



Alexandra Mora
EUD Youth Ministries

L'arte di riunirsi **come scout**



(Re)visioniamo: un laboratorio creativo

ISPIRATO E
BASATO SU:



<https://www.priyaparker.com/book-art-of-gathering>



<https://www.thepowermba.com/en/>



“

Riunirsi - il riunire consapevolmente le persone per un **motivo specifico** - dà forma al modo in cui **pensiamo, sentiamo e diamo un senso** al nostro mondo.

The Art of Gathering, p. ix



#1 DEFINIRE LO SCOPO DEL VOSTRO INCONTRO

Il primo passo per creare un incontro significativo è quello di definire il vostro **scopo**. **Perché** vi riunite?

Lo scopo deve essere **specifico, unico** e **discutibile**.

Ciò significa che invece di scopi basilari e noiosi, come “concentrarsi sull'anno che verrà”, dovrete scegliere di “costruire e mettere in pratica una cultura di onestà reciproca” e “rivedere il motivo per cui state facendo quello che state facendo e raggiungere un accordo al riguardo”.

Una volta definito il vostro scopo, assicuratevi che tutte le decisioni relative all'incontro stesso siano in linea con esso.

Queste domande possono aiutarvi a definire il vostro scopo:

- ▶ A chi è rivolto questo evento? Il #2 vi aiuterà a definire il “chi”.
- ▶ Quali sono i loro bisogni in questo momento specifico? A quale esigenza risponderà questo incontro?
- ▶ Perché siete voi a organizzarlo?
- ▶ Qual è il vostro dono specifico o il vostro superpotere che state portando nel vostro gruppo?

Utilizzate la seguente tabella per aiutarvi a definire il vostro scopo.

3 MOTIVI PER RIUNIRE LE PERSONE IN QUESTO MOMENTO. QUALI SONO I BISOGNI?	1.
	2.
	3.
QUAL È IL BISOGNO PIÙ IMPORTANTE? SIATE SPECIFICI.	
IL VOSTRO SCOPO	

#2 DEFINIRE I VOSTRI "SOGGETTI TIPO"

Nel marketing, un **"soggetto tipo"** è una persona immaginaria che rappresenta i clienti ideali o potenziali. I soggetti tipo vengono definiti per **comprendere** meglio i clienti. In questo approccio, **l'attenzione si concentra sulla persona**.

Invece di concentrarsi solo su variabili come geografia / località, età, genere e così via, con i soggetti tipo ci si **concentra** anche sulla **descrizione di come sono (cosa pensano, sentono, vedono e fanno)**. Ogni soggetto tipo rappresenta un "cliente" ideale / potenziale.

Utilizzate il modello della mappa dell'empatia e i soggetti tipo della Gen Z presenti nel vostro kit per aiutarvi a definire i soggetti tipo per il vostro incontro, ovvero i vostri scout.

Dovreste creare tanti soggetti tipo quanti sono necessari per rappresentare il vostro target.

LA MAPPA DELL'EMPATIA È UNO STRUMENTO CHE AIUTA A SCOPRIRE I PENSIERI, I BISOGNI, LE MOTIVAZIONI, I SENTIMENTI, LE ATTITUDINI, LE CREDENZE E I PROBLEMI DI UNA PERSONA.



#3 SCEGLIETE IL LUOGO PIÙ ADATTO AL VOSTRO SCOPO

Scegliete il luogo in base allo scopo del vostro incontro, non alla logistica. Ricordate che volete che sia un'esperienza memorabile, e lo spazio può aiutarvi a raggiungere questo obiettivo.

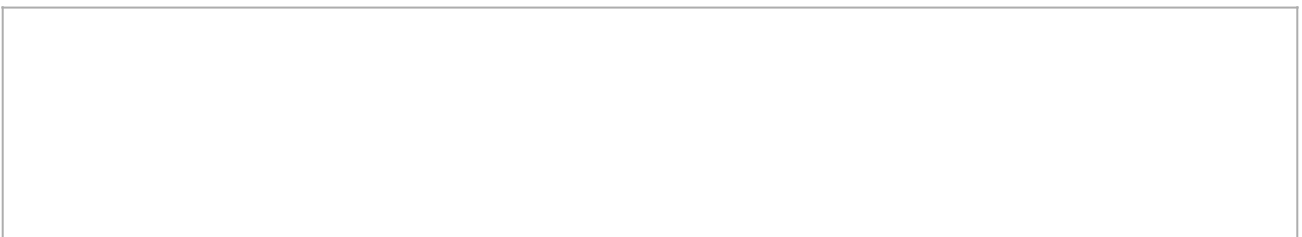
Quando scegliete un luogo, chiedetevi:

- ▶ In che modo questo luogo ci aiuterà a raggiungere lo **scopo** del nostro incontro?
- ▶ È della **dimensione** / forma giusta? È troppo grande? È troppo piccolo?
- ▶ Ci aiuterà a dare **la giusta prima impressione** ai nostri ospiti / partecipanti?
- ▶ Come si **sentiranno** qui i nostri ospiti / partecipanti?

Una volta deciso un luogo che vi aiuti a raggiungere il vostro scopo, chiedetevi:

- ▶ Come creare un **perimetro** per rendere l'incontro della giusta dimensione?
- ▶ Come si **siederanno** le persone? Sul pavimento? In cerchio? Ai tavoli? In gruppi? In diverse postazioni? Chi sarà vicino a chi? Staranno in piedi?
- ▶ Come **decoreremo** la stanza / edificio per raggiungere il nostro scopo?
- ▶ Come si **muoveranno** le persone nello spazio?
- ▶ E come sarà **l'illuminazione**? Abbiamo bisogno di luci soffuse? Di candele?
- ▶ Come possiamo far sentire i nostri ospiti **benvenuti**?
- ▶ Possiamo utilizzare **stanze o spazi diversi** per migliorare l'esperienza?

LUOGO CHE RISPONDA AL NOSTRO SCOPO, NON SOLO ALLA NOSTRA LOGISTICA



#4 CREARE REGOLE CHE AUMENTINO IL COINVOLGIMENTO

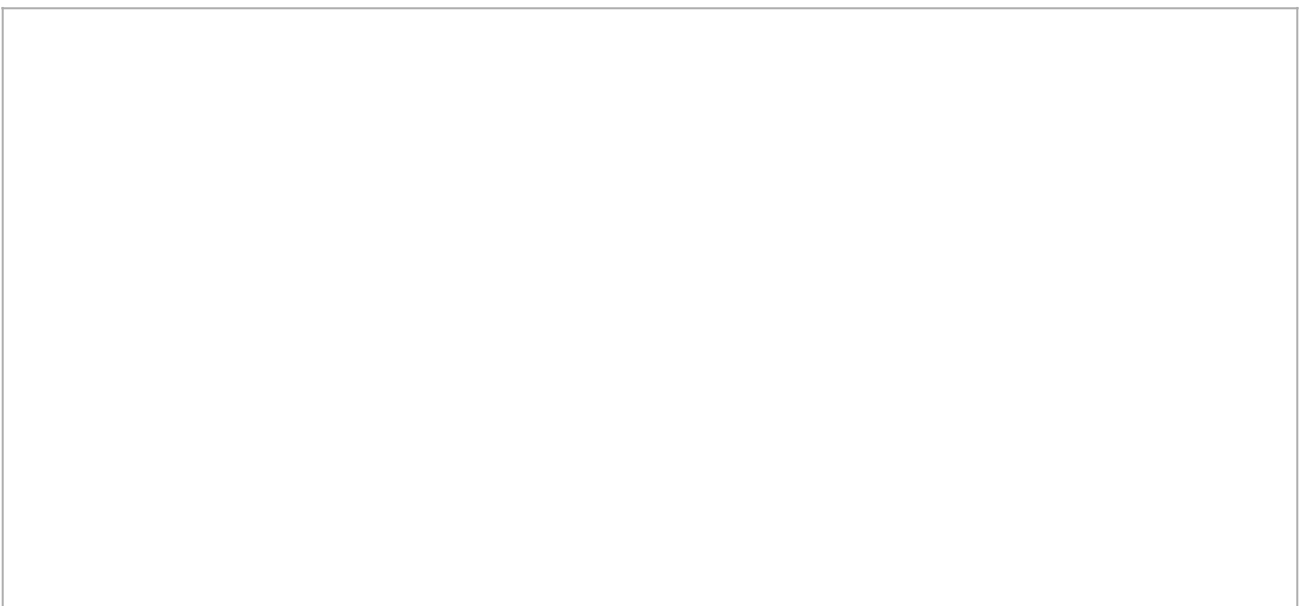
Le regole possono aiutarvi a coinvolgere meglio il pubblico perché vi aiutano a creare un mondo alternativo temporaneo. Possono anche aiutarvi a creare un mondo divertente.

Potete essere creativi con le vostre regole, in modo che vi aiutino a raggiungere il vostro scopo. Per esempio:

- Non potete parlare con la persona accanto a voi, ma solo con l'intero tavolo.
- Scattate foto straordinarie, ma non pubblicate nulla.
- Vi invitiamo a essere pienamente presenti con noi al nostro matrimonio "OFFLINE". Spegnete gentilmente cellulari e macchine fotografiche.
- Non potete bere a meno che qualcuno non vi versi da bere.

Cercate di definire alcune regole "a tempo" da sperimentare per il vostro incontro, in modo da aiutare gli altri a essere più presenti. Siate giocosi e divertitevi.

REGOLE PER IL NOSTRO INCONTRO





“

La **connessione** non avviene da sola. Dovete progettare i vostri incontri in base al tipo di connessioni che volete creare.

The Art of Gathering, p. 94



**#5 LA
PROGRAMMAZIONE
DI UN EVENTO
COMPRENDE ANCHE
LA PREPARAZIONE
DELLE PERSONE
PRIMA DEL LORO
ARRIVO E
L'ATTENZIONE
ALL'APERTURA E
ALLA CHIUSURA
DELL'EVENTO**

Nella programmazione del vostro evento, ci sono quattro aspetti a cui dovete prestare particolare attenzione: preparare le persone *prima* ancora che arrivino all'evento, progettare un'esperienza di accoglienza calorosa, programmare l'apertura e programmare la chiusura.

PREPARE LE PERSONE

Un evento inizia nel momento in cui una persona ne viene a conoscenza. Quindi, non aspettate la data dell'evento per entrare in contatto con lei. Ricordate: non preparate solo le cose, ma anche **le persone**.

Quattro idee per preparare le persone al vostro evento:

- Fate una **domanda** relativa allo scopo dell'evento affinché le persone possano pensare in anticipo all'evento stesso.
- Preparate una serie di **sfide** da completare prima del vostro incontro speciale.
- Chiedete ai partecipanti di **contribuire** in qualche modo all'incontro.
- Inviare ai partecipanti un **oggetto** o un **kit** di cui avranno bisogno per l'incontro.

PROGETTARE UN'ACCOGLIENZA CALOROSA

Idee per aiutare le persone a passare dalla quotidianità al vostro incontro, in modo che possano essere pienamente presenti:

- Progettate un'accoglienza calorosa. Immaginate cosa volete che provino i vostri ospiti al loro arrivo.
- Create una tradizione significativa per segnalare l'inizio:
 - Accendete una candela per segnalare l'inizio dell'incontro
 - Suonate un canto speciale
 - Preparate una bevanda speciale

PROGRAMMARE L'APERTURA

Idee per un'apertura d'impatto:

- Create **un'esperienza** per i vostri ospiti. Chiedetevi cosa volete che **vedano, pensino e sentano**.
- NON iniziate con annunci o elementi logistici. Concentratevi sul vostro scopo.

- Pensate a come **coinvolgere** il pubblico o gli ospiti per raggiungere lo scopo dell'evento.

PROGRAMMARE LA CHIUSURA

La chiusura consiste nell'aiutare i partecipanti a **guardarsi dentro** (riflettere su ciò che ha significato per loro far parte di questo incontro) e a **rivolgersi verso l'esterno** (decidere cosa portare con sé quando torneranno alla loro vita quotidiana).

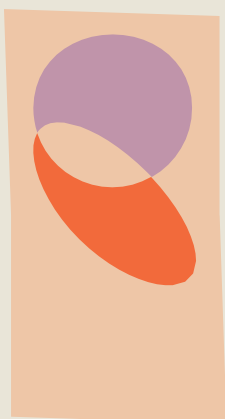
Alcuni suggerimenti per aiutarvi nel momento della chiusura:

- Come per l'apertura, non chiudete con gli annunci. Se proprio è necessario, fate gli annunci come penultima cosa.
- Invece di ringraziare, provate a valorizzare gli altri.
- Dedicate l'ultimo momento a ricordare il vostro scopo.
- Chiudete con un'esperienza significativa, per esempio:
 - Canto o poesia
 - Applaudire insieme
 - Rimuovere l'ascia (Camporée)

PREPARATE LE PERSONE. QUALI SONO LE 2 COSE CHE POTETE FARE PER AIUTARE LE PERSONE A PREPARARSI IN ANTICIPO?	1. 2.
ACCOGLIENZA CALOROSA. COME POTETE AIUTARE LE PERSONE A PASSARE DALLA QUOTIDIANITÀ ALLA PIENA PRESENZA AL VOSTRO EVENTO?	
APERTURA. IN CHE MODO TOCCHERETE IL VOSTRO PUBBLICO NELL'APERTURA, IN MODO DA RAGGIUNGERE LO SCOPO DEL VOSTRO INCONTRO?	
CHIUSURA. COME AIUTERETE I VOSTRI OSPITI A GUARDARSI DENTRO E A RIVOLGERSI VERSO L'ESTERNO?	10 di 13

**#6 BONUS:
PROGETTARE UN
INVITO PER
CONVINCERE**





Il vostro incontro inizia nel momento della scoperta. Per la maggior parte degli ospiti, quel momento di scoperta inizia con l'invito.

Quando si tratta di fare un invito, molti di noi cadono nelle stesse vecchie abitudini:

- Invito digitale
- Tipologia di festa
- Chi ospita
- Ora / data / luogo
- Dettagli RSVP

Ma un invito non è semplicemente un utile strumento di logistica. Rappresenta il vettore di una storia. La narrazione aiuta a guidare i vostri ospiti e a spiegare perché state chiedendo loro di incontrarsi con questa modalità. Se ben fatto, è un discorso di apertura per convincere, persino per invogliare.

Un invito dovrebbe preparare i vostri ospiti a capire perché state riunendo le persone, cosa state chiedendo loro (quale parte di loro stessi portare), cosa aspettarsi e quale ruolo potrebbero avere in questa occasione (se scegliessero di accettare).

L'invito è un contratto sociale temporaneo e volontario: ecco cosa pensiamo e speriamo di offrire. Ecco cosa vi stiamo chiedendo. Vi va bene? Ci state?

**UN INVITO NON È
SEMPLICEMENTE
UN UTILE
STRUMENTO DI
LOGISTICA.
RAPPRESENTA IL
VETTORE DI UNA
STORIA.**

**L'ARTE DI
RACCOGLIERE
RIFLESSIONI**

Smettete di fare della logistica dell'evento il punto centrale del vostro invito.

Raccontate invece una storia specifica su come e perché questo incontro deve avvenire, in questo modo specifico e futuro, e perché i partecipanti costituiscono una parte cruciale dell'esperienza. Questa (breve) storia dovrebbe stabilire il tono per l'esperienza di gruppo e generare interesse ed emozione, liberandosi al contempo di coloro che potrebbero non essere adatti al vostro scopo. Un bel invito aiuta gli ospiti a dire in maniera onesta e facile un "sì" o un "no" ponderato.

Fate una prova e mettete in pratica l'arte della (breve) narrazione.

Create due inviti:

- Invito 1: Il modello tradizionale incentrato sulla logistica descritto nella regola #3.
- Invito 2: Utilizzate gli appunti del brainstorming sugli obiettivi per raccontare il motivo per cui state riunendo le persone in questo momento.

INVITO 1: LOGISTICA	INVITO 2: NARRAZIONE

Quale dei due è più convincente?