Orientarsi per uscire a riveder le stelle

Una ricerca quantitativa e narrativa sull'esperienza dell'Orientamento negli InformaGiovani nell'Ambito di Dalmine

20 settembre 2025

Andrea Crawford e **Maria Giulia Marini**

In collaborazione con

Con il contributo di

Gli InformaGiovani nell'Ambito di Dalmine (BG)

Tre punti InformaGiovani

Azzano San Paolo

Dalmine

Osio Sotto

In collaborazione con

Con il contributo di

Dati degli accessi
Settembre 2024-luglio 2025

Target età	11-35 anni
Totale accessi	116
Maggiorenni	41%
Minorenni	59%
Maschi	46%
Femmine	54%

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

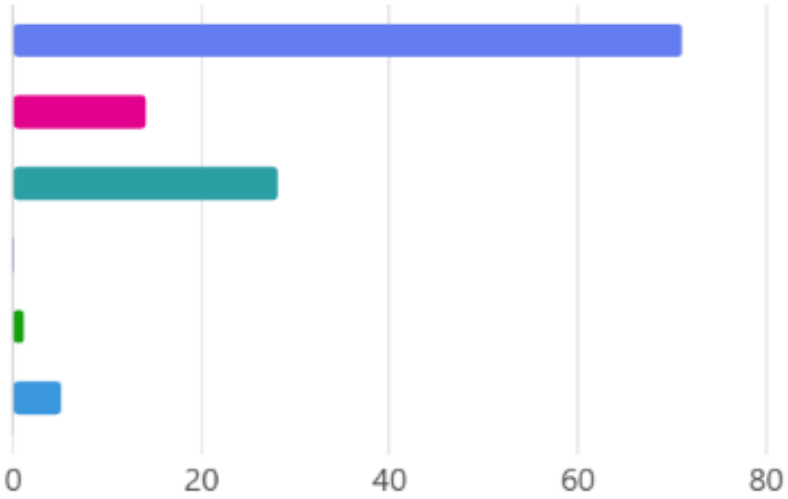
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

Dati degli accessi
Settembre 2024-luglio 2025

STUDENTE	71
OCCUPATO	14
INOCCUPATO	28
VOLONTARIO IN SERVIZIO CIVILE/LEVA CIVICA	0
TIROCINANTE	1
Altro	5



GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

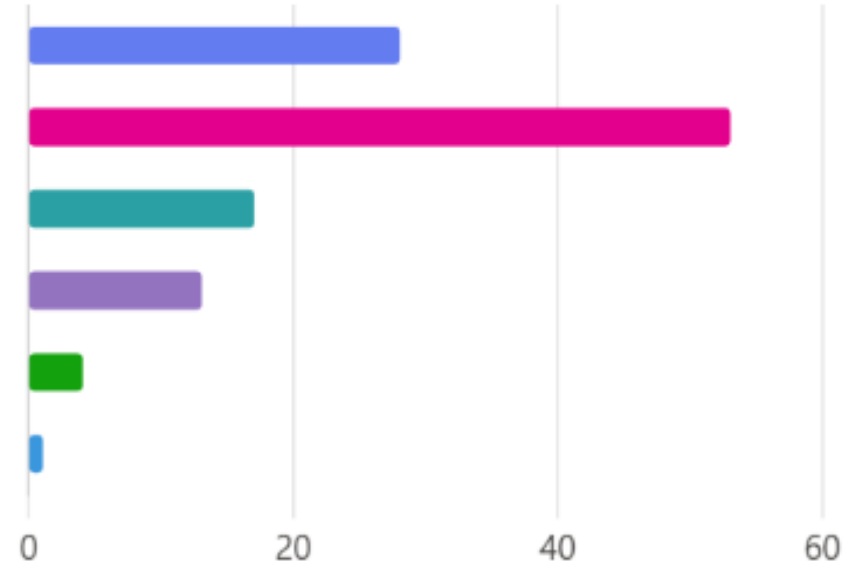
Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

Dati degli accessi
Settembre 2024-luglio 2025

Fascia d'età

11-13 anni (scuole secondarie inferiori)	28
14-19 anni (scuole secondarie superiori)	53
20-24 anni	17
25-29 anni	13
30 anni ed età maggiore	4
Altro	1



In collaborazione con

Con il contributo di

Dati degli accessi
Settembre 2024-luglio 2025

Accesso: su richiesta del giovane (e del genitore se minorenni)

Costo: gratuito

Numero medio di incontri: > 3 per percorso

Sviluppo del percorso:

- Accoglienza
- Definizione dell'obiettivo
- Attività orientative e colloqui
- Piano d'azione, chiusura e restituzione (con genitore per i minorenni)

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI Anci LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

I percorsi di Orientamento

Alcuni giovani vengono **indirizzati** all'InformaGiovani **dalle scuole** e **dai servizi sociali o socio-sanitari del territorio**.

Si attiva un lavoro in **rete** ogni qual volta possa essere utile.

Il servizio non è specifico per la **fragilità**, ma gli operatori sono capaci di accoglierla.

Il bisogno di orientamento spesso è **intrecciato** con altri bisogni di aiuto, nella sfera psicologica, sociale, relazionale, interculturale, di salute…

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

I percorsi di Orientamento

Valori dell'Orientamento:

- ascolto non giudicante
- stare al fianco
- libertà nella scelta
- relazione educativa
- facilitazione

In collaborazione con
Con il contributo di

L’obiettivo della ricerca

L'obiettivo della ricerca

...valutare **l'efficacia** e la **qualità** di questi **percorsi di orientamento**, cercando al tempo stesso di comprendere non solo **se il servizio "funzioni" in termini pratici**, ma anche **quali trasformazioni emotive, narrative e simboliche produca.**

La domanda di fondo che guida l'indagine è: **l'orientamento riesce davvero ad aiutare i giovani** a ritrovare la propria stella polare, a "uscire a riveder le stelle" dopo un periodo di buio e confusione?

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

I metodi

Un approccio misto tra strumenti quantitativi e qualitativi, con una particolare attenzione alla dimensione narrativa che dà voce a ragazzi e genitori.

.

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

I metodi

Questi alcuni degli stimoli narrativi che invitano i ragazzi alla narrazione, lasciata anonima.

Prova a tornare con la mente al periodo in cui hai richiesto la consulenza orientativa:

- *Ho chiesto l'orientamento…*
- *In quel periodo mi sentivo...*
- *Durante il percorso di orientamento è successo che...*
- *Con l'orientatore/orientatrice mi sono sentito...*

In collaborazione con

Con il contributo

I metodi

- *Durante l'orientamento ho capito che...*
- *Dopo l'orientamento ho potuto...*
- *Oggi mi sento...*
- *Il mio rapporto con gli altri dopo l'orientamento...*
- *I desideri per il mio futuro...*
- *Un'immagine che rappresenta il mio percorso di orientamento...*

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo Reg Lom

I metodi

Stimoli narrativo proposti ai genitori:

Prova a tornare con la mente al periodo in cui avete richiesto la consulenza orientativa:

- *Abbiamo chiesto l'orientamento…*
- *In quel periodo mi sentivo...*
- *Durante il percorso di orientamento è successo che...*
- *Dopo l'orientamento ho potuto...*

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

I metodi

Ai ragazzi e ai genitori è stato chiesto di esprimere una valutazione numerica su una scala da 1 a 6 riguardo

- **l'utilità** del percorso,
- la **piacevolezza** dell'esperienza,
- la possibilità di **esprimersi in maniera autentica**
- la probabilità di **consigliare l'orientamento** ad altri.

In collaborazione con
Con il contributo di

L'analisi narrativa

L’analisi delle narrazioni è stata condotta utilizzando:

- la classificazion di John Launer, che distingue **storie regressive, ferme, lievemente progressive e progressive.**
- la classificazione di Arthur Frank, che distingue **tra restitution (storie orientate alla ricerca di soluzioni pratiche), quest (storie di ricerca esistenziale e identitaria) e caos,** con eventuali forme miste.
- la **ruota delle emozioni di Plutchik,** utile per osservare eventuali trasformazioni
- le **word cloud**, per visualizzare la ricorrenza delle parole nelle narrazioni;
- i **focus group,** uno con giovani maggiorenni e l’altro con operatori dei servizi, per validare e approfondire i risultati emersi

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

Il tempo di raccolta e il campione

Nei mesi da dicembre 2024 ad aprile 2025 i tre InformaGiovani (IG) hanno incontrato 60 giovani. Sono **stati invitati a scrivere 61 giovani** nel periodo tra marzo e maggio 2025 su una piattaforma, nel più completo anonimato.

Un ritorno di circa il 50% può indicare difficoltà a rispondere per impegni esterni, poco interesse o scarsa familiarità con l'espressione di sé attraverso la scrittura.

11 genitori, tutti con figli minorenni, hanno risposto.

	Invitati alla narrazione	Hanno risposto, inviando la narrazione	% risposte
genitori	24	11	45,83%
minorenni	29	13	44,83%
maggiorenni	32	17	53,13%

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

I risultati quantitativi dei ragazzi

Domanda	Rating da 1 a 6	Voto su 100
Il percorso di orientamento è stato utile?	5,27	85,3
Il percorso di orientamento è stato piacevole?	5,30	86,0
Il percorso di orientamento ti ha permesso di esprimerti in modo autentico?	5,30	86,0
Consiglieresti un percorso di orientamento ad un amico che secondo te può averne bisogno?	5,57	91,3
Media generale	**5,36**	**87,2**

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

I risultati quantitativi dei genitori

Domanda	Rating da 1 a 6	Voto su 100
Secondo te il percorso di orientamento per tuo/a figlio/a è stato utile ?	5,44	88,9
Secondo te il percorso di orientamento è stato piacevole per tuo/a figlio/a?	5,28	85,7
Il percorso di orientamento ha permesso a tuo/a figlio/a di esprimerti in modo autentico?	5,42	88,4
Consiglieresti ad un genitore che conosci di rivolgersi all'InformaGiovani se a suo/a figlio/a servisse un supporto orientativo?	5,85	97,0
Media generale	**5,50**	**90,0**

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

I risultati narrativi dei giovani sul dinamismo

Progressive (Launer) - *Scegliere è bello, ma difficile. -*

La vita va avanti e devo per forza trovare qualcosa che mi impegni parte delle mie giornate, ma soprattutto deve piacermi.

Lievemente Progressive (Launer) - *È importante cercare a fondo dentro di sé le risposte ai propri dubbi ed è fondamentale cogliere ogni piccola speranza, perché solo così si arriva alla soluzione. -*

Ferma (Launer) - *Ancora ho ansia per il futuro*

Su 30 narrazioni	
Storie Progressive	73,3%
Storie Lievemente Progressive	23,3%
Storia Ferme	3,3%

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

I risultati narrativi dei giovani su soluzioni pragmatiche e/o ricerche esistenziali

Quest (Frank) - *[ho capito che] Avevo ancora tempo per scegliere e che questa volta la mia scelta sarebbe stata la definitiva. - La vita va avanti e devo per forza trovare qualcosa che mi impegni parte delle mie giornate, ma soprattutto deve piacermi. - È importante cercare a fondo dentro di sé le risposte ai propri dubbi ed è fondamentale cogliere ogni piccola speranza, perché solo così si arriva alla soluzione*

Restitution (Frank) - *Ho potuto raggiungere il mio obiettivo ovvero fare il curriculum e spedirlo per alcuni posti di lavoro.*

Volevo fare la scuola Caniana

Caos (Frank) - *Confuso, non sapevo quale fosse la scuola adatta per me*

Su 30 narrazioni	
Storie di Restitution	53,3%
Storie di Quest	36,7%
Storia di Caos/Quest	6,6%
Storie di Caos/Restitution	3,3%

GEN LOMBARDIA

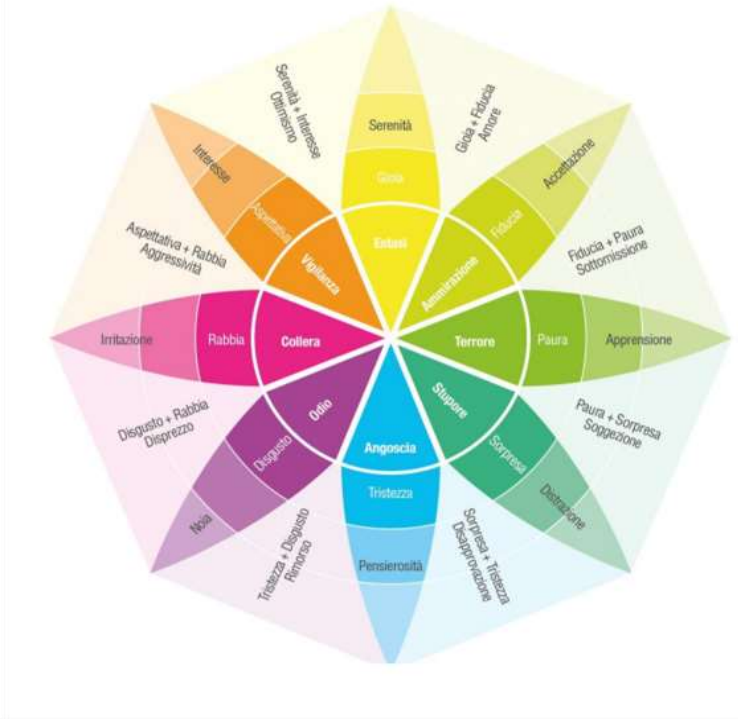
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

I risultati delle emozioni dei ragazzi



Fase del percorso di orientamento ed emozioni prevalenti	
Inizio del percorso	Ansia Paura Confusione
Durante il percorso	Riduzione dell'ansia Maggiore chiarezza
Alla fine del percorso	Serenità Tranquillità fiducia

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

I risultati narrativi dei genitori sul dinamismo

Classificazione di Launer:

Progressiva: *Constatare che il percorso fatto è stato utile in primis per mia figlia e successivamente anche per noi genitori, favorendo un clima più tranquillo in famiglia*, *Scegliere con ancora più sicurezza la scuola, Sentirmi più tranquilla*.

Lievemente progressiva: *Capire meglio certe cose*,
Fare chiarezza e sentire meno peso.

Ferma (nessuna frase significativa finale disponibile — campo vuoto)

Su 11 narrazioni	
Storie Progressive	73,3%
Storie Lievemente Progressive	18,2%
Storie Ferme	9,1%

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI Anci LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

I risultati narrativi dei genitori su soluzioni pragmatiche e/o ricerche esistenziali

Classificazione di Frank:

Restitution: *Constatare che il percorso fatto è stato utile in primis per mia figlia e successivamente anche per noi genitori, favorendo un clima più tranquillo in famiglia, Capire meglio certe cose, Scegliere con ancora più sicurezza la scuola.*

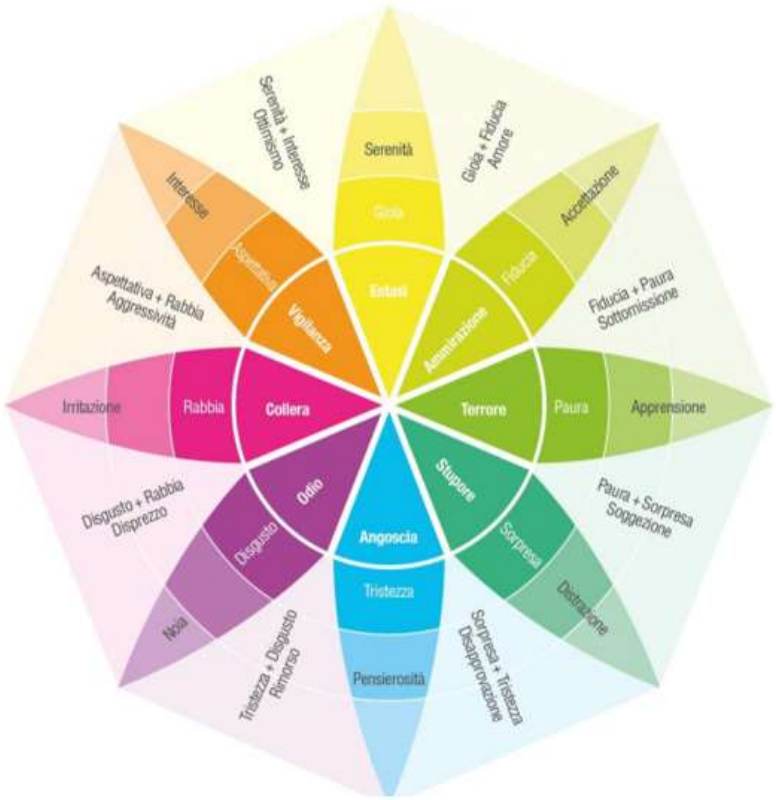
Caos: nessuna risposta nella narrazione, campo vuoto

Quest: *Vedere mia figlia serena, Notare che mia figlia ha acquisito sicurezza nell'affrontare situazioni e scelte. Grazie infinite a…*

Su 11 narrazioni	
Storie di Restitution	45,4%
Storie di Quest	45,4%
Storie di Caos	9,1%

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI Anci Lombardia
Azienda Speciale Consortile DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

I risultati delle emozioni dei genitori



Si passa da emozioni iniziali come **tristezza**, **malinconia** e **rimpianto**, verso stati finali caratterizzati da **maggiore serenità**, **calma** e **fiducia**.

Il percorso di trasformazione emotiva riflette non solo l'effetto positivo del lavoro svolto con i figli, ma anche il valore del coinvolgimento delle famiglie nel processo di orientamento.

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

Le word cloud dei ragazzi

Ho chiesto l'orientamento ...

In collaborazione con

Con il contributo di

In quel periodo mi sentivo...

In collaborazione con

Con il contributo di

Durante il percorso di orientamento è successo che...

In collaborazione con

Con il contributo di

Con l'orientatore / orientatrice mi sono sentito/a...

In collaborazione con

Durante l'orientamento ho capito che...

In collaborazione con

Con il contributo di

Dopo l'orientamento ho potuto...

In collaborazione con

Con il contributo di

Oggi mi sento.....

In collaborazione con

Con il contributo di

il mio rapporto con gli altri dopo l'orientamento...

In collaborazione con

Con il contributo di

I desideri per il mio futuro...

In collaborazione con

Con il contributo di

Le word cloud dei genitori

Abbiamo chiesto l'orientamento...

In collaborazione con

Con il contributo di

In quel periodo mi sentivo (emozioni)...

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con
LA CASA DEI COMUNI
anci LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE
DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di
Regione Lombardia

Durante il percorso di orientamento è successo che...

In collaborazione con

Con il contributo di

Dopo l'orientamento ho potuto...

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

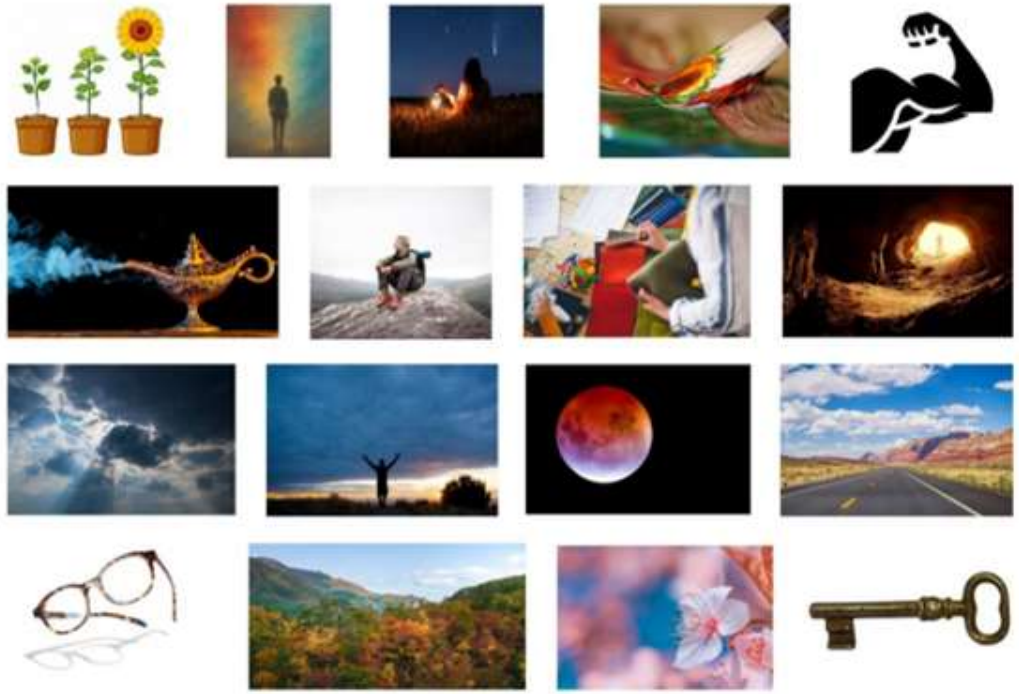
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

Le immagini dei ragazzi

Su un totale di 30 partecipanti**,**
17 ragazzi (57%) hanno indicato un’immagine o un simbolo personale, mentre 13 ragazzi (43%) hanno preferito non farlo, dichiarando “non so”, “nessuna risposta” o lasciando il campo vuoto.
L’immagine visiva può rappresentare per i giovani un canale espressivo autentico e significativo, complementare alla narrazione scritta.



In collaborazione con

Con il contributo di

Queste metafore sono...

Immagini di luce e chiarificazione

Molti ragazzi hanno scelto immagini che richiamano il tema della luce come metafora della comprensione e del ritrovare una direzione: la lanterna che illumina il cammino nel buio, i fasci di luce che penetrano una nuvola nera, una caverna da cui si esce per trovare la luce, una chiave come strumento per aprire nuove possibilità.

In collaborazione con
Con il contributo di

Queste metafore sono...

Immagini di cammino e percorso

Altri hanno evocato immagini legate all'idea del camminare e del progredire: una lunga escursione in montagna, una strada, una montagna in salita che poi diventa in discesa. Queste immagini riflettono bene la percezione del percorso di orientamento come movimento faticoso ma progressivo verso una meta.

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con
LA CASA DEI COMUNI
ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE
DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di
Regione Lombardia

Queste metafore sono...

Immagini di trasformazione della natura

Alcuni ragazzi hanno espresso la propria esperienza attraverso simboli di trasformazione: una nuvola nera che evolve verso la luce, una mezzaluna che diventa piena, un fiore che sboccia in primavera, una pianta che cresce. Sono immagini che raccontano la possibilità di cambiare e maturare grazie all'esperienza vissuta.

In collaborazione con
Con il contributo di

Queste metafore sono...

Immagini legate a desideri, identità e strumenti di comprensione

Alcune immagini fanno riferimento ai desideri e agli strumenti interiori: il genio dei desideri, un pennello per costruire il proprio futuro, gli occhiali per vedere meglio, l'arte come espressione di sé, l'emoji della forza 💪a rappresentare la determinazione.

In collaborazione con

Con il contributo di

Risultato 1. La soddisfazione metrica sull'orientamento incrocia i risultati delle narrazioni

I ragazzi hanno valutato la qualità del servizio in una **scala da 1 (pessimo) a 6 (ottimo):**

i risultati hanno validato quello che emerge dalla progressione delle narrazioni, fornendo un numero medio di **5,36** - vale a dire **l'87,2% della qualità possibile.**

Riscontri positivi, con parole di commento di entusiasmo, *"andate avanti così"* "*gratitudine*", "*continuate*".

Gli score ci indicano che un "fenomeno è stato soddisfacente",

le narrazioni portano testimonianza di cosa è accaduto nella realtà.

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

Il focus group con i giovani

Il focus group con i giovani: l'ikigai (giugno 2025)

Partecipanti: 8 ragazzi maggiorenni

Ikigai = “ragione per cui ci si alza al mattino”

4 dimensioni:

- Ciò che ami fare
- Ciò in cui sei bravo/a
- Ciò di cui il mondo ha bisogno
- Ciò per cui puoi essere pagato/a

In collaborazione con

Con il contributo di

Il focus group con i giovani: l'ikigai (giugno 2025)

- Nei focus group, i ragazzi hanno lavorato in particolare sui punti **1 e 2** (passioni e talenti).
- È emerso che l'orientamento dovrebbe aiutare a **mettere in dialogo queste dimensioni**, senza forzare scelte immediate.
- L'Ikigai è stato percepito come uno strumento utile per riflettere su sé stessi e immaginare il futuro.

In collaborazione con
Con il contributo di

Il focus group con i giovani: le principali evidenze

- **Bisogno di “deconfusione”**: troppe info, serve aiuto a filtrare e scegliere.
- **Ruolo dell’orientatore**: non dare risposte, ma aprire possibilità, far emergere talenti.
- **Famiglia**: distanza genitori/nonni vs desideri; più riconoscenza e spinta al riscatto nelle famiglie con background migratorio.
- **Orientamento come sostegno**: rafforza le scelte, offre “spazi sicuri” di ascolto senza giudizio.
- **Età**: giovani → scelta concreta scuola; più grandi → ricerca identità e senso.
- **Genere**: ragazze più in ansia; ragazzi più in sfida.
- **Obiettivi e sogni**: vogliono realizzarsi in ciò che appassiona, non solo adattarsi al mercato.

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con
LA CASA DEI COMUNI
Anci LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE
DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di
Regione Lombardia

Il focus group con gli operatori

Focus group con operatori (luglio 2025)

Partecipanti

12 adulti: amministratori locali, educatori, orientatori, responsabili agenzie lavoro, volontari

Approccio

- Presentazione ricerca, obiettivi e metodologia narrativa
- Riflessioni intrecciate tra ruolo professionale e percorsi personali
- Valorizzazione della dimensione **valoriale e biografica** dell'orientamento

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

Focus group con operatori (luglio 2025)

Parole chiave emerse (brainstorming “ORIENTAMENTO”)

- Informazione chiara, superare i pregiudizi, conoscere opportunità
- Aiuto e sostegno: accompagnamento, prossimità, relazione
- Ascolto: spazio di espressione, dialogo alla pari
- Libertà nella scelta: molte opzioni, possibilità di sbagliare
- Autorealizzazione, motivazione, conoscenza di sé

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

Orientamento come meta obiettivo

- Orientamento come **servizio** e come **riflessione personale**
- Processo che favorisce **scelta consapevole, autonomia e crescita**
- Obiettivo ultimo: **“produrre una migliore società” in** collegamento con il 3 punto dell' **Ikigai**
- Forte consonanza tra le riflessioni degli adulti e i desideri dei giovani (word cloud “I desideri per il mio futuro...”)

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con
LA CASA DEI COMUNI
ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE
DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di
Regione Lombardia

Conclusioni (1)

L’esperienza degli InformaGiovani dell'Ambito di Dalmine dimostra che **l’orientamento** offerto ai ragazzi non è solo un servizio tecnico finalizzato a prendere decisioni scolastiche o lavorative.

È anche un **percorso umano e relazionale**, in cui i giovani trovano ascolto, accoglienza e uno spazio di sicurezza in cui potersi esprimere senza paura di essere giudicati.

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA
AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

Conclusioni (2)

Molti ragazzi arrivano con emozioni di ansia, smarrimento e confusione, e grazie all’incontro con operatori capaci di instaurare un dialogo autentico, riescono a trasformare queste emozioni in fiducia, speranza e maggiore consapevolezza di sé.

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

Conclusioni (3)

L’orientamento agisce dunque non solo come sostegno alle scelte, ma come **esperienza trasformativa** che aiuta a ricostruire un’immagine positiva del proprio futuro, accompagnando al tempo stesso anche le famiglie, che trovano sollievo e rassicurazione nel vedere i figli sostenuti e valorizzati

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI Anci LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

Conclusioni (4)

L’orientamento non riguarda soltanto il **“cosa fare”**, ma anche e soprattutto il **“chi diventare”**.

Le scelte scolastiche e professionali non vengono vissute come meri passaggi burocratici, ma come momenti in cui i giovani si confrontano con la propria identità, con i desideri profondi e con il senso da dare al proprio cammino.

In questo processo, l’InformaGiovani non solo informa e accompagna, ma diventa uno spazio di **narrazione e di simbolizzazione**.

GEN LOMBARDIA
In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI anci LOMBARDIA
DALMINE SOCIALE
Giovani Supereroi
Con il contributo di Regione Lombardia

Conclusioni (5)

Abbiamo scelto Il simbolo del Grande Carro perché sintetizza questo approccio: ogni giovane ha la sua Stella Polare, la sua direzione personale da scoprire, ma per trovarla è necessario il sostegno di una costellazione fatta di operatori, insegnanti, famiglie e comunità.

L'orientamento non chiude i cammini ma li apre, favorendo la crescita individuale e al tempo stesso generando benessere collettivo.

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI ANCI LOMBARDIA

AZIENDA SPECIALE CONSORTILE DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia

E quindi uscimmo

“Lo duca ed io per quel cammino ascoso
entrammo a ritornar nel chiaro mondo;
e quindi uscimmo a riveder le stelle.”

Dante, Inferno Canto XXXIV

È su quell'"*uscimmo*" che soffermiamo l'attenzione:

è un noi, al plurale, creato da una persona competente, più senior, e un 'altra più giovane e meno esperta.

La forza è nel noi, *nessuno esce singolarmente a rivedere le stelle.*

GEN LOMBARDIA

In collaborazione con LA CASA DEI COMUNI anci LOMBARDIA

DALMINE SOCIALE

Giovani Supereroi

Con il contributo di Regione Lombardia