

SCHEDA PROGETTO PER L'IMPIEGO DI VOLONTARI IN SERVIZIO CIVILE IN ITALIA

ENTE

1) *Ente proponente il progetto:*

ACLI - Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani

2) *Codice di accreditamento:*

NZ00045

3) *Albo e classe di iscrizione:*

NAZIONALE

1°

CARATTERISTICHE PROGETTO

4) *Titolo del progetto:*

Turisti non per caso

5) *Settore ed area di intervento del progetto con relativa codifica (vedi allegato 3):*

Settore D: Patrimonio artistico e culturale
03 Valorizzazione storie e culture locali

6) *Descrizione dell'area di intervento e del contesto territoriale entro il quale si realizza il progetto con riferimento a situazioni definite, rappresentate mediante indicatori misurabili; identificazione dei destinatari e dei beneficiari del progetto:*

CONTESTO TERRITORIALE

Il progetto *Turisti non per caso* è stato ideato con lo scopo di coinvolgere nella realizzazione delle attività quasi tutto il territorio nazionale (ad eccezione delle regioni Liguria, Abruzzo e Calabria). A questo scopo sono state individuate e coinvolte regioni del nord, del centro e del sud delle quali si riportano di seguito i dati relativi all'evoluzione del numero di turisti che nel tempo hanno soggiornato nelle diverse aree del paese.

Nel 2010 gli italiani hanno viaggiato meno, sia per vacanza che per lavoro. Lo rivela l'Istat, nell'indagine diffusa nel mese di febbraio sui viaggi e le vacanze domestiche. Una propensione al viaggio fortemente disomogenea, a guardar bene, con un calo del numero medio di viaggi pro-capite da 1,9 a 1,7, come dato nazionale, su cui però incide fortemente la performance negativa registrata nel Sud (1,1 viaggi per persona), a fronte di un dato positivo sia del Nord (1,9) che del Centro (2). Sempre il Nord, poi, è l'area che non produce la quota più rilevante di movimenti turistici (53,3%), ma attrae anche il maggior numero di viaggi, circa il 46%.

Complessivamente, per l'anno appena passato, i viaggi con pernottamenti degli italiani sono stati quasi 100 milioni (-12,4% rispetto al 2009), per un totale di circa 627 milioni di notti (-7,8%). Sul calo del turismo domestico (-12,6%) ha pesato molto la flessione dei viaggi vacanza (-11,4%), diretti al Centro (-16,2%) e al Nord (-13,6%), per la riduzione specialmente delle vacanze brevi. Emilia Romagna, Lazio, Lombardia, Toscana e Veneto restano tuttavia i maggiori attrattori turistici, accogliendo insieme oltre la metà degli spostamenti interni con quote comprese tra il 10,8% dell'Emilia-Romagna e il 7% del Veneto. In crisi anche i viaggi di lavoro (-20% rispetto al 2009), con picchi del -30% verso le destinazioni del Centro.

Il Sud recupera in estate: nel trimestre luglio – settembre 2010, dice l'Istat, in pole position per le vacanze lunghe ci sono la Calabria (con l'8,6% del dato complessivo nazionale), la Puglia (8,6%), la Sicilia (7,2%) e la Sardegna (7%). Per il Centro e il Nord le destinazioni più gettonate sono state l'Emilia Romagna (13,8%), la Toscana (9%) e il Trentino Alto-Adige (8,3%).

Nel 2010 i viaggi con pernottamento effettuati dalla popolazione residente sono 99 milioni e 997 mila, per un totale di 626 milioni e 947 mila notti (Tavola 1). Entrambi gli aggregati presentano una flessione rispetto al 2009 (-12,4% per i viaggi, -7,8% per le notti).

Sul totale dei viaggi, quelli effettuati per motivi di vacanza rappresentano l'87,4%, mentre il restante 12,6% è effettuato per motivi di lavoro. In termini di pernottamenti, alle vacanze è dedicato il 93,5% delle notti e soltanto il 6,5% ai viaggi di lavoro.

Il 46,7% dei viaggi è effettuato in occasione di vacanze 'lunghe' (4 o più notti) e il 40,7% per vacanze 'brevi' (1-3 notti). Alle vacanze lunghe è dedicato l'81,1% delle notti trascorse in viaggio, mentre il restante 12,4% riguarda i soggiorni di vacanza breve.

Tavola 1 – Viaggi e notti per tipologia del viaggio. Anni 2008-2010 (valori in migliaia e composizioni percentuali)

ANNO	VACANZA						LAVORO		TOTALE VIAGGI	
	1-3 NOTTI		4 O PIÙ NOTTI		TOTALE VACANZE		Numero	Comp.%	Numero	Comp.%
	Numero	Comp.%	Numero	Comp.%	Numero	Comp.%				
VIAGGI										
2008	55.919	45,5	50.891	41,4	106.810	86,9	16.128	13,1	122.938	100,0
2009	49.993	43,8	48.685	42,7	98.677	86,5	15.422	13,5	114.099	100,0
2010	40.654	40,7	46.754	46,7	87.407	87,4	12.590	12,6	99.997	100,0
NOTTI										
2008	103.260	14,6	540.837	76,5	644.097	91,1	62.553	8,9	706.650	100,0
2009	94.613	13,9	527.968	77,6	622.581	91,5	57.634	8,5	680.215	100,0
2010	77.547	12,4	508.457	81,1	586.004	93,5	40.943	6,5	626.947	100,0

Dati 2010 provvisori.

Nel 2010 si osserva una consistente diminuzione del numero di viaggi di vacanza breve (-18,7%), in linea con quanto già osservato nel 2009, anno in cui si era interrotta la crescita che questo tipo di soggiorni aveva mostrato fino ad allora. Il calo delle vacanze brevi,

passate da 49 milioni e 993 mila del 2009 a 40 milioni e 654 mila del 2010, ha dunque determinato una diminuzione del numero complessivo dei viaggi di vacanza nell'anno (-11,4%). Analoga diminuzione si registra anche nel numero di pernottamenti trascorsi per viaggi di vacanza breve (-18%).

I viaggi e i pernottamenti per vacanza lunga non mostrano variazioni significative rispetto al 2009. Gli spostamenti per motivi di lavoro, invece, presentano una flessione (-18,4%), ancora più evidente in termini di pernottamenti (-29%).

Il calo delle vacanze brevi, insieme a quello dei viaggi di lavoro, hanno determinato congiuntamente una diminuzione dell'ammontare complessivo dei viaggi (-12,4%) e dei pernottamenti nell'anno (-7,8%).

Il rapporto tra le vacanze brevi e quelle lunghe torna a essere a favore delle seconde, così come osservato fino al 2007. Le vacanze lunghe rappresentano, infatti, il 46,7% delle vacanze, rispetto al 40,7% di soggiorni di più breve durata (Tavola 2).

Tavola 2 – Viaggi per tipologia del viaggio e trimestre. Anni 2009 e 2010 (valori in migliaia e composizioni percentuali)

TRIMESTRE	VACANZA						LAVORO		TOTALE VIAGGI	
	1-3 NOTTI		4 O PIÙ NOTTI		TOTALE VACANZE		Numero	Comp.%	Numero	Comp.%
	Numero	Comp.%	Numero	Comp.%	Numero	Comp.%				
2009										
Gennaio-Marzo	10.439	52,5	5.785	29,1	16.224	81,6	3.660	18,4	19.883	100,0
Aprile-Giugno	14.507	53,4	8.757	32,3	23.265	85,7	3.882	14,3	27.146	100,0
Luglio-Settembre	14.111	29,2	30.347	62,8	44.457	92,0	3.878	8,0	48.335	100,0
Ottobre-Dicembre	10.936	58,4	3.796	20,3	14.732	78,6	4.002	21,4	18.734	100,0
TOTALE	49.993	43,8	48.685	42,7	98.677	86,5	15.422	13,5	114.099	100,0
2010										
Gennaio-Marzo	10.762	52,3	6.474	31,5	17.237	83,8	3.334	16,2	20.571	100,0
Aprile-Giugno	11.327	50,7	7.640	34,3	18.968	85,0	3.338	15,0	22.306	100,0
Luglio-Settembre	10.723	25,5	28.728	68,5	39.451	94,0	2.527	6,0	41.978	100,0
Ottobre-Dicembre	7.842	51,8	3.910	25,8	11.752	77,6	3.391	22,4	15.143	100,0
TOTALE	40.654	40,7	46.754	46,7	87.407	87,4	12.590	12,6	99.997	100,0

Dati 2010 provvisori.

Tra le vacanze lunghe continuano ad avere maggiore incidenza i soggiorni di minore durata, compresi tra 4 e 7 notti (53,6%), rispetto a quelli più lunghi (46,4% sono quelli di oltre 7 notti) (Tavola 9). Tuttavia, nel 2010 le vacanze di durata compresa tra 4 e 7 notti si riducono di quasi il 10% e, conseguentemente, la durata media dei viaggi di vacanza subisce un lieve aumento (da 6,3 notti nel 2009 a 6,7 notti nel 2010). Riguardo ai viaggi di lavoro, invece, la permanenza media si riduce, passando da 3,7 notti nel 2009 a 3,3 notti nel 2010 (Tavola 3).

Tavola 3 – Durata media dei soggiorni per tipologia del viaggio. Anni 2008-2010 (numero medio di pernottamenti)

ANNO	VACANZA			LAVORO	TOTALE VIAGGI
	1-3 NOTTI	4 O PIÙ NOTTI	TOTALE VACANZE		
2008	1,8	10,6	6,0	3,9	5,7
2009	1,9	10,8	6,3	3,7	6,0
2010	1,9	10,9	6,7	3,3	6,3

Dati 2010 provvisori.

Nel 2010, la quota di quanti viaggiano in un trimestre è scesa, in media, di un punto percentuale (dal 28% nel 2009 al 27% nel 2010). Al Nord le persone che hanno viaggiato in media in un trimestre sono state il 31,3% dei residenti, mentre al Centro la quota è scesa al 30,4%. Nel Mezzogiorno soltanto il 19,5% dei residenti ha effettuato almeno un viaggio in media in un trimestre.

In termini di durate medie, a fronte di una stabilità della durata media delle vacanze brevi in tutti i trimestri dell'anno, le vacanze lunghe registrano una contrazione della durata media nel primo trimestre da 8,4 notti nel 2009 a 7,7 nel 2010 (Tavola 4). Nel trimestre estivo e in quello autunnale, invece, sono lievemente più lunghe le vacanze di almeno 4 notti.

Per i viaggi di lavoro, la flessione delle permanenze medie appare più consistente nel terzo

trimestre (da 5,5 notti nel 2009 a 3,8 notti nel 2010).

Tav. 4 - Durata media del viaggio per trimestre e tipologia del viaggio. Anni 2009 e 2010 (numero medio di pernottamenti)

TRIMESTRE	VACANZA			LAVORO	TOTALE VIAGGI
	1-3 NOTTI	4 O PIÙ NOTTI	TOTALE VACANZE		
2009					
Gennaio-Marzo	1,8	8,4	4,1	3,0	3,9
Aprile-Giugno	1,9	7,8	4,1	3,4	4,0
Luglio-Settembre	1,9	12,6	9,2	5,5	8,9
Ottobre-Dicembre	1,9	7,7	3,4	3,1	3,3
TOTALE	1,9	10,8	6,3	3,7	6,0
2010					
Gennaio-Marzo	1,9	7,7	4,1	3,4	4,0
Aprile-Giugno	1,9	7,7	4,3	2,9	4,0
Luglio-Settembre	1,9	12,8	9,9	3,8	9,5
Ottobre-Dicembre	1,8	7,9	3,9	3,0	3,7
TOTALE	1,9	10,9	6,7	3,3	6,3

Dati 2010 provvisori.

Nel 2010 diminuisce il numero medio di viaggi pro-capite, da 1,9 viaggi per persona a 1,7, e si mantengono le differenze nella propensione a viaggiare tra quanti vivono al Centro-Nord e chi vive nel Mezzogiorno. I viaggi medi pro-capite del Nord e del Centro sono rispettivamente 1,9 e 2,0, contro 1,1 viaggi dei residenti nel Mezzogiorno (Tavola 5). Il Nord, inoltre, produce nel suo insieme la maggior quota di movimenti turistici (53,3% dei viaggi) e, al contempo, attrae il maggior numero di viaggi (45,9%).

Tavola 5 - Popolazione residente e viaggi per ripartizione geografica. Anni 2009 e 2010 (composizioni percentuali)

RIPARTIZIONE	POPOLAZIONE RESIDENTE (valore medio dei 4 trimestri)	PERSONE CHE HANNO VIAGGIATO (per 100 residenti. Valore medio dei 4 trimestri)	VIAGGI MEDI PRO-CAPITE (a)	VIAGGI	
				Provenienza	Destinazione
2009					
Nord	45,6	32,3	2,3	54,4	46,8
Centro	19,6	32,0	2,2	22,6	24,8
Mezzogiorno	34,8	20,2	1,3	23,0	28,4
ITALIA	100,0	28,0	1,9	100,0	100,0
2010					
Nord	45,6	31,3	1,9	53,3	45,9
Centro	19,7	30,4	2,0	23,9	23,3
Mezzogiorno	34,7	19,5	1,1	22,8	30,8
ITALIA	100,0	27,0	1,7	100,0	100,0

(a) Il numero di viaggi medi pro-capite è calcolato rapportando il numero dei viaggi effettuati nell'anno alla popolazione residente (valore medio dei 4 trimestri), comprensiva sia di persone che hanno viaggiato che di persone che non hanno viaggiato.

Dati 2010 provvisori.

L'81,7% dei viaggi effettuati nel 2010 ha come destinazione una località italiana, mentre il restante 18,3% un paese straniero (Tavola 6). La quota più consistente di viaggi si conferma essere quella diretta verso il Nord (37,5%) tanto per le vacanze (38,1%) quanto per i viaggi di lavoro (33,4%).

Tavola 6 - Viaggi per tipologia e destinazione principale. Anno 2010 (composizioni percentuali)

DESTINAZIONE	VACANZA 1-3 NOTTI	VACANZA 4 O PIÙ NOTTI	VACANZA	LAVORO	TOTALE VIAGGI
Italia	91,4	74,4	82,2	78,1	81,7
<i>Nord</i>	45,1	32,1	38,1	33,4	37,5
<i>Centro</i>	25,7	12,6	18,6	21,8	19,0
<i>Mezzogiorno</i>	20,6	29,7	25,5	22,9	25,2
Esteri	8,6	25,6	17,8	21,9	18,3

<i>Paesi dell'Unione Europea</i>	7,1	14,9	11,3	16,7	12,0
<i>Altri Paesi Europei</i>	1,4	3,8	2,7	2,3	2,6
<i>Resto del mondo</i>	0,1	6,9	3,8	2,9	3,7
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Rispetto al 2009, per i viaggi in Italia si osserva una diminuzione del 13,4%, dovuta al calo delle vacanze brevi (-19,1%) e dei viaggi di lavoro (-18,6%). La riduzione delle vacanze brevi è molto rilevante al Nord (-21,2%) e nel Mezzogiorno (-19,3%), meno consistente al Centro (-15,1%), dove, tuttavia, calano anche le vacanze lunghe (-18,1%). I viaggi di lavoro, tradizionalmente diretti in misura maggiore verso le regioni del Nord, nel 2010 subiscono una diminuzione rilevante in quest'area (-24,9%), ma soprattutto al Centro (-30,7%).

Complessivamente, dunque, rispetto al 2009 si viaggia meno per vacanze in Italia, con un decremento del 12,6%, dovuto principalmente alla diminuzione del complesso dei viaggi di vacanza diretti al Centro (-16,2%) e al Nord (-13,6%). Per quanto riguarda i viaggi di lavoro, si osserva una contrazione consistente di quelli diretti verso l'estero (-17,4%).

Emilia-Romagna, Lazio, Lombardia, Toscana e Veneto si confermano le regioni italiane più visitate dai residenti. Queste cinque regioni accolgono, complessivamente, oltre la metà degli spostamenti turistici interni, con quote comprese tra il 10,8% dell'Emilia-Romagna e il 6,9% del Veneto, risultando le mete più frequentate sia per motivi personali sia per lavoro. Per le vacanze estive in Italia si conferma la preferenza per le regioni del Mezzogiorno: nel trimestre luglio-settembre: tra le principali destinazioni per le vacanze lunghe ci sono, infatti, la Calabria (8,7% delle vacanze lunghe in Italia), la Puglia (8,6%), la Sicilia (7,2%) e la Sardegna (7%). Nello stesso trimestre le regioni più visitate per vacanza lunga, tra quelle del Centro e del Nord, sono l'Emilia-Romagna (13,8% delle vacanze lunghe), la Toscana (9,1%) e il Trentino Alto-Adige (8,3%) (Tavola 12).

L'80% dei viaggi effettuati all'estero ha come destinazione una meta europea. Tale quota scende al 72,9% nel caso delle vacanze lunghe, lasciando spazio alle mete extra-europee nel restante 27,1% dei casi (Tavola 11).

Tra le mete estere, nel 2010, per la prima volta, la Francia non è il paese più visitato (14,1% dei viaggi all'estero) e cede il primo posto alla Spagna (15,1%). Tra le mete turistiche estere preferite si segnalano anche il Regno Unito (7,8%), la Croazia (6,7%) e la Germania (6%). Spagna e Francia si confermano mete principali per le vacanze (rispettivamente 15,6% e 14,3% delle vacanze all'estero), seguite dalla Croazia (7,7%), dal Regno Unito (7,5%) e dall'Austria (5,5%). Per le vacanze brevi la graduatoria vede al primo posto la Francia (19,8%), seguita dalla Spagna quasi a pari merito (19,4%), dall'Austria (11,6%), dal Regno Unito (10,5%) e dalla Svizzera (9,4%). Per le vacanze lunghe, oltre alla Spagna (14,3%), alla Francia (12,6%) e al Regno Unito (6,6%), già principali mete delle vacanze brevi, anche la Croazia (8,8%) e la Grecia (6,8%) sono preferite. Per i viaggi di lavoro Germania e Francia si confermano i paesi più visitati (rispettivamente 15,1% e 13,2%).

Fuori dall'Europa, l'Egitto (5,2% dei viaggi all'estero) e i paesi del Magreb (Tunisia-Marocco-Algeria, con il 3,9%) sono le mete più frequentate, principalmente per trascorrere periodi di vacanza (rispettivamente 6% e 4,2% delle vacanze), soprattutto di lunga durata (rispettivamente 7,7% e 5,4% delle vacanze lunghe). La Cina (3,7%) e gli Stati Uniti (2,2%) si confermano le destinazioni più importanti per i viaggi di lavoro.

Le vacanze per riposo, piacere o svago vengono effettuate principalmente al mare (47% dei casi) e in montagna (17,1%). Le visite a città o località d'arte rappresentano l'11,7% delle vacanze per riposo, piacere o svago, mentre i giri turistici si attestano al 10%. La quota di soggiorni trascorsi in campagna o al lago o in collina è pari al 5,7%. Altre tipologie, come la vacanza-sport, la gita scolastica, la partecipazione a manifestazioni culturali, spettacoli o mostre, la vacanza-studio e la visita a parchi tematici o di

divertimento, riguardano complessivamente l'8,5% delle vacanze. Rispetto al 2009, le vacanze in campagna/collina e al lago subiscono una diminuzione del 20,2%, dovuta al consistente calo delle vacanze brevi per questa tipologia (-39%). Analoga riduzione si verifica per le vacanze in montagna (-21,3%), che subiscono anch'esse un forte calo tra le vacanze brevi (-39,3%).

Breve descrizione contesti regionali

Non è facile tirare le somme del turismo in **Valle d'Aosta**. La regione chiude il 2010 con un incremento degli arrivi e una sostanziale tenuta delle presenze, risultati raggiunti però grazie all'apporto del turismo straniero, cresciuto, rispettivamente, del +5,3% e del +1,2%. In calo, invece, gli italiani: gli arrivi diminuiscono del -0,7% e le presenze ben del -2,1%. Al primo posto, per l'incoming dall'estero, restano gli inglesi, che però fanno segnare un netto calo rispetto al 2009 (-5,2% le presenze). A seguire i francesi, in crescita del +1,6%) e poi il mercato belga, in forte ascesa (+6,7%). Sul fronte domestico, si conferma la centralità dei turisti lombardi, che scelgono sempre più volentieri la Valle d'Aosta (+7%), seguiti dai piemontesi (+2,3%) e poi dal mercato laziale, che lancia però segnali di allarmante disaffezione (-10,4%).

Pochissimi i dati al momento disponibili sul turismo in **Piemonte**. La ricerca più aggiornata è quella di Unioncamere Piemonte che, da gennaio a agosto 2010, registra quasi 3 milioni di italiani che hanno scelto la regione per trascorrere le proprie vacanze. In cima alle preferenze dei nostri connazionali la montagna, col 43% delle scelte di vacanza, seguita dalle città d'arte (29,5%), dai soggiorni in collina o in campagna (21,1%) e da chi invece ha preferito i laghi della regione (12,9%). Rispetto al 2009, 5 mesi su otto registrano una crescita, con picchi a gennaio e marzo. Ben il 52% dei flussi si concentra sulla provincia di Torino, che nel 2010 ha fatto registrare un vero e proprio boom: l'Ostensione della Sacra Sindone, del resto, ha portato in città ben 2 milioni di pellegrini in pochissimi giorni.

Più difficile è la valutazione del movimento turistico in **Lombardia**. In mancanza di dati precisi su arrivi e presenze, sono i report trimestrali rilasciati da Unioncamere Lombardia a definire gli andamenti. Il primo trimestre 2010 si apre all'insegna dell'ottimismo per la ricettività lombarda, con una media del 45% di occupazione camere, in sostanziale tenuta rispetto al 2009. In particolare, si rafforza la clientela business, tornando ai livelli del 2008. Nel secondo trimestre il tasso di occupazione camere scende tra il 43 e il 44%, un risultato però superiore al corrispondente periodo del 2009. Si segnala poi una forte preminenza del segmento alberghiero, con ben 14 punti percentuali in più rispetto all'extra-alberghiero. L'estate 2010 è particolarmente brillante per la ricettività lombarda: col il 63,6% di camere occupate (+13,8% rispetto al 2009), si torna ai livelli ante-crisi del 2007. La ripresa è guidata dal settore lacuale e termale, con buone performances sia degli hotel (+11%) che delle strutture complementari (+17,3%). Aumenta la domanda domestica, e resta stabile quella straniera. L'ultimo trimestre 2010 conferma il trend di rilancio, con il 44,5% di camere vendute, +10,6% rispetto al 2009. Tornano in testa le destinazioni urbane (+13,8%) ma salgono le vendite anche nelle località lacuali (+7,5%). Il punto interrogativo restano i fatturati, per cui si attende una ripresa a partire dal 2011.

L'ottimismo prevale in **Alto-Adige**: l'anno turistico 2009/10 (da novembre 2009 ad ottobre 2010) si è concluso con un +3,3% negli arrivi e +2,4% nelle presenze, rispetto all'anno precedente. Nella regione, cioè, hanno soggiornato 5,7 milioni di turisti, per un totale di 28,7 milioni di pernottamenti. I dati sul semestre estivo 2010 (maggio-ottobre) registrano un marcato incremento dei pernottamenti dei tedeschi (+3,4%) – un mercato che copre ben il 50% del movimento turistico nell'area – e un più lieve aumento delle presenze italiane (+0,6%). In prima fila gli arrivi dalla Lombardia, seguono Veneto, Emilia-Romagna e Lazio.

Più altalenanti i risultati del turismo in **Trentino**. La stagione invernale 2009/2010 è stata di segno positivo, con 1,3 milioni di arrivi negli esercizi ricettivi della provincia autonoma di Trento (+3,1% rispetto al medesimo periodo 2009) e 6,3 milioni le presenze (+1,5%). L'estate, invece, non è stata brillante, non tanto per il numero di arrivi, che ha raggiunto quota 1,5 milioni (+3% rispetto al 2009), ma per il calo delle presenze (-0,4%), che sono state complessivamente pari a 7,9 milioni. Hanno latitato più che altro gli italiani, che rappresentano il 62,8% della domanda complessiva verso la regione, mentre gli stranieri - che incidono per il restante 37,2% - sono aumentati del +8%, in termini di arrivi e del +4,2% in termini di presenze. Al primo posto, tra i mercati di riferimento, è rimasta la Germania, con incrementi del +3,5% (arrivi) e del +0,7% (presenze), davanti al Regno Unito (+8,8% e +7,4%). Sul fronte della domanda domestica, il primato è andato alla Lombardia (+4% arrivi), davanti a Emilia Romagna (+0,9) e Veneto (-0,3%).

Mettere in campo politiche per affrontare l'ancora difficile periodo congiunturale è l'obiettivo del **Friuli Venezia Giulia**, come conferma Federica Seganti. "I flussi turistici della nostra regione nel 2010 confermano la capacità della nostra offerta turistica di far fronte a uno dei più difficili periodi di congiuntura macro-economica mondiale del dopoguerra" spiega l'Assessore regionale alle Attività Produttive, "non solo una più attenta analisi degli arrivi, sia dall'estero che dalle regioni italiane geograficamente più distanti dal nostro territorio, sembrano confermare il costante riposizionamento del Friuli Venezia Giulia quale destinazione emergente da scoprire o riscoprire per la sua offerta unica e originale. Complessivamente la regione registra, nel 2010, un incremento del +1,8% degli arrivi, con un calo però delle presenze pari al -1,9%, legato al trend in ascesa delle vacanze più brevi e frequenti. Gli incrementi più significativi legati all'incoming riguardano soprattutto la Russia (+33%), l'Ucraina (+30%) seguite dalla Slovacchia e dai Paesi Bassi.

In **Veneto**, nel 2010, sono arrivati 14,5 milioni di turisti, per un totale di quasi 61 milioni di presenze. La contrazione, però, è stata in parte controbilanciata dall'incremento di visitatori stranieri. In crescita, specialmente l'incoming dalla Russia (+29%), dalla Cina (+25,4%) e dal Giappone (+5%), stando ai dati presentati dall'Assessore al Turismo della Regione, Marino Finozzi. Stabile l'afflusso dagli Usa (+1,7%) e dalla Germania che, con 16 milioni di presenze sui 60 milioni complessivi, rappresenta un importante mercato di riferimento. "Una crescita di interesse del Veneto turistico a cui non corrisponde una crescita del fatturato" segnala Finozzi, che, di concerto con il sistema imprese, intende "mettere in campo una revisione complessiva della normativa che ridisegni la *governance* del sistema turistico e proietti l'industria più importante del Veneto verso le nuove sfide del decennio appena iniziato".

Un risultato senz'altro importante è quello segnato dai flussi turistici dalla Russia in **Emilia-Romagna**: con un incremento del +12% il mercato russo arriva, infatti, a coprire ben il 10% dell'incoming straniero complessivo. La regione ha chiuso il 2010 con un +0,6% in termini di arrivi e un -1,7% per presenze, con risultati positivi però sul fronte della destagionalizzazione. La Riviera vede un aumento di turisti del +5,6% nel periodo gennaio/aprile e ottobre/dicembre, mentre registra cali di misura in estate (tra il -1 e il -2%). Il turismo in Emilia si compone principalmente di italiani, per circa l'80% - e la regione è in testa infatti alle preferenze di viaggio dei nostri connazionali nel 2010, rivela l'Istat - mentre per la componente straniera il primato va ai turisti tedeschi (35% del totale).

La **Toscana** torna ai livelli pre-crisi del 2007 con circa 42 milioni di turisti secondo le prime stime sul 2010 (stime ufficiose perché i dati ufficiali sono ancora fermi a settembre). L'Ufficio regionale di Statistica registra, su dati Istat, una crescita nel 2010 del + 1,6%,

pari a circa 800.000 presenze. "Nel 2009 il mantenimento delle presenze turistiche era da addebitarsi alla tenuta delle presenze italiane – ha detto l'assessore regionale al turismo, Cristina Scaletti – la ripresa del 2010 deve ascriversi essenzialmente alla crescita (+5,9%) dei turisti stranieri". Spicca il dato degli USA "che si confermano uno dei primi mercati esteri di riferimento per il nostro territorio" prosegue l'assessore, ma in crescita sono anche le presenze dall'area BRIC, e da alcuni paesi europei (Francia, Spagna, Gran Bretagna e Olanda). Il volano del turismo toscano restano le città d'arte (+6,3%), seguito dal termale (+5,0%). Aumenta però anche l'incidenza del turismo rurale (+1,7%) mentre sono in difficoltà balneare (-2,8%) e montagna (-6,5%), inficiate dal calo delle presenze italiane (-2,2%).

La **Marche** segnano, per il 2010, 2,5 milioni di arrivi e 17 milioni di presenze, merito della permanenza media che è doppia rispetto al dato nazionale (6,8 giorni versus 3,7) e di una campagna di comunicazione che pare aver inciso fortemente sulle scelte degli stranieri. Lo spot "Marche. Le scoprirai all'infinito", con il testimonial di eccezione Dustin Hoffman, ha influenzato il 7,9% dei turisti che hanno visitato la regione nel 2010 (un tasso doppio rispetto a quello nazionale). A crescere, in termini di flussi, è stata la presenza straniera (+7,5%), con un buon +4% di turismo domestico. Sono soprattutto i romani a scegliere le Marche come destinazione per le proprie vacanze, seguiti da milanesi e perugini, mentre il mercato di riferimento estero si conferma, come per gli scorsi anni, la Germania. Dall'assessorato al turismo si guarda con interesse al mercato russo e statunitense, mercati di riferimento per la regione. Si scelgono le Marche soprattutto per il mare, che rappresenta circa la metà delle presenze, seguito dalle località di interesse storico e artistico, per il 30% delle presenze. La composizione ricettiva della Regione si compone di più di mille B&B, quasi altrettanti hotel (936), dei quali circa un 15% ha aderito al progetto regionale "Marchio Ospitalità italiana Regione Marche", che veicola anche informazioni sui temi della tutela e della sostenibilità ambientale sulla base dei parametri per la certificazione Ecolabel.

Il turismo umbro è un convalescente come definito dall'Assessore alla Cultura e al Turismo della Regione **Umbria**, Fabrizio Bracco. Dopo il biennio di crisi 2007-08, particolarmente negativo, nel 2010 c'è stata una timida inversione di tendenza. Si è nuovamente superato la quota dei due milioni di arrivi, con un incremento del 4,2%, mentre le presenze sono salite del +1,3%. I dati sul movimento turistico 2010 pubblicati recentemente lo confermano, con un incremento sia della ricettività alberghiera (+1,5% in termini di presenze) sia dell'extr-alberghiero (+1,1%). Superiori al 4% gli aumenti in termini di arrivi, ma la contrazione del periodo di permanenza media in entrambe le forme di ricettività (complessivamente -2,8%) raffredda gli entusiasmi degli operatori. A sostenere il rilancio del turismo umbro sono principalmente gli stranieri, che fanno registrare un +2,5% di presenze, Usa in testa (+19%). Paesi Bassi e Germania restano i due principali mercati di riferimento, ma con numeri inferiori al 2009 (rispettivamente, -6,7% e -5,7% in termini di presenze). È boom poi dalla Cina (+38,7%) e dall'Australia (+56,2%). Capofila del turismo domestico diretto in regione si confermano il Lazio (+1,3%), la Campania (-1,3%) e la Lombardia (+1,6%). Buoni risultati, poi, sul fronte della destagionalizzazione, con significativi incrementi a settembre (+1,4% le presenze) e soprattutto a Febbraio (+12,5%).

L'indisponibilità di dati complessivi sul **Lazio** non impedisce di tirare le prime somme almeno su Roma e provincia per il 2010. Le ultime indagini dell'EbtI parlano di un anno d'oro per Roma, che raggiunge quota 10,5 milioni di arrivi (+9,4% rispetto al 2009) e 26,5 milioni di presenze (+8,3%). In cantiere c'è un piano di rilancio del settore turistico di oltre 21 milioni di euro, che ha ottenuto al momento l'approvazione della commissione sviluppo economico, ricerca, innovazione e turismo. L'incremento più significativo a Roma, nel

2010, l'hanno fatto registrare gli stranieri (+10% gli arrivi e +9,3% le presenze). In particolare cresce l'incoming dal Giappone (+11,2%) e dagli Usa (+12%), ma ottime notizie arrivano anche dai mercati emergenti, con la Turchia in testa (+18,4%), seguita dal Brasile (+15,5%), Russia (+13%), Argentina (+12%), Cina e Australia (+11%). È significativa, poi, per gli albergatori di Roma e Provincia, secondo i dati EbtI, la crescita nel 2010 del tasso di occupazione camere (+7,6%) e del RevPar (+7,9%). Tanto che le stime di spesa dei turisti italiani e stranieri sono positive, raggiungendo quota 7,3 miliardi di euro (+4,5%), ma sono legate all'aumento dei flussi e non a una maggiore disponibilità del portafoglio dei clienti (la capacità di spesa pro-capite è diminuita infatti del -3,1% rispetto al 2009).

Le performances turistiche del **Molise** sono all'insegna dell'eterogeneità. In provincia di Isernia tornano gli stranieri, con un incremento nel 2010 del +30% delle presenze, dopo il crollo del 2009 (-25%). La predominanza della componente domestica, però, modera l'output finale, con una crescita che non supera il +6/7%. Anno nero, invece, per la provincia di Campobasso, che chiude con un -10% di arrivi e un -16% di presenze, confermando il trend discensivo già registrato nel 2009.

Ben difficile è quantificare il bilancio turistico in **Campania**. Dati regionali precisi non ce ne sono e il quadro risulta poco delineato. In Campania i flussi turistici sono sostanzialmente rimasti invariati in dieci anni e tutto questo a fronte di una crescita di presenze registrate in Italia nel suo complesso e nel Meridione nello specifico. Il turismo interno è in calo e l'immagine all'estero della Campania ancora fortemente compromessa dallo scandalo-rifiuti e dalle vicende che hanno colpito negativamente la regione. Unico record positivo, sul lato domestico, è il primo posto nelle preferenze di viaggio degli italiani che l'ultima indagine Istat assegna alla regione nell'ambito del Mezzogiorno. La Campania risulta particolarmente attrattiva per i nostri connazionali in particolare da gennaio a marzo (8,7% dei viaggi), da aprile a giugno (9,7%) e da settembre a dicembre (6,9%). Sul versante estero, in realtà, i dati Bankitalia - aggiornati a novembre 2010 - segnalano una crescita cospicua dei pernottamenti (che superano quota 13 milioni), a cui non si accompagna però un aumento corrispondente in termini di spesa (che resta ai livelli del 2009).

Il 2010 si chiude già positivamente, invece, per la **Basilicata**, con una crescita del +5,7% degli arrivi (rispetto al 2009), con un picco del +12,5% registrato dagli stranieri. Le presenze invece restano stabili, per il calo del tasso di permanenza media (-0,2%). Un clima di fiducia confermato anche dall'incremento delle strutture ricettive, con una prevalenza degli hotel a 3 stelle (18% dell'offerta alberghiera complessiva), agriturismi e B&B (47% dell'offerta extra-alberghiera).

Il 2010 per la **Puglia** è stato l'anno del consolidamento di un percorso che dal 2005 ha portato da 2,5 a oltre 3 milioni gli arrivi, e da 10 a 13,2 milioni le presenze. La permanenza media si attesta sui 4,3 giorni oscillando tra i 3 giorni nel periodo invernale ai 5,5 del mese di luglio. L'Osservatorio Regionale sul Turismo evidenzia come l'85% della domanda turistica sia italiana, infra-regionale per un quinto dei visitatori, extra-regionale con Campania, Lazio e Lombardia in testa (il 37% della domanda). I turisti stranieri sono passati dal 10% del 2005 al 15% del 2010 con un +2,1% rispetto al 2009, in netta contrapposizione con dati 2010 registrati dall'area del bacino del Mediterraneo, secondo l'OMT.

La **Sicilia** ha subito un forte calo nel turismo, negli ultimi quattro anni, ma, seppure timidi e contraddittori, il 2010 ha mostrato segnali positivi. Da questi bisogna ripartire per impostare il rilancio del settore. I primi risultati 2010 sono positivi. In particolare, il traffico aereo negli scali siciliani da gennaio a settembre 2010 è aumentato del +8,1%, in termini

di passeggeri trasportati, superiore anche alla variazione positiva nazionale (+5,6%). I dati Bankitalia, però, non fanno ben sperare: i pernottamenti degli stranieri sarebbero sensibilmente diminuiti, dai 12,6 milioni del 2009 agli 11,7 milioni del 2010. E gli italiani? La stagione d'oro della Sicilia si conferma l'estate, in cui la regione diventa la meta preferita dai nostri connazionali per i viaggi di lunga durata (4 o più notti).

Nel 2010 in **Sardegna** si è registrato un calo di circa tre punti rispetto alle presenze del 2009. Più in dettaglio, nel 2010, il turismo sardo ha registrato 200 mila presenze domestiche in meno e 100 mila sul fronte della domanda straniera. "Il nostro primo obiettivo" ha detto Ugo Cappellacci, governatore della Regione, "è di ottenere mezzo milione di presenze in più nel 2011 e di aumentare di un punto percentuale il Pil turistico regionale raggiungendo quota 8%".

Il Turismo sociale

Una delle classificazioni più usate nel turismo è quella che s'ispira all'attività o all'interesse prevalente che motiva le persone nella scelta della vacanza.

Partendo dall'abbinamento tra la motivazione presunta e l'attrattore prevalente di una certa destinazione, si distinguono varie tipologie di turismo (balneare, sportivo, termale, culturale ecc.), come modalità diverse di un'unica grande realtà. Rispetto a questo criterio di classificazione, il turismo sociale si configura come un fenomeno trasversale, nel quale confluiscono tutti quei flussi motivati soprattutto dal desiderio di socializzazione, prima ancora che dal tipo di esperienza turistica ricercata.

Il turismo sociale prescinde dalla risorsa che caratterizza la vacanza e si concentra sulla soddisfazione di bisogni di socialità e condivisione di gruppo, interpretando l'attività balneare, piuttosto che quella sportiva, termale o culturale, non come un'attività della vacanza, quanto come una modalità dello stare insieme agli altri.

Nonostante l'evoluzione nel tempo, continuano a permanere elementi di continuità con il passato che, insieme ad altri fattori di caratterizzazione, connotano con diversa intensità il turismo sociale. Alcuni degli aspetti più rilevanti che si riscontrano e che possono essere considerati diversamente ricorrenti sono:

- *l'organizzazione*, cioè la presenza costante di un organismo di raccordo tra i turisti e gli operatori dell'offerta. Il turismo sociale è stato ed è, ancora oggi, un turismo essenzialmente organizzato che, diversamente da altri, non prevede formule di vacanza *self made* e che si basa sempre sulla intermediazione che le organizzazioni di turismo sociale svolgono tra i fornitori di beni e servizi turistici (qualora non siano essi stessi) ed i turisti, sia individuali che costituiti in gruppi;
- *il pubblico*, ossia le persone alle quali sono rivolte le iniziative di turismo sociale. Molto spesso si tratta di categorie omogenee, unite dalla comune appartenenza ad un gruppo sociale (per esempio una stessa azienda, una scuola, un'associazione di volontariato ecc.);
- *la socialità*, ossia l'importanza data alle relazioni umane e alla condivisione di esperienze comuni, espressa attraverso la scelta di condizioni e servizi specifici (propensione alla vita di gruppo; utilizzo di ricettività condivisa, come gli ostelli; impiego di mezzi di trasporto collettivi ecc.);
- *la tutela di categorie più deboli*, ossia il compito (non necessariamente prevalente) di rendere accessibile la vacanza alle persone con difficoltà di carattere fisico e/o sanitario o che si trovano in condizioni economiche disagiate ovvero che sono anziane o non autosufficienti.

I protagonisti della filiera del turismo sociale sono cambiati o, più correttamente, sono aumentati.

I soggetti principali che partecipano complessivamente alla filiera del turismo sociale sono stati raggruppati secondo una distinzione per classi molto ampie, di seguito riportata.

I turisti, cioè tutte le persone che compongono la domanda di turismo sociale. In linea di massima, si tratta di soci/iscritti che aderiscono alle proposte delle organizzazioni di appartenenza, ma vanno considerati anche tutti gli accompagnatori, nonché coloro che, pur non appartenendo ad alcuna associazione, partecipano in maniera indipendente alle iniziative provenienti da soggetti non specializzati in attività turistiche (ad esempio gli enti locali e la scuola). Si può affermare, comunque, che sono fruitori dell'offerta di turismo sociale tutti coloro che in primo luogo ne condividono lo spirito di socialità e scambio, anche se è possibile identificare delle categorie idealmente "vicine" al turismo sociale, perché economicamente svantaggiate, come i giovani, o perché socialmente più deboli, come gli anziani e le persone con esigenze speciali.

Gli organizzatori (OTS), cioè coloro che raccolgono le adesioni dei turisti e si occupano dell'organizzazione tecnica delle attività collettive. Alcuni dei gruppi più rilevanti e rappresentativi a livello nazionale sono il TCI, il CTS, il CTG, l'ETSI, il **CTA - Centro turistico Acli** e alcuni grandi CRAL sindacali e aziendali (Arca- ENEL, Telecom ecc.). Tra le organizzazioni di turismo sociale rientrano anche alcuni operatori attivi nel campo della ricettività come coloro che aderiscono all'AIG. Tutte queste organizzazioni offrono ai loro iscritti anche altri servizi, agevolazioni e iniziative ricreative comuni.

Alle organizzazioni di turismo sociale si aggiungono tutti gli altri soggetti pubblici e privati (per esempio gli enti locali e le scuole), che propongono alla comunità locale iniziative ascrivibili al turismo sociale (come i soggiorni al mare per anziani), e tutte le associazioni e gli organismi non profit che hanno tra le loro finalità, seppure in maniera non prevalente, l'organizzazione e la promozione del turismo sociale.

Gli organismi di rappresentanza e coordinamento, cioè le organizzazioni che operano su scala nazionale ed internazionale, che rappresentano il turismo sociale nei contesti di confronto politico e sociale e che si occupano delle attività d'incontro e supporto per i loro soci. In particolare, la FITUS riunisce alcune delle principali organizzazioni di turismo sociale italiane, mentre in ambito internazionale il principale organismo di riferimento è il BITS (*Bureau International du Tourisme Social* con sede a Bruxelles), al quale aderiscono anche organizzazioni italiane (FITUS, ACI, CTG, CTS ecc.).

Gli operatori turistici privati, ossia gli organizzatori e/o intermediari (tour organizer, agenzie di viaggi ecc.), gli imprenditori della ricettività e quanti si occupano dei servizi (trasporto, ristorazione, guide ecc.). Non sempre tutti questi soggetti privati intervengono nel processo turistico. Accade spesso, infatti, che alcune associazioni di turismo sociale si occupino personalmente di tutta l'organizzazione (per esempio, il CTS pubblica dei cataloghi ed ha una propria rete di agenzie di viaggio), mentre altre associazioni, spesso più piccole e/o impegnate in viaggi più complessi, affidano l'intermediazione ad operatori specializzati nel turismo tradizionale, come agenzie di viaggi, tour operator e bus operator.

Altre cooperative e associazioni non profit, che stabiliscono rapporti di collaborazione reciproca con le organizzazioni di turismo sociale nei rispettivi ambiti di competenza, soprattutto con riferimento ai servizi alla persona e alla tutela della natura e degli animali (Legambiente, WWF ecc.).

Altri soggetti esterni (la Comunità Internazionale, l'Unione Europea, la Pubblica Amministrazione italiana, gli Enti locali, l'Università ecc.), che interagiscono ed influenzano il turismo sociale. Ad esempio, le Regioni che intervengono nella disciplina del settore, gli Enti locali in qualità di interlocutori privilegiati degli operatori del turismo sociale, l'Università che seleziona e pianifica proposte e percorsi formativi ecc.

IDENTIFICAZIONE DEI DESTINATARI E DEI BENEFICIARI DEL PROGETTO

Pur considerando che oggi il turismo sociale è da ritenere una forma di "turismo per tutti e

di tutti", si possono distinguere al suo interno dei gruppi sociali rispetto ai quali le proposte e le formule di vacanza sono più strutturate e organizzate.

Nella Tabella seguente sono indicati i principali gruppi di fruitori, in associazione al tipo di vacanza a cui prevalentemente sono orientati, ovvero i destinatari diretti del progetto.

Turisti e tipo di vacanza scelta

Fruitori	Tipo di vacanza
Bambini e ragazzi	Educativa / Ricreativa / Ludico-sportiva
Giovani	Educativa / Ricreativa
Famiglie	Ricreativa
Anziani	Ricreativa / Termale / Religiosa
Persone con esigenze speciali	Ricreativa / Termale / Religiosa

I **bambini ed i ragazzi** sono destinatari di numerose iniziative turistiche sia di tipo ricreativo che educativo e ludico-sportivo. Non solo vacanze tradizionali al mare, in montagna o al lago in compagnia di animatori, in una forma evoluta delle tradizionali colonie, ma anche iniziative dove l'attività sportiva, ricreativa e didattica si mescolano insieme. I soggiorni sono spesso svolti all'interno di campi scuola, case per ferie, campus, campeggi, ecc., dove il soggiorno si articola intorno ad un tema principale (la natura e gli animali, le tecniche d'espressione artistica, l'archeologia e i metodi di scavo, l'approfondimento tecnico di uno sport ecc.), sviluppato secondo metodi e programmi d'intrattenimento in linea con la fascia d'età dei partecipanti ed il luogo di vacanza. Bambini e ragazzi sono anche i principali fruitori del turismo scolastico, fenomeno che riguarda ogni anno un considerevole numero di studenti all'interno del quale si sta manifestando una crescente richiesta di qualità e diversificazione delle proposte e delle mete di viaggio.

I **giovani** sono un segmento storico del turismo sociale, ai quali gli operatori continuano a dedicare un ventaglio di opportunità molto ampio. Esistono proposte di carattere ricreativo - legate al mare, allo sport, alla cultura (in particolare tour e città d'arte), all'ambiente e alle grandi metropoli - e a carattere didattico - come soggiorni-studio all'estero e campus per attività di conoscenza e salvaguardia ambientale. Le proposte sono formulate sia per gruppi che per turisti individuali e riguardano mete italiane e straniere, di medio e lungo raggio. Sempre per i giovani sono pensate alcune tipologie ricettive particolarmente economiche, come gli ostelli, ormai presenti in numerosi paesi del mondo, che offrono modalità di soggiorno capaci di favorire processi di socializzazione tra coetanei.

Le **famiglie** rappresentano un altro segmento strategico del turismo sociale, al quale sono destinate sostanzialmente vacanze di tipo ricreativo - al mare, in montagna, nelle città d'arte, così come in campagna e nei contesti rurali - capaci di integrare e soddisfare gli interessi e le necessità di tutta la famiglia. Non si tratta solo di proposte per vacanze lunghe e stanziali come in passato, ma anche di soggiorni brevi, week-end ed escursioni giornaliere frazionate nell'arco dell'anno, spesso durante o a ridosso delle festività.

Gli **anziani** rappresentano il pubblico veramente nuovo del turismo sociale. Si tratta, infatti, di una categoria sociale a lungo trascurata dal mondo del turismo e che solo in questi ultimi anni è stata valutata come segmento emergente. La buona disponibilità di tempo libero e la capacità di spesa, forniscono due presupposti che mettono i pensionati, non necessariamente molto anziani, in condizione di fare vacanze più spesso e con più facilità degli altri. Le soluzioni proposte nell'ambito del turismo sociale possono rispondere adeguatamente alle necessità di questo tipo di pubblico, che richiede soprattutto pacchetti organizzati, qualità, assistenza e possibilità di stare in compagnia. Le proposte di viaggio sono principalmente di tipo ricreativo (soggiorni balneari, tour in pullman ecc.) e curativo,

terza motivazione di viaggio, non prettamente turistica, legata ai viaggi e ai pellegrinaggi presso santuari e luoghi della fede.

Le persone con esigenze speciali stanno acquisendo una visibilità sociale crescente e un ruolo maggiormente significativo anche all'interno della "comunità turistica". In particolare, le organizzazioni di turismo sociale possono offrire loro la possibilità di disporre più agevolmente di informazioni, servizi e assistenza, dando la possibilità di godere realmente del diritto al riposo e alle ferie. I viaggi possono essere di tipo ricreativo, con attività di svago e intrattenimento, di tipo curativo-termale, o di tipo religioso, con pellegrinaggi a santuari e luoghi di culto.

L'universo dei fruitori del turismo sociale è chiaramente più complesso rispetto ai raggruppamenti proposti e deve essere integrato considerando anche tutte quelle persone che, pur non appartenendo ad alcuna categoria specifica, prendono lo stesso parte alle iniziative di turismo sociale. Può trattarsi di coppie, single, gruppi di amici ecc. che insieme condividono le proposte turistiche fatte dalle organizzazioni di turismo sociale e che vanno ad accrescere e ad arricchire il pubblico di riferimento del turismo sociale.

Come beneficiari indiretti del progetto possono essere considerati i soggetti che a vario titolo si occupano in Italia di turismo sociale. Gli organizzatori di iniziative di turismo sociale sono piuttosto numerosi e provengono da contesti tra loro diversi, di prevalente estrazione sindacale, cattolica, laica, aziendale e cooperativistica. A questi si aggiungono altri attori, quali gli enti locali, l'Università, la scuola ecc. Alcune organizzazioni di turismo sociale si occupano esclusivamente o prevalentemente di turismo (TCI, CTS, CTA, ecc.), per altre l'attività turistica è concomitante con iniziative e servizi diversi (CRAL ecc.), per altre ancora è solo occasionale (enti locali, scuole ecc.).

In linea di massima, le organizzazioni di turismo sociale si configurano come organizzazioni non profit le quali, quindi, pur intrecciando rapporti di natura commerciale con altre imprese e con il pubblico, non sono orientate al profitto.

Analisi SWOT del turismo sociale

I principali punti di forza sono da individuarsi nella capillare presenza locale dei presidi associativi (e quindi di una rete di distribuzione potenzialmente molto efficace) e nella cultura di base delle organizzazioni di turismo sociale che si lega al volontariato, all'associazionismo e alla partecipazione condivisa.

Punti di Forza (Strengths)	Punti di Debolezza (Weaknesses)
Presenza capillare sul territorio dei presidi associativi Cultura delle OTS basata sullo spirito di volontariato e su logiche partecipative	Conoscenze ed informazioni indispensabili per promozione e programmazioni, confuse, con sovrapposizioni ed incertezze Basso livello della qualificazione, della formazione e della motivazione degli operatori del settore Rilevante eterogeneità delle iniziative in assenza di un approccio sistemico e insufficiente promozione del TS Eccessiva distanza tra le enunciazioni e le realizzazioni del TS
Opportunità (Opportunities)	Minacce (Threats)
Ricerca di una migliore qualità della vita Nuova voglia di specialità e valori TS come modalità di valorizzazione del patrimonio artistico e culturale locale	Cultura prevalente della società caratterizzata da individualismo e consumismo Eccessiva omologazione delle proposte Turistiche Debolezza del contesto legislativo

I punti deboli interni al turismo sociale sono legati alla confusione ed incertezza dei dati e delle fonti documentali sul fenomeno, alla bassa qualificazione professionale degli addetti, alla presenza di numerose iniziative tra loro poco integrate e all'eccessiva divaricazione fra quanto viene teorizzato a livello associativo e quanto viene poi attuato in sede operativa. E' interessante evidenziare come tra le condizioni ambientali ed i fattori di criticità interni siano rilevabili delle interdipendenze che potrebbero permettere di superare contemporaneamente alcune debolezze e di annullare delle minacce, nonché di sfruttare alcuni punti di forza per cogliere le opportunità più significative. In particolare, un'adeguata formazione o riqualificazione degli addetti consentirebbe alle organizzazioni di turismo sociale di reagire alle minacce ambientali in maniera propositiva, per esempio realizzando delle barriere per distinguere e tutelare l'ambito del turismo sociale, oppure creando marchi di settore sempre a supporto della identificazione del prodotto sul mercato.

Le opportunità riguardano essenzialmente due aspetti: la ricerca di una qualità della vita crescente, con nuovi stimoli alla socializzazione, ed il riconoscimento del turismo sociale come **fenomeno in grado di valorizzare il patrimonio artistico e culturale locale**. Sono minacce per il turismo sociale la prevalenza nella società di valori e comportamenti individualistici, che vedono la vacanza come una forma di consumo, un basso livello di differenziazione dell'offerta turistica, che rischia di confondere il turismo sociale con tutto il resto (oggi anche i Tour Operator fanno proposte di turismo sociale) e, infine, un approccio legislativo non molto sensibile a questi aspetti.

Conclusioni

A fianco dell'evoluzione del mercato turistico stanno avvenendo profondi e sostanziali cambiamenti anche a livello istituzionale, con la ridefinizione dell'organigramma degli enti turistici nazionali e con il cambiamento di alcune funzioni, mentre restano sul tappeto alcuni problemi storici del Sistema Paese. In tale contesto è da valutare positivamente una collaborazione rinnovata, nel rispetto dei propri ruoli, fra Regioni e Governo, sui temi principali di carattere nazionale e la volontà di attivare gli strumenti necessari perché

possano essere prese le dovute decisioni e realizzati alcuni progetti decisivi quali il previsto Osservatorio nazionale del turismo, che dovrebbe mettere ordine nella raccolta delle statistiche, superando le contrapposizioni esistenti; la messa a regime del Comitato Nazionale del Turismo, la attivazione della Agenzia Nazionale del Turismo-Enit, un sempre più fattivo ruolo del Coordinamento nazionale degli assessorati al turismo, come momento di sintesi per proporre al Governo iniziative e per monitorare lo stato dell'arte del turismo a livello delle decisioni politiche da intraprendere. A fronte di questo "nuovo" assetto istituzionale permangono alcuni problemi del sistema turistico nazionale quali le difficoltà che riscontrano i Sistemi Turistici Locali; i problemi relativi alla valorizzazione del Mezzogiorno la mancanza di una gestione integrata ed efficiente ed di una piena operatività delle Autonomie Locali cui spetta il compito difficile, che è maggiormente accentuato nelle regioni del Sud, di rivitalizzare il tessuto socio-economico tenendo conto principalmente delle proposte provenienti dal basso, in modo da valorizzare le caratteristiche ambientali. Le Province hanno da giocare il proprio ruolo, per quanto di loro competenza soprattutto nella programmazione operativa del Por 2007-2013. Tra i ruoli operativi fin da subito attribuibili alle Province si inserisce sicuramente l'azione di monitoraggio dei flussi turistici, la produzione di strumenti conoscitivi e di repertori che possono permettere di superare le grandi difficoltà di rilevazione delle statistiche sul turismo che emergono in maniera inquietante anche dal Rapporto. Sul Turismo Italiano 2006/2007 del Coordinamento degli Assessori Regionali al Turismo. Le Province possono assumersi la responsabilità della raccolta dei dati attraverso i propri uffici, individuando a tal proposito una strategia ed ipotizzando anche la realizzazione di un sistema di automazione ad hoc. Appare evidente che ciò può essere fatto solo in base ad un'intesa che non può non avere valenza nazionale. In altre parole, nella filiera istituzionale, le Province rappresentano quel riferimento intermedio per statistiche ed economia fra Comuni e Regioni, che in collaborazione anche con le Camere di Commercio e le Comunità montane identifica la programmazione reale sul territorio.

In questo contesto ed anche in queste problematiche, si inserisce il contributo che questo progetto del CTA vuol dare al ruolo dei STL (Sistemi Turistici Locali), senza, però, che questo strumento di programmazione e promozione territoriale sia sufficientemente decollato, per le diversità con le quali sono stati regolamentati dalle Regioni che li hanno approvati, e perché diverse Regioni non hanno effettivamente l'intenzione di adottarli ritenendoli strumenti superati da altre logiche. Le Province Italiane si propongono per essere parte di una strategia di sistema, di una nuova governance per la gestione e la promozione integrata dei territori, capace di valorizzare tutte le unicità del Paese, nella consapevolezza che questa non può essere separata dalla programmazione dello sviluppo locale.

7) *Obiettivi del progetto:*

L'analisi del contesto fatta nel punto precedente ci ha permesso di individuare e rappresentare in grafica SWOT i punti di debolezza e le minacce cui vogliamo con questo progetto contribuire a fronteggiare e superare.

Il progetto vuole essere una risposta coerente a questa analisi, poiché può **contribuire a fronteggiare e migliorare i punti di debolezza** di un settore importante come il turismo sociale in quanto **turismo culturale**; di un turismo cioè che in grado di connettere dimensioni rilevanti della nostra esistenza ed è in grado di conciliare lo sviluppo turistico, la protezione dell'ambiente, del patrimonio artistico e culturale, la valorizzazione e la conservazione delle storie e delle culture locali e di generare benefici economici, sociali e culturali sempre su scala locale e, in ricaduta, regionale e nazionale.

In questa ottica il progetto si pone di perseguire i seguenti obiettivi di carattere generale:

- *aumento e qualificazione delle conoscenze e delle azioni di promozione del turismo sociale nel nostro Paese;*

- *qualificazione ed aumento del turismo sociale inteso come pratica attenta alle esigenze, agli interessi e ai bisogni della domanda ma nel contempo desiderosa di conoscere il territorio, valorizzare la storia, la cultura e l'identità locale e promuoverne lo sviluppo;*
- *promozione ed organizzazione di iniziative di turismo sociale come turismo della solidarietà e dello sviluppo che permette l'affrancamento da un approccio consumistico e materialistico e, per certi aspetti superato, della "vacanza ad ogni costo", per soddisfare quei bisogni superiori dell'uomo, propri del nostro secolo e delle aree del mondo economicamente più progredite, che riguardano l'identità, l'appartenenza sociale, le relazioni sociali fondate sul rispetto reciproco, l'apprendimento e l'autorealizzazione;*
- *promozione ed organizzazione di iniziative di turismo sociale per la socialità e tutela delle categorie deboli;*
- *contribuire a radicare una cultura moderna del turismo sociale basato su nuovi principi, non più legati a logiche assistenzialiste, ma a desideri rinnovati, alla voglia di stare insieme secondo un confronto equo e corretto, al rispetto fra le persone, per l'ambiente e per le risorse che entrano a far parte del processo turistico.*

In questo contesto, i CTA vogliono realizzare un progetto per ampliare le conoscenze sul turismo sociale, settore ancora poco esplorato, e favorire l'incontro fra domanda e offerta turistica, con la finalità di rendere effettivo l'esercizio di quel diritto di TUTTI allo svago, al tempo libero e alla vacanza, sancito solennemente nelle dichiarazioni internazionali ma, di fatto, ancora scarsamente applicato in Italia.

Pertanto il presente progetto rappresenterà una sorta di **Ricerca Azione** che si articolerà in due campi di intervento:

- **Sviluppo del turismo sociale da realizzarsi attraverso un progetto d'indagine conoscitiva**, in cui si vuole analizzare la realtà del turismo sociale e delle strutture ricettive nei diversi contesti provinciali coinvolti (**AZIONE 1**);
- **Un'azione sociale mirata all'attivazione di una rete di sportelli CTA impegnati in iniziative a sostegno a tutela del cittadino e soprattutto dei disabili e svantaggiati** che promuoveranno le attività di turismo sociale nel territorio locale e nazionale anche attraverso l'individuazione e la diffusione di itinerari qualificati in grado di stimolare la conoscenza del territorio, la valorizzazione della storia, della cultura e dell'identità locale (**AZIONE 2**).

Nel primo caso la **Ricerca Azione** sarà finalizzata all'emersione dei bisogni, delle risorse, delle potenzialità e si articolerà in:

AZIONE 1 - "Repertori del turismo sociale": acquisizione di dati, conoscenze, eventi e progetti turistici, al fine di realizzare diversi repertori del turismo sociale.

La ricerca, intesa come analisi di comunità, rappresenta il momento fondativo degli interventi successivi, in quanto solo la conoscenza specifica del territorio e dei soggetti che vi operano può permettere l'attivazione di uno sportello che riesca a rispondere in modo adeguato alle esigenze locali.

AZIONE 2 - "Azione Sociale": attivazione di una rete di sportelli CTA impegnati in iniziative a sostegno dei servizi di turismo locale e di solidarietà a tutela del cittadino e soprattutto dei disabili e svantaggiati.

Attraverso l'attività di rete si punterà a fornire una attenta analisi dell'offerta ricettiva nei diverse territori del progetto al fine di individuare fabbisogni e piste di miglioramento ed innovazione e verificare la rispondenza di tale servizio alle richieste dell'utenza.

In sostanza si cercherà di rendere accessibile la vacanza a persone con difficoltà di carattere fisico e/o sanitario o che si trovano in condizioni economiche disagiate ovvero che sono anziani o non autosufficienti. Le attuali caratteristiche sociali ed economiche della popolazione, quali la crescita della quota di persone anziane (che sono più dinamiche e longeve rispetto al passato) le sempre più esigue disponibilità di maggiori redditi, la flessibilità di lavoro e le variazioni nei comportamenti di viaggio, incidono nel generare nuove domande di turismo.

Affinché il perseguimento degli obiettivi di un tale progetto sia efficace, si dovrà prevedere l'attivazione di un contesto e l'agire un approccio metodologico che integri modalità di intervento diversificate e appropriate quindi:

- ricerca-intervento sul campo, per far emergere visions, mission, bisogni, domande ed esperienze, attivare motivazioni e capacità di iniziativa, orientare interessi disponibilità ed energie;
- eventi e laboratorio di iniziative reali;
- percorsi formativi generali e specifici per l'approfondimento di contenuti sia inerenti il turismo sociale e la gestione e coordinamento degli sportelli CTA che sull'esperienza attiva del servizio civile.

Indicatori di performance di progetto per singola provincia:

- la realizzazione di almeno **1 evento provinciale** (29 eventi in totale) - circa **50 persone** che partecipano all'evento provinciale per un totale di circa 1500 persone coinvolte;
- la realizzazione **1 repertorio provinciale** (29 repertori in totale);
- l'attivazione di **1 rete** di sportelli CTA provinciali (29 sportelli in totale) impegnato in iniziative a sostegno dei servizi di turismo locale e di solidarietà - circa 100/150 persone che si rivolgono allo sportello provinciale per chiedere informazioni (per un totale di circa 3.000 utenti)
- almeno **10/20 persone svantaggiate** che partecipano alle vacanze (per un totale di circa 200/300 utenti).

Indicatori di performance di progetto comuni:

- la realizzazione **1 repertorio nazionale;**
- la realizzazione di **1 evento nazionale** per la diffusione dei risultati - circa 100 persone che partecipano all'evento nazionale sulla diffusione dei risultati progettuali;

8) *Descrizione del progetto e tipologia dell'intervento che definisca in modo puntuale le attività previste dal progetto con particolare riferimento a quelle dei volontari in servizio civile nazionale, nonché le risorse umane dal punto di vista sia qualitativo che quantitativo:*

8.1 Complesso delle attività previste per il raggiungimento degli obiettivi

Il progetto "**Turisti non per caso**" avrà una durata di 12 mesi e sarà strutturato in due AZIONI, ognuna delle quali prevedrà una specifica attività:

AZIONE 1: "Repertori del turismo sociale"	AZIONE 2: "Azione Sociale"
Attività 1.1 Realizzazione Repertori del Turismo Sociale - Sviluppo del turismo sociale	Attività 2.1 Creazione di una rete di sportelli CTA

AZIONE 1: "Repertori del turismo sociale"

Attività 1.1 → Realizzazione di *Repertori del Turismo Sociale* - Sviluppo del turismo sociale.

Attraverso l'attività di ricerca, si andranno ad acquisire dati, informazioni, destinata alla realizzazione REPERTORI DEL TURISMO SOCIALE provinciali e di uno nazionale, in cui saranno presenti:

- gli aspetti/bisogni delle strutture di turismo sociale nei diversi contesti provinciali;
- le aree turistiche caratterizzate da specificità socio-ambientali e culturali, anche al fine di definire meglio un'offerta locale regionale e nazionale di turismo sociale;
- le potenzialità del contesto territoriale che possono essere valorizzate in esperienze turistico culturali sociali di tipo nuovo;
- spazi di accoglienza e di operatività utilizzando "risorse e strumenti" offerti dal contesto;
- intese e collaborazioni con persone, enti e istituzioni che sappiano delineare un carattere di comunità a partire dalla *conoscenza del territorio, della storia, della cultura e dell'identità locale*.

Si otterrà così un sistema di informazioni che permetterà ai possibili clienti viaggiatori di:

- programmare un'esperienza di vacanza;
- avere consapevolezza nell'uso degli spazi e delle attrezzature presenti nelle strutture turistiche;
- orientarsi e fruire in sicurezza degli spazi e delle attrezzature;
- aver garantito aspetti di qualità quali l'attendibilità e la veridicità delle informazioni disponibili e la capacità degli operatori del settore di comprendere e rispondere alle richieste specifiche dei clienti.

La ricerca verterà su due fronti:

- *un'indagine qualitativa della domanda turistica*: sarà somministrato un questionario a giovani, disabili, famiglie con bambini e anziani, e a turisti che manifestano esigenze speciali nella fruizione del proprio tempo libero.
- *un'indagine qualitativa dell'offerta turistica*: sarà somministrato un questionario a un campione adeguato di strutture ricettive presenti nelle province sedi dei CTA. Le indagini consentiranno di individuare le caratteristiche dell'offerta rispetto alle esigenze della domanda, quali l'accessibilità fisica della struttura, la disponibilità di specifici servizi e il collegamento della struttura al proprio territorio.
- *una ricognizione e valutazione di itinerari e strutture turistiche accessibili*: per migliorare la qualità dell'accoglienza e la gestione e sviluppo dei servizi che permettano la fruibilità delle proposte turistiche.
- *l'individuazione delle risorse locali*: per rappresentare e valorizzare la storia e la cultura del posto.

Successivamente all'attività di ricerca sarà organizzato un momento di "restituzione" dei dati raccolti (anche tramite un'iniziativa pubblica che servirà da promozione dello sportello), che va letto come offerta alle persone di opportunità di esperienze e di

socialità in contesti comunitari aperti e dotati di senso.

Dettagli dell'attività 1.1:

1.1.1 - Sarà effettuata una raccolta bibliografica e webliografica su saggi, testi, recensioni e siti relativi all'oggetto dell'indagine;

1.1.2 - Si eseguirà un'analisi delle mappature finora realizzate riguardanti le caratteristiche delle strutture di turismo sociale nei diversi contesti provinciali;

1.1.3 - Saranno realizzati vari incontri con testimoni privilegiati: rappresentanti delle associazioni di settore, esperti, referenti istituzionali, ecc..;

1.1.4 - Si effettuerà una mappatura delle principali attività di servizio e delle maggiori realtà ricettive e di promozione presenti sui territori interessati.

1.1.5 - Promozione di una web community che favorisca la nascita di una logica di sistema fra diversi centri presenti sul territorio;

1.1.6 - Saranno realizzati i Repertori di Turismo Sociale;

Si organizzerà un evento per ogni sede di progetto per la diffusione dei risultati.

Una ricerca azione di questo tipo da un alto fornirà le basi per una conoscenza più approfondita dei bisogni e delle domande delle aree territoriali coinvolte caratterizzate da specificità ambientali e culturali, dall'altro consentirà un incremento delle conoscenze relative all'evoluzione del turismo, agli scenari a livello macro e a livello regionale e territoriale.

Attraverso l'attività 1 si otterranno elementi utili per la realizzazione di un repertorio dettagliato della diversa offerta turistico sociale e soprattutto degli itinerari e servizi che sostengano e rispondano al bisogno di socialità e tutela delle fasce deboli. Ciò consentirà di rivalutare le aree della "provincia italiana" attraverso l'individuazione di itinerari socio-turistici tipici.

Il ruolo del partenariato nell'azione di ricerca:

Per la realizzazione dell'attività di ricerca sopra descritta sarà impegnata la rete di partenariato costruita a sostegno del progetto, in particolare:

Centro Studi Investimenti Sociali (CENSIS)

In CENSIS metterà a disposizione dati statistici e informazioni sui flussi turistici nelle zone coinvolte nel progetto da utilizzare per la realizzazione dei punti 1, 3 e 6 riportati nello schema "dettaglio attività 1".

Federazione Italiana di Turismo Sociale (F.I.Tu.S.)

La F.I.Tu.S. contribuirà alla raccolta e messa a disposizione della documentazione e del materiale informativo sul turismo sociale e sostenibile utile a costruire i repertori sul turismo sociale previsti nei punti 1 e 6.

Università Kore di Enna

Il dipartimento di didattica e di ricerca in storia dell'Università Kore di Enna contribuirà alla realizzazione dei punti 1 e 6 mettendo a disposizione materiali documentali utili ad individuare, nelle aree coinvolte, le risorse in grado di rappresentare e valorizzare la storia e la cultura del contesto all'interno di una proposta di turismo sociale.

BANCA POPOLARE ETICA SCPA

La Banca Popolare Etica contribuirà alla realizzazione dei punti 3 e 6 mettendo a disposizione materiali documentali utili ad individuare le scelte eticamente più convenienti in termini di utilizzo delle risorse economiche (redditi e risparmio).

AZIONE 2: "Azione Sociale"

Attività 2.1 → creazione di una rete di sportelli CTA.

L'attivazione di una rete di sportelli CTA consentirà:

- di favorire una maggiore interazione tra gli stessi CTA e le strutture ricettive esistenti;
- di fare in modo che le imprese e organizzazioni possano interagire direttamente con l'esterno individuando i punti di forza e di debolezza dei territori;
- una rivisitazione dei percorsi alternativi di valorizzazione dei propri servizi ancora legati al territorio e alle tradizioni locali.

La rete di sportelli CTA sarà incentrata a implementare iniziative a sostegno dei servizi di turismo locale e di solidarietà a tutela sia del cittadino ma più in particolare dei disabili e delle categorie più svantaggiate, per:

- organizzare attività promozionali di itinerari ambientali e di valorizzazione del **patrimonio artistico e culturale**,
- fornire informazioni puntuali **sull'identità culturale e storica** del territorio,
- fornire informazioni sulla normativa vigente nel settore, sugli adempimenti burocratici, assistenza tecnica per progetti turistici, per incentivi economici, ecc..

In questo campo di attività si realizzerà l'avvio e la messa a regime - nella rete di soggetti territoriali - degli sportelli CTA. Inoltre, si consolideranno modalità e contenuti di un sistema di supporto permanente alle reti territoriali.

La presenza della rete consentirà di avviare un servizio che fornisca occasioni, strumenti, informazioni; l'utente in questo modo avrà la possibilità e soprattutto i riferimenti necessari per costruirsi autonomamente un percorso di turismo sociale e responsabile. Sostanzialmente la rete di sportelli fungerà da servizio di accompagnamento e di consulenza a supporto dell'utente anche disabile nella scelta di itinerari turistici adeguati alle proprie condizioni.

Dettagli dell'attività 2.1:

- 2.1.1 Attivazione di una rete locale di servizi di logistica turistica e integrazione nei network di turismo sociale;*
- 2.1.2 Pianificazione pubblicitaria di eventi che promuovano il turismo sociale del CTA;*
- 2.1.3 Ideazione di campagne di informazione, preparazione di manifesti, depliant, volantini;*
- 2.1.4 Animazione territoriale e partecipazione attiva alle attività del CTA;*
- 2.1.5 Mantenimento della web community e consulenza\accompagnamento on line sugli ambiti tematici degli eventi e sulle problematiche inerenti lo start up degli sportelli così come aspetti critici trasversali di programmazione, organizzazione, gestione e valutazione degli interventi;*
- 2.1.6 Realizzazione di una serie di azioni di co-marketing con operatori di servizi turistici: promozione in cataloghi per agenzie e per reti nazionali ed europee di turismo organizzato; promozione aziendale per il turismo sociale; servizi di comunicazione, campagne pubblicitarie anche on line;*
- 2.1.7 Aggiornamento delle pagine web CTA provinciali;*
- 2.1.8 Avvio dello sportello ed apertura al pubblico, messa a regime dello sportello che deve essere in grado di fornire informazioni su iniziative locali e nazionali di turismo sociale e responsabile;*
- 2.1.9 Sviluppare percorsi di turismo sociale collettivi e individuali e progettare e gestire percorsi turistici con facilitazioni per soggetti svantaggiati.*

Il ruolo del partenariato nell'azione sociale

Centro Studi Investimenti Sociali (CENSIS)

Il CENSIS metterà a disposizione dati statistici e informazioni sui flussi turistici nelle zone coinvolte nel progetto, da utilizzare quale supporto per la costruzione delle mappe, delle banche dati, dei repertori dei servizi specifici previsti dalla fase di ricerca del progetto (2.1.1).

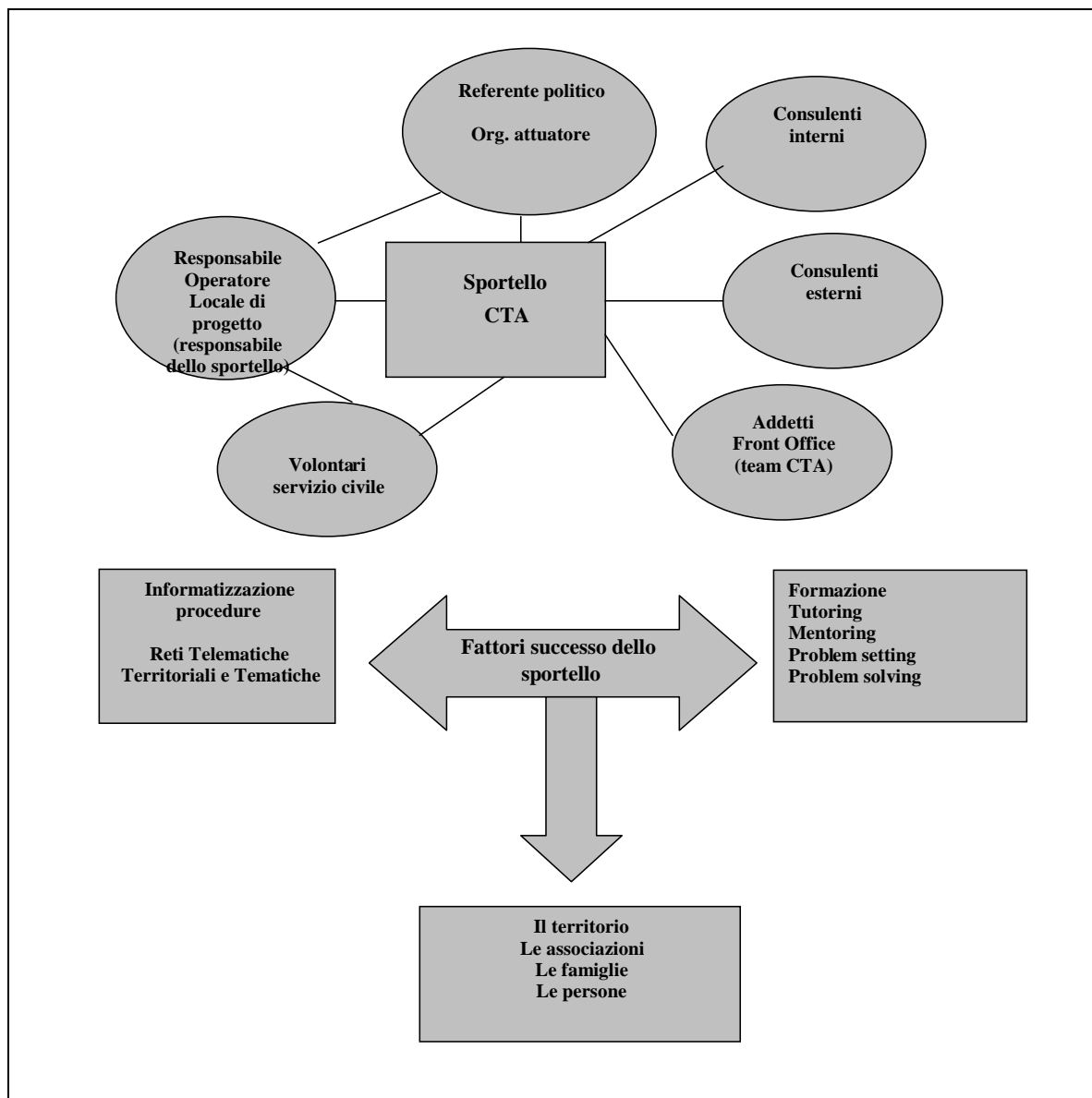
8.2 Risorse umane complessive necessarie per l'espletamento delle attività previste, con la specifica delle professionalità impegnate e la loro attinenza con le predette attività

Le attività su indicate sono da considerare come un insieme di servizi realizzati dal CTA con la partecipazione (in fase di ideazione e di attuazione) dei soggetti sociali e imprenditoriali del territorio.

Le risorse umane complessive necessarie per l'espletamento delle attività previste, sono 10 DIPENDENTI E 30 VOLONTARI per un totale di **40 persone coinvolte**.

Le risorse umane impiegate per sede sono responsabili e operatori dei CTA locali, quindi con esperienza specifica nel settore e saranno impegnati in tutte le attività svolgendo, oltre al coordinamento ed alla gestione delle attività necessarie per il raggiungimento degli obiettivi, attività di "buona guida" nei confronti dei volontari assegnati, svolgendo funzioni di mentoring, tutoring e di supervisione generale compreso la verifica degli inserimenti e delle attività svolte dai volontari.

A livello di risorse umane, lo sportello sarà organizzato secondo il seguente grafico:



Di seguito lo schema riepilogativo delle risorse umane messe in campo per ogni singola sede di progetto:

Sede	N° operatori (per sede)	Profilo	Ruolo	Volontario Dipendente
Ascoli Piceno, Aosta, Avellino, Bari, Caserta, Cremona, Formia, Isernia, Mantova, Milano, Modena, Oristano, Ravenna, Terni, Torino, Udine, Veggiano, Viterbo	1	<ul style="list-style-type: none"> • gestione generale; • supervisore turistico; • organizzazione eventi; • formazione volontari; • tutor. 	Responsabile	Volontario

Benevento, Brescia, Chieti, Cuneo, Firenze, Roma, Roma sede Nazionale, Siena, Trento	1	<ul style="list-style-type: none"> • gestione generale; • supervisore turistico; • organizzazione eventi; • formazione volontari; • tutor. 	Responsabile	Dipendente
	1	<ul style="list-style-type: none"> • informaz. al pubblico; • gest. pacchetti turistici; • funzione segreteria; • contabilità. 	Operatore	Volontario
Napoli	1	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione generale; • supervisore turistico; • organizzazione eventi; • formazione volontari; • tutor. 	Responsabile	Dipendente
	2	<ul style="list-style-type: none"> • informazioni al pubblico; • gest. pacchetti turistici; • funzione segreteria; • contabilità. 	Operatore	Volontario

8.3 Ruolo ed attività previste per i volontari nell'ambito del progetto

Premessa:

Il progetto è pensato per far vivere ai volontari un'esperienza ampia e qualificante nel settore della TURISMO SOCIALE, sotto la guida esperta dei referenti locali (OLP). Questo progressivo cammino di inserimento nei contesti organizzativi punta a rendere i giovani coinvolti, sempre più autonomi e a dotarli degli strumenti e delle relazioni necessarie ad animare il territorio dove operano.

È importante sottolineare che, per soddisfare le molteplici motivazioni ed esigenze che emergono durante le differenti fasi del percorso progettuale, le azioni formative non possono trovare una risposta adeguata in una sola modalità di azione formativa.

Occorre pertanto utilizzare diverse metodologie formative e di azione sociale (formazione d'aula in modalità seminariale, autoformazione, laboratori didattici, inserimento nei contesti lavorativi, animazione territoriale), con una speciale attenzione alla congruenza dei linguaggi comunicativi e alle moderne metodologie "attive", volte a promuovere situazioni interattive, di autoformazione, di confronto e scambio.

Operativamente l'attività formativa sarà sviluppata nelle unità formative relative alla formazione generale e specifica.

La formazione generale si svilupperà per 42 h.

La formazione specifica si articolerà in 72 h.

I volontari esamineranno e parteciperanno a situazioni reali, sia in modo individuale, sia attraverso la discussione in piccoli gruppi, sia in sessione plenaria sotto la guida del docente.

I partecipanti avranno così la possibilità di acquisire progressivamente una rete concettuale articolata e strutturata, sviluppando la capacità di comunicare e confrontarsi, e imparando ad individuare soluzioni concretamente perseguibili per i differenti problemi organizzativi.

I **36 volontari** in servizio civile , pur cercando di realizzare, ove possibile, un continuo scambio fra le diverse esperienze, nelle **29 province** partecipanti saranno così impiegati:

ASCOLI PICENO	1
AOSTA	1
AVELLINO	1
BARI	1
BENEVENTO	1
BRESCIA	1
CASERTA	3
CHIETI	1
CREMONA	1
CUNEO	1
FIRENZE	1
FORMIA	1
ISERNIA	1
MANTOVA	1
MILANO	1
MODENA	1
NAPOLI	3
ORISTANO	1
POTENZA	1
RAVENNA	1
Roma Provinciale	2
Roma sede nazionale	2
SIENA	1
TERNI	1
TORINO	1
TRENTO	1
UDINE	1
VEGGIANO	2
VITERBO	1
TOTALE	36

Ai volontari sarà chiesto non tanto un generico impegno di partecipazione e di applicazione nei confronti delle tematiche in oggetto, bensì di "vivere il progetto di servizio civile" in una logica di "**action learning**".

Nello specifico tutte le attività saranno intese come laboratorio, un luogo di elaborazione e "produzione" di occasioni di apprendimento e di azione su più livelli, laboratorio quindi:

- come spazio di ricerca e analisi in cui far confluire esperienze (passate o del qui

- ed ora), per elaborarle con l'aiuto dei colleghi e dello staff;
- come spazio di concettualizzazione, dove acquisire o consolidare conoscenze, metodi e approcci per l'esercizio del proprio ruolo nel nuovo contesto di riferimento;
- come spazio di azione applicazione e sperimentazione in cui provare a fare, fare palestra e ricevere feed-back, costruire e verificare ipotesi, dare soluzioni;
- come spazio d'incontro e relazione: è questa una condizione comunque presente che, tuttavia, in certe situazioni può diventare l'aspetto focale dell'apprendimento e dell'azione sociale (dinamica di gruppo, alcuni setting esercitativi, incontri, ecc.).

1ª SETTIMANA – accoglienza ed inserimento dei volontari in servizio civile

Per

consentire ai volontari in Servizio Civile di svolgere le proprie mansioni in sinergia con gli altri operatori verrà dedicata una settimana di tempo **all'accoglienza e al loro inserimento**, durante la quale saranno fornite loro:

- le informazioni necessarie per lo svolgimento dell'attività;
- le prime informazioni utili sul progetto e sull'organizzazione;ù
- le regole di base sull'organizzazione e funzionamento di uno sportello CTA

In sostanza si procederà con:

- a) la presentazione dei responsabili e operatori del CTA
- b) la presentazione dell'Operatore Locale di Progetto responsabile del giovane
- c) il disbrigo delle formalità di inserimento dei giovani in servizio civile
- d) l'illustrazione delle principali procedure e prassi operative

Dalla 2ª e 20ª SETTIMANA – Formazione generale dei volontari

Il percorso formativo si propone come strumento propedeutico alle attività che i volontari andranno a svolgere, con particolare riferimento alla presentazione del contesto in cui si espletterà il servizio, dei soggetti coinvolti e dei fruitori (anche soggetti disabili).

Attraverso la formazione generale il volontario acquisirà informazioni:

- b) sulle principali tematiche sociali
- c) teoria e pratica della comunicazione interpersonale;
- d) gestione delle dinamiche di emergenza;
- e) gestione dei rapporti con i soggetti disabili;
- f) principali metodologie di comunicazione e di mediazione sociale;
- g) sulla metodologia della ricerca

La formazione generale dei volontari in servizio civile nazionale consisterà in un percorso di formazione iniziale, nella fase di avvio al servizio civile.

Sarà strutturata in moduli tematici di 6 ore ciascuno per 7 giorni. La formazione sarà co-condotta dal tutor presente in aula durante i e da un formatore-docente.

Durante la formazione si cercherà di non circoscrivere la relazione con i volontari alla sola trasmissione di informazioni e dati, ma di facilitare un primo contatto conoscitivo ed emotivo con la realtà del territorio e le persone che la animano, alimentando domande e riflessioni critiche.

4ª e 20ª SETTIMANA – Formazione specifica dei volontari

Le fasi della **formazione specifica** saranno:

Fase 1: Realizzazione del team di lavoro

Fase 2: Attività propedeutiche alla **"Repertori del turismo sociale"** e all'**"Azione sociale"**

Fase 3: Tutoring on line sulle attività di progetto e sull'inserimento nel contesto professionale.

In particolare il Tutoring pur prevedendo una modalità di apprendimento cooperativo, consentirà una formazione individualizzata. Esso rappresenterà una modalità formativa che massimizzerà i risultati cognitivi e socio-professionali dei volontari partecipanti.

Questo tipo di formazione "on line" rappresenterà uno strumento particolarmente innovativo per integrare momenti di formazione tradizionale con momenti di autoformazione supportata.

I volontari e gli addetti, utilizzando i servizi di **posta elettronica, chat, gruppi di discussione** (forum) e **download** del materiale didattico, avranno l'occasione di diventare soggetti attivi del percorso organizzativo ma anche formativo-operativo proposto, sentendosi anche stimolati all'auto-apprendimento.

Tale metodologia dell'open learning permetterà l'apprendimento aperto e personalizzato, attraverso reti di comunicazione che rendono possibile la verifica della produttività e della processività dell'inserimento e della formazione stessa, applicando parametri di efficacia ed efficienza.

Download: Attraverso questo servizio il volontario potrà ricevere direttamente sul proprio personal computer tutto il materiale didattico ed informativo che i docenti metteranno a disposizione su supporto informatico. Sarà possibile, così, avere direttamente sul desktop le "questioni calde" ma anche le esercitazioni, i materiali di utilizzo, ecc.

Chat: Il servizio di Chat consentirà all'operatore\tutor\mentore di fungere da mediatore per la discussione e l'approfondimento di alcune tematiche d'interesse emerse. Saranno stabiliti dei periodi di collegamento in cui tutti gli utenti saranno collegati. Il processo di discussione sarà libero, nel senso che, come in tutte le chat, ognuno potrà dare il proprio contributo, senza seguire uno schema di discussione predefinito.

Forum: Per ogni modulo sarà realizzato un gruppo di discussione su un caso particolare o su un argomento d'interesse. Tale attività si configurerà in una posizione intermedia rispetto a quelle relative ai quesiti e alle chat. In questo caso il collegamento sarà asincrono ma i momenti di discussione saranno coordinati e collegati fra loro.

Posta elettronica: Il tutor on line riceverà via posta elettronica (direttamente dagli allievi o attraverso la mediazione del tutor) le domande sul proprio modulo formativo. Le risposte verranno trasmesse, sempre a mezzo e-mail, senza particolari vincoli temporali. Lo staff e il tutor on line useranno questo servizio come strumento di monitoraggio e di miglioramento della qualità delle attività didattiche.

Compiti e mansioni dei volontari in servizio civile:

Una volta chiariti gli obiettivi del progetto e le funzioni/ruoli che si dovranno svolgere si costituirà formalmente il gruppo di lavoro che risulterà composto dai volontari e dagli operatori del CTA incaricati di seguire il progetto nell'esercizio delle loro diverse funzioni e competenze. Il gruppo di progetto avrà il compito di pianificare, progettare e svolgere le attività, definire i compiti, assegnare turni di lavoro, valutare i risultati, garantire tutte quelle condizioni necessarie per il corretto svolgimento del progetto.

In particolare, nell'ambito dell'**Attività 1 "Repertori del Turismo Sociale - sviluppo del turismo sociale"** i volontari in servizio civile collaboreranno e si integreranno in tutte le attività operative svolte dagli operatori degli sportelli CTA.

Nel dettaglio parteciperanno:

- ✓ alla raccolta bibliografica e webliografica su saggi, testi, recensioni e siti relativi all'oggetto dell'indagine;
- ✓ all'analisi delle mappature finora realizzate sulle caratteristiche delle strutture di

- ✓ turismo sociale nei diversi contesti provinciali;
- ✓ agli incontri con testimoni privilegiati: rappresentanti della associazioni di settore, esperti, referenti istituzionali , ecc..;
- ✓ alla mappatura delle principali attività di servizio e delle maggiori realtà ricettive e di promozione presenti sui territori interessati.
- ✓ alla preparazione e realizzazione dell'indagine di campo
- ✓ alla promozione di una web community che favorisca la nascita di una logica di sistema fra diversi centri presenti sul territorio;
- ✓ all'organizzazione di 1 evento per sede di progetto per la diffusione dei risultati.

In particolare, nell'ambito dell'**Attività 2 "creazione di una rete di sportelli"** i volontari in servizio civile saranno impegnati con i seguenti compiti:

- ✓ promuovere l'attività di Sportello mediante la redazione e la divulgazione di materiale informativo
- ✓ realizzare un calendario settimanale delle attività con orari e giorni di apertura;
- ✓ organizzare gli spazi all'interno dei locali dove saranno svolte le attività;
- ✓ collaborare alla scelta e all'acquisto dei materiali necessari;
- ✓ predisporre il materiale per l'attività;
- ✓ partecipare all'organizzazione logistica delle attività di front office e back office;
- ✓ allestire lo sportello anche con il materiale informativo (volantini, depliant, manifesti);
- ✓ promuoveranno i servizi\itinerari\prodotti tipici dei territori coinvolti
- ✓ fornire informazioni su iniziative locali e nazionali di turismo sociale e responsabile;
- ✓ collaborare allo sviluppo di percorsi di turismo sociale collettivi e individuali;
- ✓ partecipare alla progettazione di percorsi turistici con facilitazioni per soggetti svantaggiati.

Inoltre, attraverso la rete degli sportelli CTA, i volontari diffonderanno informazioni e offriranno assistenza e consulenza in modo da rendere più semplice ed accessibile agli utenti l'esercizio di tali opportunità.

Gli sportelli saranno, inoltre, un punto di ascolto per i cittadini, in grado di monitorare le problematiche note od emergenti in fatto di tutela di diritti dei cittadini, raccogliere segnalazioni ed elaborare dossier documentali che fungeranno da base per lo studio di appropriati correttivi e politiche di prevenzione e tutela.

La finalità è consentire all'utente/cliente l'accesso allargato ai diversi possibili servizi dello sportello ed indirizzarlo verso la soluzione alla propria richiesta/bisogno, oppure a forme di consultazione assistita o autoconsultazione, cartacea ed on line, all'interno dello sportello.

Sulla congruità del progetto

Il progetto ha una configurazione imperniata sulla learning organization, vale a dire sulla produzione e circolazione delle conoscenze e delle informazioni, sulla capacità di incidere sullo sviluppo dei contesti e delle persone nel senso di individuazione di piste e direttrici che possono permettere la sedimentazione di competenze socio-professionali e di capacità di dare soluzione ai problemi.

E' un progetto ispirato al concetto di learning system in cui si intersecano:

- i processi individuali di conoscenza
- l'assetto organizzativo delle organizzazioni ove vanno compresi prodotti e processi
- l'assetto sociale

avendo come obiettivo:

- lo sviluppo di abilità ed anche di valori orientati alle sperimentazioni anche successive;
- proporre stimoli critici e occasioni di analisi e di confronto per l'innovazione sociale;
- offrire momenti e strumenti di autoanalisi ai volontari partecipanti ma anche agli altri soggetti coinvolti;
- proporre azioni ed esperti di con modalità operative innovative e contributi anche appartenenti a contesti cognitivi diversi ed integrati;
- l'orientamento sia ai processi che alle relazioni, sia alle persone che ai contesti.

Le condizioni di coerenza tra obiettivi ed azioni progettuali che il progetto contiene, sono evidenti nella co-rispondenza agli indicatori idealtipici di congruità e rilevanza, in particolare:

- *alla connettività* ovvero all'efficacia degli scambi e delle relazioni tra soggetti, organizzazioni e contesti territoriali;
- *alla permeabilità* ovvero alla creazione di condizioni organizzative di apertura, flessibilità e coinvolgimento;
- *alla focalizzazione* cioè all'attivazione e nell'orientamento delle energie affinché le attività di turismo sociale siano sempre più frequenti e qualificate;
- *alla ridondanza* ovvero alla disponibilità di risorse cognitive economiche tecniche e temporali messe in gioco per la realizzazione del progetto ed il raggiungimento degli obiettivi;
- *alla pressione* ossia al mantenimento di un clima fortemente orientato ai risultati e all'acquisizione di vantaggi e di soluzione del problema evidenziato.

- 9) *Numero dei volontari da impiegare nel progetto:* **36**
- 10) *Numero posti con vitto e alloggio:* 0
- 11) *Numero posti senza vitto e alloggio:* **36**
- 12) *Numero posti con solo vitto:* 0
- 13) *Numero ore di servizio settimanali dei volontari, ovvero monte ore annuo:* **1400**
- 14) *Giorni di servizio a settimana dei volontari (minimo 5, massimo 6):* **5**
- 15) *Eventuali particolari obblighi dei volontari durante il periodo di servizio:*

Nel rispetto della normativa prevista per lo svolgimento del monte ore settimanale e mensile del volontario, si richiede al giovane una flessibilità di orario al fine di garantire lo svolgimento del lavoro in modo coerente con quanto pianificato dai CTA.

Inoltre, in concomitanza con la promozione del progetto o di diffusione dei risultati, si chiede ai 36 volontari la disponibilità a partecipare ad incontri svolti nelle ore serali e/o svolti occasionalmente nei fine settimana.

Per facilitare il pieno raggiungimento degli obiettivi del progetto, si richiederà ai volontari la disponibilità a recarsi nei locali di svolgimento del progetto e ad effettuare visite presso strutture partner e/o enti presenti sul territorio che possono risultare utili e strategici per la realizzazione delle attività stesse.

Infine, si chiede ai volontari una disponibilità a partecipare ad iniziative associative della rete ACLI, strettamente connesse al progetto approvato, compatibilmente all'orario di servizio.

Per concludere, tra gli obblighi dei volontari, si richiede il massimo riserbo sui dati sensibili trattati nel corso delle diverse attività (come per esempio, i dati sensibili di tutte le persone che usufruiranno delle attività del progetto).

17) *Eventuali attività di promozione e sensibilizzazione del servizio civile nazionale:*

Le ACLI, in quanto ente nazionale con sedi periferiche in tutte le regioni e province, operano, relativamente alle attività di promozione e sensibilizzazione del servizio civile nazionale, a tre livelli distinti:

1. **Nazionale**

Le Acli hanno attivato un sito Internet appositamente per il servizio civile (www.acliserviziocivile.org) nel quale oltre a riportare notizie sui propri progetti, informazioni utili per i volontari, vi è una area dedicata al Servizio Civile Nazionale.

Le ACLI, oltre a produrre un rapporto annuale sul servizio civile, sono componenti attive della **CNESC (Conferenza nazionale Enti di servizio civile)** sin dalla sua costituzione nel 1986.

Da oltre 3 anni le ACLI sono fra gli enti invitati dalla **Fondazione ZANCAN** ai seminari, svoltisi nella residenza estiva di Malosco (TN), sul Servizio civile, organizzati in collaborazione con l'Ufficio Nazionale per il Servizio civile. Agli atti prodotti viene data ampia diffusione attraverso il periodico della Fondazione ZANCAN, che viene inviato agli esperti di settore (assessori, professori universitari, ecc) ed attraverso la pubblicazioni di libri tematici.

Le ACLI inoltre partecipano al **TESC (Tavolo Ecclesiale sul servizio civile)**, un coordinamento di organismi della Chiesa italiana che intendono promuovere il servizio civile e proporlo a tutti, ed in modo particolare ai giovani, come importante esperienza formativa, di servizio agli ultimi, di testimonianza dei valori della pace, giustizia, cittadinanza attiva e solidarietà. Il TESC ha attivato un proprio sito: www.esseciblog.it; inoltre viene pubblicata una newsletter on line che viene periodicamente inviata a tutti gli enti partecipanti. Inoltre coordina la partecipazione degli enti a manifestazioni quali il Meeting di Rimini 2006.

Le ACLI vantano 2 testate proprie: **AESSE e ACLIOggi**. Il primo di cadenza mensile viene stampato in 50.000 copie, inviate ad un indirizzario che contiene dirigenti ACLI (nazionali, regionali e territoriali), amministratori pubblici, abbonati. ACLIOggi invece viene inviato (in circa 3.000 copie) in via informatica a tutti i soci ACLI che ne facciano richiesta, a coloro i quali, anche non soci, ne facciano richiesta dall'home page del sito www.acli.it, a tutti i volontari in servizio e che hanno già terminato il servizio. Entrambe le pubblicazioni sono scaricabili dal sito www.acli.it. Periodicamente tali testate pubblicano articoli relativi al servizio civile.

I siti internet nazionali facenti riferimento alle ACLI sono oltre una decina e alcuni di loro, in particolar modo ACLI ed Enaip, hanno sotto di sé una rete di siti regionali e provinciali autonomi.

2. **Regionale**

Le ACLI come realtà regionali sono parte delle Conferenze regionali: **Co.Lomba.** (Conferenza enti servizio civile Lombardia), **Tavolo enti di servizio civile Torino, C.L.E.S.C.** (Conferenza Ligure enti di servizio civile), **C.R.E.S.C. Puglia** (Conferenza regionale enti di servizio civile Puglia), **C.R.E.S.C.E.R.** (Conferenza regionale enti di servizio civile Emilia Romagna), **C.R.E.S.C. Lazio, C.R.E.S.C. Toscana.** Inoltre fanno parte dei non ancora istituzionalizzati **C.R.E.S.C. Friuli Venezia Giulia, C.R.E.S.C. Sicilia, C.R.E.S.C. Marche, C.R.E.S.C. Campania e C.R.E.S.C. Valle d'Aosta.** Attraverso la propria partecipazione a questi organismi di secondo livello le ACLI contribuiscono alla divulgazione territoriale del servizio civile nazionale e si pongono come consulenti per le leggi

regionali e la loro successiva applicazione. Relativamente alle Regioni Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Campania e Puglia le ACLI, in quanto socie della CRESC, partecipano ai progetti di "informazione e formazione" della Regione, previsti dal D. Lgs 77/02 e finanziati con il Fondo nazionale del servizio civile.

Inoltre i livelli regionali prevedono numerosi siti informativi, nello specifico: Lazio; www.aclilazio.it, Piemonte; www.aclipiemonte.it, Puglia; www.enaip.puglia.it, Sardegna; www.aclisardegna.it, Sicilia; www.aclisicilia.it, Toscana; www.aclitoscana.it

3. **Provinciale**

Le realtà locali ACLI possono contare su una capillare rete di siti e di testate che consente la massima divulgazione delle proprie attività, non ultima quelle relative ai progetti di servizio civile nazionale. Oltre 42 siti e 39 testate compongono una rete divulgativa efficace e capillare.

Agrigento	www.acliagrigeno.altervista.org
Benevento	www.aclibenevento.it
Bergamo	www.aclibergamo.it
Bologna	www.aclibo.it
Brescia	www.aclibresciane.it
Cagliari	www.aclicagliari.it
Caltanissetta	www.acli.cl.it
Como	www.aclicomo.it
Cremona	www.rccr.cremona.it
Crotone	www.aclicrotone.it
Cuneo	www.aclicuneo.it
Enna	www.aclienna.it
Foggia	www.aclifoggia.it
Forlì-Cesena	www.aclifc.it
Imperia	www.acliimperiam.it
Livorno	www.aclilivorno.com
Mantova	www.acli.mantova.it
Milano	www.aclimilano.com
Modena	www.aclimodena.it
Napoli	www.aclinapoli.org
Novara	www.aclinovara.it
Oristano	www.aclioristano.com
Padova	www.aclipadova.it
Palermo	www.aclipalermo.it
Perugia	www.acliperugia.it
Pisa	www.aclipisa.it
Pordenone	www.acli.pn.it
Rimini	www.aclirimini.it
Roma	www.acliroma.it
Sassari	www.aclisassari.com
Savona	www.aclisavona.it
Siracusa	www.acli.siracusa.it
Torino	www.aclitorino.it
Trento	www.aclitrentine.it
Treviso	www.aclitreviso.it
Trieste	www.aclitrieste.it
Udine	www.acliudine.it

Varese www.aclivarese.it
Venezia www.aclivenezia.it
Verona www.acliverona.it

4. Portale "Integra"

Oltre ai siti di diretta gestione regionale o provinciale, le ACLI hanno dato vita al portale "Integra": attraverso un semplice e funzionale sistema editoriale, ogni circolo, sede provinciale o regionale potrà realizzare la propria pagina internet sul sito www.acli.it e aggiornarla direttamente ogni qual volta lo si ritenga opportuno.

5. Le testate territoriali delle ACLI

La forte vocazione locale delle ACLI è testimoniata anche dalle numerose testate giornalistiche facenti capo alle diverse realtà acliste. Ad oggi si contano 39 testate registrate a livello provinciale ed 1 regionale. Anche attraverso questi strumenti si realizzano, a livello territoriale, attività di sviluppo e promozione del servizio civile.

Ecco l'elenco delle testate ad oggi censite:

Arezzo	Impegno aclista
Asti	Vita sociale
Bari	L'altra voce
Belluno	Impegno sociale
Benevento	Acli news Benevento
Bergamo	Acli laboratorio
Bologna	L'apricità
Bolzano	Acli notizie
Brescia	Battaglie sociali Acli bresciane
Como	Informando Laboratorio sociale
Cuneo	Impegno sociale
Forlì-Cesena	Lavoro d'oggi
Genova	Acli Genova
Gorizia	Acli isontine
Imperia	Acli Imperia
La Spezia	Notiziario delle Acli di La Spezia
Lodi	Acli oggi (inserto quotidiano locale)
Lucca	Acli Lucca notizie
Macerata	Il bivio
Milano	Il giornale dei lavoratori
Modena	Segnalazioni sociali Acli Modena
Perugia	Acli notizie
Ravenna	Impegno aclista
Rimini	La voce del lavoratore
Roma	Vite
Savona	Savona Acli (on-line)
Salerno	La voce dei lavoratori
Sondrio	L'incontro
Terni	Esse
Torino	Torino Acli
Trento	Acli trentine
Treviso	L'ora dei lavoratori

Varese	Acli Varese Acli Varese in rete (supplemento Luce)
Venezia	Tempi moderni
Verona	Acli veronesi
Vicenza	Acli vicentine

Quanto sopra riportato dimostra come, in un sistema complesso, le azioni possano partire sia dal territorio, sia dal vertice nazionale, consentendo a tutti gli attori di essere inseriti in un contesto più ampio di quello proprio. L'ente nazionale non è altro che la sommatorie delle unità locali che lo compongono, con l'aggiunta di uno staff di coordinamento nazionale. Questo garantisce uniformità e supporto a tutti i territori. Le attività di sensibilizzazione e promozione attivate dalle ACLI in ogni territorio mirano ad un presa di coscienza dello stesso sull'esperienza di servizio civile, così da attivare processi di collaborazione e condivisione.

L'attività di promozione e sensibilizzazione del servizio civile nazionale di ogni territorio coinvolto nei progetti **supera l'impegno di 25 ore annue**, alle quali si affiancano i lavori regionali e nazionali.

18) *Criteri e modalità di selezione dei volontari:*

Si rimanda al sistema accreditato verificato dall'UNSC

19) *Ricorso a sistemi di selezione verificati in sede di accreditamento (eventuale indicazione dell'Ente di 1^ classe dal quale è stato acquisito il servizio):*

Si Si rimanda al sistema accreditato verificato dall'UNSC

20) *Piano di monitoraggio interno per la valutazione dell'andamento delle attività del progetto:*

Si rimanda al sistema accreditato verificato dall'UNSC

21) *Ricorso a sistemi di monitoraggio verificati in sede di accreditamento (eventuale indicazione dell'Ente di 1^ classe dal quale è stato acquisito il servizio):*

Si Si rimanda al sistema accreditato verificato dall'UNSC

22) *Eventuali requisiti richiesti ai candidati per la partecipazione al progetto oltre quelli richiesti dalla legge 6 marzo 2001, n. 64:*

Sono considerati titoli preferenziali, purché documentati, la conoscenza dell'inglese e dell'informatica e precedenti esperienze nel ramo del turismo sociale.

23) *Eventuali risorse finanziarie aggiuntive destinate in modo specifico alla realizzazione del progetto:*

PIANO DI FINANZIAMENTO Progetto "Turisti non per caso"

SPESE (EURO)

voci di spesa	costi unitari	quantità	costo per riga	costo per voce
1 Formazione specifica				
- Formatori				
29 persona x	25,00 €	x 42 ore	€ 30.450,00	
- Aula attrezzata				
29	150,00 €	x forfait a sede	€ 4.350,00	
- Materiale didattico				
36	50,00 €	forfait	€ 1.800,00	
- Materiale promo e cancelleria				
36	25,00 €	forfait	€ 900,00	
			Totale voce 1	€37.500,00
2 Realizzazione Repertori del Turismo Sociale				
- spere per spostamenti				
29	500,00 €		€ 14.500,00	
- Materiale promozionale e cancelleria				
29	250,00 €	forfait annuale	€ 7.250,00	
			Totale voce 2	€ 1.750,00
3 Eventi (29 a livello provinciale 1 a livello nazionale)				
- sala e servizi				
29 eventi provinciali	€ 200,00	forfait	€ 5.800,00	
- Materiale promo e cancelleria				
29 eventi provinciali	€ 100,00	forfait	€ 2.900,00	
- Sala e servizi				
1 evento nazionale	€ 550,00	forfait	€ 550,00	
- Materiale promo e cancelleria				
1 evento nazionale	€ 350,00	forfait annuale	€ 350,00	
			Totale voce 4	€ 9.600,00
4 Rete Sportelli, segreteria e gestione progetto				
- Materiali, strumenti (pc, utenze, etc) e cancelleria				
29 sedi locali x	500,00 €		€ 14.500,00	
			Totale voce 5	€14.500,00
COSTO TOTALE				€83.350,00

24) *Eventuali reti a sostegno del progetto (copromotori e/o partners):*

Il partenariato, di cui di seguito elenchiamo i soggetti componenti, è uno strumento importante per migliorare la qualità della azione formativa e civile e per fornire un'occasione di crescita professionale e culturale a livello inter-organizzativo.
L'accordo di partenariato inoltre ci permette di rendere fattibile la costruzione di reti tra i soggetti presenti nonché la collaborazione con i sistemi decisionali e

portatori di interesse, innescando un processo di innovazione organizzativa e interorganizzativa che ha dei risvolti positivi sull'innalzamento della qualità, dell'efficacia e rilevanza complessiva dei risultati di progetto.

Per la realizzazione dell'intervento è previsto:

- un gruppo di pilotaggio diretto dal coordinatore nazionale del progetto con funzione di indirizzo strategico e di direzione scientifica;
- una sede di concertazione e di programmazione generale costituita, oltre che dal partenariato del progetto, dalle organizzazioni coinvolte e presenti sul territorio;
- un'équipe di coordinamento tecnico-operativo costituito dalla rete olp ed esperti e responsabili del partenariato; con funzioni di elaborazione, formazione e assistenza tecnica anche alle realtà locali;
- reti territoriali dei diversi soggetti coinvolti e da coinvolgere ad esempio i vari soggetti imprenditoriali o associazioni tematiche e d'impegno sociale come quelle dei disabili, oppure i forum provinciali del Terzo settore nel contempo destinatari e attori locali dell'intervento.

Il partenariato garantirà l'operatività tramite la funzionalità agli obiettivi delle azioni e alle attività relative, infatti esso:

- è costituito su idee forti, che contengano in sé un'ipotesi di trasferibilità
- coinvolge tutti i soggetti che possono garantire la realizzabilità di tale idea
- privilegia la varietà dei componenti e la loro volontà e capacità di collaborare sia alla operativa, che alla diffusione che all'innovazione
- coinvolge realtà locali in grado di dare un contributo all'innovazione.

A sostegno del progetto sono stati sottoscritti i seguenti accordi:

Centro Studi Investimenti Sociali (CENSIS)

Il CENSIS è un istituto di ricerca socioeconomica fondato nel 1964, da più di quaranta anni svolge una costante attività di studio, consulenza, valutazione e proposta nei settori vitali della realtà sociale, ossia la formazione, il lavoro, il welfare, le reti territoriali, l'ambiente, l'economia, lo sviluppo locale e urbano, il governo pubblico, la comunicazione e la cultura.

Il CENSIS contribuirà alla realizzazione dell'Attività 1.1.1, 1.1.3, 1.1.6 e dell'Attività 2.1.1 mettendo a disposizione dati statistici e informazioni sui flussi turistici nelle zone coinvolte nel progetto, da utilizzare per la realizzazione di Repertori del turismo sociale provinciali e nazionale.

BANCA POPOLARE ETICA SCPA

La Banca Etica promuove un'economia orientata alla valutazione sociale ed ambientale del proprio agire nel rispetto dell'uomo e dell'ambiente e delle specificità culturali dei contesti territoriali in cui opera per una migliore qualità della vita.

La Banca contribuirà alla realizzazione del progetto attraverso la messa a disposizione di materiale utile alla realizzazione di approfondire il tema come utilizzare le risorse economiche ed il risparmio nella logica della scelta etica.

Federazione Italiana di Turismo Sociale (F.I.Tu.S.)

La F.I.Tu.S. è un'associazione senza scopo di lucro, fondata nel 1993. Raggruppa organismi associativi che svolgano rilevanti attività nell'ambito del turismo sociale.

La F.I.Tu.S. statutariamente rappresenta i propri associati a livello nazionale e

internazionale per affermare il ruolo del turismo sociale e giovanile anche nei confronti delle istituzioni, promuovere la costituzione di reti di servizi interassociativi. Aderisce al Forum del Terzo Settore ed è membro del Comitato di Coordinamento. È uno dei componenti dell'Osservatorio Nazionale dell'Associazionismo, presso il Ministero della Solidarietà Sociale. Partecipa ai tavoli istituzionali del turismo e in particolare, a quelli del turismo sociale. Sono undici Federazioni del turismo sociale e della cooperazione associate alla F.I.Tu.S. rappresentano complessivamente oltre 3 mln di cittadini. La F.I.Tu.S. è una realtà che annovera oltre 3.000 circoli ricreativi aziendali, migliaia di circoli territoriali, centinaia di agenzie di viaggio e di strutture turistiche e che è presente in tutte le Regioni e le Province d'Italia.

Dal punto di vista operativo la F.I.Tu.S. contribuirà, attraverso le esperienze maturate dalla sua rete di sedi operative diffuse su tutto il territorio Nazionale, nelle sedi coinvolte nel progetto, alla raccolta e messa a disposizione della documentazione e del materiale informativo sul turismo sociale e sostenibile utile a costruire i repertori sul turismo sociale previsti dalla FASE 5 del progetto.

Il contributo della F.I.Tu.S. sarà funzionale alla realizzazione delle Attività 1.1.1, e 1.1.6 di ricerca descritte nel paragrafo 8.1.

L'Università degli Studi Kore di Enna

L'Università Kore contribuirà alla realizzazione dell'Attività 1.1.1 e dell'Attività 1.1.6 di ricerca, mettendo a disposizione materiali documentali utili ad individuare, nelle aree coinvolte, le risorse in grado di rappresentare e valorizzare la storia e la cultura del contesto all'interno di una proposta di turismo sociale.

25) Risorse tecniche e strumentali necessarie per l'attuazione del progetto:

Il progetto è sostenuto da una trama integrata di professionalità, di competenze, di linguaggi; adeguate ed integrate sono le risorse tecniche e strumentali a disposizione per la realizzazione delle attività:

- locali adatti allo svolgimento di attività di ufficio, comunicazione, formazione e gestione attività
- computer dotati di collegamento internet
- software specialistici e dedicati
- telefono fax e fotocopiatrice
- materiale di cancelleria
- materiale pubblicitario
- occorrente specialistico per le diverse attività delle azioni previste, in specie per la ricerca e per la realizzazione degli sportelli.

Nello specifico riguardo all'azione **Repertori del turismo sociale** le risorse tecniche e strumentali utilizzate saranno:

- telefono fax e fotocopiatrice le usuali operazioni di comunicazione;
- un computer con pacchetto office per la realizzazione del materiale informativo e promozionale relativo alle iniziative organizzate, per la creazione di documenti utili quali fogli firme, fogli dei turni settimanali, diario di bordo, registro presenze degli operatori di progetto e dei volontari;
- collegamento internet per utilizzare la posta elettronica, per accedere facilmente ad informazioni del territorio;
- materiale informatico (penne USB per il salvataggio o la mobilità dei file,

- scanner, cd room per la raccolta dei documenti);
- locali adatti allo svolgimento degli incontri dotati di arredi adeguati quali sedie, tavoli, impianti di condizionamento/riscaldamento, servizi igienici;
- materiali informativi e promozionali delle iniziative quali brochure e locandine;
- mezzo per eventuali spostamenti nelle diverse sedi di svolgimento delle iniziative;
- luogo per la realizzazione dei seminari ed eventi, adatto ad ospitare in forma residenziale i partecipanti e utile allo svolgimento degli incontri tematici previsti ;
- un locale adatto alla proiezione di materiale multimediale ;
- sistema audio di amplificazione del suono;
- sussidi di documentazione (riviste, libri, video);
- materiale di cancelleria (penne, gomme, matite, evidenziatori, cartelli, buste plastificate, fogli A4, attache, spillatrice, graffette, forbici, colla, ecc).

Riguardo **all'AZIONE SOCIALE** le risorse tecniche e strumentali utilizzate saranno:

- un computer dotato di collegamento internet per la realizzazione di documenti utili;
- materiale di cancelleria (penne, gomme, matite, evidenziatori, cartelli, buste plastificate, fogli A4, attache, spillatrice, graffette, forbici, colla, ecc);
- telefono fax e fotocopiatrice per le usuali azioni di comunicazione;
- materiale didattico (libri, dispense, articoli, fotocopie su temi del turismo sociale);
- materiale informatico (penne USB per il salvataggio o la mobilità dei file, scanner, cd room per la raccolta dei documenti);
- arredi quali scaffalature e raccoglitori per catalogare il materiale, sedie e tavoli per facilitare la consultazione del materiale da parte degli utenti.
- luogo per la realizzazione degli sportelli CTA, seminari ed eventi, adatto ad ospitare in forma residenziale i partecipanti e utile allo svolgimento degli incontri tematici previsti.

CARATTERISTICHE DELLE CONOSCENZE ACQUISIBILI

26) *Eventuali crediti formativi riconosciuti:*

Non previsti

27) *Eventuali tirocini riconosciuti:*

Non previsti

28) *Competenze e professionalità acquisibili dai volontari durante l'espletamento del servizio, certificabili e validi ai fini del curriculum vitae:*

Il percorso che i volontari affronteranno nell'espletamento del servizio civile sarà caratterizzato da un mix di lavoro guidato e di formazione nelle aree tematiche che caratterizzano il progetto. In particolare questa esperienza permetterà di:

- avviare giovani volontari all'acquisizione delle competenze dell'operatore di Turismo sociale affinché siano in grado, tra altro, di gestire relazioni che sappiano suscitare la disponibilità delle persone per esperienze da realizzarsi insieme ad altri;
- far vivere ai volontari un'esperienza sfaccettata e qualificante nel settore del Turismo, sotto la guida di esperti referenti locali (Operatori locali di progetto, OLP), inserita in una struttura operativa già esistente nella sede di attuazione, e sotto il coordinamento del CTA nazionale;
- rendere i giovani coinvolti sempre più autonomi, e dotarli degli strumenti e delle relazioni necessarie ad animare il territorio dove operano;
- dare una formazione specifica per il supporto alla gestione dei processi\prodotti organizzativi e turistico sociali.

L'insieme delle attività previste dal progetto consentiranno ai volontari di acquisire competenze e professionalità nell'area del turismo.

In tal senso le competenze che verranno sviluppate e/o sostenute dal volontario nell'espletamento del servizio civile sono:

- Valorizzare i fattori di attrazione turistica presenti nei luoghi di destinazione.
- Valutare le caratteristiche naturali, sociali e culturali del territorio ascoltando le istanze della comunità locale per sviluppare reti e alleanze tramite attività di cooperazione e di negoziazione.
- Pianificare l'offerta turistica della destinazione secondo criteri di sostenibilità economica, sociale e ambientale, lavorando sul trade-off fra sostenibilità e competitività.
- Progettare e realizzare attività di sviluppo turistico elaborando le relative ipotesi finanziarie.
- Favorire l'accesso dei turisti alla destinazione in senso fisico (trasporti, viabilità, mobilità interna), e in senso simbolico (disponibilità di informazioni, immagine).
- Pianificare una strategia di comunicazione attraverso azioni pubblicitarie, eventi e pubbliche relazioni.
- Definire, promuovere e commercializzare i prodotti turistici espressi dalla destinazione, considerando anche le relazioni attivabili con il settore dell'intermediazione turistica.
- Utilizzare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione per il potenziamento dell'attività di management e marketing della destinazione, attraverso la progettazione di siti web e di sistemi informativi integrati.
- Gestire la qualità dell'offerta della destinazione e il monitoraggio della sua percezione da parte degli ospiti (customer satisfaction analysis).
- Raccogliere, elaborare e interpretare dati attinenti al fenomeno turistico nella destinazione attraverso ricerche sul campo e analisi di data-base esistenti.

Tali competenze potranno essere spese

- all'interno di strutture private o pubbliche dedite alla promozione e allo sviluppo del territorio con particolare attenzione alle attività turistiche

- all'interno di imprese turistiche dedite all'organizzazione dei viaggi (consorzi di operatori, tour operator, network di agenzie) o all'offerta di servizi turistici (alberghi o villaggi, attrazioni sportive, culturali o storiche, enti gestori di fiere), che focalizzano il proprio business sulla capacità di gestione dei flussi turistici
- in enti e società che si occupano della progettazione, gestione e promozione di eventi sportivi, culturali, enogastronomici ad alto impatto turistico
- in società di consulenza che si occupano di progetti di sviluppo delle destinazioni turistiche orientate alla sostenibilità
- in iniziative di lavoro autonomo di carattere consulenziale

A fianco delle competenze sopra descritte i volontari andranno ad acquisire e sviluppare anche:

- competenze di base (intese come quel set di conoscenze e abilità consensualmente riconosciute come essenziali per l'accesso al mondo del lavoro, l'occupabilità e lo sviluppo professionale) quali:

- conoscere e utilizzare gli strumenti informatici di base (relativi sistemi operativi, word, power point, internet e posta elettronica);
- conoscere e utilizzare i principali metodi per progettare e pianificare un lavoro, individuando gli obiettivi da raggiungere e le necessarie attività e risorse temporali e umane;
- conoscere la struttura organizzativa ove si svolge il servizio (organigramma, ruoli professionali, flussi comunicativi, ecc...).

- competenze trasversali (intese come quel set di conoscenze e abilità non legate all'esercizio di un lavoro ma strategiche per rispondere alle richieste dell'ambiente e produrre comportamenti professionali efficaci) quali:

- sviluppare una comunicazione chiara, efficace e trasparente con i diversi soggetti che a vario titolo saranno presenti nel progetto;
- saper diagnosticare i problemi organizzativi e/o i conflitti di comunicazione che di volta in volta si potranno presentare nella relazione con i destinatari del progetto;
- saper affrontare e risolvere gli eventuali problemi e/o conflitti, allestendo le soluzioni più adeguate al loro fronteggiamento e superamento;
- saper lavorare in gruppo con altri volontari e gli altri soggetti presenti nel progetto ricercando costantemente forme di collaborazione.

- metacompetenze (intese come l'insieme delle capacità cognitive a carattere riflessivo che prescindono da specifiche mansioni e sono considerate sempre più strategiche nella società della conoscenza) quali:

- comprendere, analizzare e riflettere i compiti che verranno richiesti nell'ambito del progetto e il ruolo che si dovrà svolgere mettendo in relazione il proprio bagaglio di conoscenze pregresse con quanto richiesto per l'esercizio del ruolo;
- rafforzare e migliorare costantemente le proprie competenze/attitudini anche al di là delle occasioni di formazione che verranno proposte nel progetto;
- riflettere sul proprio ruolo nello svolgimento del servizio civile e ricercare costantemente il senso delle proprie azioni, potenziando i propri livelli di auto-motivazione e i propri progetti futuri di impegno nel settore del volontariato.

L'insieme delle competenze maturate dai volontari saranno soggette a certificazione rilasciata da EUROSISTEM in virtù dell'accordo stipulato di cui si allega il protocollo d'intesa.

Al termine del periodo di servizio civile, Eurosystem, ente terzo rispetto al proponente del progetto, certificherà le conoscenze e le competenze in possesso dai volontari, attraverso la realizzazione del portfolio delle competenze.

Inoltre, le ACLI rilasceranno un attestato a seguito della partecipazione del volontario alla formazione specifica.

Tale attestato è composto da due strumenti: uno sintetico, che attesta la partecipazione del soggetto al percorso di formazione, e uno dettagliato, che riporta i dati per la trasparenza del percorso.

L'attestato dettagliato, in particolare, prevede quattro categorie di indicatori:

- la prima fa riferimento ai soggetti che a vario titolo sono coinvolti nel percorso di formazione, con un'attenzione particolare ai nominativi e al ruolo dei firmatari del documento. E' prevista anche l'immissione dei nominativi dei soggetti partner che a vario titolo hanno portato il loro contributo all'azione formativa;
- la seconda prevede gli indicatori che rendono trasparenti le caratteristiche principali del percorso: la denominazione, la data, la durata, la sede di svolgimento delle attività, il luogo e la data di rilascio dell'attestato;
- nella terza sono elencati i dati anagrafici di riconoscimento del partecipante;
- nella quarta, che è il cuore della trasparenza, sono elencate le voci che specificano e dettagliano il percorso formativo: obiettivi, contenuti, moduli, durata, etc. Questi dati rappresentano la parte più spendibile dell'attestato, quella che può essere facilmente letta e compresa da soggetti terzi. Da questa parte, in particolare, si rilevano le conoscenze e le competenze perseguite, che diventano patrimonio visibile dell'individuo e che costituiscono un effettivo valore aggiunto per il curriculum vitae.

Formazione generale dei volontari

29) Sede di realizzazione:

Quanto segue fa riferimento al sistema di formazione verificato dall'UNSC in sede di accreditamento, al quale si rimanda.

La formazione generale sarà svolta a cura della sede nazionale ACLI e del suo staff di formatori. I giovani in servizio civile saranno riuniti su base territoriale o regionale o sovra-regionale (si veda lo schema riportato di seguito). All'interno del territorio individuato si organizzerà il lavoro in modo tale da costituire tanti gruppi di massimo 25 volontari quanti sono necessari per assicurare ad ognuno la formazione generale secondo quanto stabilito dalla circolare "Linee guida per la formazione generale".

In questo modo verrà assicurata la unitarietà del processo formativo e nello stesso tempo la sua territorialità.

Le sedi ACLI presso le quali si svolgerà la formazione in forma aggregata per macroregioni saranno nell'ordine:

Macroregione	Sede
Piemonte Valle d'Aosta Liguria	Sede Provinciale ACLI Torino via Perrone 3, bis Torino

Veneto Friuli V. G. Trentino A. A.	Padova - Via A. da Forlì, 64/a -
Lombardia Emilia Romagna Toscana Marche	Bologna sede provinciale ACLI via Lame 116
Lazio Abruzzo Umbria Marche	Sede Nazionale ACLI via Marcora 20 00153 Roma
Puglia	Bari, sede provinciale ACLI, via V De Bellis 37
Campania Molise Basilicata	Napoli - via del fiumicello 7
Calabria	Lametia Terme, sala Formazione piazza Lametia Terme, 12
Sicilia	Catania - Corso Sicilia 111 - sede Acli Enna - Via Dante 1 - Sede Acli Caltanissetta - via Libertà 180 - sede Acli
Sardegna	Oristano - via Cagliari 234b

Eventuali variazioni dei territori aggregati potranno essere possibili per sopraggiunte diverse condizioni organizzative.

30) Modalità di attuazione:

<p>a) In proprio presso l'ente con formatori dell'ente.</p> <p>La formazione sarà svolta in proprio con formatori dell'ente. Si prevede inoltre l'intervento di esperti secondo quanto contemplato dal paragrafo 2 delle Linee guida per la formazione generale dei volontari.</p> <p>Per la formazione generale saranno applicate le normative stabilite con determina dirigenziale dall'Ufficio nazionale di Servizio civile e pubblicate in data 4 aprile 2006. Le Linee guida per la formazione generale dei giovani in servizio civile nazionale - descritte nel documento allegato alla determina e che ne forma parte integrante - sono state accolte dal nostro ente con grande interesse e apprezzamento: esse costituiscono una conferma della unità di intenti e comunanza nel modo di intendere lo spirito del servizio civile tra l'UNSC e le ACLI. Si concorda in particolare sul ruolo e sugli obiettivi affidati alla formazione. Essi sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fornire ai giovani gli strumenti per vivere correttamente l'esperienza del servizio civile; - sviluppare all'interno degli Enti la cultura del servizio civile; - assicurare il carattere unitario, nazionale del servizio civile. <p><i>Il primo obiettivo</i> "fornire ai giovani gli strumenti per vivere correttamente l'esperienza del servizio civile" può essere declinato anche come mettere in atto strumenti e modalità che permettano di assicurare la conoscenza dei diritti e doveri, nonché del ruolo del giovane in servizio civile, in modo tale che egli impari a riconoscere il senso della sua esperienza e l'importanza dell'educazione alla responsabilità, al senso civico e alla pace.</p> <p><i>Il secondo obiettivo</i> "sviluppare all'interno degli Enti la cultura del servizio civile" e' perseguito attraverso il continuo coinvolgimento degli RLEA, laddove obbligatori, o dei responsabili provinciali del servizio civile ACLI e, in ogni caso, degli OLP nella progettazione e organizzazione della formazione generale rivolta ai volontari. RLEA,</p>

responsabili provinciali e OLP sono inoltre, nell'ambito delle ACLI, fruitori della formazione a loro dedicata: ogni anno si tengono:

- ✓ due seminari nazionali di due giorni dedicati agli RLEA e ai responsabili provinciali;
- ✓ una giornata di formazione per ogni gruppo territoriale di Operatori locali di progetto

Il terzo obiettivo "assicurare il carattere unitario, nazionale del servizio civile" viene perseguito anche attraverso la particolare modalità di attuazione prescelta. Infatti lo staff formativo, composto da tutti i formatori ACLI impegnati sul Servizio civile, si riunisce frequentemente per la progettazione e la valutazione congiunta dell'attività formativa alla presenza del responsabile nazionale di ente accreditato, della responsabile politica e del responsabile della formazione del S.C. Ogni formatore accreditato è poi incaricato di realizzare la formazione dei giovani di un territorio. Questo assicura continuità, ricorsività, trasmissione di conoscenza e monitoraggio da parte della sede nazionale ACLI e del responsabile nazionale di ente accreditato. Inoltre l'aggregazione dei giovani per macroregioni permette uno scambio continuo tra diverse esperienze locali dedite al medesimo progetto o anche a progetti diversi.

L'Ente possiede al suo interno le competenze per svolgere l'attività formativa. Esso ha a disposizione una propria Funzione Formazione ed è soggetto promotore di un importante Ente di formazione di rilevanza nazionale (ENAIP), radicato nelle diverse realtà regionali.

Il Patronato ACLI, l'ENAIP nazionale, le ACLI TERRA nazionali, i Giovani delle ACLI, l'Unione Sportiva ACLI, partners a seconda dei casi dei progetti, dispongono inoltre ciascuno di un proprio servizio formazione per le parti più specifiche.

I formatori accreditati potranno utilizzare nella lezione frontale esperti che contribuiscano ad arricchire i contenuti offerti. I curricula di tali esperti saranno tenuti dall'Ente a disposizione per qualsivoglia verifica e i nominativi degli esperti saranno riportati nei registri di formazione predisposti a cura dell'ente. Tali esperti saranno sia interni all'ente sia esterni.

Le spese vive (trasporti e vitto) saranno sostenute dalle sedi di attuazione di progetto.

Come già accennato, i gruppi di volontari in formazione, sia per quanto riguarda le lezioni frontali sia per quanto riguarda le dinamiche non formali, non supereranno le 25 unità, cosa fondamentale per assicurare una relazione efficace tra i partecipanti, nel gruppo e con il formatore. I gruppi di formandi saranno composti da giovani in servizio civile appartenenti a diversi progetti delle ACLI insistenti sul medesimo territorio.

La formazione dei formatori e la formazione dei selezionatori sono processi attivi ormai da diversi anni.

Dal 2005 al 2010 i formatori del Servizio civile delle ACLI nazionali hanno svolto numero 3 giornate di formazione formatori per ciascun anno.

Inoltre i formatori hanno svolto due giornate di formazione in contemporanea ai selezionatori allo scopo di contribuire a costruire un sistema coerente di selezione, valutazione, formazione sia da parte dell'Ente sia da parte dei vari gruppi di professionisti impegnati nel servizio civile volontario delle ACLI, sia da parte dei candidati e volontari.

31) *Ricorso a sistemi di formazione verificati in sede di accreditamento ed eventuale indicazione dell'Ente di 1^ classe dal quale è stato acquisito il servizio:*

Si

Si rimanda al sistema di formazione verificato dall'Ufficio in sede di accreditamento

32) Tecniche e metodologie di realizzazione previste:

1. la lezione frontale: i formatori si avvarranno anche di esperti della materia trattata, come indicato alla voce "Modalità di attuazione" della presente scheda progetto; i nominativi degli esperti saranno evidenziati nei registri della formazione come indicato dalle "Linee guida". Ai registri verranno allegati i curriculum vitae che le ACLI nazionali si impegnano a rendere disponibili per ogni richiesta dell'Ufficio Nazionale per il Servizio Civile;
2. le dinamiche non formali: la situazione formativa che fa riferimento alle dinamiche di un gruppo (ed alla sua evoluzione sul piano della autoregolazione della struttura e degli obiettivi) è essenzialmente legata a risultati di facilitazione affinché i volontari riescano a percepire e ad utilizzare le risorse interne al gruppo, costituite da ciò che ciascuno, come individuo e come parte di una comunità, porta come sua esperienza, come suo patrimonio culturale, e dalle risorse che l'Ente mette a disposizione dei partecipanti in diversi modi e sotto diversi aspetti.
Le tecniche all'uopo utilizzate comprendono, in maniera ampia, il metodo dei casi, il T-group e l'esercitazione, i giochi di ruolo e l'outdoor training, e, nel complesso, sia le tecniche di apprendimento che i tipi di esperienze riconducibili alla formazione alle relazioni in gruppo e di gruppo.
3. formazione a distanza: potrà essere utilizzata per alcuni moduli formativi in modalità blended, cioè attraverso la discussione in piattaforma di alcuni contenuti e moduli formativi già trattati in presenza (o in attività di lezione frontale o in attività di dinamica non formale). La piattaforma consentirà di fruire dei contenuti in maniera flessibile e adattabile al singolo utente, in particolare seguendo il dibattito anche off-line.

Il programma di formazione generale del presente progetto, nell'ambito delle tre possibili modalità sopra indicate, prevede il ricorso alla lezione frontale per 22 ore (oltre il 50% del monte ore complessivo) e il ricorso alle dinamiche non formali per altre 20 ore per un totale di 42 ore.

Le ACLI adotteranno qualsivoglia materiale didattico e dispensa predisposti dall'Ufficio nazionale, provvedendo eventualmente a integrare e ad arricchire la documentazione laddove se ne presentasse la necessità.

Sono comunque già predisposti quali materiali formativi-informativi per i volontari in servizio civile nelle ACLI:

- una cartella completa che viene consegnata e illustrata al momento della presa servizio da parte dell'Olp. Tale cartella contiene materiali utili e obbligatori per la presa servizio e materiali utili anche per la formazione.

Tale cartella contiene, fra l'altro:

documentazione sull'Ufficio Nazionale per il Servizio Civile della Presidenza del Consiglio dei Ministri;

- legge 6 marzo 2001 n.64;
- carta etica del servizio civile nazionale;
- documentazione sulle ACLI, il Patronato ACLI, l'ENAIIP, ed i principali servizi/settori dell'Associazione;
- dispense e articoli su volontariato e SCN;

- documentazione sulle ACLI in Italia e sulle sedi operative;
- materiale informativo sulla storia delle ACLI;
- modulistica per l'avvio al servizio;
- materiale di documentazione sulla relazione di aiuto, la tutela, l'invalidità civile, il diritto previdenziale, l'assistenza, l'immigrazione e l'emigrazione, il diritto del lavoro, il mercato del lavoro;
- guida all'utilizzo della rete telematica e alla posta elettronica;
- questionari per la verifica dell'apprendimento;
- cartellina con blocco notes;
- materiali per le esercitazioni pratiche.

Le metodologie dunque si possono riassumere in: lezioni frontali e dinamiche non formali, compresi lavori di gruppo ed individuali e restituzione in plenaria; discussione; *role playing*; *problem solving*; *brainstorming*; esercitazioni pratiche.

Le attrezzature utilizzate sono: lavagna luminosa; lavagne a fogli mobili; pc e videoproiettore per la proiezione di slide e quanto altro, postazioni multimediali con collegamento internet in caso di necessità didattica.

33) *Contenuti della formazione:*

E' opportuno premettere alla descrizione dei contenuti formativi la definizione delle caratteristiche di setting, che a nostro parere rappresentano una condizione fondamentale per lo svolgimento di una appropriata ed efficace azione formativa, alle quali le ACLI hanno in questi anni dedicato molta attenzione.

Le caratteristiche del setting

- ✓ CONDIVISIONE CON GLI RLEA O RESPONSABILI PROVINCIALI DELLA FORMAZIONE VOLONTARI

Tutte le attività avvengono a cura di un formatore accreditato, con il sostegno organizzativo di una risorsa dell'ufficio servizio civile delle ACLI nazionali.

Costoro, precedentemente all'avvio della formazione volontari, svolgono un incontro con gli RLEA o i responsabili provinciali interessati per la preparazione specifica del setting della formazione dei volontari.

Agli RLEA viene illustrata la formazione generale, a partire dalle linee guida, e vengono illustrati i moduli che si svolgeranno.

Questa azione mira a coinvolgere i RLEA anche nella formazione generale.

Inoltre formatore e operatrice svolgono attività periodica di formazione e autoaggiornamento nel gruppo di formazione dell'ufficio nazionale di servizio civile.

Viene concordato con i RLEA che l'attività si terrà in aule in forma circolare e/o semicircolare e che oltre alla lezione frontale si useranno tecniche non formali, dialogiche e da gruppo di ricerca.

- ✓ FORMAZIONE DEI VOLONTARI

Tutte le attività avvengono a cura di un formatore accreditato con il supporto dello staff dell'ufficio servizio civile delle ACLI nazionali.

Aula per massimo 25 persone, sedute, in forma circolare e/o semicircolare.

Modalità: frontale, circolare, esercitativa, a seconda dell'obiettivo e delle indicazioni delle Linee Guida della formazione generale.

Prima della formazione

Modulo: "Pre-modulo"

Titolo: Incontro RLEA o responsabili provinciali per progettazione esecutiva della formazione

Obiettivo e contenuto: Raccogliere istanze RLEA circa la formazione dei volontari della macroregione di riferimento, illustrare nel dettaglio la formazione generale obbligatoria così come progettata dai progettisti e condivisa dai formatori accreditati. Illustrare le linee guida della Presidenza del Consiglio dei Ministri

Ore: 8

Moduli formazione generale dei volontari

I modulo

Titolo: "L'identità del gruppo in formazione"

Contenuti: Presentazione partecipanti. Presentazione staff, presentazione del percorso generale e della giornata formativa. Raccolta aspettative e preconoscenze verso il servizio civile volontario, raccolta idee di servizio civile, motivazioni, obiettivi individuali. Presentazione concetti e pratiche di "Patria", "Difesa senza armi", "difesa non violenta".

Obiettivi: Costruire l'identità di gruppo, come persone in servizio civile volontario presso l'associazione ACLI sul medesimo macro-territorio. Costruire attraverso la presentazione, avvio, raccolta aspettative e bisogni, la conoscenza minima per poter elaborare insieme, e costruire l'atteggiamento di fiducia che permette l'apprendimento. Creare nel volontario singolo e nel gruppo, così come richiesto dalle linee guida per la formazione generale, la consapevolezza che la difesa della Patria e la Difesa non violenta costituiscono il contesto che legittima lo Stato a sviluppare l'esperienza di servizio civile.

Ore: 4

II modulo

Titolo: "Dall'obiezione di coscienza al servizio civile nazionale: evoluzione storica, affinità e differenze tra le due realtà"

Contenuti: Analisi della legge 64/01 evidenziando i fondamenti istituzionali e culturali del servizio civile nazionale. Si utilizzerà una esercitazione : "Se fossi stato io il legislatore..." Per evidenziare quali principi evocano i volontari nella ipotetica stesura della legge sul servizio civile. I cinque principi base della legge, il collegamento tra vecchio servizio civile e nuovo servizio civile. Si evidenzieranno la storia della obiezione di coscienza, i contenuti della legge 230/98.

Obiettivi: Costruire con i volontari una coscienza del senso e significato del volontario in servizio civile nazionale, fissando anche le origini del concetto.

Ore: 4 di cui 2 di lezione frontale

III modulo

Titolo: Il dovere di difesa della Patria

Contenuti: A partire dal dettato costituzionale, articolo 52 "La difesa della Patria è sacro dovere del cittadino" se ne approfondirà l'attualizzazione anche alla luce della recente normativa e della giurisprudenza costituzionale.

In particolare, si illustreranno i contenuti delle sentenze della Corte Costituzionale nn.164/85, 228/04, 229/04 e 431/05, in cui si dà contenuto al concetto di difesa civile o difesa non armata.

Si illustrerà inoltre La Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, firmata a Parigi il 10 dicembre 1948, promossa dalle Nazioni Unite.

Si utilizzerà la lezione frontale allo scopo di presentare in modo esaustivo i contenuti.

Obiettivi: Allargare la conoscenza della idea di "dovere di difesa della Patria", concetto che sembra a volte risultare poco conosciuto fra i giovani, ed anzi a volte ritenuto concetto "antico" e di linguaggio difficile e distante.

Ore: 4 di cui 2 di lezione frontale

IV modulo

Titolo: "La difesa civile non armata e non violenta"

Contenuti: Si utilizzerà la lezione frontale muovendo da alcuni cenni storici di difesa popolare nonviolenta, si presenteranno le forme attuali di realizzazione della difesa alternativa sul piano istituzionale, di movimento e della società civile.

E' molto interessante qui affrontare il tema "gestione e trasformazione nonviolenta dei conflitti", "prevenzione della guerra" e "operazioni di polizia internazionale", nonché i concetti di "peacekeeping", "peace-enforcing" e "peacebuilding", specie se collegati all'ambito del diritto internazionale.

Le ACLI grazie a IPSIA, ong appartenente al sistema, e all'Area Pace e diritti umani vantano in questo una esperienza specifica testimoniata dalla formazione già svolta negli anni precedenti (in particolare per i volontari del progetto di servizio civile "Giustizia e pace si abbracceranno").

Il tema, di forte risalto negli anni '70 e '80, ha visto durante le vicende belliche degli anni '90 nei Balcani una maggiore attenzione dell'opinione pubblica mentre risulta a nostro parere sottaciuto presso la generazione dei ventenni di oggi (proprio l'età dei volontari che accedono ai progetti di servizio civile).

Obiettivi: Aiutare i volontari ad immaginare l'esistenza di tecniche di difesa non armata e non violenta.

Ore: 4 di cui 2 di lezione frontale

V modulo

Titolo: "La protezione civile"

Contenuti: In questo modulo verranno forniti elementi di protezione civile intesa come collegamento tra difesa della Patria e difesa dell'ambiente, del territorio e delle popolazioni. Si evidenzieranno le problematiche legate alla previsione e alla prevenzione dei rischi, nonché quelle relative agli interventi di soccorso.

Obiettivi: Dare senso e ragione del servizio civile come attività di prevenzione e "protezione" della popolazione affrontando anche la protezione civile nel senso diretto e immediato del termine (calamità, terremoti, ordine pubblico, ecc.) e gli

elementi di base necessari ad approntare comportamenti di protezione civile.

Ore: 4 di lezione frontale

VI modulo

Titolo: "La solidarietà e le forme di cittadinanza"

Contenuti: In questo modulo si partirà dal principio costituzionale di solidarietà sociale e dai principi di libertà ed eguaglianza per affrontare il tema delle limitazioni alla loro concretizzazione.

Si farà riferimento alle povertà economiche e all'esclusione sociale, al problema della povertà e del sottosviluppo a livello mondiale, alla lotta alla povertà nelle scelte politiche italiane e negli orientamenti dell'Unione Europea, al contributo degli Organismi non Governativi. Verrà inoltre presentato il concetto di cittadinanza e di promozione sociale, come modo di strutturare, codificando diritti e doveri, l'appartenenza ad una collettività che abita e interagisce su un determinato territorio. In particolare le ACLI promuoveranno il tema della coesione sociale come mezzo per difendere la Patria "dal di dentro" garantendo a tutti possibilità di promozione, dunque di inclusione, dunque di partecipazione attiva alla società ; si insisterà sul concetto di cittadinanza attiva, per dare ai volontari il senso del servizio civile come anno di impegno, di condivisione e di solidarietà.

Le ACLI come organizzazione della società civile hanno volontà di presentare lo Stato quale promotore e garante di promozione umana e difesa dei diritti delle persone anche nel rapporto tra le istituzioni e le organizzazioni della società civile.

Inoltre, partendo dal principio di sussidiarietà, si discuterà il tema del "Welfare che cambia" le competenze attribuite a Stato regione e province dalla legge 328/2000 e dalla modifica del titolo V della Costituzione italiana.

Obiettivi: Dare senso alla parola "solidarietà e ad ogni forma di cittadinanza" riscoprendo il significato dell'essere cittadini attivi e solidali, in un contesto e una visione multi-etnica e aperta alle istanze internazionali.

Dare ragione di parole come "globalizzazione", "interculturalità", "sussidiarietà".

Ore: 4 di cui 2 di lezione frontale

VII modulo

Titolo: "Servizio civile nazionale, associazionismo e volontariato"

Contenuti: In questo modulo verranno evidenziate le affinità e le differenze tra le varie figure che operano sul territorio, quali volontari di associazioni di volontariato (legge 266/1991) , promotori sociali (figura istituita dal Ministero del Lavoro e politiche sociali), operatori, cooperanti, soci di associazioni di promozione sociale, quali le ACLI, (legge 383/2000) ecc. Sarà chiarito il significato di "servizio" e di "civile".

Obiettivi: Condividere il significato del "servizio" come impegno e bene, offerto in via immateriale, bene non monetizzabile, e "civile" "inserito in un contesto e rispettoso di quel contesto anche se criticamente vigile".

Aiutare i volontari ad inserire i contenuti circa il Welfare e il ruolo delle ACLI all'interno di un quadro più ampio, dando significato compiuto a parole quali "terzo settore", "no-profit", "impegno civile".

Ore: 4 di cui 2 di lezione frontale

VIII modulo

Titolo: "La normativa vigente e la Carta di impegno etico"

Contenuti: Sarà illustrato l'insieme delle norme che regolano il sistema del servizio civile nazionale. Sarà utilizzata la lezione frontale.

Obiettivi: Aiutare i volontari ad inserirsi nel percorso con consapevolezza e distinguendo i tre attori principali: il volontario medesimo, l'istituzione Stato italiano, l'ente gestore. Conoscere i dati di contesto, tratti dalle fonti legislative, che diverranno vincolo e risorsa a cui attingere durante l'anno di servizio civile.

Ore: 2 di cui 1 di lezione frontale

IX modulo

Titolo: "Diritti e doveri del volontario del servizio civile"

Contenuti: Si evidenzieranno il ruolo e la funzione del volontario e si illustrerà la circolare sulla gestione, concernente la disciplina dei rapporti tra enti e volontari del servizio civile nazionale.

Obiettivi: Offrire ai volontari gli strumenti di base per definire diritti e doveri, facendo appello alla lettera da loro sottoscritta ma anche al dettato della circolare che sosterrà il percorso, facilitando anche i rapporti con l'ente, in quanto documento che definisce bene vincoli e opportunità.

Ore: 4 di cui 2 di lezione frontale

X modulo

Titolo: "L'ente accreditato presso cui si svolge servizio: le ACLI, Associazioni cristiane lavoratori italiani"

Contenuti: In questo modulo, per fornire ai volontari gli elementi di conoscenza del contesto in cui si troveranno a prestare l'anno di servizio civile, verranno presentate la storia, le caratteristiche specifiche e le modalità organizzative ed operative dell'Ente accreditato.

Le ACLI, accogliendo un'esperienza che discende dalla tradizione della obiezione di coscienza e del servizio non armato per il sacro dovere di difesa della Patria, anche con mezzi non armati, si impegnano a un servizio civile volontario come esperienza di apprendimento nel e sul lavoro con altri, in una organizzazione che promuove coesione sociale. La coesione sociale è considerata un valore e una condizione la cui difesa è sostanzialmente un modo di realizzare la difesa non armata della Patria in quanto concorre alla realizzazione dei principi costituzionali (articolo 3 della Costituzione italiana).

Analisi della carta di impegno etico firmata delle ACLI nazionali e locali.

Si potrà anche svolgere una analisi della realtà nazionale: incontrare dei testimoni privilegiati (aclisti adulti che forniscano tracce della storia), con preparazione, esecuzione e report di interviste a testimoni privilegiati, analisi realtà territoriale delle ACLI attraverso una scheda apposita, raccolta dati e progettazione piccoli interventi di approfondimento.

Obiettivi: Sostenere i volontari nel conoscere e riconoscere gli elementi che nel servizio quotidiano nell'ente costituiscono attuazione dell'articolo 3 della

costituzione: "È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese".

Ore: 4 di cui 2 di lezione frontale

XI modulo

Titolo: "Il lavoro per progetti"

Contenuti: "Che cos'è la progettazione sociale? Quali sono i suoi principi cardine? Come si esplicita in un lavoro metodico e organizzato? Come valutare i risultati? Che significa avere a che fare con persone che producono servizi spesso "immateriali"? Nell'affrontare il tema della progettazione sociale si farà riferimento inoltre agli specifici settori di attività ed alle aree di intervento previsti per le attività di servizio civile, in modo che i volontari abbiano chiaro quale sia il campo nel quale si esplicita la funzione di tale servizio.

Verrà illustrato il metodo della progettazione nelle sue articolazioni compresa la fase della valutazione di esito, di efficacia ed efficienza del progetto. Si sosterranno i volontari nel conoscere e approfondire metodi per la auto-valutazione della propria crescita esplicitando anche come può avvenire da parte diversa la valutazione della crescita umana dei volontari in servizio civile.

Obiettivi: Sostenere la crescita dell'individuo e del gruppo nel riconoscere la propria condizione di persone impegnate nel civile e nel sociale, anche attraverso la auto-valutazione dei risultati del proprio progetto di servizio civile volontario. Si farà riferimento esplicito agli specifici settori di attività dei progetti di servizio civile individuando per ognuno la specifica modalità di lavoro per progetti.

Ore: 4 di cui 3 di lezione frontale

34) *Durata:*

42 Ore

Formazione specifica (relativa al singolo progetto) dei volontari

35) *Sede di realizzazione:*

La formazione specifica sarà realizzata nelle sedi accreditate dove i volontari saranno impegnati. L'elenco degli indirizzi delle sedi che ospiteranno la formazione specifica è riportato al punto 16.

36) *Modalità di attuazione:*

La formazione sarà effettuata in proprio, presso l'ente con formatori dell'ente.

Il progetto, sviluppato su una base territoriale non omogenea, prevede una strategia formativa e operativa con momenti di formazione presso la sede di assegnazione dei volontari in servizio civile a cura dell'OLP.

Il gruppo di OLP parteciperà ad un momento di coordinamento iniziale finalizzato a condividere i contenuti, gli strumenti e le metodologie utili alla realizzazione delle formazioni specifiche.

Il programma di formazione, del quale i contenuti sono indicati nel successivo punto 41, avrà la durata di 72 ore e sarà composto da 30 ore di formazione a distanza e 42 ore realizzate dagli OLP. Il programma sarà integrato con stages da realizzarsi in occasione di eventi turistici e culturali sul territorio nazionale.

In particolare sarà organizzato:

- lo scambio di esperienze tra i volontari presenti nei vari CTA in Italia
- la partecipazione e la formazione durante le diverse iniziative promosse dal CTA nel corso dell'anno 2010.
- la partecipazione a fiere turistiche e seminari formativi nella città, nella quale si presta il servizio civile, organizzati da Associazioni, Comuni e Provincia.
- la partecipazione a seminari tenuti da altre organizzazioni di turismo sociale, affini al CTA.

37) Nominativo/i e dati anagrafici del/i formatore/i:

Altavilla Matteo, nato a Padova il 23/08/1971
Bordone Anna, nata a Napoli il 02/11/1976
Brunati Giovanni Battista, nato a Pizzighettone (CR) il 20/01/1963
Deidda Monica, nata a Oristano il 29/08/1974 15/10/1969
Di Liso Silvia, nata a Atri (TE) il 12/06/1981
Fontanari Marta nata a Levico (TN) il 26/09/1955
Lombardini Learco, nato a Terni il 06/08/1945
Martis Stefania nata a Torino il 27/05/1966
Mattio Rosanna, nata a Cuneo il 01/09/1967
Pantalone Sandra nata a Chieti il 24/10/1960
Perini Enrica nata a Casalmaggiore (CR) il 19/07/1967
Pini Bruno, nato a Cotignola (RA) il 10/07/1936
Proietti Paolo, nato a Roma il 20/08/1973
Salvati Carmina nata a Pompei (NA) il 06/12/1973
Sfodera Fabiola, nata a Deruta (Pg) il 15/10/1969
Pugliese Filippo nato a Potenza il 12/02/147

38) Competenze specifiche del/i formatore/i:

Altavilla Matteo, Presidente – amministratore coop. Sociale "La rosa blu", che svolge attività nella gestione di impianti e strutture ricettive turistiche, attività educative, progetti di formazione, promozione nel settore del turismo sociale, Presidente del CTA Padova e Vice Presidente del CTA Nazionale.

Bordone Anna, Diplomata. Si occupa di attività relative allo sviluppo associativo e ad attività concernenti la dispersione scolastica. Ottime capacità organizzative di eventi e manifestazioni che rientrano nell'ambito di interesse del CTA.

Brunati Giovanni Battista - Presidente provinciale delle Acli di Cremona - Presidente del Centro Turistico Acli di Cremona esperto nella costruzione, gestione e promozione di pacchetti turistico-sociali, nell'organizzazione e realizzazione di eventi turistici per la scoperta e valorizzazione del patrimonio culturale e artistico locale.

Deidda Monica – Laureata in Lettere con indirizzo storico artistico con 110/110 – esperta nell'organizzazione e realizzazione di pacchetti turistici finalizzati alla scoperta e valorizzazione del patrimonio culturale e artistico in particolare della provincia di Cuneo.

Di Liso Silvia – Laureanda in Lingue e Civiltà Orientali. Organizzatrice di meeting e conferenze. Si è occupata della gestione di progetti EQUAL finanziati dal Fondo Sociale Europeo. Accompagnatrice turistica e Group Leader.

Fontanari Marta – Diploma, lavora presso il CTA di Trento dal 1984 con incarico di Direttore del Servizio. Docente di Educazione Musicale. Decennale esperienza nell'organizzazione di convegni ed eventi per il CTA.

Lombardini Learco – Insignito della Stella di Maestro del Lavoro per meriti lavorativi. Collabora con le Acli Provinciali di Terni dal 1995. Svolge attività di realizzazione di iniziative turistiche per il CTA, Responsabile Associativo delle Acli Provinciali. Pluriennale esperienza nella realizzazione di iniziative rivolte ad anziani per la FAP. Consigliere Regionale USAcli.

Martis Stefania, esperta in formazione e coordinatrice di progetti nell'ambito sociale, cooperazione internazionale, welfare e empowerment. Esperienza decennale in progettazione, realizzazione di eventi, coordinamento servizio civile.

Mattio Rosanna - Responsabile Centro Turistico ACLI di Cuneo e membro della Presidenza Nazionale C.T.A. esperta nella costruzione, gestione e promozione di pacchetti turistico-sociali, nell'organizzazione e realizzazione di eventi turistici per la scoperta e valorizzazione del patrimonio culturale e artistico della provincia di Cuneo e nella organizzazione e realizzazione di percorsi di turismo accessibile per persone diversamente abili.

Pantalone Sandra – Diploma. Guida Mussale presso Parco Archeologico della Civitella Chieti. Organizzatrice di eventi e convegni sulle tematiche del CTA.

Perini Enrica – Diploma. Addetta alla Segreteria Provinciale Acli. Responsabile sul territorio di vari circoli. Gestisce Associazioni Sportive Dilettantistiche dal 2001. Gestisce la sezione turistica, Accompagnatrice in occasione di soggiorni e gite scolastiche.

Pini Bruno – Presidente del CTA di Ravenna esperto nella costruzione, gestione e promozione di pacchetti turistico-sociali, nell'organizzazione e realizzazione di strumenti e ricerche finalizzate alla valorizzazione e promozione del patrimonio culturale e artistico locale e nella realizzazione di eventi turistici. Coordinatori di gruppi di volontariato.

Proietti Paolo - Laureato in Scienze politiche – formatore e docente, esperto di servizi turistici e culturali.

Pugliese Filippo – Operatore Culturale presso il Centro Servizi culturali di Potenza

finanziato dal Formez. Attività di promozione e animazione culturale nella Regione Basilicata. Ha partecipato a numerosi convegni culturali in collaborazione con Enti Locali e Associazioni. Progettista e coordinatore di progetti regionali di formazione professionale. Esperienza nella formazione dei Piani Annuali per il Diritto allo Studio, coordinatore di progetti di Alta formazione. Presidente del Comitato Nazionale del Centro Turistico Acli.

Salvati Carmina –Laurea in Sociologia con indirizzo "Comunicazione di massa". Formatrice per corsi di Orientamento professionale per Teleservizi. Gestione e coordinamento delle attività del CTA di Torre Annunziata. Docente per corsi di alfabetizzazione informatica. Ricercatrice nel campo sociale e delle politiche del lavoro e dell'immigrazione. Ha collaborato alla progettazione, sviluppo e sperimentazione di un sistema di orientamento al ruolo professionale con la tecnologia di reti neurali artificiali.

Sfodera Fabiola – Laurea in Economia con specializzazione in Marketing. Consulente turistica. Consulente esperto del CNEL nella valutazione della sostenibilità gestionale ed organizzativa dei distretti turistici. Responsabile per la formazione del Nord Est Italia per l'Area Mercato e Merci per le Ferrovie dello Stato. Responsabile area Marketing per le attività di formazione. Ricercatrice e Consulente in materia di sviluppo turistico territoriale. Consulente senior, studi di fattibilità per strutture alberghiere, centri termali e investimenti nel settore dell'ospitalità. Attività di ricerca e docenza per l'area marketing e marketing del turismo.

39) Tecniche e metodologie di realizzazione previste:

L'azione dei formatori si confronterà costantemente con la duplice esigenza di far aderire il setting formativo alla realtà concreta e di favorire, all'interno di esso, occasioni funzionali di riflessione e di concettualizzazione sulle esperienze. In questa direzione andranno le metodologie formative attive che saranno utilizzate nella formazione che ripropongono soprattutto situazioni-problema di specifici e reali contesti organizzativi, con l'obiettivo di far confrontare ed addestrare i partecipanti con la gestione efficace dei problemi reali, all'interno però di una situazione "presidiata" che consenta un controllo delle principali variabili del processo di apprendimento.

Abbiamo già definito il focus della metodologia di questo progetto come "action learning": ai volontari viene chiesto non tanto un generico impegno di partecipazione e di applicazione nei confronti delle tematiche in oggetto, bensì di "vivere il progetto di servizio civile" in una logica di apprendimento attivo ed esperienziale, appunto "action learning".

La **Metodologia** alla base del percorso formativo specifico, dedicato cioè ai volontari prevede l'utilizzo di:

- trasmissione diretta di conoscenze e competenze, finalizzata ad una forte sensibilizzazione al lavoro individuale e in rete, basato sull'integrazione dei ruoli e sullo scambio di competenze;
- integrazione di diverse metodologie di intervento. Il percorso formativo proposto facilita la visione dell'organizzazione, dei servizi e dei sistemi nei quali i volontari sono inseriti. Tale percorso si configura pertanto come una consulenza formativa tramite la formazione in situazione. Saranno anche utilizzate classiche lezioni d'aula, integrate con lavori individuali e di gruppo, discussioni in plenaria, analisi dei casi.

Anche per la formazione specifica come per la formazione generale, verranno utilizzate metodologie classiche come la lezione frontale alternate a dinamiche non formali come lavori di gruppo ed individuali con restituzione in plenaria; laddove opportuno si ricorrerà anche giochi di ruolo, problem solving, brainstorming ed esercitazioni pratiche.

In particolare 30 ore della formazione specifica verranno erogate tramite l'utilizzo della Piattaforma informatica TRIO.

TRIO è un sistema di Web Learning della regione Toscana che mette a disposizione prodotti e servizi formativi.

Le ACLI hanno stipulato un protocollo d'intesa con TRIO (in allegato), per usufruire dei contenuti di alcuni moduli afferenti alle tematiche trasversali del problem solving, dell'organizzazione e della comunicazione. L'accordo prevede inoltre l'accesso ai servizi di tutoring, anche dedicati nell'ambito di un web learning group nel quale sarà possibile valutare il livello di apprendimento raggiunto, monitorare il livello dell'interazione e le attività dell'utente.

I Web Learning Group (WLG) sono lo strumento con cui il sistema di Web Learning TRIO metterà a disposizione delle ACLI un insieme di contenuti e servizi personalizzati, configurati in funzione della dimensione e delle caratteristiche della comunità dei volontari e dei suoi obiettivi formativi.

Le risorse tecniche utilizzate saranno adeguate alle esigenze formative dei volontari consentendo di raggiungere gli obiettivi progettuali:

- ✓ PC portatile e postazioni informatiche;
- ✓ stampanti;
- ✓ Internet;
- ✓ telefoni;
- ✓ videoproiettori;
- ✓ supporti di memorizzazione;
- ✓ televisione;
- ✓ videoregistratore;
- ✓ lettore dvd;
- ✓ registratore audio;
- ✓ lavagna luminosa;
- ✓ lavagna a fogli mobili;
- ✓ webcam;
- ✓ piattaforme informatiche.

Le scelte metodologiche sottese all'attività formativa specifica intendono superare le tradizionali metodologie d'apprendimento, privilegiando forme apprendimento attivo che fanno capo anche ai principi della ricerca-azione per la quale tutti i soggetti sono coinvolti in quanto attori della formazione.

Inoltre, attraverso il ricorso a forme di cooperative learning, gli attori si impegnano a porre domande, a sperimentarsi attivamente, a risolvere problemi, ad assumersi responsabilità ad essere creativi per costruire significati per sé stessi e per il gruppo di riferimento.

Verrà favorita anche la riflessione sulle relazioni tra le persone, da sviluppare attraverso la valorizzazione delle differenze. Questo tipo di approccio contribuisce ad accrescere nei soggetti coinvolti la consapevolezza del modo in cui i valori personali e i significati attribuiti a ciò che accade, influenzano la percezione e le scelte di agire di ciascuno.

Il cooperative learning, infatti oltre che a consentire il conseguimento degli obiettivi di contenuto, favorisce lo sviluppo di competenze cognitive ed anche sociali quali la capacità di leadership, le abilità comunicative, la gestione dei conflitti o il problem solving.

40) *Contenuti della formazione:*

La formazione specifica sarà contestualizzata al bisogno formativo del volontario e alla situazione formativa-professionale che si presenta, cercando di realizzare l'integrazione pedagogica delle opportunità e dei linguaggi formativi.

La formazione specifica prevista è formazione di contesto organizzativo e professionale, ha caratteristiche di formazione "on the project", cioè "accompagna e sostiene" i volontari nella fase di inserimento in un nuovo contesto progettuale/organizzativo, attraverso attività didattiche in affiancamento con un formatore esperto e/o con il monitoraggio di un mentore esterno (OLP e RLEA). È una formazione principalmente mirata a raccordare la pre-professionalità del volontario alle esigenze collegate all'espletamento delle attività previste nel progetto e nei contesti organizzativi individuati.

La prima parte della formazione specifica (30 ore) sarà erogata tramite FAD mediante l'utilizzo della Piattaforma TRIO (vedi voce 39- *Tecniche e metodologie di realizzazione previste*), su moduli trasversali (la comunicazione interpersonale, il team working, l'ascolto attivo, la gestione dei conflitti, la negoziazione, l'essere e il fare comunità, come orientarsi tra i servizi attivi sul territorio, ecc) inerenti competenze trasversali ovvero caratteristiche e modalità di funzionamento individuale che entrano in gioco quando un soggetto si attiva a fronte di una richiesta dell'ambiente organizzativo ed essenziali nel produrre un comportamento professionale che trasformi un sapere in una prestazione lavorativa; per esempio diagnosticare, relazionarsi, affrontare i problemi e le situazioni, rappresentano tre macro-competenze caratterizzate da un alto grado di trasferibilità a compiti e contesti diversi.

Primo modulo

Titolo: "Analisi del contesto lavorativo"

Durata: 10 ore

Formatore: Tramite FAD

Il modulo ha l'obiettivo di fornire: un quadro di riferimento dei modelli di funzionamento e di gestione dell'impresa, dell'organizzazione aziendale, della gestione dei rapporti interpersonali e dell'inserimento in azienda; della gestione del lavoro e della risoluzione dei problemi in un'ottica di flessibilità e disponibilità ai cambiamenti; una comprensione dell'importanza della qualità quale elemento per il successo personale e aziendale; la consapevolezza sul ruolo del volontario e sulla sua posizione all'interno della sede attuazione di progetto. Inoltre, viene fatta un'ampia panoramica sui principali servizi attivi per il lavoro sul territorio come i centri per l'impiego, la Camera di Commercio, i Sindacati, gli Informagiovani, le Agenzie di lavoro interinale.

Secondo modulo

Titolo: "Comunicazione"**Durata: 10 ore****Formatore: Tramite FAD**

Il modulo permette di acquisire le conoscenze necessarie per comunicare consapevolmente, attraverso la trattazione di argomenti afferenti a diverse situazioni comunicative (non verbale, telefonica, scritta). Gli insegnamenti offerti possono essere utili soprattutto per tutti quei soggetti impegnati nel contatto con il pubblico. Il modulo fornisce, inoltre, nozioni sulle principali tecniche di comunicazione, in particolare come porsi efficacemente in relazione con gli altri, per dialogare in modo brillante e avere successo, attraverso l'analisi dei cinque pilastri della comunicazione. Il modulo permetterà di far capire meglio il "funzionamento" del meccanismo che sta alla base della possibilità di comprendersi; far propri alcuni concetti di base in rapporto alla comunicazione interpersonale; sviluppare le capacità comunicative in ambito lavorativo; fornire elementi per la conoscenza del processo comunicativo così come si articola all'interno di un'organizzazione.

Terzo modulo**Titolo: "Problem Solving"****Durata: 10 ore****Formatore: Tramite FAD**

Questo modulo descrive il significato di Problem-Solving e di Problem-Setting, la possibilità di valutare più soluzioni, l'autovalutazione e come utilizzare la tecnica del problem-solving in modo trasversale per fronteggiare un problema che si presenta non solo nell'esperienza quotidiana ma anche nei più disparati ambiti economici, sociali e professionali.

Il modulo ha l'obiettivo di fornire metodi e tecniche di soluzione efficace di problemi di gestione. La frequenza del modulo consente di imparare a definire i problemi e trasformarli in opportunità, applicare le varie metodologie di problem solving, gestire le attività di problem solving di gruppo. Si affronteranno differenti modalità di inquadramento del problema, la definizione degli obiettivi e delle soluzioni possibili, gli strumenti e le fasi del problem solving di gruppo, il raggiungimento di decisioni condivise.

Si cercherà di capire cosa significa lavorare insieme ad altre persone, concentrando l'attenzione sulle modalità di costituzione e di funzionamento dei gruppi di lavoro. Si affronteranno le questioni delle dinamiche nei gruppi di lavoro, sottolineando l'importanza della leadership e delle relazioni umane e professionali che si confrontano tra loro. Ed infine si analizzeranno i possibili metodi per lavorare in gruppo, evidenziando la centralità della comunicazione interna come strumento di condivisione delle informazioni e di costruzione dell'identità del gruppo.

Quarto modulo**Titolo: "TECNICA ED ORGANIZZAZIONE TURISTICA"****Durata: 12 ore***Contenuti*

- Agenzie di Viaggio e Tour Operator;
- La comunicazione in ambito turistico sociale;
- Risorse informatiche;
- Tecniche di vendita;
- Programmazione turistica e composizione dell'offerta turistica;
- Viaggi organizzati e viaggi a catalogo;
- I prodotti turistici: promozione e vendita;
- Preventivi di viaggio e booking, documenti di viaggio e mezzi di

- pagamento;
- Strutture ricettive.

Quinto modulo

Titolo: "LEGISLAZIONE TURISTICA"

Durata: 10 ore

Contenuti

- Legislazione internazionale, nazionale e regionale;
- Convenzioni di maggiore importanza;
- La legge quadro sul turismo 217/83 e legge di riforma 135/2001;
- D. Lgs. n.111/95 sui pacchetti turistici;
- Le norme sul turismo sociale.

Sesto modulo

Titolo: "I SISTEMI TURISTICI LOCALI"

Durata: 10 ore

Contenuti

- Geografia generale e risorse del territorio;
- Geografia delle destinazioni turistiche;
- Principali itinerari turistici.

Sesto modulo

Titolo: "COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO SOCIALE"

Durata: 10 ore

Contenuti

- Gestire e promuovere il sistema culturale;
- Individuare diversi livelli di offerta per target diversificati con particolare attenzione alla fasce deboli;
- Costruire proposte di valorizzazione del patrimonio artistico e culturale di riscoperta delle storie e delle culture locali;
- Creare e gestire eventi sul territorio;
- Ideare campagne per la fidelizzazione dei mercati;
- Cosa si intende per qualità di un prodotto, di un servizio turistico sociale e delle sue diverse componenti;
- Analisi delle problematiche relative alla qualità.

41) *Durata:*

72 ore

Altri elementi della formazione

42) *Modalità di monitoraggio del piano di formazione (generale e specifica) predisposto:*

Si rimanda al sistema accreditato e verificato dall'UNSC

Data 23 Marzo 2011

Il Responsabile del Servizio Civile Nazionale dell'Ente
dott. Giuseppe Marchese