Cofinanziato dall'Unione europea

PATH

Guida alla partecipazione e all'attivismo
frutto della ricerca PATH

Coinvolgere e valorizzare i giovani attraverso l'escursionismo





Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.
Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

Crediti immagini:
Immagini da Canva e dal Consorzio PATH.

Questo documento è concesso in licenza secondo i termini della Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale.

Indice

Prefazione 1

Introduzione - Il viaggio verso il coinvolgimento dei giovani 2

Capitolo 1 7
Capitolo 1: Capire i giovani escursionisti di oggi: approfondimenti dal nostro questionario

Capitolo 2 13
Il potere della co-progettazione: coinvolgere i giovani fin dall'inizio

Capitolo 3 22
Tracce digitali: costruire e valorizzare la presenza online per coinvolgere i giovani

Capitolo 4 33
Rimuovere gli ostacoli: strategie per una partecipazione giovanile attiva

Capitolo 5 40
Giovani protagonisti, costruire leadership e comunità nel tempo

Capitolo 6 50
Coinvolgimento duraturo: strategie per il lungo termine

Capitolo 7 61
Il kit di strumenti per il coinvolgimento dei giovani

Allegati 72

PREFAZIONE

Benvenuti/e alla guida "Coinvolgere e valorizzare i giovani attraverso l'escursionismo", uno strumento pratico realizzato nell'ambito del progetto Erasmus+ PATH - Promoting Activism Through Hiking (Promuovere l'attivismo attraverso l'escursionismo).
PATH è un progetto cofinanziato dall'Unione Europea, coordinato dalla F.I.E (Federazione Italiana Escursionismo), in collaborazione con altre quattro organizzazioni — ASD Trekkify APS, Inovatyvi Karta, Viaje a la Sostenibilidad, e ERA - European Hiking Association. Insieme, questi partner rappresentano tre paesi dell'UE più un'organizzazione ombrello (ERA), apportando prospettive e competenze diverse.

L'idea centrale di PATH è che un **maggiore coinvolgimento dei giovani nelle federazioni e associazioni escursionistiche** porti benefici reciproci: le associazioni guadagnano competenze, energia e nuovi punti di vista, mentre i giovani trovano attività sane, formative e occasioni di partecipazione civica.

Questo documento nasce dall'esigenza di affrontare tre **sfide** principali: la scarsa partecipazione e il limitato ruolo di leadership dei giovani nelle associazioni escursionistiche, le carenze nelle competenze comunicative e la necessità di promuovere processi di co-progettazione nelle attività outdoor. Per approfondire questi aspetti è stato diffuso a livello europeo un **questionario online,** a cui hanno risposto 168 giovani tra i 16 e i 25 anni. I risultati (Allegato 1) offrono spunti e informazioni di grande valore.

Questo documento presenta la **metodologia PATH**, con strategie e materiali per favorire il coinvolgimento attivo e duraturo dei giovani in associazioni e federazioni sportive, attraverso attività all'aria aperta mirate a una partecipazione consapevole.
L'obiettivo è supportare le associazioni e le federazioni escursionistiche (e realtà affini) nella creazione di soluzioni più **efficaci**, **inclusive e rilevanti**, assicurando che le voci dei **giovani** siano realmente ascoltate, valorizzate e integrate nei processi decisionali.

Il viaggio verso il coinvolgimento dei giovani

Questa sezione illustra il contesto che ha spinto il Partenariato a ideare la **Metodologia PATH**, pensata per favorire un coinvolgimento più ampio e una partecipazione attiva dei giovani, sia nella vita sociale che nei processi decisionali di società e organizzazioni sportive.

Obiettivi specifici di questo capitolo:

- Esplorare le sfide principali che le associazioni sportive, in particolare i club escursionistici, devono affrontare per attrarre giovani membri e favorire il loro coinvolgimento attivo.
- Sottolineare il ruolo cruciale della metodologia PATH come strumento innovativo per stimolare il coinvolgimento giovanile.
- Presentare un approccio integrato e globale volto a promuovere un coinvolgimento giovanile significativo e duraturo.

1. Qual è il contesto della Metodologia PATH?

Statistiche recenti mostrano che il 65% dei giovani tra i 15 e i 24 anni pratica sport, fitness o attività fisica ricreativa almeno una volta alla settimana, un dato sicuramente promettente. Tuttavia, questo livello incoraggiante di partecipazione non si riflette nei ruoli attivi all'interno delle associazioni e federazioni sportive in Europa, dove i giovani sono ancora **largamente assenti.**

Proprio questo divario ha spinto alla creazione della metodologia PATH, un approccio innovativo che non si limita a incentivare lo svolgimento di attività all'aria aperta, ma punta a coinvolgere i giovani in modo significativo e duraturo.

PATH si propone di responsabilizzare i giovani tra i 16 e i 30 anni, aiutandoli a ricoprire ruoli di *leadership*, contribuire attivamente alle loro comunità e costruire legami solidi all'interno delle associazioni escursionistiche e *outdoor*.

Per attrarre e ispirare i giovani a diventare protagonisti, le organizzazioni sportive devono evolvere. Questo cambiamento parte dall'adozione di **strategie di coinvolgimento innovative** e personalizzate, capaci di rispondere alle esigenze e agli interessi delle nuove generazioni. L'introduzione alla **co-progettazione**, un metodo collaborativo che coinvolge più parti interessate — compresi i giovani stessi — nella progettazione e sviluppo di servizi e attività, è essenziale. Coinvolgere direttamente i giovani permette alle associazioni di adattare meglio le proprie proposte ai loro r**eali interessi**, stimolando una **partecipazione** più attiva e rafforzando il **senso di appartenenza**.

2. Gli obiettivi del progetto PATH

PATH si propone di rispondere a tre esigenze fondamentali individuate dal Partenariato:



Bassa partecipazione giovanile nelle associazioni sportive escursionistiche: la maggior parte delle organizzazioni presenta una carenza di rappresentanza e leadership giovanile.



Limitate capacità comunicative delle organizzazioni escursionistiche: una struttura dirigenziale con età media elevata può incidere negativamente sulla capacità di comunicare e promuovere efficacemente i servizi.



Promozione di attività di co-progettazione negli sport all'aria aperta: coinvolgere attivamente gruppi specifici (nel nostro caso, i giovani) per garantire che le attività del club siano coinvolgenti, inclusive e rispecchino i loro interessi.

PATH persegue quattro obiettivi principali:

Coinvolgere i giovani nelle attività escursionistiche come leva per aumentare la loro partecipazione nelle associazioni.

Potenziare le capacità comunicative all'interno di associazioni e federazioni sportive ed escursionistiche.

Promuovere i Sentieri Europei a lunga percorrenza attraverso attività di co-progettazione, valorizzando così il patrimonio naturale transnazionale europeo.

Sensibilizzare i giovani alle tematiche di tutela ambientale mediante l'escursionismo.

3. Lo sviluppo delle Metodologia PATH: sei fasi chiave

Lo sviluppo della metodologia progettuale segue sei fasi chiave:



Fase 1 – Ricerca: è stata condotta un'analisi sul campo, che ha incluso anche un questionario online (i cui risultati sono riportati nell'Allegato 1), con l'obiettivo di indagare le sfide esistenti e comprendere le cause della bassa partecipazione giovanile.

Fase 2 – Sviluppo della metodologia: è stato elaborato il presente documento metodologico, che definisce strategie, strumenti e materiali finalizzati a proporre soluzioni più efficaci, inclusive e rilevanti, assicurando che le opinioni dei giovani siano ascoltate e valorizzate.

Fase 3 – Test e revisione: la metodologia è stata testata e validata durante un evento di formazione transnazionale svoltosi in Lituania nel luglio 2025.

Fase 4 – Preparazione alla fase pilota (sperimentazione): organizzazione di sessioni di formazione nazionali per lo staff delle organizzazioni escursionistiche e per i giovani, con l'obiettivo di prepararli a partecipare attivamente alle attività di co-progettazione.

Fase 5 - Azioni pilota: in ciascuno dei tre paesi coinvolti (Italia, Lituania e Spagna), un gruppo di 5 giovani parteciperà ad attività pilota lungo i Sentieri Europei a lunga percorrenza (E-Paths) su dei tratti selezionati. Ogni gruppo sceglierà un tratto del Sentiero Europeo che attraversa il proprio territorio nazionale. Con il supporto dello staff delle organizzazioni partner, i giovani promuoveranno attivamente il tratto selezionato attraverso attività come mappatura, narrazione, coinvolgimento della comunità locale, creazione di contenuti digitali e azioni di sensibilizzazione, per valorizzare il patrimonio culturale, naturale e storico dei Sentieri Europei a lunga percorrenza.

Fase 6 – Campagna promozionale: sulla base dei risultati delle attività pilota, sarà sviluppata una campagna finalizzata a valorizzare i Sentieri Europei a lunga percorrenza e a rafforzare il coinvolgimento giovanile. Un *booklet* raccoglierà tutte le campagne promozionali realizzate dai partner.

4. A chi è destinata questa Metodologia?

Questa Metodologia e i relativi strumenti sono stati progettati per un pubblico ampio e diversificato, che include:

- Associazioni escursionistiche;
- Organizzazioni sportive interessati a coinvolgere i giovani;
- Organizzazioni giovanili;
- Responsabili politici.

Ciò che rende questo approccio particolarmente efficace è la sua elevata **trasferibilità**. Gli strumenti pratici proposti sono, infatti, flessibili e adattabili a una vasta gamma di contesti locali, culturali e organizzativi.

Sia che si tratti di un piccolo gruppo escursionistico di base, sia di una federazione sportiva nazionale o internazionale, le soluzioni offerte possono essere personalizzate per rispondere alle specifiche esigenze del contesto. In questo modo, si favorisce la nascita di un movimento più ampio basato su inclusione, innovazione e partecipazione attiva dei giovani.



CAPITOLO 1

Capire i giovani escursionisti di oggi: approfondimenti dal nostro questionario

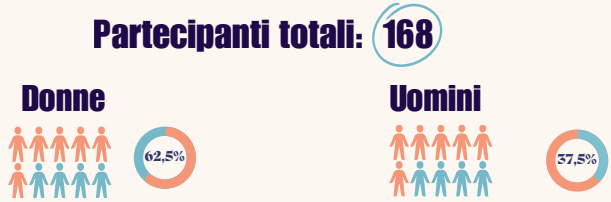
Questa sezione presenta e analizza i **risultati della ricerca** condotta dal Partenariato PATH, che hanno costituito il primo passo nello sviluppo di una strategia efficace per il coinvolgimento giovanile nelle associazioni e federazioni escursionistiche.

Obiettivi specifici di questo capitolo:

- Comprendere il panorama attuale dei giovani escursionisti.
- Fornire strumenti per coinvolgere i giovani nelle associazioni escursionistiche, promuovendone partecipazione e *leadership*.

1.1 Risultati della ricerca sul campo

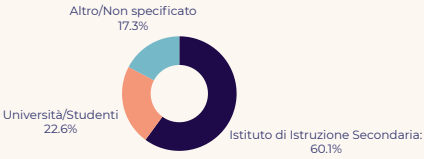
Per coinvolgere efficacemente i giovani nel mondo dell'escursionismo, è fondamentale comprendere le loro abitudini, le motivazioni che li spingono (o li trattengono) e le principali sfide che incontrano. Il questionario realizzato nell'ambito del progetto PATH ha raccolto le opinioni di 168 giovani tra i 16 e i 25 anni, provenienti da diversi paesi europei – in particolare Italia, Lituania e Spagna – offrendo preziosi spunti per delineare un quadro più chiaro delle dinamiche giovanili legate all'escursionismo.



Fasce d'età:

110	16-18 anni
58	18-25 anni

Livello di istruzione:



Paesi rappresentati:

63.1% 22.6% 7.7% 3.6% 1.8%

Interesse per l'escursionismo e partecipazione: un paradosso?

A prima vista, l'escursionismo risulta essere un'attività piuttosto apprezzata tra i giovani. Tuttavia, la maggior parte di loro non è coinvolta in associazioni o gruppi formali.

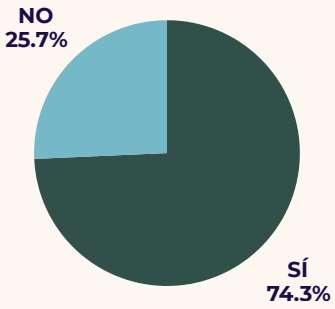
- Interesse per l'escursionismo: valutazione media di **7,05 su 10**.
- Partecipazione:

  - **Sì: il 74,3%** dei giovani intervistati pratica l'escursionismo.
  - No: 25.7%

- **Iscrizione ad associazioni escursionistiche:** Il 3% ha avuto esperienze associative in passato, mentre la stragrande maggioranza (85%) non è mai stata coinvolta formalmente in questo tipo di organizzazioni.

Questa lacuna rivela sfide e opportunità più profonde che devono essere affrontate attraverso approcci ponderati e incentrati sui giovani.

Praticano attività escursionistica?’



Con quale frequenza e in che modo praticano l’escursionismo?

Frequenza (tra i partecipanti):

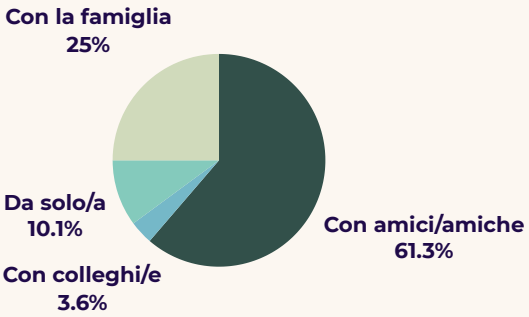
- ◯ Occasionalmente: ~52.1%
- ◯ Raramente: ~24.3%
- ◯ Mensilmente: ~15.3%
- ◯ Settimanalmente: ~8.3%

Gruppi preferiti per le escursioni: l'escursionismo è un'esperienza sociale.

- ◯ Con amici/amiche: 61.3%
- ◯ Con familiari: 25.0%
- ◯ Da solo/a: 10.1%
- ◯ Con colleghi/e: 3.6%

Approfondimento: la sfida è che molti giovani non hanno amici con cui condividere l’esperienza dell’escursionismo. Questo può creare una barriera all’ingresso, generando senso di esclusione, soprattutto tra i principianti.

Gruppi preferiti per le escursioni



Cosa li motiva?

Comprendere le motivazioni è fondamentale per progettare attività interessanti.

I 5 motivi principali per praticare l'escursionismo:

1. Natura: 83.9%
2. Attività fisica: 60.1%
3. Avventura: 59.5%
4. Socializzazione: 55.4%
5. Paesaggio: 50.0%

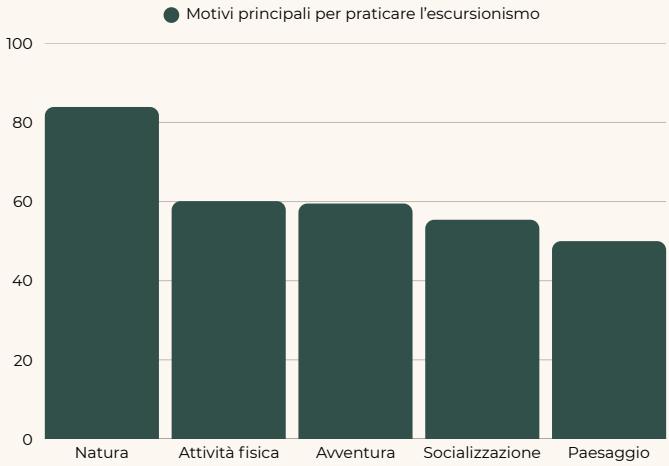
Aspetti più piacevole dell'escursionismo (risposte aperte):

1. Paesaggio 29.8%
2. Socializzazione: 21.4%
3. Natura: 13.7%

"Camminare nei boschi e fermarsi ad ammirare il panorama."

Luca, 17, Italia

Approfondimento: L'escursionismo risponde a molteplici esigenze: promuove il benessere fisico e mentale, favorisce la nascita di nuove amicizie e stimola la curiosità verso l'ambiente. Gli eventi organizzati dalle associazioni dovrebbero valorizzare e amplificare questi aspetti.



Preferenze e abitudini

Attività preferite durante le escursioni (valutazione media di 7,49 su 10)

- Attività di gruppo: 8.06
- Campeggio: 7.79
- Corsi di sopravvivenza o simili: 7.29
- Escursioni notturne: 7.20
- Giochi di gruppo: 7.11

Lunghezza preferita dell'escursione (distribuzione):

- 5-10 km: 38%
- 11-15 km: 35%
- 16-20 km: 12%
- Less than 5 km: 9%
- More than 20 km: 7%

Preferenze stagionali (valutazione media di 7,1 su 10):

- Primavera: 7.91
- Estate: 7.73
- Autunno: 7.18
- Inverno: 5.57

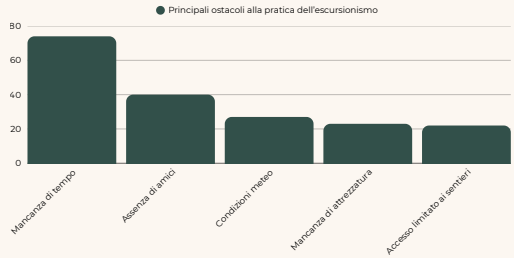
Cosa li frena? I principali ostacoli all'escursionismo

Identificare gli ostacoli è il primo passo per superarli.

1. Mancanza di tempo: 74%
2. Non abbastanza amici/amiche che praticano escursionismo: 40%
3. Condizioni meteo: 27%
4. Mancanza di attrezzatura: 23%
5. Accesso limitato ai sentieri: 22%

"Mancanza di tempo, non ho abbastanza amici che fanno escursioni." – **Luca, 17, Italia**
"Mancanza di tempo, accesso limitato ai sentieri" – **Ieva, 16, Lituania**

Approfondimento: Mentre il 74,3% dei giovani dichiara di praticare escursionismo e il 61,3% lo fa con amici, il 40% afferma di non avere amici che condividano questa attività. Questo dato evidenzia una spaccatura: alcuni giovani sono sostenuti da gruppi di coetanei attivi, mentre altri, pur motivati, affrontano l'escursionismo in modo autonomo e senza un supporto sociale. Questi giovani più isolati potrebbero partecipare meno frequentemente o sentirsi esclusi da un coinvolgimento più profondo. Per rispondere a questa criticità, si potrebbero organizzare eventi di gruppo pensati per i principianti e guidati da coetanei, oppure attivare sistemi che facilitino il contatto tra giovani escursionisti.



I risultati del questionario dimostrano che i giovani amano natura, avventura e socialità, ma tempo, mancanza di compagni, accesso limitato e pochi legami con le associazioni ne riducono la partecipazione.

Nel prossimo capitolo vedremo come la ***co-progettazione*** possa contribuire a superare queste barriere, permettendo ai giovani escursionisti di costruire e modellare le proprie esperienze.

CAPITOLO 2

Il potere della co-progettazione: coinvolgere i giovani fin dall'inizio

Una volta comprese le esigenze e le motivazioni dei giovani escursionisti (Capitolo 1), il passo successivo fondamentale è coinvolgerli direttamente nell'elaborazione delle soluzioni. È qui che la co-progettazione diventa un elemento chiave della metodologia PATH. Questo capitolo ne esplora i **principi**, e illustra come la co-progettazione favorisca il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei giovani nelle associazioni escursionistiche.

Obiettivi specifici di questo capitolo:

- Applicare i principi della co-progettazione nelle associazioni escursionistiche per rafforzare il coinvolgimento dei giovani.
- Esplorare strategie efficaci per integrare la co-progettazione nelle iniziative rivolte ai giovani escursionisti.
- Fornire una guida utile alla pianificazione e all'organizzazione di sessioni di co-progettazione efficace.

2.1 Che cos'è la co-progettazione?

Co-progettazione significa creare **insieme**, anziché progettare **per** gli altri. Non si tratta di lasciare tutte le decisioni agli esperti, ma di coinvolgere fin dall'inizio le persone che saranno direttamente interessate dai risultati. In questo caso, i giovani.
Nella co-progettazione i partecipanti non vengono semplicemente consultati o osservati: diventano partner attivi e alla pari nella definizione di idee e soluzioni.

Co-progettare significa, quindi, costruire insieme sia il processo che l'esito finale. Questo rende il percorso più autentico e adatto al contesto, evitando soluzioni imposte da esterni che potrebbero non comprenderne a fondo le dinamiche. Le idee così generate risultano più pertinenti e condivise, aumentando il **senso di appartenenza** e la **fiducia** reciproca.

Coinvolgere i giovani nella co-progettazione di attività escursionistiche li motiva a proporre idee vicine ai loro interessi, aumentando la partecipazione e la durata dei risultati, perché tendono a sostenere ciò a cui hanno contribuito.

Immaginiamo ora alcuni possibili argomenti da sviluppare durante un'attività di co-progettazione PATH:

- pianificare attività escursionistiche coinvolgenti per i giovani;
- coinvolgere i giovani nel processo decisionale all'interno dell'associazione;
- coinvolgere i giovani nelle strategie di comunicazione.

Come possiamo trasformare queste sfide in opportunità? Con la tecnica del "Come potremmo..." possiamo iniziare a pensare ai problemi in altri termini, aprendo la nostra mente a nuove possibilità.

- Sfida: i giovani non partecipano alle nostre escursioni.
  - *Come potremmo* progettare attività escursionistiche coinvolgenti, in grado di stimolare l'interesse e la partecipazione dei giovani?
- Sfida: i giovani non sono coinvolti nel processo decisionale.
  - *Come potremmo* coinvolgere includere attivamente i giovani nei processi decisionali dell'associazione per rafforzare il loro senso di appartenenza?
- Sfida: la nostra comunicazione non raggiunge i giovani.
  - *Come potremmo* sviluppare una strategia di comunicazione efficace, capace di intercettare e coinvolgere davvero il pubblico giovanile?

Domande come queste stimolano l'azione e l'esplorazione, aprendo la strada a soluzioni diverse e innovative.

La partecipazione non si limita alla semplice presenza: significa anche avere voce nel processo decisionale. La co-progettazione assicura l'ascolto di punti di vista differenti, riducendo il rischio di escludere alcune persone o gruppi. Quando le persone si sentono ascoltate e valorizzate, sono più propense a investire tempo ed energie nel successo del progetto. L'obiettivo della co-progettazione è proprio questo: passare dal **progettare pe**r al **progettare con**.

2.2 Principi base della co-progettazione

Per essere efficace, la metodologia PATH nella co-progettazione si fonda su cinque principi chiave, che rendono il processo inclusivo, responsabilizzante e davvero collaborativo.

Potere condiviso: fondamento della co-progettazione. Significa passare da un modello *top-down* a una vera *partnership*, in cui il potere decisionale è distribuito. I giovani non sono solo consultati: partecipano attivamente, con voce, influenza e responsabilità nel progetto.

Dare priorità alle relazioni: la collaborazione si costruisce su legami autentici. È fondamentale investire tempo nella creazione di fiducia e rispetto reciproco tra i partecipanti, soprattutto tra generazioni diverse.

Azione basata sull'esperienza: la co-progettazione si basa sull'imparare facendo: un processo attivo e coinvolgente, centrato su esperienze concrete anziché su discussioni astratte.

Crescita reciproca e sviluppo di capacità: tutti i partecipanti crescono insieme. Lo staff dell'associazione comprende meglio le prospettive giovanili, mentre i giovani acquisiscono competenze in leadership, comunicazione e progettazione.

Dialogo reattivo e riconoscimento: il processo deve essere flessibile, in ascolto costante e pronto ad adattarsi. È essenziale riconoscere il contributo di ciascuno, promuovendo senso di appartenenza e motivazione.

2.3 Come applicare la co-progettazione nelle organizzazioni escursionistiche

Le tecniche di co-progettazione sono estremamente versatili e possono essere adattate a diversi contesti per generare soluzioni innovative a una vasta gamma di sfide. In questo capitolo esploriamo come applicare la co-progettazione al mondo dell'escursionismo, integrandolo come elemento strategico nella nostra metodologia.
All'interno di associazioni e federazioni escursionistiche, la co-progettazione rappresenta un approccio collaborativo per sviluppare soluzioni realmente in linea con le esigenze dei membri e della comunità. Per implementare con successo la co-progettazione in questi contesti, è fondamentale riconoscere che essa richiede un cambiamento nei processi decisionali tradizionali. Invece di affidare le decisioni solo ai leader, la co-progettazione promuove la collaborazione, l'ascolto attivo e il rispetto di ogni punto di vista, con l'obiettivo di costruire soluzioni inclusive e partecipate.

Ecco alcuni approcci utili per coinvolgere concretamente i giovani all'interno della propria organizzazione:



Creare un Consiglio dei Giovani all'interno dell'organizzazione che si riunisca regolarmente per co-progettare percorsi, eventi, attrezzature e protocolli di sicurezza, portando prospettive fresche all'organizzazione.



Promuovere la *leadership* tra pari formando giovani escursionisti come ambasciatori del gruppo, responsabili di guidare alcune uscite — dalla pianificazione alla gestione del gruppo — e di condividere competenze ed esperienze, offrendo un'opportunità concreta di apprendimento sul campo.



Organizzare workshop di co-progettazione che coinvolgano i giovani nella definizione di eventi, itinerari e strategie di comunicazione, con il supporto di un facilitatore che assicuri un confronto efficace e costruttivo.

2.4 Il ruolo del facilitatore/facilitatrice nella co-progettazione

Il facilitatore/facilitatrice è un membro designato dello staff dell'associazione e riveste un ruolo centrale nel guidare il processo di co-progettazione delle attività, assicurando che sia concreto, inclusivo ed efficace, soprattutto per l'escursionismo e le iniziative all'aria aperta. Fasi per integrare la co-progettazione:



2.5 Co-progettazione in azione: il workshop di co-progettazione

Immaginate che la vostra associazione/federazione escursionistica voglia attirare più giovani. Da dove dovreste iniziare?
Mettiamo in pratica le nostre conoscenze sulla co-progettazione! Questa è un'ottima opportunità per coinvolgere i giovani nella definizione di soluzioni che li riguardano direttamente.

1) Reclutamento: riunite un piccolo gruppo (circa 10 persone) proveniente sia dall'interno che dall'esterno della tua organizzazione, includendo giovani e personale, per garantire una varietà di prospettive.

2) Predisposizione del materiale: adattate il materiale (post-it, pennarelli, modelli come il PATH Canvas) alle tecniche di co-progettazione che utilizzerete.

3) Introduzione e contesto: iniziate con una presentazione dell'organizzazione (se necessario) in modo che i partecipanti ne comprendano il contesto. Questo prepara il terreno per il PATH Canvas (Allegato 3.2 /Capitolo 7), che verrà spiegato dal facilitatore/facilitatrice.

4) Definizione delle sfide/opportunità: articolate chiaramente il problema: trovate modi efficaci per coinvolgere e attrarre i giovani partecipanti alla propria organizzazione escursionistica.

5) Introduzione alle tecniche e pratica: il facilitatore/facilitatrice introduce le tecniche di co-progettazione (vedi sotto). Tutti i partecipanti le mettono in pratica in piccoli gruppi, concentrandosi su sfide e soluzioni reali (per esempio, una comunicazione online più coinvolgente, esperienze outdoor avventurose).

6) Generate ideas and co-create: incoraggiare una grande varietà di idee utilizzando tecniche come Six Thinking Hats o Brainwriting. Utilizzare il PATH Canvas per co-creare nuove idee.

7) Definizione di una tabella di marcia: il workshop dovrebbe prevedere la creazione di un calendario di attuazione, fondamentale per elaborare una strategia concreta.

8) Valutazione: la fase finale è dedicata alla valutazione: cosa ha funzionato bene? Cosa potrebbe essere migliorato? I facilitatori/facilitatrici possono scegliere metodi come l'osservazione, i sondaggi o i test pre/post.

Clicca qui per esplorare un altro esempio di come valutare l'esperienza del team con la co-progettazione.

2.6 Tecniche chiave di co-progettazione (con esempi)

In qualità di facilitatore/facilitatrice, potete arricchire il processo di co-progettazione con diversi metodi, come questionari per raccogliere feedback, documenti condivisi (es. *Google Docs*) per annotare suggerimenti o altre tecniche strutturate. Ecco alcuni esempi:

- **Sei cappelli per pensare**

Un metodo strutturato in cui i partecipanti "indossano" metaforicamente diversi cappelli, ognuno rappresentante un diverso stile di pensiero. Questo aiuta a esplorare un'idea da molteplici prospettive, evitando conflitti e favorendo una visione più completa.

- **Il metodo 6-3-5: Brainwriting**

Una tecnica silenziosa e collaborativa di generazione di idee: 6 persone scrivono 3 idee in 5 minuti, poi passano il foglio al partecipante successivo, che svilupperà le idee precedenti. Questo metodo stimola contributi rapidi, vari e creativi.

- **Idea generation: Crazy 8s**

Esercizio di disegno rapido: ogni partecipante piega un foglio in 8 sezioni e disegna 8 idee in 8 minuti, esplorando rapidamente diverse soluzioni.

- **Pensiero creativo: SCAMPER**

Una tecnica basata su una checklist che stimola l'innovazione spingendo a: Sostituire, Combinare, Adattare, Modificare, Pensare ad altri usi, Eliminare o Rovesciare elementi di un'idea o processo.

- **Processo decisionale: votazione a punti**

Un metodo democratico per dare priorità alle idee: i partecipanti assegnano dei punti colorati alle proposte che preferiscono, evidenziando in modo visivo quelle più apprezzate.

- **Modello di co-progettazione**

- **Modelli PATH**

Questa serie di modelli, adattata dal progetto Europe Next Gen, facilita l'intero processo di co-progettazione: dal raggruppamento e dall'analisi fino alla definizione di una tabella di marcia. Gli strumenti proposti offrono a facilitatori e partecipanti un supporto concreto per sviluppare soluzioni realistiche ed efficaci, capaci di coinvolgere attivamente i giovani nei club di escursionismo

TIPS

Utilizzate post-it e pennarelli per aiutare tutti a visualizzare ogni fase del processo e ricordate che gli errori fanno parte del percorso!

Nel prossimo capitolo esploreremo come **comunicare in modo più efficace con i giovani** attraverso i canali che già utilizzano e di cui si fidano.





Ulteriori letture e risorse per questo capitolo

- *Che cos'è la co-progettazione?* (EN)
- *Guida alla co-progettazione* (EN)
- *Co-progettare con i giovani*(EN)

Risorse aggiuntive relative alla co-progettazione:

1. Kit di co-progettazione guidata dalla comunità

Un toolkit open source per condividere conoscenze su come realizzare la co-progettazione guidata dallo staff delle organizzazioni.

- LINGUA: EN

2. How Might We (HMW)/Come potremmo

Introduzione a un metodo di *design thinking* che consente ai designer di riformulare e aprire le loro problematiche per sessioni di ideazione efficienti, mirate e innovative.

- LINGUA: EN

3. *Strumenti di Service Design*

Raccolta di strumenti e tutorial che aiutano ad affrontare sfide di progettazione complesse.

- LINGUA: EN

CAPITOLO 3

Tracce digitali: costruire e valorizzare la presenza online per coinvolgere i giovani

Per attirare i giovani e promuovere la loro partecipazione all'interno delle organizzazioni escursionistiche, è fondamentale **comunicare** attraverso i **canali** che già utilizzano e in cui si riconoscono — in particolare strumenti digitali e piattaforme online.

Obiettivi specifici di questo capitolo:

- Fornire alle associazioni escursionistiche indicazioni per migliorare la visibilità sui *social media.*
- Individuare gli strumenti digitali da integrare nella strategia di comunicazione.
- Coinvolgere attivamente i giovani, incentivando la loro partecipazione alla vita dell'associazione.

3.1 Dove si ritrovano i giovani online?

Le generazioni più giovani sono significativamente più attive nell'uso quotidiano di Internet e dei *social media*.

- **Secondo dati Eurostat**, il 96% dei giovani europei tra i 16 e i 29 anni utilizza Internet ogni giorno, rispetto all'84% degli adulti. L'attività principale? La partecipazione ai *social network*.

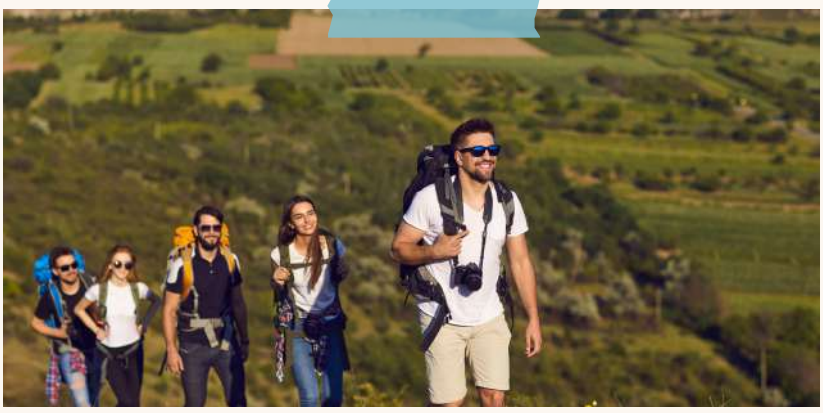
- **Risultati del questionario PATH:** dalla nostra indagine è emerso che le piattaforme più utilizzate sono le seguenti:

- Instagram: ~93% (156 risposte)
- TikTok: ~60% (100 risposte)
- YouTube: ~54% (90 risposte)
- Facebook: ~24% (41 risposte)
-
- Divario di visibilità : Nonostante l'elevato uso quotidiano dei social media, il 65% degli intervistati ha dichiarato di non aver mai visto contenuti promozionali sull'escursionismo online.

Questo dato evidenzia la necessità, per associazioni e federazioni escursionistiche, di rafforzare le proprie competenze nella comunicazione digitale e adottare strategie mirate. Anche se non tutte le associazioni possono essere attive su ogni piattaforma, comprendere dove i giovani trascorrono il loro tempo online è essenziale per aumentare visibilità e coinvolgimento.

Molti intervistati hanno raccomandato di utilizzare la tecnologia per aumentare la visibilità delle attività escursionistiche tra i giovani, incrementando la pubblicità e la promozione sui social media." (Dal riassunto del questionario).

L'escursionismo è percepito positivamente come attività fisica e ricreativa, ma le nuove generazioni tendono a praticarlo in gruppi informali, senza avvicinarsi alle associazioni strutturate. Una strategia digitale e social mirata è fondamentale per invertire questa tendenza e rafforzare il legame tra i giovani e il mondo dell'escursionismo organizzato.



3.2 Buone pratiche per la comunicazione digitale: identità visiva

Una strategia digitale efficace parte da una forte identità visiva. Oggi, per costruire una reputazione e connettersi con il proprio pubblico, è essenziale comunicare in modo riconoscibile e coerente. Per le associazioni escursionistiche che desiderano attrarre i giovani, è importante adottare uno stile moderno, semplice e coinvolgente.

Un'immagine coordinata coerente distingue un'associazione e favorisce il senso di appartenenza. Ciò include un logo ben progettato, una palette di colori coerente, una tipografia armonizzata e contenuti visivi di alta qualità che riflettano avventura, natura ed esplorazione. I giovani sono attratti da un'estetica fresca e pulita.

L'identità visiva dovrebbe includere i seguenti elementi chiave:

- **Un logo moderno e semplice**
  - Deve essere minimalista ma rappresentativo, integrando simboli legati alla natura, ai sentieri o alle montagne, idealmente con riferimenti al territorio locale.
  - Deve funzionare su diversi supporti: *social, gadget, banner*.
- **Una palette di colori coerente**
  - Utilizzare preferibilmente toni naturali (verdi, marroni, blu) combinati con accenti vivaci trasmette energia e freschezza.
  - Suggerimento: 2 colori principali + 2 complementari, per favorire riconoscibilità e coerenza.
- **Font che riflettano lo spirito dell'associazione**
  - Caratteri leggibili, puliti e moderni che uniscano professionalità e avventura. Da evitare font eccessivamente decorativi o datati.
- **Estetica unificata sui *social media***
  - Lo stile visivo dei *post*, *reel* e storie deve essere coerente.
  - Utilizzate template predefiniti per comunicazioni, eventi, testimonianze e sfide: questo aumenta la qualità percepita e la riconoscibilità.

3.3 Strategia dei contenuti: canali, qualità e formato

a) Scegliere i **canali giusti**:

- Per raggiungere le nuove generazioni, privilegiate canali come Instagram, TikTok (soprattutto tra gli adolescenti) e YouTube.
- Ricordate che le tendenze cambiano in fretta: monitora e adatta la tua strategia nel tempo.

b) Scegliere i **contenuti giusti** (in base agli obiettivi):

- *Reels su Instagram Reels,* video su *TikTok* e *YouTube*: perfetti per generare interazioni e raggiungere nuovi pubblici.
- *Post* e caroselli Instagram: ideali per raccontare l'identità dell'associazione, le sue attività e i suoi valori.

c) Puntare sulla **qualità dei contenuti**:

- Le immagini e i video devono essere visivamente accattivanti. Usa materiale di alta qualità, proveniente da eventi o da archivi professionali.
- Meglio pochi contenuti eccellenti che molti mediocri.
- Contenuti audiovisivi brevi (max 90 secondi) con musica efficace e montaggio dinamico funzionano molto bene con i giovani. Mostra sentieri suggestivi, momenti di gruppo, eventi e testimonianze.
- Integra esperienze personali di giovani partecipanti: l'autenticità crea connessione. Uno stile vlog (con dietro le quinte, consigli pratici, storie vere) può aumentare notevolmente il coinvolgimento.

3.4 Connettersi in modo autentico: storytelling, collaborazione e gamification



Comunicazione tra pari

- Uno dei metodi più efficaci per coinvolgere i giovani è affidarsi alla comunicazione tra coetanei. I messaggi trasmessi da altri giovani sono percepiti come più autentici e rilevanti rispetto a quelli provenienti da istituzioni o figure adulte. Una comunicazione accessibile, spontanea e informale ha un impatto molto maggiore.
- I giovani si identificano di più con contenuti creati e condivisi dai loro pari che dalle istituzioni.
- Una comunicazione autentica, vicina e informale risulta più efficace.
- Costruire una rete giovanile locale: ·coinvolgete giovani già attivi nella comunità e formate un piccolo gruppo locale di "giovani ambasciatori " che possano promuovere l'escursionismo sia online che offline.
    - Reclutare giovani escursionisti: individuate membri appassionati e incoraggiateli a rappresentare l'associazione come ambasciatori digitali. Collaborate con scuole, università e gruppi giovanili per raggiungere nuovi potenziali promotori.
    - Date loro voce e strumenti: offrite risorse, linee guida visive e libertà creativa per condividere contenuti autentici legati alle loro esperienze.
    - Favorite il passaparola: il coinvolgimento cresce naturalmente attraverso le reti sociali personali..



Collaborazioni con *influencer*

- Gli *Influencer* possono svolgere un ruolo strategico nella promozione dell'escursionismo e nella valorizzazione dell'associazione.
- Valuta la possibilità di collaborare con *creator* che si occupano di outdoor, natura e stili di vita attivi: il loro supporto può ampliare la visibilità, attrarre nuovi pubblici e portare idee fresche.



Contenuti generati dagli utenti e *hashtag*

- I contenuti creati dai membri stessi rafforzano il senso di comunità e alimentano una crescita organica della presenza online.
- Lanciate campagne hashtag dedicate (es. *#HikeWithUs, #TrailChallengeEU, #ExploreMore*) per stimolare la condivisione di esperienze.
- Ricondividete i contenuti dei membri sui canali ufficiali per rafforzare il senso di appartenenza e coinvolgimento.



Le attività ludiche e le competizioni adottano un approccio non formale che può aumentare il coinvolgimento dei giovani.



- **Concorsi fotografici:** Temi stagionali o festivi, con premi simbolici o digitali per le foto più votate.
- **Sfide escursionistiche a premi:** completare un percorso specifico per ottenere badge digitali, ricompense simboliche o riconoscimenti pubblic**i.**
- **Sfida "Meme dell'escursionista":** invitare i partecipanti a creare e condividere meme divertenti sul tema dell'escursionismo.
- **Caccia al tesoro digitale:** installare codici QR lungo i sentieri che svelano curiosità, sfide o indovinelli legati alla natura e al territorio.
- **Caccia ai rifiuti**: incentivare la raccolta rifiuti lungo i percorsi: i partecipanti condividono foto prima e dopo con un hashtag dedicato.

- **Sfide di gruppo (escursione a staffetta)**: un gruppo completa collettivamente un percorso lungo, ciascuno contribuendo con una tappa
- **Sfide di escursionismo virtuale:** registrare i chilometri percorsi per completare un tracciato simbolico (es. “Scala l’Everest”) e ricevere badge su una mappa interattiva.
- **Missioni narrative**: seguire una storia interattiva con compiti da svolgere sul campo (es. “Trova una cascata nascosta”, “Scatta una foto con un nuovo compagno di escursione”).



Esempio di sfida gamificata: caccia al tesoro con codice QR
Titolo: "Esplora i segreti nascosti di Galachos"

- Panoramica: i partecipanti seguono un percorso escursionistico segnalato (per esempio, Galachos de Juslibo, Spagna), scansionando codici QR posizionati strategicamente. Ogni codice QR sblocca curiosità, informazioni ambientali o mini-sfide che mettono in evidenza la biodiversità, la geologia e la storia culturale della zona.
- Dura: da 60 a 90 minuti.
- Materiali necessari: codici QR stampati, telefoni cellulari con lettore QR (1 per gruppo), accesso a Instagram/altra piattaforma per il tagging, piccoli premi/badge digitali opzionali.
- *Tappa 1:* Benvenuti/e ai Galachos!
  - Posizione: ingresso vicino al fiume Ebro
  - Il codice QR sblocca la curiosità: "Sapevi che i Galachos si sono formati dopo una grande alluvione del fiume Ebro nel 1961?"
  - Mini sfida: "Scatta un selfie con il pannello informativo e taggalo #GalachoExplorers!"

- *Tappa 2*: I canneti (Cañizales)
  - Posizione: lungo il sentiero vicino alle zone umide
  - Il codice QR sblocca la curiosità: "Questo habitat ospita uccelli rari come l'airone rosso e il tarabusino".
  - Indovinello: "Costruisco la mia casa sulle canne palustri. Canto all'alba, ma non mi vedrai se non aspetti. Chi sono?" (Risposta: il cannareccione) .
- *Tappa 3: La parete fossile*
  - Posizione: vicino alla scogliera di gesso
  - Il codice QR sblocca una curiosità: "Queste pareti risalgono a milioni di anni fa e contengono fossili marini: Zaragoza un tempo era sommersa dall'acqua!"
  - Mini sfida: "Individua e disegna la forma di un fossile che vedi nella parete. Condividilo online!"
- *Tappa 4:* Tappa finale – El Mirador (Belvedere)
- Posizione: punto panoramico
  - Il codice QR sblocca il messaggio ambientale: "Questa riserva naturale è un'area protetta. Grazie per averla scoperta in modo responsabile!"
  - Sfida finale: "Sfida fotografica di gruppo: ricrea una famosa posa da escursionista. La foto migliore sarà pubblicata sui nostri social media!"

3.5 Livello di conoscenza dei Sentieri Europei a lunga percorrenza (E-Path)

Il nostro questionario ha rivelato un livello di conoscenza molto basso dei Sentieri Europei tra i giovani:

- Conoscenza dei Sentieri Europei a lunga percorrenza: Sì: 9% (24 intervistati), No: 91% (144 intervistati).

Questa situazione evidenzia una chiara opportunità per le associazioni escursionistiche: promuovere i Sentieri europei a lunga percorrenza attraverso i propri canali digitali, collegandoli ai percorsi locali e alle attività rivolte ai giovani. Per aumentare la consapevolezza e la partecipazione delle nuove generazioni, è fondamentale collegare i Sentieri Europei a lunga percorrenza ai contesti locali, investire nei media digitali e nella comunicazione online strategica, nonché collaborare con scuole, università e istituzioni giovanili.

Esempi di buone pratiche:

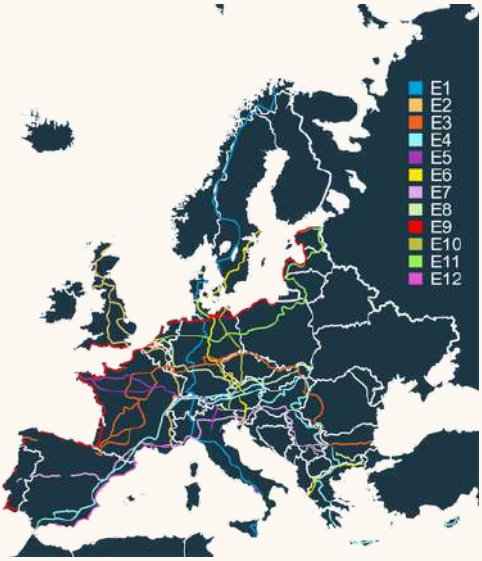
- Collegamento tra il Sentiero Europeo a lunga percorrenza E3 e il Cammino di Santiago. L'E3 si sovrappone in parte al celebre Cammino di Santiago, attirando migliaia di escursionisti ogni anno. Lungo il tracciato sono stati installati cartelli che evidenziano il collegamento con la rete europea, mentre alcuni portali turistici regionali promuovono ora l'E3 con mappe, descrizioni e servizi per i pellegrini.

- Incontro E-Paths a Tarifa (2019): la Federazione Andalusa di Alpinismo (FAM), insieme alla FEDME e al Consiglio Provinciale di Cadice, ha organizzato un evento internazionale a Tarifa, punto d'incontro dei Sentieri Europei a lunga percorrenza E4, E9 ed E12. L'iniziativa, sostenuta dal Governo Regionale dell'Andalusia, ha incluso escursioni guidate e una forte campagna di visibilità digitale e istituzionale.

- Corridoio ecoturistico della Spagna Verde (2023). Le regioni di Galizia, Asturie, Cantabria e Paesi Baschi hanno lanciato, con il supporto del programma NextGenerationEU, un corridoio ecoturistico che integra Sentieri Europei a lunga percorrenza (E9) in un'offerta sostenibile e transregionale. La promozione si è avvalsa di mappe interattive, riprese con droni e narrazione visiva, anche attraverso la collaborazione con blogger e influencer del settore outdoor.

Nel prossimo capitolo esploreremo i principali **ostacoli** incontrati dai giovani partecipanti al questionario online PATH e presenteremo **possibili soluzioni** per superarli.





Fonte: ERA

Ulteriori letture e risorse per questo capitolo

- *Siamo social, Meltwater (2024). Digital 2024: 5 miliardi di utenti dei social media*
- *Eurostat (2023). Il 96% dei giovani nell'UE utilizza quotidianamente Internet.*
- *Schuurman, H. (2025). Tecnologia digitale e ampliamento dell'esperienza all'aperto nelle attività outdoor. Current Issues in Sport Science (CISS), 10(2), 060.*

Risorse relative alla presenza online

1. *Guida alla creazione di un brand kit con esempi*

Un articolo esaustivo con linee guida ed esempi su come costruire un'identità visiva.

- LINGUA: EN

2. *Toolkit DigiHike per la promozione digitale delle attività outdoor*

Manuale con consigli utili ed esercizi su come promuovere le attività all'aria aperta attraverso i canali digitali e i social media.

- LINGUE: EN/IT/ES/HR/PT

3. *La gamification come metodologia per migliorare l'impegno analitico e sostenibile sui social media*

Una ricerca che esamina l'impatto della gamification sullo sviluppo delle capacità di pensiero critico e riconosce la gamification come strumento educativo motivazionale.

- LINGUA: EN

CAPITOLO 4

Rimuovere gli ostacoli: strategie per una partecipazione giovanile attiva

Capire perché i giovani non praticano escursionismo o non si impegnano nelle associazioni è importante tanto quanto comprendere le ragioni di chi invece lo fa. La ricerca condotta dai partner di PATH ha individuato diversi **ostacoli** ricorrenti che limitano la partecipazione giovanile. Questo capitolo propone **strategie pratiche e consigli** operativi per superare queste barriere, con l'obiettivo di aumentare la partecipazione alle attività escursionistiche tra i giovani nella fascia 16–30 anni.

Obiettivi specifici di questo capitolo:

- Sensibilizzare sulle principali barriere che ostacolano la partecipazione dei giovani all'escursionismo.
- Presentare strategie concrete per superare questi ostacoli e rendere le attività escursionistiche più accessibili, inclusive e stimolanti.

Questa sezione propone risposte concrete agli ostacoli principali emersi dalla nostra ricerca, che limitano la partecipazione dei giovani all'escursionismo: **mancanza di tempo,** difficoltà nel trovare **compagni/e di escursione**, **accesso** limitato ai sentieri e preoccupazioni legate ai c**osti e all'attrezzatura necessaria**

Esaminiamo una per una queste sfide.

1 Sfida 1: Mancanza di tempo (segnalata dal 74% degli intervistati)

Molti giovani dichiarano di avere agende piene: tra studio, lavoro e altri impegni quotidiani, le giornate sono spesso occupate per 8–10 ore. Nei fine settimana prevale la stanchezza, e dedicare un'intera giornata ad attività all'aperto, soprattutto se lontane o impegnative, può apparire poco attraente.

- **Bisogno di una pausa:** La vita frenetica e i ritmi sostenuti contribuiscono a elevati livelli di stress. L'escursionismo può rappresentare un'importante occasione per staccare dalla routine, ristabilire l'equilibrio mentale e rinforzare i legami sociali. Numerose ricerche dimostrano come il contatto con la natura favorisca il rilascio di endorfine e dopamina, migliorando il benessere psico-fisico.

- **Soluzioni pratiche per le associazioni:**
  - **Offrire escursioni brevi e accessibili,** che richiedano solo poche ore e non tutta la giornata.
  - **Pianificare attività nel tardo pomeriggio o in orari flessibili,** per adattarsi meglio ai ritmi lavorativi e universitari.
  - **Approccio locale:** organizzate le escursioni in collaborazione con i gruppi escursionistici del territorio per limitare i tempi di viaggio.

- **Esempi di escursioni brevi (da paesi partner di PATH):**
  - **Italia:**

1. ECO-MUSEO DELL'ADDA DI LEONARDO: Percorso da Porto d'Adda a Brivio (parte del sentiero E7), ammirando le invenzioni di Leonardo da Vinci. Durata: 3 ore e 30 minuti.
2. SAN QUIRICO D'ORCIA E PIENZA: Sentieri facili e accessibili nella Val d'Orcia (parte della Via Francigena). Andata e ritorno: 8 km, ~2 ore e 30 minuti.
3. CAPO PALINURO: Splendida vista sul mare, macchia mediterranea. Andata e ritorno: 5 km, ~2 ore.

- **Lituania:**

1. SETNIERI PARTIGIANI NELLA FORESTA DI PARTISAN ŽADEIKIAI (3 km): una breve escursione per conoscere le lotte partigiane e la natura.
2. SENTIERI ALLA SCOPERTA DELLA TENUTA DI RAUDONDVARIS (3 km): A short walk to learn about the history and architecture of Raudondvaris Manor.
3. SENTIERO DELLA SALUTE DI "DIDŽIOSIOS SVEJONĖS" (3 km):): un percorso benessere per il benessere fisico e spirituale.
4. FORESTA DI KAMŠA (4 km): un'escursione nella natura e nella fauna selvatica nella foresta di Kamša.

- **Spagna:**

1. SENDA DEL OSO (Sentiero dell'Orso, Asturie): percorso facile e panoramico (ex ferrovia mineraria) attraverso valli e gallerie. Tratto breve molto popolare: ~12 km andata e ritorno, 2,5-3 ore a passo rilassato.
2. CAMINITO DEL REY (Málaga, Andalusia): (Nota: sebbene spettacolare, il percorso completo di 7,7 km, della durata di 3-4 ore, potrebbe non essere considerato "breve ed efficiente" a seconda del tempo di viaggio/accesso. Valutare se un tratto più breve o un esempio diverso si adatta meglio ai giovani con poco tempo a disposizione, oppure considerarlo come una "speciale avventura di mezza giornata".) Una passerella spettacolare lungo le pareti scoscese di una gola. Il percorso completo è di circa 7,7 km, 3-4 ore.

2 Sfida 2: mancanza di compagni o di contatti sociali (segnalata dal 40% degli intervistati)

Circa il 40% dei giovani coinvolti nell'indagine ha dichiarato di non praticare escursionismo perché non ha amici/amiche con cui farlo. Un ulteriore limite risiede nella scarsa partecipazione giovanile ai gruppi escursionistici, spesso composti prevalentemente da adulti o anziani. PATH intende rafforzare il coinvolgimento dei giovani, favorendo comunità più aperte, dinamiche e inclusive.

La dimensione sociale è fondamentale. L'escursionismo non è solo attività fisica, ma anche un potente strumento di socializzazione. Ritrovi, escursioni collettive e incontri tematici incarnano lo spirito escursionistico, creando opportunità per stringere nuove relazioni, esplorare territori e condividere esperienze autentiche.

- **Soluzioni pratiche per le associazioni:**
  - Campagne di sensibilizzazione: implementare sistemi efficaci per sensibilizzare il pubblico giovane sulle attività all'aria aperta organizzate dalle associazioni escursionistiche.
  - Incontri specifici per i giovani: organizzare regolarmente incontri regionali e nazionali su misura per i giovani.
  - Sfruttare i *social media* (con cautela)
    - Piattaforme come Instagram, Facebook e Telegram possono aiutare a trovare compagni di escursioni (Vedi il capitolo 3 per ulteriori informazioni).
    - Attenzione: i social media possono essere utili per creare connessioni tra giovani escursionisti, ma un uso eccessivo rischia di sostituire le relazioni reali con interazioni virtuali. È importante incoraggiarne un uso equilibrato, che favorisca l'incontro e la partecipazione attiva nella vita reale.
    - Esempi di gruppi online: su Instagram: Lupi del Raparo (IT), Badizo Trekking (IT), Và Sentiero (IT), Su Telegram: RELAPS HIKING (IT).

- Valutare la possibilità di integrare **attività dinamiche** come rafting, arrampicata su corda o percorsi avventura per attrarre un pubblico giovanile e stimolare la creazione di gruppi di giovani motivati e attivi.

3 Sfida 3: Accesso limitato ai sentieri (segnalato dal 22% degli intervistati)

L'escursionismo richiede tempo, risorse economiche, trasporti e conoscenza del territorio. La mancanza di auto o di buoni collegamenti pubblici può limitare la partecipazione dei giovani.

- **Superare l'ostacolo:** nonostante queste difficoltà, il desiderio di condividere un'esperienza di gruppo, conoscere nuovi paesaggi e incontrare altri appassionati può rappresentare una forte motivazione per superarle. Le associazioni possono giocare un ruolo chiave nel facilitare l'accesso.

- **Soluzioni pratiche per le associazioni:**
  - **Promuovere sentieri accessibili:** dare visibilità a percorsi facilmente raggiungibili con i mezzi pubblici, oppure organizzare *carpooling* o trasporti condivisi per gli eventi escursionistici.
  - **Fornire informazioni chiare e dettagliate sui sentieri:** molti principianti non sanno da dove iniziare. Offrire risorse semplici e complete (sia online che cartacee), includendo:
    - punti di partenza e arrivo o distanza complessiva o dislivello e durata media o grado di difficoltà o presenza di ristori etc.
  - **Collaborare con autorità e guide del territorio:** Organizzare attività guidate con il supporto di esperti locali o guide ambientali, che possano arricchire l'esperienza con nozioni sulla fauna, la flora o la storia del luogo etc.
  - **App consigliate per trovare e seguire i sentieri:** per aiutare i principianti a trovare e percorrere i sentieri, sono disponibili numerose applicazioni mobili. Queste *app* offrono mappe dettagliate, recensioni degli utenti, foto e tracciamento GPS, rendendo più facile e sicuro esplorare nuove aree.
  - Per una panoramica completa delle app consigliate (navigazione, sicurezza, riconoscimento della natura, ecc.), si rimanda al Capitolo 6.





Sfida 4: Costi (percepiti) e mancanza di attrezzature (23% degli intervistati)

Molti intervistati percepiscono l'escursionismo come costoso a causa delle quote associative, del carburante e dell'attrezzatura.

- **Affrontare i preconcetti legati ai costi:**
  - **Comunicare i costi reali legati all'escursionismo:** per un'escursione di mezza giornata bastano scarpe da trekking base, abbigliamento comodo, zaino, acqua e snack. Le associazioni dovrebbero sottolinearlo per correggere percezioni errate.
  - **Affrontare le difficoltà legate all'attrezzatura:** molti giovani non hanno l'equipaggiamento adatto: si presentano con scarpe da ginnastica o abiti da città. Per i percorsi facili può bastare, ma quelli più impegnativi richiedono attrezzatura adeguata per sicurezza e comfort.
  - **Opzioni accessibili e sostenibili:**
    - Prendere in prestito l'attrezzatura da amici o familiari per le prime esperienze.
    - Noleggio presso negozi specializzati, soprattutto se l'interesse cresce.
    - Sconti per soci: molte associazioni offrono convenzioni con rivenditori di attrezzatura outdoor.
    - Attrezzatura di seconda mano, acquistabile su piattaforme come *Facebook Marketplace*, *Vinted* o *Weply*
  - **Ricordate:** un'attrezzatura di buona qualità, anche essenziale, fa la differenza in termini di comfort, sicurezza e piacere dell'esperienza.
  - **Disponibilità personale: un elemento chiave.** Alla base di tutto, resta la disponibilità individuale a mettersi in gioco. Anche la proposta migliore richiede l'impegno attivo dei partecipanti. La pigrizia fisica o mentale resta una delle barriere più comuni e difficili da superare.

Il prossimo capitolo illustrerà come favorire il **duraturo coinvolgimento** dei giovani nelle associazioni escursionistiche.

Ulteriori letture e risorse per questo capitolo

- *Le migliori APP per pianificare e memorizzare le escursioni* (IT)
- *Convenzioni* (IT)
- *Parco Migliarino San Rossore Massaciuccoli* (IT)
- *Castello dell'Innominato da Vercurago* (IT)
- *Patirk keliones po Lietuvą* (LT)
- *Caminito del Rey* (ES)
- *Senda del Oso* (ES)

Risorse aggiuntive relative al superamento delle barriere:

1. DigiHike – Shaping sustainable local development in outdoor sports through volunteers' skills development (progetto Erasmus+ Sport). DigiHike intende rispondere alle esigenze del personale e dei volontari delle organizzazioni attive nel campo dello sviluppo rurale e delle attività all'aria aperta attraverso: a) una guida per lo sviluppo delle competenze di base nell'escursionismo; b) un kit di strumenti per la promozione digitale delle attività all'aria aperta.

- LINGUE: EN, IT, ES,HR, PT.

2. FIE MAPS

FIE Maps è un'applicazione mobile gratuita che ti guida lungo i sentieri europei e oltre, in tutta Italia. Disponibile per il download su Google Play e Apple App Store.

- LINGUA: IT

CAPITOLO 5

Giovani protagonisti, costruire leadership e comunità nel tempo

Coinvolgere i giovani non è un'azione isolata, ma un processo continuo che richiede attenzione, cura e strategie mirate.
Per costruire una partecipazione sostenibile e attiva all'interno delle associazioni escursionistiche è fondamentale coinvolgere i giovani in **modo strutturato**, attraverso attività che promuovano la responsabilizzazione, la crescita personale e la leadership.
Questo capitolo esplora come creare una comunità inclusiva e motivante, in cui i giovani si sentano valorizzati, abbiano spazio per esprimersi e siano spinti a contribuire nel lungo periodo.

Obiettivi specifici del capitolo:

- Responsabilizzare i giovani nella pianificazione, organizzazione e conduzione delle attività escursionistiche.
- Sostenere lo sviluppo di competenze chiave in ambiti come la leadership, la progettazione di eventi e la sicurezza in ambienti naturali.
- Promuovere l'impegno a lungo termine, offrendo spazi inclusivi e opportunità di crescita come i programmi di scambio internazionale.

5.1 Colmare il divario di impegno

Come evidenziato nel Capitolo 1, l'indagine ha messo in luce una discrepanza significativa: sebbene la maggior parte dei giovani pratichi escursionismo, pochissimi sono iscritti formalmente ad associazioni escursionistiche.

Questo capitolo esplora come colmare questo divario, promuovendo la creazione di una comunità duratura e inclusiva.
Alcuni dati a supporto di questa sfida:

- Solo il 54% dei giovani dichiara di essere a conoscenza dell'esistenza delle associazioni escursionistiche.
- L'interesse medio per l'adesione a un'associazione riceve un punteggio di 5,11 su 10.

Questi numeri indicano una consapevolezza parziale, ma anche una mancanza di attrattività percepita verso le strutture organizzative esistenti. Le associazioni sono spesso viste come guidate da adulti, con strutture e comunicazione poco adatte ai linguaggi delle nuove generazioni Tuttavia, Investendo in iniziative giovanili e percorsi chiari verso la *leadership*, si può ridurre la distanza e favorire un coinvolgimento autentico.

Cosa ci dicono i risultati del questionario e il *feedback* raccolto dai giovani:

- C'è un **interesse** reale per l'escursionismo, ma non sempre per il modo in cui è strutturato nelle associazioni tradizionali.
- Molte associazioni mostrano il bisogno di un **ricambio generazionale**, essendo in gran parte guidate da adulti più anziani.
- La *leadership* giovanile può svilupparsi in modo efficace attraverso processi di **co-progettazione** (Capitolo 2).
- Gli sport informali, guidati dai pari, favoriscono valori come la responsabilità, la **partecipazione civica,** la connessione e l'apertura (Long & Pantaléon, 2014).
- Quando i **giovani prendono l'iniziativa**, le associazioni si evolvono con nuove idee, una comunicazione più efficace e una comunità più solida.

5.2 Iniziative giovanili basate sulla co-progettazione

I modelli tradizionali si basano spesso su un trasferimento unidirezionale di conoscenze, dagli adulti ai giovani. L'approccio della co-progettazione, invece, ribalta questa dinamica, trattando i giovani non come destinatari, ma come partner attivi e co-creatori fin dall'inizio. Questo metodo si fonda sui principi presentati nel capitolo 2.

Basandosi su potere condiviso e crescita reciproca, i giovani diventano leader attivi nel processo decisionale, promuovendo coinvolgimento autentico, fiducia e senso di appartenenza.

5.3 Formare giovani leader: competenze chiave

Formare i giovani affinché diventino *leader* nelle associazioni escursionistiche significa molto più che insegnare loro a leggere una mappa. Si tratta di aiutarli a scoprire il loro potenziale, esprimere la loro creatività e sviluppare competenze utili nella vita reale. Sulla base delle intuizioni emerse dal processo di co-progettazione PATH e dai risultati del questionario, ecco le aree chiave:

1) PIANIFICAZIONE DI EVENTI GUIDATI DAI GIOVANI: DALL'IDEA ALL'AVVENTURA.
Quando i giovani guidano la pianificazione di un evento, passano da partecipanti a decisori.

- **Pianificazione ed esecuzione:** organizzare un'escursione significa conoscere il pubblico, definire durata ed elementi memorabili. Coinvolgere i giovani nella pianificazione li responsabilizza dalla progettazione alla gestione della sicurezza.
- **Comprendere il gruppo:** una buona pianificazione parte dalla domanda: 'Di cosa ha bisogno questo gruppo?' I giovani leader imparano a cogliere energia, interessi e capacità dei partecipanti.

- **Gestione delle risorse:** l'organizzazione di eventi insegna competenze pratiche come la logistica, la comunicazione all'interno del *team* e la gestione del tempo e dei materiali (prenotazione dei mezzi di trasporto, preparazione dei materiali, approvvigionamento di acqua e crema solare).
- **Visione creativa:** lasciate ai giovani *leader* la libertà di creare escursioni a tema: la loro creatività può dare vita a esperienze uniche che gli adulti potrebbero non immaginare (Questionario: "Idee per attirare i giovani" includeva Attività di gruppo/giochi: 23,8%, Aspetti sociali: 17,9%, Sfide: 11,9%).
- **Imparare dall'esperienza:** incoraggiate la riflessione post-escursione: cosa ha funzionato, cosa ha sorpreso, cosa migliorare. Così ogni evento diventa un'occasione di apprendimento della leadership.

Esempio: invece di pianificare l'intera escursione, chiedete a un gruppo di giovani di progettare una parte da soli, magari con giochi o punti di narrazione.

2) CAPACITÀ DI *LEADERSHIP*

La *leadership* all'aperto significa essere responsabili, flessibili ed emotivamente in sintonia con gli altri.

- **Sicurezza e navigazione all'aperto:** è essenziale conoscere le basi della sicurezza: leggere mappe, valutare il meteo e muoversi su terreni impegnativi.
- **Facilitare il gruppo:** gestire l'energia del gruppo è fondamentale: coinvolgere i partecipanti più silenziosi, risolvere tensioni, scegliere i momenti di pausa e favorire un'atmosfera inclusiva (Questionario: interesse per le attività/i giochi di gruppo durante le escursioni valutato 6,88/10).
- **Capacità di comunicazione:** i leader di oggi devono comunicare su più piattaforme, fornendo indicazioni chiare di persona e usando i social media per promuovere, aggiornare e condividere esperienze. I giovani spesso lo fanno naturalmente; incoraggiatene un uso consapevole.
- **Determinazione e adattabilità:** le escursioni possono riservare imprevisti: i leader devono saper adattare piani e percorsi con calma e ponderatezza.

- **Intelligenza emotiva**: ascoltare, empatizzare, sostenere e incoraggiare. La consapevolezza dei sentimenti aiuta a gestire il gruppo e a costruire fiducia."

Esempio: assegnare a un giovane leader il compito di co-guidare un'escursione insieme a un adulto esperto. Lasciategli pianificare il ritmo, suggerire attività di gruppo e controllare i partecipanti.

5.4 Metodi per sviluppare la leadership giovanile: dalla partecipazione passiva ai ruoli attivi

Formare giovani leader non significa assegnare loro tutte le responsabilità da subito, ma offrire occasioni graduali, significative e sicure per partecipare, riflettere e assumersi ruoli crescenti di responsabilità. Anche nei giovani più introversi o insicuri, la leadership può emergere se coltivata con intenzione. Fiducia in sé stessi, comunicazione e spirito d'iniziativa si sviluppano attraverso pratica strutturata, sicurezza emotiva e ripetute esperienze a basso rischio.

Ecco quattro approcci basati sulla co-progettazione:

1

Migliorare con l'esperienza

La *leadership* si sviluppa con l'esperienza concreta. Un primo passo può essere assegnare compiti semplici ma visibili: trasportare materiali, accogliere i partecipanti, scegliere la musica per un momento di pausa, preparare un tratto del percorso. Queste azioni offrono un senso di contributo e competenza. Si tratta di opportunità strutturate e a basso rischio che sono fondamentali.

TIPS

Coinvolgere un giovane nel presentare brevemente una parte dell'escursione o nel guidare una passeggiata silenziosa può aiutarlo a sperimentare la leadership in un contesto positivo.. Questo approccio è coerente con il modello SAFE (Sequenced, Active, Focused, Explicit learning) per lo sviluppo socio-emotivo (Durlak et al., 2011).

2

***Mentoring* tra pari**

I giovani imparano meglio da chi gli somiglia. Abbinare partecipanti inesperti con chi ha già vissuto l'esperienza crea un clima di fiducia e riduce le barriere d'ingresso.

Il tutoraggio tra pari consente inoltre ai giovani più esperti di rafforzare le proprie competenze, sostenendo gli altri in modo orizzontale e non solo in presenza di adulti.

TIPS Istituire un "circolo di sostegno tra giovani" prima di ogni evento, in cui i volontari con più esperienza si connettono con i nuovi, condividendo storie e consigli (Dugan & Komives, 2010).

3

Opportunità di *leadership* attiva e creativa

La leadership non è solo verbale. Offrite ai giovani ruoli creativi, attraverso movimento, narrazione o personaggi simbolici, permettendo ai giovani di sperimentare la leadership senza pressione. Questo approccio è particolarmente efficace per gli introversi o per chi sta costruendo fiducia in sé stesso/a.

TIPS Utilizzare carte-personaggio, compiti simbolici o rituali dinamici per permettere a ciascuno di vivere la leadership secondo il proprio stile.
(Riferimento: John Antonakis, Marika Fenley e Sue Liechti – ricerca sul carisma).

4

Co-progettazione in tempo reale

La leadership inizia con l'autorevolezza. Quando i giovani contribuiscono a definire temi, contenuti o ritmi dell'attività, si sentono parte del processo e più motivati a guidarlo. Le associazioni possono organizzare sessioni di co-progettazione in cui i partecipanti propongono idee per l'escursione, attività lungo il percorso o sfide creative, trasformandoli da semplici partecipanti a co-creatori e poi a *co-leader*.

TIPS Utilizzare strumenti collaborativi come bacheche delle idee, schede di ispirazione o mappature visive per facilitare la partecipazione attiva.



Creato dal Consorzio PATH con strumenti di intelligenza artificiale.

5.5 Il potere degli scambi internazionali

Un'esperienza all'estero aiuta i giovani a uscire dalla comfort zone, scoprire nuove culture e rafforzare la fiducia in sé stessi- Programmi internazionali come gli scambi giovanili Erasmus+ offrono esperienze dal forte impatto, spesso trasformative.

- **Cosa offrono questi scambi:** I partecipanti imparano tramite laboratori, progetti ed escursioni con coetanei da tutta Europa. Gli scambi durano 5–21 giorni e spese di viaggio e partecipazione sono coperte.

- **Benefici per i giovani**
  - *Comunicazione interculturale:* confrontarsi con lingue e culture diverse sviluppa pazienza e apertura.
  - *Collaborazione nella diversità*: pianificare o portare a termine attività (come un'escursione di gruppo) con persone di origini diverse favorisce la collaborazione.
  - *Adattabilità:* vivere ambienti nuovi stimola flessibilità e crescita personale.
  - *Cittadinanza europea e globale*: gli scambi aiutano a costruire un'identità europea e internazionale più consapevole.
  - *Coraggio e fiducia in sé:* parlare, orientarsi o guidare attività accresce sicurezza personale.
  - *Sviluppo di competenze trasversali:* si sviluppano empatia, comunicazione, iniziativa e leadership.

- **Benefici per le associazioni:** i giovani tornano dagli scambi con energia, idee e competenze, diventando più attivi e coinvolti nella comunità.

Esempi:

1. *Durante lo scambio, coinvolgere i partecipanti nell'organizzazione di attività, dando loro visibilità e responsabilità.*
2. *Al termine dello scambio, organizzare un incontro in cui i giovani condividono esperienze e propongono nuove attività.*

5.6 Comprendere le motivazioni che spingono ad aderire alle associazioni

Per incentivare l'adesione a lungo termine è essenziale comprendere cosa spinge i giovani a unirsi a un'associazione. Il nostro questionario ha indagato anche questo aspetto, rilevando un interesse medio pari a 5,11 su 10.

- Le principali motivazioni indicate per l'adesione sono state:
  a. Partecipazione a escursioni ed eventi organizzati in – 68%.
  b. Sconti su attrezzatura, equipaggiamento o servizi correlati – 55%.
  c. Opportunità di entrare in contatto con altri appassionati – 50%.
  d. Accesso a sentieri esclusivi o meglio curati – 45%.
  e. Presenza di guide esperte, formazione e consigli sulla sicurezza – 42%.
  f. Informazioni e aggiornamenti sulle escursioni locali o regionali – 38%.

Le associazioni dovrebbero valorizzare questi elementi nella propria comunicazione e nelle proposte associative, così da attrarre e fidelizzare i giovani.



Nel capitolo successivo approfondiremo le strategie per favorire il **coinvolgimento giovanile** attraverso **strumenti digitali** e attività incentrate sulla **co-progettazione**.

Ulteriori letture e risorse per questo capitolo

- *Project How's pocket book* (EN, LT, LV, BG, HU)

Know-how su come attuare e partecipare alle mobilità giovanili Erasmus+: utile per coinvolgere i giovani in queste attività.

- *Manuale di co-creazione per professionisti creativi* (EN)

Un manuale pratico sviluppato nell'ambito del progetto Erasmus+ CO-CREATE, che offre una guida passo passo per l'attuazione di attività di formazione di co-progettazione, compresi metodi collaborativi, facilitazione di workshop e autovalutazione.

CAPITOLO 6

Coinvolgimento duraturo: strategie per il lungo termine

Per assicurare una partecipazione attiva e duratura delle nuove generazioni, le associazioni e le federazioni escursionistiche devono sapersi rinnovare. Non basta attrarre i giovani: è necessario coinvolgerli attivamente nei **processi decisionali** e nella definizione delle prospettive future. Questo capitolo approfondisce strategie volte a rendere **sostenibile l'impegno dei giovani,** puntando sull'uso di strumenti digitali e sulla co-progettazione di nuovi programmi sviluppati con il loro contributo.

Obiettivi specifici di questo capitolo:

- Offrire alle associazioni e alle federazioni escursionistiche delle linee guida efficaci per coinvolgere i giovani in modo continuativo e sostenibile.
- Supportare l'integrazione degli strumenti digitali nelle attività associative, promuovendo la co-progettazione di nuovi programmi con il diretto contributo dei giovani.
- Sviluppare strategie mirate per rafforzare il ruolo dei giovani all'interno delle organizzazioni, favorendone l'accesso a posizioni di *leadership*.

6.1 Il ruolo in evoluzione delle associazioni escursionistiche: impatto sociale e ambientale

Come discusso nel capitolo 2 (Co-progettazione), coinvolgere le nuove generazioni significa rinnovare le associazioni escursionistiche, rendendole più attrattive attraverso approcci moderni. I giovani portano con sé nuove prospettive, valori ed energie, trasformando il modo in cui l'escursionismo viene vissuto, promosso e percepito.

- **L'escursionismo può diventare uno strumento di cambiamento sociale:** l'escursionismo non è solo un'attività fisica, ma un mezzo per sensibilizzare su temi cruciali come la sostenibilità ambientale. Le nuove generazioni sono particolarmente attente a queste tematiche.
  - Vivere la natura in prima persona rafforza il senso di responsabilità verso la sua tutela.
  - Per restare rilevanti e attrattive, le associazioni dovrebbero impegnarsi in programmi di cambiamento e coinvolgere attivamente i giovani.

- **Attività con impatto:** iniziative che integrano l'escursionismo con il ripristino ambientale, il monitoraggio della biodiversità o la sensibilizzazione sul cambiamento climatico rispondono al desiderio dei giovani di contribuire positivamente. Secondo un sondaggio del Forum europeo della gioventù (2021), il 67% dei giovani individua il cambiamento climatico come una delle principali aree di impegno.

6.2 Contenuti guidati dai giovani e integrazione digitale per un coinvolgimento più profondo

Le tecnologie digitali trasformano l'esperienza *outdoor*: per le nuove generazioni smartphone e GPS non sono distrazioni, ma strumenti che rendono l'escursionismo più coinvolgente.

CREAZIONE DI CONTENUTI E NEI PROCESSI DECISIONALI

Per amplificare l'impatto delle comunicazioni (capitolo 3) e raggiungere un pubblico più ampio, è fondamentale coinvolgere i giovani nella creazione di contenuti e nei processi decisionali.

Esempio: Le associazioni possono lanciare concorsi online invitando i giovani a creare poster, illustrazioni, foto o brevi video per promuovere eventi escursionistici. Premi come attrezzatura sportiva incentivano la partecipazione, mentre l'associazione beneficia di creatività e visibilità. L'uso di strumenti digitali rende l'esperienza escursionistica più coinvolgente.

INTEGRAZIONE DEGLI STRUMENTI DIGITALI NELLE ATTIVITÀ ESCURSIONISTICHE

Molte piattaforme digitali possono essere integrate nelle attività escursionistiche per favorire il coinvolgimento e creare valore. Ecco alcuni esempi per categoria:

APP DI NAVIGAZIONE E PIANIFICAZIONE DEI PERCORSI

- AllTrails: App per scoprire sentieri, leggere recensioni, verificare il livello di difficoltà e tracciare le escursioni con il GPS.
- Caltopo: offre mappe dettagliate con livelli sovrapponibili e strumenti per pianificare escursioni in zone remote.
- DIGIHIKE - Sentieri in Europa: promuove il patrimonio naturale e culturale attraverso 15 sentieri mappati in tutta Europa con informazioni sulle zone rurali.
- FIEMAPS: guida gli escursionisti lungo sentieri, percorsi e itinerari europei attraverso associazioni affiliate.
- Gaia GPS: fornisce mappe topografiche avanzate, accesso offline e funzioni di pianificazione dei percorsi.

- Komoot: supporta la pianificazione dei percorsi con navigazione vocale turn-by-turn per escursioni a piedi, in bicicletta e corsa.
- MAPS.ME: App di mappe offline con regioni scaricabili, sentieri e punti di interesse. Disponibile su Apple App Store e Google Play.
- MAPY.CZ: mappe complete con particolare attenzione all'Europa centrale, che mostrano sentieri ufficiali, rifugi e punti panoramici.
- Outdooractive: una delle app preferite in Europa con mappe dei sentieri, tracciamento GPS e funzionalità social.
- Topo Maps+: offre mappe topografiche USGS offline per escursioni in luoghi remoti.
- Wikiloc: offre contenuti forniti dagli utenti e percorsi compatibili con gli smartphone.

APP PER L'IDENTIFICAZIONE DELLA NATURA E DELLA FAUNA SELVATICA

- GeoCaching: The world's largest treasure hunt, where users visit natural sites and answer geology-based questions.
- iNaturalist: una piattaforma in cui gli utenti contribuiscono alla ricerca sulla biodiversità.
- Merlin Bird ID (Cornell Lab): identifica gli uccelli dalla vista o dal canto.
- Mushroom Identificator: scatta una foto per identificare i funghi selvatici (attenzione: non affidarti mai esclusivamente alle app per determinarne la commestibilità!). Disponibile su Apple App Store e Google Play.
- NatureID: : identifica piante, alberi, fiori e malattie delle piante con la tua fotocamera. Disponibile su Apple App Store e Google Play.
- PictureThis: fornisce un'identificazione rapida e accurata delle piante.
- Seek by iNaturalist: identifica piante, animali e funghi con la fotocamera.

APP PER OSSERVARE LE STELLE

- SkyView Lite / Star Walk 2: utilizza la realtà aumentata per identificare stelle, pianeti, costellazioni e satelliti.

APP PER FITNESS, MINDFULNESS E MONITORAGGIO

- MapMyRun: registra le escursioni, le statistiche dei percorsi e le calorie bruciate.
- MyRadar: fornisce un radar meteorologico in tempo reale per evitare condizioni pericolose.
- Strava: aiuta l'utente a tenere traccia delle performance, gareggiare sui segmenti e condividere i progressi online.

APP PER LA SICUREZZA E LE EMERGENZE

- Spyglass: combina una bussola, un altimetro e un tachimetro per la navigazione in zone remote.

APP PER FOTOGRAFIA E CONDIVISIONE SUI SOCIAL

- Day One Journal: App per tenere un diario digitale delle escursioni con foto, mappe e riflessioni.
- GoPro Quik: modifica rapidamente i video e le foto dei percorsi e li trasforma in reel.
- Relive: trasforma le escursioni tracciate con il GPS in dinamici video 3D con foto e statistiche sovrapposte.
- Snapseed: un potente strumento di fotoritocco. Disponibile su Apple App Store e Google Play.
- Instagram Threads: App per la condivisione privata con gli amici più cari, ideale per gli aggiornamenti degli ambasciatori giovanili.



6.3 Espandere le opportunità di leadership per i giovani

Una delle misure più efficaci che le associazioni possono adottare è coinvolgere i giovani in ruoli di *leadership*, permettendo loro di partecipare attivamente alla pianificazione, al processo decisionale e allo sviluppo delle politiche.

Vantaggi della partecipazione dei giovani

- *Prospettiva*: Portano nuovi punti di vista su accessibilità, tecnologia, equità e sostenibilità.
- *Coinvolgimento*: quando i giovani si sentono ascoltati e parte di qualcosa, è più facile che restino attivi nel tempo e si prendano a cuore le responsabilità.
- *Sostenbilità*: La creazione di reti giovanili di *leadership* garantisce continuità e innovazione nel tempo.
- *Rilevanza:* le politiche che riflettono i valori dei giovani (inclusione, giustizia climatica, salute mentale) trovano maggiore riscontro nell'attuale cultura outdoor in evoluzione.

Strategie per promuovere la *leadership* giovanile

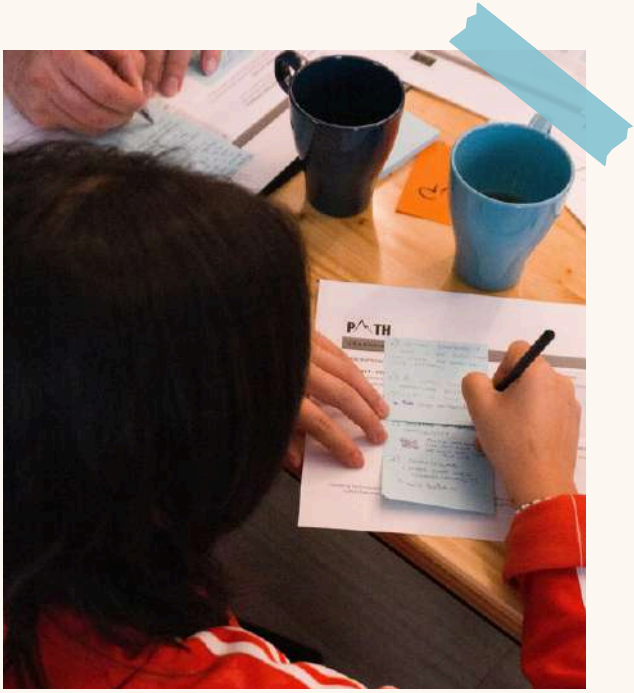
Organizzare summit escursionistici guidati dai giovani: le associazioni possono offrire formazione su progettazione, leadership, sicurezza e promozione, preparando i ragazzi a ideare eventi propri, anche a tema o combinati con altre attività. Questo percorso sviluppa competenze, rafforza l'autostima e promuove politiche guidate dai giovanillo di progettazione di politiche guidate dai giovani

Incarichi di leadership riconosciuti

Le organizzazioni escursionistiche dovrebbero riservare almeno il 20% dei posti nei consigli direttivi, negli incarichi consultivi o nei comitati a persone sotto i 30 anni. In questo modo si promuove equità, equilibrio generazionale ed una visione proiettata al futuro, favorendo la collaborazione tra generazioni, offrendo spazi di crescita e garantendo che i valori dei giovani siano rappresentati nelle decisioni strategiche.

Principali **risultati** della partecipazione attiva dei giovani:

- Politiche più inclusive e attente alle diverse esigenze.
- Innovazione potenziata grazie all'approccio digitale e creativo delle nuove generazioni.
- Maggiore partecipazione, stimolata dalla possibilità di riconoscersi nelle mission e nei valori delle organizzazioni.
- Una comunità più solida, in cui ogni persona, indipendentemente dall'età, può contribuire e guidare.



6.4 Strumenti pratici per un coinvolgimento sostenibile dei giovani: checklist e suggerimenti

Utilizzate questa checklist per valutare la situazione attuale della vostra associazione e individuare aree prioritarie per sviluppare il coinvolgimento giovanile.

- **Checklist di autovalutazione**

Area	Sì/No	Note/ Azioni da intraprendere
I giovani (sotto i 30 anni) partecipano regolarmente ai vostri eventi?		
Coinvolgete i giovani nella progettazione e promozione delle attività?		
Avete un comitato giovanile o un programma di ambasciatori?		
Almeno il 20% dei ruoli di leadership o decisionali è ricoperto da giovani?		
Utilizzate strumenti digitali (app, social media, piattaforme di contenuti) per coinvolgere i giovani?		
La vostra comunicazione è adattata alle piattaforme e ai formati utilizzati dai giovani (Instagram, TikTok, Reels)?		
Il vostro staff ha ricevuto formazione su inclusione giovanile e tendenze digitali?		
Le attività che proponete hanno un impatto ambientale e sociale significativo (ad esempio escursioni sostenibili, eventi inclusivi)		

- **Suggerimenti per un coinvolgimento duraturo**

A. *Co-leadership* giovanile

1. Creare un consiglio consultivo giovanile con reale possibilità di incidere sulle decisioni del consiglio direttivo.
2. Riservare almeno il 20% dei ruoli dirigenziali a persone sotto i 30 anni.
3. stituire un programma di ambasciatori giovanili con ruoli attivi nell'organizzazione di escursioni, partecipazione a eventi e produzione di contenuti.

B. Integrazione digitale

1. Scegliere una piattaforma digitale da presidiare con continuità (es. Instagram, TikTok o YouTube Shorts)
2. Offrire corsi base di creazione di contenuti digitali, preferibilmente condotti da giovani per favorire l'apprendimento tra pari
3. Integrare app come iNaturalist, Komoot o Relive nelle escursioni, insegnandone l'uso ai partecipanti
4. Promuovere la narrazione post-escursione tramite foto, brevi video o diari da pubblicare sui canali dell'associazione

C. Eventi guidati dai giovani

1. Dare ai giovani l'opportunità di ideare e condurre escursioni periodiche
2. Combinare le uscite con passioni affini: fotografia, musica, benessere (es. escursione al tramonto con diario creativo)
3. Organizzare escursioni a impatto positivo: raccolta dei rifiuti, osservazione della biodiversità, mappatura sentieri

D. Formazione e affiancamento

1. Affiancare i giovani a membri esperti in un percorso di affiancamento.
2. Organizzare workshop semestrali su leadership, comunicazione, progettazione e gestione di eventi.
3. Offrire supporto digitale ai membri senior per facilitare lo scambio di competenze tra generazioni.



Nel prossimo capitolo saranno presentati strumenti pratici, modelli e guide per aiutare la vostra associazione a mettere in pratica queste strategie, con un focus su **risorse concrete per la co-progettazione di iniziative guidate dai giovani.**

Ulteriori letture e risorse per questo capitolo

- *Forum Europeo della Gioventù (2021). Giovani e ambiente* (EN)
- *UNEP e Gruppo Principale delle Nazioni Unite per Bambini e Giovani (2022)* (EN)

Risorse aggiuntive relative all'integrazione degli strumenti digitali nelle attività escursionistiche

1. Geocaching

Una panoramica completa su cos'è il geocaching e su come implementare questa attività.
LINGUE: MULTILINGUA

2. *iNaturalist Educator's Guide*

Una guida completa su come utilizzare l'app "iNaturalist".
LINGUE: MULTILINGUA

3. REI CO-OP Classes & Events

Corsi e guide gratuite su escursionismo, orientamento, primo soccorso e DEI (Diversità, Equità e Inclusione) negli spazi all'aperto.
LINGUE: MULTILINGUA

CHAPTER 7

Il kit di strumenti per il coinvolgimento dei giovani

Questo capitolo raccoglie **strumenti, modelli e guide pratiche** per supportare la vostra associazione escursionistica nell'attuazione delle **strategie di coinvolgimento giovanile** presentate nei capitoli precedenti. L'attenzione è rivolta a risorse concrete e subito utilizzabili, con particolare focus sulla co-progettazione di iniziative guidate dai giovani.

Obiettivi specifici del capitolo:

- Proporre modelli operativi che aiutino i giovani a ricoprire ruoli distinti nella pianificazione delle attività escursionistiche (ad esempio: Trail Master, Experience Weaver, Hearth Keeper).
- Offrire una giuda dettagliata per facilitatori/facilitatrici, utile a condurre un workshop di co-progettazione della durata di 90 minuti, mirato alla definizione di un'escursione guidata dai giovani.
- Fornire strumenti pratici ai facilitatori/facilitatrici e ai giovani leader, come schede per il team di pianificazione e una timeline visiva, per strutturare e coordinare con efficacia l'intero processo.
- Promuovere l'uso di documenti collaborativi online per facilitare il lavoro di squadra in tempo reale, migliorare la trasparenza e semplificare il coordinamento durante la pianificazione.

7.1 Co-progettazione di un'escursione guidata dai giovani: modelli e guida per i facilitatori

Un modo efficace per coinvolgere i giovani è farli pianificare e guidare le proprie escursioni. Questa sezione propone modelli di ruoli e uno *script* per facilitare le sessioni di co-progettazione.

Il potere dei documenti online collaborativi

Per una co-progettazione efficace, trasferite i 'Modelli per il team di pianificazione dell'escursione' (forniti di seguito) in un documento online condiviso (Google Docs, OneDrive, Notion, Word). Vantaggi principali:

- **Collaborazione in tempo reale:** tutti i partecipanti, nei rispettivi ruoli (es. Trail Master, Experience Weaver etc), possono lavorare contemporaneamente sullo stesso documento.
- **Trasparenza:** ogni membro ha accesso immediato ai contributi altrui, favorendo una visione chiara e condivisa.
- **Coordinamento:** si riducono le sovrapposizioni e si garantisce che siano tenuti in considerazione tutti gli aspetti dell'escursione.
- **Accessibilità immediata:** una volta creato il documento condiviso, è possibile generare un codice QR: i partecipanti possono scansionarlo con lo smartphone per collaborare interattivamente durante le sessioni di co-progettazione.



Sessione di pianificazione dell'escursione - Script per il facilitatore/facilitatrice

Questa sessione, della durata di 90 minuti, guida i partecipanti nella progettazione collaborativa di un'escursione. I partecipanti vengono suddivisi in tre team, ognuno con un ruolo specifico. La sessione promuove la collaborazione in tempo reale, preferibilmente tramite un documento condiviso online.

Panoramica della sessione

- Durata: 90 minuti.
- Numero partecipanti: circa 16.
- Obiettivo: progettare un'escursione di un'intera giornata attraverso la suddivisione dei ruoli e il lavoro congiunto.
- Strumenti consigliati: documento condiviso (Google Docs o equivalente), modelli cartacei, mappe, penne, smartphone.

Ruoli del *team*

- *Trail Masters* (Responsabili della pianificazione del percorso).
- *Experience Weavers* (Ideatori/ideatrici di attività, giochi).
- *Hearth Keepers* (Coordinatori degli aspetti logistici (pasti, accoglienza, falò, materiali).

Svolgimento della sessione

0–10 min | Accoglienza e formazione dei gruppi

- Accogliere i partecipanti e presentare l'obiettivo della sessione: progettare l'escursione che faremo insieme.
- Presentare i ruoli e invitare i partecipanti a scegliere liberamente il proprio *team*.
- Sottolineare che il lavoro sarà collaborativo: "Non sarete da soli:/e vi coordinerete tra gruppi, ci sarà lo staff ad aiutarvi se necessario".

10–40 min |Pianificazione dettagliata nei team (Tempo suggerito: 30 min)

- Ogni gruppo lavora sulla propria sezione del documento condiviso usando i modelli (v. pagine seguenti).
- I facilitatori/facilitatrici offrono supporto ai gruppi:

1. *Trail Masters* (Responsabili della pianificazione del percorso): percorso, tappe e tempistiche.
2. *Experience Weavers* (Ideatori/ideatrici di attività, giochi): giochi, attività, spazio necessario e tempi stimati.
3. *Hearth Keepers* (Coordinatori degli aspetti logistici (pasti, accoglienza, falò, materiali): esigenze materiali, piano antincendio, logistica di acqua e pranzo.

- Incoraggiare l'uso di telefoni, mappe e strumenti digitali. Assicurarsi che tutti siano allineati sulla timeline condivisa.

<u>40–65 min | Collaborazione strutturata tra gruppi (Tempo suggerito: 30 min)</u>

- Facilitare due *round* di confronto diretto tra i gruppi per coordinare le rispettive aree:
- Round 1 (10–12 min): Trail Masters + Experience Weavers

– In quali punti del percorso è possibile inserire le attività?
– Le soste previste offrono tempo e spazio sufficienti?

- Round 2 (10–12 min): Trail Masters + Hearth Keepers

-Quando sono previsti i momenti per mangiare, bere e riposarsi?
– Cosa serve, chi se ne occupa, come lo si trasporta?
Utilizzare la timeline dell'escursione per annotare le decisioni.

<u>65–85 min | Coordinamento finale e chiusura operativa (Tempo suggerito: 20 min)</u>

- I gruppi rivedono e completano i propri modelli per:

– Finalizzare la lista dei materiali.
– Assegnare uoli per giochi, fuoco, logistica.
– Annotare eventuali punti da approfondire nel secondo giorno.

- I facilitatori revisionano il documento condiviso e aiutano a definire la sequenza temporale definitiva.

<u>85–90 min | Riflessione o condivisione finale (Tempo suggerito: 5 min)</u>

- Ritrovarsi in cerchio o in gruppo per una breve riflessione.
- Proporre una delle seguenti domande: "Cosa ti entusiasma di più?", "Cosa offrirai al gruppo durante l'escursione?"
- Opzionale: concludere con un gesto simbolico (es. applauso di gruppo, respiro collettivo, etc.).

Modelli per i Team

Benvenuti! Ogni team ha un ruolo preciso nella preparazione dell'escursione. Non siete soli: oltre ai membri del vostro gruppo, lo staff sarà a disposizione per supportarvi in ogni fase!

1. RESPONSABILI DELLA PIANIFICAZIONE DEL PERCORSO (Trail Masters)

Il vostro obiettivo:
Progettate il percorso della nostra escursione: scegliete partenza, destinazioni, durata della camminata e soste per riposare, mangiare e divertirvi. Non siete soli: esperti vi supporteranno in ogni fase!

Responsibilità:

- Scegliere punto di partenza, arrivo e tappe principali.
- Stimare tempo e distanza totali (es. usare 3,5 km/h ≈ 17 min/km per un'escursione prevalentemente su terreno pianeggiante)
- Coordinare le tappe con gli altri team.
- Usare mappa cartacea o digitale (telefono/GPS).

Fermata #	Luogo	Finalità (riposo, vista, gioco, cibo)	Tempo stimato
1	Passaggio del torrente	Riposo/Gioco	30 min
2	Riva del lago	Pranzo/Gioco	2 h
3	Bivio	Riposo/Gioco	20 min
Aggiungere righe se necessario			

Distanza totale stimata: _____ km

Durata complessiva stimata (comprese le soste): _____ ore

Checklist per il giorno dell'escursione:
[ ] Il percorso è stato salvato su telefono o GPS
[ ] Il programma delle soste è stato condiviso con tutti
[ ] Sono state identificate una o più persone per controllare il tempo
[ ] Tutti i partecipanti hanno compreso il percorso e le tappe previste

Percorso dell'escursione: _____ (inserire *link* del percorso effettivamente pianificato).

2. IDEATORI/IDEATRICI DI ATTIVITÀ, GIOCHI (Experience Weavers)

Il vostro obiettivo
Creare momenti speciali durante l'escursione — per connettersi, divertirsi o riflettere. Il vostro compito è ideare 2-3 attività semplici, flessibili e coinvolgenti.

Sarete i coordinatori creativi che aiutano a rendere l'esperienza memorabile. Concentratevi sulle idee più efficaci e trovate il supporto giusto per realizzarle.

Responsabilità
- Ideare 2–3 attività adatte al contesto e al gruppo.
- Indicare lo spazio necessario per ciascuna attività.
- Stimare la durata e il livello di energia richiesto (es. rilassante, attivo, collaborativo).
- Suggerire il momento più adatto della giornata in cui proporle.

Tabella di pianificazione (con esempi):

Nome dell'attività	Tipologia	Spazio necessario	Momento migliore (suggerito)	Livello di eenrgia	Durata
Passeggiata della passione	Icebreaking/ Riflessione	All'inizio del percorso o in qualsiasi area aperta e pianeggiante	All'inizio, dopo i saluti iniziali	Basso	15-20 min
Cattura la coda del drago	Attività energizzante / Gioco	Campo aperto, sentiero ampio, zona pianeggiante	Dopo pranzo o quando i livelli di energia calano a metà pomeriggio	Alto	10-15 min
Osservazione del microcosmo	Connessione con la natura	In qualsiasi luogo con terreno/ piante/insetti interessanti	Durante una sosta o un momento di tranquillità lungo il percorso	Molto basso	5-10 min
Gioco con la corda: nodo umano	Team Building / Problem Solving	Piccolo spazio aperto dove il gruppo può stare in cerchio	Prima di una sezione impegnativa o come energizzante a metà escursione	Medio	10-15 min
Aggiungere righe se necessario					

Suggerimenti aggiuntivi:

- Materiali necessari: _____
- Chi potrebbe aiutare a guidare l'attività? _____
- L'attività funziona anche con la pioggia? Sì/ No / Adattabile

Checklist per il giorno dell'escursione:

[ ] Materiali pronti o assegnati.

[ ] Persone responsabili per ciascun gioco/attività individuate.

[ ] Orari delle attività confermati con il team dei pianificatori del percorso (*Trail Masters).*

[ ] Pronto un piano alternativo in caso di necessità.



3. ORGANIZZATORI DEL CIBO/DELLO SPAZIO (Hearth Keepers)

Il vostro obiettivo

Assicurarvi che il gruppo abbia tutto il necessario per mangiare, riposarsi e recuperare le energie. Il vostro ruolo è quello di organizzare gli aspetti logistici legati al comfort e alla gestione dei pasti durante l'escursione. Non dovete fare tutto da soli:
Il vostro compito è coordinare, preparare e delegare in modo efficace.

Responsibilità:

- Redigere una lista di *checklist* delle provviste (snack, teli, acqua, attrezzatura per il fuoco, ecc.).
- Organizzare il falò, se previsto.
- Verificare con i partecipanti o con la cucina la gestione del pranzo e delle scorte d'acqua.

Tabella di pianificazione (con esempi):

Oggetto	Finalità	Chi lo porta?	Note
2 coltelli	Cucinare	2 partecipanti	Fatto
Acqua	Bere	Ciascun partecipante	10 LT, Fatto
Piatti e bicchieri	Mangiare	1 partecipante	Fatto
Aggiungere righe se necessario			

Pranzo: fornito dalla cucina.

Dove potremmo pranzare? ____

Falò (facoltativo)

- Accenderemo un fuoco? Sì / No
- Cosa cucineremo? _____
- Di cosa abbiamo bisogno? _____
- Chi può aiutare a preparare il falò? _____

Checklist per il giorno dell'escursione:

[ ] Materiale preparato o assegnato.
[ ] Coordinamento per l'allestimento del falò completato.
[ ] Pranzo e acqua confermati.
[ ] Piano per la gestione dei rifiuti e pulizia pronto.



Modello di timeline visiva dell'escursione

Utilizzate la sequenza temporale per pianificare lo svolgimento dell'escursione. Risulta particolarmente utile nella fase di collaborazione tra i team o durante la sessione finale prima dell'uscita. Non è necessario compilare ogni spazio: usatela semplicemente per pianificare l'ordine di spostamenti, pause, attività e momenti di transizione.

Tabella di pianificazione (con esempi):

Orario	Distanza	Attività o stop	Responsabili	Note (gioco, cibo, storia?)
10:00–10:15	N/A	Ritrovo e benvenuto	Coordinatori degli aspetti logistici (Hearth Keepers)	Introduzione + sicurezza
10:15–10:30		Introduzione all'escursione e storia	Responsabili della pianificazione del percorso (Trail Masters	Spunti di riflessione
10:30–11:00	1.5 km	Camminata fino alla prima tappa	Responsabili della pianficazione del percorso (Trail Master)	Domande di riflessione durante la passeggiata
11:00–11:30		Tappa n. 1: Storia/Visualizzazione	Ideatori di attività, giochi (Experience Weavers)	Gioco
Aggiungere righe se necessario				

Allegati

ALLEGATO 1

SINTESI DEI RISULTATI DEL QUESTIONARIO *PATH*

Summary of Results

Total number of respondents—168

Age – 16-18 (110), 18-25 (58)
Female ~ 62,5%
Male ~ 37,5%

IT – 106
LT – 38
ES – 5

- **Country**:
- **Italy**: 106 respondents (63.1% of 168)
- **Lithuania**: 38 respondents (22.6%)
- **Spain**: 13 respondents (7.7%)
- **Serbia**: 6 respondents (3.6%)
- **Greece**: 3 respondents (1.8%)
- **Czech republic:** 1 respondent
- **Slovenia:** 1 respondent
- **Education Level**:
    - •High School: 60.1%
    - •University/Student: 22.6%
    - •Other/Blank: 17.3%

HikingInterest &Participation

- I**nterest in Hiking**: Average rating of **7.05/10**.
- **Participation**:
    - •Yes: 74.3%
    - •No: 25.7%
- **Frequency** (among participants):
- **Occasionally:** 75 responses (~52.1%)
- **Rarely:** 35 responses (~24.3%)
- **Monthly:** 22 responses (~15.3%)
- **Weekly:** 12 responses (~8.3%)
- **Usual Way of Hiking**:
- **With friends:** 103 / 168 ≈ 61.3%
- **With family:** 42 / 168 ≈ 25.0%
- **Alone:** 17 / 168 ≈ 10.1%
- **With colleagues:** 6 / 168 ≈ 3.6%

Motivations for Hiking

- **Top 5 Reasons**:
  - •Nature: 83.9%
  - •Physical Activity: 60.1%
  - •Adventure: 59.5%
  - •Socializing: 55.4%
  - •Scenery: 50.0%

Preferences for Activities During Hiking

- **AverageRatings (1-10)**:
  - Group Activities: 8.06
  - Camping: 7.79
  - Learning about how to survive in nature: 7.29
  - Night Hiking: 7.20
  - Group Games: 7.11

Preferred Hike Length

- **Distribution**:
  - •5-10 km: 38%
  - •11-15 km: 35%
  - •16-20 km: 12%
  - •More than 20 km: 7%
  - •Less than 5 km: 9%

Seasonal Preferences

- **AverageRatings (1-10)**:
  - Spring: 7.91
  - Summer: 7.73
  - Autumn: 7.18
  - •Winter: 5.57

Barriers to Hiking

- **Top 5 Barriers**:
- **Lack of time:** 74%
- **Not enough friends who hike:** 40%
- **Weather issues:** 27%
- **Limited access to trails:** 22%
- **Lack of equipment:** 23%

Open-Ended Responses

- **MostEnjoyablePart of Hiking**:
  - •Scenery/Views: 29.8%

- •Socializing: 21.4%
- •Nature: 13.7%
- •Adventure: 7.7%
- •Reaching Destination: 5.4%

- **Suggested Improvements**:
  - •Nothing: 19.6%
  - •Better Preparation (e.g., clothes, food): 15.5%
  - •More Company: 11.3%
  - •Weather: 7.7%
  - •Activities: 5.4%

- I**deas to Attract Youth**:
  - •Group Activities/Games: 23.8%
  - •Social Aspects: 17.9%
  - •Challenges: 11.9%
  - •Music: 7.7%
  - •Nature Focus: 5.4%

Awareness& Membership in Hiking Associations

- **Awareness**:
  - •**Yes:** 91 responses (54%)
  - •**No:** 53 responses (32%)
  - •**Not sure:** 24 responses (14%)

•**Membership**:
- •**Not currently a member:** 143 responses (~85%)
- •**Currently a member:** 20 responses (~12%)
- •**Was a member in the past:** 5 responses (~3%)

- **Interest in Joining**: Average rating of **5.11/10**.

•**Top Motivations for Joining**:
- •Organized group hikes and events – 68%
- •Discounts on hiking equipment, gear, or related services – 55%
- •Opportunities to network and meet like-minded outdoor enthusiasts – 50%
- •Access to exclusive or better-maintained trails – 45%
- •Expert guidance, training, and safety tips – 42%
- •Information and updates on local/regional hiking opportunities – 38%

Social Media&Technology

- **Awareness of E-paths**:
  - •Yes: 9% (24 respondents)
  - •No: 91% (144 respondents)

•**How interested are you in hiking experiences that involve group activities/games?**: Average **6.88/10**.

•**How important is it for you to hike with friends/people of the same or similar age?**:

Average **7.6/10**.

•**Would you be more likely to participate in hiking with people of the same or similar age?**:

Average **7.77/10**.

•**Most Used Social Media Platforms**:

- •Instagram: 156 responses (~93%)
- •TikTok: 100 responses (~60%)
- •YouTube: 90 responses (~54%)
- •Facebook: 41 responses (~24%)

•**Notice Hiking Activities on Social Media**:

- •Yes: 30.95%
- •No: 64.88%
- •Sometimes: 4.17%

•**Use Social Media to Find Hiking Activities**:

- •Rarely: 32.14%
- •Never: 38.10%
- •Sometimes: 21.43%
- •Often: 6.55%
- •Always: 1.79%

• **Technology Ideas to Attract Youth**:

- •Social Media/Ads: 21.4%
- •Apps: 13.7%
- •Videos: 9.5%

Many respondents recommended using technology to boost the visibility of hiking activities among young people by increasing advertising and promotion on social media. They suggested partnering with influencers and creating engaging, high-quality videos, reels, and photos that showcase scenic trails and the fun of hiking. Some also proposed developing dedicated apps or digital platforms to provide trail information, live streaming, and interactive challenges, making hiking more accessible and exciting for a younger audience

Category	Key Findings
Total Respondents	168
Age Groups	16-18 (110), 18-25 (58)
Gender Distribution	Female: 62.5%, Male: 37.5%
Countries Represented	Italy (63.1%), Lithuania (22.6%), Spain (7.7%), Serbia (3.6%), Greece (1.8%), Czech Republic & Slovenia (1 each)
Education Level	High School: 60.1%, University/Student: 22.6%, Other/Blank: 17.3%
Hiking Interest	Avg. rating: 7.05/10
Hiking Participation	Yes: 74.3%, No: 25.7%
Hiking Frequency	Occasionally: 52.1%, Rarely: 24.3%, Monthly: 15.3%, Weekly: 8.3%
Preferred Hiking Groups	With Friends: 61.3%, With Family: 25%, Alone: 10.1%, With Colleagues: 3.6%
Top Motivations for Hiking	Nature (83.9%), Physical Activity (60.1%), Adventure (59.5%), Socializing (55.4%), Scenery (50%)
Preferred Activities During Hiking	Group Activities (8.06/10), Camping (7.79/10), Survival Skills (7.29/10), Night Hiking (7.20/10), Group Games (7.11/10)
Preferred Hike Length	5-10 km (38%), 11-15 km (35%), 16-20 km (12%), >20 km (7%), <5 km (9%)
Seasonal Preferences	Spring (7.91/10), Summer (7.73/10), Autumn (7.18/10), Winter (5.57/10)
Top Barriers to Hiking	Lack of Time (74%), No Hiking Friends (40%), Weather (27%), Limited Trail Access (22%), Lack of Equipment (23%)
Most Enjoyable Aspects of Hiking	Scenery/Views (29.8%), Socializing (21.4%), Nature (13.7%), Adventure (7.7%), Reaching Destination (5.4%)
Suggested Improvements	Nothing (19.6%), Better Preparation (15.5%), More Company (11.3%), Weather (7.7%), Activities (5.4%)
Ideas to Attract Youth	Group Activities/Games (23.8%), Social Aspects (17.9%), Challenges (11.9%), Music (7.7%), Nature Focus (5.4%)
Awareness of Hiking Associations	Yes: 54%, No: 32%, Not Sure: 14%

Membership in Hiking Associations	Not a Member: 85%, Current Member: 12%, Past Member: 3%
Interest in Joining a Hiking Association	Avg. rating: 5.11/10
Top Motivations for Joining	Group Hikes (68%), Discounts on Gear (55%), Networking (50%), Exclusive Trails (45%), Expert Guidance (42%), Info on Local Hikes (38%)
Awareness of E-Paths	Yes: 9%, No: 91%
Interest in Group Activities During Hikes	Avg. rating: 6.88/10
Preference for Hiking with Similar-Aged People	Avg. rating: 7.6/10
Likelihood of Participating if Peers Are Involved	Avg. rating: 7.77/10
Most Used Social Media Platforms	Instagram (93%), TikTok (60%), YouTube (54%), Facebook (24%)
Noticing Hiking Promotions on Social Media	Yes: 34%, No: 65%
Using Social Media to Find Hiking Activities	Never: 38%, Rarely: 32%, Sometimes: 21%, Often: 7%
Technology Ideas to Attract Youth	Social Media Ads (21.4%), Apps (13.7%), Videos (9.5%)

ALLEGATO 2

SCHEDA PER RIFLETTERE SU UN'ATTIVITÀ DI CO-PROGETTAZIONE

Autore/i:

Riflessione su un'attività di co-design

Come hanno risposto i partecipanti al tema?

- Era comprensibile per i partecipanti?
- Come potrebbe essere ridefinito il tema per facilitare la discussione?

Come mantenere le relazioni?

- Come sarà possibile permettere alla comunità di fornire feedback?
- Come farà la comunità a conoscere l'impatto del proprio contributo?

Come sono andate le attività?

- Sono andate come previsto?
- Hanno aiutato a raggiungere gli obiettivi?
- Quali sono state le sfide nell'eseguirle?
- Come potrebbe essere modificato il formato/struttura per rendere l'attività più accessibile?
- Quali altre attività potrebbero essere utili?

Chi mancava?

- Chi non è stato incluso nell'attività? Perché?
- Quali sono state le sfide nell'ingaggiare certe comunità?
- I partecipanti si sono sentiti sicuri nel dare idee?
- Chi altro dovrebbe essere incluso nelle attività future?

Come sono stati gestiti gli aspetti logistici?

- Che tipo di risorse potrebbero aiutare a coinvolgere prospettive più diverse?
- Quali sfide tecniche sono state affrontate durante l'attività?
- Quali sono state le difficoltà nel lavorare con comunità con bisogni, contesti e culture diversi?

Qual è l'impatto del processo di cco-progettazione?

- Cosa si è imparato da questo processo?
- Cosa potrebbe essere fatto diversamente in futuro?

Designed by: Inclusive Design Research Centre (IDRC)
This work is licensed under CC BY 4.0

ALLEGATO 3

SCHEDE *PATH* PER LA CO-PROGETTAZIONE

SCHEDA DELLE ABILITÀ

Confrontatevi tra voi e controllate insieme le risposte come gruppo.

📽️ Competenze creative e promozionali

1. **Qualcuno nel vostro gruppo ha dimestichezza con strumenti per video o montaggio?**
   □ Sì □ No □ Moderatamente
2. **Qualcuno nel vostro gruppo sa scattare belle foto con uno smartphone o una fotocamera?**
   □ Sì □ No □ Moderatamente
3. **Qualcuno si sente a proprio agio a scrivere brevi testi in inglese (per post, brochure, ecc.)?**
   □ Sì □ No □ Moderatamente
4. **Qualcuno è a proprio agio a parlare davanti a una telecamera o a un pubblico?**
   □ Sì □ No □ Moderatamente
5. **Qualcuno di voi sa usare strumenti di grafica come Canva o Photoshop?**
   □ Sì □ No □ Moderatamente
6. **Qualcuno ha mai usato i social media (Instagram, TikTok, LinkedIn) per promuovere un progetto/evento?**
   □ Sì □ No □ Moderatamente
7. **Qualcuno sa come gestire o aggiornare un sito web o un blog (ad esempio WordPress, Wix)?**
   □ Sì □ No □ Moderatamente
8. **Qualcuno sa montare audio o creare semplici colonne sonore (ad esempio per un podcast o un video)?**
   □ Sì □ No □ Moderatamente
9. **Che tipo di materiale promozionale pensate che il vostro gruppo possa creare al meglio?**
   □ Video □ Foto □ Brochure □ Post su Social Media □ Altro: _____

🥾 Esperienza in escursionismo e attività all'aperto

10. **Qualcuno nel vostro gruppo sa leggere una mappa o seguire un percorso di escursionismo?**
    □ Sì □ No □ Moderatamente
11. **Qualcuno nel vostro gruppo sa usare un'app o un dispositivo GPS per l'escursionismo?**
    □ Sì □ No □ Moderatamente
12. **Qualcuno nel gruppo ha mai pianificato un percorso di escursionismo prima d'ora?**
    □ Sì □ No □ Qualche volta

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

Co-funded by the European Union

RAGGRUPPAMENTO & ANALISI

PATH

Opportunità

Riporta e raggruppa qui le principali opportunità individuate dopo la prima discussione.

Esempi:

- *Collaborazione imminente con un'altra organizzazione outdoor.*
- *Un nuovo membro dell'associazione dispone di una vasta rete di giovani appassionati di trekking da poter valorizzare.*
- *Acquisizione di nuove competenze nella gestione dei social media.*

Criticità

Riporta e raggruppa qui le principali criticità emerse dopo la prima discussione.

Esempi:

- *Mancanza di giovani membri all'interno dell'associazione.*
- *Mancanza di tempo per organizzare nuove attività che coinvolgano anche i giovani.*
- *Competenze limitate per coinvolgere un pubblico giovane attraverso i social media.*

Dati

Usa questo spazio per svolgere un'analisi iniziale e riflessioni, partendo da quanto emerso durante la discussione.

Esempi:

- *Il Consiglio è consapevole della propria carenza di competenze nella co-progettazione di eventi con i giovani.*
- *Necessità di nuova ispirazione.*
- *Esperienza consolidata nell'organizzazione di nuovi tipi di eventi.*

Tratto e adattato da GREEN CULTURE

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

Co-funded by the European Union

How Might We + Intended Action (as an action verb) +
For + Potential User (as the subject) + So That + Desired Outcome

PATH

DEFINIZIONE DELLE OPPORTUNITÀ

Costruite opportunità per la vostra organizzazione a partire dai problemi individuati.

OSSERVAZIONE & DATI	CRITICITÀ	OPPORTUNITÀ	PRIORITÀ
Cosa sta succedendo nella vostra organizzazione? *Esempi:* • *Forte spirito di squadra tra i membri dell'associazione.* • *Difficoltà a coinvolgere i giovani nell'organizzazione.* • *Carenza di competenze nell'uso di nuovi canali per attrarre nuovi membri.*	Quale problema di fondo emerge dalle osservazioni precedenti? *Esempi* • *Difficoltà nel coinvolgere nuovi membri.* • *Mancanza di strumenti per comunicare efficacemente con un pubblico più giovane.* • *Scarsa padronanza delle competenze sui social media.*	Come trasformare un problema in un'opportunità utilizzando il metodo HMW (How Might We- Come potremmo)? *Esempi:* • *Come potremmo creare nuove attività associative per attrarre nuovi membri?* • *Come potremmo acquisire nuove competenze per comunicare in modo efficace con un pubblico più giovane?*	Qual è il livello di priorità di questa opportunità? 5 0
			5 0
			5 0
			5 0

Tratto e adattato da GREEN CULTURE

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

Co-funded by the European Union

PATH

IDEAZIONE DELLE OPPORTUNITÀ

Genera il maggior numero possibile di idee per ogni opportunità individuata (sentiti libero/a di replicare questa pagina se necessario).

Nome dell'opportunità .....

IDEA

Tratto e adattato da GREEN CULTURE

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

Co-funded by the European Union

PATH

TITOLO DELL'IDEA: _____

TITOLO DELL'OPPORTUNITÀ: _____

DESCRIZIONE

PERCHÈ DOVREBBE FUNZIONARE

PERCHÈ POTREBBE NON FUNZIONARE

IMPATTO

1 BASSO 2 3 4 5 ALTO

FATTIBILITÀ

1 ALTA 2 3 4 5 BASSA

Tratto e adattato da GREEN CULTURE

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

Co-funded by the European Union

PATH

DEFINIZIONE DELLE ATTIVITÀ

Dettaglia l'idea il più possibile per definirla in ogni suo aspetto.

TITOLO DELL'ATTIVITÀ..... **TITOLO DELL'IDEA.....**

1. DESCRIZIONE

Di cosa tratta l'attività?

Esempi:
- **Creare un evento specifico per il coinvolgimento dei giovani (es. settimana dei giovani)**
- **Creare una strategia social media ad hoc**

2. OBIETTIVI

Qual è l'ambito dell'attività?

Esempi:
- **Incrementare la partecipazione giovanile alle**
- **attività escursionistiche**
  Attrarre nuovi giovani membri

3. AZIONI

Quali sono i passaggi necessari per raggiungere l'obiettivo?

Esempi:
- **Creare un sito web per**
- **nominare un responsabile social media incaricato**
- **di contattare le reti giovanili.**

4. KPI - Key performance indicators

Quali indicatori dovremmo monitorare per valutare l'avanzamento dell'iniziativa?

Esempi:
- **Lancio della piattaforma online**
- **Numero di follower sulle pagine social media**

5. STAKEHOLDER

Quali stakeholder ci servono di più? Elenca i primi 3.

Esempi:
- **Giovani membri**
- **Reti giovanili**
- **Comune**

6. RISORSE NECESSARIE

Quali risorse ci servono di più? Elenca le prime 3.

Esempi:
- **Canali social media e location per svolgere**
- **l'evento**
- **Social media manager**
  Etc.

Tratto e adattato da GREEN CULTURE

(Sentiti libero/a di duplicare questa pagina se necessario)

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

Co-funded by the European Union

PATH

ROADMAP

Definire le risorse, i partner e i KPI (ndicatore Chiave di Prestazione) necessari per implementare le attività individuate.

	Mese 1 - Mese 6	Mese 7 - Mese 12	Mese 13 - Mese 18
EVENTI/ATTIVITÀ PIANIFICATI			
ATTIVITÀ NR.1 Esempio: • Coinvolgimento sui social media	Esempi: • Creazione di pagine ad hoc sulle principali piattaforme social media • Nomina di un social media manager interno dell'associazione • Inizio delle pubblicazioni con cadenza settimanale	Esempi: • Pubblicazione su tutti i social media una volta a settimana. Creazione di • formati specifici (ad esempio: settimana dei giovani, vantaggi del trekking in compagnia etc).	Esempi: • Pubblicazione su tutti i social media una volta a settimana. Dirette sui • canali social. Promozione e • sponsorizzazione di un evento rivolto ai giovani, in programma nei prossimi mesi.
KPI (Indicatore Chiave di Prestazione)	Esempi: • Lancio delle pagine sui social media. • Num.di post pubblicati sui social media.	Esempi: • Lancio di un nuovo format per i giovani. • Num. di interazioni sui social media.	Esempi: • Numero di interazioni durante la diretta su Instagram e Facebook
ATTIVITÀ NR.2			
KPI (Indicatore Chiave di Prestazione)			

Tratto e adattato da GREEN CULTURE

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili. Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

Cofinanziato dall'Unione europea

PATH

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.
Progetto: PATH - Promoting Activism Through Hiking, nr: 101183333.

FIE

TREKKIFY

vals

ERA·EWV·FERP