si tratta di:

- **Trust & Sharing**, con la Credibilità e la Condivisione
- **Quick & Deep**, con la Tempestività e la Felicità
- **Crucial & Sustainable**, con la Selettività e la Sostenibilità
- **Unique & Universal**, con l'Attrattività e l'Eccezionalità

Ognuna delle quattro dimensioni paradigmatiche, con i loro assiomi, introduce altrettanti temi strategici, per un futuro a impronta femminile. **La tematica sarà il punto di vista per illustrare quelle case histories al femminile**, selezionate per stimolare nuove riflessioni a partire dall'esperienza condotta nella Regione Lazio.

Attivare il futuro, al femminile

Lo scenario Contemporaneo

Paradigmi	Trust & Sharing	Quick & Deep	Crucial & Sustainable	Unique & Universal
Assiomi	Credibilità & Condivisione	Tempestività & Felicità	Selettività & Sostenibilità	Attrattività & Eccezione
Temi	Fare Rete Il nuovo senso della Comunità	Individuo e Famiglia Nuove trame del quotidiano	Tempo-Lavoro-Vita Reinventare la vita e i luoghi	Nuova Creatività Le espressioni e il senso del sé
Cosa significa	<p>Proporre il valore del “fare insieme”.</p> <p>Sostenere comunità che si rigenerano e rinnovano.</p> <p>Fare rete, che significa anche “essere una rete”, con una centralità sul territorio.</p> <p>Apprendere da esempi al femminile, con donne blogger che guidano l’affermazione di nuovi diritti.</p>	<p>Rispondere in modo tempestivo alle esigenze e alle occasioni di vita delle diverse generazioni.</p> <p>Seguire con attenzione le diverse occasioni e necessità vitali che si dispiegano nella vita quotidiana.</p> <p>Sostenere le occasioni “felici” con servizi (o sostegno) in linea con le specificità dei singoli.</p>	<p>Contribuire a dare ordine alle priorità, da quelle personali, a quelle familiari e alle scelte professionali.</p> <p>Implementare la formazione con progetti avanzati e innovativi.</p> <p>Dare ascolto e visibilità alle esperienze eccellenti di “quote rosa”, per attivarne di nuove in modo virtuoso e credibile.</p>	<p>Dimostrare una capacità creatrice di nuovi immaginari., tra materialità e innovazione creativa.</p> <p>Conservare l’antico “saper-fare” passando per il moderno saper-gestire: definire il tempo, gli spazi e le azioni, per una rinnovata creatività.</p>

Attivare il futuro, al femminile

Lo scenario Contemporaneo

Paradigmi	Trust & Sharing	Quick & Deep	Crucial & Sustainable	Unique & Universal
Assiomi	Credibilità & Condivisione	Tempestività & Felicità	Selettività & Sostenibilità	Attrattività & Eccezione
Temi	Fare Rete Il nuovo senso della Comunità	Individuo e Famiglia Nuove trame del quotidiano	Tempo-Lavoro-Vita Reinventare la vita e i luoghi	Nuova Creatività Le espressioni e il senso del sé
Casi Comunità Europea	<p>Young Mums Will Achieve (Regno Unito) Supporto a giovani teenagers, neo-mamme e papà, nel raggiungimento dell'obiettivo scolastico.</p> <p>Working for the family welfare (Lituania) Training professionale e servizi di cura per la famiglia alle donne lavoratrici delle zone rurali.</p>	<p>La Balle au Bond (Francia) Servizio di consulenza per offrire soluzioni di cura per l'infanzia su misura per le neo-mamme in cerca di lavoro.</p> <p>West Kent Education and Skills (Regno Unito) Programma di re-inserimento all'istruzione per le donne appartenenti alla categoria NEET</p>	<p>Unlocking the female potential (Malta) Miglioramento delle pari opportunità per le donne sul posto di lavoro.</p> <p>Better Future for Women (Romania) Identificazione di opportunità di lavoro e formazione per potenziali imprenditrici, in materie utili alla futura impresa.</p>	<p>Young enterprising women (Estonia) Servizio di consulenza per offrire soluzioni di cura per l'infanzia su misura per le neo-mamme in cerca di lavoro.</p> <p>Initiative is a female (Polonia) Corsi di business con finanziamento e supporto delle migliori studentesse per la creazione della loro start-up.</p>

Attivare il futuro, al femminile

Lo scenario Contemporaneo

Paradigmi	Trust & Sharing	Quick & Deep	Crucial & Sustainable	Unique & Universal
Assiomi	Credibilità & Condivisione	Tempestività & Felicità	Selettività & Sostenibilità	Attrattività & Eccezione
Temi	Fare Rete Il nuovo senso della Comunità	Individuo e Famiglia Nuove trame del quotidiano	Tempo-Lavoro-Vita Reinventare la vita e i luoghi	Nuova Creatività Le espressioni e il senso del sé
Casi Ricerca di Base FCL	<p>Banca Cooperativa delle Donne (Cipro) Sostegno e promozione della imprenditoria femminile attraverso accesso al micro-credito, finanziamenti e sportello di consulenza.</p> <p>Coopa Roca (Brasile) Progetto di inclusione sociale di comunità a basso reddito attraverso formazione e lavoro, da casa, di cooperanti donne nell'area della manifattura tessile.</p>	<p>Home Food, Le Cesarine (Italia) Valorizzazione delle gastronomie tipiche, del territorio e familiari, incentivando occasioni di ospitalità secondo pratiche tradizionali.</p> <p>Maggiordomo aziendale (Internazionale) Iniziativa di welfare aziendale rivolto alla riconciliazione famiglia-lavoro, semplificando il rapporto e la gestione delle incombenze quotidiane.</p>	<p>Donne senza guscio (Italia) Ricerca, sostegno e formazione nell'area del management femminile. Condivisione di e strategie per vivere con successo la differenza di genere.</p> <p>Creative Mornings (Internazionale) Network di incontri, idee, conoscenza e lavoro, attraverso la programmazione di mini conferenze, aperte, rivolte alle comunità creative.</p>	<p>Scrittura creativa e Mercato a un passo (Italia) Politiche di relazioni interne in ambito industriale, con definizione di spazi di ricreazione, fino al sostegno della gestione del tempo, cura e alimentazione.</p> <p>Grannies.inc (UK) Vendita on line di prodotti artigianali in maglia realizzati da donne di terza età, recuperando memorie, talenti e valori.</p>

Paradigma

Trust & Sharing

Il paradigma **Trust & Sharing** ridefinisce una nuova catena del valore che prende forma in particolare attraverso:

- la **reciprocità delle relazioni**, che propone una economia delle non-equivalenze, rigenerando un rapporto basato sulla lealtà e sulla condivisione
- la **durata**, il **racconto biografico**, la **capacità di trasmettere le proprie motivazioni** attraverso i comportamenti, per una fiducia non più incondizionata (fideistica) ma valorizzata dalla coerenza
- la creazione di tutte quelle condizioni di base per **fidarsi gli uni degli altri**.

Per fidarsi è necessario essere credibili e la credibilità è oggi condizione necessaria per attivare processi di condivisione. L'esperienza dei social media e il loro diffuso impiego confermano ed enfatizzano l'impatto del paradigma.



Cassina reinterpreta i classici dei Maestri del design attraverso una gamma inaspettata di materiali e colori.

Assioma

Credibilità & Condivisione

- **La credibilità** valorizza elementi quali la **durata**, il **racconto biografico**, la **trasparenza delle intenzioni** e dei processi ed essa costituisce elemento tanto importante quanto oramai imprescindibile per la condivisione.
- Per condividere è necessario essere credibili, sia nel reale, sia nel virtuale.
- **Le esperienze in-comune, cioè condivise**, segnano la base stessa della credibilità. L'incontro con l'altro, **la ricchezza dell'essere in relazione**, l'opportunità di un incontro con un diverso, sono esperienze sempre più diffuse, soprattutto nelle società occidentali dove le famiglie sono ormai a basso numero di componenti e con tassi di natalità in costante decrescita.

Tema

Fare Rete

La capacità di condivisione, la visione di lungo termine, la traduzione delle emozioni in azioni credibili sono caratteristiche femminili allenate nel tempo e nella storia.

Fare rete è insito nel genere femminile, a partire dalla **relazione madre-figlio** – e se non si è madri si è sempre figli di genitori che sollecitano attenzione – che ha tenuto insieme intere comunità, ristrette e allargate.

■ La contemporaneità vede le donne in prima linea per sostenere questa visione strategica, capaci in modo naturale di **stringere e pretendere reti di protezione e alleanza**. Dentro e fuori la famiglia, per liberare tempo di vita personale, utile a rigenerare energie anche per la cura e il benessere dei propri cari e della comunità di prossimità.

Case history EU

Young Mums Will Achieve, UK



European Union
European Social Fund
 Investing in jobs and skills



one and all *onen hag oll*

CORNWALL
COUNCIL

Young Mums Will Achieve (YMWA) è un programma di supporto all'apprendimento sviluppato **ad hoc per i ragazzi dai 14 ai 19 anni che sono genitori o in attesa di un figlio**. Il programma – che segue la durata dell'intero anno scolastico - prevede la creazione di un **gruppo di studio che riunisce, due volte alla settimana, mamme e papà in età scolastica**, fornendo loro **supporti di varia natura, tutti a titolo gratuito**.

Tutorship di insegnanti del Cornwall College, **servizi di baby sitting** fornite dall'associazione Fit & Fun kids, **trasporto** messo a disposizione dal Cornwall Council e **orientamento al mercato del lavoro** fornito dall'agenzia Careers SW: una **task force multi-disciplinare** impegnata ad **aiutare i giovani genitori nella gestione contemporanea di carriera scolastica e nuovi impegni familiari**, per scavalcare le barriere che impediscono, nella quotidianità, di portare a termine il loro percorso formativo.

Il progetto, avviato nel 2009, ha raggiunto risultati così importanti (la percentuale di giovani genitori che termina il percorso scolastico è passata dal 20 al 34% in tre anni) da guadagnare nel 2010 il **National ESF Equal Opportunities Mainstreaming Leader Award**.

Case history FCL

Coopa Roca Brasile

La sociologa **Maria Teresa Leal** ha animato e promosso le attività comunitarie fin dal loro inizio, fino a portare Coopa Roca sul palcoscenico internazionale. Nella mission di Coopa Roca non compare la parola “abbigliamento”, eppure tra le partnership commerciali e creative figurano grandi nomi del mondo della moda tra cui Lacoste, Paul Smith, Cacharel, Osklen, Agent Provocateur, C&A. Nel corso di venticinque anni, Coopa Roca è cresciuta, affiancando alla moda il design e realizzando prodotti che sono stati esibiti in alcune delle più importanti vetrine, fiere commerciali ed eventi del mondo, ad esempio con una esposizione durante la Design Week di Milano. Le artigiane di Coopa Roca hanno anche lavorato per importanti installazioni e mostre, a fianco di artisti e designer quali Ernesto Neto e Tord Boondje. Sicuramente **un buon esempio di business sostenibile** e di imprenditoria rosa che dura nel tempo: **creando network per le comunità, svantaggiate e non, riconnettendosi al ‘saper fare’ e ai talenti, rinnovando e condividendo memorie.**

Paradigma Quick & Deep

È questo il **paradigma legato alla qualità del quotidiano** in cui emergono con forza i temi della felicità quotidiana e della tempestività.

Per anni siamo stati convinti che la velocità fosse l'elemento chiave per realizzare al meglio tutto, il parametro attraverso cui misurare il cambiamento sociale e professionale. La realtà si sta muovendo però in un'altra direzione e diventa fondamentale:

- la capacità di farsi **trovare al posto giusto nel momento giusto**
- alternare la lentezza alla velocità
- essere **profondi e felici nelle risposte**, nell'economia del tempo a disposizione.



Il futuro del retail passa anche attraverso i distributori automatici di prodotti sofisticati (come ha fatto Wallpaper con le riviste).

Assioma

Tempestività & Felicità

- La **profondità dell'esperienza tempestiva** si misura sempre più attraverso il parametro della felicità personale.
- Le persone vivono e decidono nelle loro esperienze di vita - sia individuali che collettive - sulla base della loro attesa di felicità.
- La **felicità non può essere né lenta né veloce**, ma si manifesta nella dimensione della tempestività, cioè cogliendo l'attimo e l'occasione.
- La sfida è quella di **garantire un contesto relazionale sufficientemente ricco e condizioni di vita che permettano un accesso a una felicità potenziale.**

Tema

Individuo e Famiglia

Il sofisticato rapporto con il tempo proposto dal paradigma vede **le donne già allenate in termini di tempestività**. Spesso **definendole “multitasking”**, per la loro capacità di **gestire più compiti contemporaneamente**: nei lavori domestici, intervallati a interventi di cura dei figli, nel lavoro d'ufficio, con più “file” aperti o in mente, nel tempo libero o di transizione, dove mentre si viaggia si sbrigano pratiche burocratiche...

■ **Sul tema della felicità personale**, richiesto e preteso con più forza dal mondo femminile, sarà invece necessaria una maggiore “partecipazione” affinché essa sia effettivamente garantita. Implementare una felicità femminile significa garantire **alleanze (prioritariamente tra maschile/femminile, dove il lavoro domestico è ancora mal diviso)** nella “cura” dei figli, dei famigliari, della casa, **permettendo ad esempio che il tempo del lavoro sia “liberamente” vissuto come tempo felice.**

Case history EU

La Balle au Bond Francia



European Union
European Social Fund
Investing in jobs and skills

L'ufficio per l'impiego del dipartimento francese della Senna e della Marna ha lanciato un progetto triennale dal nome *La Balle au Bond* (il gioco a rimbalzo della palla), un servizio di consulenza per offrire soluzioni su misura per le giovani mamme in cerca di lavoro.

Ai genitori in cerca di una soluzione di cura dei figli che consenta loro di tornare al lavoro, viene offerto **aiuto personalizzato per trovare le strutture per l'infanzia che si adattano alle loro esigenze**. I genitori che hanno usufruito con successo del servizio sono stati 113, 110 dei quali donne. Di questi, **69 hanno potuto rientrare nel mercato del lavoro, mentre altre 44 hanno potuto intraprendere un percorso formativo per diventare loro stesse educatori per l'infanzia**, conciliando, così, esigenze familiari personali con una nuova opportunità di impiego.

Un elemento chiave per il successo del progetto è stato la **creazione di un network di attori locali che si occupano di servizi per l'infanzia**. Il successo del progetto, misurato con un osservatorio costante, ha portato, nel giro di due anni, all'apertura di un secondo centro nel medesimo dipartimento.

Paradigma

Crucial & Sustainable

Il paradigma sintetizza **la volontà e il bisogno di una nuova etica della sostenibilità**, che integra l'investimento nei temi dell'ecologia con la sensibilità verso:

- la capacità di **restituire il giusto peso alle risorse “core”**, ai valori che contano
- la necessità di **alimentare comportamenti e stili di pensiero “ragionevoli”**, per minimizzare gli impatti negativi sull'ecosistema.

Vengono valorizzate, così, filosofie di vita che:

- **tutelano tutto ciò che ci circonda**: il patrimonio economico, quello ambientale, quello sociale e culturale;
- **fanno riscoprire l'importanza delle cose cruciali**, quelle che hanno un ruolo decisivo nella nostra vita;
- **rendono compatibili le differenze**, rispettando il principio della sostenibilità da un punto di vista umano, sociale, dei tempi e dei mondi di vita.



Anche spazi chiusi possono diventare giardini da vivere tutto l'anno, come presso lo Spazio Zegna a Milano.

Assioma

Selettività & Sostenibilità

- Il paradigma della **sostenibilità dello sviluppo** evidenzia uno scenario in cui il processo di **trasformazione riguarda l'intera società, dalla quotidianità dei singoli alla cultura materiale**, dal privato al pubblico, fino alla pianificazione e alla gestione del tempo-lavoro, il classico tempo di vita governato dalle donne.
- La dimensione della **selettività significa la capacità di definire gli ambiti cruciali**, in termini di **idee, processi, comportamenti, scelte di vita, amore per se stessi e per gli altri**.

La responsabilità di decidere cosa vale davvero, per le singole persone e per la società, **è la chiave determinante per essere cruciali**. E predispone le persone a valutare **la sostenibilità dei progetti di vita e di consumo**, per comportamenti e stili di pensiero dal minore impatto sull'ecosistema.

Tema

Tempo-lavoro-vita

La capacità selettiva, di dare ordine alle priorità, anche con **difficili equilibri tra emozione e ragione**, tra il sé e l'altro, tra il dentro e il fuori casa, è una qualità indubbiamente femminile.

La modernità, che le ha portate, numerose, fuori casa, ha rafforzato l'esercizio sulle scelte cruciali. Molto spesso anche poco sostenibili.

■ La responsabilità di decidere cosa vale davvero la pena di fare è il passaggio chiave per gran parte della popolazione femminile, ancora “vincolata” ad antichi schemi: famiglia-lavoro, percorso scolastico, percorso professionale ...

■ Il tema della formazione, e il suo sostegno, emerge come fondamentale, per **la piena sostenibilità di progetti di vita scelti responsabilmente dalle donne**. Tema che qualificherebbe meglio le politiche delle “quote rosa”, estendendole a soggetti con talenti inespressi, poiché non valorizzati.



Case history EU

Unlocking the female potential Malta

Il tema delle pari opportunità nel mondo del lavoro risulta, soprattutto in alcuni Paesi, all'ordine del giorno per governi, istituzioni e opinione pubblica. **Malta**, con un mercato del lavoro interno dalle potenzialità più ristrette rispetto alle grandi economie europee, risulta, in questo senso, uno **scenario piuttosto critico per l'occupazione in generale e, di conseguenza, per quella femminile** più in particolare.

Il progetto ***Unlocking the female potential***, sviluppato a Malta dalla Commissione Nazionale per la promozione della parità (NCPE) tra il 2009 e il 2011, ha avuto come obiettivo generale **aumentare la partecipazione femminile al mercato del lavoro maltese** attraverso il miglioramento delle condizioni di accesso per le donne.

Il progetto si compone di **tre obiettivi specifici**: migliorare le pari opportunità per uomini e donne sul posto di lavoro, risolvere i problemi che influenzano la mancata partecipazione femminile al mercato del lavoro e aumentare la consapevolezza dell'opinione pubblica maltese su questa tematica.

Paradigma

Unique & Universal

Il paradigma nasce come modalità di **valorizzazione delle realtà locali e di comprensione dei loro successi globali**, invertendo la logica dello standard universale prioritariamente soddisfacente per tutti.

Esso coglie altresì **il valore prioritario dell'unicità di ciascun individuo**, con la propria originale identità: ogni uomo è misura per ogni cosa, in modo unico e universale.

Il tema dell'identità e del carattere sono centrali in questo scenario che afferma nuove opportunità rigenerative, per le persone come per i prodotti offerti:

- si trasformeranno i **progetti locali in opzioni universali**
- verrà riconosciuta con maggior trasparenza la **distintività di ogni origine** e dei processi generativi
- verrà utilizzata **la Rete per creare nuove logiche comunicative**, dando ai singoli progetti (anche di vita) maggiori opportunità di affermazione.



I progetti della designer svedese Lisa Hilland sono all'insegna di materiali sostenibili, riciclati e rigorosamente locali.

Assioma

Attrattività & Eccezionalità

Ciò che **catalizza interesse**, energie, passioni non è più lo stile omologante (stessi prodotti, stesso stile di vita, stesso lavoro...), ma piuttosto **l'intensità tipica del singolare, dell'originalità, di ciò che è fuori dagli schemi.**

La **domanda sempre più universale** (in giro per il pianeta) verrà sempre più **soddisfatta da proposte e offerte uniche.**

Un nuovo principio di normalità che valorizza le eccezioni, **anziché le regole omologate:**

- **la normalità di ognuno è sempre più costituita da eccezioni**, desiderate, ricercate, prodotte, come nel fatto a mano, su misura, che per questo assumono il carattere attrattivo;
- anche nella costruzione evolutiva del sé, **lo spazio delle eccezioni** (formative, professionali, familiari) **sostituisce i tradizionali modelli normativi.**

Tema

Ri-creazione

Nella dimensione dell'unicità di genere e per l'università dei valori, le donne, recentemente, si sono ritagliate spazi significativi, con evidenze a doppio senso:

- il valore del loro **saper fare creativo**, nella dimensione domestica, familiare, è stato **riconosciuto in ambito sociale**, nell'impresa privata, come in quella pubblica;
- Azioni ed **elementi di unicità sono diventati universali**, trasmigrando tra le diverse generazioni (dalle nonne alle nipoti), aree geografiche o territori del sapere.

Dare spazio alla creatività rigeneratrice delle donne **diventa un modo per rigenerare saperi e pratiche arcitipiche**, un patrimonio collettivo custodito in particolare dalle donne, **a vantaggio di tutti**: della comunità, del gruppo familiare, della società. **Lo scambio intergenerazionale risulta di fondamentale importanza**: occuparsi degli anziani non sarà più solo un dovere, ma anche un piacere.

Case history EU

Young enterprising women to create jobs Estonia



European Union
European Social Fund
Investing in jobs and skills

La **municipalità estone di Tamsalu** ha creato un **progetto di sostegno all'occupazione femminile delle giovani madri**, portato avanti con il supporto del Fondo Sociale Europeo. Il progetto ***Young enterprising women to create jobs*** è stato inaugurato nel maggio 2010 e ha visto la **collaborazione tra la municipalità di Tamsalu e un'organizzazione non-profit estone** per la creazione di un “ambiente più a misura di imprenditrice” nella regione.

Corsi di informatica e internet, corsi di business e contabilità gratuiti hanno raggiunto 60 partecipanti per tutta la durata del progetto, e il **risultato nel mercato locale è stato tangibile**: la creazione di **micro-impresе di gioielleria e manufatti** e una **nuova azienda di slitte in legno, tutte completamente al femminile**.



Case history FCL Grannies. Inc UK

Grannies.inc nasce dalla mente dell'inglese Katie Mowat, che ha ideato e realizzato un sito in cui è possibile **far realizzare a maglia un proprio modello di accessorio da un gruppo selezionato di "nonnine"**, esperte in quest'arte. Il sito recita: *Noi crediamo che con gli "strumenti" adeguati, chiunque sia in grado di creare ogni genere di oggetto strano e meraviglioso. Dare l'opportunità a chiunque lo desideri, di esprimere la propria creatività, godendo del talento di altri appassionati, è la missione di questo progetto di successo, nato nel 2009 . Per la realizzazione dei capi viene utilizzata esclusivamente lana Merinos al 100% e di provenienza inglese. Recentemente è stata aperta una sezione dedicata all'abbigliamento e accessori per bambini. Il sito funziona anche come una community di appassionati, come testimonia la gallery di immagini.*



granniesinc
there's wisdom in the wool

Attivare il futuro, al femminile

Il futuro, guardando il femminile



Attivare il futuro, al femminile

Il futuro, guardando al femminile

Il progetto **Vasi Comunicanti evidenzia**, nei suoi risultati globali di ricerca:

- Uno **squilibrio nella preparazione scolastica e formativa degli occupati rispetto a chi non è occupato**: l'urgenza formativa si conferma, dunque, essenziale.
- Una **difficoltà nell'incontro tra Domanda e Offerta di lavoro**: strategico promuovere il "fare rete", tra pubblico e privato e all'interno delle soggettività e professionalità.
- Una **relativa sensibilità nei confronti della problematica conciliazione vita-lavoro**, con una propensione più marcata per **la flessibilità degli orari lavorativi**: questo risultato suggerisce l'importanza di **stimolare un nuovo senso del sé**, all'interno e all'esterno della famiglia, una "imprenditoria di se stessi", per ampliare il ventaglio occupazionale delle donne, sia – e soprattutto – per permettere loro di scegliere con consapevolezza dove- come svolgere il proprio ruolo sociale.

Attivare il futuro, al femminile

Il futuro, guardando al femminile

In conclusione - per le considerazioni emerse dal progetto Vasi Comunicanti e per gli stimoli illustrati con i casi esemplari a impronta femminile - **riteniamo che la valorizzazione delle differenze di genere, di generazione, di territorio, di comunità, di ambiti professionali, di vita quotidiana, sia un dovere fondamentale per la civile convivenza e per un futuro più felice per tutti.**

Di questo movimento, non più sotto traccia, di azioni e progetti di “conciliazione” per un mondo più equo - spesso non sufficientemente raccontato e condiviso – dobbiamo diffondere le sue ambizioni, per rilanciare la sfida del cambiamento.

Per chiunque abbia a cuore il senso della responsabilità per il benessere e la qualità della vita dei cittadini e del pianeta, **le azioni messe in campo da Vasi Comunicanti incoraggiano a vivere il cambiamento come opportunità per nuove e più profonde trasformazioni. Con la questione femminile al centro, come opportunità trasformativa: non è femminismo, ma convenienza. Per tutti.**

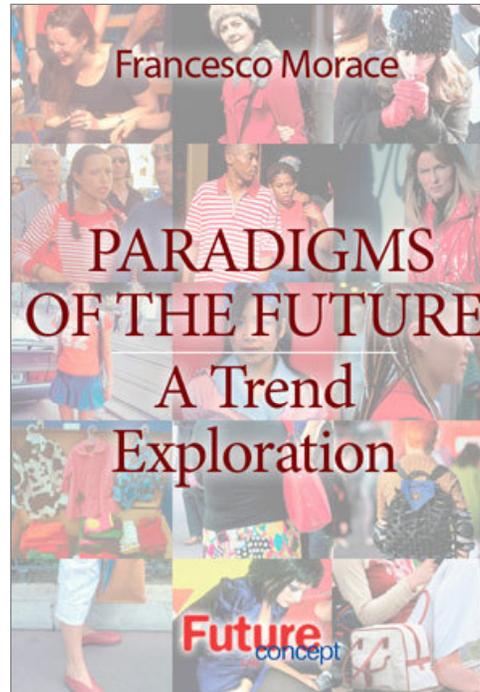
Attivare il futuro, al femminile

Il futuro, guardando al femminile

Paradigmi	Trust & Sharing	Quick & Deep	Crucial & Sustainable	Unique & Universal
Assiomi	Credibilità & Condivisione	Tempestività & Felicità	Selettività & Sostenibilità	Attrattività & Eccezione
Temi	Fare Rete Il nuovo senso della Comunità	Individuo e Famiglia Nuove trame del quotidiano	Tempo-Lavoro-Vita Reinventare la vita e i luoghi	Nuova Creatività Le espressioni e il senso del sé
Esperienza Vasi Comunicanti	Supporto a start-up Consulenza on-line Valore aggiunto per il territorio, sviluppando rapporti virtuosi tra cittadini, imprenditori, amministrazione pubblica.	Voucher di servizio per: -baby sitting e dopo-scuola -cura delle persone anziane -cura dei diversamente abili -cura della casa Presa in carico di ogni individualità, per liberare tempo altrimenti destinato alla sola cura.	Voucher di formazione Sviluppo e lancio di nuovi progetti di imprenditorialità Importante priorità ad azioni, soprattutto per le occupate, di conciliazione vita lavoro e iniziative a carattere formativo.	Interesse prioritario dei cittadini per appropriarsi di competenze sulle nuove tecnologie. Per tutto il gruppo delle non occupate si potrebbero definire proposte a stimolo di una nuova creatività nella dimensione del saper-fare.
So What	Promuovere un nuovo welfare, che parte dal territorio, su tematiche di prossimità, condivise.	Promuovere il fare-essere di individui e famiglie su singole specificità: di tempo, di condizioni individuali.	Promuovere occasioni innovative di imprenditorialità virtuosa, che valorizzi il tempo di vita e il tempo di lavoro.	Promuovere la creatività ricreativa a sostegno di progetti che diano spazio a originalità anche artistica-artigianale,



Libro
I Paradigmi del Futuro
Lo Scenario dei Trend
www.amazon.it



E-book
Paradigms of the Future
A Trends Exploration
itunes.apple.com



Corso On-line
TrendsGymnasium
Corso Coolhunting
www.trendsgymnasium.com