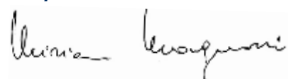


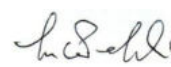
Care amiche e cari amici

in questo numero mettiamo "sotto la lente" uno dei nostri capisaldi: la visita domiciliare. È un'attività fondamentale perché riesce a sintetizzare in sé tutti i principali valori vincenziani quali l'umiltà, la volontà di aiutare i poveri sul piano pratico e su quello spirituale, l'accostarsi all'altro nel suo contesto di vita, senza giudizio, con metodo e competenza. Sarà per questo che San Vincenzo, parlando a Suore e Volontarie durante una conferenza nel settembre del 1649, si rivolgeva loro così: "Non vi deve essere ritardo in ciò che riguarda il servizio ai poveri. Se al mattino, proprio nell'ora della meditazione, dovete andare a portare una medicina, andatevi in santa pace! Non è lasciar Dio quando lo si lascia per compiere un'opera di merito più grande". Oggi la visita domiciliare è un'attività molto complessa che deve far fronte a richieste sempre più

articolate, già difficili da gestire in un contesto "normale", figurarsi in una società come quella odierna sempre più fluida, cangiante, con vecchie e nuove povertà che la pandemia ha acuitizzato. Sicuramente si può e si deve continuare in questa fondamentale missione vincenziana, mettendo a disposizione dei volontari una formazione specifica che fornisca strumenti pratici ma anche l'entusiasmo e la consapevolezza che con la persona/famiglia assistita si può creare un autentico rapporto di fiducia: senza enfatizzare una divisione manichea tra chi dà e chi riceve, la visita diventa uno scambio, quel "camminare insieme" che raccomanda Papa Francesco.



Miriam Magnoni
Presidente GVV Lombardia



Luca Pedroli
Presidente GVV Milano



Sotto la lente

Storia e metodologia delle visite domiciliari e un'intervista a una storica volontaria che ricorda le sue esperienze.

a pagina 3

Speciale Milano

Alcuni dicono che i giovani non siano capaci di impegnarsi per raggiungere degli obiettivi...

a pagina 6

Speciale Lombardia

Il progetto, finanziato al 100% da Fondazione Cariplo e Banco Doniamo Energia partito in data...

a pagina 7

Spunti di riflessione

Un interessante articolo sul confronto generazionale e sul diverso rapporto di giovani e anziani con il digitale.

a pagina 8

Formazione

Il racconto di due giornate di formazione incentrate sull'importanza di conoscere e stimare sé stessi e sull'assertività.

a pagina 12

Pillole di benessere

Un farmaco è una sostanza utilizzata per curare o prevenire le malattie. È composto da un "principio attivo"...

a pagina 14

Formazione sociale

Il Decreto Ronchi del 1977 ha introdotto in Italia la gestione sostenibile dei rifiuti, passata alla storia...

a pagina 15





In agenda

Gli appuntamenti e gli avvisi più importanti

■ Fiera

Vintage: da giovedì 4 a sabato 6 maggio 2023
dalle 10 alle 18, in via Ariberto 10 a Milano.

Primavera: da giovedì 18 a sabato 20 maggio 2023
dalle 10 alle 18, in via Ariberto 10 a Milano.

Abbigliamento bambini, accessori moda, alimentari, biancheria per la casa, “boutique della nonna” con i tesori dei vecchi bauli di casa, libri usati, buffet servito ai tavoli e tanto altro.

■ Assemblea regionale

8 giugno 2023, ore 15

Assemblea statutaria dei soci dei GVV Lombardia.

Da segnalare

I momenti salienti dell'ultimo periodo

■ Dall'internazionale AIC

Dal 21 al 24 marzo 2023 a Frascati (Roma) si è svolta l'Assemblea Internazionale delle Delegate AIC sul tema: “Cittadini del mondo in cammino, uniti nella speranza”.

Sono stati trattati diversi temi formativi, come lo sviluppo sostenibile, il networking, la povertà post-pandemia, la migrazione, il traffico di esseri umani e la mancanza di fissa dimora.

Mercoledì 22 marzo i componenti delle delegazioni presenti hanno partecipato all'udienza generale del Papa. Durante l'assemblea si è provveduto all'elezione della presidente internazionale Tayde de Callatay (Belgio) e del consiglio direttivo.

■ Dal nazionale

Durante il consiglio nazionale del 2-3 febbraio 2023 sono state elette le seguenti nuove cariche.
Segretaria: Maria Elena Reggiani (Umbria).

Vice presidenti: Valeria della Rovere (Abruzzo) e Cristiana Valeri (Marche) in sostituzione delle volontarie dimissionarie. Il 3 e 4 febbraio si è svolta la formazione nazionale sul tema “Donne in cammino: Il Volontariato Vincenziano e le sfide della donna nel Terzo Millennio”.

■ Dal regionale

Incontri di formazione 26 gennaio, 23 febbraio, 23 marzo, relatori padre Francesco Gonella sugli aspetti spirituali e padre Enzo Viscardi sui temi “Conoscenza di sé - stima di sé e talenti”, “Assertività”, “Resilienza - Intelligenza emotiva e spirituale” (vedi pag. 12-13).

Il comitato editoriale si riserva il diritto di scelta dei testi e dei tempi di pubblicazione.

Gli autori rispondono di quanto espresso nei loro articoli.

La redazione è formata da: Maresin Cavagna, Mila Fossati Bellani, Barbara Gavotti Angeloni, Miriam Magnoni, Pucci Nava, Anna Rovetta, Paola Soresina Santagostino.



La visita domiciliare oggi

Pucci Nava

La visita domiciliare, cioè l'avvicinare i "poveri" nel loro ambiente di vita, è stato per secoli il modus operandi più tipico ed efficace dei Gruppi Vincenziani. Riporto qui alcune considerazioni sul tema scritte anni fa da Padre Luigi Nuovo e Carla Ferrario.



Nel '600 in Francia e in molti paesi europei c'erano molti poveri, perché bastavano le malattie o i cattivi raccolti per ridurre in miseria

molte famiglie, costringendole a mendicare per sopravvivere. Per la società i mendicanti erano un pericolo per l'ordine costituito, un elemento asociale e inquietante. Così si diffuse l'idea di isolarli in appositi ricoveri, grandi istituti e ospedali, dove erano di fatto dei reclusi, trattati con incuria e separati dal loro ambiente. Quando nel 1617 San Vincenzo vide i suoi parrocchiani accorrere numerosi in soccorso di una famiglia povera, la sorpresa e la gioia gli vennero dal cuore, ma subito intuì che quella soluzione così generosa e spontanea andasse meglio definita e organizzata; esaminò le varie realtà, valutò i bisogni dei poveri e immaginò un metodo nuovo, in spirito evangelico, concretamente valido e ben strutturato. Concluse che la formula migliore di risposta alla povertà dovesse essere l'assistenza a domicilio, raccomandando di adattare il soccorso ai bisogni delle persone, di non offrire l'elemosina senza interessarsi di sapere come venisse utilizzata, ma di educare il povero a usare quanto ricevuto per il bene suo e della sua famiglia. Nelle regole delle Carità sono presenti molti aspetti religiosi della visita, come preghiere, raccoglimento

delle visitatrici, invito a sopportare le difficoltà per amore di Dio, e tratti profondamente umani e sempre attuali come "stile amorevole e rispettoso nel visitare tutti i poveri senza alcuna distinzione o discriminazione". L'assistenza consisteva anche nell'avviare a un mestiere chi poteva lavorare o nell'insegnare alle donne gli elementi basilari della cultura. Si trattava, già allora, di "promozione del povero". Tornando al Vangelo, dove è scritto "i poveri li avrete sempre con voi", o all'osservazione di San Vincenzo "la carità è inventiva all'infinito", pensiamo quante volte, nel nostro impegno vincenziano, abbiamo sentito parlare di "nuove povertà": droga, AIDS, disgregazione della famiglia, disagio giovanile, ondate migratorie (spesso per fuga da realtà drammatiche), ripetute crisi economiche. Di fronte a tutte queste realtà molto è stato fatto dalla società civile e molto nel privato, attraverso servizi o progetti mirati, per intervenire su particolari bisogni lavorativi, sanitari, economici o altro. D'altra parte, le istituzioni di matrice religiosa/ecclesiale non sono più il riferimento privilegiato per ricevere aiuto, anche se molto dello spirito cristiano è forse alla base della maggiore sensibilità nella ricerca di uguaglianza e tolleranza (pensiamo alle "radici cristiane dell'Europa"). Anche i GVV hanno avvertito e hanno saputo adattarsi ai cambiamenti, dando vita, accanto alle visite e grazie all'esperienza maturata attraverso di esse, a servizi mirati stabili o a progetti temporanei per far fronte a situazioni particolari. Uno dei primi servizi è stato quello dei Centri d'Ascolto aperti già negli anni '70 in vari gruppi. Non eravamo più noi a muoverci verso le persone in difficoltà ma erano i poveri che si rivolgevano direttamente e liberamente a un servizio nato per loro. Sia le volontarie sia le Figlie della Carità



hanno saputo adattarsi, intensificando i rapporti con gli enti pubblici e le reti di servizi sui vari territori, ampliando competenze ed eventuali possibilità di aiuto che andassero oltre l'assistenza. Gradatamente e sempre più spesso gli incontri si sono tenuti presso i Centri d'Ascolto. Rimaneva però ferma la regola di fare almeno una prima visita a domicilio, effettuata da due volontarie e relazionata poi nella riunione di gruppo. È anche sparito il metodo secondo cui alla/e volontaria/e venivano assegnate le famiglie da assistere. Questo ha potenziato il coinvolgimento di tutto il Gruppo nelle decisioni e nella conoscenza delle varie situazioni, ma ha penalizzato la partecipazione affettiva e empatica che, entro certi limiti, ha sempre caratterizzato lo "stile" vincenziano. Alcune delle regole da osservare durante la visita si sono del resto rivelate nel tempo di grande saggezza:

- affiancare, accompagnare senza creare eccessiva dipendenza (a questo scopo le visitatrici non erano troppo a lungo le stesse per la stessa famiglia);
- fare sempre riferimento all'Associazione per ogni decisione;
- richiamare la possibilità di coinvolgere l'ente pubblico per ottenere quanto eventualmente spettasse di diritto;
- evitare atteggiamenti paternalistici e giudicanti con scopo di controllo.

Dopo questo excursus storico sul "metodo della visita domiciliare", come considerare l'assistenza mediante la visita oggi?

È importante prendere atto di diversi aspetti della realtà che stiamo vivendo:

1) l'effetto Covid-19, durato ben tre anni, che ha praticamente escluso la possibilità di visitare a domicilio, mentre sono continuati, pur con difficoltà e limitazioni, gli interventi presso i Centri d'Ascolto;

- 2) l'aumento di richieste di assistenza;
- 3) il calo di numero di volontari e l'assenza, ormai in molti centri, delle Suore Figlie della Carità;
- 4) i sempre più numerosi e gravosi adempimenti burocratici cui sono tenuti i volontari;
- 5) la presenza sempre più numerosa di nuclei di cittadini stranieri di tradizioni, etnie e provenienze molto diverse tra loro. Tutto questo ha reso e obiettivamente renderà impossibile assistere TUTTI mediante visite domiciliari.

Rendiamoci quindi conto che la visita ha perso e ancora perderà la sua centralità nella azione dei GVV.

Questo non vuol dire però che abbia perso il suo valore intrinseco e che non sia in varie situazioni tuttora il metodo più valido di affiancamento. Infatti, decisa all'interno del gruppo e praticata in modo corretto, può rappresentare il migliore strumento per conciliare lo spirito vincenziano (partecipazione, affiancamento, condivisione) con quello più burocratico e professionale, assolutamente necessario e doveroso nella società di oggi. Sempre più la visita andrà proposta, e non imposta, per poter essere "presi in carico" dall'Associazione.

Proposta quindi come atto di amicizia, con quella partecipazione affettuosa ma non soffocante che deriva dalla conoscenza vera, a volte sconvolgente, della povertà toccata con mano. È forse proprio questo il motivo per cui spesso anche gli operatori del servizio pubblico si rivolgono a noi per avere un parere su qualche situazione. Riporto qui, per concludere, l'osservazione di una donna povera alla volontaria durante la visita:

"Sa, io guardo gli occhi, ci sono occhi che mi amano e occhi che mi giudicano".

Una frase così vera e così profonda sarebbe mai stata pronunciata in un ufficio?



La parola a Giulia Debolini

Arianna Fontana

Come si svolgevano le visite alle famiglie assistite quando era volontaria attiva?

Intorno agli anni '70, sotto il coordinamento di Dilde Grandi (che diventerà presidente AIC) a Milano si rivoluzionò tutto. Furono anni belli e intensi per i GVV. In precedenza si portava alle famiglie un pacchetto o si dava un aiuto economico, un po' a scatola chiusa, e via! Con Dilde iniziammo a intendere la visita domiciliare come uno scambio, un incontro tra mondi distanti che, prima di tutto, dovevano abbandonare le reciproche diffidenze e capirsi.

Ci racconta qualche caso concreto?

Sì, volentieri. Ricordo Rosa, una donna italiana sui 30 anni che viveva in una casa di ringhiera a Chiaravalle, da sola con una bambina molto piccola perché il marito, anche lui italiano, era detenuto in carcere. Non era in uno stato di indigenza estrema, la casa era di sua proprietà, lasciatale dal padre, ma non lavorando non aveva entrate sufficienti e faticava a seguire la figlia. Era molto preoccupata perché l'amministratore del condominio intendeva farle pignorare l'appartamento per il mancato pagamento delle spese. Dopo un confronto con il gruppo Ariberto, chiesi un appuntamento all'amministratore e, vinta l'iniziale ritrosia, concordai una rateazione del debito che i GVV avrebbero onorato e tutto fu saldato. Un giorno, durante una delle visite, incontrai anche il marito che aveva avuto un permesso di uscita per la morte della madre. All'inizio era sfuggente, a disagio, ma poi, parlandogli e cercando di farlo sentire accolto, si aprì: un biondino magro con la faccia sofferente, che con reticenza inizia a spiegarmi di essere in carcere per aver stuprato due donne; poi si lascia andare, percepisce che non lo sto giudicando, mi racconta dell'infanzia in strada, di piccoli furti

di sopravvivenza, di qualche uomo che aveva abusato di lui.

Sono momenti intensi, tra noi si aprì un canale di comunicazione.

Mi saluta più rilassato dicendo che ne ha ancora per qualche anno e poi uscirà. Ricordo quell'incontro come fosse ieri. Nel frattempo Rosa iniziò a prendere fiducia in sé, si innamorò di un operaio arrivato al nord dal sud, vendette la casa, andò a vivere con lui e poté seguire la figlia che nel frattempo aveva iniziato la scuola materna.

Molto toccante. Un altro ricordo?

Una famiglia in zona Corvetto (a Milano) a cui gli assistenti sociali volevano togliere i figli perché la scuola aveva segnalato che arrivavano in classe sporchi, in disordine e senza i compiti svolti. La madre, una donna giovane a cui era stata amputata una gamba per il diabete, non riusciva a seguire le faccende di casa né a accudire i figli. Il marito, un meccanico fuori casa per lavoro tutto il giorno, la accusava di inefficienza. Attraverso un servizio del Comune riuscimmo a farle avere una domestica che andava regolarmente a fare le pulizie e a mettere in ordine i vestiti, così lei poté iniziare a seguire i figli nello studio e nei compiti pomeridiani. La famiglia trovò così un nuovo equilibrio.

E il documento schematico che ha in mano?

Riguarda un caso di una famiglia che ho seguito nel 1991/92, e questa è la relazione che abbiamo portato a un incontro a Bruxelles, come esempio di buona prassi. L'aspetto interessante che il documento evidenzia è il *modus operandi* dei GVV: l'approccio analitico, basato su considerazioni iniziali di ordine economico e psico-sociale, la ricerca dei metodi più efficaci di intervento, la misurazione dei risultati. Una metodologia chiara, che per l'epoca, nel volontariato era davvero un approccio lungimirante!





Viaggiate!

Leslie Franco

Alcuni dicono che i giovani non siano capaci di impegnarsi per raggiungere degli obiettivi, o addirittura che non sappiano cosa vogliono e come ottenerlo... Ecco invece un'occasione in cui i ragazzi e le ragazze dei Centri IRDA e QR52 sono diventati protagonisti del proprio progetto: fare il viaggio della Memoria ad Auschwitz, e riuscire ad autofinanziarlo.

Il desiderio di compiere questo viaggio e vedere con i propri occhi nasce dalle esperienze di chi il viaggio lo ha già fatto e dalle testimonianze sul tema della Memoria. Incoraggiati dagli educatori e dalle educatrici, i giovani dei Centri IRDA e QR52 si sono chiesti come finanziare il viaggio in Polonia e, in generale, i viaggi culturali ed educativi. Così è nata l'idea dell'aperitivo con intrattenimento musicale: una serata rivolta agli amici e sostenitori dei GVV durante la quale parlare di viaggi e di quanto queste esperienze facciano crescere.

La preparazione dell'evento ha impegnato le energie di tutti: la locandina e gli inviti, la definizione del menu, la spesa, la preparazione in cucina, il servizio in sala, l'accoglienza degli ospiti, la lotteria delle torte e dei biscotti. La sera del 20 di gennaio gli



ospiti sono stati accolti dalle ragazze al guardaroba, poi, con un calice di benvenuto, venivano fatti accomodare in sala, dove alcuni pannelli illustravano le esperienze dei viaggi educativi e del viaggio della Memoria. L'aperitivo consisteva di vari piatti ideati da un ragazzo studente dell'istituto alberghiero, assistito da due ragazze con ambizioni di cuoche, mentre l'intrattenimento musicale ha avuto come tema centrale il viaggio



quale percorso di crescita e di conoscenza. La prima proposta infatti è stata il brano di Gio Evan "Viaggiate":
*"Viaggiate che sennò poi diventate razzisti
 E finite per credere*

*Che la vostra pelle sia l'unica ad aver ragione
 Che la vostra lingua è la più romantica
 E che siete stati i primi ad essere i primi
 Viaggiate che se non viaggiate
 Poi non vi si fortificano i pensieri
 Non vi riempite di idee
 Vi nascono i sogni con le gambe fragili
 E poi finite per credere alle televisioni
 E a quelli che inventano nemici
 Che calzano a pennello con i vostri incubi [...]
 Viaggiate che viaggiare insegna a resistere,
 a non dipendere
 Ad accettare gli altri non solo per quello che sono
 Ma anche per quello che non potranno
 mai essere
 A conoscere di cosa siamo capaci
 A sentirsi parte di una famiglia
 Oltre frontiere, oltre confini
 Oltre tradizioni e cultura
 Viaggiare insegna a essere oltre
 Viaggiate che sennò poi finite per credere
 Che siete fatti solo per un panorama
 E invece dentro di voi
 Esistono paesaggi meravigliosi
 Ancora da visitare".*

Sono seguiti altri brani, tutti molto belli e coinvolgenti.

La serata si è chiusa sulle note di "Buon Viaggio" di Cesare Cremonini, in un momento di commozone.





Il progetto “EnergiRa Restart”

Angela Magni

Il progetto, finanziato al 100% da Fondazione Cariplo e Banco Doniamo Energia, partito in data 01.01.2021 con scadenza iniziale al 30.06.2022, ha ottenuto una proroga da Fondazione Cariplo al 31.12.2022.

Anche quest'anno sono continuati il lavoro congiunto con i partecipanti al CoordOp, l'attività dei coach e l'attivazione delle postazioni di cittadinanza attiva.

Ciò ha consentito di:

- consolidare la condivisione dei criteri per le situazioni di difficoltà e le risorse attivabili;
- utilizzare le modalità operative basate sul lavoro di squadra;
- l'empowering (*rafforzamento*) del cittadino e le competenze utili all'auto-gestione delle criticità. Con questi interventi mirati si è arrivati alle erogazioni economiche a favore dei cittadini;
- lavorare territorialmente in modo coeso, consentendo così una progettazione personalizzata.

Anche nella prima parte del 2022, le misure da contenimento al Covid-19 hanno rallentato l'attivazione di possibili postazioni di cittadinanza attiva, e questo è stato uno dei motivi che ci ha indotti a chiedere la proroga a Fondazione Cariplo.

In totale sono stati intercettati 54 cittadini/nuclei, dei quali solo 3 avevano già partecipato al primo Progetto EnergiRa.

Di questi 54 nuclei:

- 2 sono stati presi in carico, ma per loro si è svolto solo il lavoro di coaching, in quanto in ritardo rispetto alla possibilità di erogazioni;
- 8 non hanno avviato il percorso per diversi motivi: trasferimento in altre città dopo qualche tempo di solo coaching, decisioni personali per diffidenza verso il progetto, incostanza nel partecipare agli incontri;

- 14 hanno trovato una collocazione lavorativa;
- 44 hanno ricevuto contributi della “Dote EnergiRa”, attraverso la corresponsione di affitti, buoni spesa, pagamento utenze varie, corsi per patente, acquisto libri, partecipazione a borse lavoro.

A fronte del progetto, al 31.12.2022:

- sono stati effettuati interventi a sostegno per circa 65.000 Euro;
- sono stati spesi circa 28.000 Euro relativamente alle voci indicate nel piano di progetto (personale strutturato, spese bancarie, acquisto materiale vario).

Attualmente si sta predisponendo la relazione finale per la Fondazione Cariplo e il successivo invio della rendicontazione per poter ricevere i contributi anticipati dai partner. Il partner Dialogica sta completando la parte di portfolio per ciascun cittadino, che sarà poi utilizzabile anche nei curricula per la ricerca di nuove occupazioni.

La soddisfazione dei partner per questo progetto è stata condivisa nell'ultima riunione di CoordOp e, per non perdere tutte le opportunità e le capacità acquisite durante questo progetto, si è deciso di cercare ulteriori soluzioni e progetti per il futuro.

Cos'è EnergiRa Restart

È un progetto con capofila i GVV Lombardia e sede operativa presso i GVV di Cassano. Finalità: consolidare il sistema territoriale di intercettazione, dare una risposta efficace alle situazioni di vulnerabilità, incrementate per il Covid-19, valorizzare le risorse della comunità e dei cittadini stessi nel far fronte all'emergenza. [di Redazione]



Generazioni a confronto nel mondo digitale

Miriam Magnoni

Cosa si intende per generazione?

“Nella specie umana, l’insieme degli individui aventi pressappòco la stessa età, o anche di differente età, che vivono nello spazio di tempo di cui si parla”. [definizione dal vocabolario Treccani]

I tratti fondamentali di una generazione derivano dalla condivisione di eventi storici, culturali, economici e sociali che incidono sui valori e sulle attitudini di vita.

Distinguere il target per generazione di appartenenza consente anche di sviluppare un valido progetto di comunicazione.

Gli studiosi e ricercatori hanno individuato, dal 1900 a oggi, una sequenza composta dalle seguenti 7 generazioni.

1) GI Generation

È la generazione dei nati tra il 1901 e il 1924. Hanno vissuto in prima persona cambiamenti tecnologici e sociali radicali, come l’invio dei primi razzi sulla Luna e la scoperta di importanti vaccini. Da piccoli hanno avuto i più alti livelli di rendimento scolastico della storia e da adulti hanno costruito la “società del benessere”. Sono legati alle regole convenzionali e ai buoni costumi della vita civile, anziché a credenze. Amano le conversazioni “faccia a faccia” e preferiscono leggere riviste e giornali.

2) Silent Generation

È composta da persone nate tra il 1925 e il 1946, gli anni della Grande Depressione e della Seconda Guerra Mondiale. Hanno vissuto in un’epoca storica caratterizzata da matrimoni precoci, carriera sul lavoro, vita civile istituzionale intensa, e i primi divorzi. Hanno visto la scalata dei leader americani per i movimenti femministi, civili, rock. Sono legati a valori tradizionali, rispettano gli impegni presi, e hanno comunque maturato

un approccio positivo verso l’utilizzo dei social. Si sono avvicinati al digitale per stimolare le relazioni sociali, non sentirsi soli, avvicinarsi alle abitudini di vita di figli e nipoti per “parlare” il loro linguaggio.

Anche se non sono un campione rappresentativo tra gli utenti del web, comunque vanno considerati nelle azioni di comunicazione e nelle campagne online, soprattutto per certi mercati di loro interesse. In Italia il 14,3% della Silent Generation è iscritto a Facebook e il 6,6% usa Youtube: non sono numeri elevati da tenere in considerazione. Tanto che alcuni hanno pensato di dedicare proprio a loro un nuovo social network: Special Age, per la terza età, che permette di trasmettere ai ragazzi il loro patrimonio culturale e professionale, per sentirsi ancora parte attiva della società, contrastare il decadimento mentale con beneficio sulla memoria, per un giovamento reciproco. È dimostrato che gli anziani che si collegano quotidianamente a un social network hanno benefici sulla memoria e l’energia vitale.

3) Boom Generation

È la generazione dei nati tra il 1946 e il 1965. Cresciuti alla fine della Seconda



Guerra Mondiale, i suoi membri sono il prodotto dell’ottimismo del dopoguerra. Da adulti hanno affermato i valori di individualizzazione e ottimismo, ma anche di vicinanza alla famiglia. Sono benestanti e ambiziosi, orientati a carriera e lavoro, predisposti al risparmio. Vivono nel



periodo delle rivoluzioni culturali, delle lotte per i diritti civili, del rock, del pacifismo, del femminismo, della rivoluzione sessuale, ma anche della crescita della criminalità e dell'uso di stupefacenti.

Rispetto alle generazioni passate, sono più abituati all'uso della tecnologia. Facebook è il loro social preferito (75%), e sono quasi completamente assenti da social più "moderni" come Instagram e Snapchat, dove invece esplose la presenza dei Millennials. Su Facebook, oltre a interagire, sono molto interessati ai brand e ai messaggi pubblicitari, quindi è una generazione importante per le strategie di web marketing, anche perché hanno il potere di acquisto più alto.

Sono attivi, amano viaggiare e coltivare hobby e vogliono sentirsi al passo con i tempi. A livello di comunicazione, per raggiungere questa fascia di utenti è necessario dare una garanzia di sicurezza e facilità di utilizzo delle piattaforme su cui navigare.

Solo così aumentano le loro interazioni: compilazione form, chat online, messaggi su social network.

4) Generation X

La generazione di MTV: il canale TV che ha influito sulla musica popolare, lo stile visivo e la cultura che ha plasmato generazioni in una nuova "forza culturale". Sono nati tra il 1965 il 1982, in Italia sono circa 14 milioni, di cui 10 milioni lavorano. Hanno vissuto la guerra fredda e l'avvento del personal computer. In riferimento ai "boomers", risentono di non aver avuto le loro grandi opportunità. Hanno poca fiducia nelle istituzioni e matrimoni spesso falliti. Li distingue il multiculturalismo e la rapidità decisionale, e una forte capacità di bilanciare gli impegni di vita e lavoro. Si è dimostrata

la generazione più forte in ambito imprenditoriale, vivendo anche lo sviluppo e la diffusione dei PC. Naturalmente ritengono la tecnologia indispensabile e usano strumenti digitali anche per le comunicazioni. È la generazione contraddistinta dal più alto numero di immigrati.

Tendono a impegnare il denaro spendendo il necessario per dare ai figli una buona istruzione e sono molto attenti alla loro educazione. Sono pragmatici e realisti. Cresciuti in un'epoca di difficoltà economiche, hanno un buon rapporto con la tecnologia



ed eseguono online azioni economiche e finanziarie, senza però abbandonare il rapporto personale. Infatti privilegiano fare acquisti di persona piuttosto che online. Sono abituati all'uso dei social network, quasi prevalentemente Facebook. Si informano dalla TV, ascoltano musica e radio ma leggono poco i giornali. Ritengono la tecnologia indispensabile e usano strumenti digitali anche per le comunicazioni. Passano più tempo degli altri sui social network, quasi 7 ore a settimana su Facebook, rispetto alle 6 dei Millennials. Sui social ricercano informazioni, promozioni, prodotti. Sono molto attenti ai pareri, e quindi leggono le recensioni e le valutazioni rilasciate sul web. In ogni caso, sembrano titubanti ad usare nuove piattaforme di social network come Snapchat, un'applicazione di messaggistica multimediale, a metà tra TikTok e Instagram, nota per la possibilità di condividere messaggi multimediali - "snap" - che consistono in foto e brevi video modificabili



mediante filtri, disegni ed effetti speciali. La sua particolarità è che questi contenuti si cancellano automaticamente al termine della visualizzazione, a meno che gli utenti non scelgano di salvarli.

5) Millennial Generation

Nati tra il 1983 e il 2005, in un periodo di cambiamenti rapidi e radicali, come a esempio la nascita delle famiglie allargate, la diffusione dei computer in modo massivo, la tecnologia senza fili, il lavoro a tempo



pieno per le donne. Sono molto informati e attenti ai brand, quindi per ingaggiarli

bisogna usare creatività e strategia.

Nelle fasce di età 18-34, il 98% possiede uno smartphone.

Si tratta di una generazione che corrisponde al 24% della popolazione globale:

1,7 miliardi di persone con un potere d'acquisto forte e al rialzo. Per questo la generazione riveste un ruolo di primaria importanza per i marketing manager e i pubblicitari. Sono i figli dei cambiamenti digitali e per questo vengono definiti "Generation Uphill": una "generazione in salita", pronta ad affrontare il cambiamento e che in un mondo in costante evoluzione, usa la tecnologia per comunicare, cercare informazioni e fare acquisti.

I Millennials amano i social e li usano per informarsi sui trend del momento.

Conoscono i meccanismi delle promozioni e della comunicazione, perciò pongono particolare attenzione al messaggio,

che sia veramente accattivante, sia dal punto di vista visivo sia testuale. La maggior parte dei Millennials (il 75%) usa dispositivi mobili per connettersi online, perciò sono più attenti degli altri alle comunicazioni brevi e creative, e sono abituati a usare più mezzi di comunicazione alla volta. Spesso scorrono i feed dei social proprio mentre "guardano" la TV. È difficile catturare la loro attenzione, per intrattenerli bisogna usare il "loro linguaggio" e abbellire i messaggi con emoji, termini moderni e tanti formati grafici (video, immagini, gif).

6) Generation Z o Centennials

Nati nel periodo 2006-2012, sono così definiti perché anagraficamente cresciuti in un periodo in cui era pericoloso, o perlomeno inopportuno, esprimersi apertamente. Questa generazione è abituata a lasciarsi influenzare dai nuovi media e a interagire online con amici virtuali.

È la generazione dei futuri consumatori. La più grande sfida per i brand è di riuscire a stimolare la loro attenzione in soli 8 secondi. Per far breccia sul loro interesse, è importante usare un linguaggio

semplice, fresco e con un impatto visivo immediato: sono impazienti e odiano le attese, i tempi di caricamento

di un portale sul web sono per loro fondamentali. Hanno un potenziale di spesa elevato e soglia d'attenzione bassa:

è la generazione dei veri nativi digitali. Sono circa 2 miliardi e rappresentano il target del futuro, che più influenzerà le strategie di digital marketing delle aziende.





È la prima generazione “mobile-first” della storia, che non ricorda un tempo senza social media; è cresciuta con l’iPhone e Android, comunica con gli emoji al posto delle parole, i Vine (per creare video) di 6 secondi o videochatta con FaceTime. I Centennials utilizzano in media 5 dispositivi (contro i 3 dei Millennials): desktop, smartphone, notebook, TV e iPad o tablet. Con una soglia media di attenzione pari a 8 secondi, spesso anche meno, preferiscono la dimensione visuale rispetto a quella testuale (preferita dai Millennials). Considerano Facebook “da vecchi” e lo hanno abbandonato a favore di Instagram. Preferiscono comunicare su Snapchat, che auto-elimina i messaggi dopo alcuni secondi, per tutelare maggiormente la loro privacy. Conoscono internet e i suoi meccanismi di funzionamento, per questo riconoscono velocemente i contenuti dei brand. Il 73% di questa generazione si connette a internet entro un’ora dal risveglio. Più di 8 su 10 sono connessi sui social network e più della metà ritengono queste reti il luogo dove si svolge la loro vita sociale (Business Insider). Per comunicare con loro occorre:

- A) essere incisivi, andare dritti al punto e alla comunicazione
- B) generare curiosità
- C) personalizzare i contenuti
- D) parlare la loro lingua con voce che alimenta la simbologia
- E) evitare schemi pre-confezionati
- F) favorire la co-creazione
- G) offrire strumenti formativi per la costruzione di competenze (la Generazione Z è parte della più grande cultura del “Do It Yourself”, cioè del fai da te).

È una generazione che ha assistito al terrorismo globale, alla recessione economica e alla crisi dei mutui. È abituata alla globalizzazione, a spostarsi, a interfacciarsi e ad accettare persone provenienti da paesi

diversi con culture e abitudini diverse. Le sue caratteristiche rappresentative sono l’immediata gratificazione, il successo e i valori liberali.

7) Generazione Alpha o “Screenagers”

La generazione dei nati dal 2012 a oggi, che nascono con il touchscreen (schermi sensibili al tocco) e crescono con i tablet. La loro vita è impregnata dalla tecnologia



fin dalla nascita. Mai finora era accaduto qualcosa di simile, forse è ancora

troppo presto per parlarne. Nel 2022 il Mit Media Lab ha condotto una ricerca su un campione di bambini dai 3 ai 10 anni, per capire i livelli di interazione con le entità digitali, come Google Home, Amazon Echo, Julie, Cozmo e un robottino chiamato Anki. È emerso che “i giocattoli connessi diventeranno la normalità e questo farà sì che i bambini si aspettino che essi non solo rispondano ai loro comandi, ma che mostrino una propria intelligenza emotiva”. Le loro mani toccano un tablet prima ancora della penna e con le immagini da subito apprendono e dialogano. I più grandi hanno iniziato la scuola dal 2017 e il loro modo di vedere il mondo è diverso da quello di tutte le altre generazioni. Vedremo quali risvolti porterà con sé questa generazione del futuro.

Dati tratti da Williams & Page, Barclays, Liverpool University, Pennsylvania University, Nielsen, 12° rapporto Censis-Ucsi, Capodaglio 2016, The Economist 2016.



Autostima, volontà, assertività

Vincenza Volonté

Nei giorni 26 gennaio e 23 febbraio 2023 si sono tenuti due dei previsti tre incontri di formazione affidati a Padre Francesco Gonella e a Padre Enzo Viscardi. Riportiamo qui una sintesi dei primi due incontri.

“Conoscenza di sé - Stima di sé e talenti”

Padre Francesco Gonella

Punto di partenza dell'incontro è l'invito del profeta Isaia “imparate a fare il bene, cercate la giustizia”; e la formazione sta proprio nell'imparare a far del bene e



avere uno sguardo di misericordia su chi richiede il perdono. Noi stessi diventiamo capaci di perdonare quando a

nostra volta siamo stati perdonati.

San Vincenzo direbbe: fare bene il bene.

Padre Enzo Viscardi

L'autostima va in relazione con l'eterostima.

L'autostima si costruisce mettendosi in relazione con gli altri. Un genitore trasmette i valori ma il figlio ha il diritto di scegliere.

Quando il figlio si distacca dai valori trasmessi dal genitore quest'ultimo si sente fallito, seppur nella consapevolezza che il figlio debba essere lasciato libero di scegliere.

Il conflitto interiore crea una ripercussione sull'autostima del genitore. Autostima è riconoscere le proprie competenze, è fiducia e stima nei propri confronti, è consapevolezza del proprio valore. Come si può considerare l'autostima nel volontariato vincenziano? Come percepirla nel nostro servizio?

La nostra autostima deve essere calibrata nel

rapporto con gli altri, fondamentale diventa di conseguenza l'ascolto. Può essere utile il gioco sui pregi e difetti per conoscerci perché è importante quello che dicono gli altri ma non in una dinamica di dipendenza. Che spazio diamo ognuno di noi al nostro gruppo per ascoltarci? La nostra capacità di ascoltare è basata su quanto ci sentiamo ascoltati ed è fondamentale rispetto all'autostima. Con il povero si corre il rischio di non ascoltare, l'ascolto deve essere gratificante e personale. Se il povero non si sente ascoltato, non si sente visto, oltre l'aiuto desidera la stima. “Quanto mi sentirò io ascoltato nei miei bisogni così sarò capace di ascoltare i bisogni degli altri”. L'ascolto va costruito, non è innato. È importante in un gruppo prendersi cura gli uni degli altri, se ritengo di non essere ascoltato mi devo chiedere se mi sono messo nella condizione di farmi ascoltare, se sono stato capace di presentare i miei bisogni all'altro. Nel Vangelo non si parla mai di amore spontaneo ma di volontà di amare. Di conseguenza la relazione con l'altro deve essere costruita su un progetto di volontà, amare ti rende capace di cogliere i bisogni dell'altro. Il nostro grado di autostima influisce su come ci proponiamo, se abbiamo una buona autostima non siamo giudicanti nei confronti degli altri, siamo accoglienti e non abbiamo bisogno di entrare in conflitto. La persona serena sa ascoltare, sa accogliere, riesce a valorizzare quel poco che l'altro offre. Sarebbe opportuno creare dei “pacchetti di volontariato a termine” per far sì che i giovani si avvicinino ai nostri gruppi, ricordando la parola del Vangelo: ciò che è stato seminato porterà frutti! A conclusione, per rafforzare la nostra autostima abbiamo bisogno di capire i nostri limiti ed i nostri errori, lavorare su noi stessi e cercare di progredire nella nostra relazione con gli altri.



“Assertività”

Padre Francesco Gonella

Dalla lettera di Quaresima 2023 del Padre Generale alla Famiglia Vincenziana: “Fin dalla creazione Dio ha voluto che gli esseri umani avessero relazioni e contatti continui con altre persone. San Vincenzo ha fatto dello *stare insieme* una parte importante del suo carisma. Gesù ci ha presentato la Trinità come il modello perfetto delle relazioni, e il nostro obiettivo è incarnare questo modello nella famiglia e nel gruppo a cui apparteniamo”.

Padre Enzo Viscardi

I temi della giornata sono complessi. Assertività: il Signore ci ha messo nella condizione di capire noi stessi e gli altri nella dinamica di relazione.



Infatti come sappiamo di essere figli se non in relazione con i nostri genitori? Come sappiamo di essere belli o bravi se non ce lo dicono gli altri? Se nessuno mi dice nulla io non posso sapere nulla di me. Anche la Trinità si presenta a noi nella relazione. Se siamo a immagine e somiglianza con Dio, noi possiamo fare la stessa esperienza di Dio nella relazione con gli altri. La relazione ci fa avvicinare di più a Dio attraverso l'amore e il perdono. Una persona è assertiva quando conosce, esercita e difende i suoi diritti (al rispetto, alla libertà di dire no, di avere propri valori, indipendenza, opinioni, di rispondere o meno, di risentirsi, di non giustificarsi ecc.). L'assertività diventa operativa perché c'è rispetto verso l'altro e verso sé stessi nel momento in cui decido di espormi. Poteva essere un momento di rottura ma ho il diritto di assumermi il rischio nel dire la verità,

che rende il rapporto più vero.

Non dobbiamo passare il tempo a scusarci dell'errore ma dobbiamo ragionare sull'errore restando oggettivi.

Assertività è cercare di capire avendo coscienza che il mio diritto di avere ragione, esprimere un'opinione, essere ascoltato, essere trattato con rispetto, sbagliare, dissentire, protestare, scegliere, cambiare, ecc. è anche un tuo diritto, e le tue opinioni valgono quanto le mie. Nella vita ci sono situazioni in cui essere assertivi serve in un'ottica di verità e di



amore. Alcuni diritti che abbiamo visto sono vissuti in un'ottica in cui si cerca una relazione, una ricerca d'amore nei confronti degli altri. Non sempre gli altri non ci hanno amato

ma spesso noi, con il nostro comportamento, non abbiamo agevolato l'altro.

L'assertività è sicurezza e percezione di questi diritti che già sappiamo di avere. Quindi gli stessi diritti appartengono anche ai poveri che assistiamo. Il rapporto con l'altro parte dal rispetto reciproco, contraddistingue il nostro lavoro e noi dovremmo essere capaci di un'accoglienza che vada oltre l'assertività vera e propria. Se incontriamo poveri che si adagiano nella loro condizione potrebbe essere utile accettarli ed aiutarli così come sono. Quindi a prescindere dal comportamento del povero, il nostro deve essere un gesto d'amore ed il pacco viveri, i soldi, le parole devono arrivare in questo modo. Questo è un aspetto che devo tenere sempre presente nel lavoro di volontario altrimenti l'assertività resta solo una tecnica mentre per avere un senso deve essere un gesto d'amore.



I nuovi farmaci

Bianca Marasini

Un farmaco è una sostanza utilizzata per curare o prevenire le malattie. È composto da un “principio attivo”, da cui dipende l’azione curativa, e da “eccipienti”, privi di capacità terapeutica, che hanno lo scopo di proteggere il principio attivo, facilitarne l’assorbimento e mascherare eventuali sapori sgradevoli.

In base alla modalità di produzione, i farmaci sono suddivisi in due grosse classi:

a) farmaci di sintesi chimica, ossia quelli tradizionali, il cui principio attivo è prodotto chimicamente. Uno dei primi principi attivi di sintesi è quello dell’Aspirina (acido acetilsalicilico);

b) farmaci biologici, nei quali il principio attivo è ottenuto in laboratorio a partire da materiale biologico, cioè organismi viventi (vegetali, animali). Sono prevalentemente grosse proteine, strutturate in modo che il prodotto finale colpisca in modo mirato cellule o strutture malate, senza danneggiare le sane. I farmaci biologici più innovativi, ottenuti con tecniche complesse di ingegneria biologica, sono detti biotecnologici.

Appartengono ai biotecnologici le proteine di fusione (proteine chimeriche), create unendo geni diversi e ottenendo una proteina multifunzionale (es.: Etanercept, utilizzata nelle malattie reumatiche, costituita da una parte che blocca l’infiammazione e da un’altra che allunga l’emivita, permettendo al farmaco di funzionare a lungo; Aflibercept, un farmaco antitumorale che fonde tre diverse funzioni, lunga emivita e blocco di fattori implicati nella crescita tumorale).

Sono farmaci biotecnologici anche gli anticorpi monoclonali ricombinanti, proteine che agiscono con lo stesso meccanismo degli anticorpi naturalmente prodotti dal nostro organismo, cioè riconoscere ed eliminare agenti patogeni, ma studiati e diretti in maniera altamente specifica solo verso

alcune responsabili di alcune patologie o presenti su cellule tumorali, lasciando intatti i tessuti sani circostanti. Anche alcuni vaccini sono farmaci biotecnologici; a differenza dei vaccini tradizionali, costituiti da batteri integri o modificati o da proteine da questi rilasciate (tossine), i biologici derivano da proteine ottenute con tecniche di ingegneria genetica (vaccini biotecnologici o molecolari); noti a tutti i vaccini per il Covid-19.



L’importanza di questi nuovi farmaci è la loro selettività, cioè la capacità di colpire solo le cellule malate, lasciando intatte le strutture sane. Le malattie che attualmente godono dei maggiori benefici sono reumatiche, oncologiche, infettive, e alcune malattie rare. Alcune criticità dei biologici: rischio di contrarre infezioni, immunogenicità (produzione di anticorpi-antifarmaco), e l’alto costo. Per i rischi infettivi e immunologici è necessario un attento monitoraggio, il costo può essere ridotto con il ricorso ai cosiddetti biosimilari, farmaci “simili” per rapporto rischio-beneficio con gli “originator”, e accessibili una volta scaduto il loro brevetto. Concludendo: è innegabile la rivoluzione che questi nuovi farmaci, che possiamo chiamare “intelligenti”, stanno portando nel trattamento di molte malattie; da non sottovalutare che, grazie ai biosimilari, sarà possibile trattare sempre più pazienti, garantendo più salute, oltre che ai pazienti anche al sistema sanitario.



Focus sulla raccolta differenziata: le 5 R

Barbara Gavotti Angeloni

Il Decreto Ronchi del 1977 ha introdotto in Italia la gestione sostenibile dei rifiuti, passata alla storia come la strategia de “le 5 R dei rifiuti”: Riduzione, Riuso, Riciclo, Raccolta e Recupero. Per tutti i materiali riciclati vale la logica di economia circolare che riduce i rifiuti da smaltire, reinserendoli nel ciclo produttivo, con una conseguente minor estrazione di materie prime e minor consumo di energia. Il Programma nazionale di gestione dei rifiuti (Pngr) e quello di ripresa e resilienza (Pnrr) hanno anche lo scopo di ridurre le differenze esistenti nella raccolta tra le varie regioni: nel 2021 (dati Ispra) l'Italia ha raggiunto la quota di raccolta del 64%, di cui il 71% al Nord, il 60% al Centro e il 55% al Sud esportando 659.000 tonnellate di rifiuti in Austria, Portogallo e Spagna.

I materiali riciclati in Italia sono:

Plastica Nel mondo vengono gettate 22.000 bottiglie di plastica al secondo: il tempo della loro decomposizione varia dai 100 ai 1.000 anni, mentre il loro conferimento negli appositi raccoglitori impiegherebbe

un secondo. Il materiale plastico riciclato dà origine a nuovi contenitori, è trasformato in filo e fiocchi per realizzare coperte, magliette, divani, imbottiture, cuscini, moquette, ecc.: da 10 bottiglie si può fare una felpa in pile.

Acciaio Riciclabile al 100%, può essere trasformato

infinite volte, senza perdere alcuna delle sue proprietà: per questo è oggi il materiale più riciclato al mondo. Anche l'**alluminio** è un metallo dalle mille vite: le lattine sono il rifiuto più prezioso sul mercato del recupero.

Legno È uno dei materiali più preziosi che l'uomo abbia e anche più ecosostenibile,

e il suo corretto riciclo lo rende nuovamente risorsa per impianti di produzione di agglomerati lignei, pannelli truciolari per mobili, pasta cellulosa per cartiere, per la bioedilizia e infine come combustibile negli impianti termovalorizzatori a biomasse per la produzione di vapore e energia.

Vetro Il suo riuso garantisce una produzione più sostenibile di molti prodotti e materiali, dai serramenti ai sanitari: basti pensare al grandissimo impiego di vetrate e rivestimenti nell'architettura moderna.

Scarto alimentare Ogni avanzo organico viene trasformato in compost o usato per la produzione di biogas. Tra tutti gli scarti, l'organico è la frazione più raccolta nel nostro Paese: proveniente da cucine, mense, giardini, parchi e pulizia dei mercati rionali.

Carta Il riciclo della carta consente di dimezzare le emissioni di anidride carbonica; dalla carta è ottenuta altra carta e, se non è di elevata qualità, diventa carta o cartone da imballaggio; il riciclo degli imballaggi di carta nel 2021 ha raggiunto più dell'80% e con il vetro e il legno ha già superato il target europeo fissato per il 2030.

Tessuti L'industria della moda è una delle più inquinanti. Nel 2022, una direttiva CEE ha imposto l'obbligo di raccolta differenziata dei rifiuti tessili. Le ditte di smaltimento recuperano dalle aziende gli scarti di produzione e, dopo specifiche lavorazioni, creano nuovi filati di vari colori per poi rimetterli sul mercato. Altri settori di smaltimento sono: pile e batterie esauste, rifiuti sanitari, pneumatici e trattamento Raee per dispositivi elettronici. Con i prodotti delle demolizioni si ottengono inerti, ghiaia e altri materiali per costruzioni. Infine i materiali non più riutilizzabili o riciclabili possono essere trasformati in energia elettrica per mezzo dei termovalorizzatori, alternativi alle discariche.






Gruppi di Volontariato
Vincenziano - AIC Italia
Lombardia OOV

Contro le povertà agire insieme

Destina ai GVV Lombardia il
5x1000
nella dichiarazione dei redditi

codice fiscale **97127220156**



Fai volare i nostri progetti!



*Donna il tuo 5x1000
ai GVV MILANO*

Codice Fiscale 80103490159

*Da 160 anni aiutiamo minori a rischio,
persone sole, famiglie in difficoltà.*

Gruppi di Volontariato
Vincenziano AIC Italia
Milano OOV
Via Ariberto, 10 - 20123 Milano - Tel. 02/8372667
www.gvv.milano.it

I Gruppi di Volontariato Vincenziano in Lombardia

Iscrizione al Registro regionale del Volontariato: sezione A sociale n° progressivo 1987, decreto n° 2651 del 30/05/1996 - Codice Fiscale 97127220156

LOMBARDIA

via Ariberto, 10 - 20123 Milano
tel. / fax 02 37643556
e-mail: gvv.lombardia@tiscali.it

- COMO Sede Cittadina
- COMO Città Murata
- COMO S. Annunciata
- COMO S. Bartolomeo
- COMO S. Brigida
- COMO S. Cecilia

- COMO S. Giuliano
- COMO S. Zenone
- COMO Brunate S. Andrea
- COMO PR. Cucciago
- COMO PR. Menaggio
- LODI PR. Codogno
- MILANO PR. Cassano
- MILANO PR. Dugnano
- MILANO PR. Nerviano
- MILANO PR. Paderno
- MILANO PR. Parabiago

- MILANO PR. Robecco sul Naviglio
- MILANO Porta della solidarietà
- MILANO GVV regionale
- PAVIA Sede cittadina
- PAVIA S. Lanfranco
- PAVIA S. Maria di Caravaggio
- PAVIA S.S. Salvatore
- PAVIA Sacra Famiglia
- PAVIA PR. Garlasco
- PAVIA PR. Mortara San Lorenzo
- SONDRIO Sede cittadina

I Gruppi di Volontariato Vincenziano della Milano metropolitana

Iscrizione n. MI-369 del 28/8/2006 della Sez. Provinciale di Milano del Registro Regionale Generale del Volontariato - Codice Fiscale 80103490159

MILANO Sede Cittadina

via Ariberto, 10 - 20123 Milano
tel. 02 8372667
e-mail: areaservizi@gvv.milano.it

- MILANO Ariberto
- MILANO Baggio
- MILANO CEDAG QR52

- MILANO Giambellino
- MILANO IRDA
- MILANO Neera
- MILANO Centro Formagiovani
- MILANO Boncompagni
- MILANO POMA Casa di Accoglienza
- MILANO Ponte Lambro

- MILANO CEDAG SPAZIOPONTE
- MILANO Gorla e Crescenzago
- MILANO Ca' Granda
- MILANO CINISELLO San Giuseppe
- MILANO CINISELLO CEDAG GIPSI
- MILANO CINISELLO via Dante

www.gvv.milano.it



www.gvvaiclombardia.it



www.gvvaicitalia.it



www.aic-international.org

