

Analisi preliminare

L'Istituto Tecnico Economico "Libero de Libero" di Fondi che licenzia diplomati che hanno come destinazione quello di trovare occupazione nel settore turistico aveva sperimentato l'anno precedente, con il progetto Morin 1 (premio Basile-Eccellenza), che l'orientamento dei giovani del 5° anno nei riguardi degli studi successivi e del lavoro non era quello del settore per cui si preparavano perché scarsa era la loro conoscenza di come si sarebbe effettivamente svolto il lavoro in questo settore e perché modesta era la loro consapevolezza di quanta potenzialità avesse il proprio territorio nel consentire lo sviluppo di un business del turismo che consentisse un'occupazione significativa.

L'analisi effettuata con il gruppo docenti che aveva seguito il progetto sull'orientamento e il gruppo di docenti che seguiva il progetto per la preparazione alla costituzione di aziende turistiche, ha portato ad identificare un nuovo progetto che consentisse ai giovani degli ultimi due anni di misurarsi concretamente con il ruolo di esperto di turismo nel progettare, sperimentare e poi vendere un pacchetto turistico per un target specifico.

La proposta è stata portata al Dirigente Scolastico e in commissione POF ottenendo il consenso alla sperimentazione.



Sviluppo della progettazione

I quattro docenti dell'Istituto (due dell'area orientamento e due dell'area aziendale) assieme alla consulenza, si sono riuniti per progettare il programma da proporre agli studenti delle classi 4 e 5 dell'Istituto e da proporre al dirigente scolastico per l'accettazione del budget di spesa.



La progettazione ha consentito di condividere le metodologie adottate dai due gruppi di docenti e di decidere l'uso della formazione-intervento per consentire agli studenti aderenti all'iniziativa di progettare e sperimentare un vero e proprio progetto turistico in una realtà locale significativa. Le aree prescelte dal gruppo dei docenti sono state: l'area di residenza (Fondi e comuni limitrofi), l'area della Val di Cornia, in Toscana (Piombino e comuni limitrofi), l'area foggiana, in Puglia (Foggia e comuni limitrofi).

La modalità realizzativa scelta, è stata quella di organizzare attraverso il percorso di progettazione partecipata proposte di VIAGGIO DI ISTRUZIONE della scuola ed attuarne uno a scelta dei clienti stessi identificati nelle classi del biennio degli studenti.

La scelta effettuata è stata giustificata dai seguenti motivi: aree con un tessuto storico/culturale che giustificasse un turismo tipico dei "viaggi di istruzione" delle scuole italiane, aree dove la consulenza aveva una presenza significativa, in grado di attivare l'attenzione e garantire l'accoglienza delle Amministrazioni locali e degli attori significativi del luogo, aree agevolmente raggiungibili.



Premesse per sviluppare il programma

Il piano che è stato messo a punto dal gruppo dei docenti, supportati dalla consulenza, ha dunque previsto che l'adesione all'iniziativa formativa da parte degli studenti fosse libera, che il gruppo prescelto non fosse più di trenta (considerato lo spazio delle aule informatiche dove effettuare il lavoro), che la realizzazione avvenisse entro la chiusura dell'anno scolastico, che la metodologia da adottare fosse quella della formazione-intervento, che il risultato progettuale, dimostrativo della qualità dell'apprendimento maturato fosse veramente "vendibile", che l'esperienza potesse essere da stimolo alla costituzione di un'impresa giovanile che operasse nel campo del turismo.



Lezione tematica sul Marketing Territoriale estesa a tutte le classi del Turistico

Nel corso del programma rivolto ai 30 giovani si è avvertito il bisogno di coinvolgere anche l'intera scuola e si è organizzata una mattinata per illustrare ai docenti e agli alunni dell'istituto alcuni principi di marketing territoriale. Il prof. Di Gregorio ha tenuto la lezione rappresentando la necessità di costruire un'Organizzazione Territoriale se si vuole sviluppare una politica di Marketing Territoriale. Conseguentemente egli ha suggerito di utilizzare il triangolo di Goonros che suggerisce di sviluppare iniziative di marketing verso l'esterno solo dopo averle sviluppate anche nei riguardi dei cittadini del proprio territorio (marketing interno) così che siano i cittadini i primi a svolgere un'azione di promozione del proprio territorio nei riguardi dei turisti.



Gli studenti partecipanti

Per individuare e coinvolgere gli studenti sull'iniziativa formativa Morin 2 vi è stata un'azione di promozione da parte degli insegnanti, all'interno dell'istituto.

Gli studenti che ha aderito sono stati trenta appartenenti a più indirizzi (turistico, aziendale, informatico) e a diverse classi (4° e 5°). Molti dei giovani avevano partecipato al programma Morin 1.



Ogni partecipante ha compilato una scheda personale per rappresentare le proprie caratteristiche, competenze, motivazioni. In base a questi elementi



La progettazione partecipata

Avendo scelto di utilizzare la metodologia della Formazione-Intervento, conseguentemente è stata utilizzata la modalità della progettazione partecipata per apprendere attraverso lo sviluppo di un progetto reale in un contesto significativo, con interlocutori veri.

Attraverso una riflessione di gruppo sono stati pertanto costituiti tre gruppi di progetto: uno per la Toscana, uno per la Puglia e uno per il Lazio

I tre gruppi hanno lavorato progettando una soluzione turistica in ciascun luogo per un target definito (insegnanti che devono acquistare un prodotto turistico per un viaggio di istruzione per i propri studenti).



I gruppi di progetto

LAZIO



PUGLIA



TOSCANA



LA PROGETTAZIONE

La progettazione è avvenuta in tre fasi:

I. Fase di progettazione in aula



Essa è servita per mettere a punto una prima bozza di programma utilizzando prevalentemente la tecnica "dell'analisi documentale" (utilizzando prevalentemente la consultazione dei siti web) e quella dell'intervista a interlocutori privilegiati (i consulenti di Impresa Insieme che conoscevano i luoghi della sperimentazione) e ai fornitori di servizi (aziende di trasporto e imprese dell'accoglienza sul luogo).

II. Fase di progettazione del viaggio



Essa è servita per definire chi, dei relativi gruppi, avrebbe svolto per conto del proprio gruppo il ruolo di "esploratore" e sarebbe andato sui tre luoghi prescelti per ottimizzare l'offerta turistica da offrire poi sul mercato. Questa decisione era fondamentale per i gruppi di lavoro che operavano per l'offerta toscana e pugliese che dovevano affrontare il costo del viaggio. Il problema non si poneva per il gruppo laziale che avrebbe effettuato l'esplorazione sul proprio territorio di residenza.

Il problema affrontato è stato quello di trovare, per i primi due gruppi, chi avesse la possibilità di pagarsi il viaggio di esplorazione, pur considerando che tale costo sarebbe stato assorbito dal prezzo fatto per coloro che avessero poi accettato di fare il viaggio di istruzione da loro stessi progettato.

Infatti si è verificato che gli esploratori che hanno progettato il viaggio di istruzione in Toscana hanno pagato il loro viaggio di esplorazione e poi si sono visti pagare il secondo viaggio effettuato in Toscana al momento in cui hanno accompagnato i propri "clienti" più giovani che hanno acquistato il viaggio.

Gli esploratori che hanno effettuato il viaggio in Puglia e non sono riusciti a vendere la loro offerta né ai propri colleghi né agli studenti delle altre classi dell'istituto hanno pagato il proprio viaggio senza alcuna contropartita.

Gli esploratori che hanno messo a punto l'offerta per l'area laziale non hanno speso nulla, ma non hanno nemmeno comprato nulla; hanno solo conosciuto meglio il proprio territorio e, come tutti gli altri, hanno acquisito il metodo per comporre un'offerta turistica integrata.

III. fase di sperimentazione sul campo

Essa è stata effettuata da parte di un sottogruppo rappresentativo del gruppo di progettazione (i giovani chiamati "esploratori") con visita sul luogo e interlocuzione con gli attori del contesto locale per verificare la bontà delle scelte circa gli itinerari storici/culturali da includere nella proposta turistica, progettazione di dettaglio della soluzione da "vendere", vendita della soluzione all'interno dell'Istituto,

Tale fase è stata anticipata da un'azione di valenza istituzionale effettuata grazie al lavoro della consulenza che ha indotto il sindaco della città di Fondi a predisporre una lettera nei riguardi degli amministratori dei Comuni dove si sarebbe svolto il viaggio di esplorazione, ringraziandoli anticipatamente dell'assistenza che avrebbero assicurato ai propri ragazzi.

Assieme alla lettera è stato predisposto per ogni amministratore che gli esploratori avrebbero incontrato anche un cesto pieno di prodotti tipici del luogo e una brochure turistica così da incentivare anche lo scambio culturale tra i Comuni.

TOSCANA – Val di Cornia: 22-23-24 febbraio

PUGLIA – Territorio foggiano: 26-27-28 febbraio



Dopo il viaggio di esplorazione ogni gruppo ha rappresentato il suo viaggio sul power point di progettazione ed ha predisposto una nuova offerta tenendo ben conto della esperienza maturata sul campo e facendo una scelta precisa sui tragitti culturali da proporre, i luoghi dove fermarsi per pernottare e mangiare, i mezzi con cui spostarsi sul luogo per i giorni previsti, facendo i conti con il budget di riferimento che i potenziali acquirenti potevano permettersi di sostenere.

LA PROMOZIONE E VENDITA DELL'OFFERTA TURISTICA

7

Per promuovere le tre offerte predisposte dai tre gruppi di progetto e perfezionate dal gruppo degli esploratori è stata allestita all'interno dell'Istituto una bacheca attrezzata sulla quale sono state rappresentate le parti più significative del viaggio proposto, con i luoghi da visitare, i piatti da mangiare e le persone da incontrare.

Con questa azione promozionale si è acquisita la disponibilità di un gruppo di "clienti" interni (20 studenti delle prime classi) per l'offerta di viaggio di istruzione in Toscana. Essi hanno pagato la loro quota di partecipazione (220,00€) entro cui vi è entrato anche il costo del gruppo degli esploratori che li ha accompagnati

Il viaggio in Toscana è stato organizzato per itinerari culturali (trasversali ai Comuni) anziché per attrattori culturali (presenti in ciascun Comune).

TOSCANA _ Viaggio in Val di Cornia per le classi del biennio



un viaggio per itinerari culturali



LA OTTIMIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA

Dopo il viaggio, il gruppo di progettazione, il cui "viaggio" è stato venduto e "consumato" hanno lavorato sulla ottimizzazione dell'offerta sulla scorta delle ulteriori rilevazioni degli esploratori/accompagnatori e di un'analisi di customer satisfaction che è stata effettuata attraverso la somministrazione di un questionario ai giovani clienti e una intervista di gruppo effettuata in aula al cospetto dell'intero gruppo di progettazione (30 ragazzi).

Progetto Morin 2
Questionario di Customer satisfaction

Finalità della rilevazione
Il progetto Morin 2 ha consentito ad un gruppo di studenti della nostra scuola, frequentanti la IV e la V classe, di cimentarsi nella progettazione di un'offerta per le visite di studio di giovani studenti delle scuole italiane.

Voi siete i primi che valuteranno la bontà della progettazione effettuata, che riguarda in particolare la visita di istruzione in Toscana, nell'area della Val di Cornia.

La vostra valutazione e gli eventuali suggerimenti che vorrete fornire consentiranno di perfezionare la progettazione effettuata e renderla una offerta proponibile a tutte le scuole d'Italia, qualificando così il nostro istituto e favorendo la possibile creazione di una agenzia turistica formata da giovani che provengono dalla nostra scuola.

Il vostro contributo al riguardo consiste nel rispondere ai quesiti di questo questionario, mettendo una crocetta sulla risposta condivisa e aggiungendo alcuni suggerimenti.

Il risultato della valutazione collettiva sarà reso pubblico e comunicato al gruppo dei progettisti così che apportino le opportune modifiche al programma.

Grazie

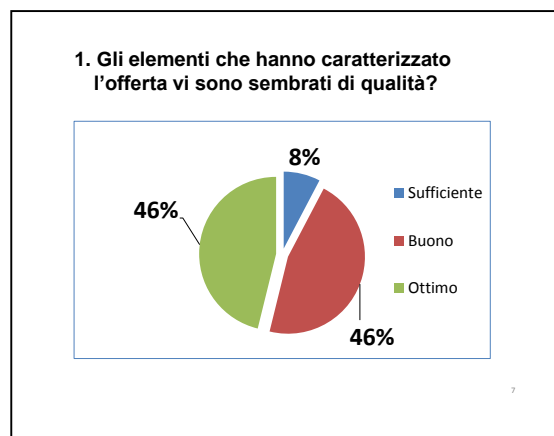
Il preside

QUESTIONARIO DI GRADIMENTO

CAMPIONE:

- 26 alunni partecipanti al viaggio di istruzione in Val di Cornia
- età compresa tra i 14 e 16 anni
- 8 maschi e 18 femmine
- 23 alunni frequentanti la classe prima (di cui 20 il corso turistico e 3 il corso Amministrazione Finanza e marketing)
- e 3 frequentanti la classe seconda (tutti del corso Amministrazione Finanza e marketing)

QUESTIONARI SOMMINISTRATI: 26
QUESTIONARI RACCOLTI ED ESAMINATI: 26



Ne è scaturita una proposta definitiva per la Toscana che, assieme alle altre due proposte (per il Lazio e per la Puglia), sono state prima presentate al gruppo di progettazione generale per le ulteriori migliorie suggerite dai colleghi studenti.



Esse sono poi state presentate al Convegno finale all'intera Scuola e agli amministratori dei Comuni del territorio da cui provengono gli studenti dell'Istituto.

Le proposte, espresse in power point, sono ora conservate dall'Istituto come "prodotto turistico" che la struttura scolastica può offrire sul mercato o può cedere ad un gruppo di studenti che, una volta diplomatisi, possono costituire un'associazione giovanile, se non proprio una piccola azienda di servizi turistici come impiego.

II CONVEGNO FINALE

Il 9 di maggio (2015) è stata dunque effettuata la presentazione del processo formativo, del risultato progettuale e dell'offerta turistica al contesto locale.



Nel convegno finale il docente, responsabile del progetto, ha affermato che la didattica dei singoli insegnamenti deve piegarsi e flessibilizzarsi intorno ad un processo comune di costruzione di un ruolo specifico, professionale, che la Scuola deve garantire per assicurare il lavoro ai diplomati dell'Istituto

Gli amministratori locali hanno appreso che il turismo non può essere solo evocato come un bene da sviluppare, ma che è un settore che va organizzato e gestito come "sistema".

L'APPRENDIMENTO

9

Il monitoraggio dell'apprendimento è stato effettuato lungo tutto il processo attraverso l'uso del power point di progetto che è stato usato per predisporre l'offerta turistica, per predisporre il viaggio degli esploratori, per definire il viaggio dei clienti, per formulare l'offerta finale.

In ciascuno di tali power point c'è pure un'area nella quale è stato formalizzato l'apprendimento maturato fase per fase.

Il risultato dell'apprendimento ad esercitare il ruolo è stato dato da due elementi: la capacità di vendita del prodotto turistico progettato (ogni studente cliente ha pagato 220,00 € per quattro giorni di visita d'istruzione progettata dai propri colleghi più grandi), dal livello di coinvolgimento degli interlocutori locali sul turismo da promuovere (per itinerari e non per attrattori) che gli esploratori hanno attivato, dalla rappresentazione formale dell'apprendimento dei progettisti (30 studenti) e dal gruppo di loro che hanno fatto gli esploratori (15), dagli stessi insegnanti (5) che hanno seguito e sperimentato l'uso della metodologia accompagnando gli studenti nelle diverse fasi di sviluppo dell'iniziativa, il corpo docente dell'Istituto che è stato tenuto al corrente dello sviluppo dell'intero processo (convegno iniziale, convegno finale, uso della bacheca montata nel corridoio centrale dell'istituto, uso della Stampa locale e dei siti web della Scuola e dei Comuni locali. L'apprendimento sul ruolo è stato poi tradotto in un manuale, che, prima, si è chiamato il manuale "dell'esploratore turistico" e poi si è tradotto nel manuale del "progettista turistico"

Apprendimento

Abbiamo appreso come progettare, gestire, pubblicizzare e vendere un prodotto nel settore turistico utilizzando un metodo ben preciso applicabile anche ad altre situazioni.

Abbiamo appreso a progettare per itinerari culturali e non per attrattori. Abbiamo imparato a lavorare in gruppo, a capire le esigenze dei clienti, analizzando il loro comportamento e ascoltando le loro opinioni in merito alle situazioni che queste persone si sono trovate ad affrontare durante il viaggio.

Abbiamo notato che gli studenti portati in viaggio hanno imparato ad affrontare un viaggio d'istruzione in maniera diversa, guardando non solo all'aspetto dello svago, ma anche ad altri aspetti, come quello del cibo tipico e delle usanze di un determinato luogo. Essi hanno quindi capito che una gita non è solo visitare musei, ma è anche provare a vivere il territorio, dove si va, come lo vive chi ci abita.

Una cosa importante che abbiamo notato è che anche gli insegnanti hanno imparato qualcosa da questo viaggio.

Abbiamo imparato a far conoscere il nostro territorio mentre conoscevamo un altro territorio e a diventare intermediari tra amministratori di luoghi diversi per favorire lo scambio

Diffusione dei risultati

Il risultato dell'iniziativa e il processo che l'ha caratterizzata è stata diffusa sia a livello locale (nel Lazio, attraverso i media, i siti web e i convegni) e sia a livello nazionale in quanto sia in Puglia che in Toscana è stato dato grande risalto all'innovazione didattica del processo attivato. Questo anche perché si è puntato, attraverso l'azione degli esploratori, a rendere il contesto locale attento e attivo nel proporre una accoglienza di sistema e non lasciarsi solo attraversare da gruppi di turisti distratti. In realtà l'apprendimento si è sviluppato anche nei contesti visitati. Gli amministratori locali e le imprese dell'accoglienza, i giovani delle associazioni locali e gli anziani del luogo, sono stati tutti coinvolti e ha rivoluzionato il loro modo (spesso passivo) di vivere il turismo. Essi hanno appreso che per costruire un'offerta turistica di sistema devono lavorare su un progetto di integrazione che vede gli Amministratori locali responsabili del relativo processo da attivare.

I giovani studenti hanno ora un manuale che illustra le caratteristiche peculiari dell'esperto di turismo che devono riuscire ad interpretare preparandosi sui diversi piani che l'esperto deve saper interpretare

Gli esploratori hanno incontrato l'Istituto di Piombino che ha istituito il corso turistico e ha avuto modo di interessare la dirigenza alla metodologia utilizzata dal proprio istituto convenendo su un possibile scambio di know how e di visita.

Nella seconda fase i 30 studenti che hanno effettuato la visita hanno così avuto modo di rincontrare la dirigenza della scuola così da mostrare concretamente il successo dell'operazione di progettazione e commercializzazione dell'offerta turistica messa a punto dagli esploratori.

VALDICORNIA UN PROGRAMMA PER COINVOLGERE I DOCENTI NEL PIANO DEL COMUNE

Turismo, al via la scuola di formazione

VALDICORNIA - Al via gli incontri per rendere immediatamente operativa la linea strategica di intervento per lo sviluppo locale dell'Associazione dei Comuni Toscani. Si parte dal giorno, con come aveva annunciato il sindaco di Piombino, Massimo Cialdasi. Il primo passo è stato fatto all'Istituto Einaudi che operiamo deve progettare il programma della terza classe ad indirizzo turistico. Il sindaco Cialdasi, nella sua duplice veste anche di assessore alle politiche giovanili, è presidente di Piombino Sordano Firenze ed il responsabile ufficio giovani Cristiano Simoncini, hanno partecipato l'assessore e Renato Fa Gio-

perio ha fatto la prima riunione tecnica. Ed Giuseppe il coordinatore nazionale per la scuola dell'Associazione valida formativa e la sua ricerca ha l'ordinamento del ministero per la formazione dei docenti su scala nazionale. L'incontro, con la dirigente Elena Caffarelli e con il suo vice Ovidio Eredi Onofriano, alla presenza del gruppo di studenti del "turismo" di Fondi, accompagnati dalla professoressa Rita Caporaso Bello, è stato molto produttivo. Parte da un programma comune per coinvolgere i docenti, metodologie e progetti che coinvolgeranno tutto il corpo docente, secondo la metodologia partecipativa che contraddistingue il modo d'intervento dell'Associazione dei Comuni Toscani.

