



Progetto EU.FOR.ME

Formazione turistica per un'utenza ampliata

Piano di disseminazione



Tourism for All Concept

EVERYONE SHOULD BE ABLE TO TRAVEL TO THE COUNTRY, WITHIN THE COUNTRY AND TO WHATEVER PLACE, ATTRACTION OR EVENT THEY SHOULD WISH TO VISIT.

Contenuti

CONTENUTI	3
1. INTRODUZIONE	4
1.1 TARGET.....	4
1.2 FASI DELLA DISSEMINAZIONE	4
2. REGOLE GENERALI	5
3. STRUMENTI PER LA COMUNICAZIONE	5
3.1 BROCHURE.....	5
3.2 COMUNICATI STAMPA	6
3.3 PUBBLICAZIONE DI ARTICOLI	7
3.4 INCONTRI INTERNI.....	9
3.5 IMPLEMENTAZIONE DEL SITO WEB DI PROGETTO UFFICIALE E FORUM DI DISCUSSIONE	10
3.6 DESCRIZIONE DEL PROGETTO NEI SITI WEB DEL PARTENARIATO	11
3.7 CREAZIONE DI LINK AL SITO DI EU.FOR.ME.....	12
3.8 SEMINARI E FIERE	13
3.9 REALIZZAZIONE E RILASCIO DI UN CD-ROM.....	15
3.10 RILASCIO DI TUTTI I DOCUMENTI/PRODOTTI ALLA COMMISSIONE EUROPEA.....	16
3.11 INCONTRI DEL PANEL GROUP	17
3.12 MAILING LIST E NEWSLETTER	18
4. DISSEMINATION ACTIVITY REPORT	20
5. APPENDICE	21
5.1 BREVE PRESENTAZIONE DEL PROGETTO	21
5.2 ESEMPIO DI UN RESOCONTO DELL'ATTIVITÀ DI DISSEMINAZIONE.....	22
5.3 TESTO DI UNA PRESENTAZIONE DI ANNA GRAZIA LAURA	24

1. Introduzione

L'attività di comunicazione e disseminazione del progetto EU.FOR.ME è una parte importante e basilare del progetto. Per questa ragione ogni attività relativa ad esso ha essenzialmente lo scopo di:

1. Divulgare il progetto, i suoi risultati intermedi e finali;
2. Creare le condizioni di base perché altri gruppi d'interesse possano adottare l'approccio di EU.FOR.ME per gestire i loro progetti, iniziative e servizi.

1.1 Target

Ci sono diversi gruppi target per questo progetto:

- a) studenti in formazione professionale
- b) studenti universitari e laureati
- c) università, istituti turistici, centri di formazione
- d) persone con disabilità, turisti con disabilità
- e) associazioni turistiche
- f) operatori finanziari e aziende
- g) istituzioni

Abbiamo a che fare da un lato con gruppi che sono interessati ad ampliare le proprie competenze per scopi educativi o professionali. Dall'altro lato abbiamo a che fare con persone che potranno godere di nuovi servizi e prodotti per il turismo accessibile.

Il partenariato è formato da gruppi che provengono da aree differenti (dal turismo all'educazione, dal mondo delle ONG alle associazioni delle persone disabili). Ogni partner ha un patrimonio di contatti e link con persone e organizzazioni che saranno interessate (a ogni livello) alle azioni e ai prodotti del progetto. Sarà molto importante condividere questi contatti per una disseminazione più ampia.

1.2 Fasi della disseminazione

In ogni fase del progetto ci saranno aspetti chiave che dovranno essere presi in considerazione e dovranno emergere nella disseminazione.

Nelle prime fasi, in cui i partner formuleranno il progetto di formazione e "formeranno i formatori", la disseminazione sarà incentrata su:

- divulgare informazioni sugli obiettivi del progetto
- coinvolgere gli stakeholders.

Nelle ultime fasi, in cui i moduli formativi verranno testati, le priorità per la disseminazione saranno:

- incontrare i media
- promuovere i risultati del progetto (i corsi di formazione)
- promuovere gli strumenti di comunicazione a disposizione (un forum nel sito internet di progetto per dare informazioni e ricevere dei feedback dagli utenti, studenti e formatori..).

2. Regole generali

Sulla base di un programma condiviso dall'intero partenariato, ogni partner dovrebbe:

1. Preparare il logo della propria organizzazione e tutti i riferimenti che sono utili per le attività di disseminazione (per esempio, chi è responsabile per questa azione particolare, il suo indirizzo e-mail...);
2. Preparare il proprio sito per ospitare una sezione dedicata al progetto EU.FOR.ME (vedi paragrafi 3.5, 3.6, 3.7);
3. In tutto il materiale usato per la disseminazione è importantissimo che tutti i riferimenti (logo, immagini, persona da contattare, link, bibliografia e così via) siano condivisi e uniformati con la supervisione di un coordinatore centrale;

Tutto il materiale sarà disponibile in formato elettronico direttamente nell'area riservata ai partner del sito di progetto ufficiale.

3. Strumenti per la comunicazione

3.1 Brochure

Obiettivo:

Comunicare brevemente ed efficacemente le finalità del progetto e dare informazioni sul partenariato.

Target:

Pubblico partecipante a seminari e incontri

Interesse del gruppo target per il progetto:

Alto

Aspetti Generali

Sulla base di un documento comune di base, ogni paese prepara una versione nella propria lingua e una in Inglese;

IL formato della brochure è lo stesso per tutto il partenariato.

Contenuti

Logo della Commissione Europea; sulla pagina iniziale

Il logo di "Education"; sulla pagina iniziale

I logo dei partner; sull'ultima pagina

I luoghi di progetto;

Foto delle attività e immagini;

Introduzione al progetto sulla base dei seguenti argomenti:

- Analisi ambientale;
- obiettivi principali del progetto;
- scopo del progetto;
- attività portate avanti;
- risultati acquisiti e prodotto creati;
- indirizzi dei più importanti referenti istituzionali (per esempio Commissione Europea, Ministeri coinvolti e così via).

Sito internet e e-mail di contatto;

Indirizzi del partenariato.

Numero

200 copie

Tempi

Per seminari ed eventi importanti

Materiale per i report

1 per ogni report

Dove

Nei luoghi in cui si svolgono seminari ed eventi importanti.

Indicatori

Numero di copie distribuite.

3.2 Comunicati stampa

Obiettivo

Per coinvolgere la stampa, e attraverso di essa un pubblico ampio negli eventi che hanno attinenza con le attività del progetto. Inoltre, anche per richiamare la partecipazione agli eventi.

Target:

Indifferenziato

Interesse del gruppo target per il progetto:

Basso

Aspetti generali

Ogni partner che ospita un evento formula il comunicato stampa e lo manda alle principali testate locali e nazionali almeno tre giorni prima dell'evento. Il giorno dopo l'evento seguirà il comunicato stampa finale. Tutti i comunicati stampa contengono i link al sito di progetto.

Cotenuti:

Comunicato stampa Ex ante

Un'introduzione standard al progetto, ai partner e informazione sul pubblico;
Una chiara descrizione dell'evento, con particolare enfasi sul legame fra le attività del progetto e il territorio.

Comunicato stampa Ex post

Un'introduzione standard al progetto, ai partner e informazione sul pubblico presente;
Una breve e chiara descrizione dell'evento e delle decisioni prese;
Aggiornamento riguardante i prossimi incontri ed eventi del progetto.

Numero

4/6 comunicati stampa (2/3 ex ante and 2/3 ex post).

Tempi

Prima e dopo tutti gli eventi importanti durante la vita del progetto.

Materiale per i report

Copie di quotidiani e riviste.

Dove

Spagna, Lussemburgo, Italia.

Indicatori

Numero di Comunicati stampa realizzati durante il progetto.

3.3 Pubblicazione di Articoli

Gli articoli sono concepiti per essere pubblicati sia da quotidiani che da periodici che si rivolgono a un pubblico indifferenziato o da quotidiani e periodici che affrontano temi vicini a quelli del progetto (turismo e disabilità).

Tutti gli articoli e le news prese dai quotidiani e dai periodici saranno conservate in Rassegne Stampa da aggiungere ad ogni report delle nostra attività.

Se fra gli scopi delle nostre azioni c'è la visibilità, le prove di questa visibilità daranno più peso al nostro progetto.

a) *Articoli su stampa non specializzata*

Obiettivo:

Disseminare la descrizione del progetto e alcuni aspetti chiave delle attività.

Target:

Indifferenziato.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Basso.

Aspetti generali

Gli articoli devono essere corti, chiari e semplici da comprendere, perché sono rivolti ad un pubblico non competente.

Cotenuiti:

Presentazione degli aspetti chiave del progetto;
attenzione rivolta ad aspetti rilevanti delle attività di progetto o ai risultati ottenuti dal progetto stesso in quel momento;
Informazioni riguardo ai partner di progetto;
Indirizzi web ed e-mail del progetto e del partenariato.

b) Comunicati per la stampa specializzata**Obiettivo:**

Divulgare indicazioni concrete e ogni buona prassi che viene indicata dalle attività del progetto.

Target:

Pubblico coinvolto nei temi del progetto (turismo, accessibilità).

Interesse del gruppo target per il progetto:

Molto alto.

Aspetti generali

Gli articoli hanno lo scopo di comunicare ad un gruppo di esperti i temi del progetto. Il linguaggio e gli argomenti trattati sono molto specifici.

Cotenuiti:

Descrizione analitica del progetto e dei problemi trattati;
Individuazione e descrizione puntuale di buone prassi indicate dalle attività di progetto;
Descrizione del partenariato e degli strumenti finanziari utilizzati per il progetto;
Indirizzo web ed e-mail del progetto e del partenariato.

Numero

1 o 2 articoli di carattere generale;
1 o 2 articoli per la stampa specializzata.

Tempi

Nel corso dell'intero progetto.

Materiale per i report

Copie dei quotidiani e delle riviste coinvolte.

Dove

Tutti i paesi dei partecipanti.

Indicatori

Numero di articoli pubblicati durante il progetto.

3.4 Incontri interni

Obiettivo:

Condivisione e diffusione di metodi, tecniche ed esperienze del progetto.

Target:

Rappresentanti dei partner di progetto.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Molto alto.

Aspetti generali:

Questi sono meeting tecnici interni ai quali partecipano gli attori del progetto, perciò il materiale utilizzato è il tipico materiale tecnico presente in ogni progetto (resoconti, griglie di valutazione, schede di monitoraggio eccetera).

Cotenuti:

Lo sviluppo del progetto;
Problemi incontrati e proposte per soluzioni;
Resoconti intermedi.

Numero

2 incontri.

Tempi

A metà e alla fine del progetto.

Materiale per i report

Immagini e resoconti.

Dove

In tutti i paesi dei partecipanti.

Indicatori

Fogli presenze, resoconti.

3.5 Implementazione del sito web di progetto ufficiale e forum di discussione

Obiettivo:

Raggiungere il numero di contatti più alto possibile, con costi minimi e stimolare la discussione utilizzando il forum aperto a tutti.

Target:

Pubblico generico e "esperto".

Interesse del gruppo target per il progetto:

Medio.

Aspetti generali:

IL sito web sarà implementato durante la vita del progetto con il contributo di ogni partner. Un moderatore/coordinatore aiuterà la coordinazione degli aggiornamenti. La lingua di lavoro sarà l'inglese. Le lingue del sito web saranno Italiano e Inglese.

L'URL del sito ufficiale sarà collegato ai maggiori motori di ricerca sul web (per esempio Google, AltaVista, Yahoo eccetera).

Un forum di discussione introdurrà commenti, idee, consigli e osservazioni sulle attività del progetto.

Cotenuti:

Home page e mappa del sito;

Logo della Commissione Europea;

Logo di "Education";

Partner logos;

Logo del progetto;

Foto e immagini delle attività,

Introduzione al progetto sulla base dei seguenti punti:

- Analisi ambientale;
- obiettivi principali del progetto;
- scopo del progetto;
- attività portate avanti;

- risultati acquisiti e prodotto creati.

Forum di discussione aperto, coordinato da un moderatore.

Sito internet ed e-mail di contratto;

Indirizzi del partenariato;

I documenti delle attività di progetto, modificati ed adattati per essere presenti in un sito internet (per esempio materiale didattico; resoconti di monitoraggio e valutazione eccetera)

Links ai siti dei partner nel sito ufficiale;

Alcuni link utili e interessanti con (ad esempio) la Commissione Europea, autorità nazionali, ONG e così via;

Questionario per i visitatori del sito;

Contatore dei contatti.

Numero

Molti aggiornamenti.

Tempi

Per l'intera durata del progetto. Prima bozza entro il 31 Gennaio 2005.

Materiale per i report

Resoconto di tutte le attività rilevanti per la durata dell'intero progetto. Versioni aggiornate.

Dove

In rete.

Indicatori

Piano di implementazione del sito web; contatti.

3.6 Descrizione del progetto nei siti web del partenariato

Obiettivo:

Diffondere la conoscenza del progetto e le relative attività nei confronti di un pubblico interessato alle attività che svolgono i partner del progetto.

Target:

Pubblico indifferenziato, ma localizzato nel paese dei partner.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Medio.

Aspetti generali:

Un breve testo, di facile lettura.

Cotenuiti:

Breve descrizione del progetto;
Tavole, programmi di lavoro, immagini e così via;
Foto delle attività;
Link con il sito ufficiale di progetto.

Numero

Uno per ogni sito dei partner di progetto.

Tempi

Durante tutto il progetto. Prima bozza entro il 31 Gennaio 2005.

Materiale per i report

Pagina web.

Dove

Internet.

Indicatori

Piano di implementazione; contatti.

3.7 Creazione di link al sito di EU.FOR.ME

Obiettivo:

L'obiettivo è duplice.

1. Rendere visibili gli argomenti del progetto a persone che visitano il sito internet dei partner, il sito internet delle organizzazioni istituzionali coinvolte nel progetto, eccetera.
2. Rendere visibili gli enti e le organizzazioni partner di progetto e le loro attività nel sito di EU.FOR.ME.

Target:

Pubblico indifferenziato, ma localizzato nei paesi dei partner, a livello europeo, siti web specializzati.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Medio

Aspetti generali:

E' una semplice connessione ipertestuale.

Cotenuiti:

Logo del progetti su sito dei partner, e il logo dei partner sul sito del progetto, con un link ipertestuale.

Numero

Almeno 9 link ai siti partner, e altri, se rilevanti.

Tempi

Non appena il sito di progetto sarà pronto con i link ai partner. Implementazione durante tutta la durata del progetto.

Materiale per i report

Lista dei link.

Dove

Web.

Indicatori

Piano di implementazione e contatti tramite i link.

3.8 Seminari e fiere

a) Organizzazione di seminari specifici:

Obiettivo:

Divulgare e condividere con enti, associazioni e imprese "esperte" tutte le buone prassi e le esperienze rilevanti indicate dal progetto.

Target:

Un pubblico esperto

Interesse del gruppo target per il progetto:

Alto.

Aspetti generali

Ogni partner che organizzerà un seminario sugli argomenti trattati dal progetto, utilizzando la propria rete di relazioni a livello locale, nazionale e transnazionale, avrà modo di spiegare gli obiettivi e i risultati di EU.FOR.ME.

La disseminazione potrà essere realizzata per introdurre il progetto anche attraverso la partecipazione ad altri meeting organizzati per altri progetti o ogni qual volta un partner sia invitato a parlare a una conferenza o a un congresso.

Le modalità più efficaci per la divulgazione delle informazioni sarà decisa e valutata direttamente dal partner stesso.

Cotenuti:

Presentazione del progetto e del partenariato attraverso presentazioni (per esempio power point);

Brochure e altro materiale informativo distribuito (vedi paragrafi 1-7);

Se possibile, esperienze dirette di partecipanti alle attività di progetto (per esempio operatori turistici, ONG e rappresentanti di associazioni, eccetera).

b) Partecipazione a fiere e congressi

Obiettivo

Per diffondere e condividere con enti e associazioni che lavorano nel settore buone prassi ed esperienze del progetto e infine acquisire nuove esperienze e capacità per le attività di progetto.

Target:

Pubblico che lavora nel settore dei progetti, per esempio operatori turistici, ONG, associazioni e così via.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Alto.

Aspetti generali

La partecipazione a fiere ed eventi relativi al settore sarà pianificata in autonomia da ogni partner nazionale, usando la propria rete di relazioni a livello locale, nazionale e transnazionale.

Contenuti:

Poster, foto, e brochure, immagini che illustrano gli argomenti principali del progetto, come:

Logo dei partner;

Logo di progetto;

Immagini e foto delle attività,

Descrizione del progetto;

Attività portate avanti;

Risultati raggiunti e prodotti rilasciati;

indirizzi dei maggiori referenti istituzionali (per esempio la Commissione Europea, i ministeri coinvolti eccetera);

Indirizzi web ed e-mail;

Link con i siti internet ufficiali dei partner;

Altri link utili (ad esempio) con la Commissione Europea, le ONG eccetera (vedi anche paragrafi 1-7).

Numero

2, secondo i programmi dei partner.

Tempi

Per l'intera durata del progetto.

Materiale per i report

Brochures, foto, presentazioni in powepoint; report, qualsiasi documentazione utile.

Dove

A livello locale e nazionale.

Indicatori

Foglio delle presenze, report.

3.9 Realizzazione e rilascio di un CD-ROM

Obiettivo:

Per diffondere le esperienze del progetto attraverso la pubblicazione di un CD ROM.

Target:

Il partenariato di progetto e altre organizzazioni interessate ai temi del progetto.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Molto alto.

Aspetti generali:

Con lo scopo di ottimizzare le risorse, il CD sarà strutturato nello stesso schema grafico del sito. Il CD sarà rilasciato sulla base di una mailing list di organizzazioni interessate, raccolta dal responsabile del piano di disseminazione e con il supporto del partenariato.

Cotenuiti:

Home page e mappa del sito;

Logo della Commissione Europea;

Logo di "Education";

Partner logos;

Logo del progetto;

Foto e immagini delle attività,

Introduzione al progetto sulla base dei seguenti punti:

- Analisi ambientale;
- obiettivi principali del progetto;
- scopo del progetto;
- attività portate avanti;
- risultati acquisiti e prodotto creati.

Sito internet ed e-mail di contratto;

- Indirizzi del partenariato;

I documenti delle attività di progetto, modificati ed adattati per essere presenti in un cd rom (per esempio materiale didattico; resoconti di monitoraggio e valutazione eccetera)

Links ai siti dei partner nel sito ufficiale;

Alcuni link utili e interessanti con (ad esempio) la Commissione Europea, autorità nazionali, ONG e così via;

Questionario per gli utenti del cd rom;

Contatore dei contatti.

Numero

100 copie del cd rom.

Tempi

Almeno 60 giorni prima della conclusione del progetto.

Materiale per i report

Cd rom e lista degli utenti a cui viene rilasciato.

Dove

Agenzie nazionali di formazione, agenzie del lavoro, istituzioni nazionali e regionali, altri enti interessati.

Indicatori

Numero di cd distribuiti.

3.10 Rilascio di tutti i documenti/prodotti alla Commissione Europea

Obiettivo:

Da un lato, la consegna dei prodotti di progetto alla Commissione Europea è un dovere specifico per i partner del progetto.

Dall'altro lato, la condivisione dei prodotti di progetto con la Commissione Europea aiuta la diffusione del progetto e dei suoi aspetti più importanti.

Target:

Commissione Europea, Educazione e Cultura – Azioni Congiunte.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Molto alto/istituzionale.

Aspetti generali:

Tutti i prodotti realizzati per il progetto: verranno riuniti e spediti alla Commissione Europea entro i tempi stabiliti.

Cotenuiti:

Attività di monitoraggio e valutazione delle attività;

Materiale Didattico;

Diffusione dei Prodotti (brochure, poster, cd rom e così via).

Numero

Uno, alla fine del progetto.

Tempi

Almeno 60 giorni prima della fine del progetto.

Materiale per i report

Raccolta dei prodotti di progetto e il resoconto.

Dove

Commissione Europea.

Indicatori

Resoconto.

3.11 Incontri del panel group

Obiettivo:

Condividere l'esperienza di progetto e le buone prassi fra i rappresentanti delle ONG e i partecipanti al progetto.

Target:

Rappresentanti del Panel Group.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Molto alto.

Aspetti generali:

Tutti gli aspetti del progetto saranno tenuti in considerazione per pianificare e portare avanti la disseminazione anche attraverso il Panel Group.

Cotenuiti:

Presentazione del Progetto;

Prodotti del monitoraggio e delle attività di valutazione;

Materiale didattico;

Prodotti di disseminazione (brochures, poster, cd rom e così via),

Discussioni pubbliche portate avanti con un moderatore, resoconti delle discussioni,

Foto e qualsiasi cosa che sia importante per le attività di progetto.

Numero

Piano degli incontri.

Tempi

Durante l'intera durata del progetto.

Materiale per i report

Resoconti

Dove

Dovunque pianificato nel progetto.

Indicatori

Immagini, tutto il materiale dei meeting, resoconti.

3.12 Mailing list e newsletter

Obiettivo:

Per raggiungere puntualmente gli enti e le organizzazioni interessate agli scopi e agli argomenti del progetto. Una comunicazione diretta con il responsabile di ogni ente coinvolto.

Target:

Enti e organizzazioni interessate direttamente al progetto.

Interesse del gruppo target per il progetto:

Molto alto.

Aspetti generali:

Dividere una mailing list di tutte le persone e organizzazioni che potremmo contattare per i nostri propositi.

La organizzeremo attraverso il sito web. Nell'area riservata ai partner ci sarà uno strumento per ricavare tutti gli indirizzi con cui potremmo comunicare.

Quattro newsletter saranno rilasciate alla mailing list di progetto, alla conclusione di ogni fase e in occasione di eventi particolari. La newsletter sarà rilasciata in Inglese e in Italiano (e tradotta dagli altri partner nella propria lingua madre a loro spese).

Ogni newsletter sarà scritta con il supporto di tutti i partner e del coordinatore.

Cotenuti:

Log della Commissione Europea;

Logo di "Education";

Logo dei Partner;

Project logo;

Foto e immagini delle attività,

Project introduction on the base of following topics:

Introduzione al progetto sulla base dei seguenti punti:

- Analisi ambientale;
- obiettivi principali del progetto;
- scopo del progetto;
- attività portate avanti;
- risultati acquisiti e prodotto creati.
- Indirizzi dei referenti istituzionali (per esempio Commissione Europea, Ministeri coinvolti eccetera).

Sito web e email di contatto;

Indirizzi del partenariato.

Numero

Alcune per la durata del progetto.

Tempi

Per la durata del progetto.

Materiale per i report

Testi di e-mail e news letter spedite.

Dove

Tutti i paesi coinvolti nel progetto.

Indicatori

Numero degli indirizzi raccolti , numero di news letter rilasciate.

4. Dissemination Activity Report

Tutte le attività programmate devono essere riportate e processate in un database. Questo database può essere interrogato cronologicamente e deve mostrare tutti i dettagli di ogni attività.

Tutte le informazioni raccolte dovranno formare un archivio dinamico ed esaustivo delle attività di disseminazione, che sarà un buon riferimento per le altre attività che dovranno tenersi nei paesi dei partner.

Le schede possono essere compilate direttamente attraverso il sito di progetto, dove il database può essere consultato. Per ottimizzare le queries e i risultati, tutti i record dovranno essere redatti in Inglese. La documentazione aggiuntiva, come inviti, programmi, presentazioni eccetera dovrà essere allegata nella lingua originale.

Ecco un prototipo di report dell'attività di disseminazione:

EU.FOR.ME Dissemination Activity Report	
DATE	
COUNTRY	
PLACE	
PARTNER	
INITIATIVE	
ROLE IN THE INITIATIVE	<input type="checkbox"/> organizer <input type="checkbox"/> speaker <input type="checkbox"/> other...
AREA OF THE INITIATIVE	<input type="checkbox"/> tourism <input type="checkbox"/> education/training <input type="checkbox"/> disability <input type="checkbox"/> others...
INTEREST for EU.FOR.ME	
NUMBER OF CONTACTS	
USEFUL CONTACTS	
HOW TO REACH USEFUL CONTACTS	
COST OF INITIATIVE FOR THE PARTNER	
COST PER CONTACT	
LINKS TO INTERNET WEBSITES	
WHAT HAS BEEN DONE FOR/DOWNLOADS	
NOTES	

5. Appendice

5.1 Breve presentazione del progetto

Progetto EU.FOR.ME - Formazione turistica per un'utenza ampliata

Il turismo è ormai una necessità primaria per tutti, ma costituisce una forma di esclusione molto forte nei riguardi delle persone disabili perchè, da un lato il sistema di offerta turistica :

1. non è adeguato alla domanda della clientela disabile
2. non considera le opportunità economiche di accedere al target delle persone disabili
3. non dispone della preparazione tecnica necessaria per progettare prodotti idonei

Dal punto di vista dell'acquisizione di una specializzazione in questo campo, troviamo, in Italia e negli altri paesi dell'Unione Europea, un ambiente di formazione turistica mainstreaming (Istituti Superiori del Turismo, Corsi di Laurea e Master sul Turismo, ecc.) poco preparato a:

formare studenti e professionisti ai temi del turismo allargato fino a comprendere un'offerta adatta ad una clientela che esprime esigenze specifiche

comprendere e valutare tecnicamente esigenze e necessità della persona con disabilità, in funzione della progettazione di pacchetti turistici adeguati

formare all'accoglienza di questo target di clientela

La stessa situazione si ripropone anche nei corsi di formazione e specializzazione professionale sul tema del Turismo, organizzati da enti locali, regionali e nazionali. Esiste anche una difficoltà oggettiva per i giovani disabili a:

1. accedere all'istruzione ed alla formazione professionale
2. accedere a programmi di mobilità finanziati dalla Commissione Europea
3. vedere garantite pari opportunità nell'ingresso al mondo del lavoro, al tempo libero ed ad attività varie di libera scelta personale causa di un ambiente che trova difficoltà a garantire l'accessibilità fisica, quale presupposto di partecipazione a tutte le tipologie di disabilità e per tutte le attività didattiche.

Il Progetto EU.FOR.ME dove EU , oltre che a rappresentare l'Unione Europea, significa anche, in greco antico .."buona" e quindi ...buona formazione per un'utenza ampliata, intende focalizzarsi sulle pari opportunità e sulla mobilità delle persone disabili. In particolare i giovani dovrebbero poter acquisire, attraverso esperienze di scambi internazionali, visite di studio, attività di formazione, una sempre maggiore capacità ed autonomia di autodecisione ed autoaffermazione della propria realtà umana e sociale. Il Turismo rappresenta, nel progetto, il mezzo ed il sistema identificato per garantire una elevata capacità di aggregazione sociale. Lo sviluppo concreto delle attività progettuali prevede la creazione di un sistema di formazione che permetta, in fasi successive e complementari, di :

1. identificare esigenze e necessità di un turista disabile attraverso la costituzione di un Panel di giovani persone disabili provenienti dai paesi partecipanti al progetto, che collaborerà all'intera durata del Progetto
2. progettare e svolgere, sulla base degli elementi emersi dal lavoro del Panel e di un'analisi dei fabbisogni formativi, un'attività di Formazione dei Formatori, che definisca un profilo professionale specializzato nelle tematiche del turismo accessibile, per utilizzare queste competenze nell'ambito delle attività didattiche dei corsi di formazione, qualificazione e riqualificazione sul turismo con la finalità di creare capacità adeguate a rispondere alla domanda di turismo per tutti
3. sviluppare dei moduli formativi (Project Works) sulle tematiche dell'accessibilità del prodotto turistico, dell'accoglienza al cliente disabile e della predisposizione di prodotti adeguati al target identificato, erogabili presso istituzioni pubbliche e private (Istituti di educazione superiore, Scuole professionali per il Turismo, Università, Enti di formazione post universitaria e/o professionale) che possa essere inserito nei piani di studio, nei programmi didattici, in laboratori sperimentali. Questi Project Works saranno progettati dai partecipanti al Corso di Formazione Formatori, godranno del tutoraggio a distanza dei partners europei del progetto e del Panel di giovani persone con disabilità e saranno sperimentati all'interno dei diversi corsi di formazione programmati dal Centro Studi sul Turismo di Assisi.

La presenza del Panel di Giovani persone disabili, oltre a consentire un approccio diretto alle problematiche espresse dal target, permette di inserire nei piani formativi le idee, le prospettive e le attese di un pubblico che, in misura molto maggiore rispetto a persone più mature, porta avanti rivendicazioni su diritti e pari opportunità proprie dell'entusiasmo e delle certezze che tutti i giovani hanno, indipendentemente dalle condizioni di disabilità, di storia culturale e sociale del paese di appartenenza.

La dimensione culturale del progetto risulta quindi duplice:

- da un lato la realizzazione di attività didattiche che affrontano un tema specifico quale quello del turismo per clienti con disabilità e che saranno inseriti nei "normali" circuiti educativi contribuisce ad una sostanziale crescita culturale in termini di inclusione sociale e non discriminazione
- dall'altro le attività turistiche sono di per sé crescita culturale e, nella misura in cui saranno sempre più accessibili ad un pubblico finora largamente discriminato, permetteranno a queste categorie meno integrate di fruire del "bene" turismo in forma sempre più completa.

5.2 Esempio di un resoconto dell'attività di disseminazione

EU.FOR.ME Dissemination Activity Report

DATE	1/30th/2005
COUNTRY	ITALY
PLACE	FLORENCE
PARTNER	TANDEM
INITIATIVE	CONFERENCE – "ITALIA PAESE PER TUTTI: LA QUALITA' DEL SERVIZIO TURISTICO DEI CIENTI CON BISOGNI SPECIALI" – "ITALY A DESTINATION FOR ALL: THE QUALITY OF TOURIST SERVICE FOR PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS"
ROLE IN THE INITIATIVE	0 organizer <input checked="" type="checkbox"/> speaker 0 other...
AREA OF THE INITIATIVE	0 tourism <input checked="" type="checkbox"/> education/training 0 disability 0 others...
INTEREST for EU.FOR.ME	TRAINING COURSES ON TOURISM FOR ALL
NUMBER OF CONTACTS	50
USEFUL CONTACTS	4
HOW TO REACH USEFUL CONTACTS	MICHELA VALENTINI – sl_a@iol.it ROBERO VITALI – r.vitali@katamail.com GABRIELE GUGLIELMI – guglielmi@ebinet.it ; gabrieleguglielmi@filcams.cgil.it
COST OF INITIATIVE FOR THE PARTNER	0
COST PER CONTACT	0
LINKS TO INTERNET WEBSITES	
WHAT HAS BEEN DONE FOR/DOWNLOADS	PRESENTATION – DOWNLOAD IT
NOTES	WOULD LIKE TO BE UPDATED WITH THE PROJECT'S ACHIEVEMENTS

5.3 Testo di una presentazione di Anna Grazia Laura

Convegno "Italia paese per tutti: la qualità del servizio turistico dei clienti con bisogni speciali"

Firenze 20 gennaio 2005.

Intervento di Annagrazia Laura – Resp. Formazione e Rapporti Int.li CO.IN Onlus

Tema: Come specializzare le proprie competenze: il ruolo della formazione

Saluti, ringraziamenti e autopresentazione

In un convegno come questo, che da il via ad un intenso ed importante programma di formazione specialistica potrei immediatamente rispondere che il ruolo della formazione è di importanza strategica nel duplice aspetto:

quello 'personale' di ulteriore specializzazione delle proprie competenze in un campo ancora scarsamente considerato nei normali programmi di formazione professionale e quello 'pubblico' di miglioramento globale dell'offerta nei riguardi di un target di clientela che rappresenta una significativa opportunità economica.

Vorrei però aggiungere qualche altra considerazione:

Parliamo di Qualità: il termine più di moda degli anni 1990. Qualità dei servizi, qualità dell'accoglienza, qualità delle strutture alberghiere, marchi di qualità, qualità.... Nonostante il suo continuo utilizzo nelle conversazioni manageriali e in tutti i momenti in cui si effettuano delle scelte, è raramente definita.

Che cosa intendiamo realmente quando parliamo di qualità? Ci sono diverse definizioni che possono essere date ma, in generale, quando parliamo di qualità intendiamo quelle caratteristiche ed aspetti del servizio in grado di soddisfare al meglio i bisogni ed i desideri dei nostri clienti garantendo il raggiungimento di livelli di redditività / economicità di lungo periodo. In altre parole, si può dire che la qualità è la capacità di organizzare ed erogare un servizio in grado di soddisfare una molteplicità di esigenze espresse dai clienti, cioè i loro bisogni. Sia nell'uno che nell'altro caso **al centro di ogni attività ed iniziativa vi è sempre la capacità ed il grado di soddisfacimento dei bisogni del cliente.**

Nel corso degli ultimi anni, sulla base dei diversi studi sulla consistenza della domanda, sull'importanza numerica ed economica rappresentata dal segmento turistico delle persone con esigenze specifiche, sulle richieste di qualità del prodotto turistico offerto, l'industria turistica ha ricevuto continue sollecitazioni a considerare proprio questi aspetti per operare una sistematica diversificazione del proprio prodotto.

A fronte della timida, ma costante apertura del sistema turistico a realizzare prodotti 'accessibili', si è dato però per scontato **un elemento tutt'altro che trascurabile** nell'offerta di un prodotto di qualità: la capacità delle risorse umane che operano nel comparto turistico 'mainstream' a comprendere, utilizzare e gestire tutti gli elementi, tecnici e relazionali, che contraddistinguono un corretto rapporto tra il fornitore di servizi ed un cliente con disabilità.

Il segmento dei turisti con esigenze speciali non è a se stante, non richiede prodotti ed offerte ad hoc, non vuole essere isolato e ghettizzato: vuole al contrario essere partecipe, insieme a tutti i turisti, di proposte, programmi ed opportunità adatte alle singole esigenze 'di persona in vacanza', e quindi di giovani o anziani, di coppie in viaggio di nozze, di chi ama il viaggio di scoperta o di chi preferisce relax e tranquillità: la garanzia che le proprie specifiche esigenze siano garantite deve diventare un semplice 'fatto tecnico', una caratteristica del viaggio curata da specialisti esperti, un aspetto di cui, una volta accertato, potersi tranquillamente dimenticare. E tutto questo non è semplice.

Da oltre un decennio CO.IN affronta i temi complessi legati alla promozione, alla predisposizione ed all'offerta di prodotti turistici per tutti, adeguati cioè ad una clientela molto diversificata per quando riguarda esigenze e situazioni soggettive di difficoltà.

Ci siamo inseriti nel processo di miglioramento dell'offerta in termini integrati con la creazione di un sistema di animazione e sviluppo di attività di rete, a livello locale e nazionale, a supporto delle imprese e delle aziende turistiche che vogliono incrementare la visibilità della propria offerta adeguandola alle esigenze di questo target di clientela, attraverso servizi di informazione e consulenza e nella formazione permanente, tesa ad intervenire sulla qualità dell'accoglienza ottimale per turisti con disabilità.

La capacità di riuscirci, di saper accogliere un ospite, farlo sentire a proprio agio, saperlo ascoltare e sapergli fornire tutte le informazioni di cui ha bisogno sono condizioni minime che si trasformano in una immediata impressione positiva o negativa, nella decisione o meno di acquisto e di utilizzo dell'offerta.

E' la consapevolezza dell'importanza dell'accoglienza, in senso lato, che ha spinto molte catene alberghiere, così come molte destinazioni turistiche ad investire in attività di formazione e tecnologia per il personale di contatto, mettendolo in grado di assolvere al meglio questo importante compito.

Esistono però anche dei problemi.

Fino ad oggi si interviene quasi ed esclusivamente su ambienti professionali già formalizzati – il lancio di questo corso ne è un ulteriore esempio - che si aprono con convinzione ad un concetto di prodotto e servizio più ampio, allo sviluppo di strategie aziendali lungimiranti ed avanzate.

E' però quasi totalmente carente una seria programmazione di interventi nel curriculum formativo di figure professionali che stanno per essere immesse sul mercato del lavoro e **che costituiscono il 'futuro' della forza lavoro e della struttura dell' offerta**; mi riferisco ad interventi formativi inseriti nei normali percorsi di studio, sia a livello di istituti professionali per il turismo che a livello universitario, in sintesi in tutti gli ambiti educativi volti a creare risorse specializzate per questo comparto .

Credo infatti che, parallelamente alla specializzazione di chi già opera nel comparto turistico, sarebbe una strategia vincente quella di formare delle figure professionali che fin dall'inizio abbiano nel proprio bagaglio culturale, nel proprio DNA professionale, la concezione di un prodotto turistico che include ogni tipologia di clientela ...clientela cui è necessario dare un prodotto professionalmente "Completo" semplicemente perché a farci domande è un cliente, che paga il prodotto che ci richiede e che quindi ha il 'diritto' commerciale di pretendere servizio e qualità come risposta.

Qualcosa si sta facendo, e noi siamo stati coinvolti in progetti europei che si sono fatti carico di questo aspetto istituzionale, e che, con il sostegno di fondi comunitari hanno identificato dei percorsi formativi innovativi.

Vorrei farvi solo alcuni esempi:

Il progetto DILATT

DILATT sta per Distance Learning for Accessible Tourism Technicians, finanziato dal Programma Leonardo della Commissione Europea, e promosso dall' Istituto Professionale di Stato per i Servizi Alberghieri e la Ristorazione Ippolito Cavalcanti di Napoli.

Il progetto, concluso l'anno scorso ha avuto tre importanti ricadute positive:

- 1) Riconoscimento da Parte dell'Assessorato alla Formazione della Provincia di Napoli della figura professionale, per la quale possono quindi essere attivati corsi di formazione con il riconoscimento dei relativi crediti formativi
- 2) A seguito di ciò sono state immediatamente avanzate delle richieste per corsi autofinanziati, da parte dell'Aspic Counseling e Cultura di Napoli
- 3) Inserimento dei temi di formazione all'interno della terza area professionalizzante dello stesso Istituto alberghiero Cavalcanti. Questi corsi, obbligatori nel 4° e 5° anno rientrano nell'obiettivo di realizzare la cosiddetta "Passerella scuola-lavoro", percorso di specializzazione con la presenza di esperti esterni e stage aziendali.

Ci aspettiamo un risultato altrettanto positivo dal neonato progetto EU.FOR.ME Formazione Turistica per un'utenza ampliata, finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito dell'iniziativa Azioni Congiunte'.

Nel bando il tema N° 1 riguardava l'Integrazione dei disabili, con l'obiettivo di mobilitare chi opera nel campo dell'istruzione, della formazione della gioventù e della cultura a dare un contributo di idee sulle pari opportunità per le persone con disabilità, a promuovere la completa integrazione nella società di giovani e adulti disabili.

Questo è stato il Tema che abbiamo scelto per EU.FOR.ME , cogliendone le indicazioni strategiche ed applicandolo ad un ambito, quale quello del turismo che ci ha visto costantemente protagonisti, in attività progettuali, di sensibilizzazione e di iniziative legate allo sviluppo del turismo per persone con esigenze specifiche.

L'ideazione e la realizzazione di questo progetto ci permette di fare un significativo salto di qualità: intervenire 'a sistema' e non per eccezione su quanti già operano nel settore turistico.

Vorrei solo focalizzare i tre elementi chiave che fanno di questo progetto – della sua implementazione - per meglio dire, e della disponibilità dei risultati che si prefigge, un fattore chiave di successo per agire sui percorsi formativi e di specializzazione in ambito turistico, inserendo 'costantemente' e a regime gli elementi didattici necessari a creare le competenze professionali necessarie per la predisposizione di prodotti turistici integrati , per offrire servizi turistici che considerino 'sempre e comunque' tutte le tipologie di clientela, conoscendone le esigenze, le richieste e le aspettative in termini di qualità del prodotto e dell'accoglienza, senza dover realizzare, come è stato fatto fino ad oggi, programmi e corsi 'paralleli' sul tema specifico. I risultati che il progetto si propone di raggiungere dovrebbero costituire un primo tassello per arrivare gradualmente ad una totale 'normalizzazione' della formazione sul turismo nei Paesi dell'Unione Europea e -

determinando una Buona Prassi - potenzialmente anche in tutti quei paesi più avanzati dal punto di vista della garanzia delle pari opportunità.

1) La dimensione culturale

La **dimensione Culturale** del progetto è duplice:

a) da un lato la realizzazione di attività didattiche che affrontano un tema specifico quale quello del turismo per clienti con disabilità e che saranno inseriti nei 'normali' circuiti educativi contribuisce ad una sostanziale crescita culturale in termini di inclusione sociale e non discriminazione

b) dall'altro le attività turistiche sono di per sé crescita culturale e , nella misura in cui saranno sempre più accessibili ad un pubblico finora largamente discriminato, permetteranno a queste categorie meno integrate di fruire del 'bene' turismo in forma sempre più completa.

2) L' intersettorialità

Il Progetto, grazie proprio alla possibilità offerta dal bando, ha potuto integrare, in una sola proposta, il concetto di sistemi formativi innovativi e di proposte prototipali, per quanto attiene ai contenuti ed alle forme di erogazione, alla pratica realizzazione di attività formative che permetteranno di validare in aula i moduli didattici sperimentali individuati (Project Works). Determinante sarà l'apporto dei giovani che, organizzati in un Panel di giovani persone con disabilità, seguiranno costantemente le azioni progettuali e forniranno input strategici per il suo sviluppo.

3) Inclusione

I destinatari finali sono rappresentati da tutte le persone che, per viaggiare liberamente ed in piena autonomia, necessitano di veder garantite alcune esigenze specifiche che rendono le loro possibilità di spostamento sicure, comode e piacevoli. Queste garanzie di qualità di prodotto prevedono, come si è detto, un aspetto tecnico (accessibilità fisica delle destinazioni a seconda delle diverse esigenze) ed un aspetto relazionale, di customer care, che solo operatori esperti, adeguatamente formati e consapevoli possono offrire. La significatività economica e sociale del target è ampiamente dimostrata da tutte le informazioni di tipo quantitativo che, a livello europeo, sono state rese disponibili nel corso delle varie iniziative della Commissione Europea. A questo deve essere collegata anche la sempre maggior consapevolezza delle persone disabili stesse, in particolare dei giovani, ad essere titolari di diritti e di pari cittadinanza nei riguardi di tutti gli aspetti della vita sociale e lavorativa, ivi compreso il godimento del proprio tempo libero.

Il Panel di giovani disabili rappresenta infatti lo snodo progettuale più significativo in termini di promozione delle pari opportunità e d'inclusione sociale .

I giovani disabili hanno qui la possibilità non solo di inquadrare le successive azioni del progetto alla luce delle loro esigenze e necessità, ma anche di ipotizzare percorsi di formazione per quanti come loro in Europa vogliono partecipare, fin dall'inizio e con la più ampia voce in capitolo a tutte le iniziative, le decisioni di politiche e di strategie che riguardano le persone con esigenze specifiche.

I risultati attesi quindi daranno risposta a tutti questi punti e consentiranno la creazione di un **sistema educativo di eccellenza, la trasferibilità** a livello europeo e, potenzialmente anche in settori economici e produttivi diversi (Universal Design), delle modalità formative sperimentate, e infine, ma sostanziale per il nostro gruppo, la potenziale ricaduta economica ed occupazionale per le persone con disabilità nel settore del Turismo.

Grazie per l'attenzione.