

Scheda progetto per l'impiego di operatori volontari in servizio civile in Italia

Le voci contrassegnate dall'asterisco devono essere compilate obbligatoriamente a pena di esclusione del progetto

ENTE

1) *Ente proponente il progetto (*)*

Comune di Cervia

1.1) *Eventuali enti attuatori*

2) *Codice di accreditamento SCN/iscrizione SCU dell'Ente proponente (*)*

NZ02725

3) *Albo e classe SCN o Albo e sezione SCU dell'ente proponente (*)*

Regione Emilia-Romagna

Classe2

CARATTERISTICHE PROGETTO

4) *Titolo del progetto (*)*

**Una città con quattro anime diverse:
un viaggio tra paesaggi, cultura e sapori**

5) *Settore ed area di intervento del progetto con relativa codifica (vedi allegato 1) (*)*

Settore: Patrimonio artistico e culturale

Area di intervento: Valorizzazione storie e culture locali

Codice: D03

6) *Durata del progetto (*)*

<input type="checkbox"/>	8 mesi
<input type="checkbox"/>	9 mesi
<input type="checkbox"/>	10 mesi
<input type="checkbox"/>	11 mesi
<input checked="" type="checkbox"/>	12 mesi

7) *Descrizione del contesto territoriale entro il quale si realizza il progetto e dell'area di intervento (*)*

7.1) *Presentazione dell'ente proponente e degli eventuali enti attuatori (*)*

Il Comune di Cervia è situato sulla costa Adriatica, 20 km a sud di Ravenna, con un litorale di 10 km caratterizzato da un arenile di sabbia finissima e da bassi fondali. Il territorio, articolato in 13 frazioni, ha un'estensione di 82,20 kmq con una densità abitativa di 352,4 ab/kmq. Al 31.12.2016 la popolazione è di 28.794 residenti suddivisi in 13.709 famiglie. L'11% della popolazione residente è straniera: la comunità più numerosa è quella proveniente dalla Romania seguita dall'Albania e dal Senegal. L'età media di tutti i residenti è di 46,76 anni

Cervia, con le sue località di Milano Marittima, Pinarella e Tagliata, è oggi uno dei più rinomati centri turistici italiani, gode di fama internazionale e conta ogni anno circa 4 milioni di giornate di presenza di italiani e stranieri. Il Comune di Cervia ha, negli anni, attivato diverse collaborazioni istituzionali con il Comune di Russi in materia di procedure di appalto, gestione dei servizi sociali e di recente anche nell'ambito del Servizio Civile.

7.2) *Breve descrizione del contesto territoriale e dell'area di intervento. Analisi delle criticità/bisogni sociali sui quali si intende intervenire e che giustificano la realizzazione del progetto (*)*

DESCRIZIONE DEL CONTESTO TERRITORIALE

Il Comune è caratterizzato da un centro urbano e da numerose frazioni. Quattro località si estendono lungo la costa per circa 10 km, sono quelle che hanno un connotato turistico (Cervia, Milano Marittima, Pinarella e Tagliata), con una imponente dotazione di strutture legate all'ospitalità.

Le altre frazioni sono nell'entroterra e sono caratterizzate da paesaggi agricoli e da piccole aziende a supporto dell'economia turistica.

E' sede di due istituti alberghieri che preparano i ragazzi alle diverse professionalità del ricettivo.

E' una città viva tutto l'anno grazie ad un calendario di eventi: cultura, sport, natura, musica e sagre. In totale gli enti promotori che organizzano e gestiscono eventi ed iniziative nel territorio comunale sono circa 400 tra associazioni culturali, sportive, di volontariato, enti ed istituzioni pubbliche.

AREA DI INTERVENTO DEL PROGETTO: VALORIZZAZIONE DELLE QUATTRO LOCALITA'

AMBITO A – ORIGINI E IDENTITA' DIFFERENTI DELLE 4 LOCALITA'

Origini storiche differenti

Le quattro località affacciate al mare hanno storie e radici particolari, nate in periodi molto differenti tra loro. L'evoluzione del turismo ha condizionato lo sviluppo successivo attribuendo, a ciascuna, identità diverse.

La diversità è un valore aggiunto che va mantenuto e preservato perché attribuisce ai territori un sapore autentico che favorisce il senso di appartenenza per i residenti e opportunità di esperienze uniche per gli ospiti.

Un'origine legata al sale e alla natura

La storia di **Cervia** è strettamente legata alla produzione del sale, che ha avuto in passato un ruolo strategico nello sviluppo sociale, urbanistico e architettonico della città.

Cervia, ricostruita per ben tre volte, inizialmente era conosciuta come Ficcole e sorgeva non lontano dalla costa. Distrutta nel 709, venne ricostruita all'interno della Salina con il nuovo nome di Cervia.

Il 9 novembre 1697, con la firma del Chirografo, si diede avvio alla ricostruzione della città nel luogo attuale. L'antica città del sale, il vecchio borgo di pescatori, le zone di insediamento agricolo, bonificate a partire dal secolo scorso e le ampie distese della secolare pineta, si sono trasformate in funzione di uno sviluppo turistico già dalla fine dell'800, fino ad avere un impulso decisivo con la nascita, nel 1912, della "città giardino" di **Milano Marittima**. Al primo giugno 1911 risale la costituzione della Società Milano Marittima, nata per sviluppare una "città giardino" in cui i villini, destinati alla borghesia milanese come case per le vacanze, dovevano integrarsi con la natura.

L'antico ciclo del sale ha accompagnato la storia di Cervia ed è testimoniato dalla Salina Camillone e dai seicenteschi Magazzini ove si trova il Museo del Sale. La salina di Cervia, porta di accesso a sud e stazione del Parco Regionale del Delta del Po, è un ambiente di elevatissimo interesse naturalistico e paesaggistico, inserita come Zona Umida di Importanza Internazionale nella convenzione di Ramsar. Si estende su una superficie di 827 ettari e dal 1979 è divenuta Riserva Naturale dello Stato di popolamento animale, L'antica Salina Camillone è rimasta l'ultima piccola salina in cui, ancora oggi, la raccolta del sale avviene in modo tradizionale con gli attrezzi in legno usati originariamente. La sua produzione è presidio Slow Food. I prodotti più tipici di Cervia sono legati alla produzione del sale, al mare, alla pineta e al terreno sabbioso.

Turismo e sviluppo

Nell'ultimo secolo la città ha avuto un rapido e imponente sviluppo edilizio, accompagnato da un rapido incremento del turismo che ha soppiantato quello della raccolta del sale, la pesca e l'agricoltura. Negli anni '30, con il sorgere di numerose colonie estive per l'infanzia, lo sviluppo turistico assume dimensioni di massa. Negli anni 60, Cervia e Milano Marittima diventano mete turistiche tra le più eleganti ed affermate del panorama italiano, attirando celebrità nazionali ed internazionali dell'epoca. La "dolce vita" dei locali di Milano Marittima diviene nota a livello nazionale, mentre sorgono manifestazioni ed eventi di grande risonanza. Sorgono il Parco Naturale e le Terme, mentre manifestazioni tradizionali come lo Sposalizio del Mare divengono eventi di rilievo nazionale.

Pinarella e Tagliata

Nel corso dell'Ottocento **Pinarella** era costituita da case sparse, in un ambiente agricolo. Nel secondo Dopoguerra, lo sviluppo progressivo ha trasformato questo luogo in una località di vacanza.

Aumentano di pari passo, lo sviluppo urbano, la popolazione e le strutture dedicate all'ospitalità, in particolare le colonie.

Nel Novecento, non c'era distinzione tra Pinarella e Tagliata. Si trattava di un'unica località che si estendeva lungo la costa. Fino al 1940-1945, **Tagliata**, era formata da terreni agricoli con poche case coloniche.

La **Pineta di Pinarella e Tagliata** fu piantata agli inizi del '900 per proteggere l'entroterra dai venti marini. Si estende parallelamente alla costa e costituisce un prezioso polmone verde che separa l'area edificata dalla spiaggia.

Gli eventi che affondano le radici nel passato

A testimoniare quanto il passato sia stato tramandato e quando sia ritenuto importante mantenere i legami con la cultura locale, il Comune di Cervia promuove e sostiene eventi che hanno un valore fortemente identitario:

- Sposalizio del Mare (giorno dell'Ascensione), 574^a edizione nel 2018

- Cervia Città Giardino (da maggio a settembre), 46^a edizione nel 2018
- La Rotta del Sale (metà luglio), per rievocare l'antica rotta del sale Cervia-Venezia
- Salinaro per un giorno (nel periodo estivo)
- Visite guidate all'antica Salina Camillone (maggio-settembre)
- La Festa di San Lorenzo (10 agosto)
- Compleanno di Milano Marittima (14 agosto)
- L'antica Rimessa del Sale, in occasione di Sapore di Sale (settembre), 22^a edizione
- rievocazioni storiche in occasione della Festa della Liberazione di Cervia (22 ottobre) e per altre ricorrenze storiche
- Passeggiate patrimoniali (durante tutto l'anno)

Cosa fa il Servizio Turismo

Il Servizio Turismo, attraverso la Redazione Web, promuove l'identità del territorio e valorizza gli aspetti propriamente legati alla storia delle 4 località con alcuni contenuti pubblicati nel sito turistico:

- Antica Ficocle e fondazione di Cervia Nuova
- Nascita e sviluppo di Milano Marittima
- Il Lido, primo stabilimento balneare
- Le colonie, strutture di vacanza per bambini.

Promuove inoltre, attraverso il sito e sui canali social, gli eventi che hanno una forte valenza identitaria.

Sui canali social, le località sono rappresentate in particolare attraverso il ricco calendario di eventi o le cose da fare (esperienze) o vedere (ambiente, arte e cultura), ma non attraverso la divulgazione di notizie curiose o di eventi storici riconducibili all'identità di ciascun territorio.

Indicatori	Valori relativi all'anno 2017
Numero pagine informative/narrative sulla nascita e storia delle 4 località e/o sui luoghi simbolo	4
Numero pillole/notizie su eventi storici rilevanti o su notizie curiose e interessanti in grado di creare coinvolgimento e legami con il territorio	0

AMBITO B – LA TRADIZIONE ENOGASTRONOMICA

La tradizione sulla tavola di questo territorio nasce da due forti identità storiche: la cultura salinara e quella marinara. A questo si aggiungono le tradizioni tipiche delle campagne, con i sapori legati più alla terra.

Con l'evoluzione del turismo, la cucina ha subito una trasformazione, valorizzando e proponendo piatti legati ad altre regioni italiane conosciuti anche all'estero. Le strutture ricettive avevano l'esigenza di rivolgersi ad un mercato sempre più internazionale che ha portato verso una omologazione ed un appiattimento dei sapori. Successivamente, proprio per contrastare e potersi differenziare invece su un mercato sempre più grande che compete a livello globale ed anche per un'attenzione sempre più attenta alla qualità del cibo, ad un'alimentazione sana caratterizzata da prodotti di stagionalità e del territorio, la cucina si sta orientando fortemente all'utilizzo dei prodotti di qualità, chilometro zero.

Il Comune di Cervia ha certamente alcuni fattori competitivi che rappresentano elementi distintivi nel panorama delle località balneari italiane. Una di questi è l'**enogastronomia**, presente negli alberghi e nelle **358 attività di somministrazione alimenti e bevande** sparse nel territorio.

Oggi, i prodotti del territorio che caratterizzano la cucina locale sono:

- il sale “dolce” di Cervia, dal 2004 **presidio Slow Food** (fonte: *Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus*), caratterizza in modo davvero unico la gastronomia locale. Oggi, i prodotti gastronomici realizzati con l’aggiunta del sale di Cervia sono 42.
- la **cozza di Cervia**, allevata a tre miglia dal litorale, in acque di classe A le ha fatto riconoscere, nel 2013, la certificazione di filiera biologica.
- Il **cardo di Pinarella**, alimento dalle molte proprietà nutritive e dal basso contenuto calorico, perde il retrogusto amarognolo e acquista la sua inconfondibile dolcezza grazie alla maturazione sotto la sabbia.
- la **piadina romagnola**, disponibile nei **54 tradizionali chioschi**. La piadina romagnola è prodotto Igp (fonte: *Regione Emilia Romagna, Dipartimento Agricoltura e Pesca*).

Nel corso dell’anno sono diversi gli **appuntamenti gastronomici** dedicati alla valorizzazione dei prodotti:

- **Sagra del cardo di Pinarella** (gennaio - Cervia)
- **Sagra della Seppia** (primavera - Pinarella)
- **La Sagra della Cozza** (maggio – Tagliata) e **La Cozza di Cervia in Festa** (giugno - Cervia)
- **Borgomarina** (periodo estivo - Cervia)
- **Sapore di Sale** (settembre – Cervia)
- **A Spass par Zirvia** (periodo invernale – Cervia)

A contribuire alla divulgazione della cultura gastronomica sono diversi i soggetti, sia a livello locale sia sul web. Oltre a **due istituti alberghieri**, sono molti i ristoratori attenti e sensibili alla valorizzazione dei prodotti locali. Il **Circuito Gastronomico del Sale** è un percorso tematico che coinvolge ogni anno una decina di ristoratori sul tema del sale.

Sul web, il food crea un grosso coinvolgimento come tema di tendenza attraverso **siti dedicati o blog**.

Cosa fa il Servizio Turismo

Il Servizio Turismo, attraverso la Redazione Web, pubblica sul sito turistico ufficiale della città una sezione dedicata ai **sapori** (prodotti locali e ricette) e periodicamente, sui canali social di riferimento, una rubrica dedicata all’**enogastronomia**.

A livello territoriale manca tuttavia una raccolta sistematica delle ricette e manca una rete tra gli stakeholders interessati.

Indicatori	Valori relativi all’anno 2017
Numero di ricette o contenuti finalizzati a valorizzare e promuovere prodotti locali, sul sito turistico della città	35
Numero dei contenuti veicolati sui social sul tema della gastronomia	30

AMBITO C – LA VALORIZZAZIONE DELLE 4 LOCALITA’ SUL WEB A FINI PROMOZIONALI TURISTICHE

Nel **Piano Strategico Turistico Locale**, in riferimento all’obiettivo strategico generale n. 7 “Migliorare la comunicazione ed il marketing (sia operativo che strategico) della località e coordinarlo con quello dei privati”, tra le linee guida sono presenti due aspetti che rientrano in questo progetto:

- la valorizzazione delle specifiche territoriali delle singole località, al fine di garantire ad ognuna di esse di utilizzare il linguaggio più performante per raggiungere i target di riferimento;
- lavorare per delineare e definire una maggiore identità e tematizzazione delle località di Pinarella e Tagliata; sostenere Milano Marittima sul rafforzamento competitivo e sull’innovazione, Cervia come località multitarget, con una particolare attenzione alle famiglie.

(fonte: Piano di Sviluppo Turistico Locale, approvato con Delibera di Giunta Comunale n. 103 del 06.06.2017, adottato come strumento di pianificazione strategica in ambito turistico ed elaborato congiuntamente dall'Ente con i rappresentanti del settore turistico privato)

Sinora le quattro località a valenza turistica, affacciate sul mare, sono state supportate da un piano di comunicazione che presenta il territorio, come un'unica destinazione pur con caratteristiche differenti.

Il **sito turistico ufficiale della città** è unico per l'intero territorio, un unico logo, materiale cartaceo unico.

Sul sito le località sono raccontate in **4 pagine distinte**, una per località, ciascuna tradotta in inglese, francese e tedesco. Si presentano tutte con contenuti diversi ma con lo stesso formato e stile.

Tutto il restante contenuto del sito (arte e cultura, ambiente, informazioni, eventi, opportunità, suggerimenti e proposte, ecc.) è pubblicato sotto un unico albero informativo, per cui la navigazione è possibile complessivamente sull'intero territorio e non per località.

Per quanto riguarda i social, il territorio è presente su Facebook dal 2010 e su Instagram dal 2016 con un'unica pagina, **Visit Cervia**.

In riferimento alla gestione dei canali social è molto attiva la collaborazione con i fotografi locali, organizzati individualmente o attraverso l'associazionismo.

Si tratta prevalentemente di fotografi amatoriali che hanno la passione comune di riprendere luoghi ed eventi del territorio e pubblicano i propri scatti sui social: nei propri profilo o in pagine/gruppi.

La collaborazione è molto attiva e proficua e si esplicita nella messa a disposizione di alcuni loro scatti sia per la pubblicazione sul sito turistico della città sia sui canali social gestiti dal Servizio Turismo.

Cosa fa il Servizio Turismo

Il Servizio, attraverso la Redazione Web, aggiorna costantemente il sito turistico, in tutte le sezioni, in lingua italiano, inglese, francese e tedesco. Nel sito turistico ufficiale della città (www.turismo.comunecervia.it) sono pubblicate 6.961 schede informative e pagine descrittive, così ripartite: 1672 in italiano, 1567 per ognuna delle altre tre lingue, 147 gli elementi grafici di contenuto per ciascuna delle quattro lingue.

Di seguito alcuni dati sugli accessi al sito:

	Anno 2017
Sessioni utente	262.936
Visitatori	192.340
Nuovi visitatori	188.786
Pagine visualizzate	726.225

Nel corso del 2017 sono stati pubblicati, sui canali social turistici dell'ente, un totale di 1.526 contenuti, così suddivisi: 729 (Facebook), 730 (Twitter), 67 Instagram avviato il 26.10.2016.

La pagina Facebook Visit Milano Marittima è stata aperta solo molto recentemente (21.12.2018), per rispondere all'esigenza di personalizzare la comunicazione rafforzando l'identità e posizionare meglio il brand.

Per completare la descrizione del contesto, di seguito si elencano alcuni dati:

- Likes sulla pagina Facebook di Visit Cervia: 8.241 (al 31/12/2017) e 12.158 (al 31/12/2018)
- Likes sulla pagina Facebook di Visit Milano Marittima: 730 (al 31/12/2018)

Indicatori	Valori relativi all'anno 2017
-------------------	--------------------------------------

Numero delle fotografie, come punto di forza, pubblicate nelle pagine delle 4 località (photogallery di località sul sito turistico)	16
Numero delle esperienze/emozioni che possono essere vissute, nelle diverse stagioni dell'anno	16
Piano editoriale social personalizzato dedicato alle singole località	1

DATI PER DESCRIVERE MEGLIO IL CONTESTO DEL TERRITORIO

Il Comune di Cervia ha un forte connotato turistico, in particolare sulla costa. Di seguito i dati di sintesi che evidenziano questo aspetto.

I dati sulla ricettività, suddivisi per località

	***	****	*****	*****	Entroterra	totale
Alberghi	106	157	61	24	1	349
Residence	4	8	3	0	0	15
Bed & breakfast	8	1	3	1	12	25
Affittacamere e locande	9	3	2	0	1	15
Case e appartamenti per vacanze	15	11	14	1	0	41
Campeggi	0	2	3	0	0	5
Stabilimenti balneari	52	77	45	8		182

Sono inoltre presenti:

- circa 2000 appartamenti turistici stimati gestiti da privati

I dati sul movimento turistico locale

Gennaio-Dicembre 2017 (a confronto con il 2016)

Arrivi					
Italiani	Diff.%	Stranieri	Diff.%	Totale	Diff.%
692.812	+8,41	92.738	+13,75	785.550	+9,01
Presenze					
Italiani	Diff.%	Stranieri	Diff.%	Totale	Diff.%
3.210.307	+2,39	571.059	+9,08	3.781.366	+3,35

Presenze alberghiere nelle diverse località del Comune di ***				
			Totale	Diff. %
Milano Marittima			1.578.119	+4,89
Cervia			847.865	+1,60
Pinarella			577.936	+6,48
Tagliata			122.487	+3,27
Totale presenze alberghiere			3.126.407	+4,20

Arrivi e presenze extralberghiero			
Arrivi totali extralberghieri:	74.073	+9,86%	Presenze totali extralberghiere: 654.959 -0,52%

Permanenza media					
	Alberghiera		Extralberghiera		Media in generale
2016	4,59		9,76		5,08
2017	4,39		8,84		4,81

Percentuali presenze italiane e straniere gennaio/dicembre 2017:

Italiani	84,90%
Stranieri	15,10%

COMUNE CERVIA	Totale arrivi	Totale arrivi
ARRIVI	2016	2017
Gennaio	6.276	6.416
Febbraio	4.372	4.653
Marzo	23.555	12.192
Aprile	38.416	81.281
Maggio	55.842	55.960
Giugno	144.812	167.790
Luglio	175.257	176.834
Agosto	168.238	173.112
Settembre	74.462	74.567
Ottobre	16.638	17.110
Novembre	3.906	5.563
Dicembre	8.841	10.072
Totale	720.615	785.550

COMUNE CERVIA PRESENZE	Totale Presenze 2016	Totale Presenze 2017
Gennaio	18.450	18.137
Febbraio	9.383	10.840
Marzo	55.236	22.147
Aprile	84.775	185.829
Maggio	154.515	145.120
Giugno	689.316	750.556
Luglio	1.038.680	1.038.995
Agosto	1.170.305	1.172.175
Settembre	369.995	368.258
Ottobre	39.412	35.930
Novembre	10.592	12.416
Dicembre	18.217	20.963
Totale	3.658.876	3.781.366

*(fonte: Servizio Statistica Cervia Turismo per conto Comune di ***)*

CRITICITA' E BISOGNI SOCIALI

Dato il contesto specifico di riferimento sopra descritto, per attuare un efficiente piano di azione per valorizzare le 4 località, la cultura e la tradizione gastronomica locale e utilizzare in modo efficace gli strumenti web, occorre operare su diverse prospettive:

- le quattro località hanno origini e peculiarità diverse, che rappresentano una ricchezza. Gli aspetti identitari sono da valorizzare e promuovere quindi come valore aggiunto.
- la comunicazione attraverso il sito turistico ufficiale visualizza e propone, in ugual modo, le quattro località che hanno invece necessità di progetti editoriali differenti al fine di valorizzare le proprie specificità. I contenuti sono pubblicati sotto un unico albero informativo e non è possibile navigare per singole località
- sui social, la presenza del territorio in un'unica pagina configura l'intero territorio come un unico brand e questo, non agevola invece il potenziamento delle 4 località come 4 anime diverse che pur si integrano ma con identità e caratteristiche differenti
- le località sulla costa hanno una forte valenza turistica per cui vengono percepite come luogo ideale in relazione alla stagione estiva, con un limite legato alla redditività delle imprese e dell'indotto diretto e indiretto
- la gastronomia è sicuramente un elemento trainante anche per incentivare il turismo invernale o per allungare la stagione estiva ma non è sufficientemente valorizzata e proposta. Le potenzialità di sviluppo sono considerevoli
- manca una rete che valorizzi la gastronomia locale e che possa essere elemento propulsore per la creazione di un prodotto turistico e l'individuazione di una comunicazione di tipo esperienziale
- è carente una strategia di comunicazione nel territorio che unisca gli sforzi pubblico-privato, con obiettivi comuni e condivisi traducibili in azioni sinergiche

7.3) Destinatari e beneficiari del progetto ()*

Obiettivo complessivo del presente progetto, in linea con la mission del Servizio Turismo è quello di rafforzare l'identità del territorio, dando evidenza alle peculiarità di ciascuna località attraverso una maggiore conoscenza della storia, della cultura e delle tradizioni ed una più efficace comunicazione e promozione sul web.

Vista l'articolazione del progetto ed il contesto territoriale descritto, si identificano, per ciascun ambito di intervento, destinatari diretti e beneficiari indiretti:

Ambito di intervento	Destinatari diretti	Beneficiari indiretti
A – Valorizzazione delle 4 località	L'identità territoriale e il patrimonio storico e culturale delle 4 località	<p>Collettività in senso ampio, prima di tutto cittadini per un senso di appartenenza.</p> <p>Ospiti che possono beneficiare di un territorio più autentico.</p> <p>Operatori del settore che possono fruire di un patrimonio immateriale da utilizzare per arricchire i propri canali informativi e rendere più appetibili le proprie proposte di vacanze.</p>
B – La cultura gastronomica locale	I prodotti tipici, le tradizioni e la cultura gastronomica locale	Turisti e cittadini, operatori del settore (della ricettività e della ristorazione), istituti alberghieri che potrebbero qualificare la propria offerta formativa avvicinandosi al tessuto sociale e al mondo del lavoro, chefs interessati a specializzarsi sull'utilizzo dei prodotti locali.
C – Gli strumenti web e social	Turisti e cittadini, operatori del settore, addetti agli uffici di informazione che possono beneficiare di contenuti e informazioni di qualità.	<p>Operatori del settore e collettività per la ricaduta positiva indiretta di un incremento turistico.</p> <p>Collettività in senso ampio come ricaduta indiretta di un indotto relativo all'incremento turistico che potrebbe derivare da un accresciuta valorizzazione dei territori.</p>

7.4) *Indicazione della domanda di servizi analoghi e della relativa offerta presente nel contesto di riferimento.*

Nel territorio di Cervia sono diversi i soggetti che svolgono attività di valorizzazione dell'identità e della storia locale a fini promozionali.

Promozione dell'identità specifica delle 4 località:

- Cervia Turismo, come ente soggetto a svolgere promozione turistica e affidatario della gestione dei servizi di informazione al turista attraverso 4 uffici dislocati nel territorio
- Regione Emilia Romagna
- Destinazione Romagna
- Pro loco Milano Marittima, Consorzio Cervia Centro, Pro loco Pinarella TerraEventi, Pro loco Riviera dei Pini e associazioni di categoria
- fotografi professionisti ed amatoriali (Circolo Fotografico Cervese, Gruppo Fotografico Cervese, Gruppo Musa, ecc.)

Servizio di tutela, promozione e diffusione memoria storica:

- Archivio storico
- Biblioteca Comunale
- Ecomuseo del Sale e del Mare
- Associazione Festa
- Gruppo Culturale Civiltà Salinara
- Blog Travel Emilia Romagna, Cervia e Milano Marittima e altri blog
- storici locali, studiosi e ricercatori (es. tesi di laurea)
- collezioni private di cartoline e fotografie del passato

Soggetti che contribuiscono alla diffusione delle tradizioni enogastronomiche:

- Due istituti alberghieri (Ipssar e Ial)
- Parco della Salina
- Casa delle Aie e Circolo Pescatori
- Cooperativa La Fenice
- Associazione Antichi Sapori

Soggetti che contribuiscono alla organizzazione e valorizzazione degli eventi

- Servizio di Progettazione Culturale e Unità Eventi
- Organizzatori privati
- Pro loco, Consorzi e associazioni di categoria

8) *Obiettivi del progetto (*)*

Obiettivo complessivo del presente progetto, in linea con la mission del Servizio Turismo è valorizzare la storia e l'identità del territorio, nelle sue diverse peculiarità e caratteristiche al fine di promuovere un turismo di qualità, rispettoso dell'ambiente e delle tradizioni e offrire all'ospite una vacanza che sia maggiormente immersiva ed esperienziale.

L'obiettivo complessivo si declina nei seguenti **obiettivi specifici**:

Obiettivo A:

Favorire la diffusione di una cultura storica del territorio che ha 4 storie differenti

Un Comune, quattro località affacciate sul mare, ognuna con una propria storia che le contraddistingue l'una dall'altra.

Identità molto differenti che hanno bisogno di essere valorizzate secondo le proprie peculiarità.

Alcune hanno un forte connotato turistico per cui sono molto legate alla stagionalità e sono percepite come luoghi da vivere soprattutto d'estate.

L'obiettivo è finalizzato a favorire la diffusione di informazioni su luoghi, personaggi ed eventi storici, favorendo anche quei dati che possono attribuire valore alle singole località.

Questo consente di potenziare un'identità per ciascun territorio e di attribuire valore al patrimonio immateriale e a quello materiale tuttora esistente.

Indicatori	Valori ex ante	Valori ex post
Numero pagine informative/narrative sulla nascita e storia delle 4 località, sui luoghi simbolo e/o personaggi	4	10
Numero pillole/notizie su eventi storici rilevanti o su notizie curiose e interessanti in grado di creare coinvolgimento e legami con il territorio	0	20

Obiettivo B:

La cultura attraverso la cucina e i prodotti del territorio, riscoperta dei sapori e delle ricette di ieri e oggi

Il territorio è molto ricco anche dal punto di vista della cultura enogastronomica che, grazie alla sua varietà, può offrire prodotti legati al sale, al mare e alla terra. La grande diffusione di attività di somministrazione e il numero di eventi legati alla gastronomia, sono indice dell'attenzione verso questa tematica.

L'interesse verso la cucina, l'attenzione ai prodotti del territorio e a km 0, la rivalutazione di prodotti "dimenticati" sono oggi molto forti.

L'obiettivo è di proporre sul sito e sui canali social ricette e notizie legate alla tradizione, ricette tradizionali rivisitate o ricette innovative per valorizzare il territorio stesso con le sue produzioni locali e aumentare l'interesse e il coinvolgimento nei confronti delle località.

Indicatori	Valori ex ante	Valori ex post
Numero di ricette finalizzate a promuovere i prodotti locali, sul sito turistico della città o sui social istituzionali	35	70
Numero dei contenuti veicolati sui social sul tema della gastronomia	30	60

Obiettivo C:

Valorizzare e promuovere le 4 località del territorio, ciascuna con la propria identità paesaggistica, storica e culturale

Un territorio caratterizzato da identità diverse ha bisogno di una personalizzazione nella comunicazione, nei messaggi che vengono veicolati e nel modo in cui vengono narrate le possibili esperienze che, qui, possono essere vissute in grado di creare coinvolgimento ed empatia.

L'obiettivo è di valorizzare quindi le 4 località facendo leva sui punti di forza di ciascuna e sulle opportunità di fare attività o vivere esperienze durante tutto l'anno.

Gli sforzi per attivare un piano di comunicazione personalizzato per ogni località, vanno in questa direzione. Da un punto di vista comunicativo, immagini e video sono i contenuti in grado di raccogliere un maggiore consenso e coinvolgimento sul web ed in particolare sui social.

Si vuole portare a termine l'obiettivo con il coinvolgimento degli stakeholders interessati per un ampio consenso sul progetto.

Indicatori	Valori ex ante	Valori ex post
Numero delle fotografie, come punto di forza, pubblicate nelle pagine delle 4 località (photogallery di località sul sito turistico)	16	160
Numero delle esperienze/emozioni che possono essere vissute, nelle diverse stagioni dell'anno	16	50
Piano editoriale social personalizzato dedicato alle singole località	1	4

Il raggiungimento degli obiettivi verrà valutato con tappe intermedie, anche mediante incontri periodici di verifica (vedi box 21) a cui parteciperanno OLP, operatori del Servizio, volontari.

9) Descrizione delle attività con la relativa tempistica, ruolo degli operatori volontari e altre risorse umane impiegate nel progetto (*)

9.1) *Complesso delle attività previste per il raggiungimento degli obiettivi (*)*

Obiettivo A:

Favorire la diffusione di una cultura storica del territorio che ha 4 storie differenti

Per valorizzare l'identità storica delle località affacciate al mare, occorre fare una ricerca storica e mappare i luoghi, i personaggi e gli eventi che hanno contraddistinto nel tempo il territorio. Per effettuare la ricerca ci si avvarrà del contributo di studiosi e appassionati di storia locale oltre che della collaborazione dell'Archivio Storico.

Sulla base dei luoghi simbolo che verranno individuati e dei personaggi ritenuti di interesse verranno elaborate delle schede descrittive e raccolte delle immagini, finalizzate alla pubblicazione sul sito.

Una ricostruzione storica sarà sicuramente di aiuto per raccontare, in modo anche emozionale, eventi importanti del passato che rappresentano tappe fondamentali della crescita e dello sviluppo dei territori.

Un elenco di notizie curiose e particolari, sarà invece lo spunto per parlare della storia e dell'identità delle 4 località in particolare sui social.

Più schematicamente l'attività prevista per il raggiungimento dell'obiettivo si articolerà nelle seguenti azioni:

Fasi	attività
1	Coinvolgimento stakeholders attraverso momenti di incontro o altri strumenti
2	Ricerca storico/fotografica sui luoghi/località
3	Ricognizione/mappatura: luoghi, personaggi, eventi storici che hanno avuto un ruolo significativo nella storia delle 4 località
4	Miglioramento delle pagine web dedicate a storia, cultura, personaggi e tradizioni
5	Valorizzazione degli eventi che rievocano momenti storici o che valorizzano ricorrenze storiche
6	Elenco cronologico degli eventi storici rilevanti o particolari curiosi e interessanti, per ciascuna località
7	Azioni di comunicazione per valorizzare i luoghi e le località

Obiettivo B:**La cultura passa anche dalla cucina e dai prodotti del territorio, riscoperta dei sapori e delle ricette di ieri e oggi**

Il punto di partenza sarà la mappatura dei prodotti del territorio partendo da quelli realizzati con il sale di Cervia. Il coinvolgimento dei due istituti alberghieri, di operatori del settore, di associazioni e appassionati, consentirà di condividere le finalità del progetto e di valutare delle azioni comuni da intraprendere per valorizzare la gastronomia locale.

Un fase di raccolta di ricette, informazioni su abitudini e tradizioni della cucina casalinga e negli alberghi potrà essere spunto per valorizzare la cucina di ieri e oggi.

Il web è un importante strumento di divulgazione e sul web sono tanti i soggetti che trattano l'argomento, da diversi punti di vista, per cui, coinvolgere il mondo dei foodblogger è sicuramente di stimolo per valorizzare ulteriormente i prodotti del territorio e, indirettamente, le località da un punto di vista turistico.

L'obiettivo è inoltre di arricchire il sito turistico della città con ricette tipiche, di valorizzare gli eventi enogastronomici come elementi trainanti tutto l'anno e promuovere questo ambito come esperienza, in particolare sui social.

Più schematicamente l'attività prevista per il raggiungimento dell'obiettivo si articolerà nelle seguenti azioni:

Fasi	attività
1	Mappatura dei prodotti locali che valorizzano il territorio
2	Individuazione degli stakeholders e coinvolgimento per valutare la messa in rete di un progetto complessivo
3	Raccolta suggerimenti, spunti, ricette, abitudini e tradizioni di casa, rivisitazioni e nuovi sapori
4	Incentivare l'interesse da parte di foodblogger e di appassionati di cucina per valorizzare i prodotti del territorio
5	Pubblicazione di ricette sul sito turistico della città
6	Valorizzazione degli eventi gastronomici come occasione trainante per promuovere il territorio
7	Valorizzazione della gastronomia nei piani editoriali social delle località
8	Azioni di comunicazione per valorizzare i sapori del territorio

Obiettivo C:

Valorizzare e promuovere le 4 località del territorio, ciascuna con la propria identità paesaggistica, storica e culturale

Il punto di partenza è valutare come le località sono percepite e posizionate sul web. Questo costituirà la premessa di una prima riflessione da condividere con gli stakeholders ai fini di individuare i punti di forza e le criticità di ogni località.

Saranno individuati dei percorsi anche differenti per coinvolgere gli operatori del territorio, chi lavora al front office o strumenti online per raggiungere direttamente sia i residenti sia chi abitualmente o occasionalmente soggiorna nel territorio come ospite.

I punti di forza e le criticità individuate saranno elemento fondamentale per valutare quali saranno gli ambiti in cui intervenire con azioni più mirate.

I fotografi locali saranno coinvolti per implementare l'archivio di immagini disponibili per la pubblicazione sul sito e sui social e per la valorizzazione del territorio. A questo si aggiungerà la ricerca di video che possano raccontare in modo emozionale il territorio nei suoi vari aspetti.

Una volta selezionate le immagini adatte a veicolare i valori di ogni località e le attività/esperienze che i territori offrono, saranno da formattare e da editare a seconda dei formati necessari.

Un lavoro di riscrittura sarà utile per migliorare i testi eventualmente già online mentre per i testi nuovi, descrittivi delle opportunità da poter fare, mese per mese, si cercherà di utilizzare uno stile creativo e maggiormente coinvolgente.

La fase finale sarà l'elaborazione di un piano editoriale personalizzato per ogni località che terrà conto di quanto emerso in fase di brainstorming con gli stakeholders del territorio.

Più schematicamente l'attività prevista per il raggiungimento dell'obiettivo si articolerà nelle seguenti azioni:

Fasi	attività
1	Ricerca sul web per valutare il posizionamento e la riconoscibilità sul web delle 4 località
2	Coinvolgimento stakeholders attraverso incontri e/o altri strumenti
3	Individuazione punti di forza e criticità di ogni centro/località
4	Condivisione con gli stakeholders di percorsi personalizzati per valorizzare le identità delle 4 località
5	Ricerca foto e video sugli aspetti che caratterizzano le 4 località, attingendo ad archivi pubblici e/o collezioni private
6	Coinvolgimento fotografi locali per implementazione archivio fotografico e per la condivisione di strategie/progetti finalizzati a promuovere il territorio e a potenziare il brand delle 4 località
7	Formattazione ed editing delle immagini per la pubblicazione sul sito e per la gestione dei canali social presidiati
8	Intervento sulla scrittura web, miglioramento dei testi ed elaborazione creativa dei suggerimenti/esperienze che il territorio offre all'ospite tutto l'anno
9	Elaborazione di un piano di comunicazione integrato web e social finalizzato a valorizzare in modo

personalizzato le 4 località

La realizzazione degli obiettivi del progetto prevede inoltre diverse azioni e attività trasversali e di sistema che si possono sintetizzare in questo modo:

- **Attività preliminari**
consistono nella condivisione dei contenuti ed obiettivi del progetto fra tutti gli operatori coinvolti nella realizzazione. Inoltre, come specificato nel box 21, il Responsabile per il Servizio civile dell'ente, l'OLP e il responsabile del monitoraggio e della formazione, parteciperanno ad un incontro preliminare per la condivisione del piano di monitoraggio e degli strumenti di rilevazione e valutazione da utilizzare nell'ambito di tutta la durata dei progetti (12 mesi)
- **Accoglienza dei volontari**
insieme delle attività formali e previste (box 21) e delle attività informali, ma indispensabili, di orientamento dei volontari all'interno dell'organizzazione
- **Promozione del servizio civile volontario**
per tutta la durata del progetto verranno organizzate attività di supporto alle azioni dei volontari per promuovere il servizio civile (box 18)
- **Formazione generale** (per le attività specifiche vedi box 30-35)
- **Formazione specifica** (per le attività specifiche vedi box 36-42)
- **Monitoraggio** (per le attività specifiche vedi box 21)

9.2) Tempi di realizzazione delle attività del progetto descritte al punto 9.1(*)

Il seguente diagramma di GANTT esplicita il complesso delle attività previste per il raggiungimento degli obiettivi del progetto:

Fasi	attività	mesi												
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Attività preliminari (box 9.1)	■												
	Accoglienza		■											
	Formazione generale (box 30-35)		■	■	■	■	■	■	■					
	Formazione specifica (box 36-42)		■	■	■									
	Promozione SCV (box 18)		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
A1	Coinvolgimento stakeholders attraverso momenti di incontro o altri strumenti		■	■	■	■								
A2	Ricerca storico/fotografica sui luoghi/località	■		■	■	■	■							

9.3) Ruolo ed attività previste per gli operatori volontari nell'ambito del progetto (*)

Al momento dell'ingresso in servizio i volontari parteciperanno ai corsi di formazione generale (box 30-35) e specifica (box 36-42), preliminari per l'acquisizione delle competenze necessarie allo svolgimento dei compiti previsti.

L'Operatore Locale di Progetto, figura di riferimento costante, si baserà sul progetto e terrà conto delle competenze, interessi e conoscenze dei volontari per formulare un "Patto di servizio" per regolare il rapporto con l'Ente. Il "patto di servizio" indicherà in dettaglio le singole attività, mansioni, orario, calendario, e tutto ciò che sarà ritenuto indispensabile ai fini della verifica del servizio.

Le attività previste per i volontari riguarderanno le fasi sopra descritte. Tutte le attività saranno svolte insieme al personale del Servizio Turismo ed in particolare della Redazione Web, dapprima con un adeguato affiancamento e successivamente con maggiore autonomia.

In linea generale, tutti i volontari saranno coinvolti nelle attività del Servizio affinché si sentano parte integrante del team di lavoro ed in modo specifico della Redazione Web. Nello specifico parteciperanno a incontri di lavoro, coordinamenti interni ed altri momenti per favorire il senso di appartenenza.

Per il raggiungimento degli obiettivi previsti dal progetto, più nello specifico i volontari saranno impegnati nelle seguenti operazioni:

A1	Affiancare gli operatori nella predisposizione dell'elenco degli stakeholders da coinvolgere. Collaborare nell'organizzazione e nella gestione degli incontri, partecipa agli incontri.
A2	Collaborare nella ricerca di documenti e immagini presso l'Archivio storico. Collaborare nella predisposizione dell'elenco degli storici e dei collezionisti da contattare e nella ricerca di tesi e pubblicazioni.
A3	Collaborare nell'analisi dei documenti, affiancare il personale nella realizzazione della mappatura dei luoghi più significativi. Collaborare nella stesura delle schede descrittive. Collaborare nel predisporre l'elenco dei personaggi e nella stesura della scheda descrittiva. Fornire un supporto nel predisporre l'elenco cronologico degli eventi storici.
A4	Collaborare nella scelta di notizie e immagini per il miglioramento delle pagine dedicate a storia, cultura e tradizioni pubblicate attualmente sul sito
A5	Collaborare nell'individuazione di eventi storici e avvenimenti per le singole località. Affiancare l'operatore nelle azioni di valorizzazione e di comunicazione degli eventi individuati.
A6	Collaborare nella stesura dell'elenco di notizie interessanti e curiose, in riferimento a eventi storici.
A7	Affiancare il personale nella elaborazione e realizzazione di azioni ulteriori e specifiche di comunicazione.
B1	Collaborare nella predisposizione dei soggetti da contattare. Collaborare nella predisposizione di un

	elenco prodotti locali e nella stesura della scheda descrittiva e ricerca immagini.
B2	Affiancare gli operatori nella predisposizione dell'elenco degli stakeholders da coinvolgere. Collaborare nell'organizzazione e nella gestione degli incontri, partecipa agli incontri.
B3	Collaborare nella ricerca di ricette e abitudini della cucina tradizionale locale. Collaborare nella ricerca di ricette e nuovi sapori della cucina locale attuale
B4	Collaborare nell'individuazione dei foodbloggers e degli appassionati e nella predisposizione dell'elenco. Affianca l'operatore nei contatti.
B5	Collaborare nella predisposizione dei testi e nella scelta delle immagini. Affianca l'operatore nell'inserimento dei contenuti nel sito.
B6	Affiancare l'operatore nell'individuazione degli appuntamenti gastronomici e nell'attuazione delle azioni individuate.
B7	Collaborare nell'individuazione delle notizie e delle ricette per l'inserimento nel piano editoriale social e nella ricerca di contenuti utili da condividere.
B8	Affiancare l'operatore nell'individuazione delle azioni di comunicazione attivabili via web e social e nel suggerimento di argomenti per la stesura di redazionali. Collaborare nella predisposizione della newsletter e/o di altre azioni individuate.
C1	Affiancare l'operatore nella ricerca sul posizionamento web delle località e nell'elaborazione del report.
C2	Collaborare nella predisposizione dell'elenco degli stakeholders da coinvolgere. Collaborare nell'organizzazione e gestione degli incontri.
C3	Collaborare nella stesura dei report e nell'analisi dei dati. Fornire un supporto nell'individuazione delle criticità e dei punti di forza. Affiancare l'operatore nell'individuazione di azioni utili.
C4	Affiancare l'operatore nella gestione degli incontri e collaborare nella stesura di una proposta per valorizzare ciascun territorio.
C5	Collaborare nella ricerca e scelta delle immagini e video, nel salvataggio e nella gestione delle librerie.
C6	Collaborare nella predisposizione dell'elenco dei fotografi e nei contatti. Affiancare l'operatore nell'organizzazione e nella gestione degli incontri e nella raccolta di suggerimenti e proposte per valorizzare la fotografia come elemento in grado di promuovere l'immagine delle località.
C7	Collaborare nelle attività di editing delle immagini e nella stesura di brevi testi didascalici.
C8	Affiancare l'operatore nell'individuazione delle attività/esperienze, collaborare nella predisposizione di un elenco per località e mese. Contribuire nelle attività di miglioramento dei testi o di scrittura creativa.
C9	Affiancare l'operatore nella predisposizione del piano editoriale sito e social. Collaborare nell'individuazione delle peculiarità di ciascuna località e nell'inserimento delle attività/esperienze

nei 4 piani editoriali personalizzati.

Il periodo di servizio civile sarà, altresì, per il volontario momento formativo volto ad acquisire o consolidare competenze chiave di cittadinanza quali: imparare ad imparare, progettare, comunicare, collaborare e partecipare, agire in modo autonomo e responsabile, risolvere problemi, individuare collegamenti e relazioni, acquisire ed interpretare l'informazione.

Attraverso la realizzazione delle specifiche attività sopra descritte il volontario potrà acquisire e /o potenziare le seguenti competenze:

- **Imparare ad imparare:** organizzare il proprio apprendimento, individuando, scegliendo ed utilizzando varie fonti e varie modalità di informazione e di formazione (formale, non formale ed informale), anche in funzione dei tempi disponibili, delle proprie strategie e del proprio metodo di studio e di lavoro.
- **Progettare:** elaborare e realizzare progetti riguardanti lo sviluppo delle proprie attività di studio e di lavoro, utilizzando le conoscenze apprese per stabilire obiettivi significativi e realistici e le relative priorità, valutando i vincoli e le possibilità esistenti, definendo strategie di azione e verificando i risultati raggiunti.

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

Tutte le attività previste ai punti precedenti saranno il risultato di un lavoro di equipe che coinvolgerà di volta in volta figure interne ed esterne all'ente.

Più nel dettaglio, nel raggiungimento degli obiettivi suindicati si riconoscerà un ruolo di rilievo a:

Azioni	Professionalità	Ruolo
Attività preliminari	Il personale indicato nelle attività successive e il personale di riferimento all'interno dell'Ente per il SCV.	
Accoglienza dei volontari	Il personale indicato nelle attività successive e il personale di riferimento all'interno dell'Ente per il SCV.	
Formazione generale	Vedi box 30-35	
Formazione specifica	Vedi box 36-42	
Promozione SCV	Vedi box 18	
A1	Responsabile della Redazione	Elabora l'elenco degli stakeholders da coinvolgere, li contatta via mail o telefono per organizzare gli incontri. Gestisce gli incontri.

	Web	
A2	1 Collaboratore di Redazione Web in collaborazione con il Responsabile dell'Archivio Storico, 1 Bibliotecario	<p>Avvia una collaborazione con l'Archivio storico per la ricerca di documenti e immagini sulla nascita e lo sviluppo delle località.</p> <p>Contatta gli storici e i collezionisti locali per il reperimento di notizie e immagini. Ricerca tesi di laurea e pubblicazioni sull'argomento.</p>
A3	1 Collaboratore di Redazione Web in collaborazione con il Coordinatore dell'Ecomuseo, 1 Bibliotecario, il Responsabile dell'Archivio Storico, 1 Istruttore del Servizio Progettazione Culturale	<p>Analizza documenti e immagini reperiti e predispone un elenco dei luoghi più significativi per ciascuna località. Predispone una scheda informativa di sintesi per ciascun luogo e lo colloca sulla mappa territoriale.</p> <p>Sulla base delle ricerche effettuate e dei contatti con gli stakeholders predispone un elenco dei personaggi che hanno avuto un ruolo significativo nella storia e nello sviluppo delle località. Predispone una scheda con dati anagrafici.</p> <p>Analizza i documenti reperiti e predispone un elenco cronologico degli eventi di particolare rilievo storico significativi per ciascuna località.</p>
A4	Responsabile di Redazione Web	Individua contenuti e immagini che vadano a migliorare le pagine attualmente pubblicate sul sito, in modo da stimolare il coinvolgimento e l'interesse dei visitatori
A5	Responsabile di Redazione Web e 1 Collaboratore di Redazione in collaborazione con 1 Direttivo Ufficio Stampa	In riferimento al calendario eventi, individua quelli che hanno una importanza strategica e attua, per ciascuno, azioni di comunicazione per valorizzarne potenzialità e per rafforzare l'identità dei territori.
A6	1 Collaboratore di Redazione	In relazione ai documenti reperiti, individua e predispone un elenco degli eventi di particolare rilievo storico e di avvenimenti curiosi o interessanti, distinti per località, che possano essere utilizzate come notizie per coinvolgere e creare interesse da un punto di vista comunicativo.
A7	Responsabile di Redazione Web	Nell'ambito del piano di comunicazione dell'Ente, in riferimento agli ambiti specifici di competenza del Servizio e a seguito delle azioni precedenti, predispone un piano specifico di azioni attivabili via web e social
B1	1 Collaboratore di Redazione in collaborazione con il Coordinatore Ecomuseo	In riferimento alle informazioni ricevute o trovate in rete, ai comunicati, alla conoscenza maturata in redazione e a contatti diretti con il Parco della Salina e altri soggetti, individua i prodotti locali, predispone un elenco. Per ciascuno raccoglie informazioni e immagini ed elabora una scheda descrittiva.
B2	Responsabile di Redazione Web con il coinvolgimento di 1 collaboratore di Redazione	Individua gli stakeholders interessati da coinvolgere, li contatta via mail o telefono per organizzare gli incontri. Predispone una ipotesi di progetto per valorizzare l'enogastronomia e che possa costituire l'avvio di un progetto in rete. Gestisce gli incontri.
B3	Responsabile di Redazione con il coinvolgimento di 1	Mappatura di ricette e abitudini della cucina casalinga locale in collaborazione con l'Ecomuseo, Associazione Festa, Circolo Pescatori

	Collaboratore di Redazione e il Coordinatore dell'Ecomuseo	e Associazione Culturale Casa delle Aie. Ricerca ricette di rivisitazioni di piatti tradizionali e dei nuovi sapori che sono entrati a far parte delle abitudini attuali. In collaborazione con gli Istituti alberghieri presenti a Cervia e con le Associazioni dei ristoratori individua una modalità di coinvolgimento degli chefs per la messa a disposizione di ricette realizzate con i prodotti del territorio.
B4	1 Collaboratore di Redazione in collaborazione con 1 Direttivo Ufficio Stampa	Individua, attraverso il web e i social, un elenco di foodbloggers e appassionati che pubblicano ricette con prodotti del territorio. Li contatta per avviare una collaborazione e stimolare così maggiormente il loro interesse e il coinvolgimento.
B5	1 Collaboratore di Redazione	Predisporre i testi, ricerca ed elabora le immagini delle ricette, predisporre le traduzioni in lingua inglese, tedesco e francese, inserisce i contenuti sulla piattaforma che gestisce il sito nella sezione dedicata ai sapori. Cataloga le schede in base ai prodotti e ai principali ingredienti utilizzati.
B6	Responsabile di Redazione in collaborazione con 1 Direttivo Ufficio Stampa e 1 Istruttore Unità Eventi	Nell'ambito del calendario eventi annuale, individua quali sono gli appuntamenti a valenza gastronomica, ipotizza e attua le azioni per presentarli come occasione trainante in grado di attrarre interesse ed ospiti durante tutto l'arco dell'anno.
B7	1 Collaboratore di Redazione con il supporto del Responsabile di Redazione	Nell'ambito del piano editoriale social dei canali presidiati dal Servizio Turismo, predisporre una rubrica settimanale e pianifica l'inserimento di una notizia a tema gastronomico (sui prodotti o sulle ricette) o la condivisione di post o pagine web pubblicati su altri canali social/siti web.
B8	Responsabile di Redazione Web in collaborazione con 1 Direttivo Ufficio Stampa e il Responsabile Servizio Turismo	Nell'ambito del piano di comunicazione dell'Ente, in riferimento agli ambiti specifici di competenza del Servizio, predisporre un piano specifico di azioni attivabili via web e social, suggerisce e propone argomenti per la stesura di redazionali, predisporre una newsletter dedicata e/o altre azioni utili, sulla base anche delle azioni precedenti e di quanto emerge dal coinvolgimento con gli stakeholders.
C1	Responsabile di Redazione	Individua le modalità di ricerca sul web per individuare il posizionamento delle località, quali sono le parole chiave più utilizzate, la riconoscibilità e la reputazione. Elabora un report in cui sono evidenziati i punti di forza e le criticità per ogni località.
C2	Responsabile di Redazione con il supporto di 1 Collaboratore di Redazione	Individua gli stakeholders interessati alla promozione dei territori dal punto di vista turistico, li raggruppa per tipologia ed individua strumenti e modalità personalizzate per incontri, brainstorming, raccolta di opinioni. Organizza e gestisce gli incontri.
C3	Responsabile di Redazione	Prepara i report degli incontri, elabora i risultati raccolti con altri strumenti, analizza le osservazioni emerse dagli stakeholders per individuare criticità e punti di forza, individua le azioni per superare le criticità e per evidenziare le peculiarità delle singole località.

C4	Responsabile di Redazione con il coinvolgimento di 1 Collaboratore di Redazione in collaborazione con 1 Istruttore Turistico e il Responsabile del Servizio Turismo	Sulla base dei punti di forza e delle criticità organizza incontri e momenti di condivisione interna ed esterna per condividere e pianificare, in modo condiviso, azioni da attuare nel breve e medio termine. Ipotizza e propone una strategia condivisa con gli operatori per valorizzare ciascun territorio.
C5	Responsabile di Redazione con il supporto di 1 Collaboratore di Redazione	In riferimento ai punti di forza, individua i temi di interesse e avvia la ricerca di immagini e video attingendo agli archivi pubblici, salvando le immagini in una cartella dedicata a ciascuna località. Avvia la ricerca anche sul web, in particolare i social, individua le immagini di interesse, annota l'autore e lo contatta per chiedere la disponibilità a collaborare. Nel caso, scarica le immagini o chiede l'invio tramite mail, gestisce le liberatorie. Contatta collezionisti e fotografi e individua, con ciascuno modalità di collaborazione.
C6	Responsabile di Redazione e 1 Collaboratore di Redazione	Predisporre un elenco dei gruppi/circoli fotografici e dei singoli fotografi locali. Contatta i fotografi via mail, fb o telefonicamente. Organizza e gestisce gli incontri, ipotizza attività ed azioni finalizzate a promuovere la fotografia come passione comune e le immagini del territorio per veicolare l'identità delle 4 località. Raccoglie suggerimenti, proposte, richieste.
C7	1 Collaboratore di Redazione	Sulla base dei formati necessari a seconda del tipo di pagine o canale, individua le immagini adatte. Fa una prima selezione riferita al tema ed una seconda, riferita al canale. Ridimensiona le immagini, le corregge dove necessario e le ottimizza per predisporle alla pubblicazione del sito o sui social. In merito alle foto selezionate per il sito, predisporre una piccola didascalia e la traduce in lingua inglese, tedesco e francese.
C8	Responsabile di Redazione e 1 Collaboratore di Redazione in collaborazione con 1 Istruttore Turistico e il Responsabile del Servizio Turismo	In riferimento ai punti di forza di ogni località, individua le attività che possono rappresentare momenti esperienziali. Organizza un elenco per località, suddiviso mese per mese. Per ogni attività/esperienza migliora i testi già presenti sul sito, elabora nuovi testi utilizzando una scrittura creativa ed emozionale, provvede alle traduzioni in inglese, francese e tedesco.
C9	Responsabile di Redazione in collaborazione con 1 Collaboratore di Redazione, 1 Istruttore Turistico, il Responsabile del Servizio Turismo e 1 Direttivo Ufficio Stampa	Predisposizione di un piano editoriale su sito e social che proponga e valorizzi le esperienze che si possono vivere nelle singole attività, mettendo in evidenza peculiarità, ricchezza e opportunità di ciascuna. Per ogni località viene definito complessivamente un piano editoriale personalizzato.
Monitoraggio	Vedi box 21	
A-B-C	Tutto il personale in servizio presso il Servizio Turismo	

10) Numero degli operatori volontari da impiegare nel progetto (*)

3

11) Numero posti con vitto e alloggio (*)

0

12) Numero posti senza vitto e alloggio (*)

3

13) Numero posti con solo vitto (*)

0

14) Numero ore di servizio settimanali degli operatori volontari, oppure, in alternativa, monte ore annuo (*)

1145

15) Giorni di servizio settimanali degli operatori volontari (minimo 5, massimo 6) (*)

5

16) Eventuali particolari obblighi degli operatori volontari durante il periodo di servizio:

I volontari affiancheranno gli operatori in servizio. In caso di necessità, dovranno rendersi disponibili a:

- flessibilità oraria in occasione di iniziative specifiche legate al progetto, partecipazione incontri ed eventi rientranti nelle finalità del progetto stesso
- Disponibilità a fare uscite nel territorio per una maggiore conoscenza del territorio stesso e delle sue eccellenze
- Disponibilità a rispettare l'orario di lavoro concordato.
- Rispetto degli obblighi di privacy nel trattamento dei dati degli utenti.
- Disponibilità spostamenti fuori sede, nel rispetto dell'art. 6 del DM 22 aprile 2015 "Prontuario concernente la disciplina dei rapporti tra enti e volontari del servizio civile nazionale".

18) Eventuali attività di promozione e sensibilizzazione del servizio civile universale con indicazione delle ore dedicate:

Il progetto sarà pubblicizzato attraverso: internet, rete degli Informagiovani, biblioteche, segreterie delle sedi universitarie, scuole superiori delle province di Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini, sindacati, centri per l'impiego.

Allo scopo di sensibilizzare il territorio e di dare visibilità all'esperienza del servizio civile, i giovani volontari, con il supporto degli operatori interni ed esterni coinvolti nei diversi progetti e coordinati da un operatore dei Servizi alla Comunità (Unità Politiche giovanili e pari opportunità), saranno incentivati ad organizzarsi autonomamente per la redazione e diffusione di strumenti di informazione e comunicazione. In questo modo i volontari potranno raccontare la loro esperienza, le loro aspettative iniziali e i risultati raggiunti. I contenuti di questa attività saranno poi utilizzati per una diffusione più capillare dei valori del servizio civile nazionale e della particolare esperienza attraverso tutti gli strumenti di comunicazione e disposizione dell'ente.

Nell'ambito delle attività di promozione del servizio civile gli operatori agevoleranno la conoscenza reciproca fra i giovani volontari, le associazioni locali di volontariato e le realtà locali di aggregazione giovanile. In particolare si darà la possibilità ai giovani volontari di frequentare e conoscere la realtà del neonato centro polivalente Scambiamenti, nuovo servizio comunale dedicato alle politiche giovanili e all'integrazione culturale e fucina di progetti e iniziative di promozione della cittadinanza attiva; si offrirà inoltre la possibilità di partecipare attivamente alle iniziative organizzate dalle associazioni come la Festa del Volontariato, il Telethon, ecc. come occasioni di promozione del Servizio Civile, e di contatto con il mondo del volontariato locale nonché esperienze dirette di impegno civico.

Per queste attività sono previsti incontri periodici per tutta la durata del progetto per un totale complessivo di almeno **n. 48 ore**.

Durante l'arco dell'anno verranno inoltre realizzate attività di sensibilizzazione coordinata e congiunta rivolte all'intera comunità e specificatamente ai giovani come descritto nella scheda di adesione al Piano Provinciale del Servizio Civile e di attuazione dello stesso e del Protocollo d'intesa siglato con il Co.Pr.E.S.C.

Il Copresc di Ravenna favorisce e incentiva la collaborazione fra gli enti soci sul tema della sensibilizzazione e promozione del servizio civile volontario, tramite la pianificazione e l'organizzazione di attività coordinate e congiunte rivolte all'intera comunità e specificatamente ai giovani. Dati i seguenti obiettivi, condivisi a livello di Copresc:

- valorizzazione a favore di una diffusione della cultura del servizio civile e dell'impegno giovanile verso la comunità, in una dimensione sempre più attenta alle necessità del territorio e dei giovani che in questo vi si collocano;
- promozione del servizio civile verso i giovani, gli enti, le associazioni e la cittadinanza in un'ottica di bene comune spendibile in favore dell'intera collettività;
- promozione del servizio civile (nazionale e regionale) nella sue finalità formative, spendibile per una crescita personale sia per l'esperienza di condivisione, sia per l'acquisizione di competenze teorico/pratiche;

si prevede di attivare le seguenti azioni di sensibilizzazione in materia di Servizio Civile, per complessive 30 ore di attività.

Giornata di Fine Servizio

Con l'idea di dare maggior significato e rilievo al momento del fine del servizio civile volontario: in vista della chiusura dei progetti dell'ultimo scaglione, sarà individuata una data nella quale convocare volontarie e volontari in servizio civile, gli OLP, gli enti soci e le istituzioni di riferimento (Presidente della Provincia e Sindaci dei Comuni nei quali è stato svolto il servizio civile) per concretizzare un incontro tra gli attori dell'esperienza: territorio, sedi operative, giovani che hanno concluso l'anno di servizio civile e giovani attualmente in servizio.

Per l'occasione sarà realizzata e consegnata una pergamena di attestato con lo scopo di ringraziare e segnalare l'importanza del servizio svolto e dell'impegno dimostrato come stimolo per i coetanei e per gli altri cittadini che ne hanno beneficiato durante il corso dell'anno. La pergamena, firmata dal Sindaco del Comune dove ogni giovane avrà prestato servizio, intende essere un segno tangibile che valorizza le competenze acquisite, sottolinea il valore di una responsabilità assunta e manifestata quotidianamente in un preciso territorio e verso determinate situazioni o servizi.

L'incontro sarà inoltre un momento significativo per quanto riguarda il monitoraggio interno dei progetti e la condivisione degli standard di qualità. Durante il convegno sarà dato largo spazio alle volontarie e ai volontari, che potranno esprimere in vari modi (testimonianza diretta, presentazioni digitali, video, ecc.) il significato dell'esperienza del servizio civile volontario.

Percorsi formativi e di avviamento alla partecipazione e cittadinanza attiva degli studenti di scuola secondaria di primo e secondo grado

Il progetto prevede incontri dedicati e specifici, da realizzare negli istituti di scuola secondaria di primo e secondo grado dove presentare l'esperienza del servizio civile attraverso la testimonianza di volontarie e volontari, dei referenti degli enti soci e attraverso la proiezione dei filmati e contributi multimediali presentati dai volontari in servizio civile durante le giornate di fine servizio.

Realizzazione di attività di promozione, coordinata e congiunta, del bando e di orientamento dei giovani alla scelta del progetto e diffusione a mezzo del sito internet del Copresc di materiale informativo sul Servizio Civile Volontario

La realizzazione delle attività di promozione da realizzarsi in occasione dei bandi di servizio civile sarà implementata attraverso i tavoli tecnici dedicati ai referenti di tutti gli enti soci del Copresc.

Saranno organizzati incontri sulla campagna promozionale con l'obiettivo di individuare sia la strategia di promozione, sia gli strumenti più idonei, con particolare attenzione per l'importante strumento costituito dal sito web del Copresc stesso.

Le attività promozionali organizzate negli anni passati hanno prodotto come conseguenza un'importante riscontro tra i giovani e le rispettive famiglie, che si sono rivolte allo sportello del Copresc di Ravenna oppure direttamente agli enti promotori di progetti approvati e finanziati.

Durante il periodo del bando inoltre, con l'ausilio dello sportello del Copresc, si promuoveranno tutte le attività di orientamento rivolte ai giovani affinché l'accesso consapevole al servizio civile avvenga per il maggior numero possibile di ragazzi e ragazze dell'età adeguata, in modo da ottenere la migliore copertura di tutti i posti disponibili sul territorio provinciale, evitando inoltre la concentrazione di numerose domande su pochi progetti.

Promozione dell'esperienza di Servizio Civile e dei progetti presso gli sportelli Informagiovani e i centri di aggregazione giovanile attraverso l'informazione e la testimonianza dei volontari in Servizio Civile Volontario

Con il coordinamento e la supervisione del Copresc, gli enti soci avranno la possibilità di organizzare su base territoriale incontri specifici, presso gli sportelli Informagiovani e i centri di aggregazione giovanile, finalizzati alla promozione del servizio civile volontario come esperienza partecipata di cittadinanza attiva e momento di formazione e acquisizione di competenze uniche.

Gli incontri saranno focalizzati sulla testimonianza diretta portata dalla viva voce di volontarie e volontari, valorizzando l'interazione fra i giovani partecipanti e i giovani in servizio civile.

Totale ore destinate alle attività di promozione e sensibilizzazione del servizio civile n. 78 ore.

19) Criteri e modalità di selezione degli operatori volontari non verificati in sede di accreditamento ()*

Criteri definiti dal Decreto Direttoriale 11 giugno 2009 n. 173, di seguito riportati

PUNTEGGI RIFERITI AGLI ELEMENTI DI VALUTAZIONE

PUNTEGGI DA ATTRIBUIRE ALLA SCHEDA DI VALUTAZIONE DI CUI ALL'ALLEGATO 4 DEL BANDO

SCHEDA GIUDIZIO FINALE → Fino a un massimo di 60 punti
(Per superare la selezione occorre un punteggio minimo di 36/60)

PUNTEGGI DA ATTRIBUIRE AL CURRICULUM DEL CANDIDATO DI CUI ALL'ALLEGATO 3 DEL BANDO

PRECEDENTI ESPERIENZE C/O ENTI CHE REALIZZANO IL PROGETTO	coefficiente 1,00 (mese o fraz. mese sup. o uguale a 15 gg.)	} TOT. MAX PUNTI 30 } Periodo max. valutabile 12 mesi
PRECEDENTI ESPERIENZE NELLO STESSO SETTORE DEL PROGETTO C/O ENTI DIVERSI DA QUELLO CHE REALIZZA IL PROGETTO	coefficiente 0,75 (mese o fraz. mese sup. o uguale a 15 gg.)	
PRECEDENTI ESPERIENZE IN UN SETTORE DIVERSO C/O ENTE CHE REALIZZA IL PROGETTO	coefficiente 0,50 (mese o fraz. mese sup. o uguale a 15 gg.)	
PRECEDENTI ESPERIENZE IN SETTORI ANALOGHI C/O ENTI DIVERSI DA QUELLO CHE REALIZZA IL PROGETTO	coefficiente 0,25 (mese o fraz. mese sup. o uguale a 15 gg.)	

- **TITOLO DI STUDIO** (valutare solo il titolo più elevato)
Laurea attinente progetto = **punti 8** ;
Laurea non attinente a progetto = **punti 7** ;
Laurea di primo livello (triennale) attinente al progetto = **punti 7** ;
Laurea di primo livello (triennale) non attinente al progetto = **punti 6** ;
Diploma attinente progetto = **punti 6** ;
Diploma non attinente progetto = **punti 5** ;
Frequenza scuola media Super iore = fino a **punti 4** (per ogni anno concluso **punti 1,00**)
- **TITOLI PROFESSIONALI** (valutare solo il titolo più elevato)
Attinenti al progetto = **fino a punti 4**
Non attinenti al progetto = **fino a punti 2**
Non terminato = **fino a punti 1**
- **ESPERIENZE AGGIUNTIVE A QUELLE VALUTATE** = **fino a punti 4**
- **ALTRE CONOSCENZE** = **fino a punti 4**

20) Ricorso a sistemi di selezione verificati in sede di accreditamento o acquisiti da altri enti (*)

No

....

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

L'ente aderisce al **PERCORSO DI ACCOMPAGNAMENTO COORDINATO E CONGIUNTO, PER LA CONDIVISIONE DEGLI STANDARD MINIMI DI QUALITÀ DEL MONITORAGGIO INTERNO AL PROGETTO**, con l'impegno a recepirli e attuarli nei propri progetti di servizio

civile, nonché a verificarli e condividerli in ambito Co.Pr.E.S.C., mettendo a disposizione un proprio esperto del monitoraggio e secondo le modalità esplicitate nel documento di adesione al Piano Provinciale del Servizio Civile e di attuazione dello stesso e del Protocollo d'intesa siglato con il Co.Pr.E.S.C. e enti di Servizio Civile. Il percorso di accompagnamento è anche finalizzato alla valutazione d'esito partecipata dei progetti di servizio civile condividendo in particolare le ricadute territoriali dell'esperienza e contribuendo all'implementazione della Mappa del valore del servizio civile di livello provinciale. L'ente inoltre si impegna a partecipare, con il proprio referente/esperto del monitoraggio, al percorso di accompagnamento sul monitoraggio interno e la valutazione degli esiti dei progetti, attivato dal Co.Pr.E.S.C. e condiviso tra Enti diversi.

L'ente adotta inoltre un proprio "**piano di monitoraggio e valutazione interno**" al progetto che prevede il rilevamento trimestrale degli indicatori utili a monitorare il raggiungimento degli obiettivi previsti dal progetto.

Sono inoltre previsti momenti di valutazione dei dati così raccolti a cui parteciperanno i volontari e lo staff della biblioteca.

	I trimestre	II trimestre	III trimestre	IV trimestre
Attività trasversali	Incontro di verifica sulle attività di accoglienza e di formazione specifica: attraverso colloqui con i volontari gli operatori verificheranno la capacità di orientamento nell'organizzazione, e definiranno i valori di riferimento per i successivi incontri di verifica.	Incontro di valutazione dell'andamento del progetto in riferimento ai dati rilevati. Analisi delle eventuali criticità emerse e proposta di correttivi. Valutazione congiunta volontari/OLP dell'efficacia della formazione specifica	Incontro di valutazione dell'andamento del progetto in riferimento ai dati rilevati. Analisi delle eventuali criticità emerse e proposta di correttivi.	Report sul raggiungimento degli obiettivi del progetto e valutazione ai fine di una successiva progettazione di attività
Obiettivo A	Valutazione sulla conoscenza del patrimonio storico del territorio	Valutazione sulla capacità di utilizzo e gestione banche dati in merito alla catalogazione e mappatura degli eventi storici, dei luoghi e dei personaggi	Valutazione sulle competenze tecniche utili per aggiornare il sito, nella sezione dedicata a storia, tradizioni e personaggi	Report finale sul numero di pagine pubblicate sul sito finalizzate a promuovere la storia delle 4 località e sulle notizie/eventi della storia o curiose utili legate al territorio. Analisi delle criticità e dei punti di forza, riflessioni per un eventuale nuovo progetto.
Obiettivo B	Valutazione sulle capacità di partecipare ai gruppi di lavoro e a relazionarsi all'interno del team di lavoro	Valutazione sulla capacità di interfacciarsi con i soggetti esterni legati alla gastronomia e sull'utilizzo degli strumenti di comunicazione verso l'esterno	Valutazione sulla capacità di affiancare gli operatori nella gestione di un piano editoriale anche attraverso la proposta e inserimento di contenuti dedicati alla gastronomia	Report finale sul numero delle ricette pubblicate sul sito e sul numero di contenuti veicolati attraverso i social

Obiettivo C	Valutazione sulla conoscenza del territorio e sugli aspetti che oggi caratterizzano in modo differente le 4 località	Valutazione sulle competenze tecniche riferite all'editing delle immagini, alla scrittura adatta al web e all'utilizzo della piattaforma che gestisce la pubblicazione delle immagini sul sito	Valutazione sulla capacità di partecipare alle attività di brainstorming e di affiancare gli operatori nelle attività di progettazione di un piano di comunicazione integrato	Report finale sul numero di immagini pubblicate sul sito finalizzate a promuovere le 4 località e le esperienze nei diversi periodi dell'anno
-------------	--	--	---	---

22) Ricorso a sistemi di monitoraggio verificati in sede di accreditamento o acquisiti da altri enti (*)

NO

....

23) Eventuali requisiti richiesti ai candidati per la partecipazione al progetto oltre quelli richiesti dal decreto legislativo, n. 40 del 6 marzo 2017:

NESSUNO

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

Personale specifico coinvolto nel progetto e non attinente all'accREDITAMENTO;	€ 13.000,00
Sviluppo web sito turistico ufficiale	€ 2.000,00
Consulenza social per attività di web marketing	€ 3.000,00
Spese per la promozione del Servizio Civile	€ 1.500
Spese di adesione al CoPrESC	€ 1.000
	€ 20.500,00

25) Eventuali reti a sostegno del progetto (partners):

COPRESC

Il Comune di Cervia si avvarrà della collaborazione di due soggetti (vedi allegati) per la realizzazione del progetto, in particolare:

Cervia Turismo srl

- individuazione e coinvolgimento stakeholders sul tema della gastronomia e per la valorizzazione e promozione delle 4 località
- individuazione dei punti di forza e criticità di ogni centro/località
- condivisione con gli stakeholders di percorsi personalizzati per valorizzare le identità delle 4 località

- valorizzazione degli eventi gastronomici e distintivi delle singole località, in modo particolare quelli che valorizzano le tradizioni e l'identità dei territori
- Partecipazione a strategie/progetti finalizzati a promuovere il territorio e a potenziare il brand delle quattro località
- Contribuire all'elaborazione di un piano di comunicazione integrato web e social finalizzato a valorizzare in modo personalizzato le 4 località.

Circolo Fotografico Cervese

- ricerca fotografica sulle località e sui luoghi simbolo dell'identità cervese
- partecipazione agli incontri finalizzati alla definizione di strategie/progetti finalizzati a promuovere l'immagine di Cervia e delle sue località (Milano Marittima, Pinarella, Tagliata)
- Disponibilità a fornire le proprie immagini per contribuire alla gestione dei piani editoriali per la valorizzazione del territorio, attraverso il sito web turistico ufficiale della città (www.turismo.comunecervia.it) e sui canali social (Visit Cervia e Visit Milano Marittima) in riferimento ai piani editoriali delle 4 località
- Disponibilità a fornire le proprie immagini e a contribuire all'implementazione di un archivio utile per valorizzare le esperienze che il territorio offre all'ospite, nell'arco di tutto l'anno

26) Risorse tecniche e strumentali necessarie per l'attuazione del progetto ()*

In coerenza con gli obiettivi e le modalità di attuazione del progetto, si indicano di seguito le risorse tecniche e strumentali ritenute necessarie ed adeguate e fornite dal soggetto attuatore:

Ob. A-B-C	Postazioni Per ciascun volontario è destinata una postazione di lavoro dotata di pc, collegamento alla rete internet e alle stampanti in rete (a colori e in bianco e nero)	3
Ob. A-B-C	Fotocopiatori, scanner Le postazioni sono collegate ad una stampante in rete con funzionalità di fotocopiatore e scanner	1
Ob. A-B-C	Posta elettronica Ciascun volontario avrà un account di posta elettronica fornito dall'ente	3
Ob. A-B-C	Accesso alla piattaforma per la gestione del sito web Ciascun volontario avrà un proprio account per la gestione/aggiornamento delle sezioni dedicate alle località e alla valorizzazione dei prodotti gastronomici del territorio	3
Ob. A-B-C	Accesso alle cartelle e agli strumenti di condivisione documenti della Redazione Ciascun volontario avrà un proprio account di rete per accedere alle cartelle di lavoro per la condivisione di documenti condivisi all'interno del Servizio Turismo e della Redazione Web, compreso l'archivio fotografico	3
Ob. A-B-C	Accesso alle applicazioni software per l'elaborazione di immagini Ciascun volontario avrà accesso alle applicazioni e tools utilizzati dalla Redazione Web per le attività di editing, formattazione e ottimizzazione delle immagini	3
Ob. A-B-C	Accesso agli strumenti di lavoro per la condivisione del piano editoriale	3

	Ciascun volontario avrà accesso alla piattaforma che gestisce il piano editoriale sui canali social presidiati dalla Redazione Web	
Ob. A-B-C	Accesso alle piattaforme social Ciascun volontario avrà accesso alle piattaforme social presidiate dal Servizio Turismo per accedere alle pagine e agli account gestiti	3
Ob. A-B-C	Telefono I volontari avranno a disposizione un numero interno dedicato al progetto per le comunicazioni telefoniche interne/esterne	1
Ob. C	Kit informativo Ciascun volontario avrà a disposizione un kit informativo con i materiali sul territorio, con evidenza alle peculiarità delle 4 località	3
Ob. A-B-C	Macchina fotografica I volontari avranno a disposizione una macchina fotografica per realizzare scatti e immagini da utilizzare nell'ambito del progetto	1
Ob. A-B-C	Dispense e pubblicazioni di settore Ai volontari verranno messe a disposizione pubblicazione e dispense di carattere anche formativo riguardanti le attività specifiche previste nel progetto	3

CARATTERISTICHE DELLE COMPETENZE ACQUISIBILI

27) *Eventuali crediti formativi riconosciuti:*

Non sono direttamente riconosciuti crediti formativi ma si fa presente che l'Università di Bologna, secondo quanto indicato all'art.16 del Regolamento didattico dell'Ateneo, precisa come l'esperienza fatta nell'ambito di un progetto di servizio civile possa essere riconosciuta come CFU (Crediti formativi Universitari) previa valutazione dal parte del Consiglio del corso di studio.

28) *Eventuali tirocini riconosciuti:*

Non sono riconosciuti tirocini: il volontario può comunque sottoporre il presente progetto alla propria Facoltà per verificare la possibilità di un riconoscimento di eventuali tirocini curriculari o formativi.

29) *Attestazione delle competenze acquisite in relazione alle attività svolte durante l'espletamento del servizio utili ai fini del curriculum vitae*

I giovani volontari avranno l'opportunità di acquisire le seguenti conoscenze e capacità:

- conoscenze di carattere generale: valori e identità del servizio civile, la cittadinanza attiva, il giovane volontario nel sistema del servizio civile;
- conoscenze sui rischi connessi all'impiego nei progetti di servizio civile ai sensi del D. lgs. n.81/2008;
- conoscenza dell'Ente e del suo funzionamento;
- conoscenza dell'area d'intervento del progetto;
- migliore conoscenza del territorio in cui si realizza il progetto;
- capacità di gestione del tempo in relazione all'orario di servizio.

Il progetto inoltre investirà sullo sviluppo:

di competenze sociali e civiche quali competenze chiave per l'apprendimento permanente individuate nella Raccomandazione del Parlamento Europeo e del Consiglio del 18 dicembre 2006 (2006/962/CE);

di competenze chiave di cittadinanza come individuate nel Decreto Ministeriale n. 139 del 22 agosto 2007 del MIUR, che recepisce la Raccomandazione del Parlamento Europeo e del Consiglio del 18 dicembre 2006 (2006/962/CE).

Infine i volontari potranno acquisire le conoscenze che saranno oggetto della formazione specifica.

Le conoscenze, capacità e competenze sopraindicate saranno oggetto di ATTESTATO SPECIFICO rilasciato ai giovani volontari dall'Ente di formazione professionale "Angelo Pescarini Scuola Arti e Mestieri scarl" (con sede in Via M. Monti n. 32 - Ravenna), come da autodichiarazione e lettera di impegno allegate.

FORMAZIONE GENERALE DEGLI OPERATORI VOLONTARI

30) Sede di realizzazione (*)

Le sedi a disposizione del Copresc per i corsi di formazione generale coordinata e congiunta sono:

- Sala Bigari e sala Gialla, Comune di Faenza (RA), Piazza del Popolo, 31 – 48018 Faenza (RA).
- Centro per le famiglie – via Degli Insorti 2 – Faenza – 5° Piano
- Servizi Sociali – via Degli Insorti 2 – Faenza – 3° Piano
- Sala del Consiglio, Comune di Lugo (RA), Piazza dei Martiri, 1 – 48022 Lugo (RA).
- Sala Blu, Azienda USL, Largo Chartres, 1 – 48121 Ravenna.
- Centro di informazione e documentazione interculturale “Casa delle Culture”, Piazza Medaglie d’Oro, 4 – 48121 Ravenna
- Sala riunioni Centro Immigrazione Ravenna, Ravenna, via Oriani 44 – 48121 (RA)
- Sede Caritas Diocesana Ravenna Cervia, Piazza Duomo, 13 – 48121 Ravenna.
- Sala riunioni Biblioteca Comunale di Russi - Via Godo Vecchia, 10, 48026 Russi RA
- Sala Uffici Tecnici, Comune di Cervia – Piazza XXV Aprile, 11, 48015 Cervia (RA)

31) Modalità di attuazione (*)

L’ente aderisce e partecipa alla formazione generale coordinata e congiunta a favore dei giovani in servizio civile definita insieme al Co.Pr.E.S.C. nel rispetto dei moduli formativi e delle metodologie previste dal decr. 160/2013 relativo all’approvazione delle “Linee guida per la formazione generale dei giovani in servizio civile nazionale”.

32) Ricorso a sistemi di formazione verificati in sede di accreditamento o acquisiti da altri enti (*)

NO

...

33) Tecniche e metodologie di realizzazione previste (*)

CARATTERISTICHE GENERALI

Sulla base dei moduli sotto indicati, il corso si articolerà nell’ambito delle possibili modalità della lezione frontale e delle dinamiche non formali, non ricorrendo alla modalità della formazione a distanza. Si precisa che almeno il 50% del monte ore complessivo sarà erogata con modalità di lezione frontale, e che si farà ricorso alle dinamiche non formali per non meno del 30% del predetto monte ore.

Per l’erogazione del modulo dedicato alla *Presentazione dell’Ente* saranno coinvolti i referenti esperti di Servizio Civile di tutti gli Enti coinvolti nella formazione coordinata e congiunta.

L’intero percorso formativo sarà definito attraverso opportuni incontri tecnici fra i formatori accreditati appartenenti agli Enti aderenti al Copresc, coadiuvati a loro volta da esperti di Servizio Civile.

COMPOSIZIONE DELLE CLASSI

Le volontarie e i volontari degli enti che aderiscono alla formazione generale coordinata e congiunta verranno suddivisi in gruppi, di dimensioni prevalentemente non superiori alle 15 unità (max 20), sulla base della data di entrata in servizio e della collocazione territoriale. Ovunque possibile si comporranno classi miste di giovani italiani e stranieri in SCN e in SCR.

FORMATORI

Formatori accreditati appartenenti agli Enti soci del Copresc. Si prevede l'intervento di esperti e la presentazione di testimonianze dirette, anche in questo caso individuati all'interno degli enti soci.

Il Tavolo Tecnico per la Formazione, su indicazione dell'Assemblea dei Soci e del Consiglio Direttivo, ha quantificato l'impegno volontario gratuito dei formatori e degli esperti coinvolti con un valore di € 25 per ora.

METODOLOGIE

- a) Lezione frontale.
- b) Utilizzo di materiale multimediale.
- c) Focus group.
- d) Attività ludico formative.
- e) Lavoro in gruppi.
- f) Seminari di approfondimento su temi specifici.
- g) Momenti conviviali (Pranzi comunitari).

34) Contenuti della formazione ()*

La formazione generale riguarderà le tematiche indicate di seguito:

MODULI FORMATIVI

Macroarea	Modulo	durata	Obiettivi e contenuti	Attività e Metodologie
Valori e identità del servizio civile	L'identità del gruppo in formazione e patto formativo	6	Sostenere l'esperienza e la sua rielaborazione, favorire l'attenzione alla cura delle relazioni, sostenere la motivazione, sostenere l'orientamento per il futuro	il modulo viene affrontato interamente tramite dinamiche non formali: focus group, attività ludico formative e lavoro in gruppi.
	Dall'obiezione di coscienza al Servizio civile nazionale	2	Analizzare la storia dell'obiezione di coscienza in Italia, esaminare l'evoluzione giuridica e normativa, la maturazione all'interno della legislazione della nozione di obiezione di coscienza.	il modulo viene affrontato interamente tramite lezioni frontali, coadiuvate dall'utilizzo di materiali documentali multimediali.
	Il dovere di difesa della patria -	2	Comprendere il significato di concorrere alla difesa della Patria e della comunità. Valori e storia della non violenza, pratica e strategia della non violenza nei periodi di conflitto e nei momenti di tensione sociale.	le 4 ore di lezione frontale del modulo precedente sono seguite da questo secondo blocco, più articolato, che prevede alcuni momenti di lezione frontale completati da focus group e lavoro in gruppi.
	Difesa Civile non armata e non violenta	2	Valori e storia della non violenza, pratica e strategia della non violenza nei periodi di conflitto e nei momenti di tensione sociale.	questo modulo segue sostanzialmente la stessa dinamica del precedente, con alcuni momenti di lezione frontale completati da focus group e lavoro in gruppi.
	La normativa vigente e la Carta di impegno etico	2	Il Servizio Civile Volontario come istituzione autonoma dello Stato italiano, le sue caratteristiche di ordinamento e struttura.	il modulo si sviluppa prevalentemente con la forma della lezione frontale, coadiuvata da materiale multimediale come slide e presentazioni digitali e completata da un momento di lavoro in gruppi.
Totale		14		

Macroarea	Modulo	durata	Obiettivi e contenuti	Attività e Metodologie
La cittadinanza attiva	La formazione civica	2	Stimolare una coscienza civica attraverso la conoscenza e l'analisi della Dichiarazione Universale dei diritti umani e della Costituzione e quindi dei principi, dei valori e delle regole che da queste scaturiscono e sussistono nell'analisi delle istituzioni del nostro Paese.	il modulo si sviluppa prevalentemente con la forma della lezione frontale, coadiuvata da materiale multimediale come slide e presentazioni digitali e completata da un momento di lavoro in gruppi.
	le forme di cittadinanza	4	Favorire l'educazione alla solidarietà alla cittadinanza attiva, alla pace e alla responsabilità ambientale.	il modulo, strettamente legato al precedente, si articola alternando momenti di lezione frontale a dinamiche non formali di tutti i tipi previsti (focus group, attività ludico formative e lavoro in gruppi).
	Intercultura, integrazione, associazionismo e volontariato (SCR)	4	Approfondire il tema del volontariato sia dal punto di vista storico, sia da quello normativo, finalità e caratteristiche delle associazioni di volontariato, le dinamiche sociali di emarginazione e di integrazione.	Viene sviluppato in forma seminariale integrando i volontari stranieri del servizio civile regionale
	La protezione civile	2	La cittadinanza attiva a livello ambientale e territoriale, la difesa della natura, la tutela del patrimonio storico e artistico.	il modulo si articola alternando momenti di lezione frontale a dinamiche non formali di tutti i tipi previsti (focus group, attività ludico formative e lavoro in gruppi).
	La rappresentanza dei volontari nel servizio civile	2	Stimolare comportamenti responsabili finalizzati non solo all'elezione dei singoli volontari in servizio civile alle consultazioni, ma anche all'esperienza della partecipazione attiva ai contesti istituzionali e non, preposti al benessere della comunità.	il modulo si articola alternando momenti di lezione frontale a dinamiche non formali di tutti i tipi previsti (focus group, attività ludico formative e lavoro in gruppi).
Totale		14		

Macroarea	Modulo	durata	Obiettivi e contenuti	Attività e Metodologie
Il giovane nel sistema del servizio civile	Presentazione dell'ente	4	Questo modulo è affidato ai singoli Enti che provvedono ad inserirlo nel percorso della formazione generale con il coordinamento e la supervisione del Copresc.	il modulo segue prevalentemente dinamiche non formali e di interazione con l'Ente stesso.
	Il lavoro per progetti	2	Conoscere e comprendere la progettazione in ambito sociale, culturale e ambientale, abilitare e sostenere la comunicazione e l'animazione del territorio durante e dopo il servizio.	il modulo si articola su un primo momento di lezione frontale seguito da una discussione su focus group.
	L'organizzazione del servizio civile e le sue figure	2	Approfondire l'assetto organizzativo e le finalità proprie dell'ente e del servizio civile per un più funzionale raggiungimento degli obiettivi progettuali.	il modulo segue prevalentemente dinamiche non formali e di interazione e completato da un momento di lavoro in gruppi.
	Disciplina dei rapporti tra enti e volontari del servizio civile	1	Conoscere il sistema specifico del Servizio Civile Nazionale approfondendo il prontuario concernente la disciplina dei rapporti tra Ente e volontari del Servizio Civile (DPCM 4/2/2009)	il modulo si sviluppa intermente su lezioni frontali, eventualmente coadiuvate dall'utilizzo di materiali multimediali quali slide o presentazioni digitali.
	Sensibilizzazione e promozione del servizio Civile	1	Approccio alle metodologie di promozione e sensibilizzazione per la diffusione della proposta del Servizio Civile e della Cittadinanza Attiva nello specifico dell'esperienza Copresc e degli enti soci.	Il modulo si articola su un primo momento di lezione frontale seguito da una discussione su focus di gruppo condotto da referenti degli enti soci.
	Comunicazione interpersonale e gestione dei conflitti	4	Analisi della comunicazione interpersonale come elemento essenziale dell'esperienza quotidiana, sia nei rapporti fra singoli individui, sia a livello di gruppi.	il modulo segue prevalentemente dinamiche non formali e di interazione e completato da un momento di lavoro in gruppi.
Totale		14		

Macroarea	Durata
Valori e identità del servizio civile	14
La cittadinanza attiva	14
Il giovane nel sistema del servizio civile	14
Totale	42

35) *Durata (*)*

42 ore complessive di formazione generale, di cui:

- 38 ore di formazione coordinata e congiunta;

- 4 ore (il modulo Presentazione dell'Ente) a carico dei singoli Enti Soci.

Il percorso della formazione generale verrà avviato secondo programma dopo un mese (4 settimane) dalla presa di servizio delle volontarie e dei volontari.

Con riferimento al decr. 160/2013 (linee guida per la formazione generale dei giovani in servizio civile nazionale), il coordinamento opta per l'erogazione della formazione generale per l'intero monte ore entro e non oltre il 180° giorno dall'avvio del progetto stesso.

FORMAZIONE SPECIFICA (RELATIVA AL SINGOLO PROGETTO) DEGLI OPERATORI VOLONTARI

36) *Sede di realizzazione (*)*

La formazione specifica sarà svolta nelle seguenti sedi comunali:

- Palazzo comunale, Piazza Garibaldi 1 (Cervia)
- Servizio Turismo, Piazza Pisacane 2 (Cervia)
- Museo del Sale, via Nazario Sauro 24 (Cervia)
- Cervia Turismo, via Evangelisti 4 (Cervia)
- Biblioteca comunale di Cervia, via Circonvallazione Sacchetti, 111 Cervia;
- Servizi alla persona, viale Roma, 33 Cervia;
- Centro Risorse Cervese, via Pinarella, 17 Cervia;
- Informagiovani, Corso Mazzini 40, Cervia
- Magazzino comunale, Via Galeno 4, Cervia

Per quanto riguarda il modulo 8, in parte, non c'è una sede di realizzazione in quanto si tratta di uscite nel territorio volte alla conoscenza delle 4 località affacciate sul mare e dei luoghi simbolo.

37) *Modalità di attuazione (*)*

La formazione specifica è effettuata in proprio, presso l'ente con formatori interni all'ente.

La formazione specifica, relativamente a tutte le ore previste nel progetto sarà erogata entro e non oltre 90 giorni dall'avvio dello stesso.

38) *Nominativo, dati anagrafici e competenze /esperienze specifiche del/i formatore/i in relazione ai singoli moduli (*)*

<i>dati anagrafici del formatore specifico</i>	<i>Competenze/esperienze specifiche</i>	<i>modulo formazione</i>
Daniela Poggiali, nata a Forlì (FC) il 26/05/1959	Laureata in Architettura, Dirigente dell'Ente	Modulo 2
Cristina Poni, nata a Cervia (RA) il 26/06/1965	Laureata in Storia medievale, esperta di storia locale, responsabile del servizio di reference dell'Archivio storico comunale	Modulo 2
Luca Farabegoli, nato a Cesena (FC) il 17/07/1968;	Laureato in Ingegneria elettronica, responsabile del Servizio Informatica del Comune	Modulo 2
Silvio Mini, nato a Forlì (FC) il 03/01/1979	Laureato in Scienze della Comunicazione, responsabile del Servizio Turismo del Comune	Modulo 3
Donatella Tognini, nata a Cervia (RA), il 28/08/1957	Laureata in Lingue e Letterature straniere moderne, collaboratrice alla Redazione del Sito Turistico Ufficiale del Comune	Modulo 4, 5, 6, 7, 8, 9
Giorgia Cecchi, nata a Cervia (RA), il 15/09/1971	Laureata in Lettere moderne e Letteratura straniera, coordinatrice Ecomuseo del Sale e del Mare	Modulo 8
Cristina Ceccarelli, nata a Cesenatico (FC), il 29/11/1965	Diplomata Perito per il Turismo, responsabile Redazione Web Turistica del Comune e responsabile Unità Innovazione e Sviluppo Servizi alla Città	Modulo 4, 5, 5, 6, 7, 9, 10

Curricula dei formatori allegati nella forma dell'autocertificazione.

39) *Nominativo, dati anagrafici e competenze specifiche del formatore in riferimento al modulo concernente "formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego degli operatori volontari in progetti di servizio civile universale" (*)*

Per quanto riguarda il "Modulo di formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego dei volontari nei progetti di servizio civile" esso sarà realizzato con la metodologia della formazione a distanza, utilizzando l'ambiente on line del sistema SELF della Regione Emilia-Romagna

40) Tecniche e metodologie di realizzazione previste (*)

Per la realizzazione della formazione specifica è previsto l'utilizzo delle seguenti metodologie:

- Lezioni frontali ed interattive.
- Simulazione nella pratica;
- Partecipazione agli incontri d'équipe;
- Partecipazione a uscite nel territorio, con modalità educational tour, in parte per il modulo 8 "La conoscenza del territorio attraverso i materiali, il web o esperienza diretta"

Per quanto il "Modulo di formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego dei volontari nei progetti di servizio civile" esso sarà realizzato con la metodologia della formazione a distanza, utilizzando l'ambiente on line del sistema SELF della Regione Emilia-Romagna.

41) Contenuti della formazione (*)

I volontari riceveranno una formazione adeguata sul progetto da parte del personale coinvolto, con esperienza pluriennale nelle tematiche trattate, per tutto ciò che riguarda la gestione e l'organizzazione del lavoro, la comunicazione web e social del territorio.

Gli obiettivi sono:

- dare ai volontari l'occasione di conoscere un luogo di lavoro, entrare nelle dinamiche di gruppo e di gestione di progetti condivisi, sviluppare competenze tecnico professionali e acquisire flessibilità mentale e spirito innovativo per lo sviluppo di idee progettuali
- valutare personalmente quali possano essere i vantaggi di usare in modo efficace gli strumenti di comunicazione (ad esempio i social network) per promuovere diversi ambiti

Più nello specifico la formazione verrà articolata nei seguenti moduli:

n.	Modulo	ore	Contenuti e dettagli	Formatore
1	Formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego dei volontari nei progetti di servizio civile	4	Realizzato con la metodologia della formazione a distanza, utilizzando l'ambiente online del sistema SELF della Regione Emilia Romagna	Online sul sistema SELF
2	Il Comune	14	Ruolo e funzioni dell'Ente locale (3 ore) Il sistema informatico del Comune di ***, i programmi in uso (pacchetto Office, posta elettronica, browser), la Intranet, il sito web del Comune (4 ore) Storia delle istituzioni e del territorio comunale (3 ore)	Poggiali Daniela Farabegoli Luca Poni Cristina
3	Il Turismo nella legislazione regionale e l'organizzazione del servizio	4	Cenni sulla normativa e organizzazione regionale (2 ore) Cosa fa il servizio Turismo, gli aspetti legati alle iniziative di promozione locale (2 ore)	Mini Silvio

4	La Redazione Web nell'ambito delle attività di promozione e valorizzazione del territorio	5	Ambiti di attività e competenze della Redazione Web. Obiettivi e strategie di comunicazione (3 ore) La collaborazione con la Regione Emilia Romagna nell'ambito del Sistema Turistico Informativo Regionale (2 ore)	Ceccarelli Cristina Tognini Donatella
5	Il sito internet	14	Il taglio editoriale dei contenuti per valorizzare la complessità del territorio, l'albero informativo e le sezioni tematiche (2 ore) Plone: la piattaforma tecnologica che gestisce i contenuti (6 ore) La scrittura per il web: consigli e buone prassi per un testo coinvolgente (6 ore)	Ceccarelli Cristina Tognini Donatella
6	Ricerca ed elaborazione di immagini, editing, formattazione e ottimizzazione per web	5	Nozioni base per la formattazione di immagini (2 ore) Editing per l'elaborazione di immagini, utilizzo di piattaforme e tools utili (2 ore) Aspetti legati al diritto d'autore (1 ora)	Tognini Donatella Cristina Ceccarelli
7	I canali social per valorizzare il territorio	14	I canali social attraverso i quali vengono valorizzate le località del Comune di *** (2 ore) L'organizzazione del lavoro e la stesura di un piano editoriale (4 ore) Facebook, cenni e approfondimenti sulla piattaforma (3 ore) Instagram, cenni e approfondimenti sulla piattaforma (2 ore) Gli altri canali utilizzati (Twitter, Youtube, Flickr), cenni sulle piattaforme e modalità di utilizzo (3 ore)	Ceccarelli Cristina Tognini Donatella
8	La conoscenza del territorio attraverso i materiali, il web o esperienza diretta	18	Una panoramica del territorio con focus sulle ricchezze ambientali, storiche e culturali delle 4 località sul mare, attraverso una mappatura dei luoghi simbolo delle identità specifiche di ciascuna delle quattro località (2 ore) L'Ecomuseo del Sale e del Mare per la valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale del territorio. Le tradizioni della cucina marinara, salinara e contadina alla base della cultura gastronomica locale (2 ore) MUSA, museo del sale e sezione all'aperto,	Tognini Donatella Cecchi Giorgia

			<p>l'antica Salina Camillone, il sale di *** presidio slow food, particolarità e utilizzo gourmet in cucina (4 ore)</p> <p>Le passeggiate patrimoniali come strumento per scoprire storie e curiosità del centro storico e del borgo marina. Incontro con i pescatori sulle tradizioni della pesca e dei prodotti km 0, dal mare alla tavola (4 ore)</p> <p>Percorso storico-paesaggistico di Milano Marittima (4 ore)</p> <p>La pineta litoranea di Pinarella e Tagliata (2 ore)</p>	
9	Il potenziale di un team di lavoro	4	<p>Partecipazione, condivisione e lavoro di squadra come valore per il benessere organizzativo (2 ore)</p> <p>Strumenti di lavoro per la condivisione di obiettivi, progetti, scadenze e documenti (2 ore)</p>	<p>Ceccarelli Cristina</p> <p>Tognini Donatella</p>
10	Il monitoraggio, non solo come punto di arrivo, ma tappa intermedia e occasione di riflessione	2	Strumenti per il monitoraggio delle azioni intraprese, piattaforme e analisi dei dati (2 ore)	Cristina Ceccarelli

42) *Durata (*)*

84 ore

ALTRI ELEMENTI DELLA FORMAZIONE

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

MONITORAGGIO DEL PERCORSO FORMATIVO

Il piano di formazione predisposto sarà monitorato secondo le modalità condivise in ambito Co.Pr.E.S.C. ed esplicitate nella scheda di adesione al piano provinciale del servizio civile e di

attuazione dello stesso e del protocollo d'intesa Co.Pr.E.S.C. e Enti di Servizio Civile, in particolare:

- Prima dell'avvio del percorso di formazione generale gli Enti organizzano un colloquio preliminare con i giovani in servizio al fine di valutare competenze iniziali ed aspettative di volontarie e volontari.
- Al termine della formazione generale al giovani viene somministrata l'apposita scheda di monitoraggio (si allega la scheda, che è parte del percorso di monitoraggio condiviso).
- I formatori saranno chiamati a stilare un report sulle classi della formazione generale riportando gli elementi qualificanti di questo tipo di classe di dimensioni ridotte (15 discendenti), le peculiarità riscontrate nel corso del percorso formativo ed eventuali criticità.
- Dal confronto fra quanto emerso dagli incontri preliminari, report dei formatori e dalle schede di monitoraggio conclusive, si procede ad una analisi ed elaborazione dei dati ai fini di verifica e nuova progettazione, tenendo conto delle criticità e degli elementi di qualità.

ALLEGATO 2: QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE PER LA FORMAZIONE GENERALE AI VOLONTARI IN SERVIZIO CIVILE

Nome e cognome	
Titolo Progetto	
Ente	
Area di intervento	

1. Ti ritieni soddisfatto dell'esperienza di formazione generale svolta?

Per niente	1 2 3 4 5	Pienamente
------------	-----------	------------

Commenti:

2. Come valuti la formazione rispetto a:

2.1 acquisizioni di competenze relazionali-sociali (comunicare, lavorare in gruppo, ...)

Poco utile	1 2 3 4 5	Molto utile
------------	-----------	-------------

2.2 Valutazione sui contenuti normativi

moduli: Diritti e doveri del volontario in servizio civile / Normativa vigente e Carta di impegno etico

Poco utile	1 2 3 4 5	Molto utile
------------	-----------	-------------

2.3 Valutazione sui contenuti storico/culturali

Moduli: Dall'obiezione di coscienza al servizio civile nazionale / il dovere di difesa della patria / La difesa civile non armata e nonviolenta

Poco utile	1 2 3 4 5	Molto utile
------------	-----------	-------------

2.4 Valutazione sui seminari / laboratori

Moduli: La protezione civile / servizio civile nazionale associazionismo e volontariato / Intercultura, solidarietà e forme di cittadinanza / Lavoro per progetti

Poco utile	1 2 3 4 5	Molto utile
------------	-----------	-------------

3. In sostanza ritieni che il percorso sia stato esauriente rispetto alle tue aspettative?

Per niente	1 2 3 4 5	Pienamente
------------	-----------	------------

Commenti:

4. Nel complesso sei soddisfatto dell'attività e della metodologia adottata nella formazione?

Per niente	1 2 3 4 5	Pienamente
------------	-----------	------------

Commenti:

5. Cosa ritieni che possa essere migliorato nel percorso formativo?

Data

Firma

(Cervia, 17/01/2019)

Il responsabile del servizio civile dell'ente	Daniela Poggiali (Documento firmato digitalmente)
---	--