

WORKING PAPER N°2/2019

SCUOLA E TERRITORIO

PERCORSI DI TURISMO E TURISMO ACCESSIBILE A SCUOLA
A.S. 2016-2017 e 2017-2018

a cura di Fiorenza Aste, Cristiana Bianchi
e Alma Rosa Laurenti Argento

Dicembre 2019

IPRASE

Istituto Provinciale per la Ricerca e la Sperimentazione Educativa

Via Tartarotti 15 - 38068 Rovereto (TN)
C.F. 96023310228
tel. 0461 494500 - fax 0461 499266 - 0461 494399
iprase@iprase.tn.it / iprase@pec.provincia.tn.it
www.iprase.tn.it

Comitato tecnico-scientifico

Renato Troncon (presidente)
Elia Bombardelli
Lucia Rigotti
Matteo Taufer
Roberto Trolli

Direttore

Luciano Covi

© Editore Provincia autonoma di Trento - IPRASE
Prima pubblicazione dicembre 2019

Tutti i diritti riservati

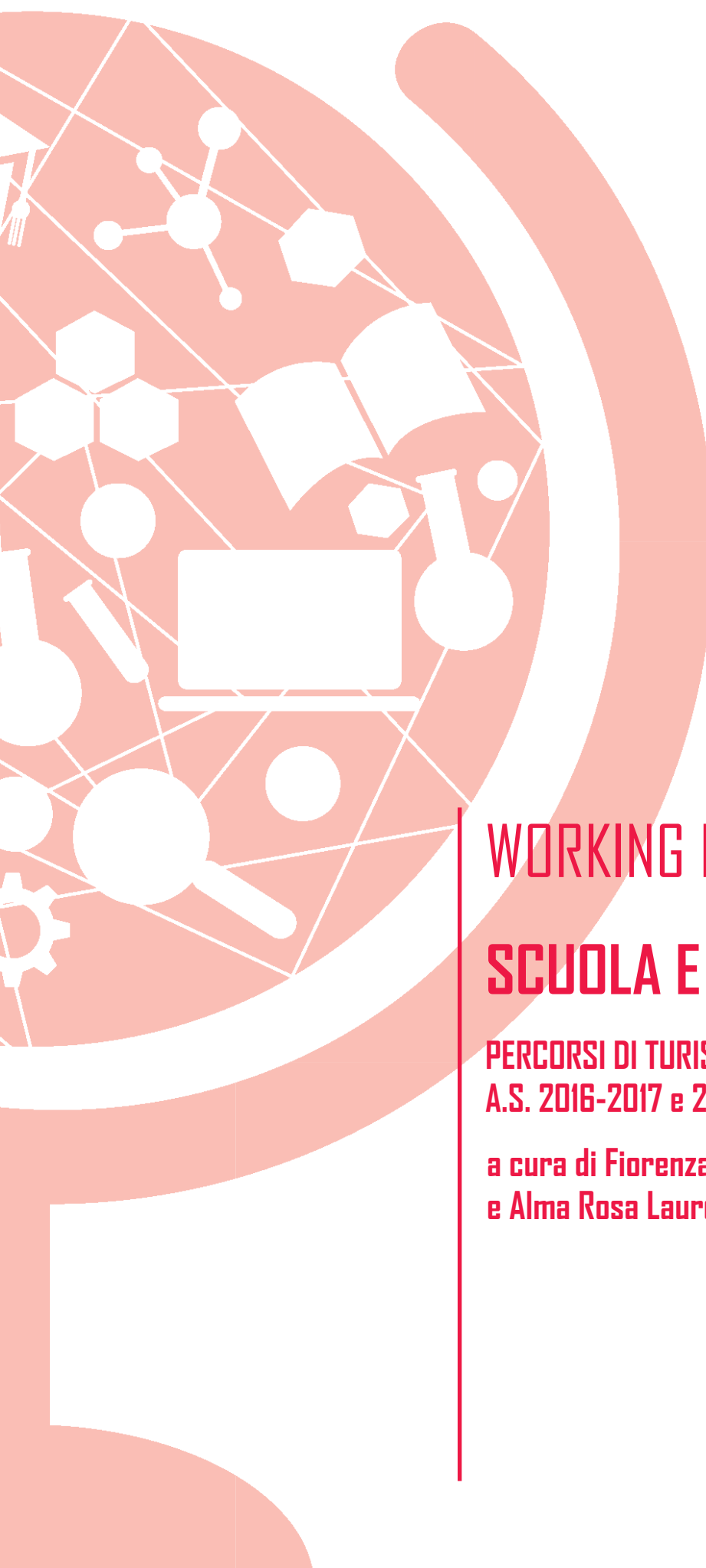
Realizzazione grafica
Grafiche Futura S.r.l. - Trento

Il volume è disponibile all'indirizzo web: www.iprase.tn.it
alla voce risorse-pubblicazioni

IPRASE per l'ambiente



Questo documento è stampato interamente su carta certificata
Stampato su carta priva di cloro riciclabile ecologica



WORKING PAPER N°2/2019

SCUOLA E TERRITORIO

**PERCORSI DI TURISMO E TURISMO ACCESSIBILE A SCUOLA
A.S. 2016-2017 e 2017-2018**

**a cura di Fiorenza Aste, Cristiana Bianchi
e Alma Rosa Laurenti Argento**

INDICE

| | |
|---|-----------|
| PREMESSA | 7 |
| PREFAZIONE | 8 |
| 1. Ipotesi progettuale Firenza Aste, Cristiana Bianchi, Alma Rosa Laurenti Argento | 9 |
| 2. Le azioni per il Turismo accessibile in Trentino Iva Berasi | 11 |
| 3. Articolazione dei moduli formativi | 15 |
| 3.1 Il Turismo: valore storico, sociale ed economico Gianfranco Betta - Provincia autonoma di Trento, Servizio Turismo e Sport | 15 |
| 3.2 Marketing territoriale e prodotti turistici: l'importanza di target diversi nel turismo Umberto Martini - Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento | 20 |
| 3.3 Il significato di accessibilità per una persona disabile e i criteri dei marchi OPEN Graziella Anesi - Cooperativa Handycreea | 27 |
| 3.4 Sport e disabilità Alberto Benchimol, maestro di sci specializzato nella disabilità | 33 |
| 3.5 Turismo Accessibile: l'attività outdoor e l'importanza dei marchi di qualità Matteo Bonazza, esperto in turismo accessibile presso Hotel Klinik | 36 |
| 4. Le Unità di Lavoro | 39 |
| Parte prima: il Turismo a scuola | 40 |
| 4.1 TURISMO TOP! | 40 |
| 4.2 Turismo a Natale: Data mining sui dati rilevati con interviste ai visitatori del mercatino natalizio di Rovereto | 51 |
| 4.3 Il SENTIERO RISCOPERTO DELLA MONTAGNA "Ripristinare un sentiero" | 55 |
| Parte seconda: Il Turismo accessibile | 60 |
| 4.4 TURISMO PER TUTTI: Un obiettivo di civiltà | 60 |
| 4.5 Il turismo accessibile nel centro storico di Trento | 64 |
| 4.6 Let's OPEN: GLI STUDENTI PROGETTANO L'ACCESSIBILITÀ. IL MARCHIO OPEN | 75 |

PREMESSA

Il volume presenta gli esiti di alcuni percorsi formativi realizzati, nel corso di due anni scolastici, grazie alla collaborazione tra IPRASE e Tsm/Accademia della Montagna e aventi come tema centrale il turismo e il suo legame con il nostro territorio. Peraltro dalla collaborazione tra IPRASE e Accademia della Montagna erano già nate in passato altre iniziative, rivolte sia a docenti sia a studenti della provincia di Trento e centrate, in particolare, sul tema dell'educazione alla montagna, iniziative rispetto alle quali il lavoro che viene oggi presentato si colloca in continuità e coerentemente a quanto allora già sperimentato.

Queste iniziative rispondono, tra gli altri obiettivi, anche ad alcune indicazioni che provengono dai documenti normativi provinciali emanati in quest'ultimo decennio e si collocano perfettamente in linea con la mission stessa di IPRASE, il cui regolamento (Decreto del Presidente della Provincia del 3 aprile 2008 n.10-117/Leg. e s.m., art.2) indica, tra i suoi compiti, quello di *"elaborare, raccogliere e mettere a disposizione del sistema educativo provinciale la documentazione relativa alle materie e alle attività di competenza, favorendo anche la diffusione delle buone pratiche"*.

Diversi gli obiettivi che ci si è posti nella progettazione di questi percorsi, a partire dalla formazione dei docenti fino alla predisposizione e diffusione di materiali di lavoro delle e per le scuole del Trentino, grazie anche all'attività di ricerca-azione a cui hanno partecipato, con grande impegno, tutti i corsisti. Tutto ciò è ora documentato in questa pubblicazione, in cui sono presentati sia alcuni contributi dei formatori che alcuni dei progetti realizzati dai docenti nelle scuole del nostro territorio.

Vorrei, pertanto, rivolgere un sentito ringraziamento a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di questo lavoro, a partire dai relatori intervenuti nei diversi moduli formativi, ai referenti di IPRASE e di Tsm/Accademia della Montagna. Infine, esprimo sincera gratitudine a tutti i docenti che insieme ai loro studenti hanno aderito con grande impegno a queste iniziative, con l'augurio di poter proseguire e approfondire in futuro queste esperienze.

Luciano Covi
Direttore di IPRASE

PREFAZIONE

Desidero innanzitutto ringraziare gli insegnanti che si sono prestati con dedizione e professionalità ad un percorso di studio e sperimentazione in classe, unico nel panorama nazionale per l'argomento trattato, che ha prodotto i curricula inerenti la conoscenza della storia e il valore del turismo e del turismo accessibile, da inserire quale materia di studio in tutte le scuole trentine.

Anche questo percorso fa parte del progetto "Montagna Accessibile" che da cinque anni vede impegnata Accademia della Montagna per fare del Trentino una destinazione turistica per tutti, con l'intenzione di intercettare un target, quello del turista disabile, in continua crescita e che predilige la vacanza outdoor della quale il Trentino ne è leader in Europa.

Avere dei ragazzi consapevoli del valore sociale, ambientale e anche economico del proprio territorio permetterà di avere imprenditori e professionisti preparati, consapevoli e promotori di se stessi e di una destinazione che ha nel turismo motore di crescita, sviluppo e progresso.

Iva Berasi

Direttore Tsm/Accademia della Montagna

1 Ipotesi progettuale

Firenze Aste, Cristiana Bianchi, Alma Rosa Laurenti Argento

Nel 2014 all'allora Giunta Provinciale venne presentata un'interrogazione (all'O.d.G. provinciale n.13 del 2014) relativa alla "... promozione di percorsi scolastici ad hoc, anche integrando progetti in corso, a partire dalla scuola elementare, aventi come tematica il turismo e il legame dello stesso con il territorio". Nell'interrogazione si rilevava l'importanza di portare il turismo di montagna nell'ambito dello studio e della conoscenza, per creare consapevolezza fra gli studenti della centralità economica e sociale del turismo per il Trentino. Si ribadiva la necessità di mantenere viva la montagna e le sue professioni, per riflettere su quali sono le opportunità che il turismo offre alla popolazione trentina anche in termini occupazionali, nelle sue diverse declinazioni di turismo di montagna, turismo relativo ai laghi e turismo termale.

Accademia della Montagna e IPRASE erano già coinvolti da tempo in una collaborazione fattiva sui temi dell'alfabetizzazione alla montagna.

A tal proposito si citano di seguito le azioni realizzate in collaborazione dai due enti:

1. corsi stanziali di formazione rivolti ai docenti trentini delle scuole primarie sul tema dell'alfabetizzazione alla montagna (dal 2012 al 2015);
2. due edizioni del "Congresso dei ragazzi per la Montagna", rivolte alle classi delle scuole primarie (2014-2015);
3. concorso "Ragazzi in rifugio", rivolto a tutti gli Istituti scolastici trentini, sia del primo che del secondo ciclo, che vede annualmente premiate le migliori progettazioni e documentazioni relative al tema della montagna (8 edizioni dal 2011 al 2019);
4. realizzazione della pubblicazione "Curricolo della Montagna" da parte del gruppo di ricerca-azione Ci.MA (2014-2016).

Facendo seguito alla citata interrogazione, Accademia della Montagna e IPRASE hanno progettato per due anni scolastici consecutivi (2016-17 e 2017-18) due percorsi formativi sul tema del turismo. Uno degli obiettivi principali della formazione era quello di promuovere un atteggiamento positivo nei confronti del turismo in una popolazione che talvolta, lo avverte come elemento di disturbo piuttosto che come risorsa.

Il tutto doveva essere pensato senza portare ulteriore aggravio ai curricula scolastici già esistenti, ma proponendo attività trasversali, sia in senso multidisciplinare che interdisciplinare.

La riflessione da cui ha avuto avvio la progettazione della formazione riguardava la necessità di avviare un'operazione di "rialfabetizzazione territoriale", insegnando a riconoscere e valorizzare i luoghi non seriali, dotati di identità, tipicità, unicità sul territorio in cui si vive, attraverso la lettura del paesaggio, che può divenire la disciplina trasversale attraverso cui veicolare la cultura di un turismo legato veramente al territorio e in grado di riconoscerne e valorizzarne le specificità. Il Trentino vanta un enorme patrimonio naturale e culturale, complesso e ricco di diversità, che costituisce una grande ricchezza. Il paesaggio è il focus trasversale che si presta a tutti i livelli di lettura, anche per comprendere il fondamentale ruolo del turismo e le sue ricadute sul territorio.

Il **primo percorso** (ottobre 2016-maggio 2017) è servito a sviluppare e approfondire il significato di "Turismo sul territorio trentino". È stato rivolto ai docenti degli Istituti superiori che già prevedevano nella propria offerta formativa corsi relativi al turismo e ai docenti delle scuole che avevano partecipato al progetto Ci.MA, che negli anni 2014-2016 avevano elaborato la pubblicazione "Curricolo della Montagna".

Il percorso si è articolato su tre incontri tematici, di cui l'ultimo residenziale, con esperti del settore turistico. Gli argomenti presentati riguardavano: il valore storico-sociale ed economico del turismo; gli aspetti istituzionali e le ricadute territoriali; la presentazione di casi concreti di turismo di territorio in Trentino.

Il project work richiesto ai corsisti aveva come obiettivo finale la predisposizione di attività didattiche aventi come tematiche il turismo e il legame dello stesso con il territorio, da integrare nei percorsi scolastici di ogni ordine e grado. Alcuni esempi si ritrovano nel capitolo 4 della presente pubblicazione.

Il secondo percorso (ottobre 2017-maggio 2018) si poneva come obiettivo quello di approfondire le tematiche del "*Turismo accessibile*" con l'intervento di formatori esperti sui seguenti temi:

1. La montagna accessibile: il progetto Montagna Accessibile per un Trentino per tutti
2. Il Turismo accessibile: l'attività outdoor e l'importanza dei marchi di qualità
3. Marketing territoriale: l'importanza di target diversi nel turismo
4. Il significato di accessibilità per una persona disabile e i criteri dei marchi OPEN
5. Sport e disabilità

Anche per questo secondo percorso il project work dei docenti partecipanti ha riguardato l'elaborazione di unità di lavoro, che sono consultabili al capitolo 4 della presente pubblicazione.

2 Le azioni per il Turismo accessibile in Trentino

Iva Berasi

La presente pubblicazione, realizzata in collaborazione con IPRASE, si inserisce in un quadro più ampio di azioni che Accademia della Montagna/Tsm ha messo in campo in questi ultimi anni nell'ambito del macro-progetto "Montagna Accessibile", sia sul fronte della diffusione dei marchi OPEN che sul fronte della formazione.

Il progetto "Montagna Accessibile" è stato elaborato per indagare e affrontare aspetti e tematiche relative al turismo accessibile, al diritto alla vacanza per tutti, all'accoglienza ed inclusione sociale, nella prospettiva di comprendere appieno le opportunità economiche e sociali, e stimolare la voglia di interagire e intraprendere iniziative imprenditoriali rivolte alle persone con esigenze speciali.

CENNI DI STORIA DEL TURISMO MONTANO

Nel 1858 comincia la storia delle vacanze in montagna; viene fondato a Londra l'Alpine Club, associazione alpinistica del Regno Unito, con l'obiettivo di favorire l'esplorazione delle grandi vette dell'Asia centrale. Una moda che nel giro di qualche anno creerà un intero sistema: in Inghilterra, infatti, scalare montagne diventa una sorta di modulo applicativo della filosofia romantica, allo scopo di cercare il trascendente nella natura.

In Italia, nel 1863 nasce il CAI e la SAT viene fondata a Madonna di Campiglio il 2 settembre 1872 con il nome di Società Alpina del Trentino.

In Trentino i primi turisti ottocenteschi sono esploratori e alpinisti attratti dalle Dolomiti, e sono soprattutto inglesi. Inizia una storia lunga duecento anni, che vede confrontarsi viaggiatori e alpinisti stranieri con le guide locali, con i locandieri, con la storia e le tradizioni della nostra terra. In particolare lungo tutto l'Ottocento l'alpinismo britannico rappresenta un fondamentale momento per lo sviluppo dell'alpinismo locale e per la nascita del turismo. In Trentino arrivano i nobili, seguiti dall'alta borghesia europea e italiana, in cerca di aria buona e pure per curarsi. A questo proposito anche le terme conquistano il loro posto: in Trentino le più antiche sono le Terme di Comano e le Terme di Levico, mentre il luogo prescelto per le cure polmonari è Arco. A parte i ceti nobili e aristocratici, che vivono viaggiando e rendono il viaggio un'esperienza artistica e di crescita culturale, ben poche persone, prima della metà dell'Ottocento, possono permettersi di "andare in vacanza". I poveri continuano a viaggiare soprattutto per ragioni religiose nei pellegrinaggi.

Il vero spartiacque tra vacanze per pochi e vacanze per tutti, arriva negli anni Trenta del secolo scorso, quando viene sancito il diritto alle ferie retribuite, riconosciute nei contratti di lavoro dei milioni di stipendiati europei. La vacanza, da tempo perso all'insegna dell'ozio, appannaggio solo di ricchi e nobili perditempo, diventa un diritto e una necessità stabiliti dalla legge e spesso momenti in cui dedicarsi agli sport, sia invernali che estivi.

Nel contesto alpino cominciano ad avere molta rilevanza gli sport della montagna: nel 1924 viene fondata la FIS (Federazione Italiana Sport Invernali). Il nuovo sport fa il suo debutto ai giochi olimpici invernali a Garmisch-Partenkirchen 1936, con la sola specialità della combinata (sia maschile sia femminile). I primi Campionati mondiali di sci alpino erano stati già disputati a Mürren nel 1931. Con il secondo dopoguerra lo sci alpino esce definitivamente dalla sua fase pionieristica ed entra in quella moderna; non più passatempo per genti di montagna o per ricchi turisti, ma vero e proprio sport, se non di massa, almeno diffuso in sempre più ampi strati di popolazione nei Paesi dotati di montagne adatte. A contribuire a tale successo è il

diffondersi di stazioni sciistiche attrezzate con impianti di risalita.

A decretare il successo di pubblico dello sci alpino come disciplina agonistica è, in modo determinante, la televisione. I Settimi Giochi olimpici invernali di Cortina d'Ampezzo 1956 sono i primi a essere interamente trasmessi sul piccolo schermo.

A partire dagli anni '60 la televisione contribuisce a diffondere anche gli altri sport da praticare in outdoor: snowboard, sci, golf, bicicletta, cavallo, escursionismo, arrampicata, kitesurf, windsurf, immersioni conquistano fette via via più ampie della popolazione. Si diffonde la figura del "turista sportivo", e il Trentino si adegua con infrastrutture dedicate (circoli vela, stadi, percorsi ciclabili ecc.).

Nascono grandi manifestazioni rivolte a tutta la popolazione (Marcialonga, Rampolonga, mondiali delle varie discipline, ecc), e si verifica l'esplosione delle seconde case, dei residence e degli appartamenti in affitto.

IL TURISMO ACCESSIBILE HA UNA STORIA RECENTE

Lo sport per persone disabili affonda le radici in Gran Bretagna, nell'ospedale di Stoke Mandeville (Aylesbury), vicino Londra, sul finire della Seconda Guerra Mondiale. Sir Ludwig Guttmann, neurochirurgo, direttore di quel centro di riabilitazione motoria aperto nel 1944, utilizza le discipline sportive come strumento di riabilitazione per giovani militari con lesioni midollari. Il 28 luglio 1948 si tengono i primi Giochi di Stoke Mandeville vicino a Londra, per atleti disabili, cui partecipano ex membri delle Forze Armate britanniche. Da lì a poco sarà un succedersi di manifestazioni sportive a loro dedicate.

Nel 1958 Sir Ludwig Guttmann e il Dott. Antonio Maglio, Direttore del Centro Spinale di Roma, cominciano a lavorare alla nona edizione dei giochi di Stoke Mandeville, previsti a Roma nel 1960, una settimana dopo la chiusura delle Olimpiadi.

Quelli di Roma del 1960 sono considerati, a tutti gli effetti, i primi Giochi Paralimpici. I circa 400 atleti provenienti da 23 paesi condividono le stesse strutture e gli stessi impianti degli atleti normodotati olimpionici e stabiliscono che le Paralimpiadi abbiano la stessa sede delle Olimpiadi.

Nel 1964 a Tokyo nascono ufficialmente le Paralimpiadi, in concomitanza con la 13° edizione dei giochi di Stoke Mandeville.

Le prime Paralimpiadi invernali si svolgono in Svezia nel 1976.

Negli ultimi anni i mass media danno rilevanza sempre maggiore alle competizioni sportive delle persone con disabilità.

NEL 2012 NASCE IL PROGETTO OPEN

Nelle linee guida del turismo la Provincia autonoma di Trento promuove un territorio per tutti e Accademia inizia la diffusione territoriale dello standard di accessibilità sul territorio provinciale. Il Trentino intraprende la strada dell'accoglienza accessibile per essere riconosciuto come destinazione per tutti; la Giunta istituisce con delibera (n. 2008 del 23/09/2011) i marchi di qualità OPEN, presentati da Accademia della Montagna e alla stessa ne affida la gestione, con l'obiettivo di garantire un elevato standard di accessibilità al territorio.

Con la creazione e la gestione dei protocolli di accessibilità, dei rispettivi marchi validi a livello nazionale e internazionale, Accademia della Montagna del Trentino si impegna, come ente

delegato dalla Provincia autonoma di Trento, nell'accompagnamento in percorsi di certificazione di strutture, eventi, sentieri, aree e nella formazione dei professionisti della montagna: Guide alpine, Maestri di sci, Accompagnatori di territorio, degli operatori turistici e dei tecnici che progettano il territorio.

Obiettivi del progetto OPEN

Attraverso i marchi OPEN, disciplinati con delibera di Giunta, dalle rispettive Linee Guida, si intende definire i requisiti necessari per poter offrire strutture, eventi, destinazioni e servizi ad alta accessibilità. L'attenzione non è solo per le barriere architettoniche, con standard che vanno oltre i disposti legislativi vigenti, bensì rendere accessibili anche gli aspetti organizzativi, culturali e comportamentali. Si è inteso creare nuovi punti di riferimento, aumentare la competitività, creare nuove professionalità e generare indotto economico nel territorio, permettendo a tutti di poter vivere una vacanza in Trentino, attraendo nuovi ospiti e donando qualità territoriale ai residenti.

2013: La prima manifestazione mondiale accessibile certificata OPEN - I Mondiali della Val di Fiemme

Il Progetto "Fiemme Accessibile" con la Comunità di Valle, il Comitato Mondiali WM Fiemme 2013 e APT Fiemme ha individuato e concertato, con tutte le espressioni del territorio, criteri trasversali, unanimemente validati, che hanno definito standard di accessibilità delle strutture, degli eventi e dei luoghi interessati dalle manifestazioni dei Campionati Mondiali di Sci 2013. Questo evento ha dato avvio al protocollo di accessibilità per i marchi OPEN, OPEN EVENT e OPEN AREA.

I Marchi OPEN

Il Marchio OPEN è riferito all'accessibilità delle strutture ricettive, commerciali, di pubblica utilità e servizio, imprese, impianti e di altra tipologia.

Il Marchio OPEN EVENT è riferito all'accessibilità di eventi sportivi, culturali, e manifestazioni.

Il Marchio OPEN AREA è riferito all'accessibilità di Comuni, dei territori, delle destinazioni turistiche.

In Trentino sono inoltre presenti i marchi LEED (in materia di edilizia sostenibile) e FAMILY (dedicato alle politiche sociali), che, con il marchio OPEN e i rispettivi percorsi di certificazione, qualificano il Trentino come provincia ed ente certificatore a livello internazionale.

A supporto della realizzazione e diffusione dei protocolli OPEN sono stati progettati vari strumenti volti a favorire la comunicazione e la conoscenza, come verrà specificato in modo più dettagliato all'interno di questo volume nell'intervento di Graziella Anesi.

In particolare si ricordano in questa sede i seguenti strumenti:

1. l'applicazione **TRENTINO ACCESSIBILE** per *mobile*, pensata per persone con difficoltà motorie che visitano o vivono il territorio trentino. Fornisce, in base alla posizione, alla disabilità e alle preferenze dell'utilizzatore, una lista di luoghi e strutture filtrate e ordinate in base alla loro accessibilità;
2. il sito web <https://www.trentinopertutti.it/>, che mette a disposizione di tutti, ospiti del territorio e residenti, le informazioni utili rispetto all'accessibilità dei luoghi e dei servizi in Trentino.

3 Articolazione dei moduli formativi

Di seguito vengono presentati i contributi di alcuni dei relatori coinvolti nei percorsi di formazione realizzati nei due anni scolastici 2016/2017 e 2017/2018.

3.1 Il Turismo: valore storico, sociale ed economico

Gianfranco Betta - Provincia autonoma di Trento, Servizio Turismo e Sport

Turisti e turismi

Turismo fenomeno complesso e vario

Il turismo è un fenomeno complesso perché richiede l'apporto di diversi operatori. È un fenomeno estremamente vario perché il termine turismo viene usato per indicare le attività più diverse, che hanno come elemento in comune lo spostamento delle persone dalla loro residenza.

Si parla di turismi perché il modo di intendere e praticare il turismo si declina con modalità molto diverse.

Gli spostamenti vengono definiti outgoing (outbound) quando sono diretti fuori dalla regione o dal paese di residenza del turista. Sono detti incoming (inbound) gli arrivi, in un paese o in una regione, di viaggiatori provenienti da altre località.

Il Turismo internazionale viene quindi distinto in turismo incoming (inbound) e turismo outgoing (outbound).

Il Turismo nazionale, in modo analogo, si distingue in turismo domestico e turismo outgoing.

Cos'è il turismo e il turista

Chi è il Turista: alcune definizioni storiche

La Società delle Nazioni nel 1937 definì il turista come "un soggetto che trascorre un periodo di almeno 24 ore in un paese diverso da quello abituale di residenza", senza specificare il motivo che ha spinto allo spostamento.

Burkart e Medlik nel 1974 specificarono meglio: "Il turismo è l'insieme delle relazioni e dei fenomeni legati al soggiorno di stranieri in una località in cui essi non esercitano una rilevante attività retribuita, permanente o temporanea che sia".¹

Cohen, sempre nel 1974, contribuì alla definizione di "turismo" descrivendo l'atteggiamento turistico che permette di distinguere tra il semplice viaggiatore e il turista.²

Jafari, nel 1987, definì a sua volta il turismo come "lo studio dell'uomo (il turista) al di fuori del suo ambiente usuale, lo studio delle infrastrutture e delle relazioni turistiche e del mondo ordinario (non-turistico) e non ordinario (turistico) nei loro rapporti dialettici".³

1 A. J. Burkart, S. Medlik, **Tourism: past, present and future**, Heinemann, 1974

2 E. Cohen, **Who is a Tourist? A conceptual clarification**, in *The Sociological Review*, nov. 1974

3 J. Jafari, **Tourism models: The sociocultural aspects**, *Tourism Management*, 8, 1987

Le caratteristiche principali per definire il soggiorno di un turista e di un non turista

- > Durata: Temporaneo/Permanente (nomade, girovago)
- > Volontarietà: Volontario/Forzato (prigioniero, esule politico, rifugiato)
- > Direzione: Andata e ritorno/Solo andata (migrante)
- > Distanza: Lunga/Breve (escursionista)
- > Frequenza: Non frequente/Frequente
- > Motivazione: Non finalizzata/Finalizzata (generale, motivi di piacere, viaggio d'affari...)

La definizione vigente di visitatore

UNWTO, United Nations World Tourism Organization, è la principale organizzazione internazionale nel campo di viaggi e turismo. Nel 1994 specifica che “Il turismo comprende le attività delle persone che viaggiano e soggiornano al di fuori del proprio ambiente abituale per meno di dodici mesi consecutivi e il cui scopo principale del viaggio sia diverso rispetto all’esercizio di un’attività remunerata all’interno del luogo visitato”⁴.

Tre aspetti caratterizzano questa definizione:

- > Lo spostamento dai luoghi abitualmente frequentati
- > Il motivo che ha determinato lo spostamento
- > La durata dello spostamento

Sulle motivazioni turistiche

La classificazione proposta dall’UNWTO relativamente alle motivazioni che spingono le persone a praticare turismo è la seguente:

- > divertimento, ricreazione e vacanza (uso prevalente del tempo libero, spese a carico del visitatore, libera scelta delle modalità di viaggio)
- > visita ad amici e parenti
- > motivi d'affari e professionali (uso prevalente del tempo di lavoro, spese a carico del datore o committente, condizionamenti sulle modalità di viaggio)
- > motivi di cura e di salute
- > motivi religiosi e pellegrinaggi
- > altro

⁴ portale di UNWTO <http://www2.unwto.org/>

Fonti statistiche: contenuti e limiti

Una società evoluta ha bisogno di informazioni economico-statistiche indipendenti, attendibili, imparziali, trasparenti ed accessibili, in grado di descrivere le condizioni ed i cambiamenti che avvengono in essa.

La statistica del turismo fornisce il metodo e gli strumenti per descrivere in modo sintetico, cogliere regolarità e andamenti tipici, modellare i fenomeni turistici, trarre conclusioni generali a partire dalla loro parziale osservazione.

L'obiettivo della statistica del turismo deriva dalla necessità di orientarsi all'interno delle numerose fonti che producono dati. Le fonti statistiche contengono dati riguardanti la misura di caratteri qualitativi e quantitativi di un certo fenomeno.

Un fenomeno complesso come quello turistico va descritto con l'ausilio di molti dati. Ma i sistemi locali (le economie locali) si caratterizzano mediante altre componenti che ne valorizzano le specificità, caratteristiche che vanno evidenziate attraverso una "lettura" attenta del territorio che potremmo definire come analisi preliminare ad un'azione di marketing territoriale.

Premesse di una corretta "informazione" turistica

Per costruire il sistema statistico del turismo occorre:

- > definire cos'è il turismo
- > definire quali sono le attività turistiche
- > stabilire dove osservare la popolazione turistica in movimento

Le attività: il turismo "settore non settore"

Nella definizione di un settore economico si usano normalmente i seguenti criteri:

- > Criterio tecnologico: imprese simili dal punto di vista della tecnica di produzione. Per l'attività turistica questo criterio lascia a desiderare perché la vacanza è una miscela di beni diversi dal lato produttivo.
- > Criterio di mercato: imprese che producono lo stesso tipo di bene e si caratterizzano solitamente per la sostituibilità tra i beni. Nel turismo invece si riscontra eterogeneità di prodotto e complementarità tra i prodotti.

Da tali definizioni e dalla difficoltà di quantificare il turismo sulla base dell'offerta, deriva che per il turismo va considerato un insieme di settori eterogenei tra loro e non esclusivi.

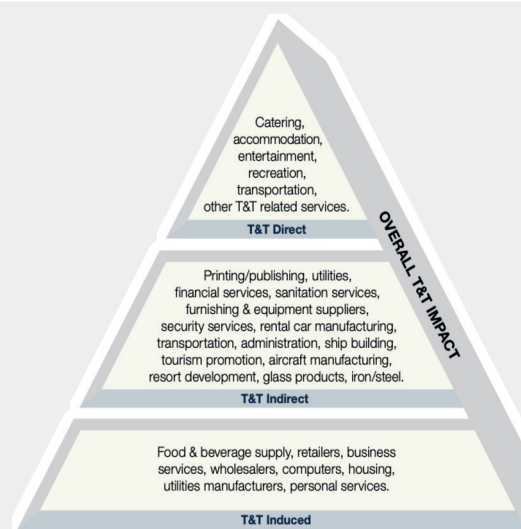
Le attività di produzione turistica non costituiscono settore separato dell'economia, per questo la classificazione delle attività economiche (ATECO) in uso in Italia non comprende esplicitamente il turismo, che viene collocato trasversalmente. Questo perché tutte le attività producono, direttamente o indirettamente, sia per i turisti che per i non turisti (es. alberghi, tabaccherie).

Considerando distintamente i diversi settori economici non è agevole distinguere la quota di produzione destinata ai turisti. In letteratura si suole distinguere tra:

- > Attività di produzione diretta: esplicitamente rivolte ai turisti (attività alberghiere)
- > Attività indirette: forniscono beni e servizi alle attività dirette (lavanderie degli alberghi)
- > Attività indotte: traggono comunque vantaggio da una maggiore affluenza turistica (ristoranti)

L'impatto economico

Nell'immagine a lato l'impatto economico del turismo viene rappresentato come un Elemento che permea e interessa tutto il sistema produttivo nazionale.



Fonte: Benchmark Report – Global Sector May 2015

Principali indicatori turistici

Indicatori dei flussi turistici

Arrivi turistici: per arrivo turistico in una località o in una struttura ricettiva si intende l'ingresso di un turista nel territorio o nella struttura considerata, indipendentemente da quanto tale turista intenda fermarsi (es. numero di arrivi in un hotel corrispondono al numero di clienti registrati).

Presenze turistiche (o pernottamenti): sono le notti trascorse dai turisti nella località o nella struttura considerata e nel periodo di tempo considerato.

Permanenza media: numero medio di notti trascorse da un turista nella località o struttura considerata.

Indicatori dell'offerta turistica

I principali indicatori dell'offerta turistica di un territorio possono essere riassunti come segue:

- > La capacità ricettiva in senso stretto
- > Le risorse artistiche
- > Le risorse ambientali

-
- > L'offerta turistica legata alla salute e benessere fisico
 - > L'offerta turistica legata alle attività congressuali

Si possono anche considerare:

- > per il turismo montano impianti di risalita, lunghezza delle piste di discesa e di fondo
- > per il turismo marino i km di costa, gli stabilimenti balneari, le capacità dei porti (esprimibili in posti-barca) e, in genere, degli approdi per la nautica da diporto,
- > la ristorazione (ristoranti e bar)
- > le attività connesse al divertimento (ritrovi e discoteche, sale e spazi cinema)
- > le attività che promuovono e "vendono" il turismo (tour operator, agenzie di viaggio, agenzie immobiliari turistiche, uffici di informazione turistica, pro loco)
- > i gruppi di imprese (catene e gruppi alberghieri, consorzi e cooperative turistiche, ecc.)

Alcuni dati e informazioni dai Piani strategici per lo sviluppo del Turismo in Italia

Nelle analisi presentate nei Piani Strategici del turismo (2012 - Governo Monti⁵; 2017-2022 Governo Renzi⁶), riprendendo dati dell'UNWTO, si afferma che, considerando i flussi turistici che si sono realizzati negli ultimi decenni (dai circa 280 milioni di passeggeri del 1980 si è passati ai circa 900 milioni del 2010 e agli 1,14 miliardi nel 2015), per il 2030 è atteso che i turisti raddoppino rispetto al 2010, fino ad arrivare agli 1,8 miliardi annui. Questo corrisponde ad un tasso di crescita attesa medio nel cinquantennio 1980 – 2030 del 4% annuo.

L'impatto del settore del turismo italiano sul PIL nazionale, calcolato secondo il modello multisettoriale e multiregionale elaborato dal Ciset – Ca' Foscari in collaborazione con IRPET, risulterebbe pari all'11,8% (circa 171 miliardi di euro) e l'impatto sull'occupazione sarebbe attorno al 12,8% (3,1 milioni di unità di lavoro) di cui il 6% nelle attività turistiche "core".

I Piani Strategici del turismo citati sopra mettono chiaramente in luce le criticità dell'industria turistica italiana: problemi di governance del settore, promozione all'estero estremamente frammentata e graduale marginalizzazione dell'ENIT (Agenzia nazionale italiana del turismo), nanismo delle imprese, limiti nella capacità di costruire prodotti turistici competitivi, infrastrutture insufficienti, formazione del personale inadeguata al mercato globale, difficoltà ad attrarre investimenti internazionali.

Per far fronte a queste carenze e debolezze strutturali il Piano strategico per lo sviluppo del turismo 2017-2022 indica questi assunti di base:

- > considerare la pluralità di attori e la pluralità di strumenti di condivisione (integrazione di oggetti, processi, soggetti).
- > assumere un meccanismo partecipato e permanente di iterazione, ossia di ripetizione/revisione del processo di policy

⁵ Piano strategico per lo sviluppo del turismo in Italia 2012
http://www.ontit.it/OPENcms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/piano_strategico.pdf

⁶ Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022
https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MIBAC/documents/1481892223634_PST_2017_IT.pdf

-
- > tener presente che il valore generato dal settore turistico in Italia è al di sotto delle sue potenzialità.

Dagli assunti di base ne derivano degli obiettivi generali che il Piano evidenzia così:

- > innovare, specializzare e integrare l'offerta nazionale
- > accrescere la competitività del sistema turistico
- > sviluppare un marketing efficace e innovativo
- > realizzare una governance efficiente e partecipata nel processo di elaborazione/definizione di Piano e politiche turistiche

Le Parole chiave del Piano sono indicate in: sostenibilità, innovazione, competitività, accessibilità/permeabilità fisica e culturale.

Nella configurazione del Piano sia le parole chiave che gli obiettivi generali dovrebbero sostanziarsi in obiettivi specifici e linee di intervento strategico, nel cui ambito ogni anno, dovrebbero essere inserite le azioni, intese come insieme di progetti omogenei o interventi di particolare valenza di sistema.

Nel suo insieme un'architettura sulla carta ambiziosa, strutturata in modo coerente, che per essere implementata richiede l'apporto costruttivo, convinto e condiviso di attori privati e pubblici (compresi Stato e Regioni e le diverse articolazioni territoriali).

3.2 Marketing territoriale e prodotti turistici: l'importanza di target diversi nel turismo

Umberto Martini - Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Trento

Nel corso degli ultimi anni profondi mutamenti hanno interessato il turismo, sia sul lato della domanda, sia su quello dell'offerta. Dopo un lungo periodo di stabilità, nel corso del quale la pratica turistica si era stabilizzata in forme sostanzialmente standardizzate, il settore è stato infatti interessato da numerosi fenomeni innovativi, che hanno modificato la natura e l'entità dei flussi turistici, oltre ai comportamenti e alle attese dei turisti, richiedendo, di conseguenza, numerose modificazioni nella struttura dell'offerta e dei servizi di base.

Le principali spinte innovative che hanno agito sul settore possono essere così sintetizzate:

- le modificazioni della domanda in senso quantitativo*: a seguito della crescita economica in molte zone del mondo, e dell'apertura di relazioni commerciali con Paesi prima estranei ai flussi internazionali, il turismo ha assunto carattere globale, stimolato anche dalla nascita di una "nuova domanda" proveniente da stati, regioni e città che fino a pochi anni prima non venivano considerate come potenziali generatrici di flussi turistici;
- le modificazioni della domanda in senso comportamentale*: i turisti stanno progressivamente mutando i comportamenti di ideazione, selezione e acquisto dei viaggi, il sistema delle preferenze rispetto ai servizi turistici, le abitudini relative alla durata ed alla varietà delle vacanze; è sempre più bassa la percentuale dei "turisti mono-opzione", ossia di coloro i quali trascorrono le proprie vacanze in un luogo abituale, e si stanno sensibilmente riducendo le "vacanze lunghe", mentre le forme tradizionali di vacanza iniziano ad essere sostituite o integrate da nuove forme di turismo più sofisticate e specifiche in termini di servizi richiesti;

-
- c) *la crescita della competizione fra i luoghi*: i progressi intervenuti nel trasporto aereo, da un lato, e la massa crescente dei turisti interessati a raggiungere mete innovative, dall'altro, hanno stimolato la nascita di forme di concorrenza fra luoghi turistici molto diversi fra loro, sul piano della localizzazione geografica e dei prodotti turistici offerti;
 - d) *il rinnovamento della struttura dell'intermediazione e della comunicazione turistica, dovuta all'avvento delle nuove tecnologie per l'informazione e la comunicazione (ICT)*: nel comparto dell'intermediazione turistica sono in atto importanti fenomeni di riorganizzazione, legati sia alle strategie delle grandi imprese internazionali, le quali, attraverso fusioni, incorporazioni ed alleanze continuano ad accrescere le proprie dimensioni, e quindi la capacità di spostare flussi ingenti di domanda; sia alle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie, le quali, attraverso la diffusione di Internet e degli strumenti di accesso mobile alla rete, stanno offrendo al turista nuove modalità per l'acquisto, la selezione e la valutazione dei viaggi.

Si assiste perciò a una crescente competizione fra i territori che si confrontano nella loro capacità di attrazione dei flussi di visitatori, cercando di stimolare e garantire la soddisfazione di turisti sempre più esigenti ed esperti. La condizione necessaria per tale forma di competizione consiste nella capacità del luogo di creare *prodotti turistici*, ovvero di assumere precise connotazioni in termini di fattori di attrattiva disponibili, segmenti della clientela eletti come target, notorietà ed immagine possedute. In questo senso, il marketing dei luoghi turistici assume una specifica valenza, che va ben al di là della generica promozione, coinvolgendo l'intera struttura dell'offerta e gli obiettivi della politica turistica territoriale in senso lato.

Nel settore turistico si è andato così affermando il concetto di *destinazione*, che può essere messa al centro di specifiche azioni di management e di marketing. Il concetto di destinazione, nel corso degli ultimi anni, ha avuto una profonda evoluzione: dal significato tradizionale di "luogo dove la gente trascorre le proprie vacanze", è divenuto "un'area dove i turisti decidono di trascorrere le proprie vacanze, tenuto conto di tutti gli effetti delle attività dei turisti", fino a significare "la gestione della domanda turistica e dei suoi effetti in un luogo", comprendendo elementi quali l'accesso, la qualità dell'offerta, la sostenibilità ambientale, la pianificazione territoriale, la politica turistica, la gestione delle interdipendenze ed i processi di coordinamento fra gli attori locali. In termini generali, una destinazione può essere definita come un luogo obiettivo di viaggio, che il turista desidera visitare grazie a determinate attrazioni, naturali o artificiali, preesistenti o create ad hoc, che esso offre. Una destinazione turistica rappresenta quindi un amalgama di prodotti, servizi, elementi naturali ed artificiali, in grado di attrarre un certo numero di visitatori all'interno di un luogo geografico. Tale amalgama, diviene un prodotto unitario attraverso l'esperienza di fruizione del turista, il quale seleziona, sulla base delle proprie preferenze, gli elementi che andranno a comporre la vacanza. Una destinazione può perciò essere definita come un "variegato packaging di prestazioni per determinati segmenti di utenza", all'interno del quale assumono importanza non solo i singoli prodotti o fattori di attrattiva, ma la loro combinazione operata dal turista.

Queste definizioni indicano come il passaggio al concetto di *destinazione* sia ricco di implicazioni sotto il profilo organizzativo, gestionale e dell'impatto socio/culturale. Mentre infatti un luogo che assuma un atteggiamento passivo nei confronti della domanda turistica tende a gestire in modo reattivo/adattivo i flussi di turisti ed i loro comportamenti, un luogo inteso come destinazione contiene in sé l'idea di proattività, ovvero la realizzazione di un progetto strategico attraverso il quale definire in senso evolutivo la migliore interazione possibile tra i fattori di attrattiva disponibili e la clientela obiettivo. Il valore percepito dei servizi offerti da una destinazione, dipende, infatti, dall'interazione fra l'esperienza globale del turista ed i servizi e le infrastrutture che il luogo visitato offre, compresa qualsiasi relazione con il macro-ambiente che lo circonda (ambiente naturale, situazione sociale e culturale, sicurezza ed ordine pubblico); da tale interazione dipende il giudizio del cliente, e la sua volontà di ritornare, ovvero la

disponibilità a svolgere un ruolo attivo in termini di passa-parola.

Le destinazioni turistiche, se vogliono rimanere competitive, devono quindi avere capacità progettuali ed organizzative (supportate da adeguate competenze di gestione), grazie alle quali definire strategie di sviluppo dell'offerta e della sua successiva promozione sui mercati. Elaborare una strategia significa quindi non limitarsi ad accogliere passivamente i turisti che scelgono la destinazione, ma attivare un insieme di politiche affinché specifici segmenti di mercato (in senso geografico e motivazionale) *scelgano* la destinazione. Come rappresentato nella Fig. 1, le destinazioni si caratterizzano perciò per la propria capacità e adeguatezza nel dare risposta a bisogni e motivazioni specifiche da parte dei visitatori, con il supporto di un'adeguata immagine.

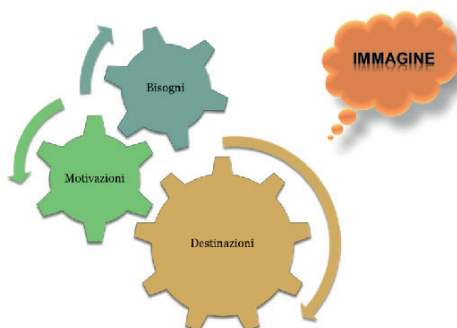


Fig. 1: Le destinazioni come risposta a motivazioni di viaggio

Da questo punto di vista, ciò che diviene cruciale per una destinazione è la capacità di definire un'offerta mirata a specifici target di mercato. Si entra così nella dimensione del "prodotto turistico" della destinazione. Il prodotto, nel linguaggio del marketing, è un bene, un servizio o una loro combinazione capace di soddisfare un'esigenza del consumatore meglio della concorrenza. Esso comprende perciò sia attributi tecnico/funzionali, sia attributi simbolici e di natura comunicativa, a partire dalla marca. Da sottolineare come nel marketing il binomio prodotto-target sia inscindibile: un prodotto nasce sempre rispetto alle esigenze, alle motivazioni e alle caratteristiche di un segmento di mercato, e su questa base si costruisce l'intero marketing mix. Lavorare su un target significa cogliere alcune dimensioni rilevanti, quali:

- > conoscere e interpretare creativamente i bisogni che il target esprime, in termini di attività, risorse, servizi di supporto;
- > sviluppare empatia al fine di generare una sintonia fine con il target, sapendo in anticipo cosa desidera e quali sono i fattori da cui dipendono i suoi meccanismi di valutazione della qualità e di percezione del valore;
- > utilizzare un linguaggio comunicativo che consenta di aumentare tale sintonia, a partire dalla dimensione simbolica e valoriale;
- > determinare il coinvolgimento del consumatore, facendolo sentire parte integrante del prodotto che egli stesso contribuisce a creare attraverso la sua fruizione;
- > anticipare il mercato e le attese del cliente con l'innovazione e la creatività, elementi che devono in una certa misura sorprendere il target con fattori distintivi rispetto a quelli della concorrenza.

Talvolta è opportuno inseguire strategie multi-target, attraverso cui ridurre il rischio della dipendenza da una sola categoria di fruitori, esponendosi a forme di sostituzione o di saturazio-

ne della domanda. Seppure comportando un evidente aumento di complessità, la strategia multi-target consente di cogliere nuove opportunità e di seguire l'evoluzione del mercato, suddividendo il rischio e aprendo nuove aree di business attraverso l'innovazione e l'estensione della propria offerta. Questo tipo di strategia presuppone quindi una politica di marketing che dia una risposta efficace alle seguenti domande:

- > Perché lanciare un nuovo prodotto?
- > A quale mercato si rivolge e che dimensione ha tale mercato?
- > Contro quale concorrenza ci si muove?
- > Abbiamo le competenze e le risorse necessarie?
- > Siamo sorretti da un'immagine credibile?
- > Come si pone in relazione al portafoglio esistente (compatibilità, sinergia, cannibalismo)?

Il *prodotto turistico*, nello specifico, può essere definito come l'insieme di risorse, attività, servizi, esperienze a disposizione del turista nel territorio. Comprende perciò l'insieme di attrazioni, infrastrutture, servizi offerti dalla destinazione, compresi i trasporti, la sicurezza e l'ordine pubblico, la salute e l'assistenza, i servizi bancari e assicurativi. Il prodotto turistico deve poi essere «tematizzato», facendo riferimento alla capacità della destinazione di specializzarsi su uno o più binomi prodotto/mercato, con servizi e competenze specifiche.

Gli elementi che definiscono un prodotto tematizzato sono riconducibili ai seguenti:

1. le motivazioni su cui puntare, ossia gli interessi, le pratiche e le esperienze che caratterizzano i potenziali turisti che si vogliono attrarre;
2. i mercati obiettivo, in senso geografico e in relazione alla modalità di organizzazione del viaggio (turisti individuali, turisti organizzati, gruppi, ...);
3. le azioni che è necessario progettare e implementare in relazione alle attrazioni turistiche disponibili nella destinazione;
4. le politiche commerciali e promozionali che è necessario pianificare per raggiungere i target desiderati in modo convincente ed efficace.

La principale sfida che deve essere affrontata nella definizione di un prodotto turistico territoriale consiste nella necessità di coordinamento che essa richiede come condizione basilare per il raggiungimento dell'obiettivo. Nel caso delle destinazioni turistiche, infatti, si tratta di coordinare un insieme ampio e variegato di attori, che hanno ruoli e funzioni diverse, nel garantire la composizione del prodotto desiderato (Fig. 2).



Fig. 2: Gli elementi che compongono i prodotti turistici di una destinazione

Sotto questo profilo, è essenziale trovare un'adeguata combinazione di fattori che, nel loro insieme, garantiscano l'adeguatezza del prodotto alle richieste del mercato e la sua sostenibilità nel tempo, unita a una indispensabile capacità di innovazione e di adattamento.

Come ulteriore elemento di innovazione, le nuove logiche dell'offerta turistica delle destinazioni si muovono nella dimensione dell'*esperienzialità*: l'approccio tradizionale, basato su forme di *sightseeing* (*see*), ispirate alla contemplazione di luoghi paesaggisticamente, artisticamente o culturalmente rilevanti, ha lasciato il posto a specifiche richieste di "fare", ossia di svolgere nel territorio attività legate agli interessi e alle passioni del turista (*make*); in un passaggio successivo, l'attenzione dei turisti si rivolge alla ricerca di *esperienze* di fruizione, nelle quali assume rilevanza la dimensione sensoriale (*feel*).

La prima forma di offerta rappresenta il tradizionale punto di partenza del percorso turistico di un territorio, ossia la presenza di attrazioni naturali, paesaggistiche, culturali o storiche che siano in grado di determinare l'interesse da parte dei viaggiatori, e che la qualifichino come "meta" di una vacanza. Poter "vedere" tale tipo di attrazione costituisce quasi sempre la base per la generazione di flussi turistici, alimentata anche dal fenomeno del *sightseeing* e del *passa-parola*.

Il passo successivo consiste nella tematizzazione dell'offerta, ossia nell'individuazione di specifici "temi di vacanza" nei confronti dei quali il territorio esprime particolari potenzialità. Si tratta di un processo di analisi e successiva selezione attraverso il quale la DMO fa emergere le pratiche e le attività turistiche per le quali la destinazione è particolarmente vocata, con un cambiamento fondamentale rispetto alla filosofia della promozione turistica, in quanto il focus dell'azione di marketing passa dal contenitore al contenuto: non si tratta più di limitarsi ad enfatizzare la bellezza paesaggistica, la ricchezza di risorse naturali o culturali del territorio, la presenza di servizi e attrazioni turistiche, ma di indirizzare il turista verso specifiche offerte, coerenti con il suo profilo e le sue aspettative di "fare" (*make*): da una generica promozione della destinazione come luogo adatto alla vacanza, si passa all'indicazione a precise eccellenze e capacità di offerta, rispetto alle quali la destinazione si dimostra competitiva rispetto ai *benchmark* nazionali o internazionali. Nella logica della tematizzazione vengono compiuti dunque i seguenti passi:

1. analisi delle potenzialità vocazionali della destinazione capaci di emergere come eccellenze distintive da comunicare al mercato;
2. analisi di benchmark con altre destinazioni;
3. identificazione dei target di domanda (attuali e potenziali) rispetto a ogni potenzialità vocazionale;
4. interventi a sostegno dell'offerta tematizzata;
5. definizione di un piano di promozione e comunicazione mirata sulle famiglie motivazionali.

La molteplicità di famiglie motivazionali, fonte di vantaggio competitivo, dev'essere costruita nella logica della differenziazione di marketing e non sul principio – ormai obsoleto – della genericità (la destinazione offre tutto per tutti). In questo senso emerge chiaramente la principale difficoltà della strategia di tematizzazione, che si colloca a monte nel processo di selezione delle famiglie motivazionali: i responsabili delle decisioni attinenti l'offerta turistica devono infatti giustificare le proprie scelte, inevitabilmente destinate a generare l'esclusione degli operatori e delle sub-località la cui offerta non è in linea con la strategia individuata.

Talvolta, l'intervento nell'ambito della tematizzazione porta alla creazione di club di prodotto, aggregazioni orizzontali di operatori che garantiscono l'offerta di servizi mirati su segmenti particolari della domanda, promossi anche attraverso l'intervento diretto delle locali DMO (Destination Management Organization). I club di prodotto sono organizzazioni a carattere

territoriale costituite da una pluralità di aziende che si uniscono per perseguire finalità comuni, al fine di accrescere la propria visibilità sul mercato e incrementare il giro di affari attraverso una maggiore aggressività commerciale: la costituzione di un club di prodotto consente infatti di creare un'aggregazione di piccole imprese che da sole non sarebbero in grado di competere efficacemente sul mercato, mentre nel loro insieme possono essere identificate dai consumatori come facenti parti di una rete specifica. Fare parte di un club consente inoltre di realizzare economie di scala in numerose categorie di attività (approvvigionamento, promozione, gestione di siti Web, partecipazione a fiere ed eventi), e offre la possibilità di promuovere l'offerta anche su mercati lontani.

Il punto di arrivo dell'attività di destination marketing relativa all'offerta consiste nell'introduzione di logiche esperienziali nella vacanza. Anche in questo caso, il turismo segue la tendenza che già si è affermata in diversi settori merceologici relativa alla ricerca, da parte del consumatore, di nuovi modelli di proposta del valore, che è stata definita *economia delle esperienze*. Il concetto di esperienza fa riferimento a un diverso processo cognitivo che caratterizza il consumatore nell'acquisto o nell'utilizzo di un bene. Se il processo di fruizione non viene ricondotto semplicemente ad uno scambio, ma presuppone un diverso livello di interesse e di coinvolgimento, devono essere parallelamente modificati anche i processi di offerta, portando alla nascita di un *marketing esperienziale*. L'attenzione a tutti i processi percettivi sensoriali porta a considerare nuovi e diversi elementi nella strategia di prodotto, ed in particolare conferisce importanza alla realizzazione di una rappresentazione scenografica ad elevato valore simbolico all'interno della quale deve avvenire il processo di acquisto, consumo o fruizione. Il turismo, per la sua natura, si presta perfettamente ad essere ambito di applicazione delle logiche esperienziali. Le destinazioni, perciò, se vogliono intercettare i nuovi bisogni dei consumatori e coinvolgerli con la propria offerta, devono dare il maggiore spazio possibile ad un approccio di tipo esperienziale, proponendo non solo i singoli servizi, ma il sistema-territorio nel suo insieme, come un insieme continuo di esperienze (o di occasioni di esperienza). I numerosi studi che negli ultimi anni sono stati dedicati all'argomento, sembrano dimostrare che la presa di coscienza da parte delle destinazioni turistiche più innovative sia già avvenuta. Le destinazioni, in particolare, devono puntare sulla capacità di offrire alcune esperienze memorabili, destinate a rimanere impresse nella memoria del turista, e a rendere il più possibile unica e distinguibile la proposta. Quando questo avviene, si attivano processi di passa-parola, anche nella modalità, sempre più diffusa, della pubblicazione di commenti, recensioni e testimonianze positive sui social media da parte del turista.

Dal punto di vista delle attività, i processi di offerta devono essere orientati in modo da soddisfare le dimensioni fondamentali che caratterizzano l'esperienza del turista:

- > la dimensione sensoriale, intesa come la capacità di sollecitare i sensi;
- > la dimensione emotiva, finalizzata a creare un rapporto di natura affettiva con il luogo/la destinazione;
- > la dimensione relazionale, che passa attraverso la relazione con gli altri soggetti (altri turisti, residenti, attori) con i quali il turista interagisce nel corso della vacanza;
- > la dimensione cognitiva, intesa come l'insieme di attività offerte al turista che ne stimolano l'intelligenza logica e la capacità di problem solving;
- > la dimensione valoriale, ossia la consonanza tra i valori del turista e la proposta turistica della destinazione.

L'evoluzione verso la dimensione esperienziale indirizza la destinazione verso un'offerta maggiormente attenta all'esigenza di personalizzazione e di specificità che emerge dai mercati più evoluti, alla ricerca di emozioni autentiche, aperte a forme innovative di apprendimento

e di stimolo alla conoscenza pur restando in un ambito di piacere e svago. In questo senso, l'obiettivo dell'esperienzialità funge da stimolo all'innovazione e alla creatività imprenditoriale, rivolgendosi ai segmenti più evoluti ed esigenti, i cd. *creative tourist*, che si stanno affacciando sul mercato turistico internazionale. Si tratta di affrontare un percorso strategico di rilettura e, in alcuni casi, di riprogettazione dell'offerta esistente (ivi compreso il paesaggio e la sua fruizione, le risorse naturali e culturali, le strutture ricettive e di trasporto), nel quale il ruolo della DMO assume una rilevanza considerevole, fatto salvo il rispetto delle condizioni necessarie alla base dell'azione di destination management.

Le ricerche più recenti relative alle motivazioni e ai comportamenti dei turisti, hanno visto l'affermazione di un nuovo segmento della domanda, che mostra una particolare sensibilità verso la protezione dell'ambiente e verso il mantenimento della cultura locale, cercando espressamente nell'esperienza di vacanza elementi di autenticità. Le caratteristiche di questo segmento sono in gran parte coerenti con i segmenti - identificati da tempo - dell'ecoturismo, del turismo responsabile, del turismo *nature-based*. Esso viene definito "*turismo delle 4L*", dove le quattro "L" corrispondono ai quattro concetti di *landscape*, *leisure*, *learning*, e *limit*:

1. *Leisure*: ricerca del divertimento e dello svago, in modalità consapevoli ed evolute;
2. *Landscape*: contemplazione della natura (immersione in un paesaggio) e pratica di attività legate alla natura (dal relax allo sport)
3. *Learning*: aperto alla conoscenza e alla scoperta di quanto un territorio può trasmettere, concepisce la vacanza come momento di arricchimento intellettuale e culturale (ancorché in forme e modi piacevoli e divertenti). L'interesse del turista si indirizza verso elementi storici, antropologico/culturali, eno-gastronomici, scientifici, ed in quest'ultimo caso richiede forme evolute di mediazione scientifica e di interpretazione ambientale;
4. *Limit*: consapevole dell'esigenza di porre un limite alle modalità di fruizione del territorio, disposto ad accettare regole e condizioni (purché comprensibili e giustificate) a tutela della protezione dell'ambiente e delle risorse paesaggistiche, oltre a vincoli alla fruizione del territorio e alle pratiche turistiche che possono risultare dannose o invasive. E' disponibile inoltre all'adozione di comportamenti virtuosi nei confronti dell'ecosistema, quali la gestione dei rifiuti, il risparmio energetico, la mobilità sostenibile.

Si tratta di un tipo di turismo che prevede una funzione di ricreazione o "divertimento" evoluto e consapevole, in quanto l'esperienza combina l'aspetto ricreativo con l'autoformazione. Il paesaggio e la natura sono i fattori principali, possono essere un elemento da ammirare o in cui muoversi. Importante è poi la funzione di scoperta, esperienza, partecipazione nella destinazione, e l'imparare qualcosa immergendosi nella vita di tutti i giorni del territorio; infine il limite, come consapevolezza della fruizione limitata delle risorse locali e consapevolezza degli impatti sociali e ambientali dell'esperienza, che si ricollega ai principi del turismo responsabile. Si caratterizza per la grande attenzione per l'ambiente dove si sviluppa, ossia al paesaggio e alle risorse naturali, in una prospettiva evoluta di ciò che costituisce il divertimento. Oltre agli aspetti naturali, di grande importanza è anche il paesaggio culturale, cioè le caratteristiche architettoniche, storiche, culturali e socio-antropologiche di una destinazione.

La sfida per le destinazioni, a partire da quelle montane, è dunque quella di promuovere la creazione di prodotti adeguati rispetto alle tendenze e alle nuove sensibilità presenti nella domanda a livello internazionale, che hanno il pregio di coniugare l'attività turistica (e i suoi benefici economico/sociali per il territorio in cui si svolge) con la salvaguardia e la valorizzazione delle risorse naturali e culturali, anziché sacrificarle alla ricerca di modalità più tradizionali (e aggressive) dell'offerta turistico/ricreativa.

3.3 Il significato di accessibilità per una persona disabile e i criteri dei marchi OPEN

Graziella Anesi - Cooperativa Handycrea

Il titolo assegnato al mio intervento è intrigante sotto diversi punti di vista: il significato di accessibilità nel sentire comune e in quello, più profondo, della persona con disabilità, i criteri del Marchio OPEN e come con essi si possono intrecciare qualità della vita ed esigenze di tutti.

Partiamo da un dato di fatto che ha cambiato le cose più di quanto sembri.

Nel 2001 l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha redatto un documento: la classificazione internazionale del funzionamento, della disabilità e della salute >> ICF = International Classification of Functioning, Disability and Health.⁷

ICF è stato da subito uno strumento innovativo, multidisciplinare e dall'approccio universale perché prende in considerazione gli aspetti contestuali dell'individuo e permette la correlazione fra lo stato di salute e l'ambiente, arrivando a definire la disabilità come una condizione di salute in un ambiente sfavorevole.

L'ambiente (fisico e culturale) ha dunque un ruolo importante nel determinare la disabilità: un ambiente con barriere limita le attività di un individuo, mentre un ambiente accessibile le favorisce.

La disabilità non è quindi qualcosa che riguarda una minoranza di persone, ma una condizione che può interessare tutti nel confronto tra l'ambiente e una situazione.

Sono dunque le peculiarità del mondo fisico e sociale a rendere gli individui più o meno abili.

Proviamo ad immaginare una situazione semplice.

Abbiamo una gamba fratturata e per un po' di tempo dobbiamo utilizzare una carrozzina. Saremo facilitati se nella nostra città si è pensato di predisporre marciapiedi sbarrierati (e sbarrierati bene!), se le strutture pubbliche o private aperte al pubblico sono accessibili (ambulatori, scuole, negozi, bar...), se l'azienda di trasporto è dotata di autobus con pedane per la salita e la discesa, se le fermate sono sbarriate, se anche in casa nostra possiamo muoverci in autonomia.

Stiamo parlando di un periodo, di solito breve, quindi di un "assaggio" temporaneo dei limiti che ricorderemo come un'avventura senza conseguenze, sopportabile pur se sgradevole.

Altra cosa è la vera e propria disabilità, permanente, stazionaria, acuta o ingravescente che sia. Ad essa è strettamente collegato il rapporto e la dipendenza con l'ambiente.

Mi chiedo spesso quante opportunità di partecipazione, lavoro, servizi, VITA vengono a mancare alle persone con disabilità a causa di un ambiente non all'altezza, non preparato. Chi le ripaga? Chi le indennizza? E ancora, che costi hanno per la società ed i singoli le strutture realizzate male quando invece le soluzioni pensate per chi ha una difficoltà risulterebbero funzionali a tutti?

Il D.M.236/89⁸ ha introdotto il concetto di ACCESSIBILITÀ, laddove per accessibilità si intende la possibilità, anche per persone con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale, di

⁷ ICF = International Classification of Functioning, Disability and Health https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43737/9789241547321_eng.pdf;jsessionid=930CEEC3A2DDCB47662BE6E2295FEC45?sequence=1

⁸ D.M.236/89 "Prescrizioni tecniche necessarie a garantire l'accessibilità, l'adattabilità e la visitabilità degli edifici privati e di edilizia residenziale pubblica sovvenzionata e agevolata" http://www.mit.gov.it/mit/mop_all.php?p_id=12648

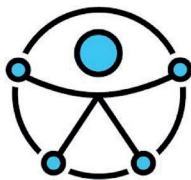
raggiungere un edificio e le sue singole unità immobiliari, di entrarvi agevolmente e di fruirne spazi e attrezzature in condizioni di adeguata sicurezza e autonomia.

In sostanza l'accessibilità rappresenta il grado più alto di utilizzo dello spazio costruito.

L'accessibilità quindi contempla diverse condizioni individuali, esigenze specifiche di anziani, persone con disabilità in modo permanente o temporaneo, persone con bambini piccoli e passeggini, donne in gravidanza, persone con esigenze dietetiche o problemi di intolleranze e allergie: insomma, il Mondo!



Per essere operatori preparati, qualsiasi sia il nostro ruolo, è bene conoscere o almeno percepire le difficoltà delle persone con disabilità e, nel dubbio, chiedere come intervenire per essere d'aiuto.



Questo cerchio con una figura simmetrica ad esso collegato rappresenta l'armonia tra gli esseri umani nella società. La figura umana universale a braccia aperte simboleggia l'inclusione per le persone di tutte le abilità, in tutto il mondo.

Tipologie di disabilità

La **disabilità fisica** è una riduzione delle capacità di movimento. Può essere temporanea o permanente, è in genere associata ad un più facile affaticamento e può interessare uno o entrambi gli arti superiori, uno o entrambi gli arti inferiori, tutti gli arti, altre parti del corpo (es. problemi a chinarsi, ruotare il tronco, estendersi, articolare le mani, ecc.).

Le persone quindi possono essere con mobilità ridotta, su sedia a ruote, muoversi in autonomia (carrozzina manuale o elettrica), su sedia a ruote con accompagnatore.

Gli ausili (bastoni, stampelle, deambulatori, carrozzine a spinta manuale, carrozzine elettroniche, elettro-scooter), hanno ingombri diversi secondo le esigenze differenziate (stare alcuni secondi in posizione eretta, compiere piccoli passi, usare la carrozzina solo per una parte della giornata o sempre, forza nelle braccia, necessità accompagnatore).

- > Difficoltà incontrate: dislivelli, gradini, porte troppo strette, tragitti in pendenza, pavimentazioni sconnesse, mancanza di ausili per i trasferimenti (per esempio in bagno o in stanza), ecc.

Con la **disabilità sensoriale** visiva si va dal calo dell'acuità visiva (ridotta capacità dell'occhio di risolvere e percepire dettagli), alla cecità totale o parziale (ipovisione, residua capacità nel percepire luci, ombre o contorni).

Gli ausili in questo caso possono essere il bastone bianco, il cane guida (può accedere senza limitazioni ai locali pubblici).

Gli strumenti che agevolano l'autonomia possono essere esplorazioni tattili, registrazioni audio, sintetizzatori vocali, ingranditori ottici, testi in macro-caratteri o in Braille, mappe e percorsi pedo-tattili, uso corretto dei contrasti cromatici.

- > Difficoltà incontrate: cartelli, automobili, bidoni e biciclette sui percorsi pedonali, assenza di segnalatori vocali (in autobus o in ascensore), caratteri piccoli o contrasti cromatici confusi, ecc.

La **disabilità sensoriale uditiva** comporta una sordità parziale o completa, possibile difficoltà nell'uso e nello sviluppo del linguaggio.

Strumenti d'aiuto: lettura labiale, LIS (Lingua dei Segni italiana), protesi acustiche, strumentazioni per inviare e ricevere messaggi scritti (telefono a testo DTS, telefoni cellulari con soluzione SMS, sistemi chat, Skype, fax).

Le persone sordocieche hanno una grave limitazione visiva e uditiva combinata. Strumenti d'aiuto: tatto e contatto fisico sono il principale canale di conoscenza

- > Difficoltà incontrate: dipendenza dagli altri per l'accesso alle informazioni, alla comunicazione e alla mobilità.

Disabilità intellettiva. Può essere lieve, media o grave, passando da disagi impercettibili a situazioni in cui sono richiesti assistenza e sostegno alla persona, difficoltà a comprendere le informazioni e ad orientarsi, fatica a riconoscere il proprio ambiente, possibili difficoltà nell'uso e nello sviluppo del linguaggio.

Disabilità psichica: ha manifestazioni molto complesse e differenziate; possono manifestarsi ansia, paure irrazionali, disorientamento, ecc.

Esigenze di controllo alimentare: necessità di diete particolari. Allergie: reazione immediata del sistema immunitario a una o più sostanze; intolleranze: sorgono da un progressivo accumulo di sostanze infiammatorie nell'organismo; motivi di salute, religiosi, culturali, ecc.

II MARCHIO OPEN



La delibera della Giunta Provinciale n. 2008 del 23/09/2011 ha approvato le Linee guida per la politica turistica provinciale della XIV Legislatura⁹, prevedendo la realizzazione di interventi volti a "...rendere il Trentino una destinazione turistica realmente accessibile a chiunque: ai diversamente abili, ai soggetti in età avanzata, a coloro che presentano particolari esigenze perché portatori di allergie o con esigenze dietetiche particolari...". Nella delibera si sottolinea l'opportunità di procedere con "...l'adozione di un marchio di qualità inteso come soddisfazione dei bisogni dell'ospite oltre che supporto alle imprese per un miglioramento continuo (v. anche obiettivo 9)."

Si tratta di un chiaro segnale che evidenzia l'interesse ad introdurre all'interno della Strategia generale di sviluppo turistico provinciale, progetti ed iniziative rivolte al Turismo Accessibile.

⁹ Linee guida per la politica turistica provinciale della XIV Legislatura
http://www.giunta.provincia.tn.it/binary/pat_giunta_09/XIV_legislatura/LINEE_GUIDA.1320240299.pdf

Il Trentino ha quindi intrapreso la strada dell'accoglienza accessibile per essere riconosciuto come destinazione per tutti; la Giunta ha riconosciuto con delibera i marchi di qualità OPEN presentati da Accademia della Montagna del Trentino e alla stessa ne ha affidato la gestione con l'obiettivo di garantire un elevato standard di accessibilità.

È un processo culturale che passa anche attraverso la formazione, la sensibilizzazione e la dimostrazione che rendere un territorio turistico accessibile genera un circuito virtuoso a livello sociale ed economico.

Percorsi di studio specifici sono proposti nelle scuole provinciali del turismo, presso le categorie economiche e gli ordini professionali ingegneri, architetti e geometri, in corsi di laurea, alle Guide Alpine, Accompagnatori di Montagna e Maestri di sci.

La certificazione relativa ai **Marchi OPEN**, ha dunque l'obiettivo di garantire uno standard di accessibilità delle strutture, degli eventi e dei territori. Uno standard di qualità relativo non solo all'eliminazione delle barriere architettoniche ma anche agli aspetti organizzativi, culturali e sociali delle realtà, al fine di assicurare un "TRENTINO PER TUTTI".

Scopo del Marchio

Il Marchio OPEN ha lo scopo di definire i requisiti necessari per garantire che un'organizzazione o una struttura ricettiva, commerciale, di pubblica utilità e servizio, privata o di altra tipologia, offra un elevato livello di accessibilità e fruibilità dei servizi.

Tutto ciò ponendo l'attenzione sia sugli elementi architettonici, sia sul servizio erogato nei confronti dell'utente.

IL PROTOCOLLO di CERTIFICAZIONE: gli attori



PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Provincia Autonoma di Trento -> Ente certificatore e proprietario dei Marchi



Accademia della Montagna del Trentino -> Ente ideatore e delegato per la gestione del protocollo di certificazione

Consiglio dell'OPEN -> Comitato che rilascia il Marchio e si occupa della tutela della qualità del protocollo di Accessibilità. E' composto da persone rappresentative del mondo istituzionale, della realtà accademica ed economica, nonché delle organizzazioni preposte alla tutela degli interessi e dei diritti delle persone con disabilità

Consulente -> stipula il contratto con l'organizzazione e la accompagna nelle fasi di certificazione

Valutatore -> valuta se l'organizzazione ha attuato il processo di OPEN secondo le disposizioni definite nei criteri

Esperto -> verifica l'applicazione dei criteri di accessibilità delle strutture, delle organizzazioni e degli impianti che hanno fatto richiesta di certificazione e redige le relazioni finali

Marchi OPEN



OPEN è un Marchio riferito all'accessibilità delle strutture ricettive, commerciali, di utilità pubblica e di servizio. Sono stati individuati dei criteri che ne definiscono i livelli di qualità (ORO, ARGENTO e BRONZO) per i luoghi «più complessi e articolati» come strutture ricettive e ristoranti.

Questi livelli, attraverso griglie di rilevazione e parametri definiti, permettono di individuare le opportunità e le criticità specifiche del luogo stesso definite e approvate dal Consiglio OPEN.

Per strutture commerciali e uffici sono stati individuati dei criteri *unici* di accessibilità.

Marchio OPEN Event



Individua i requisiti necessari per poter garantire un alto livello di accessibilità di eventi e manifestazioni. E' uno strumento applicabile da tutti i soggetti organizzatori interessati a migliorare e rendere gli eventi accessibili.

Per questo tipo di certificazione assume particolare importanza la presenza di informazioni chiare che consentano l'orientamento rispetto al luogo in cui si svolge l'evento ma anche la formazione del personale addetto (volontari, organizzatori, ecc.).

Il Marchio riguarda manifestazioni sportive, culturali, gastronomiche, ecc., interessate a garantire la partecipazione di tutti. Possono essere eventi di uno o più giorni e riguardare strutture anche diverse tra loro come accaduto per i Campionati mondiali di sci nordico svoltisi in Val di Fiemme nel 2013.

Marchio OPEN AREA



Per luoghi interessati a diventare meta per tutti.

Possono essere territori particolarmente armonici in percorsi e strutture predisposte ad una buona ricettività ed è diretto a migliorare l'accessibilità turistica e territoriale disposta a mettersi in gioco per raggiungere una certificazione al fine di assicurare una destinazione turistica accessibile.

Anche il Marchio OPEN Area non si concentra solo sugli aspetti delle barriere architettoniche ma su aspetti organizzativi, culturali e comportamentali.

Per il Marchio OPEN Event HandiCREA ha collaborato all'individuazione delle varie strutture d'interesse pubblico (municipi, farmacie, teatri, uffici postali, ecc.), sì da creare un'area che faccia da cornice alle manifestazioni e garantire così l'utilizzo delle informazioni anche dopo la conclusione dell'evento.

Cosa fa HandiCREA

Fin dall'inizio HandiCREA è stata individuata da Accademia della Montagna del Trentino come membro del Consiglio OPEN, ha collaborato attivamente alla progettazione delle diverse fasi di rilascio del Marchio e alla formazione dei Consulenti all'interno di un corso tenutosi presso la Facoltà di Ingegneria di Mesiano.

Dopo aver affiancato i processi di stesura dei criteri la Cooperativa svolge le rilevazioni di luoghi e strutture interessate ad ottenerlo fornendo una serie di indicazioni e suggerimenti per permettere ai responsabili di apportare le modifiche necessarie al fine di raggiungere la certificazione.

I criteri dei marchi

Criteri-> sono disposizioni approvate dal Consiglio dell'OPEN, riguardanti misure e caratteristiche specifiche sull'accessibilità di diversi aspetti ed elementi che compongono la struttura/ tipologia del luogo rilevato.

Per le diverse strutture i livelli sono così suddivisi:

| | | | |
|--|-----------------|-----------|----------|
| Alberghi | – livelli oro | – argento | – bronzo |
| Bar e ristoranti | – livelli oro | – argento | – bronzo |
| Campeggi | – livelli oro | – argento | – bronzo |
| Percorsi | – livelli oro | – argento | – bronzo |
| Negozi | – livello unico | | |
| Uffici di pubblica informazione e servizio | – livello unico | | |

La particolare tipologia riguardante i luoghi della Cultura è stata a sua volta suddivisa in quattro gruppi:

Primo gruppo – livelli oro – argento – bronzo

(Auditorium, teatri, cinema, palacongressi, palazzetti, sale concerti, sale polivalenti, sale culturali)

Secondo gruppo – livelli oro – argento

(Musei, castelli, forti, chiese, ville, palazzi storici)

Terzo gruppo – livelli oro - argento

(Biblioteche, gallerie d'arte, sale espositive, aree fiere)

Quarto gruppo – livelli oro – argento

(Aree archeologiche, orti botanici)

Quinto gruppo – livelli oro - argento

(Facoltà universitarie, scuole)

CONCLUSIONI

Per avere un luogo, un evento, un'area accessibile si devono mettere in pratica comportamenti, scelte e accorgimenti che rendano i luoghi fruibili da tutte le tipologie di perso-

ne, comprese quelle con disabilità ed esigenze specifiche.

È quindi necessario **affrontare l'accessibilità a tutto tondo**: dalle fasi di programmazione e progettazione al rapporto di conoscenza delle esigenze dei fruitori, dalla comunicazione alla mobilità, ecc.

Realizzare ciò significa prima di tutto riconoscere la **dignità della persona** in tutte le sue sfaccettature e garantirgli la libertà e il diritto a partecipare attivamente alla vita, **in ogni ambito della società**.

In sintesi, solo riconoscendo che la disabilità è il risultato dell'interazione tra persone e fattori ambientali che impediscono la piena ed efficace partecipazione nella società su una base di parità con gli altri, si potranno attivare forme e metodi di partecipazione concreta.

3.4 Sport e disabilità

Alberto Benchimol, maestro di sci specializzato nella disabilità

PREMESSA

Prima di introdurre alcune riflessioni sullo sport per persone con disabilità, si richiama brevemente la terminologia correntemente utilizzata in questo ambito e che ci ricorda come lo sport possa essere considerato un sistema sociale completo e complesso. Si definiscono: a) attività fisica, il movimento che determina un dispendio energetico; b) l'esercizio fisico, attività finalizzata a benefici per la salute psicofisica; c) lo sport, ovvero l'attività regolamentata finalizzata alla prestazione, agonistica o non agonistica.

Per quanto riguarda lo sport per persone con disabilità, grazie all'approvazione della legge 124/15 del 7 agosto 2015 sul riordino della Pubblica Amministrazione, il Comitato Italiano Paralimpico ha ottenuto il riconoscimento formale di Ente Pubblico per lo sport praticato da persone disabili, alla stregua del CONI, mantenendo il ruolo di Confederazione delle Federazioni e Discipline Sportive Paralimpiche, sia a livello centrale che territoriale. Le tappe più significative, nelle quali possiamo identificare le "pietre miliari" dello sport inclusivo, possono essere riassunte come di seguito. Nel 1948, il medico inglese Ludwig Guttmann decise di promuovere fin dall'inizio lo sport come metodo principale di terapia, per agire sulle capacità psicofisiche e l'autostima. Dal 1952, secondo alcune fonti il 1948, organizzò i "Giochi di Stoke Mandeville" per disabili. Nel 1960 Guttmann, assieme all'italiano Antonio Maglio, propose di portare i giochi a Roma, evento poi riconosciuto come primi «giochi paralimpici». Eunice Kennedy Shriver, nel 1968, propose a Chicago la manifestazione Special Olympics, dedicata agli sportivi con disabilità intellettiva, che coinvolge oggi oltre 170 Paesi. Nel 1989 nasce il Comitato internazionale paralimpico. Il 13 dicembre 2006 la Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità (ratificata dall'Italia con Legge 3 marzo 2009, n. 18), all'articolo 30 disciplina la partecipazione alla vita culturale e ricreativa, agli svaghi e allo sport da parte di persone con disabilità.

DISABILITÀ E LESSICO

Tenendo presente che la disabilità, più che una caratteristica individuale, risulta dalla complessità di interazioni e di condizioni sociali e ambientali, osserviamo come la terminologia tenti di tenere il passo dei cambiamenti sociali e della percezione della disabilità. Una sfida culturale

per non sottostimare la condizione di una persona, ma neppure sovrastimarla. In linea generale si può osservare la migrazione del lessico da un approccio assistenziale (menomato, impedito, minorato, handicappato, diversamente abile) a un linguaggio più rispettoso che mette la persona al centro. Di nuovo è la Convenzione Onu sui diritti delle persone con disabilità che indica un approccio verso questo concetto introducendo il termine “persona con disabilità” da cui possiamo derivare studente con disabilità, atleta con disabilità e così via: Per contro, chi non è disabile potrà essere definito normodotato, normotipico o persona non disabile.

I BENEFICI GENERALI DELLO SPORT

L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) definisce cinque patologie per le quali è provata la relazione di causalità tra “pratica sportiva” e “benefici sulla salute”:

- > malattie cardiovascolari;
- > Ictus;
- > tumore al colon;
- > tumore al seno;
- > diabete tipo II.

Tale relazione di causalità è stata quindi espressa in termini di minor rischio a contrarre tali malattie quando si pratica, continuativamente o saltuariamente, uno sport o attività fisica ed il risultato è stato espresso in termini di:

- > riduzione dell'incidenza di tali patologie, rispetto alla media nazionale;
- > riduzione della mortalità legata a tali patologie rispetto alla media nazionale.

Considerando che attualmente in Italia circa il 60% della popolazione pratica un'attività sportiva o fisica, i benefici che implicitamente ne derivano sono dell'ordine di:

- > 52.000 malattie evitate ogni anno;
- > 22.000 morti evitate ogni anno.

Uno studio su Lancet (Sports and Exercise Medicine, 2009) indica che un quarto d'ora di attività fisica moderata ma costante è sufficiente per ottenere benefici significativi sulla salute: su 400mila volontari seguiti per 13 anni (1996-2008), si è vista una riduzione del rischio di mortalità generale del 14% e un aumento dell'aspettativa di vita in media di tre anni.

L'attività sportiva «abbatte» il rischio per 13 tipi di tumore. Chi fa esercizio fisico ha il 7% di probabilità in meno di ammalarsi, ma in un quarto delle neoplasie il rischio crolla di oltre il 20% fino al - 42% dell'adenocarcinoma all'esofago (studio sui dati di 1,4 milioni di persone tra Europa e Stati Uniti).

Complessivamente, chi pratica 30-60 minuti di attività moderata-intensa almeno 5 volte a settimana ha il 7% di rischio in meno di ammalarsi di tumore, ma in un quarto dei tumori considerati la riduzione del rischio supera il 20%.

(Fonte: Libro Bianco dello sport italiano. Coni, 2012; National Cancer Institute (Usa) 2016)

I “NUMERI” DELLA DISABILITÀ

Per tentare di definire i confini della disabilità, un universo costituito da donne e da uomini, è

riduttivo costringere il fenomeno in una classificazione tra disabilità sensoriale, fisica e psichica. Si considera che in Europa le persone con disabilità rappresentino tra il 5 e l'11% della popolazione (Italia 5%).

Sono 150.676 coloro che, nel 2007, hanno riportato un'invalidità grave o permanente (cioè superiore ai 9 punti percentuali) a causa di un incidente in auto o in moto in Italia. Di questi, il 63% sono uomini, per il 57% hanno un'età compresa tra i 25 e i 59 anni e un terzo del totale ha riportato un'invalidità pari al 100 per cento. Tra gli invalidi definiti gravissimi, 11.434 sono tetraplegici e 3.267 paraplegici. In Italia sono 129.000 le persone cieche e nascono 200/220 bambini sordi l'anno- Attualmente sono 23.000 i nati sordi nel nostro Paese

(Fonte: Istat, 2004; Fondazione Ania per la sicurezza stradale, 2007; Inps, 2013; Inail, 2016)

SPORT E DISABILITÀ: LA PARTECIPAZIONE

I giovani e gli adulti con disabilità hanno maggiori livelli di sedentarietà, con significative differenze di genere. I motivi possono essere così riassunti:

- > strutture inadeguate o inaccessibili;
- > ausili mancanti o inadeguati;
- > esperienze "a macchia di leopardo" che non comunicano tra loro;
- > offerta tecnica non capillare;
- > stigma sociale;
- > difficoltà nei trasporti.

Da questa analisi derivano alcune conseguenze negative, quali:

- > il maggiore fenomeno del sovrappeso e obesità, soprattutto nel caso di disabilità cognitive e relazionali;
- > la costruzione negativa dell'identità personale;
- > l'esclusione sociale e la solitudine, del singolo e della famiglia;
- > una maggiore assunzione di farmaci;
- > una ridotta percezione di sostegno sociale e aumento dei fenomeni depressivi;
- > un rafforzamento dello stigma sociale e del pietismo;
- > un forte sovraccarico familiare.

Per contro, negli ultimi cinque anni sono aumentate considerevolmente le opportunità di finanziamento, soprattutto da fonti private, per progetti di inclusione sociale attraverso lo sport e si sta superando l'era mediatica dell'atleta superstar.

I BENEFICI SPECIFICI DELLO SPORT

Oltre a tutti gli effetti positivi collegati a un migliore stato di forma fisica (forza, destrezza, rafforzamento immunitario, salute generale), alla riduzione della comorbilità e delle patologie collegate alla sedentarietà, con particolare riferimento alla disabilità, lo sport apporta riconosciuti

benefici nell'area psicologica quali:

- > la costruzione e il rafforzamento della stima personale;
- > la costruzione virtuosa dell'identità personale;
- > il migliore apprendimento e trasferimento delle abilità acquisite;
- > il divertimento;
- > la riduzione dell'assunzione di farmaci;
- > il miglioramento delle capacità cognitive: attenzione, memorizzazione e rendimento scolastico in bambini e adolescenti.

Accanto ai benefici psicologici, vi sono quelli sociali:

- > l'inclusione e il riconoscimento;
- > le nuove amicizie;
- > il miglioramento delle interazioni e la ricostruzione familiare.

Numerosi studi valutano e identificano una relazione tra attività sportiva e benefici specifici. Nel caso del diabete di tipo II, ad esempio, l'attività motoria riduce il rischio metabolico, cardiovascolare, incrementa il metabolismo basale, riduce fino a un terzo l'assunzione di insulina e aiuta a conquistare maggiore sicurezza in se stessi e la capacità di condividere in gruppo le proprie esperienze. Combatte la possibilità che insorgano dipendenze (il paziente abituato alla terapia autoiniettiva è a maggior rischio) e modifica la percezione di essere "malato" nella certezza di poter essere un vincente.

Per quanto riguarda la sindrome dello spettro autistico, sebbene i benefici dell'attività fisica siano ancora in fase di studio, vi è un accordo unanime sul fatto che i bambini con sindrome dello spettro autistico possano trarre beneficio da una prescrizione di attività fisica che è di aiuto nella difficoltà nell'esprimere le emozioni e nel codificare quelle altrui.

Tra le discipline più apprezzate, l'arrampicata sia indoor che in ambiente naturale offre opportunità sorprendenti ed è un ambito con notevoli potenzialità di sviluppo.

3.5 Turismo Accessibile: l'attività outdoor e l'importanza dei marchi di qualità

Matteo Bonazza, esperto in turismo accessibile presso Hotel Klinik

Nel sistema economico provinciale il turismo rappresenta una delle principali fonti ricchezza. Un comparto che è progressivamente cresciuto sviluppandosi sia per la stagione estiva che invernale, grazie ad un aumento qualitativo costante sia delle proposte di vacanza che delle sistemazioni ricettive.

Nonostante il grande impegno profuso si riscontrano ancora oggi delle difficoltà, determinate, in parte, anche da alcune mutazioni del mercato. Uno scenario velocemente mutato a causa di un contesto economico sociale diametralmente differente da quello degli anni scorsi, segnato dall'avvento di strumenti tecnologici e da abitudini di acquisto che hanno portato una modalità diversa di acquisizione delle informazioni, di prenotazione della vacanza e del modo

di vivere la stessa. Al contempo è aumentata la competitività di altre destinazioni che, anche a fronte di consistenti investimenti economici, hanno saputo aggredire positivamente il mercato e trovare una propria collocazione.

Per mantenere alta la competitività all'interno del comparto turistico è quindi necessario rafforzare i mercati esistenti ma, al contempo, trovarne di nuovi verso i quali rivolgersi.

Il turismo accessibile rappresenta appunto uno degli scenari maggiormente interessanti, verso il quale molte destinazioni stanno oggi guardando con grande attenzione. Le ragioni di tale interesse non vanno ricercate solamente sotto il profilo della sensibilità e del diritto di cittadinanza (elementi senza dubbio nobili e presenti), ma anche nelle opportunità di business attuabili. In Europa parliamo infatti di circa 71 milioni di persone che, secondo le stime prodotte dalla UE, sono in grado di generare un indotto economico annuale di circa 140 miliardi di euro. Non si tratta quindi di una nicchia di mercato, bensì di un macro mercato fatto da persone con disabilità motoria, con disabilità psichica e intellettiva, con disabilità sensoriale, ma anche da persone che soffrono di allergie (in aumento), di intolleranze alimentari nonché di altre problematiche legate all'avanzare dell'età.

Un mercato estremamente interessante anche perché integrabile con altri target e facilmente scalabile a fronte di un'offerta ben organizzata e promossa.

Il turismo accessibile rappresenta quindi una delle nuove frontiere di sviluppo dell'offerta turistica rivolta a persone con disabilità fisica, disabilità intellettiva, disabilità sensoriale, esigenze dietetiche particolari, intolleranze alimentari, problematiche legate ad allergie ma anche in un concetto allargato alle persone in età avanzata .

Con la creazione dei marchi OPEN Accademia della Montagna del Trentino ha colmato la mancanza di un processo di Certificazione e di un Marchio di Qualità riferito all'accessibilità. Obiettivo principale era individuare e concertare dei criteri trasversali, unanimemente validati, che potessero definire uno standard di accessibilità per le strutture, gli eventi e per le destinazioni.

Un'iniziativa dunque fortemente innovativa all'interno del contesto nazionale ed internazionale nel settore dell'offerta turistica e sportiva.

Numerosi ambiti internazionali si sono interrogati sull'accessibilità, sia territoriale che delle manifestazioni, ed oggi si registrano alcune interessanti esperienze. Tuttavia mancavano degli standard, delle norme, dei protocolli che identificassero elementi qualitativi e performance chiare.

Mancava dunque un processo di Certificazione ed un Marchio di Qualità riferito all'accessibilità. La Provincia Autonoma di Trento mediante Accademia della Montagna del Trentino ha determinato un processo volto a garantire uno standard di accessibilità delle strutture, degli eventi, delle destinazioni turistiche e dei territori; più in generale un processo volto a perseguire gli obiettivi del turismo accessibile e della cultura dell'accoglienza per tutti. Sono state definite e approvate dal governo provinciale le linee guida di accessibilità per ottenere i marchi OPEN, OPEN Event e OPEN Area. Gli stessi fruitori, persone con disabilità fisica e sensoriale hanno validato i criteri e accompagneranno i soggetti interessati all'acquisizione dei marchi OPEN.

Con i marchi OPEN, si sono definiti i requisiti necessari per poter garantire strutture accessibili, eventi e servizi territoriali ad alta accessibilità, non concentrandosi solo sugli aspetti delle barriere architettoniche, già oggetto di interventi legislativi specifici, bensì su aspetti organizzativi, culturali e comportamentali in un'azione condivisa per un cambiamento culturale verso modelli organizzativi e gestionali che garantiscano la qualità dell'accoglienza per ogni persona.

Attraverso l'attuazione dei marchi OPEN è quindi possibile rafforzare la presenza dei territori e delle strutture all'interno del mercato, generando importanti benefici a diverse tipologie di target che, seppur con esigenze parzialmente differenti, mettono tutte al primo posto la possibilità di vivere esperienze autentiche all'interno delle destinazioni turistiche.

4 Le Unità di Lavoro

Il format di progettazione

I gruppi di lavoro di entrambi i corsi di formazione hanno elaborato le loro progettazioni seguendo il format IPRASE per la stesura di Unità di Lavoro.

Questo format è utilizzato da vari anni durante le proposte formative e di ricerca-azione IPRA-SE, ed è stato adottato anche in questo caso sia per la sua flessibilità, sia per dotare tutti i gruppi di uno stesso strumento che ha reso gli elaborati più omogenei e comparabili.

La struttura del format ha guidato i docenti nella progettazione nelle varie fasi di lavoro, nella riflessione relativa ai processi attivati, fornendo uno spazio in cui inserire anche tutti i materiali allegati in modo ordinato e logico.

Durante la formazione e l'elaborazione delle unità di lavoro i referenti formatori hanno potuto fornire le proprie osservazioni e i feedback necessari all'autovalutazione dei gruppi.

La struttura del format prevede:

1. un'introduzione all'unità di lavoro in cui viene dichiarata la motivazione formativa della stessa;
2. i riferimenti al curricolo, sia in relazione alle competenze disciplinari provinciali, declinate in abilità e conoscenze, sia le competenze di cittadinanza trasversali;
3. la metodologia di lavoro, con riferimento anche all'attività di valutazione;
4. la descrizione delle fasi e dei tempi delle attività svolte;
5. eventuali indicazioni per la riproposizione dell'attività;
6. eventuali allegati.

Parte prima: il Turismo a scuola

4.1 TURISMO TOP!

Istituto Comprensivo di Cavalese - SSPG "Giovanni Segantini"

Coordinatore Alessia Bimbi

Docenti coinvolti: Nicola Degiampietro, Morena Lazzara, Mauro Verde

Classi interessate al progetto: 1B e 1D

Alunni classe 3^a D in supporto al progetto: Enrico Delvai, Angelo Bevilaqua, Jonathan Verde, David Capovilla, Elvira Dzillili, Marianna Sontacchi, Giorgia Nicastro.

Introduzione e motivazione formativa

Promuovere il concetto di turismo a scuola implica una conoscenza profonda di come si articola e agisca la "macchina turismo", nonché la sua ricaduta sul territorio, sui bisogni e sulle aspettative della popolazione. E' necessario individuare e abbattere gli stereotipi legati al turismo da parte delle popolazioni autoctone che, se per alcuni aspetti vedono nel turismo una fonte di guadagno, per altri lo vivono come invasivo, poco rispettoso del contesto. Contemporaneamente bisogna modificare la percezione del turista che, a sua volta, interpreta il territorio in modo idealizzato.

Questa U.d.L. si struttura quindi a partire da questi bisogni, in considerazione che la Valle di Fiemme ha una forte valenza turistica, con i problemi e le contraddizioni che ne conseguono. Guidare i ragazzi in questo percorso didattico è il primo passo per farli riflettere sul valore e sull'importanza economica del turismo, nell'ottica di un turismo capace di intercettare e catalizzare interessi e aspettative di possibili fruitori, valorizzando e preservando al contempo il contesto ambientale e non snaturando il contesto culturale.

In quest'ottica la collaborazione con gli enti che si occupano di turismo e territorio è fondamentale; per il nostro percorso sono stati coinvolti l'APT della Valle di Fiemme, l'APPA (aggregando un progetto in essere sull'acqua) e la Magnifica Comunità della Valle di Fiemme che gestisce gran parte del territorio e delle risorse boschive. L'azione va integrata con proposte attive e propositive su come "mettere in comune" il territorio con il turista, all'interno del sistema *turismo-territorio-popolazione locale*. In questo modo si potrà garantire un turismo di qualità, profondamente emozionale ed emozionante.

Il lavoro si è arricchito della collaborazione di un gruppo di ragazzi di una terza che hanno costruito il questionario per rilevare la percezione, degli alunni della classe prima, sul turismo. La collaborazione dei ragazzi permette di avere uno sguardo diverso sul tema e quindi realizzare domande che sappiano intercettare meglio il pensiero dei loro coetanei.

Le attività costruite con la classe sono interdisciplinari, rispecchiano le esigenze del curriculum e vanno a sviluppare anche competenze trasversali e le life skills. Si è cercato di coinvolgere quanto più possibile i ragazzi con attività di gruppo, secondo varie metodologie che favoriscono l'inclusione e la trasmissione di saperi tra pari. Per stimolare nei ragazzi il senso di imprenditorialità, il senso di appartenenza ad una comunità e la conservazione del patrimonio storico, artistico, ambientale, vengono inoltre proposte prove di realtà.

Riferimenti al curricolo

| Competenze disciplinari | Abilità | Conoscenze |
|--|--|--|
| <p>Scienze Riconoscere le principali interazioni tra mondo naturale e comunità umana, individuando alcune problematiche dell'intervento antropico negli ecosistemi, con particolare riguardo all'ambiente alpino. Utilizzare il proprio patrimonio di conoscenze per comprendere le problematiche scientifiche di attualità e per assumere comportamenti responsabili in relazione al proprio stile di vita, alla promozione della salute e all'uso delle risorse.</p> | <p>Riconoscere e descrivere gli elementi naturali, biotici e abiotici, nel proprio ambiente di vita. Individuare, nel contesto locale, alcuni interventi antropici che possono causare danni all'ambiente. Individuare, nel contesto locale, azioni e interventi a tutela dell'ambiente e del paesaggio. Usare una terminologia corretta nelle relazioni scritte ed orali sulle esperienze realizzate e sui fenomeni osservati. Analizzare in modo critico il proprio stile di vita e l'uso delle risorse durante le attività quotidiane. Riconoscere comportamenti e abitudini che possono essere dannosi per l'ambiente, per la propria salute e per quella degli altri. Utilizzare molteplici fonti per raccogliere informazioni corrette dal punto di vista scientifico.</p> | <p>Ecosistemi e ambienti alpini (bosco, fiume, lago, ghiacciaio). Intervento antropico e trasformazione degli ecosistemi. Le azioni della scuola e delle Istituzioni locali a tutela dell'ambiente e del paesaggio. Alcune delle principali cause di inquinamento ambientale.</p> |
| <p>Matematica Rilevare dati significativi, analizzarli, interpretarli, sviluppare ragionamenti sugli stessi, utilizzando consapevolmente rappresentazioni grafiche e strumenti di calcolo.</p> | <p>Utilizzare la media, la moda o la mediana a seconda del contesto e delle informazioni che si devono ricavare da una serie di dati o da loro rappresentazioni grafiche. Dedurre da un insieme di dati una sintesi interpretativa Esprimere opinioni personali durante l'analisi e l'interpretazione di grafici e di dati. Esprimere opinioni personali in merito a informazioni provenienti da fonti diverse e diffuse attraverso canali molteplici. Utilizzare una terminologia corretta nelle spiegazioni scritte e nelle discussioni.</p> | <p>Il campione statistico. Le tabelle e i grafici. La media, la moda, la mediana. Gli elementi di statistica. La terminologia specifica.</p> |
| <p>Arte Sperimentare, rielaborare, creare immagini e/o oggetti utilizzando operativamente gli elementi, i codici, le funzioni, le tecniche proprie del linguaggio visuale Utilizzare conoscenze ed abilità percettivo-visive per leggere in modo consapevole e critico i messaggi visivi presenti nell'ambiente.</p> | <p>Acquisire una concreta ed efficace metodologia progettuale. Utilizzare una metodologia operativa, sapendo scegliere tra le varie tecniche le più adatte alle proprie esigenze espressive. Leggere ed interpretare i contenuti dei messaggi visivi, rapportandoli al contesto in cui sono stati prodotti. Osservare con consapevolezza un'immagine, saper operare dei confronti.</p> | <p>Osservazione e descrizione degli elementi significativi e formali in immagini statiche o dinamiche. Comunicazione visiva nella società attuale (immagini, foto e pubblicità). Elementi fondamentali e strutture del linguaggio visivo. Elementi e principali funzioni della comunicazione. Tecniche specifiche dei linguaggi proposti.</p> |
| <p>Geografia Partendo dall'analisi dell'ambiente regionale, comprendere che ogni territorio è una struttura complessa e dinamica, caratterizzata dall'interazione tra uomo e ambiente: riconoscere le modificazioni apportate nel tempo dall'uomo sul territorio. Conoscere territori vicini e lontani e ambienti diversi, saperli confrontare, cogliendo i vari punti di vista con cui si può osservare la realtà geografica (geografia fisica, antropica, economica, politica, ecc.). Avere coscienza delle conseguenze</p> | <p>Rilevare le principali caratteristiche dell'organizzazione del territorio. Confrontare situazioni antecedenti e successive alle trasformazioni operate dall'uomo. Riflettere, a partire dalle proprie esperienze, sull'impatto che le trasformazioni operate dall'uomo hanno avuto sull'ambiente. Individuare nella complessità territoriale, alle varie scale geografiche, l'interdipendenza di fatti e fenomeni. Confrontare elementi specifici tra realtà spaziali vicine e lontane. Individuare le principali differenze ambientali e la loro influenza sulla distribuzione della popolazione partendo dalla conoscenza degli elementi e dei fattori</p> | <p>Il nesso tra ambiente, sue risorse e condizioni di vita dell'uomo. L'organizzazione della vita e del lavoro in base alle risorse che offre l'ambiente. L'influenza del territorio sulle attività economiche: settore primario, secondario, terziario, terziario avanzato. Gli elementi e i fattori che caratterizzano i paesaggi di ambienti naturali. Le principali aree economiche della Valle. L'emergere di alcune aree economiche rispetto ad altre. I principali problemi ecologici (sviluppo sostenibile). Attività delle principali associazioni che lavorano per la salvaguardia dell'ambiente e del patrimonio culturale.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| <p>ze positive e negative dell'azione dell'uomo sul territorio, rispettare l'ambiente e agire in modo responsabile nell'ottica di uno sviluppo sostenibile.</p> | <p>che determinano il clima dei diversi continenti. Comprendere come l'economia di uno stato o di un'area geografica sia legata a diversi fattori. Aprirsi al confronto con l'altro attraverso la conoscenza dei diversi contesti ambientali e socio-culturali, superando stereotipi e pregiudizi. Formulare ipotesi di soluzione a problemi ecologici e di conservazione del patrimonio ambientale. Indicare modelli di comportamento individuali e collettivi coerenti con la conservazione e valorizzazione dell'ambiente.</p> | <p>L'emergere di alcune aree economiche rispetto ad altre.</p> |
| <p>Italiano</p> <p>Produrre testi in relazione a diversi scopi comunicativi.</p> | <p>Elaborare istruzioni, testi regolativi, messaggi con diverse finalità, compilare moduli, scrivere telegrammi, avvisi, ecc.</p> | <p>Struttura e caratteristiche dei testi funzionali considerati.</p> |

Metodologia di lavoro

La presente U.d.L. tratta di un argomento che di norma non viene trattato in modo specifico alla Scuola Secondaria di Primo Grado: per questo il lavoro andrà ad indagare dapprima le conoscenze e le idee pregresse sul tema "turismo", per stimolare la curiosità degli alunni verso l'argomento e costruire nuove competenze, in un processo di co-costruzione dei saperi, anche attraverso la collaborazione con enti che si occupano di turismo e di territorio. A livello metodologico sono previste lezioni dialogate e partecipate con esperti del settore, attività laboratoriali con varie metodologie (*cooperative learning*, *peer tutoring*, ...) che favoriscano l'inclusione e la trasmissione di saperi tra pari.

Attività di valutazione

Vengono effettuate Osservazioni di processo (Allegato 1A. Griglia di osservazione e allegato 1B. Rubrica di valutazione)

La griglia viene completata nel corso delle fasi 1, 2 3 e 4 descritte più avanti.

Il Questionario proposto in fase 2 permette di effettuare una riflessione metacognitiva.

Prerequisiti

- > saper utilizzare l'ambiente collaborativo della piattaforma scolastica
- > saper prendere e riordinare appunti
- > saper leggere e commentare un grafico
- > saper scaricare e caricare fotografie da file.

Descrizione delle fasi e dei tempi delle attività svolte.

Fase: 1 Il turismo secondo gli operatori del settore spiegato dall'esperto dell'Azienda per il Territorio (APT)

Cosa fa il docente (di Geografia o Matematica/Scienze): prepara la classe all'intervento, assiste e monitora e modera, assieme all'esperto, gli interventi. Sollecita la loro partecipazione attiva. Fa prendere appunti. In sede domestica fa riordinare e rivedere gli appunti.

Cosa fa l'alunno: ascolta, prende appunti, interviene con contributi e domande. A casa riordina e rivede gli appunti.

Ruolo dell'esperto: con il supporto di una presentazione digitale illustra il ruolo dell'Azienda per il Territorio (APT), le motivazioni e le finalità di una progettazione condivisa con gli altri attori del settore turistico.

Metodologia di lavoro: lezione frontale e partecipata con intervento dell'esperto dell'APT. Al termine dell'incontro, l'insegnante guida la discussione in plenaria per formalizzazione del sapere (10 minuti).

Tecnologie utilizzate: software di presentazione e videoproiettore.

Setting d'aula: aula video/auditorium.

Tempi: 1.30

Prodotto atteso: riordino degli appunti e riflessioni sull'argomento.

Fase 2: Somministrazione e analisi del questionario relativo alla percezione dei ragazzi rispetto al turismo

Attività 1) Somministrazione di un questionario (in piattaforma predisposto dagli insegnanti e da un gruppo di alunni di una terza per rilevare la percezione che i ragazzi hanno del turismo e del turista.

Cosa fa il docente (di Italiano): prepara il questionario sulla piattaforma di e-learning sulla base dell'intervento dell'esperto con la collaborazione di ragazzi di una terza. Somministra il questionario in aula informatica.

Cosa fa l'alunno: compila il questionario.

Ruolo degli alunni della classe terza: espongono il loro punto di vista all'insegnante e insieme realizzano su piattaforma il questionario da somministrare.

Metodologia di lavoro: attività didattica digitale.

Tecnologie utilizzate: computer, video proiettore.

Setting d'aula: aula informatica (o tablet in classe, se disponibili), postazioni individuali.

Tempi: 1 ora per la somministrazione.

Attività 2) Analisi dei questionari con la classe. Discussione sui risultati e mappa delle risposte più frequenti su bacheca virtuale (es. Padlet) raccolte dall'insegnante.

Cosa fa il docente (di Matematica/Scienze): scorpora i dati e predispone un file con i dati. Commenta quindi i risultati con gli studenti, anche dal punto di vista matematico. Li divide in coppia e fa realizzare e implementare graficamente le informazioni.

Cosa fa l'alunno: fa osservazioni; in gruppo elabora i dati in forma grafica. Commenta in plenaria i dati. A casa rivede i risultati caricati in piattaforma tramite Padlet e li commenta per iscritto.

Metodologia di lavoro: attività didattica digitale in plenaria; a casa lavoro individuale di rielaborazione dei dati.

Materiali: Pdf della mappa elaborata con Padlet (per alunni) su piattaforma.

Tecnologie utilizzate: pc e applicazione Padlet.

Setting d'aula: aule con pc o aula informatica.

Tempi: 1 ora per l'analisi in classe; tempo impiegato in sede domestica per la sintesi scritta dei dati.

Prodotti attesi: sintesi scritta dei dati del questionario.

Fase 3: conoscenza del territorio per la sua valorizzazione e preservazione

Attività 1) Intervento in classe di un esperto APPA sul monitoraggio della qualità delle acque del territorio della Val di Fiemme e sulle azioni di tutela dell'ambiente.

Cosa fa il docente: prepara la classe all'intervento, assiste e monitora e modera, assieme all'esperto, gli interventi. Sollecita la partecipazione attiva dello studente. Fa riordinare gli appunti in sede domestica.

Cosa fa l'alunno: ascolta, prende appunti, interviene con contributi e domande. A casa riordina gli appunti.

Ruolo dell'esperto: lezione partecipata su ruolo dei macroinvertebrati, quali bioindicatori ambientali.

Metodologia di lavoro: lezione partecipata con intervento dell'esperto dell'APPA con materiale digitale da videoproiettare. Discussione in plenaria per la formalizzazione del sapere (10 minuti).

Materiali: foglio e penna per appunti.

Tecnologie utilizzate: pc e videoproiettore.

Setting d'aula: aula video (o aula con pc e videoproiettore).

Tempi: 1 ora.

Prodotto atteso: riordino degli appunti e riflessioni sull'argomento.

Attività 2) uscita sul fiume Avisio con esperto per il campionamento ambientale

Cosa fa il docente (di Matematica/Scienze): accompagna, monitora e aiuta. Fa scattare fotografie agli alunni e chiede di caricarle sulla piattaforma digitale della classe.

Cosa fa l'alunno: esegue il campionamento, partecipa al momento di analisi sul fiume, consulta schede preparate dall'esperto per identificare i macroinvertebrati. Scatta le fotografie e le carica sulla piattaforma. In gruppo identifica i macroinvertebrati con le schede fornite dall'esperto.

Ruolo dell'esperto: spiega, preleva campioni di macroinvertebrati e li analizza con gli alunni, fornisce schede preparate per identificare i macroinvertebrati.

Metodologia di lavoro: attività all'aperto e partecipata. Confronto e analisi dei risultati in plenaria tenuta dall'esperto per la formalizzazione del sapere.

Materiali: attrezzature fornite da esperto, schede preparate per identificare i macroinvertebrati

Tecnologie utilizzate: pc e piattaforma, cellulare (scopo foto) o macchina fotografica.

Setting d'aula: attività laboratoriale all'aperto.

Tempi: 2 ore.

Prodotto atteso: compilazione scheda da parte dei gruppi.

Attività 3) attività conclusiva sui risultati ottenuti con esperto. Utilizzo della piattaforma di educazione ambientale dell'APPA.

Cosa fa il docente (di Scienze): monitora, interviene al bisogno. Chiede che vengano presi appunti. A casa chiede di sistemare gli appunti e che si faccia una breve sintesi dei dati.

Cosa fa l'alunno: interviene nell'analisi, segue e prende appunti che a casa riordina. Fa sintesi scritta dei dati.

Ruolo dell'esperto: analizza con i ragazzi i dati raccolti durante l'uscita sul fiume Avisio e li inserisce nella piattaforma di educazione ambientale dell'APPA.

Metodologia di lavoro: lezione partecipata.

Materiali: carta, penna.

Tecnologie utilizzate: pc e videoproiettore piattaforma APPA.

Setting d'aula: in aula video.

Tempi: 1 ora.

Prodotto atteso: riordino degli appunti e breve sintesi dei dati.

Attività 4) Attività laboratoriale all'aperto con un esperto Magnifica Comunità di Fiemme per la conoscenza delle caratteristiche di un bosco rappresentativo della Valle di Fiemme e le trasformazioni nel corso del tempo dell'utilizzo dell'ambiente boschivo.

Cosa fa il docente (di Geografia o di Scienze): prepara la classe all'intervento, accompagna la classe durante l'uscita, monitora e modera gli interventi assieme all'esperto. Predisporre per le varie attività la divisione in gruppi e assegna i ruoli. Sollecita la partecipazione attiva dello studente nell'attività laboratoriale di gruppo. Assieme ai colleghi prepara la consegna della prova di Italiano, Geografia e Scienze (Allegato 3). Predisporre gli indicatori per una griglia di valutazione sulla sintesi del lavoro alla fine della fase 3- sezione valutazione (Allegati 4A) e la rubrica di valutazione sintesi lavoro alla fine della fase 3- sezione valutazione (Allegati 4B).

Cosa fa l'alunno: interviene con contributi e domande. Lavora in gruppo, ricercando e identificando le specie vegetali con l'aiuto delle schede. Partecipa al momento di condivisione delle informazioni per la verifica dei risultati. Riflette con l'esperto sui cambiamenti paesaggistici e sulle cause. Svolge la prova nel rispetto delle consegne.

Cosa fa l'esperto: propone una lezione partecipata durante la quale fornisce indicazioni e spiegazioni per identificare le diverse specie vegetali; intervalla le spiegazioni con attività di ricerca guidata svolta in gruppi, fornendo schede precedentemente preparate. Verifica i risultati in plenaria. Indica le trasformazioni del paesaggio nel tempo e ne spiega le cause.

Metodologia di lavoro: attività laboratoriale a gruppi e lezione partecipata con intervento dell'esperto. Discussione in plenaria per la formalizzazione del sapere.

Materiali: schede di classificazione preparate dall'esperto per la classificazione delle specie vegetali. Fotografie del paesaggio.

Setting d'aula: lezione in bosco rappresentativo; spostamenti in quadrato delimitato per attività laboratoriale.

Tempi: 3 ore (a cui segue lavoro domestico).

Prodotto atteso: compilazione scheda da parte dei gruppi. Riassunto dell'attività laboratoriali

Fase 4. Noi, il territorio e il turismo

L'attività, che viene svolta di seguito, si divide in due momenti.

Attività 1) Brainstorming sui comportamenti da mantenere nei vari ambienti studiati e sul rapporto ambiente/uomo.

Cosa fa il docente (di Geografia): pone domande stimolo (Come ci si deve comportare per non danneggiare l'ambiente e anzi preservarlo come attrattiva turistica? Come si fa a mantenere una convivenza fruttuosa tra ambiente, turisti e locali? Pensando a quello che è già stato

trattato, che idea hai maturato sui turisti o sul turismo in generale? Quali le possibili soluzioni o innovazioni? ...). Sintetizza le risposte.

Cosa fa l'alunno: interviene in modo ordinato e propositivo.

Metodologia di lavoro: lezione partecipata, attività inclusiva in *circle time*.

Materiali: lavagna, gesso, carta e penna.

Setting d'aula: disposizione circolare delle sedie degli alunni e dell'insegnante per il *circle time*.

Tempi: 1 ora.

Attività 2) Focalizzazione dei concetti chiave espressi nell'attività 1: convivenza costruttiva e consapevole del bisogno reciproco tra turisti e autoctoni.

Cosa fa il docente: guida gli alunni alla selezione dei concetti più rilevanti, evidenziando luoghi comuni e stereotipi emersi. Guida nella trasposizione e nella rielaborazione dalla lavagna al formato digitale (Padlet), creando un vademecum comportamentale comparato turista/autoc-
tono.

Cosa fa l'alunno: partecipa alla realizzazione del vademecum.

Metodologia di lavoro: lezione partecipata.

Materiali: LIM o PC e videoproiettore.

Setting d'aula: tavoli quadrati.

Tempi: 1 ora.

Prodotto atteso: vademecum corale.

Fase 5. Compito di realtà

Attività 1) Fase preparatoria da svolgere a casa.

Cosa fa il docente (di Arte): fa preparare una cartella personale con il materiale di base con immagini da riviste, depliant o altro, disegni o vignette, utilizza, fotografie che siano collegabili al vademecum. Il materiale servirà per realizzare la prova di competenza in classe.

Cosa fa l'alunno: cerca e seleziona immagini, realizza disegni, scatta o rielabora fotografie secondo le indicazioni. Predispone la cartella.

Metodologia di lavoro: attività individuale di ricerca.

Materiali: disegni, giornali, fotografie, depliant, ...

Tecnologie: pc con collegamento Internet a casa (o biblioteca).

Tempi: a discrezione dell'alunno.

Prodotto atteso: cartella personale ricca di materiali.

Attività 2) Compito di realtà in classe.

Cosa fa il docente (in team): struttura la consegna (Allegato 5) per la realizzazione di un prodotto grafico che comunichi in modo efficace messaggi per un turismo integrato e consapevole: prepara la rubrica di valutazione (Allegato 6)

Cosa fa il docente (di Arte): supervisiona e consiglia durante l'esecuzione.

Cosa fa l'alunno: legge e analizza la consegna. Utilizza i materiali della cartella.

Metodologia di lavoro: attività individuale, con supervisione del docente.

Materiali: materiale di consumo: fogli, cartoncini colorati matite, colori ecc. Materiale predisposto nella "cartella" disegni, giornali, fotografie, depliant.

Setting d'aula: atelier d'arte, postazioni da disegno.

Tempi: 4 ore.

Prodotto atteso: prodotto grafico che comunichi in modo efficace messaggi per un turismo integrato e consapevole.

VALUTAZIONE:

Osservazione di prodotto e delle competenze trasversali (Allegato 6): rubrica di valutazione.

Fase 6. Metacognizione e autovalutazione

Cosa fa il docente: chiede agli studenti di rispondere nuovamente al questionario (Allegato 2) somministrato nella fase 2, attività 1, alla luce del percorso svolto, collegandosi alla piattaforma della scuola. Commenta poi con loro i risultati usando i grafici e confrontandoli con quelli delle risposte alla prima somministrazione.

Cosa fa l'alunno: compila il questionario. Interviene nelle riflessioni corali. Prende consapevolezza del cambiamento delle proprie idee o del proprio sapere.

Materiali: questionario on-line.

Metodologia di lavoro: lezione partecipata in *circle time*; attività di metacognizione.

Tecnologie: pc e piattaforma.

Setting d'aula: *circle time*.

Tempi: 1 ora in classe; 1 ora a casa.

Allegati

Allegato 1A

Fase 1, 2 (attività 1 e 2), 3 (attività 1, 2, 3 e 4) e 4

Indicatori per la Griglia di osservazione

- > Codici di comportamento
- > Senso di responsabilità
- > Collaborazione
- > Partecipazione costruttiva
- > Assertività e comunicazione corretta ed efficace
- > Osservazione dell'ambiente

Allegato 1B

Fase 1, 2 (attività 1 e 2), 3 (attività 1, 2, 3 e 4) e 4 - RUBRICA DI VALUTAZIONE

| | | | |
|--|--|--|--|
| Competenze sociali e civiche | Codici di comportamento | Rispetta le regole a scuola e durante tutte le attività didattiche anche fuori da essa. Rispetta i valori e la sfera privata degli altri. | <p>C: Rispetta le regole della scuola; si relaziona in modo corretto con compagni, insegnanti e personale scolastico rispettandone i valori. Si presta a ricoprire incarichi e si assume la responsabilità di ciò che fa. Autonomamente si offre di collaborare con insegnanti e compagni, dimostrando attenzione particolare per quelli in difficoltà. Partecipa in modo costruttivo alle attività. Adotta modalità comunicative corrette, strutturate ed efficaci sia per esprimere opinioni che per condividere decisioni.</p> <p>B: Rispetta le regole della scuola; si relaziona in modo corretto con compagni, insegnanti e personale scolastico. Si assume la responsabilità di ciò che fa. Collabora con insegnanti e compagni, soprattutto se in difficoltà. Partecipa in modo propositivo alle attività. Adotta modalità comunicative corrette sia per esprimere opinioni che per condividere decisioni.</p> <p>A: A volte deve essere richiamato al rispetto delle regole della scuola; non sempre si relaziona in modo corretto con compagni, insegnanti e personale scolastico. Tende a non assumere la responsabilità di ciò che fa. Partecipa alle attività proposte dall'insegnante solo se sollecitato. Adotta modalità comunicative non sempre spontanee e, a volte, poco chiare.</p> |
| | Senso di responsabilità | Opera scelte e se ne assume le conseguenze. Si presta per svolgere compiti, ricoprire incarichi. Rispetta l'ambiente montano. | |
| | Collaborazione | E' disponibile a collaborare con l'insegnante. | |
| | | E' disponibile a collaborare con i compagni. | |
| | | E' disponibile ad aiutare i compagni in difficoltà. | |
| | Partecipazione costruttiva | Interviene in modo propositivo. Ascolta le proposte e le idee degli altri e ne trae elementi per integrare e migliorare le proprie. | |
| Assertività e comunicazione corretta ed efficace | Adotta modalità comunicative corrette e rispettose dell'interlocutore. Comunica in modo efficace le proprie opinioni. Riesce a raggiungere un accordo attraverso il dialogo. | | |
| Competenza 2 Scienze | Osservazione dell'ambiente | Osserva e descrive ambienti diversi, riconoscendo e descrivendo quelli naturali nel proprio territorio di vita. | <p>C: Sa osservare e descrivere in autonomia e con pertinenza l'ambiente.</p> <p>B: Sa osservare, cogliendo e descrivendo gli elementi essenziali dell'ambiente.</p> <p>A: Osserva, se guidato, e descrive parzialmente l'ambiente.</p> |

Allegato 3. Al termine della fase 3, attività 4. indicazioni per lo svolgimento della prova di Italiano, Geografia e Scienze del percorso TURISMO TOP!

Consegna

Disponetevi secondo lo schema dell'insegnante e rispettate i ruoli assegnati. Prendete i materiali raccolti e rielaborati durante il percorso fin qui svolto con APPA e Magnifica Comunità di Fiemme.

Realizzate una sintesi di ogni attività (percorso sull'acqua e sul bosco) di non meno di una facciata per foglio protocollo. I lavori vengono poi valutati dagli insegnanti di Italiano e di Scienze che ve li restituiranno con le correzioni per la copiatura al pc (attività da svolgere a casa che può essere arricchita da foto e disegni) in due file distinti per gruppo.

La parte riguardante il progetto sull'acqua viene poi inserita sul portale dell'APPA, con collegamento link sul sito della scuola.

Avete a disposizione due ore di tempo per la stesura della sintesi.

Allegato 4A. INDICATORI PER UNA GRIGLIA DI VALUTAZIONE SINTESI LAVORO ALLA FINE DELLA FASE 3- SEZIONE VALUTAZIONE.

Indicatori

Correttezza (rispondenza delle informazioni riportate)

Completezza (presenta tutti i passaggi per realizzare il progetto)

Coerenza (pertinenza delle sequenze)

Allegato 4B. RUBRICA DI VALUTAZIONE SINTESI LAVORO ALLA FINE DELLA FASE 3- SEZIONE VALUTAZIONE

| DIMENSIONI | EVIDENZE | INDICATORI | LIVELLI |
|---------------------|--|---|---|
| PRODUZIONE SCRITTA | Correttezza/ rispondenza informazioni riportate | N ° informazioni corrette sull'utilizzo in tutti i passaggi. | 3. Le informazioni sono tutte corrette. |
| | | | 2. Le informazioni sono generalmente corrette. |
| | | | 1. Le informazioni non sono corrette (o lo sono in parte). |
| | | | 0. Le informazioni sono quasi totalmente scorrette. |
| | Completezza | Presenza di informazioni essenziali. | 3. La descrizione risulta completa. |
| | | | 2. La descrizione risulta sufficientemente completa (qualora manchino 2 informazioni). |
| | | | 1. La descrizione risulta incompleta (qualora manchino 3 o più informazioni essenziali). |
| | | | 0. La descrizione dell'utilizzo risulta incompleta (qualora manchino tutte le informazioni essenziali). |
| | Coerenza | Presenza di elementi e/o passaggi non coerenti. | 3. La descrizione risulta del tutto coerente. |
| | | | 2. La descrizione risulta generalmente coerente. |
| | | | 1. La descrizione risulta poco coerente. |
| | | | 0. La descrizione è incoerente. |
| Osservazioni | Osservazioni sull'azione dell'uomo sul territorio. | 3. Le osservazioni sono tutte coerenti e dettagliate. | |
| | | 2. Le osservazioni sono nel complesso coerenti e dettagliate | |
| | | 1. Le osservazioni sono in più parti incoerenti e incomplete. | |
| | | 0. Le osservazioni sono tutte scorrette e incomplete. | |

Allegato 5. Fase 5 (attività 2)-Consegna compito di realtà

Consegna: Realizza con il materiale della tua cartella, un elaborato grafico dove si descriva in maniera chiara ed efficace quali sono i comportamenti positivi di turisti e autoctoni per favorire un turismo-top. Questa immagine potrà essere usata in diversi contesti turistico-ricettivi per veicolare il messaggio che ti è stato chiesto di elaborare.

L'elaborato deve avere le seguenti caratteristiche:

- > su foglio bianco (dimensioni libere, max. A3)
- > necessario l'utilizzo dei materiali precedentemente selezionati e raccolti nella tua cartella
- > tecnica libera
- > messaggio efficace al lettore purché efficace e adattabile alla consegna.

Allegato 6. Fase 4: RUBRICA DI VALUTAZIONE DELLA PROVA DI REALTÀ

| COMPETENZA | DIMENSIONE della competenza | INDICATORI | VALUTAZIONE |
|--|-------------------------------|---|---|
| Competenze sociali e civiche | Responsabilità e senso civico | Consegna dei materiali | C: possiede vari materiali B: possiede pochi materiali o non sempre idonei A: possiede pochi materiali Non raggiunto: Senza materiali |
| Senso di iniziativa ed imprenditorialità | Progettazione | Capacità di pianificare le azioni del progetto | C: pianifica in autonomia la fase progettuale, inserendo nel lavoro elementi correttivi; B: pianifica le azioni ma gestisce le fasi senza riuscire a cogliere sempre la necessità di modificarle A: guidato esegue il lavoro evidenziando una limitata autonomia Non raggiunto: deve essere totalmente guidato |
| | | Gestione delle fasi dell'attività con l'inserimento di correttivi | |
| Consapevolezza ed espressione culturale | | Senso estetico-qualità | C: l'elaborato presenta scelte estetiche efficaci ed elementi originali B: l'elaborato presenta scelte estetiche gradevoli ed alcuni elementi originali A: l'elaborato è esteticamente gradevole ma poco originale Non raggiunto: l'elaborato risulta disordinato, e poco originale |
| | | Efficacia comunicativa | C: il messaggio è chiaro ed efficace B: il messaggio è chiaro e sufficientemente efficace A: il messaggio è abbastanza chiaro ma non sempre efficace Non raggiunto: il messaggio è confuso e non efficace |

4.2 Turismo a Natale: Data mining sui dati rilevati con interviste ai visitatori del mercatino natalizio di Rovereto

I.T.E.T. "F.&G. Fontana" di Rovereto

Coordinatore FABIO MANTEGAZZA
(docente di tecnologie della comunicazione)

La classe coinvolta è la 4B-Relazioni Internazionali per il Marketing e l'insegnamento di tecnologie della comunicazione.

L'intera U.d.L. richiede un periodo che va dal mese di Novembre al mese di Marzo, per la disciplina coinvolta (tecnologie della comunicazione) sono previste 2 ore settimanali.

Motivazione formativa

L'U.d.L. riassume quanto è stato svolto durante quest'anno scolastico (2016/2017). La classe 4B/RIM (relazioni Internazionali per il Marketing) è stata protagonista di un progetto dell'Istituto F. Fontana in convenzione con L'APT di Rovereto. Le studentesse e gli studenti della classe hanno presidiato il mercatino di Rovereto conducendo interviste ai visitatori secondo un questionario multilingue predisposto. Tale attività è rientrata nelle ore di alternanza scuola lavoro previste nel PTOF d'Istituto.

Riferimenti al curriculum

| Competenze disciplinari | Abilità | Conoscenze |
|---|---|---|
| Saper gestire dati con database, quindi elaborarli, interpretarli e rappresentarli efficacemente con tecniche di data mining, costruendo informazioni utili per il Marketing territoriale. | Rilevare dati con l'ausilio di strumenti digitali Sottoporre questionari a visitatori in lingue straniere Operare in un DBMS per gestire informazioni Elaborare dati e documenti relativi alle attività di marketing | Sistema informativo e sistema informatico Funzioni di un Data Base Management System (DBMS) Software di utilità per la rappresentazione sintetica- grafica di dati, per il marketing Forme e tecniche di comunicazione |
| Competenze trasversali | | |
| comunicazione nella madrelingua comunicazione nelle lingue straniere competenza matematica e competenze di base in scienza e tecnologia competenza digitale imparare a imparare competenze sociali e civiche spirito di iniziativa e imprenditorialità consapevolezza ed espressione culturale | | |

Metodologia

L'attività è stata trasversale a tutti gli insegnamenti impartiti coinvolgendo l'area umanistica, economico giuridica, matematica e informatica-tecniche della comunicazione. Sono state valorizzate le conoscenze e capacità di espressione nella lingua italiana e nelle lingue straniere acquisite nel corso degli anni.

L'impostazione è stata di tipo laboratoriale: gli studenti dopo un addestramento comune hanno lavorato a coppie, ognuna su un aspetto d'indagine del marketing territoriale.

Le finalità fondamentali di questa impostazione erano di sviluppare le capacità logiche e l'interpretazione quantitativa dei fenomeni socio-economici.

In laboratorio sono stati usati software di categoria professionale che presentano una curva di apprendimento molto ripida, ma le necessità connesse all'attività su questo caso di studio hanno indotto negli studenti un apprendimento molto rapido.

L'azione sul territorio e il lavoro in laboratorio ha contribuito ad innalzare il grado di indipendenza nel gestire i compiti ed ha aumentato la professionalità degli studenti.

Gli studenti hanno percepito la consapevolezza di dover attingere e rielaborare le conoscenze e le capacità acquisite nel corso degli anni.

Descrizione delle attività svolte

Mappa delle fasi

Nella mappa seguente sono riassunte le fasi dell'attività svolta di raccolta ed elaborazione dei dati.

La prima consiste nelle interviste ai visitatori: gli studenti a coppie presidiano il mercatino in quattro zone, organizzati su due turni giornalieri. Le coppie di intervistatori propongono ai visitatori un questionario predisposto, quindi strutturato, inserendo le risposte su tablet. Le interviste sono anonime e a campione casuale; l'unico vincolo è che l'intervistato sia maggiorenne. La seconda fase riguarda il ciclo di lezioni sulla teoria e pratica dei database (quest'attività è in parte sovrapposta al periodo di rilevazione dei dati).

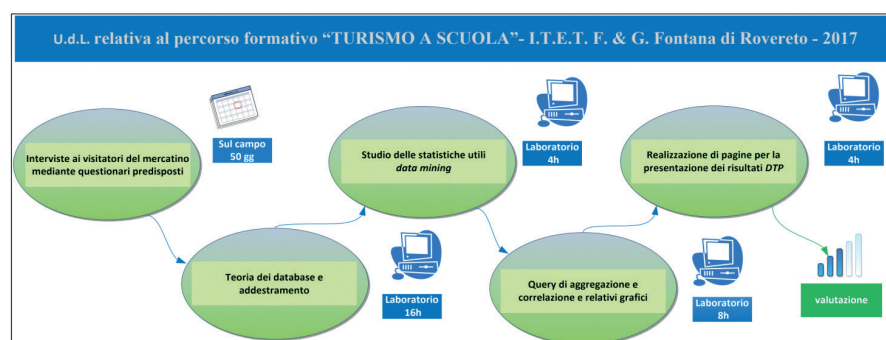
La terza fase riguarda l'individuazione delle statistiche utili o richieste da indagare ed evidenziare, mentre nella quinta fase si realizza l'istanza di database dei dati raccolti e si programmano le *query* di aggregazione e correlazione dei dati, cercando di comprendere l'affidabilità dei risultati in base alla qualità dei dati e al rigore statistico usato.

Segue la realizzazione dei report grafici, per i quali interviene la tecnica della comunicazione: si devono realizzare grafici efficaci, semplici ed esaustivi per presentare gli aspetti focalizzati. Per fare questo ci si è ispirati ai report grafici dei maggiori quotidiani nazionali.

L'ultima fase consiste nel presentare ogni focus avvalendosi di uno strumento di *desktop publishing*; quindi, partendo una pagina master, si devono inserire il titolo del focus e i grafici, corredati da un breve commento di spiegazione e interpretazione delle evidenze. Infine si realizza il documento finale, assemblando le pagine realizzate dai vari gruppi di studenti.

Conclude il percorso la valutazione finale del docente.

Questa attività della classe è stata realizzata in alternanza scuola - lavoro, quindi gli studenti hanno sviluppato un diario dell'attività svolta.



Fase 1 - acquisire conoscenze

L'inizio dell'attività ha previsto un ciclo di incontri con gli esperti dell'APT (Azienda Promozione Turistica) di Rovereto per acquisire conoscenze sul contesto storico-socio-economico trentino e sugli aspetti e problematiche del comparto turistico, con particolare focus sul marketing territoriale.

Gli insegnanti delle discipline economico-sociali hanno approfondito le tematiche introdotte privilegiando i riferimenti allo sviluppo socio economico indotto dall'attività turistica nella nostra provincia.

Fase 2 - pianificazione e raccolta dati (interviste)

In seguito è stata avviata la pianificazione dell'attività di rilevazione dei dati predisponendo i questionari e il calendario dei gruppi di studenti che si sono alternati nel presidio delle varie zone del mercatino nelle diverse fasce orarie. Ogni giorno un docente responsabile ha coordinato e sorvegliato l'attività in sinergia con il personale dell'APT.

Fase 3 - elaborazione dati

Terminata la fase sul campo è iniziata l'attività in laboratorio per l'elaborazione dei dati raccolti, con l'ausilio di postazioni collegate in rete.

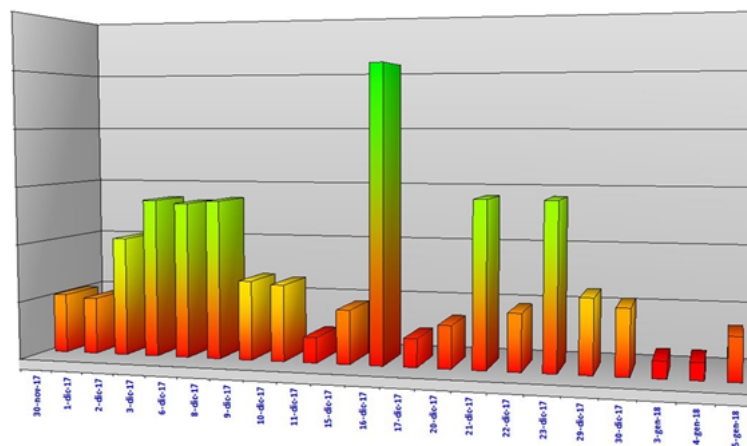
Una prima parte del lavoro ha riguardato lo studio dei database e l'addestramento all'uso di tali software. Si sono quindi inseriti i dati dei questionari raccolti su database ed è stata effettuata l'omogeneizzazione di tali dati (triggering). Sono state implementate poi interrogazioni (query) di aggregazione e correlazione dei dati, infine sono stati realizzati dei grafici per presentare in modo efficace e moderno i risultati (report grafici).

Nella seconda parte sono state create coppie di studenti e sono state a loro assegnate indagini su un particolare aspetto da focalizzare, per esempio la provenienza e la permanenza dei visitatori, l'età e il lavoro dichiarato, la valutazione del mercatino, la prOPENsione di spesa, i luoghi culturali visitati, la tipologia di vacanza, etc.

Fase 4 - presentazione dei risultati

Ogni coppia di studenti ha presentato i propri risultati usando uno strumento di Desktop publishing secondo un modello di stile tipografico uniforme e condiviso al fine di assemblare un documento finale che presenti il lavoro svolto da tutta la classe.

Le interviste ai visitatori nelle date di apertura



Questo grafico mostra la distribuzione delle interviste rilevate per data: risulta evidente che il giorno in cui si è registrato il maggior numero di interviste (e quindi di affluenza) è stato il 16 dicembre, elevata è l'affluenza nel periodo dell'Immacolata e nel periodo prenatalizio.

Esempio di scheda di presentazione dell'elaborazione dei questionari

Riflessione a conclusione delle attività

L'U.d.L. è stata realizzata in coerenza alla progettazione. Si pensa ad una implementazione della stessa per una prossima riproposta realizzando il questionario digitale on line con interfaccia diretta al database, per aumentare così la omogeneità delle risposte, il controllo degli accessi e la riservatezza dei dati.

L'U.d.L. svolta è stata condotta a valle delle attività di pianificazione della raccolta dati, anche i focus da evidenziare non erano stati definiti a priori, pertanto si è attinto alla teoria generale del Marketing del turismo, prendendo interessanti spunti dagli interventi negli incontri del percorso "TURISMO A SCUOLA" e dalla documentazione fornita.

Per riformulare il questionario per la raccolta dei dati sarà necessario partire da un brainstorming tra i docenti e gli esperti dell'APT, che individui i focus che è necessario mettere in luce, le metodologie da seguire, sia nelle interviste con questionario sia nella validazione della campionatura, la stesura del questionario nelle varie lingue e le tecnologie ITC da impiegare. Poi sarà opportuno sviluppare la tempistica delle attività con uno strumento di project management, individuando con attenzione gli apporti disciplinari che ogni docente potrà assicurare. Una precisa ma agile organizzazione porterà ad avere risultati maggiormente affidabili in minori tempi e consentirà di poter applicare queste metodiche ad altre iniziative e manifestazioni del territorio provinciale.

Ogni fase dovrà coinvolgere attivamente gli studenti della classe, che dovranno avere una visione completa del processo e delle metodologie e strumenti da applicare. Infatti da questa esperienza già conclusa è emerso che gli studenti accettano di buon grado di essere coinvolti in attività dove sono chiamati ad operare in prima persona, utilizzando ritmi di apprendimento accelerati, se queste condizioni sono finalizzate a colmare competenze e capacità necessarie per portare a termine con successo il lavoro che hanno intrapreso.

Alla fine dell'esperienza gli studenti sono stati in grado di suggerire critiche e miglioramenti e di agire in modo autonomo e professionale.

4.3 II SENTIERO RISCOPERTO DELLA MONTAGNA “Ripristinare un sentiero”

ISTITUTO COMPRENSIVO ROVERETO EST
SCUOLA PRIMARIA DI VALLARSA

Coordinatore MARIO MOSCATO

Docenti coinvolti: BAROZZI LETIZIA Scienze, BRUNI FRANCA Scienze, FANINI ELISABETTA Arte immagine, LORENZI ELENA Geografia, MOSCATO MARIO Tecnologia C.L.I.L., PEZZATO CRISTINA Italiano Ed. Cittadinanza, PEZZATO ELDA Italiano Ed. Cittadinanza

Tempi di realizzazione: 39 unità di lezione

Discipline coinvolte: ITALIANO, SCIENZE, EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA; GEOGRAFIA; ARTE IMMAGINE; TECNOLOGIA

Competenze di cittadinanza relative a DIRITTI UMANI e AMBIENTE

Coinvolgimento di Famiglie, Associazioni del territorio, Enti locali, e l'artista locale Renzo Mazzucchi



Motivazione formativa

Dall'anno 2000/2001 la scuola di Vallarsa ha istituito la cooperativa scolastica “Piccole Dolomiti” che ha promosso attività cooperative e di solidarietà sia per la scuola stessa, che per situazioni di emergenza nazionali e di aree depresse del mondo.

La cooperativa ha sempre collaborato con le famiglie degli alunni ed anche con le associazioni presenti sul territorio.

Attraverso questa opportunità gli alunni sviluppano attitudini alla partecipazione sociale, alla condivisione, all'empatia, alla cooperazione, rispetto dell'ambiente e salvaguardia del territorio.

Anche durante l'anno scolastico 2017/2018, come d'abitudine, si è individuata per la cooperativa una tematica da sviluppare in modo interdisciplinare nelle singole classi.

La tematica scelta per quest'anno è il “BOSCO”.

Riferimenti al curricolo

| Competenze disciplinari | Abilità | Conoscenze |
|--|--|--|
| <p>Italiano Interagire e comunicare verbalmente in contesti di diversa natura.</p> | <p><i>Lo studente è in grado di...</i> mantenere l'attenzione e la concentrazione per un tempo sufficiente a comprendere il messaggio; partecipare ad una conversazione in modo pertinente; osservare il proprio turno d'intervento; esprimere le proprie idee in modo chiaro; ascoltare e considerare, punti di vista diversi dal proprio.</p> | <p><i>Lo studente conosce...</i> Modalità che regolano la conversazione Lessico di uso quotidiano e specifico Criteri per l'esposizione orale: logico e cronologico.</p> |
| <p>Ed. alla cittadinanza A partire dall'ambito scolastico, assumere responsabilmente atteggiamenti e ruoli e sviluppare comportamenti di partecipazione attiva e comunitaria. Esprimere e manifestare convinzioni sui valori della democrazia e della cittadinanza. Avviarsi a prendere coscienza di sé come persona in grado di agire sulla realtà apportando un proprio originale e positivo contributo.</p> | <p>Assumere atteggiamenti responsabili e consapevoli, rendersi cura di sé, degli altri e dell'ambiente e favorire forme di collaborazione e di solidarietà, Indicare soluzioni e proporre interventi per migliorare il proprio ambiente.</p> | <p>Comportamenti quotidiani finalizzati alla tutela delle risorse e allo sviluppo sostenibile. Forme di cooperazione e di solidarietà. Conoscenza delle iniziative del territorio. Conoscenza dei bisogni fondamentali dell'uomo.</p> |
| <p>Scienze Riconoscere le principali interazioni tra mondo biotico ed abiotico, individuando la problematicità dell'intervento antropico negli ecosistemi</p> | <p>Riconoscere gli elementi naturali del proprio ambiente (biotici ed abiotici), le loro funzioni e le principali interazioni. Iniziare a porsi problemi in relazione ai cambiamenti dell'ambiente sia naturale che indotto dall'intervento umano</p> | <p>Riconoscimento e semplici classificazioni delle piante Ecosistema bosco di montagna Bosco e sottobosco della zona interessata.</p> |
| <p>Geografia Leggere l'organizzazione di un territorio, utilizzando il linguaggio, gli strumenti e i principi della geografia. Saper interpretare tracce e fenomeni e compiere su di essi operazioni di classificazione, correlazione, inferenza e generalizzazione. (Avere coscienza delle conseguenze positive e negative dell'azione dell'uomo sul territorio, rispettare l'ambiente e agire in modo responsabile nell'ottica di uno sviluppo sostenibile.)</p> | <p>Sistemi di simbolizzazione, concetto di scala (riduzione e ingrandimento); Le carte geografiche fisiche, politiche, tematiche, ecc... Semplici grafici e tabelle; L'uso di materiale fotografico e immagini dal satellite. Riconoscere le trasformazioni operate dall'uomo nel proprio territorio. Conoscere i principali problemi ecologici del territorio locale.</p> | <p>Sistemi di simbolizzazione e riduzione cartografica. I vari tipi di carte geografiche e le informazioni che vi si possono ricavare. Confronto delle realtà spaziali vicine e formulazione di ipotesi di soluzione a problemi ecologici e di conservazione del patrimonio ambientale e culturale. Analisi, attraverso casi concreti a livello locale o nazionale delle conseguenze positive o negative delle attività umane sull'ambiente. Ipotesi di possibili interventi per migliorare l'ambiente in cui vive.</p> |
| <p>Arte e immagine Rielaborare e modificare in modo consapevole e creativo immagini e materiali.</p> | <p>Utilizzare tecniche artistiche bidimensionali e tridimensionali.</p> | <p>Varie tecniche artistiche grafico/pittoriche e plastiche. Semplici strategie creative.</p> |
| <p>Tecnologia CLIL Progettare e realizzare semplici manufatti spiegando le fasi del processo.</p> | <p>Utilizzare materiali e attrezzi coerentemente con le caratteristiche e le funzioni proprie dei medesimi Realizzare semplici manufatti, seguendo una metodologia progettuale, seguendo le istruzioni e rispettando i fondamentali requisiti di sicurezza</p> | <p>Proprietà e caratteristiche dei materiali più comuni Modalità di manipolazione dei materiali più comuni Procedure di utilizzo sicuro di utensili e i più comuni segnali di sicurezza</p> |

| Competenze chiave europee | Abilità | Global citizenship Education. Topics and learning objectives (UNESCO) |
|--|--|---|
| Comunicazione nella madre lingua | <p>Leggere, analizzare e comprendere testi e messaggi di diversa tipologia e complessità</p> <p>Produrre testi e messaggi di diversa tipologia, adeguati allo scopo comunicativo e al destinatario.</p> | <p>Rendere protagoniste le persone del loro percorso di crescita e di consapevolezza;</p> <p>Rendere capaci di agire come cittadini a livello individuale e collettivo per innescare cambiamenti;</p> |
| Competenza civica e sociale | Collaborare in gruppo, sa confrontarsi con le diversità, è disponibile verso gli altri. | Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze |
| Imparare ad imparare | Essere disponibile ad imparare e manifesta costante interesse e curiosità verso l'apprendimento. | Sviluppare atteggiamenti di cura dell'ambiente |
| Spirito di iniziativa ed imprenditorialità | Avere consapevolezza delle proprie risorse e delle opportunità a disposizione. Proporre idee, progetti, percorsi, attività. Elaborare progetti operativi fattibili e si mette in gioco per portarli a termine. | |

Descrizione delle fasi, dei tempi e della metodologia di lavoro

| Fase | Tempi | Descrizione dell'attività | Riflessione sull'attività e riferimenti al curriculum |
|--------|-------|---|--|
| Fase 1 | 2 ore | <p>ITALIANO - EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA</p> <p>I bambini del consiglio di amministrazione della cooperativa propongono un'attività ambientale per la salvaguardia del bosco locale. Gli stessi illustrano ai compagni la proposta e, guidati dagli insegnanti, decidono in plenaria il ripristino del sentiero che dalla scuola porta al campo sportivo (in località Casae).</p> | <p>Mantenere l'attenzione e la concentrazione per un tempo sufficiente a comprendere il messaggio.</p> <p>Riconoscere problemi legati al rapporto tra uomini- natura- difesa dell'ambiente.</p> |
| | 2 ore | <p>SCIENZE</p> <p>Gli insegnanti accompagnano gli alunni nel bosco vicino alla scuola per una prima osservazione delle diverse specie di piante presenti.</p> | <p>Rispettare i turni di parola, ascoltare e partecipare in maniera attiva alla conversazione.</p> <p>Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze.</p> |
| | 2 ore | <p>GEOGRAFIA</p> <p>I bambini si dirigono verso il sentiero, osservando lo snodarsi del percorso e ricavando punti di riferimento. Tali punti di riferimento vengono presi partendo dalla scuola e collocando la medesima nel contesto del paese. Ogni bambino avrà a disposizione un foglio ed una matita per fissare i propri dati.</p> | <p>Rendere protagoniste le persone del loro percorso di crescita e di consapevolezza.</p> <p>Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze.</p> |
| | 1 ora | <p>TECNOLOGIA C.L.I.L.</p> <p>Lezione frontale con un operatore della SAT nelle classi III e IV per conoscere e approfondire la simbologia utilizzata sui percorsi montani.</p> | <p>Leggere l'organizzazione di un territorio, utilizzando il linguaggio, gli strumenti e i principi della geografia.</p> |
| | 1 ora | <p>ARTE IMMAGINE PLURICLASSE 1- 2</p> <p>Gli alunni, guidati dall'insegnante, riflettono sulla necessità-opportunità di abbellire il sentiero che conduce al campo sportivo mediante l'impiego di materiali ecocompatibili ottenuti in seguito alla pulizia della strada stessa.</p> | <p>Spiegare, utilizzando un linguaggio specifico, la simbologia specifica utilizzata sui territori montani.</p> <p>Rendere capaci di agire come cittadini a livello individuale e collettivo per innescare cambiamenti.</p> <p>Sviluppare atteggiamenti di cura dell'ambiente.</p> |

| | | | |
|--------|-------|---|---|
| Fase 2 | 2 ore | ITALIANO EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA Le classi quarta e quinta si incontrano per parlare delle problematiche relative alla deforestazione/inquinamento di boschi e foreste (dal mondo alla Vallarsa). | Riflettere sui modi per salvaguardare l'ambiente. Partecipare a discussioni di gruppo, individuando il problema affrontato e le principali opinioni espresse. |
| | 2 ore | SCIENZE Approfondimento sulle caratteristiche botaniche di alcune piante autoctone, attraverso giochi di riconoscimento che utilizzino foto, schede tecniche delle diverse parti della pianta, chiavi dicotomiche. | Riflettere sui modi di salvaguardare l'ambiente. Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze. |
| | 2 ore | GEOGRAFIA In classe si discute sulle diversità dei dati ricavati e si sceglieranno i punti di riferimento osservati dalla maggioranza, discutendone l'importanza. Con questi si produrrà un grande cartellone da condividere con tutti i bambini della scuola, sul quale verrà disegnato il percorso dopo aver deciso comunemente la legenda (associare un simbolo ad un oggetto). Ogni bambino poi lo ricopierà sul quaderno. | Rendere protagonisti le persone del loro percorso di crescita e di consapevolezza. Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze. |
| | 2 ore | TECNOLOGIA C.L.I.L. Ricognizione sul sentiero con esperti SAT per individuare il tipo di segnaletica necessaria in loco, secondo la normativa vigente. | Utilizzare sistemi di simbolizzazione e riduzione cartografica. |
| | 1 ora | ARTE IMMAGINE L'insegnante prospetta alla pluriclasse (I-II) la possibilità di costruire dei manufatti artistici con materiali naturali raccolti sul sentiero, aiutati dall'artista locale Renzo Mazzucchi. | Rendere protagonisti le persone del loro percorso di crescita e di consapevolezza. Rendere capaci di agire come cittadini a livello individuale e collettivo per innescare cambiamenti. Sviluppare atteggiamenti di cura dell'ambiente. |
| Fase 3 | 2 ore | ITALIANO-EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA Si formano gruppi di lavoro e viene assegnato il compito a ciascun gruppo "Individuate ciò che potete fare per salvare il nostro bosco". L'insegnante assegna il compito a casa per capire cosa sta facendo la famiglia di ognuno per salvaguardare il bosco. | Riflettere sui modi per salvaguardare l'ambiente. Individuare comportamenti quotidiani, finalizzati alla tutela delle risorse e allo sviluppo sostenibile. |
| | 2 ore | SCIENZE Uscita lungo il sentiero individuato, accompagnati da una guardia forestale, per l'individuazione e il riconoscimento delle più diffuse piante presenti in loco. | Sviluppare sensibilità in relazione al rapporto tra esseri umani, natura e difesa dell'ambiente. |
| | 1 ora | GEOGRAFIA Ogni bambino, avendo a disposizione una mappa reale della zona, individuerà ed evidenzierà in essa il sentiero. | Riflettere sui modi per salvaguardare l'ambiente. Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze. |
| | 4 ore | TECNOLOGIA C.L.I.L. Progettazione e realizzazione dei cartelli di segnaletica da posizionare sul sentiero. | Leggere la carta geografica e le informazioni che vi si possono ricavare. |
| | 2 ore | ARTE IMMAGINE Gli alunni raccolgono il materiale naturale, ideano e progettano graficamente in maniera semplice gli oggetti da realizzare. | Realizzare semplici manufatti, seguendo una metodologia progettuale, seguendo le istruzioni e rispettando i fondamentali requisiti di sicurezza. Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze. Sviluppare atteggiamenti di cura dell'ambiente. Sviluppare semplici strategie creative |

| | | | |
|---------------|-------|--|---|
| Fase 4 | 1 ora | ITALIANO-EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA L'insegnante guida una discussione per la scelta collettiva di un decalogo di comportamento per adulti e bambini. | Sviluppare la sensibilità in relazione al rapporto tra esseri umani, natura e difesa dell'ambiente. |
| | 2 ore | SCIENZE Realizzazione di alcune schede botaniche plastificate di presentazione da collocare in prossimità della pianta stessa lungo il sentiero. | Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze. |
| | 2 ore | GEOGRAFIA Verrà effettuato un confronto tra la mappa reale della zona e quella realizzata dagli alunni con i dati da loro ricavati, al fine di individuare le somiglianze e le differenze. | Rendere capaci di agire come cittadini a livello mondiale e collettivo per innescare cambiamenti |
| | 2 ore | TECNOLOGIA C.L.I.L. Collocazione dei cartelli lungo il sentiero , nei punti individuati. | Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze. Leggere vari tipi di carte geografiche, ricavarne informazioni e confrontarle. |
| | 2 ore | ARTE IMMAGINE I bambini, con l'ausilio delle indicazioni dell'insegnante e dell'artista, realizzano le loro opere artistiche. | Rendere capaci di agire come cittadini a livello individuale e collettivo per innescare cambiamenti. Promuovere l'integrazione dei saperi e delle metodologie per costruire nuove conoscenze. Rielaborare e modificare in modo consapevole e creativo immagini e materiali. |
| Fase 5 | 2 ore | Consegna simbolica del sentiero ripristinato alla comunità e inaugurazione dello stesso. Gli alunni dopo una breve presentazione del progetto, percorreranno a piedi con insegnanti, famigliari, guardie forestali e esperti collaboratori il sentiero da loro valorizzato, raggiungendo il luogo scelto per la consueta festa di fine anno scolastico. La camminata nel bosco sarà occasione per tutti di apprezzare la bellezza naturale del bosco e le opere artistiche, toponomastiche e botaniche realizzate dagli alunni. | Rendere capaci di agire come cittadini a livello individuale e collettivo per innescare cambiamenti. |

Parte seconda: Il Turismo accessibile

4.4 TURISMO PER TUTTI: Un obiettivo di civiltà

ISTITUTO DON MILANI

Coordinatore LORETTA BARBERI

Docenti coinvolti: LORETTA BARBERI, ANGELA SCOPPA

Tempi di realizzazione: circa 16 ore nella disciplina Diritto e legislazione turistica, nell'ambito delle attività di Alternanza scuola lavoro, all'interno del modulo "Turismo accessibile"

Discipline coinvolte: DIRITTO E LEGISLAZIONE TURISTICA; ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

Motivazione formativa

La seguente unità di lavoro presenta il percorso realizzato, nel corso dell'anno scolastico 2017-'18, da due classi quarte dell'Istituto Don Milani di Rovereto nella disciplina Diritto e legislazione turistica, nell'ambito delle attività di Alternanza scuola lavoro, all'interno del modulo "Turismo accessibile", di circa 16 ore.

Risultati attesi

Dopo questo percorso gli alunni dovrebbero:

- > aver acquisito una competenza nell'individuare i limiti e le possibilità delle persone con disabilità;
- > aver un metodo di approccio positivo e rispettoso nei confronti del bisogno dell'altro;
- > aver attivato una modalità di relazione con le persone priva di schemi fissi, aperta ai diversi tipi di bisogno;
- > individuato, nei casi di situazioni complesse, possibili soluzioni pratiche per il loro superamento.

Riferimenti al curricolo

| Competenze disciplinari | Abilità | Conoscenze |
|---|---|--|
| Analizzare il valore, i limiti e i rischi delle varie soluzioni tecniche per la vita sociale e culturale con particolare attenzione alla sicurezza dei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio; | Diventare consapevoli dell'uso delle parole e del modello operativo di riferimento Interagire attivamente con la diversità Saper cogliere gli elementi di inclusione/esclusione correlati all'ambiente in ge- | Riflettere sul significato della parola diversità, con riferimento alla propria vita e storia personale Conoscere il significato delle parole presenti nel mondo della disabilità |

| | | |
|---|--|--|
| Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti | nerale e nello specifico all'ambiente di lavoro | Conoscere il concetto barriera architettonica e di accessibilità e le sue tipologie |
| Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali | Saper cogliere il legame tra accessibilità e principio di uguaglianza sostanziale (art. 3 , Ilc Cost.) Saper proporre soluzioni per prevenire la discriminazione. | Conoscere il significato di Turismo accessibile |
| Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento | | Conoscere gli aspetti giuridici più importanti delle imprese turistiche, con riferimento all'accessibilità delle strutture |
| Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica con particolare riferimento a quella del settore turistico. | | Conoscere la normativa specifica sulla tematica della disabilità. . |

Competenze europee per l'apprendimento permanente

- > Competenze sociali e civiche
- > Imparare a imparare
- > Consapevolezza ed espressione culturale
- > Comunicazione nella madrelingua

Metodologia di lavoro

Metodologie:

Lezione partecipata, ricerca-azione, brainstorming, uso di parole sporgenti, costruzione di schemi di lavoro, mappe concettuali, griglie di osservazione, lavori in coppia e in gruppo, osservazioni sul campo

Strumenti e materiali:

Quaderno, cartelloni, post-it, Lim, fotocopie fornite dalla docente, internet.

Attività e fasi di lavoro

Descrizione dell'attività:

- > Brainstorming con la parola diversità
 - ✓ classificazione delle parole (tre gruppi: cosa vuol dire, quali sono le diversità, la diversità come peculiarità) (in aula- lavoro in plenaria)
 - ✓ riflessione individuale con collegamenti al contesto sociale e al proprio vissuto come fonte di dibattito e confronto (in aula- lavoro individuale)
 - ✓ riflessione su possibili esperienze personali approcciate alla disabilità (racconto autobiografico individuale)
- > Le parole che fanno la differenza:
 - ✓ Diversità, deficit, disabilità, handicap

- ✓ L'ICF del 2001
 - ✓ Significato di disabilità
 - ✓ Concetti di inclusione/esclusione con riferimento ai diritti di cittadinanza
 - ✓ Le parole che fanno la differenza. Esempi di metodi inclusivi (lezione di esperto Prof. Roberto Bombardelli - in plenaria)
 - ✓ Rielaborazione delle parole chiave (in aula - lavoro di gruppo)
 - ✓ Stesura di un testo/mappa di sintesi (in aula - lavoro di gruppo)
 - ✓ Conclusioni (in aula – lavoro in plenaria)
- > L'accessibilità ed i suoi limiti:
- ✓ Significato di accessibilità
 - ✓ La Convenzione internazionale sui diritti delle persone con disabilità (ONU 2006): art. 9 (in aula lavoro in plenaria e in piccoli gruppi)
 - ✓ La corretta applicazione del concetto di accessibilità nel contesto sociale
- > Il turismo accessibile:
- ✓ Definizione
 - ✓ Tipi di accessibilità: fisica, accesso all'informazione, economica e psico-sociale
 - ✓ La normativa specifica: in particolare
 - Legge - 05/02/1992 n. 104 "Legge-quadro per l'assistenza, l'integrazione sociale e i diritti delle persone handicappate." (art.24, VI comma) e
 - Decreto Ministeriale - Ministero dei Lavori Pubblici 14/06/1989 n. 236 "Prescrizioni tecniche necessarie a garantire l'accessibilità, l'adattabilità e la visitabilità degli edifici privati e di edilizia residenziale pubblica sovvenzionata e agevolata, ai fini del superamento e dell'eliminazione delle barriere architettoniche." (art.5.3)
 - ✓ Costruzione griglia per osservazione sul campo nello strutture di svolgimento dello stage (in aula in plenaria)
 - ✓ Introduzione ai Marchi OPEN.

Indicatori per l'osservazione

- > Nei pressi della struttura c'è un parcheggio riservato ai disabili?
- > Com'è la pavimentazione?
- > Come sono le porte (scorrevoli, automatizzate, pesanti...)?
- > In caso di gradini/barriere, sono presenti strumenti che permettono il superamento delle stesse (ascensore, rampa, piattaforma elevatrice...)? Se sì, che caratteristiche hanno (ad esempio dimensioni ascensore, posizionamento della pulsantiera, inclinazione rampa...)?
- > La pavimentazione all'interno del locale è omogenea?
- > Ci sono dislivelli interni?
- > Se sì, come si superano?
- > Ci sono i bagni per disabili?
- > Nei bagni è possibile regolare l'inclinazione dello specchio?
- > Nei bagni esiste uno spazio sufficiente tale da consentire l'uso dei sanitari, la rotazione della sedia a rotelle e la possibilità di avere, se necessario, l'aiuto di un accompagnatore?
- > Come sono i piani di appoggio (banconi, tavoli...)? Che altezze/profondità hanno?

-
- > Se nella struttura si eroga cibo, ci sono nel menù prodotti per celiaci ed altre intolleranze?
 - > Il menù è stampato con carattere chiaro e leggibile (carattere di almeno 16pt)?
 - > Quante camere per persone con disabilità ci sono?
 - > Nel sito della struttura, c'è una parte dedicata all'accessibilità?
 - > Il personale è preparato ad accogliere persone con disabilità?
 - > Altro...

Indicazioni per l'osservazione:

- > Osservazione sul campo durante lo stage, nella struttura di riferimento (lavoro individuale)
- > Compilazione della griglia (lavoro individuale)
- > Raccolta e tabulazione dei dati
- > Condivisione del lavoro di osservazione

Sezione valutazione

Prove di verifica:

- > relazione su incontro "Le parole che fanno la differenza" (rielaborazione degli appunti individuali, stesura della relazione in piccoli gruppi -da 4 componenti-)
- > compilazione delle schede di osservazione
- > analisi e condivisione dei dati raccolti.

Spunti per la prosecuzione del lavoro

- > progettazione del sito web di una struttura ricettiva con riferimenti informativi sull'accessibilità della stessa
- > creare una forma di Osservatorio permanente sull'accessibilità mediante la compilazione, da parte del tirocinante, di una scheda di osservazione della struttura che lo accoglie. La scheda compilata dovrebbe essere inserita tra i materiali obbligatori da presentare a conclusione dello stage. I dati raccolti saranno fonte di studio per proposte di soluzioni efficaci
- > analizzare dal punto di vista dell'accessibilità l'Istituto scolastico e verificarne l'adeguatezza, secondo le procedure di certificazione, per l'ottenimento del marchio OPEN
- > mappare, dal punto di vista dell'accessibilità, gli itinerari turistici più importanti della città di Rovereto.

4.5 Il turismo accessibile nel centro storico di Trento

ISTITUTO TECNICO ECONOMICO TAMBOSI - BATTISTI di TRENTO

Coordinatore FRANCA MARCHESIN

Docenti coinvolti: Franca Marchesin (geografia turistica - alternanza scuola lavoro), Domenico Pagano (laboratorio di informatica), Giulia Bigazzi (Arte e Territorio)

Tempi di realizzazione: circa 16 ore nella disciplina Diritto e legislazione turistica, nell'ambito delle attività di Alternanza scuola lavoro, all'interno del modulo "Turismo accessibile".

Discipline coinvolte: Per la realizzazione dell'U.d.L. gli studenti sono chiamati a svolgere attività su tre ambiti disciplinari che si vanno ad intersecare in vari momenti del percorso: Educazione alla cittadinanza, Arte e territorio, Informatica

Introduzione e motivazione formativa

L'unità di lavoro consiste nel percorso interdisciplinare progettato per la classe 3TA del Corso Turismo dell'ITE "Tambosi" di Trento: La classe, costituita di 24 studenti, ha sviluppato il progetto nell'ambito di attività di alternanza scuola lavoro per un totale di circa 50 ore. Progettata e coordinata dalla prof.ssa Franca Marchesin, l'U.d.L. è stata implementata con la partecipazione del prof. Domenico Pagano di laboratorio di informatica e la prof.ssa Giulia Bigazzi di Arte e Territorio. Tutto il percorso è stato supervisionato dagli esperti della cooperativa Handycrea di Trento.

Risultati attesi

Il percorso permette agli studenti di:

- > Acquisire competenze nella valutazione delle esigenze della disabilità in un contesto turistico
- > Acquisire competenze nella valutazione dell'adeguatezza dei prodotti turistici per un'offerta di turismo accessibile.

Il prodotto finale richiesto agli studenti è l'elaborazione di un PROTOTIPO DI ITINERARIO VIRTUALE DI TURISMO CULTURALE, STORICO – ARTISTICO, NEL CENTRO STORICO DI TRENTO fruibile dal turista portatore di disabilità.

Esso potrà costituire un punto di partenza per un progetto di più ampio respiro e di maggior completezza che riguardi tutto il centro storico di Trento da proporre all'Ente di Promozione del Turismo di Trento per la sua massima fruibilità.

Per la realizzazione del prodotto e per ogni ambito disciplinare si vanno a sviluppare i seguenti punti:

AMBITO DELLE COMPETENZE DI CITTADINANZA

- > formazione sul concetto di disabilità
- > acquisizione di capacità di osservazione del territorio per la rilevazione della sua accessibi-

lità; costruzione autonoma di una scheda di rilevazione e successiva revisione della stessa da parte degli esperti di Handycrea;

- > acquisizione di competenze nella rilevazione dell'accessibilità dell'itinerario di turismo culturale proposto – city break (lavoro a gruppi)

AMBITO ARTE TERRITORIO

- > scelta dell'itinerario da costruire in base alla presenza di beni artistico- storici di interesse turistico.
- > ricerca bibliografica relativa ai beni artistici da descrivere e selezione delle informazioni (lavoro a gruppi).
- > sopralluoghi e rilettura della descrizione dei beni.

AMBITO INFORMATICO

- > registrazione di file audio della descrizione dell'accessibilità delle tratte dell'itinerario e dei beni di interesse storico artistico scelti.
- > costruzione di una carta interattiva utilizzando My maps per Googlemaps con descrizione dell'itinerario virtuale

Il materiale prodotto verrà utilizzato dalla Coop Handycrea e dall'ITE Tambosi . Battisti.

Riferimenti al curricolo

| Competenze disciplinari | Abilità | Conoscenze |
|---|---|---|
| <p>Geografia turistica Riconoscere gli aspetti geografici, ecologici, territoriali, dell'ambiente naturale ed antropico, le connessioni con le strutture demografiche, economiche, sociali, culturali e le trasformazioni intervenute nel corso del tempo; riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali, per una loro corretta fruizione e valorizzazione.</p> <p>Arte e territorio Apprendere i linguaggi propri dell'architettura, della pittura, della scultura e analizzare l'immagine delle strutture urbane e del territorio, sia allo scopo di riconoscere la specificità del patrimonio culturale locale, sia per individuare strategie di sviluppo del turismo integrato e sostenibile.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di raccogliere informazioni sia da lezioni frontali che in una ricerca guidata e ricerca in autonomia relative alla storia dell'area di Trento e delle sue testimonianze artistiche • Capacità di orientarsi nella città di Trento anche con l'uso di adeguata cartografia e nella sua struttura storica e attuale. • Essere in grado di riconoscere gli aspetti caratterizzanti dell'offerta turistica della città di Trento. • Essere consapevoli degli aspetti caratterizzanti il turismo accessibile. | <ul style="list-style-type: none"> • Categorie di beni e distribuzione geografica del patrimonio culturale. • Modelli di turismo sostenibile. • Forme di turismo naturalistico e storico-culturale. • Fonti cartografiche e bibliografiche, anche digitali. • Percorsi, aree e luoghi di attrazione turistica a scala locale, nazionale ed europea. • Beni culturali e ambientali dell'ambito territoriale di appartenenza. • Risorse e prodotti del territorio quali fattori di attrazione turistica. • Elementi fondamentali per la lettura/ ascolto di un'opera d'arte (pittura, architettura, scultura) |
| <p>Laboratorio di Informatica Usare nel rispetto delle normative vigenti il materiale trovato su internet; produrre nuovo materiale da pubblicare su internet; creare materiale audio mixando più tracce; creare mappe online individuando e segnalando i punti di interesse; creare collegamenti a materiale addizionale</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di realizzare incisioni audiolettura • creare mappe con My Maps per Gmaps e pubblicazioni online • scegliere simboli opportuni da usare per le mappe • creare percorsi virtuali Gmaps • individuare musiche libere da copyright • Mixare voci e musiche con il software Audacity | <ul style="list-style-type: none"> • Differenza fra la comunicazione scritta e quella verbale • Conoscere i principali strumenti per creare mappe online • vconsultabili da tutti • Significato dei simboli da usare per le mappe • Problematiche per l'individuazione di percorsi • Diritto d'autore in Italia • Conoscere i principali software per il mixaggio audio • Operazioni sulle tracce audio |

Metodologia

Lezione partecipata, ricerca-azione, brainstorming, lavoro di gruppo per la pianificazione delle azioni di lavoro, lavoro in autonomia a gruppo e individuale con sopralluoghi, esposizione del lavoro finito.

E' da considerarsi prerequisito indispensabile la conoscenza delle linee fondamentali della storia del Trentino e di Trento, argomento previsto nell'insegnamento di Geografia Turistica nella classe terza del corso Turismo dell'ITE Tambosi-Battisti.

Attività

Attività 1 - Tempo di svolgimento 2 ore

Introduzione al progetto. Costruzione di prerequisiti necessari al percorso, in termini di conoscenze e di sensibilizzazione all'argomento. Condivisione delle tematiche e degli obiettivi e del percorso.

Le azioni - i compiti

Insegnante referente di progetto con modalità di lezione partecipata:

1. introduce la tematica del turismo accessibile e l'importanza socio economica di questo segmento del settore turismo.
2. introduce alla conoscenza della Cooperativa Handycree operante nel territorio.
3. introduce al progetto OPEN di Tsm – sezione Accademia della Montagna.
4. invita gli studenti a produrre appunti sistematizzati.
5. a campione rivede a classe intera gli appunti.
6. condivisione dell'intera classe.

Gli strumenti e i materiali

Documenti reperibili in internet relativi alla Cooperativa Handycree e al progetto OPEN di Tsm – sezione Accademia della Montagna.

Le tecnologie

Web Computer, proiettore e schermo.

Il setting d'aula

In laboratorio di agenzia di Viaggi dell'istituto con gli studenti e l'insegnante seduti attorno ad un grande tavolo centrale dove si trova il materiale per l'elaborazione di cartelloni di sintesi.

Risultati attesi

Produzione di appunti sintetici ma esaurienti.
Condivisione consapevole sul progetto.

Attività 2 - Tempo di svolgimento 1 ora

Incontro con gli operatori di Handycree: "Le disabilità e il turismo"

Le azioni - i compiti

Gli operatori di Handycrea:

1. Esplicitano la mission di Handycrea e di Accademia della Montagna nell'azione del progetto OPEN (scopi e attività).
2. Illustrano le parole della disabilità e il loro profondo significato.
3. Illustrano il concetto di accessibilità.
4. Illustrano la normativa specifica dell'accessibilità e del turismo accessibile:
 - Convenzione internazionale sui diritti delle persone con disabilità (ONU 2006) art.9
 - Legge 104/92
 - DM 236 del 1989
 - Marchi OPEN

Gli strumenti e i materiali

Slides degli operatori della Cooperativa Handycrea.

Le tecnologie

Web Computer, proiettore e schermo, accesso a internet

Il setting d'aula

In laboratorio di agenzia di Viaggi dell'istituto con gli studenti, gli operatori di Handycrea e l'insegnante attorno ad un grande tavolo.

Risultati attesi

Produzione di appunti individuali.

Attività 3: Sistematizzazione delle conoscenze acquisite. - Tempo di svolgimento 1 ora

Le azioni - i compiti

L'insegnante referente di progetto invita gli studenti a produrre i cartelloni tematici, alla luce di quanto acquisito dall'incontro con Handycrea.

Gli strumenti e i materiali

Cartelloni e pennarelli.

Le tecnologie

- > Accesso ad Internet
- > Materiali di misurazione e moduli di registrazione x sopralluoghi fornito da Handycrea

Il setting d'aula

In laboratorio di agenzia di Viaggi dell'istituto con gli studenti divisi in 4 gruppi di 6 persone attorno ad un grande tavolo centrale dove si trova il materiale per l'elaborazione di cartelloni di sintesi.

Risultati attesi

Produzione di 3 cartelloni dal titolo:

1. Le parole della differenza: diversità, disabilità, deficit, handicap
2. L'accessibilità e la Convenzione internazionale sui diritti delle persone disabili (ONU2006): art 9
3. La normativa specifica: Legge 104 del 1992; DM236 del 1989; Il turismo accessibile.
4. Il progetto OPEN e il turismo accessibile.

Attività 4 Tempo di svolgimento 3 ore

Il turismo e la disabilità. Problematiche connesse.

Le azioni - i compiti

L'insegnante stimola gli studenti a proporre azioni che rispondano alle esigenze del turista con disabilità con domande tipo: "Quali sono i bisogni per un turista con la disabilità motoria? Con disabilità visiva? Con disabilità uditiva?"

L'insegnante invita gli studenti a documentarsi sui dati statistici relativi al turismo accessibile in Italia e in regione. Produzione di un report come risultato di sintesi delle ricerche individuali. L'insegnante invita gli studenti a riflettere sul seguente argomento: "Quali risposte può dare il tecnico turistico (addetto ufficio turismo/ APT/ ente territoriale di promozione turistica) alle esigenze delle disabilità del turista?"

Gli strumenti e i materiali

Cartelloni e pennarelli.

Le tecnologie

Accesso ad Internet

Il setting d'aula

Gli studenti discutono a classe intera, mentre uno di loro prende appunti sulla lavagna di classe per circa 20 minuti.

Successivamente, organizzati in 4 gruppi di 6, producono i cartelloni a tema richiesti.

Risultati attesi

Produzione di cartelloni ognuno dei quali riporta Bisogni/Risposte dei diversi ambiti turistici relativi alle diverse tipologie di disabilità.

Attività 5 - Tempo di svolgimento 2 ore

Studio dell'offerta storico-artistica che costituisce risorsa turistica nel centro di Trento

Le azioni - i compiti

L'insegnante di Arte e Territorio invita gli studenti a formulare proposte per un prodotto turistico locale e storico artistico.

(N.B. Costituisce prerequisito aver già svolto in precedenza lo studio delle linee storiche fondamentali della città).

Gli strumenti e i materiali

Bibliografia e Monografie fornite dall'insegnante

Le tecnologie

Accesso ad Internet

Il setting d'aula

Classe intera: discussione e uno studente prende nota dei contributi.

Risultati attesi

Produzione di un elenco di beni che costituiranno le tappe dell'itinerario storico artistico nel centro di Trento.

Attività 6 - Tempo di svolgimento 1 ora

Definizione del prodotto turistico. Definizione del percorso.

Le azioni - i compiti

Gli studenti discutono con l'insegnante referente del progetto e operano una scelta di massima del percorso che successivamente conddivideranno con gli operatori di Handycrea.

Gli strumenti e i materiali

Bibliografia e Monografie fornite dall'insegnante. Mappe della città.

Le tecnologie

Accesso ad internet

Il setting d'aula

A classe intera avviene la scelta dei beni che costituiranno le tappe dell'itinerario storico artistico nel centro di Trento, tenendo anche in considerazione aspetti logistici della proposta.

Tempi di svolgimento

1 ora

Risultati attesi

Produzione di una mappa in forma cartacea che riporti l'itinerario di massima individuato con le tappe previste.

Attività 7 - Tempo di svolgimento 4 ore

Rilevamento e ricognizione ostacoli. Apprendimento delle modalità ed esercitazione.

Le azioni - i compiti

Incontro con Handycrea che istruisce sulle modalità di ricognizione degli ostacoli nell'itinerario turistico individuato. Gli studenti sono invitati a suggerire gli elementi da raccogliere per il rilevamento dell'area.

Gli strumenti e i materiali

Modulo per il rilevamento degli ostacoli. Strumenti di rilevamento, misurazione forniti dalla Cooperativa Handycrea e dalla scuola.

Il setting d'aula

Gli studenti accompagnati dagli operatori di HandyCrea e dall'insegnante referente di progetto svolgono attività sul campo:

1. conoscenza e uso degli strumenti di misurazione e di rilevamento.
2. esercitazione di rilevamento della via della scuola per un tragitto di circa 1Km con utilizzo di un format per la registrazione degli ostacoli.

Risultati attesi

Produzione di un rilevamento di area cittadina a scopo di esercitazione.

Attività 8 - Tempo di svolgimento 4 ore

Costruzione di una scheda di rilevamento.

Le azioni - i compiti

Gli studenti sono chiamati a costruire una proposta di tavola di rilevamento del territorio per la valutazione dell'accessibilità basandosi su quanto hanno appreso nel lavoro sul campo. Non viene a loro fornito il format già in uso dalla cooperativa per stimolare la loro capacità di individuare in autonomia gli elementi necessari alla rilevazione di accessibilità. La proposta degli studenti è oggetto di successiva revisione da parte degli operatori di Handycrea.

Il setting d'aula

Lavoro domestico a cui segue un'ora di condivisione delle proposte e sintesi del documento da sottoporre alla valutazione di Handycrea.

Risultati attesi

Proposta di modulo di rilevazione dell'itinerario di turismo storico-artistico nel centro della città di Trento.

Attività 9 - Tempo di svolgimento 4 ore

Rilevamento

Le azioni - i compiti

Rilevamento a gruppi delle diverse tratte dell'itinerario.

Gli strumenti e i materiali

Modulo di rilevamento. Strumenti di rilevamento, misurazione.

Le tecnologie

Accesso ad Internet

Il setting d'aula

Lavoro sul campo in autonomia, fuori dall'orario scolastico, a gruppi di lavoro.

Risultati attesi

Rilevazioni delle tratte del percorso assegnate ai 4 gruppi.

Attività 10 - Tempo di svolgimento 5 ore

Rilevamento dei beni storico-artistici presenti nelle tratte. Studio documentario dei beni artistici con sopralluogo.

Le azioni - i compiti

L'insegnante di Arte e Territorio assegna alla classe, organizzata a gruppi, i beni artistici da studiare e di cui fornire adeguata descrizione.

Gli strumenti e i materiali

Documenti. Fogli e penne.

Le tecnologie

Accesso ad Internet

Il setting d'aula

Gli studenti organizzati in 4 gruppi di 6 analizzano i documenti relativi ai beni loro assegnati dall'insegnante ed elaborano delle sintesi esaurienti utilizzando il linguaggio specifico.

Risultati attesi

Descrizione preliminare dei beni con elaborazione di documenti in formato word.

Attività 11 - Tempo di svolgimento 4 ore

Sopralluogo.

Le azioni - i compiti

L'insegnante di Arte e Territorio ascolta la descrizione del bene che i ragazzi fanno proprio di fronte al bene stesso.

Gli strumenti e i materiali

Documenti descrittivi dei beni.

Il setting d'aula

Gli studenti descrivono il bene storico artistico in forma dialogata e pongono le basi per la produzione del file audio.

Risultati attesi

Adeguamenti dei documenti formato word e della forma dialogata e colloquiale di descrizione.

Attività 12 - Tempo di svolgimento 4 ore

Registrazione della descrizione dialogata del bene artistico.

Le azioni - i compiti

A coppie gli studenti registrano la descrizione colloquiale del bene artistico assegnato.

Gli strumenti e i materiali

Strumenti per la registrazione.

Il setting d'aula

Laboratorio di agenzia di viaggi e altri locali a disposizione della scuola compresi laboratori di informatica.

Risultati attesi

Produzione file audio.

Attività 13 - Tempo di svolgimento 2 ore

Controllo e correzione dei rilevamenti di accessibilità.

Le azioni - i compiti

Gli studenti dopo aver sottoposto i rilevamenti agli operatori di Handycrea compilano i moduli di rilevamento istituzionali della Cooperativa.

Gli strumenti e i materiali

Modulo di rilevamento.

Il setting d'aula

Lavoro domestico.

Risultati attesi

Produzione delle schede di rilevamento istituzionali.

Attività 14 - Tempo di svolgimento 2 ore per ogni studente

Registrazione della descrizione di accessibilità delle diverse tratte.

Le azioni - i compiti

Individualmente, gli studenti registrano la descrizione dell'accessibilità delle tratte assegnate precedentemente controllate dagli operatori di Handycrea.

Il setting d'aula

Laboratorio di agenzia di viaggi e altri locali a disposizione della scuola compresi laboratori di informatica.

Risultati attesi

Produzione di file audio.

Attività 15 - Tempo di svolgimento 10 ore - Attività - di rielaborazione del materiale per la creazione dell'itinerario virtuale di turismo culturale nel centro storico di Trento.**Le azioni - i compiti**

- > Incisioni audio lettura
- > Creazione mappe con My Maps per Gmaps e pubblicazioni online

-
- > Scelta del simbolismo da usare per le mappe
 - > Creazione di percorsi virtuali Gmaps
 - > Individuazione musiche libere da copyright
 - > Mixaggio voci e musiche con il software Audacity
 - > Copia e incolla parti audio con il software Audacity

Le tecnologie

Accesso ad Internet. Software di registrazione ed elaborazione mappe interattive.

Il setting d'aula

Nel laboratorio di informatica gli studenti operano a gruppi e/o singolarmente, sotto la guida dell'insegnante e in autonomia.

Risultati attesi

Mappa del percorso virtuale dell'itinerario turistico.

Attività 16 - Tempo di svolgimento 1 ora

Restituzione del prodotto e feedback.

Le azioni - i compiti

Esposizione del lavoro agli esperti di Handycrea e raccolta del feedback.

Le tecnologie

Computer, proiettore, schermo.

Il setting d'aula

Gli studenti illustrano il prodotto multimediale.

Risultati attesi

Raccolta del feedback.

SEZIONE VALUTAZIONE ACCERTAMENTO DEGLI APPRENDIMENTI

La valutazione individuale è costituita dalla verifica di:

Competenze disciplinari

L'acquisizione di competenze disciplinari (web search, selezione di testi, uso di linguaggi specifici). Vengono somministrate dagli insegnanti di disciplina verifiche strutturate e sommative

Competenze di cittadinanza

Per la valutazione ci si avvale dell'osservazione dell'agito degli studenti nelle attività individuali e di gruppo. Costituiscono parametri di osservazione:

-
- > partecipazione al lavoro di equipe
 - > presa in carico di responsabilità nei confronti della qualità del risultato
 - > competenze di *problem solving*
 - > spirito di iniziativa e di innovazione
 - > competenze di autovalutazione e confronto
 - > competenze comunicative

In considerazione dell'alto grado delle competenze richieste dal prodotto finale, nella valutazione della performance di ogni studente diventa essenziale misurare soprattutto gli incrementi e i miglioramenti che vengono registrati nella fase di processo. Solo secondariamente la qualità del prodotto che senz'altro richiede competenze professionali solide potrà influenzare l'accertamento finale degli apprendimenti.

Valutazione del prodotto

Questo aspetto è squisitamente ad appannaggio degli operatori della Coop Handycrea in quanto gli unici che possono individuare la fruibilità, i punti di debolezza e i punti di forza del prodotto turistico e sono in grado di fornire le linee guida per la eventuale prosecuzione dei lavori.

4.6 Let's OPEN: GLI STUDENTI PROGETTANO L'ACCESSIBILITÀ. IL MARCHIO OPEN

Istituto di Istruzione “La Rosa Bianca - Weisse Rose” di Cavalese

Corso: Costruzione Ambiente e Territorio - Scuola Secondaria di Secondo Grado

Coordinatore: Pierluigi Sembenico

Docenti coinvolti: Francesco Arpa, Enza Coser, Pierluigi Sembenico

Discipline coinvolte: la proposta didattica ricade nell'ambito delle attività di Alternanza scuola lavoro

Questo progetto è stato svolto dall'Istituto La Rosa Bianca in modo autonomo rispetto alla proposta formativa presentata in questa pubblicazione.

Si è deciso di darle visibilità comunque all'interno del volume, in quanto rispondente al tema e sviluppato nello stesso periodo temporale delle altre unità di lavoro.

Introduzione e motivazione formativa

L'idea di far partecipare la classe del corso CAT ad un percorso che vede gli studenti fare un'analisi sullo stato di accessibilità di una struttura alberghiera per poi fare un'ipotesi progettuale seguendo i parametri della certificazione OPEN, nasce come spesso accade dall'incrociarsi in modo felice di diversi incontri come:

- > con Fabrizio Casal, studente in un'altra classe del corso CAT, atleta paraolimpico che alle Paralimpiadi di PyeongChangcon del 2018 ha vinto con Giacomo Bertagnolli 4 medaglie d'oro
- > con Carmela, che gestisce il bar del nostro Istituto, con la quale si è parlato di come nel suo albergo ha avuto ospiti alcune persone disabili. Carmela ha messo a disposizione il suo Hotel Regina delle Dolomiti per il percorso progettuale degli studenti
- > con Iva Berasi direttrice dell'Accademia della Montagna, con la quale ci siamo incontrati per parlare dell'idea di coinvolgere gli studenti in un progetto OPEN. Grande è stato l'entusiasmo di IVA nell'organizzare velocemente tutta una serie di incontri con diversi esperti che ci hanno poi accompagnato per la formazione degli studenti
- > con Michele Malfer, referente d'Istituto dell'alternanza scuola/lavoro, che ha condiviso l'entusiasmo di progettare sempre nuove attività per gli studenti.

Tema di studio

L'Hotel regina delle Dolomiti è situato in Val di Fiemme, nel Comune di Panchià, lungo la strada che da Cavalese porta alla Marmolada.

La struttura ricettiva, edificata intorno agli anni sessanta e sottoposta ad interventi di adeguamento negli anni ottanta, si compone di due corpi principali collegati da un corpo più basso che funge da ingresso.

Il corpo est si sviluppa su tre piani fuori terra; il primo livello contiene le sale da pranzo, ai livelli superiori sono collocate le stanze. Il corpo ovest è adibito a sale da pranzo-bar e zona wellness con piscina e saune. Il corpo centrale contiene la reception ed il bar.

Le fasi operative

Il progetto didattico si è articolato nelle seguenti fasi:

- > incontri di formazione
- > con Iva Berasi, direttrice dell'Accademia della Montagna, sul tema della destinazione "accessibile" e il "diritto di tutti" alla vacanza
- > con Graziella Anesi, presidente della Cooperativa HandiCrea, sul tema delle barriere architettoniche, trasporti, ausili e servizi per la mobilità accessibile
- > con Consuelo Agnesi, architetto di Studioinmovimento, sul tema della progettazione senza discriminazione
- > con Ferdinando Ceccato, direttore della Cooperativa Irifor, sul tema della disabilità visiva
 - ✓ acquisizione delle planimetrie e delle schede di valutazione fornite dalla Cooperativa HandiCrea
 - ✓ sopralluogo e analisi delle criticità in termini di accessibilità - interni ed esterni
 - ✓ verifica della fattibilità in termini tecnico-economici del posizionamento di ausili per il superamento delle barriere architettoniche
 - ✓ formalizzazione delle ipotesi progettuali.

La descrizione delle attività di formazione, di sopralluogo degli spazi dell'hotel e le schede di rilievo sono disponibili al link <https://sites.google.com/scuole.provincia.tn.it/lets-OPEN/home>, il sito che ha accompagnato il percorso didattico e raccoglie la documentazione prodotta.

NOTE
