



UN SISTEMA DI ANALISI E VALUTAZIONE PER LE AZIONI SOCIOECONOMICHE DI URBAN II A MIRAFIORI NORD

Indice

Premessa	pag. 3
La metodologia adottata	pag. 4
Scheda 1: Il progetto Incentivi alle Imprese	pag. 7
Scheda 2: Il progetto Atelier	pag.16
Scheda 3: Il progetto Banca del Tempo	pag.25
Scheda 4: Il progetto Nuove Droghe	pag.33
Scheda 5: Il progetto Formazione Operatori Sociosanitari	pag.45
Scheda 6: Il progetto Punto Bimbo	pag.53
Scheda 7: Il progetto Car Sharing	pag.64
Scheda 8: Il progetto Centro Lavoro	pag.75
Scheda 9: Il progetto Nuovi Committenti	pag.89
Scheda 10: Il progetto LISEM	pag.98
Scheda 11: Il progetto Cortili	pag.109
Scheda 12: Il progetto Raccolta Differenziata	pag.128

Premessa

Questo rapporto di analisi e valutazione di 12 azioni del programma Urban II – Mirafiori Nord di Torino nasce dal bisogno di riflettere in maniera organica sull’attuazione dello stesso. A circa tre anni dall’avvio delle principali azioni è infatti fondamentale comprendere se queste si stiano effettivamente svolgendo secondo le previsioni, nel rispetto delle modalità originali e se stiano cominciando a produrre gli effetti ipotizzati. Per fare questo si è pensato di costruire, ad uso del Comitato Urban, un agile strumento di analisi e valutazione che, sfruttando le basi informative disponibili, consenta di seguire l’evoluzione delle azioni del programma sul territorio di Mirafiori Nord. Si tratta, in termini generali, del tentativo di provvedere una sorta di “chiave interpretativa” per la lettura dell’attività svolta all’interno dei singoli progetti operativi di Urban II, fornendo agli addetti ai lavori elementi per giudicare la “performance” delle singole azioni, per una migliore gestione delle stesse o per una loro eventuale riprogrammazione.

Il presente rapporto costituisce, inoltre, il punto di arrivo di una riflessione biennale sulle modalità di valutazione di un programma multi-azione e multi-obiettivo come Urban II. Il percorso intrapreso dal team di ricerca di IRES e PROVA, che si è cimentato con la sfida di costruire un modello di valutazione estendibile ad azioni profondamente diverse l’una dall’altra, ha portato all’elaborazione di una metodologia d’analisi flessibile ed eclettica, basata sulla ricostruzione delle teorie causali sottese a ciascuna azione. Dalla sua applicazione emergono non soltanto una verifica delle realizzazioni della singola azione ma anche una approfondita riflessione sulle ragioni che ne hanno indotto l’adozione e sulla strategia che ne ha segnato l’implementazione. Si origina in questo modo un interessante effetto secondario dell’analisi: quello di creare un repertorio di esperimenti socio-economici che costituisce un vero e proprio “valore aggiunto” dell’esperienza di Urban.

La struttura del rapporto, costituita da schede valutative basate sulle singole azioni, si presta ad un’agevole lettura. Ciascuna scheda è organizzata sulla base di tre sezioni: una prima dedicata alla logica dell’intervento, una seconda mirante a ricostruire l’attuazione dell’azione ed una terza composta dai quesiti valutativi. La scansione sequenziale delle tre sezioni consente al lettore, anche non addetto ai lavori, di avere nello spazio di poche pagine tutti gli elementi per potersi “fare un’idea” sul funzionamento delle singole azioni e sulla loro performance operativa.

La metodologia adottata

La “valutazione fondata sulla teoria”

Il metodo utilizzato per valutare le azioni di Urban costituisce una concreta applicazione dell’approccio “**theory-based**” (fondato sulla teoria). L’idea-forza di quest’orientamento è che la valutazione di un intervento pubblico possa essere efficacemente costruita utilizzando come guida una “teoria sul funzionamento”¹ del programma. In altri termini: se pensiamo ad un intervento pubblico come ad un concatenarsi di attività ed eventi successivi posti tra loro in un rapporto di causalità e finalizzati alla soluzione (o meglio alla modifica) di un problema percepito da una collettività, allora la valutazione “theory based” è quella che si fonda sull’esplicitazione e sulla rappresentazione di questi passaggi e che, sulla verifica degli stessi, basa la formulazione dei quesiti valutativi. L’approccio fondato sulla teoria è particolarmente promettente perché consente di evidenziare non solo se il programma funziona o non funziona ma anche perché ha avuto successo o è fallito. Esso comporta sostanzialmente due vantaggi: la valutazione può offrire indicazioni sull’efficacia del programma anche durante le prime fasi della sua realizzazione e può spiegare come e perché si siano verificati certi effetti; infatti se la catena causale osservata è coerente con le assunzioni teoriche, si può ragionevolmente affermare che il programma è responsabile dei cambiamenti intervenuti nella popolazione destinataria dell’intervento.²

L’applicazione di questo approccio valutativo all’analisi delle azioni socio-economiche di Urban II ci ha portato, attraverso un percorso di analisi partecipato, a costruire un modello basato sulla realizzazione di tre passaggi operativi:

- la definizione della logica dell’intervento;
- il racconto dell’attuazione dell’intervento;
- l’individuazione e la compilazione delle domande valutative sull’intervento;

Ciascuno di questi passaggi ha contribuito in maniera significativa all’elaborazione dei materiali che trovano spazio nelle **schede di valutazione** delle singole azioni che seguono questa breve presentazione metodologica e che costituiscono la modalità con la quale restituiamo i risultati dell’analisi.

La definizione della logica dell’intervento

La teoria sul funzionamento di un intervento pubblico può essere ricostruita in diversi modi:

- raccogliendo ed integrando informazioni ufficiali;
- intervistando il personale incaricato di implementare il programma e gli altri stakeholder;
- osservando direttamente i comportamenti degli attori coinvolti.³

Nell’ambito di questa ricerca valutativa abbiamo scelto di utilizzare congiuntamente i primi due strumenti. Il punto di partenza del percorso di analisi è consistito nella realizzazione di un “**modello logico**” (logic model) di ciascuna azione. Nella letteratura specializzata, con l’espressione “modello logico” si indica un modo di concettualizzare e rappresentare, anche graficamente, il modo in cui l’intervento opera e produce i suoi effetti: si tratta di una rappresentazione dell’azione pubblica, basata sull’individuazione di singoli eventi che, costituendo

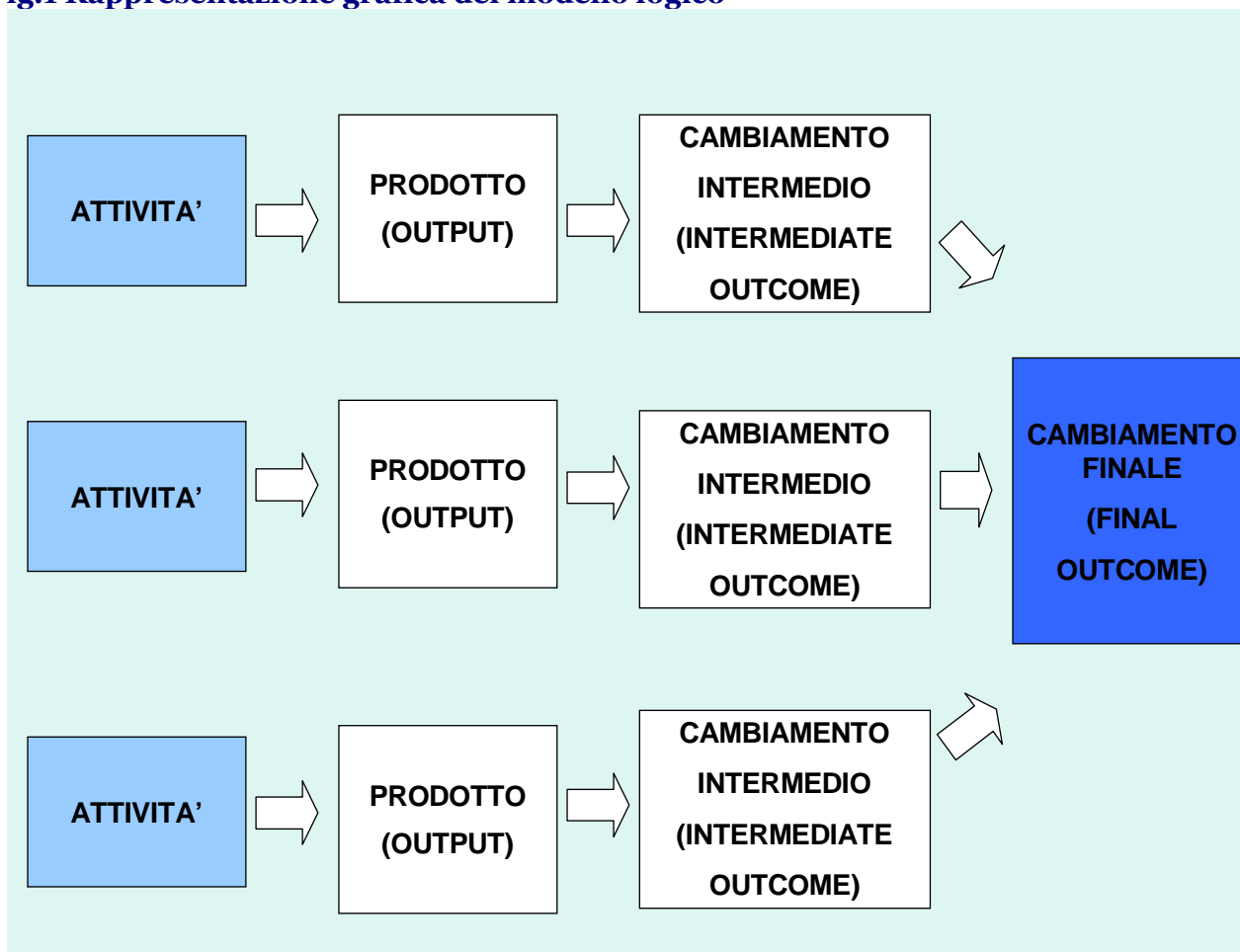
¹ Detta anche teoria del cambiamento quando si privilegia l’analisi

² Giuseppe Moro, *La valutazione delle politiche pubbliche*, Carocci, Roma, 2005, pag. 50

³ Ibidem

una vera e propria “catena causale”, conducono dalle attività di base del programma alla realizzazione di un cambiamento atteso nel “fenomeno” obiettivo dell’intervento (final outcome). Nella letteratura valutativa esistono diverse⁴ rappresentazioni di modelli logici. All’interno di questa ricerca noi abbiamo scelto di utilizzarne un modello **“outcome based”**, basato cioè sulla evidenziazione dei risultati in termini di cambiamenti attesi nella popolazione obiettivo. Nella sua veste grafica il modello si presenta, come nel grafico sottostante, attraverso una sequenza di attività, prodotti, cambiamenti intermedi e cambiamenti finali.

Fig.1 Rappresentazione grafica del modello logico



Il modello logico è stato costruito inizialmente attraverso una revisione della documentazione progettuale esistente per ciascuna azione e sulla base di interviste semistrutturate con gli attori. In una sua prima bozza il modello è stato poi presentato ai responsabili delle singole azioni che hanno provveduto all’integrazione ed alla correzione dello stesso. La determinazione del modello logico definitivo è avvenuta quindi attraverso una serie di affinamenti progressivi di volta in volta sottoposti all’analisi ed al gradimento dei responsabili. Al termine del “processo di validazione” ciascun modello logico è stato corredato da una parte descrittiva denominata “logica dell’intervento” (con cui si apre ogni scheda valutativa) all’interno della quale vengono enucleati i termini del problema collettivo di partenza, la strategia con la quale agisce il programma ed i destinatari dello stesso.⁵

⁴ Cfr. AA.VV., *Logic model Development guide*, W.Kellogg Foundation

⁵ Con il termine destinatari (o popolazione obiettivo) ci si riferisce ai soggetti sui quali l’intervento agisce direttamente. Essi possono talora coincidere con la categoria dei beneficiari dell’intervento ma non rappresentano necessariamente lo stesso gruppo.

Il racconto dell'attuazione dell'intervento

Una volta convalidato dal responsabile del progetto, il modello logico è stato il principale punto di riferimento dell'analisi. Su tale modello è stata infatti "costruito" il racconto dell'attuazione di ogni singola azione. Le informazioni utili sono state ottenute attraverso le rendicontazioni annuali al Comitato Urban (quando disponibili) e attraverso interviste strutturate con i responsabili d'azione. Nel corso di queste ultime sono state raccolte informazioni di natura sia quantitativa che qualitativa utili a ricostruire le vicende attuative del progetto. Queste sono poi state recepite all'interno di una sezione della scheda valutativa denominata "l'attuazione dell'intervento". Tale sezione è stata predisposta come una narrazione cronologica delle realizzazioni dell'intervento, organizzate sulla base delle linee di attività riconosciute per ciascuna azione. All'interno di una parte testuale sono state inserite una serie di tabelle riassuntive. Al termine della ricostruzione ciascuna "storia attuativa" è stata a sua volta discussa, integrata e validata con il responsabile d'azione.

L'individuazione e compilazione delle domande valutative

Sulla base del modello logico e delle informazioni raccolte nella sezione dedicata all'attuazione dell'intervento sono stati, infine, formulati i quesiti valutativi. Le domande, concepite in base alle specificità di ogni singola azione analizzata, sono riconducibili a tre "famiglie" di quesiti:

- realizzazione delle attività previste;
- raggiungimento e copertura della popolazione target;
- realizzazione delle ipotesi causali previste nel modello logico;

Il primo gruppo di quesiti nasce dall'esigenza di capire se le attività si sono davvero realizzate come era stato previsto nel disegno originario. Le domande di questa sezione sono quindi volte ad accertare l'effettiva attuazione e le modalità con le quali questa è avvenuta. Le domande mirano altresì a raccogliere informazioni sulle eventuali motivazioni che possono avere indotto ritardi o, nei casi più gravi, l'abbandono di alcune attività. Il secondo gruppo di domande mira a verificare invece in che misura le attività effettuate sono effettivamente state condotte con i destinatari ipotizzati delle stesse e in che misura si sia verificata una copertura della popolazione obiettivo (target) dell'intervento stesso. Il terzo gruppo di domande, infine, è dedicato alla verifica delle diverse ipotesi causali predisposte all'interno del modello logico. Ciascuna ipotesi è verificata da una specifica domanda.

La prima versione dei quesiti è stata formulata dal team di valutazione elaborando le informazioni contenute nel modello logico e i dati riguardanti l'attuazione del progetto. Il numero complessivo delle domande varia da scheda a scheda in base alla complessità del modello logico adottato. I quesiti così formulati sono stati sottoposti ai responsabili d'azione per una loro validazione per le loro riflessioni ed eventuali controdeduzioni sulla formulazione dei quesiti stessi. Nel corso di un successivo incontro valutatori e responsabili hanno proceduto concordemente a rispondere ai quesiti utilizzando l'informazione disponibile, o facilmente recuperabile. Laddove non è stato possibile reperire i dati necessari o quelli esistenti non si sono rivelati sufficienti, è stato esplicitamente proposto di attivare supplementi d'indagine che potranno essere implementati in successivi sviluppi della presente ricerca valutativa.

Scheda 1: Il progetto Incentivi alle Imprese

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto Incentivi e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Il tessuto socio economico del quartiere Urban II è fortemente caratterizzato dalla presenza di piccole e medie imprese, a carattere commerciale ed artigianale. Buona parte di esse, **l’80,6%**, sono costituite in forma di ditte individuali. Un’indagine condotta dal comitato Urban tra il **2002** ed i primi mesi del **2003** ha evidenziato come queste piccole realtà imprenditoriali, la cui economia si svolge perlopiù all’interno dei confini del quartiere stesso, risultino essere fortemente penalizzate da alcune caratteristiche strutturali del territorio. In primis la popolazione locale che risulta essere particolarmente anziana e contraddistinta da bassi redditi. Ciò ovviamente incide sui consumi che, nel giudizio degli intervistati della medesima ricerca, risultano essere particolarmente contenuti. La mancanza di negozi di pregio così come di un efficiente sistema di parcheggi fa sì inoltre che il quartiere abbia anche una scarsa capacità di richiamo sugli abitanti delle zone confinanti. Il tutto si traduce in una progressiva riduzione della clientela potenziale a cui si è aggiunta la crescente concorrenza della grande distribuzione cresciuta in tutta la città in maniera significativa.

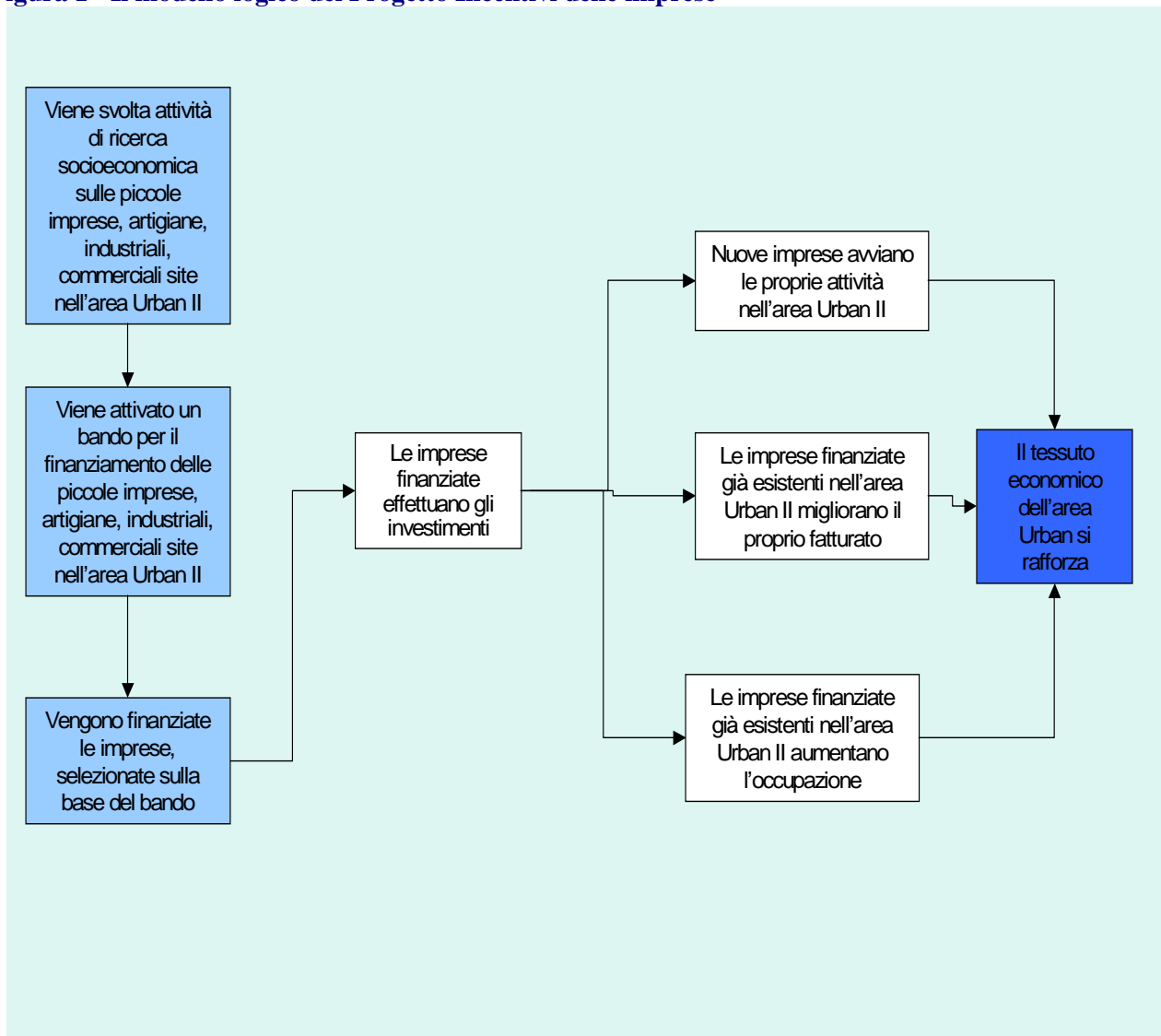
I limiti del quartiere

L’insieme di questi fattori ha determinato un vero e proprio indebolimento del tessuto economico locale, testimoniato dalla chiusura di diverse piccole e medie imprese locali. La crisi di queste imprese si evidenzia anche attraverso **una scarsa predisposizione all’investimento ed al rinnovo dei locali** che ha ulteriormente ridotto l’appeal dei negozi del quartiere. Tutto ciò provoca un effetto volano, contribuendo a rendere il quartiere stesso ancor meno attrattivo per gli operatori economici che intenderebbero installarvi e che già devono confrontarsi con il problema della mancanza di spazi utili per la realizzazione di attività aperte al pubblico.

La crisi delle piccole e medie imprese

Il **progetto Incentivi alle piccole medie imprese** cerca di porre rimedio a questa situazione intervenendo sugli spazi a disposizione delle piccole imprese. L’obiettivo è quello di garantire, attraverso un sistema di incentivi finalizzato al rinnovo, alla ristrutturazione ed all’ammodernamento delle imprese, un miglioramento della competitività delle stesse ed un rafforzamento complessivo del tessuto economico. L’idea di fondo è quella che un piccolo intervento pubblico possa rivelarsi indispensabile per riattivare il ciclo degli investimenti. I finanziamenti dovrebbero infatti consentire di innescare quegli interventi per l’ammodernamento dei locali e la realizzazione di nuove vetrine ed insegne, che gli imprenditori non effettuerebbero altrimenti, e che invece rappresentano la chiave per riacquistare competitività e migliorare le prospettive dell’azienda.

Figura 1 - Il modello logico del Progetto Incentivi delle imprese



L'attività svolta dal progetto Incentivi per la attribuzione degli stessi si sostanzia nella produzione di un **bando per il finanziamento** di piccoli interventi sulle sedi delle aziende. Il bando mette a disposizione delle piccole medie imprese **400.000** euro, mediante la concessione di contributi a fondo perduto, per finanziare progetti di investimento sulle seguenti aree:

- ampliamento di imprese esistenti;
- rinnovo e ricostruzione locali (e insegne);
- rinnovo e aggiornamento tecnologico;
- ristrutturazioni e ammodernamenti;
- rilocalizzazione dell'attività dell'impresa nell'area Urban 2;
- creazione di nuove unità locali di imprese esistenti;
- creazione di nuove imprese.

I contributi sono concessi fino ad un massimo di **20.000** euro, nella misura massima del 50% delle spese disponibili, ed assegnati attraverso una graduatoria specifica realizzata da un'apposita Commissione Tecnica istituita presso il Comitato Urban 2 di Torino. Il bando non ha una struttura a sportello, in cui le risorse sono via via assegnate fino ad esaurimento, ma effettua un'unica assegnazione sulla base delle domande presentate in un'ampia finestra temporale di apertura dello stesso (5mesi).

I destinatari del progetto Finanziamenti sono le piccole imprese artigiane, industriali, commerciali, anche al dettaglio, di servizi e le cooperative iscritte allo specifico Albo Prefettizio site in area Urban 2 o che su tale territorio intendono stabilirsi o aprire nuove unità locali. Per le imprese che si localizzano ex-novo nell'area, la sede oggetto dell'investimento deve essere mantenuta nell'area agevolata per un periodo di almeno **3** anni dalla data in cui ha avuto termine il progetto.

L'attuazione dell'intervento

Il programma Incentivi ha cominciato ad operare alla fine del 2002, con uno staff di progetto costituito da due persone, che si è mantenuto inalterato fino ad oggi. La fase di intervento vera e propria è stata preceduta da una **attività di mappatura** delle aziende presenti sul territorio e da una **ricerca socio economica** finalizzata a delineare il quadro delle attività imprenditoriali della zona e le problematiche degli imprenditori.

La ricerca preventiva

Tale ricerca, svolta tramite un questionario quali-quantitativo, ha consentito di acquisire informazioni circa le principali criticità connesse allo svolgimento di attività imprenditoriali all'interno del quartiere di Mirafiori Nord.

La redazione del bando

Sulla base delle risultanze della ricerca, e dopo un confronto con il consiglio direttivo di Urban, si è deciso di intervenire a sostegno della funzione imprenditoriale sul territorio, attraverso lo strumento del **bando di finanziamento**, finanziando le piccole imprese commerciali ed artigiane tramite con un provvedimento che metteva a disposizione complessivamente 400.000 euro. Il bando di concorso è stato materialmente redatto alla fine del 2003. La sua predisposizione è stata molto complessa ed ha richiesto il supporto dello sportello unico e di Finpiemonte. Quest'ultima è stata identificata, in virtù di una preesistente convenzione con il comune, come soggetto cui delegare la gestione amministrativa del bando stesso.

La promozione del bando

La promozione del bando si è svolta da ottobre a dicembre dello stesso anno attraverso diversi strumenti. Si è provveduto innanzitutto ad una promozione di carattere generale attraverso una distribuzione di locandine in tutti i negozi del territorio Urban (la diffusione delle locandine è avvenuta anche nelle zone limitrofe a Mirafiori Nord) e la pubblicizzazione del bando sia sul sito di Urban che sui siti connessi e sulla newsletter. Le locandine sono state inviate anche alle Associazioni di Categoria e alla Camera di Commercio. Tale attività è stata poi integrata con una promozione specifica svolta attraverso un mailing alle imprese del territorio. Per gli imprenditori, maggiormente coinvolti nella precedente ricerca, si è provveduto inoltre ad una consegna a mano del bando.

Il bando è stato aperto per cinque mesi, dal **1 dicembre 2003** al **30 aprile 2004**. La procedura di rientro ha portato **64** domande, delle quali **61** sono risultate ammissibili. Le cifre richieste, piuttosto elevate, avrebbero consentito di finanziarne solo **25**. Il comitato Urban ha quindi deciso di intervenire ampliando il budget delle risorse finanziarie con ulteriori **100.000 euro** stanziati sul fondo complementare con risorse del Comune di Torino. La graduatoria definitiva è stata pubblicata il **16 giugno 2004**, con **32** aziende ammesse al finanziamento ed altre **29** inserite in graduatoria ma escluse.

Domande	Bando 2004
Domande ricevute	64
Domande ammissibili	61
Domande Finanziate	35⁶

⁶ Una delle 32 aziende finanziate in prima battuta ha rinunciato al finanziamento. I fondi risparmiati assieme ad avanzi minimi sugli altri finanziamenti, per un totale complessivo di 38.000 euro, hanno consentito di ammettere al finanziamento altre 4 imprese.

Dal quel momento hanno avuto avvio le procedure di notifica agli ammessi e la segnalazione delle modalità per accedere ai fondi e per rendicontare le spese sostenute. I lavori finanziabili con le risorse messe a disposizione del bando dovevano essere eseguiti entro il **16 giugno** e rendicontati non oltre il **30 luglio 2005**.

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Il Progetto Finanziamenti ha effettivamente realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

La realizzazione delle attività del progetto Finanziamenti può sostanzialmente dirsi conclusa. Le due iniziative in qualche modo previste nel programma, sono infatti entrambe state realizzate. Per quanto riguarda **l'indagine socio economica sul territorio** essa è stata condotta con un questionario quali/quantitativo che ha consentito di raccogliere importanti informazioni sulla realtà del quartiere. Queste informazioni sono state analizzate e raccolte nel rapporto **“Artigianato e commercio a Mirafiori Nord”**. Le indicazioni presenti nel rapporto hanno consentito di elaborare una “strategia di finanziamento” che ha portato alla redazione del bando per gli incentivi: concedere piccole somme a fondo perduto alle piccole imprese artigiane, industriali e commerciali per sostenere, gli investimenti legati in particolar modo all’ampliamento ed alla riqualificazione dei locali. L’aspetto negativo legato alla realizzazione dell’indagine è stato quello di non aver esplicitamente previsto un suo aggiornamento continuo finalizzato non solo ad impostare eventuali riedizioni del bando, ma anche a monitorare le evoluzioni del tessuto socio-economico del territorio.

Anche il **grado di attivazione del bando è buono**. Il processo di finanziamento è giunto all’ultima fase, quella di rendicontazione delle spese sostenute dalle imprese beneficiarie. Le fasi precedenti si sono chiuse tutte nei termini previsti: l’istruttoria e la graduatoria con relativa delibera dei soggetti finanziati sono infatti state effettuate nei termini previsti di **30 e 75** (16 giugno) giorni dalla chiusura del bando. La fase di rendicontazione che doveva concludersi a luglio **2005** ha subito una piccola proroga concludendosi a settembre **2005**. Tale proroga è stata necessaria per consentire alle imprese, che avevano ricevuto il finanziamento come riserve, di avere il tempo di consegnare la documentazione. Anche l’accompagnamento e l’assistenza fornita per la redazione delle domande si è dimostrata particolarmente efficiente guadagnandosi il gradimento delle imprese.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
Indagine socio economica sul quartiere			X
Attivazione bando di finanziamento			X

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) In che misura il bando per i finanziamenti ha raggiunto le imprese originariamente previste come imprese target?

Il bando era indirizzato alle piccole e medie imprese artigiane, commerciali, industriali e di servizio del quartiere di Mirafiori Nord. Sulle **64** domande ricevute in risposta al bando **61**⁷

⁷ Tra le 5 escluse 3 non appartenevano alla tipologia d’impresa finanziabile. Si trattava di liberi professionisti e per questa ragione sono stati estromessi come soggetti non abilitati a presentare domanda. Le altre 2 non rispettavano il criterio territoriale.

provenivano da aziende che rispondevano a queste caratteristiche, così suddivise tra i diversi settori: **22** appartenevano al commercio, **15** all'artigianato e **24** ai servizi.

Imprese che hanno presentato domanda suddivise per categoria⁸	N. imprese
Imprese commerciali	22 (36%)
Imprese artigianali	15 (25%)
Imprese di servizio	24 (39%)
Totale	61 (100%)

Sulle **61** imprese ammesse ne sono poi state finanziate **35**. Il finanziamento ha premiato in misura maggiore le imprese commerciali: il **46%** delle imprese finanziate appartiene infatti a questo gruppo. Seguono le imprese di servizio con il **34%** e le imprese artigianali con il **20%**. In rapporto alle domande presentate, le imprese commerciali sono anche quelle che presentano il più elevato tasso di "accoglimento", che sfiora il **72% (16 su 22)**. Più contenuti risultano invece i tassi raggiunti dalle artigianali con il **46% (7 su 15)** e dalle imprese di servizio con il **50% (12 su 24)**.

Imprese finanziate suddivise per categoria	N. imprese
Imprese commerciali	16 (46%)
Imprese artigianali	7 (20%)
Imprese di servizio	12 (34%)
Totale	35 (100%)

Per quanto riguarda infine la **copertura della popolazione target**, la percentuale di imprese finanziate sul totale delle piccole e medie imprese presenti sul territorio è stata dell' **11%**. Il dato è risultato in linea con le attese, secondo i responsabili del programma.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) Le imprese finanziate hanno effettuato gli investimenti previsti?

Per verificare l'effettiva realizzazione dei lavori per i quali le aziende hanno ricevuto i finanziamenti i dati più attendibili risultano essere quelli della **rendicontazione finale**, per la quale le singole aziende dovevano presentare la fatturazione di dettaglio delle spese sostenute entro il **31 settembre 2005**. A tale onere hanno ottemperato tutte le **35** imprese finanziate. Dai dati di quest'ultima emerge che, rispetto ad un contributo complessivo previsto di **517.090,16** euro sono stati effettivamente erogati **478.379,37** euro.⁹ Solo **17** aziende sono state capaci di spendere tutte le risorse assegnateli (e di svolgere quindi tutti i lavori connessi), mentre le restanti **18** ne hanno speso solo una parte. Il **51%** (18 su 35) delle imprese non ha quindi utilizzato tutte le risorse disponibili al punto tale che si è verificato un consistente "avanzo" sui fondi disponibili che ha consentito, in corso d'opera l'allargamento del numero originale di imprese beneficiarie da **32** a **35**. Tra le **18** aziende che non hanno esaurito le risorse a loro disposizione, **5** fanno registrare inoltre un avanzo sulle risorse assegnate, superiore al **30%**, segnalando quindi una significativa differenza tra le ipotesi di intervento e le realizzazioni effettive. **Per le altre, invece**, lo scostamento tra la cifra originariamente prevista e quella effettivamente liquidata è invece dell'**4,5%**.

La tipologia delle spese finanziate ha visto una prevalenza di finanziamenti concessi per il **rinnovo e l'aggiornamento tecnologico**. Sono infatti ben **14** le aziende che hanno svolto

⁸ Nostra elaborazione su dati Comitato Urban 2

⁹ Dati desunti dalla Rendicontazione finale presentata da Finpiemonte

interventi di questo tipo. Il provvedimento è stato largamente utilizzato anche per la **creazione di nuove imprese** (in 8 casi). In misura lievemente minore (6 casi ciascuno) si sono poi concessi finanziamenti per il **rinnovo e la ricostruzione dei locali** e per le **ristrutturazioni e gli ammodernamenti**.

Infine, in un unico caso, è stata finanziata una rilocalizzazione di un'azienda già presente nel territorio Urban in una diversa sede all'interno del quartiere.

Tipologie di interventi finanziati	n.imprese
Creazione Nuove Imprese	8
Rilocalizzazione in Urban 2	1
Rinnovo ed aggiornamento tecnologico	14
Rinnovo e ricostruzione locali	6
Ristrutturazioni ed ammodernamenti	6
Totale	35

4) Le imprese che hanno ricevuto finanziamenti hanno aumentato l'occupazione?

Per verificare se le aziende finanziate abbiano effettivamente aumentato l'occupazione bisognerebbe poter disporre di dati complessivi tanto sulle assunzioni, quanto sui licenziamenti verificatisi a partire dalla concessione dei finanziamenti. I dati in possesso dei responsabili dell'azione consentono invece solo un ragionamento parziale sulle **nuove immissioni**. Le aziende finanziate contavano alla presentazione della domanda **110¹⁰** dipendenti totali. Nell'arco di tempo intercorso dall'inizio dei finanziamenti alla rendicontazione le imprese finanziate hanno effettuato **5** assunzioni: **3** persone sono state assunte direttamente dal mercato mentre **2** sono passate attraverso un periodo di tirocinio¹¹, svolto con la collaborazione dell'Ufficio Urban. Le **5** nuove assunzioni hanno rappresentato quindi un'immissione di nuova forza lavoro pari al **4,5%** del totale.

Proposta di approfondimento

Per rispondere più efficacemente a questo quesito sarebbe opportuno prevedere all'interno di questionario diretto alle aziende, finanziate e non, una serie di quesiti volti a rilevare la storia occupazionale delle suddette aziende

5) Si sono collocate nuove imprese nel quartiere in seguito ai finanziamenti?

Tra le imprese che hanno ricevuto finanziamenti, **6** risultano essere imprese nuove o che si sono collocate per la prima volta sul territorio di Mirafiori Nord. Potenzialmente se si fossero finanziate tutte le **nuove imprese** che avevano presentato domanda, si sarebbero potute raggiungere le **8** unità. Se confrontiamo questi numeri con il totale delle piccole e medie aziende presenti sul territorio ci rendiamo conto di come al termine dei finanziamenti si sia prodotta un'immissione di nuove imprese pari a circa **1%** circa. Ovviamente, tale risultato non va interpretato come impatto del programma in quanto non sappiamo che cosa sarebbe accaduto se non ci fossero stati i finanziamenti, dal momento che tali aziende avrebbero potuto collocarsi sul territorio di Urban anche in assenza degli incentivi.

¹⁰ Da tale numero risultano esclusi i titolari ed i loro soci.

¹¹ Con 15 aziende sovvenzionate sono stati attivati anche dei tirocini lavorativi. Il numero totale di tirocinanti impegnati nelle aziende è stato di 22. Al termine del tirocinio 2 sono stati assunti, per una quota di assunti sul totale dei tirocinanti pari all' 11%.

Scheda n. 2: Il Progetto Atelier

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto Atelier e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Le **nuove tecnologie** hanno profondamente modificato negli ultimi anni il mercato del lavoro. L’utilizzo massiccio dell’informatica e delle tecniche connesse ha contribuito a trasformare ed ampliare le possibilità degli utilizzatori nei campi più diversi ampliandone gli orizzonti e le prospettive professionali. In particolare, la **“rivoluzione digitale”** ha consentito un’impensabile sviluppo delle attività creative. **Comporre musica, disegnare, produrre filmati** è oggi un’esperienza che chiunque può compiere tra le pareti domestiche, sfruttando un normalissimo personal computer. I giovani, in particolare, hanno sviluppato una naturale propensione verso i **“nuovi media”** utilizzandoli sempre più spesso come “mezzo” espressivo.

Ma nonostante i nuovi media siano una straordinaria palestra di esercizio creativo, queste potenzialità restano spesso confinate a brevi ed isolate esperienze perché i soggetti che le possiedono non sono in grado di fare il “grande salto” e trasformare la propria passione in vera e propria professione. Tutto ciò comporta una straordinaria perdita di **“potenzialità occupazionale”**: le opportunità di lavoro che potrebbero originarsi sono infatti notevoli ed il mercato appare fortemente orientato alla ricerca di soggetti singoli o imprese in grado di produrre **video d’arte e documentari digitali, piuttosto che musica informatica e sound design, o ancora animazione grafica, web design, e web art.**

Le problematiche che si frappongono al passaggio ad una vera e propria attività professionale sono molteplici ma possono essere ricondotte principalmente a due:

Dalla passione al lavoro: un passaggio complesso

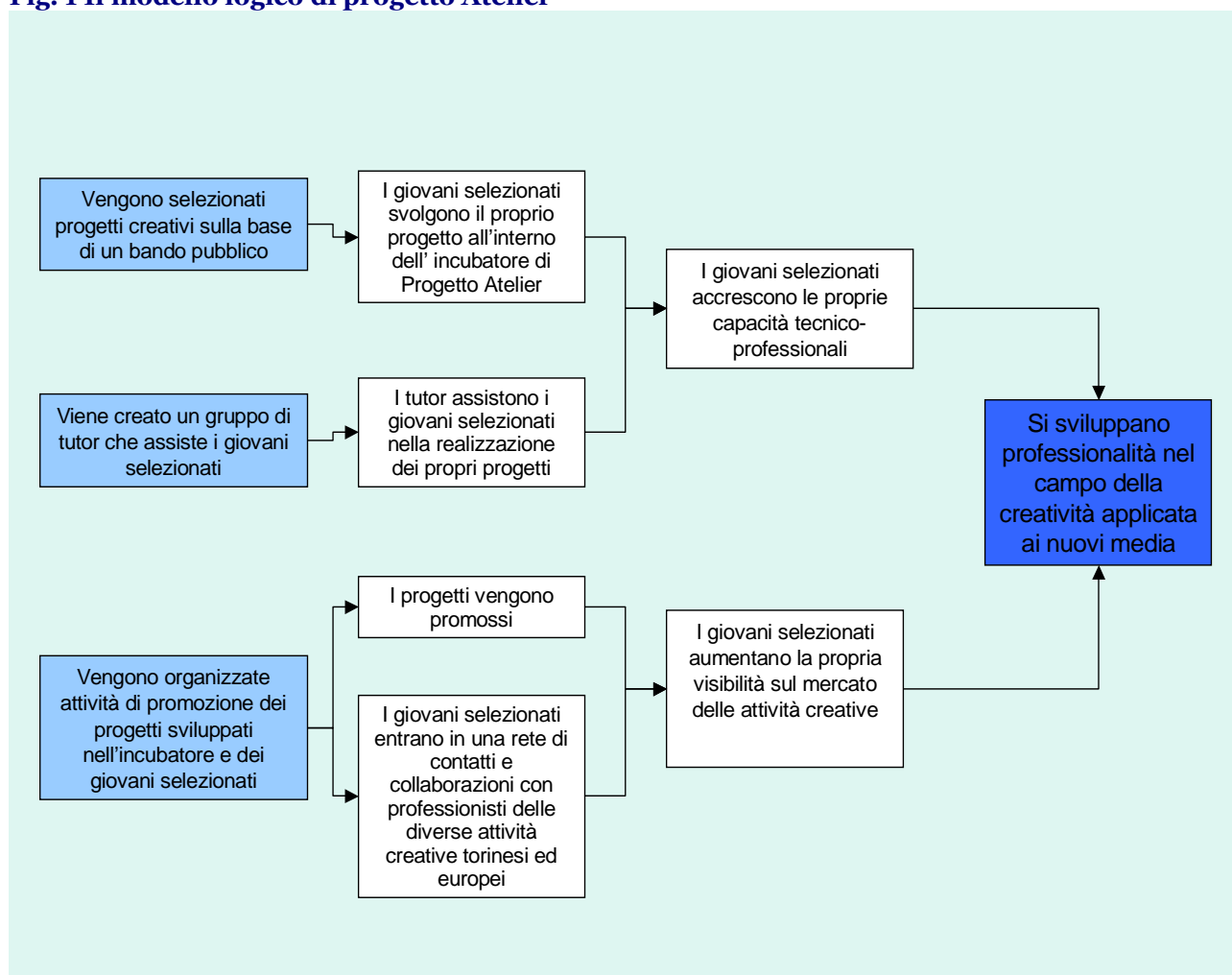
- ❖ la difficoltà di accedere a macchinari professionali e alla consulenza di esperti per migliorare i propri prodotti;
- ❖ la difficoltà di promuovere i propri prodotti sul mercato;

Il passaggio ad un’esperienza professionale richiede infatti la **disponibilità e la capacità di utilizzo di macchinari sofisticati e costosi**. Questa può essere acquisita solo a fronte di investimenti che il giovane mediamente non è in grado di fare o non intende fare senza prima di aver avuto un qualche effettivo riscontro sulle sue reali capacità. Altrettanto decisiva ai fini dello sviluppo professionale risulta poi la possibilità di far conoscere il proprio lavoro, **facendolo circolare negli ambienti idonei ed entrando in contatto con soggetti** che possano determinare degli sviluppi di carriera significativi per i giovani artisti.

Il progetto Atelier, primo caso in Italia di **“incubatore per la creatività applicata ai nuovi media”**, intende agevolare lo sviluppo di professionalità creative tra gli abitanti più giovani (fino a 35 anni) del quartiere e, più in generale, dell’intera città. L’idea è che lo **sviluppo di capacità professionali nel settore delle attività creative attraverso i**

nuovi media possa essere “supportata” attraverso la messa a disposizione di strumenti tecnologici altrimenti non reperibili, di consulenze professionali di tutor già esperti e attraverso l’inserimento in reti di conoscenze dei singoli settori professionali. La realizzazione della finalità generale del progetto viene perseguita tramite il raggiungimento di due obiettivi intermedi: da un lato l’**accrescimento delle capacità tecnico-professionali** dei giovani ammessi al programma, dall’altro l’**accrescimento della visibilità degli stessi nel mercato delle diverse attività creative**.

Fig. 1 Il modello logico di progetto Atelier



La realizzazione della strategia succitata è concretamente affidata a tre distinte attività:

- ❖ **la selezione di progetti ed idee creative;**
- ❖ **la creazione di un gruppo di tutor che assiste i giovani selezionati nella realizzazione dei propri progetti;**
- ❖ **la promozione dei progetti sviluppati nell’incubatore e di giovani artisti;**

La prima attività consiste nella **selezione di progetti ed idee creative**. La selezione mira ad individuare una rosa di candidati dotati di forti potenzialità, ai quali consentire l’accesso ai servizi ed alle attrezzature offerte da Atelier. Questa viene effettuata attraverso due meccanismi: sulla base di un bando pubblico e della cooptazione. Il bando pubblico, effettuato su base biennale, consente di reclutare la base dei giovani che lavoreranno all’interno di Atelier. Il gruppo iniziale viene poi integrato attraverso la cooptazione di soggetti che nei diversi momenti vengono in contatto con il laboratorio ed i suoi progetti.

La seconda attività consiste nella **costituzione di un nutrito gruppo di tutor**, capaci di assistere gli ammessi al programma nella concreta realizzazione dei propri lavori. I tutor sono reclutati tra giovani artisti e professionisti che lavorano già da tempo con le tecnologie multimediali. Essi sono invitati a svolgere la loro attività di ricerca e sperimentazione all'interno del laboratorio; in cambio del libero uso delle risorse tecnologiche e delle strutture del progetto, si impegnano a dedicare un monte ore prestabilito per seguire i progetti sviluppati dagli utilizzatori del laboratorio. Sono gli stessi tutor ad fornire assistenza e formazione ai giovani coinvolti nel programma.

La **promozione dei progetti** sviluppati all'interno dell'incubatore, infine, avviene con diverse modalità predisposte dal comitato di Progetto Atelier. In particolare i giovani vengono stimolati ed aiutati a partecipare a concorsi e ad eventi culturali organizzati (rassegne cinematografiche, teatrali, artistiche, ecc.) da enti che operano a livello locale, nazionale ed internazionale. Inoltre, per fornire ai giovani ulteriori possibilità di inserirsi nella rete delle professionalità creative, vengono sviluppati progetti in collaborazione con istituzioni ed enti del territorio all'interno dei quali i giovani di Atelier sono chiamati ad operare dando prova delle loro capacità.

La popolazione target di Progetto Atelier

I soggetti target che il progetto si propone di raggiungere sono sostanzialmente due: i giovani abitanti del quartiere Urban e più in generale dell'area cittadina ed i giovani professionisti delle diverse attività creative da coinvolgere come tutor .

L'attuazione dell'intervento

Il **Progetto Atelier** nasce su iniziativa di una serie di professionisti torinesi interessati allo sviluppo di un **incubatore no-profit per le professioni creative**. Su queste basi, l'associazione denominata "**Comitato promotore progetto Atelier**" aveva redatto un progetto di massima dell'iniziativa che è poi confluito in maniera organica all'interno della programmazione di Urban II Mirafiori Nord. Il progetto, avviato concretamente alla fine del **2002**, è stato gestito inizialmente da uno staff composto da un direttore di progetto e da un responsabile di laboratorio. Nel corso del tempo la direzione è passata al direttivo dell'associazione ed è cresciuto un team di collaboratori costituito da **4** soggetti retribuiti e da **6** volontari.

L'implementazione delle diverse attività ha avuto inizio innanzitutto con l'acquisizione degli spazi fisici nei quali è stato realizzato il laboratorio, situati all'interno della palazzina di **Corso Tazzoli 215**, in coabitazione con l'altro incubatore per aziende Lisem. Contestualmente sono state acquisite anche le attrezzature informatiche che dovevano rendere possibile l'avvio dell'attività nel laboratorio nel corso del 2003. Attualmente sono presenti all'interno dei **150** mq del laboratorio **14** postazioni computer¹², **2** postazioni video ed **1** postazione audio.

L'**attività di selezione** dei soggetti che avrebbero dovuto realizzare i propri progetti all'interno di Atelier ha avuto inizio nel mese di gennaio del **2003**. In tale occasione è stato infatti avviato un primo bando finalizzato alla individuazione di idee creative. Il bando è rimasto aperto fino a marzo **2003** e la procedura di selezione si è svolta tra maggio e giugno dello stesso anno. Le domande presentate sono state complessivamente **140**. Tra queste **22** sono state poi scelte per entrare nella fase realizzativa, attraverso il supporto dei tutor e la fruizione della strumentazione disponibile presso Progetto Atelier. Tra i progetti selezionati **15** sono stati sviluppati in modo completo. Nel **2004** il bando non è stato ripetuto. La scelta è stata quella di prolungare il periodo intercorrente tra un bando e l'altro passando da uno a due anni. Nel corso dell'intervallo tra primo e secondo bando (che vedrà la luce nel corso di ottobre **2005**) si è provveduto ad ammettere altre idee e soggetti attraverso lo strumento della **cooptazione**. Quest'ultima ha avuto luogo sulla base di una serie di rapporti informali di conoscenza ed amicizie costruite nel corso di incontri con scuole, università ed altri enti che collaborano con progetto Atelier. La cooptazione ha consentito di includere sui progetti di Atelier **5** persone nel 2003 e **12** nel 2004.

Attività di selezione	2003	2004
Bandi realizzati	1	0
Domande ricevute	140	-
Giovani selezionati attraverso bando	22	-
Giovani selezionati per cooptazione;	5	12

Contestualmente all'avvio del bando, nel mese di gennaio del **2003** è iniziata anche la **selezione e la creazione del gruppo di tutor**. Nel primo anno i tutor coinvolti nell'attività di Atelier sono stati **8**. Nel **2004** il numero complessivo di tutor è cresciuto passando ad un totale di **14** (alcuni ragazzi entrati su bando si sono trasformati in tutor). Allo stesso modo il numero di ore prestate in tutoraggio è cresciuto nel biennio passando

¹² Il materiale informatico si è presto rivelato superato per le esigenze tecniche dei ragazzi che si trovavano ad operare all'interno di Atelier. La scelta di procedere all'acquisto del materiale non ha infatti consentito quel ricambio tecnologico che si poteva garantire tramite un noleggino di breve periodo.

da circa **250** per tutor nel **2003** a circa **500** nel **2004**. I progetti seguiti dai tutor nel **2003** sono stati **22** mentre nel **2004** invece se ne sono registrati circa **100**¹³.

Attività di tutoraggio	2003	2004
Numero di tutor coinvolti in Atelier;	8	14
Numero di ore di tutoraggio prestate;	2000	7000
Numero di progetti seguiti dai tutor	22	100

L'attività di promozione ha avuto inizio con la realizzazione dei primi prodotti da parte dei ragazzi che hanno frequentato il laboratorio. Questa si è concretizzata particolarmente nella **partecipazione dei propri artisti a rassegne e concorsi** nazionali e locali. Nel corso dell'anno **2003** si è verificata un'unica partecipazione nella quale sono state presentate **5** realizzazioni del laboratorio. La presentazione ha avuto luogo nel corso della **rassegna teatrale "Malafestival 2003"**.

Nell'anno successivo le presentazioni sono salite a **50**, effettuate in circa una ventina di rassegne e concorsi. Gli eventi e manifestazioni nel corso dei quali i progetti sono stati presentati sono stati i seguenti eventi: "Malafestival 2004", "Danza in piazza", video installazioni di piazza Vittorio Veneto, "Schermi sconfinati", Casina Giaione, "In/corto- Docks Dora"(4 serate) , "Corto/Corto- Caffè Liber" (4 serate), "Torino Film Festival", "Cinema Ambiente", "50 ore film festival", "Infinity film festival", rassegna di arte contemporanea "il Magnete".

Attività di promozione	2003	2004
Progetti presentati pubblicamente;	5	Circa 50
Rassegne e concorsi a cui Atelier ha partecipato;	1	20
Progetti con istituzioni ed enti in cui Atelier è stato coinvolto attivamente	3	8

Nei due anni oggetto di indagine, Atelier nel tentativo di favorire l'inserimento dei propri selezionati, ha avviato anche una serie di collaborazioni con soggetti istituzionali e non del territorio torinese. Nel **2003** i progetti svolti sono stati **3**: con la Video Community della Provincia per la realizzazione della sigla dell'omonimo contenitore televisivo e di alcuni documentari aventi per oggetto l'universo giovanile, con lo Sportello Unico per le Imprese del Comune per la realizzazione all'interno del Cottini del Progetto di e-learning, (Nuovi Orientamenti web) e con l'Università per la progettazione della web radio dell'Ateneo. Nel **2004** sono proseguite le attività con gli stessi enti, e inoltre sono state attivate collaborazioni con l'Assessorato alle Politiche Giovanili per realizzare alcuni dei progetti presentati nell'ambito di "Giovani idee per Torino".

¹³ Non è possibile quantificare con esattezza il numero dei progetti realizzati all'interno di Progetto di Atelier perché alcuni lavori sono stati eseguiti solo in parte all'interno del laboratorio

Le domande valutative

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Il Progetto Atelier ha realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

Il Progetto Atelier ha avviato tutte le attività originariamente previste nel proprio piano operativo ma queste presentano, tuttavia, gradi distinti di attuazione. La **selezione dei giovani creativi**, per esempio, nell'opinione del responsabile, ha raggiunto un buon livello di attivazione. Entrambi i meccanismi utilizzati, **bando e cooptazione**, si sono rivelati efficaci nella selezione di idee e soggetti con le caratteristiche desiderate. Le procedure di selezione, pur essendosi rivelate molto gravose per la struttura dell'associazione, hanno funzionato egregiamente ed hanno consentito di creare un primo gruppo di soggetti con cui lavorare e testare la **“capacità di carico”** del laboratorio. In prima battuta risultava infatti assai difficile stabilire quanti progetti avrebbe potuto sostenere contemporaneamente il laboratorio. Una volta comprese le modalità con cui i soggetti utilizzavano i macchinari e la frequenza della loro presenza è stato possibile implementare il numero delle persone attraverso un'attività di cooptazione. Quest'ultima non è stata condotta in maniera arbitraria in quanto le procedure di selezione non si sono discostate “eccessivamente” da quelle del bando. Alla base di ogni nuova inclusione c'è sempre stato un vaglio dell'idea progettuale effettuata con gli stessi criteri della selezione formale.

Anche **l'attività di selezione dei tutor** ha raggiunto un buon livello di attuazione. L'individuazione dei tutor si è svolta senza difficoltà fin dall'inizio ed è diventata un'attività sufficientemente routinaria con il crescere dell'attività. Nel passaggio tra primo e secondo anno una buona metà dei nuovi tutor è stata reclutata tra i giovani che frequentavano il laboratorio di Atelier. La decisione sui tutor da cooptare nell'organizzazione è stata assunta dal direttivo del Comitato promotore oppure, su delega di quest'ultimo, dal responsabile del laboratorio.

L'attività di tutoraggio si è svolta in maniera soddisfacente. La presenza e la competenza dei tutor selezionati è stata complessivamente adatta alle necessità. L'unico neo può essere stato quello di un **eccessivo carico di lavoro** per i tutor nel secondo anno di attività. Il numero dei tutor il primo anno ha consentito a ciascuno di essi di seguire in media circa **3** studenti. L'anno seguente il rapporto tra tutor e studenti è peggiorato salendo a **7** studenti per tutor, rapporto che in parte ha condizionato la capacità dei tutor di seguire efficacemente tutti i progetti assegnatigli.

L'attività di promozione, nell'opinione del responsabile è stata la più deficitaria. Pur avendo allacciato un discreto numero di rapporti e contatti con il mondo della creatività torinese, una buona parte dei progetti realizzati in Atelier non è stata promossa all'esterno. Questo, nell'opinione del responsabile, è dovuto ad un duplice fattore: da una parte l'esplicita volontà di alcuni soggetti di non pubblicizzare il proprio prodotto, dall'altra la deficitaria segnalazione di concorsi ed eventi effettuata verso i ragazzi. Verso il primo problema non esistono allo stato attuale delle soluzioni: gli autori sono i proprietari unici delle loro opere e la loro volontà di presentarle non può essere forzata in alcun modo. Per quanto riguarda la segnalazione dei concorsi che finora è stata promossa attraverso il “passaparola”, il problema potrebbe essere rimosso con una più efficace attività di segnalazione svolta tramite affissioni in bacheca e mailing specifici ai ragazzi di Atelier.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
Attività di selezione giovani artisti			X
Attività di selezione dei tutor			X
Attività di tutoraggio		X	
Attività di promozione	X		

COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) In che misura il progetto Atelier ha raggiunto giovani della popolazione target?

Il target su cui progetto Atelier intendeva incidere era quello dei giovani con potenzialità creative tra i **18 e i 35 anni**. Il bando era aperto ai cittadini di tutta Torino (con una preferenza per i soggetti dell'area Urban) ma non erano escluse neppure le candidature provenienti da fuori città. Al bando del **2003** hanno presentato domanda **140** giovani, un numero in linea con le attese dei responsabili del progetto. Di questi **22** sono stati ammessi alla fruizione del laboratorio: è stata soddisfatta quindi la richiesta del **16% (22/140)** dei partecipanti al primo bando. Questo significa che, almeno in linea teorica, è stata fatta una selezione piuttosto aggressiva (circa due ammessi ogni trenta richiedenti). La selezione a **22** soggetti ammessi è avvenuta per la necessità di razionare le risorse disponibili (era improbabile gestire un numero maggiore di ammessi).

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) I giovani selezionati tramite bando hanno effettivamente svolto i loro progetti all'interno del laboratorio Atelier?

Rispondere a questo quesito risulta essere particolarmente complesso. Allo stato attuale infatti non esiste una fonte informativa attendibile all'interno del progetto che consenta di determinare quanti soggetti abbiano effettivamente terminato il loro percorso professionale all'interno di Atelier (tasso di successo dato dal rapporto tra lavori iniziati e lavori conclusi). Da quando Atelier ha cominciato a cooptare non è stata più tenuta una contabilità dei progetti che venivano conclusi.

Un ragionamento parziale può tuttavia essere condotto sugli ammessi per bando per i quali esistono sufficienti informazioni. Dei **22** ammessi solo **5** persone (il **23%**) ha effettivamente portato a termine il proprio progetto all'interno di Atelier. Gli altri **17** giovani si sono ritirati per diversi motivi:

- **3** hanno abbandonato il progetto per dedicarsi ad altro nell'ambito di Atelier
- **3** hanno abbandonato il progetto perchè si sono dedicati all'attività retribuita
- **2** ha abbandonato per esaurimento del progetto
- **5** hanno abbandonato per inadeguatezza della strumentazione (progetti web)
- **4** non hanno motivato l'abbandono

4) In che misura i tutor hanno assistito gli utenti di Progetto Atelier?

Come appare dalla ricostruzione del modello logico, uno degli aspetti più importanti, e nello stesso tempo delicati, del progetto riguarda il servizio di tutoraggio. Per fornire un'indicazione sulla misura in cui i tutor hanno seguito i singoli progetti è utile ragionare sulle media di ore erogate per progetto. Il tempo di presenza dei tutor nel **2003**, all'interno del laboratorio, è stato di circa **2000** ore. Il gruppo dei tutor, che era formato da **8** individui, ha garantito in media una presenza di **250**

ore annue (**2.000/8**) pari a circa **32** giornate lavorative. Essendo stati sviluppati complessivamente **22 progetti**, il numero medio di ore per progetto è stato di circa **91**. L'anno successivo il numero dei tutor è cresciuto passando a **14** ed è cresciuto anche il numero delle ore prestate al laboratorio che sono state **7.000**. Il numero di ore annue mediamente prestate da ogni singolo tutor è stato di **500**, il doppio rispetto all'anno precedente. Il numero dei progetti seguiti è stato però di molto superiore, circa **100**. Questo ha prodotto una riduzione del numero di ore di tutoraggio per progetto che si è abbassato a **70**.

	2003	2004
Numero medio di ore prestate da ogni singolo tutor	250	500
Numero medio di ore di tutoraggio per progetto	91	70

Proposta di supplemento d'indagine:

I dati in possesso dei responsabili del progetto consentono di formulare osservazioni sulla quantità di ore di tutoraggio erogato ma non si prestano a descriverne la qualità. Per rilevare quest'ultima sarebbe opportuna un'indagine svolta mediante un apposito questionario di "customer satisfaction" tra i soggetti che a vario titolo hanno sviluppato i loro progetti all'interno di Atelier.

5) In che misura i prodotti realizzati all'interno di Progetto Atelier sono stati promossi ?

Nei due anni presi in oggetto, le opere realizzate all'interno del laboratorio e presentate all'esterno sono state circa **55**. L'incremento di presentazioni dal primo al secondo anno è stato notevole passando da **5** a circa **50**. Le ragioni della crescita sono connesse alla maggior disponibilità di prodotti da presentare da un lato e alla maggior partecipazione ad eventi dall'altro. In questo senso il passaggio dal **2003** al **2004** ha fatto registrare un deciso incremento delle occasioni pubbliche in cui sono stati promossi i progetti sviluppati all'interno di Atelier: dall'unica del primo anno si è passati alle **20** del secondo. Le occasioni per la promozione sono stati perlopiù rassegne e concorsi dell'area torinese. Alcune di queste avevano un rilievo locale, altre nazionale, come l'Infinity Festival di Alba, ed altre ancora internazionale, come il Torino Film Festival. In particolare, i progetti sono stati complessivamente presentati a:

- **2** rassegne d'arte;
- **5** rassegne cinematografiche;
- **13** manifestazioni varie;

6) Quali sono stati gli "esiti professionali" per i partecipanti al progetto?

L'intervento nel suo complesso mira ad **aumentare le professionalità creative** nel campo dei nuovi media. Una verifica del successo dell'intervento in questo senso può essere quello di misurare gli "esiti professionali" dei partecipanti ad Atelier. Tale misurazione può essere fornita attraverso l'analisi dei soggetti che allo stato attuale hanno in qualche modo intrapreso un'attività creativa in seguito all'esperienza svolta all'interno di progetto Atelier. L'avvio di un'attività professionale può essere segnalata in due modi: o con l'attivazione di una società che abbia nella sua mission le produzioni oggetto di Atelier oppure con lo sviluppo di attività professionale autonoma. Per quanto riguarda le società, nel corso di questi anni, progetto Atelier ha svolto una funzione di incubatore per due iniziative **Bellissimo Interactive** e **Shanty Media**. La prima è diventata una vera e propria azienda, la seconda, invece, dopo aver svolto tutto il percorso progettuale all'interno del MIP è confluita all'interno di un'azienda già esistente, la cooperativa Zenith, che ha chiesto ai **5** membri di entrare a far parte del loro gruppo.

Complessivamente si può quindi affermare che a distanza di oltre due anni dall'avvio delle attività su **65** soggetti che hanno sviluppato i loro progetti all'interno di Atelier, almeno **15** sono attualmente coinvolti in attività creative in forma associata o da indipendenti. I dati forniti dai responsabili sottostimano l'effetto in quanto non è mai stato possibile effettuare un monitoraggio preciso dei soggetti che in diversi momenti hanno svolto i loro progetti interamente o per parte all'interno di Atelier.

Proposta di supplemento d'indagine:

Il progetto intende andare oltre al breve periodo e aiutare lo sviluppo di professionalità creative che si consolidino nel tempo. Per comprendere se e in che misura il progetto è riuscito a raggiungere questo risultato, è essenziale capire quanti sono coloro che, dopo un certo periodo di tempo (almeno due anni), continuano ancora a svolgere attività di questo tipo. Per far questo occorre prevedere un'indagine di follow-up che verifichi la situazione occupazionale dei fuoriusciti da Atelier e la loro attività nel settore dei nuovi media.

Scheda n.3: Progetto Banca del Tempo

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto *Banca del Tempo* e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione a Torino e più in particolare nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Uno degli elementi fondamentali del benessere individuale è connesso ad una **corretta e soddisfacente gestione del tempo**. Ognuno di noi vorrebbe poter gestire la propria giornata in maniera ideale, suddividendola tra le attività che più ci piacciono e soddisfano. Quest’aspirazione risulta tuttavia essere sempre più difficile da soddisfare nella società attuale: gli impegni e i ritmi della vita moderna rendono infatti sempre più complessa e stringente la programmazione dei tempi personali. Il risultato è una gestione degli stessi spesso insoddisfacente ed un conseguente abbassamento della qualità della vita.

Benessere dell’individuo e gestione del tempo

Questo accade tanto più frequentemente nelle **grandi realtà urbane** dove l’individuo è “atomizzato” e spesso sottratto a quelle reti di rapporti sociali basati sulla collaborazione e sul mutuo aiuto tra vicini, ancora rinvenibile nelle **piccole realtà urbane e rurali**. Queste reti, costruite perlopiù attraverso rapporti consolidati tra nuclei familiari, che magari da generazioni abitano lo stesso territorio, spesso consentono di ottenere delle ottimizzazioni del tempo a propria disposizione attraverso uno scambio naturale di favori reciproci.

Reti sociali con queste caratteristiche sono assai più difficilmente costituibili nei grandi centri urbani e ancor meno nelle zone caratterizzate da forte edilizia popolare e da degrado. La dimensione dei quartieri, le conformazioni dei caseggiati, la mancanza di centri di aggregazione, i grossi ricambi di popolazione, la presenza di fenomeni di microcriminalità, rendono infatti più complessa l’interazione personale e l’instaurazione di rapporti di vicinato. Questa mancanza di socializzazione fa sì che i soggetti residenti nel quartiere siano costretti a ricorrere per qualsiasi necessità, anche la più piccola, come i lavori casalinghi o le piccole assistenze agli anziani, al libero mercato o a forme alternative, acquistando servizi che potrebbero invece tranquillamente essere scambiati.

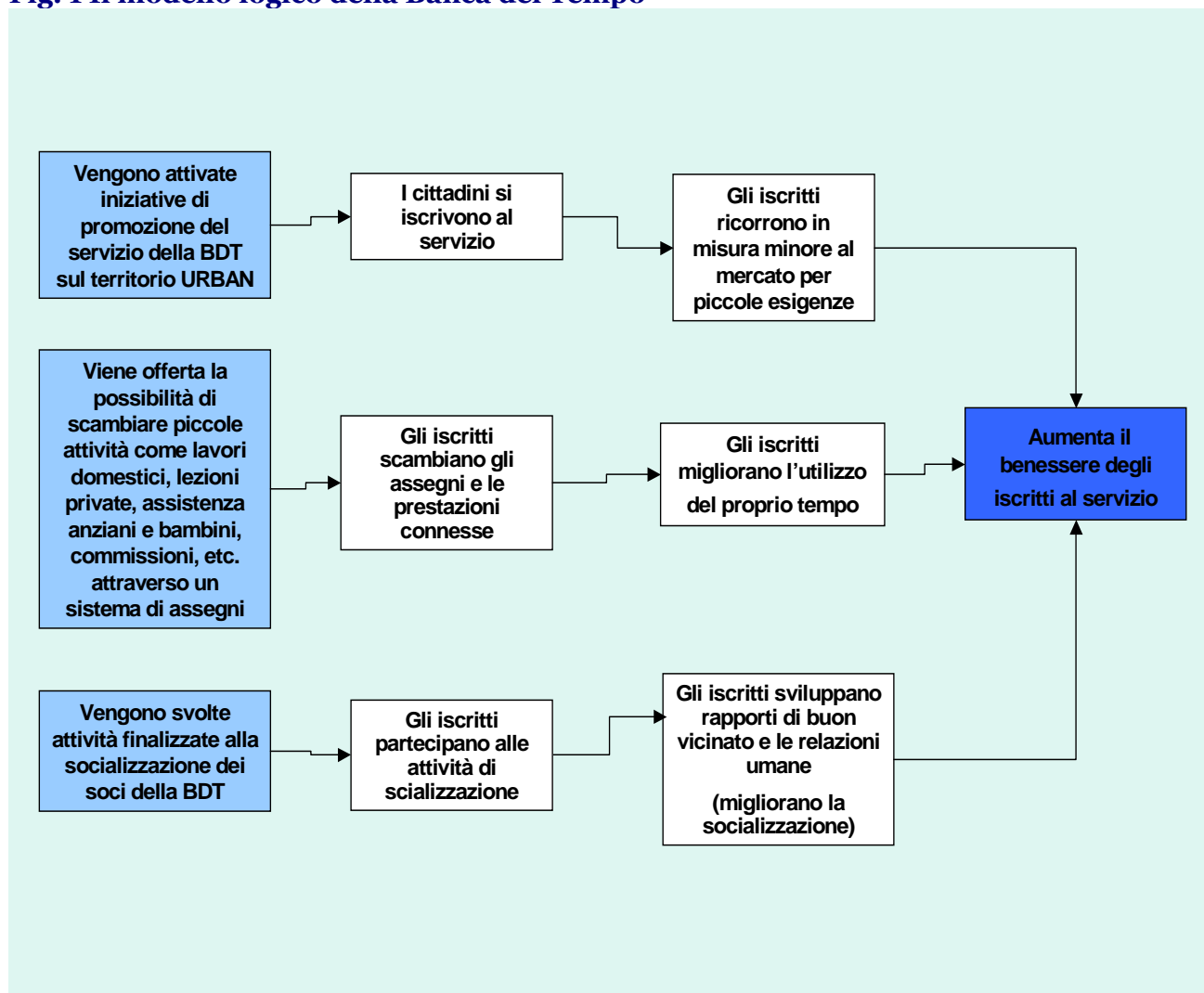
Il problema della socializzazione nel quartiere

Il **progetto Banca del Tempo** intende dare risposta a questa complessa problematica tentando di ricostruire in maniera artificiale una rete sociale che ripristini la collaborazione, la fiducia e il mutuo aiuto e che consenta l’effettivo scambio di prestazioni tra gli abitanti dell’area Urban. L’idea è quella di affidare ad un ente regolatore, la Banca del Tempo (BDT), la gestione di questo flusso di attività. La BDT facilita lo scambio e garantisce con la sue procedure di accreditamento dei soci la “reputazione” dei propri membri. Si tratta in altri termini di un **circuito alternativo per la costruzione della fiducia** che non passa più attraverso la conoscenza personale ma tramite l’accreditamento di un ente terzo. La BDT svolge in questo modo una funzione di socializzazione sostituendosi all’iniziativa dei singoli nella creazione di rapporti sociali.

La soluzione della Banca del Tempo

La logica dell'intervento è che i cittadini coinvolti nell'attività della BDT vedono aumentare il loro benessere in quanto l'iscrizione alla stessa gli consente contestualmente di migliorare l'utilizzo del proprio tempo, ricorrere in misura minore al mercato per le piccole esigenze e di migliorare i rapporti e le relazioni con il proprio vicinato.

Fig. 1 Il modello logico della Banca del Tempo



I destinatari del progetto

La BDT si rivolge in via prioritaria a tutti i cittadini di qualsiasi età¹⁴, uomini e donne, dell'area Urban. La partecipazione di soggetti non residenti all'interno dell'area Urban, seppur non incentivata, è possibile.

Le attività messe in campo dal progetto sono essenzialmente ascrivibili a tre grandi gruppi e riguardano:

- **promozione della BDT;**
- **gestione della BDT;**
- **socializzazione degli iscritti;**

¹⁴ I minorenni possono iscriversi con il permesso dei genitori.

La **promozione degli eventi della BDT** comprende tutte le iniziative finalizzate alla presentazione della filosofia e dei servizi della banca sul territorio. All'interno di questo macro settore ci sono attività che vanno dall'affissione di locandine, alla consegna di depliant informativi via posta, agli incontri con le associazioni per la presentazione. La BDT viene anche promossa attraverso il sito WEB dell'associazione Sportidea Caleidos, che ha contribuito alla nascita della banca, e attraverso articoli su alcune riviste.

La **gestione** comprende invece l'iscrizione dei soci e la tenuta contabile delle ore versate. Il reclutamento **dei nuovi soci** avviene in più fasi: dopo un primo l'incontro allo sportello, il candidato viene passato ad un "gruppo di accoglienza", formato da membri dell'associazione e della Banca che svolge in breve una verifica sulle motivazioni del candidato e sulla sua rispettabilità. Una volta ammesso, al nuovo socio viene consegnato un pacchetto assegni che gli consente di usufruire di 10 ore di servizi. Chi "compra" la prestazione emette un assegno a chi "svolge" la prestazione e quest'ultimo consegna l'assegno stesso in banca. Gli iscritti per scambiarsi le prestazioni devono quindi transitare attraverso la banca. Le **prestazioni per le quali è consentito lo scambio** sono molteplici:

- accompagnamento, assistenza, compagnia per anziani
- accompagnamento, assistenza (baby sitter), giochi, lettura favole e libri per bambini
- bricolage: generico, riparazioni apparecchiature elettriche, lavori edili (tinteggiatura), riparazioni di falegnameria, riparazioni apparecchiature elettroniche, stencil e decoupage, idraulico, riparazione elettrodomestici
- cucina generica, dolci, etnica, conserve alimentari
- assistenza informatica di base funzionale (sistema operativo, ...), piccole riparazioni, assistenza specializzata (office, internet, word)
- piccole commissioni generiche, piccole commissioni con auto, aiuto per pratiche burocratiche, pagamenti vari
- cucito generico (orli, bottoni, ...), uncinetto, a maglia, ricamo
- consulenze bancarie, fiscali, pensioni, amministrative, arredamento, condominiali, epistolare
- balli latino/americani, ballo liscio, balli occitani
- passeggiata piccoli cani
- ripetizioni generiche chimica, biologia, matematica, fisica, traduzioni specialistiche, conversazioni di Francese, Inglese, Spagnolo, Tedesco
- attività infermieristica generica, iniezioni,
- piccole pulizie, grandi pulizie, stiratura
- passeggiate vere e proprie, accompagnamento culturali

Accanto alle attività di gestione e promozione della banca esiste anche una terza linea dedicata alla **socializzazione degli iscritti** della BDT. All'interno di questa linea vengono svolti gli "incontri sociali" che puntano ad aumentare le occasioni di contatto tra gli iscritti e quindi la "fiducia reciproca". Questi si basano su due tipologie: grossi eventi pubblici cui vengono invitati anche i familiari degli iscritti e più in generale i cittadini del quartiere (e che servono in parte anche come vettore promozionale della BDT) e riunioni interne, finalizzate a rinsaldare la motivazione e a discutere le iniziative della banca, cui invece sono invitati solo gli iscritti.

L'attuazione dell'intervento

La Banca del Tempo è il frutto di una lunga progettazione durata circa quattro anni all'interno dell'associazione sportIdea Caleidos, che in prima istanza aveva concepito l'idea in collaborazione con la Circoscrizione 2. Il gruppo dei soggetti promotori all'interno dell'associazione ha svolto anche una sperimentazione del servizio prima di giungere alla sua programmazione operativa che ha avuto luogo in coincidenza con la preparazione della candidatura ad Urban II. La Banca ha cominciato ad operare da **febbraio 2003** ma il lavoro preparatorio era iniziato ad ottobre dell'anno precedente.

L'associazione SportIdea Caleidos, da subito, ha messo a disposizione due persone che hanno contribuito in prima battuta alla gestione dell'iniziativa. Strada facendo è stato poi inserito un terzo soggetto in veste di coordinatore del servizio, che entrato come socio della BDT, è poi diventato membro dell'associazione. Accanto al gruppo gestionale esiste anche un gruppo di supporto costituito da 8-10 persone membri dell'associazione, che contribuiscono a pensare ed organizzare le attività della banca. Allo sportello di front office fino al settembre **2004** lavorava un operatore banca pagato da Urban mentre ora lo stesso è gestito dai soci della Banca a rotazione.

Le risorse umane impegnate nella BDT

L'**attività di promozione** della BDT si è svolta dai primi mesi del **2003** attraverso diverse iniziative. E' stata effettuata innanzitutto una distribuzione di locandine (**900**) negli esercizi commerciali, negli uffici pubblici e nelle associazioni. Accanto a questa è stato realizzato una distribuzione a tappeto con una serie di **depliant illustrativi (22.000** stampati non tutti distribuiti) recapitati nelle buche delle lettere di tutto il quartiere Urban. E' stato poi predisposto un apposito spazio informativo per la BDT sul sito dell'associazione Sportidea, con informazioni dettagliate sulle attività della stessa. Diversi articoli che descrivevano la BDT e i suoi servizi sono inoltre comparsi **sulle riviste territoriali Q12** (giornale di quartiere che viene distribuito con una tiratura media di 1500 copie) **e sulla rivista dell'associazione Sportidea** (che tira circa **2000** copie).

L'iniziativa è stata inoltre presentata presso tutte le **associazioni del Forum**, attraverso appositi incontri.

Attività di promozione	2003	2004
Locandine	900	-
Opuscoli	22.000	-
Contatti con le associazioni del quartiere	tutte	-
Predisposizione sito Sportidea	realizzato	aggiornato
Pubblicazioni su riviste del territorio	4	2
Eventi pubblici di presentazione	2	4

Nel corso del **2004** alcune attività di promozione non sono state riproposte: non è stato effettuato nessun volantinaggio a tappeto né distribuzione di locandine se non in maniera sporadica in occasione degli incontri pubblici di Urban cui la BDT ha continuato a partecipare. E' invece proseguita l'attività di promozione tramite il sito di sportidea, debitamente aggiornato, e la pubblicazione di articoli su riviste del territorio (anche se in numero minore rispetto al **2004**).

L'**attività di gestione della BDT** è ovviamente partita anch'essa nel **2003**. L'attività di reclutamento dei soci della banca ha avuto inizio prima dell'apertura della stessa dal momento che il raggiungimento di una quota critica era presupposto per l'avvio della BDT (nel **2002** sono entrati a far parte della banca **14** soci). Nell'arco del **2003** l'attività di ammissione ha consentito di accogliere **58** soci mentre l'anno successivo il numero degli ammessi è stato invece di **13**. Alla fine del **2004** i

soci complessivamente presenti erano quindi **85** ma solo una quarantina di essi partecipava effettivamente alle attività della BDT.

Attività di gestione	2002	2003	2004
Ore scambiate	-	729	618
Attività ammesse allo scambio	-	45	50
Nuovi iscritti	14	58	13
Iscritti totali	14	72	85

Le attività di **socializzazione degli iscritti** hanno avuto avvio anch'esse nell'arco del **2002**. L'associazione Caleidos ha predisposto due eventi pubblici, finalizzati alla socializzazione dei soci ed alla presentazione dell'iniziativa: il primo intitolato "Il tempo per un tè" in data 6/12/2002 ed il secondo " Il tempo di un aperitivo" in data 18/12/2002. Nel **2003** e nel **2004** la BDT ha organizzato altri ritrovi tra gli associati nel numero di circa **8** eventi all'anno.

Attività di socializzazione	2002	2003	2004
Eventi pubblici	2	8 circa	8 circa
Riunioni interne per gli iscritti	-	30 circa	30 circa

Le riunioni interne tra gli iscritti si sono svolte con cadenza settimanale tanto nel **2003** quanto nel **2004**, raggiungendo in entrambi i casi i **30** incontri annui.

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Il Progetto Banca del Tempo ha realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

Le 3 attività previste nel programma della Banca del Tempo sono state tutte attivate, senza incorrere in ritardi o riduzioni del programma originale.

La **gestione amministrativa della banca** ha raggiunto un livello soddisfacente di attivazione. In particolare la banca si è dotata degli strumenti informatici di gestione dello scambio, organizzando in maniera autonoma un proprio programma gestionale. Attenzione è stata dedicata anche al processo di reclutamento con un'evoluzione del modello che ha visto maggiormente coinvolti i soci della BDT, che ora gestiscono in piena autonomia questa parte del servizio. L'ingresso di nuovi soci che, dopo il successo del primo anno, ora si è un po' arrestato, dovrà essere riattivato attraverso una nuova campagna di "reclutamento".

La **promozione della BDT** ha realizzato gran parte delle sue iniziative nel corso del 2003. Gli strumenti utilizzati sono stati quelli tradizionali: volantinaggio, locandine e pubblicità su riviste e sito web. I risultati sono stati in linea con le attese anche se, nel giudizio dei responsabili, "il passaparola" ha giocato una componente fondamentale nell'arrivo di nuovi soci. Nel **2004** è stata rallentata la campagna promozionale anche per non eccedere con le iscrizioni. Nell'arco del **2005** partirà una nuova promozione e probabilmente verranno riefettuate le stesse attività svolte nel **2003**.

Le attività di **socializzazione degli iscritti** hanno raggiunto un buon grado di attivazione. Le due tipologie, eventi pubblici e riunioni interne, funzionano a regime sia sotto il punto di vista qualitativo che sotto il punto di vista quantitativo. Gli incontri organizzati dalla BDT hanno funzionato molto bene anche perché esiste una forte volontà aggregativa tra gli iscritti, anche se il gruppo più attivo non va oltre le **30** persone. Nel **2005** si intende ampliare l'offerta di eventi pubblici allargando il ciclo delle conferenze ed introducendo una serie di corsi di riflessologia, lingue e computer.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
gestione amministrativa della banca		X	
promozione della BDT			X
socializzazione degli iscritti			X

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) In che misura la BDT ha coinvolto i soggetti target?

A partire dal **2002** la BDT ha coinvolto complessivamente nelle proprie attività **84** soci¹⁵. La base dei **14** iscritti è andata via via allargandosi con incrementi rispettivamente di **58** unità nel **2003** e di **13** nel **2004**. Pur non esistendo degli obiettivi espliciti di iscrizione, secondo il

¹⁵ Dati forniti dai responsabili del servizio al 30/05/2005.

responsabile di **BDT**, la cifra di nuovi soci raggiunta nel **2003** è da considerare come una quota operativa massima oltre la quale sarebbe difficile andare dal punto di vista organizzativo.¹⁶

La **BDT** era aperta alla partecipazione di chiunque all'interno del quartiere desiderasse scambiare prestazioni in modo gratuito. Non si rivolgeva quindi ad un particolare target né d'età né tantomeno di sesso o di estrazione sociale. Tuttavia era evidente che la particolarità della prestazione che consisteva in cessioni del proprio tempo per lo svolgimento di una qualche attività specifica, avrebbe implicato la selezione dei soggetti che di questa risorsa dispongono maggiormente. Da un'indagine svolta per il report di verifica **2004**, risulta che la composizione è piuttosto varia, ma come atteso, la popolazione degli iscritti risulta essere per il **60%** composta da soggetti non attivi nel mondo del lavoro, pensionati e in numero minore casalinghe. Da un punto di vista professionale la categoria maggiormente rappresentata è quella degli impiegati che sfiora il **20%** degli iscritti e rappresenta oltre il **50%** dei soggetti attivi lavorativamente.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) In che misura gli iscritti alla Banca del Tempo hanno scambiato le ore?

Le ore complessivamente scambiate e depositate presso la BDT dall'apertura della stessa fino alla fine del **2004** sono state complessivamente **1347**. Tra il **2003** ed il **2004** si è verificata una diminuzione del volume dello scambio e delle ore depositate, che sono passate da **729** a **618**. Il rallentamento è ancora più evidente se confrontato con il numero di ore conferite per utente della Banca: nel **2003** ciascun iscritto depositava una media di **10** ore, nel **2004** la quota individuale era scesa a **7**. Ciò sembrerebbe indicare che dopo una prima fase in cui il "passaggio" di ore da un socio all'altro è stato vivace, il ritmo dello scambio si sia affievolito. Il responsabile di BDT ritiene che tali difficoltà siano da collegare ad almeno tre distinti fenomeni. In primis un eccessivo spirito volontaristico che muove molti associati a donare senza preoccuparsi di vedere riconosciute le proprie prestazioni tramite l'assegno. In secondo luogo una tendenza da parte degli associati stessi a conferire gli assegni con grande ritardo o addirittura a perderli. Infine, ma non meno importante, la bassa **attrattività** di molte delle prestazioni presenti nell'offerta di BDT. In altri termini il volume dello scambio risente in maniera determinante della composizione dell'offerta: la presenza di servizi ad alto valore di mercato come per esempio l'idraulico o l'elettricista spingerebbe probabilmente un numero maggiore di persone ad attivare lo scambio.

Da un punto di vista qualitativo lo scambio ha privilegiato in misura maggiore alcune prestazioni. Nella graduatoria delle **5** prestazioni più scambiate risultano al primo posto l'assistenza e le altre attività condotte con bambini. Seguono le assistenze di base all'uso del PC (**110 ore**), il cucito generico (**103**), le ripetizioni d'inglese (**98**) e la cucina generica (**52**).

Le 5 prestazioni più scambiate	n. ore
Assistenza bambini ed attività varie con bambini	136
Computer di base	110
Cucito generico	103
Ripetizioni di inglese	98
Cucina generica	52

¹⁶ Dati forniti dai responsabili del servizio al 30/05/2005. Nel 2005 si è invece verificata una drastica riduzione della partecipazione ed i soci sono scesi a 44

4) **Gli iscritti alla BDT ricorrono in misura minore al mercato?**

Allo stato attuale non esistono informazioni di natura quantitativa che consentano di rispondere a questa domanda. Tuttavia, nell'opinione del responsabile della **BDT**, un effetto di questa natura si è verificato in particolare per tutte quelle piccole prestazioni che solitamente si acquistano sul mercato: piccoli lavori casalinghi come la pittura dei muri o l'intervento di un idraulico, ripetizioni private, consulenze finanziarie, ecc. Più difficile diventa invece verificare se alcune prestazioni assai particolari come l'esperto di cucina etnica che si reca a casa dell'associato a cucinare il cous cous o la lezione con l'esperto di riflessologia sarebbero effettivamente state sostituite con una prestazione analoga acquisita sul mercato. Nel complesso le attività del primo tipo sono comunque preponderanti all'interno dell'offerta di **BDT**: è quindi ipotizzabile che la presenza della stessa abbia determinato un minor ricorso al mercato dei suoi iscritti.

5) **Gli iscritti migliorano l'utilizzo del proprio tempo?**

Proposta di approfondimento:

Dal momento che non esistono informazioni per rispondere a questo quesito, si propone di attivare una piccola indagine tra gli iscritti finalizzata a verificare se la partecipazione a BDT ha effettivamente consentito loro di ottimizzare la gestione del proprio tempo.

Scheda n.4: Il Progetto Nuove Droghe

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto *Nuove Droghe* e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Il consumo di nuove droghe: un fenomeno in crescita

Il consumo di **sostanze psicoattive** e soprattutto di quelle di sintesi (o nuove droghe) rappresenta un fenomeno largamente diffuso all’interno della comunità giovanile. Tale consumo, infatti, iniziato negli anni ’90, ha conosciuto una veloce espansione tanto a livello nazionale quanto a livello locale. I dati dell’ultimo rapporto nazionale sulle tossicodipendenze¹⁷ mostrano infatti come una proporzione significativa dei consumatori si stia rivolgendo verso tipologie di stupefacenti compatibili con la vita sociale come gli stimolanti (cocaina ed ecstasy) e i cannabinoidi¹⁸, di facile reperibilità sul mercato, e costo contenuto

L’inadeguatezza del SERT

Alla crescita quantitativa del fenomeno non si è accompagnata tuttavia un adeguato sviluppo delle tecniche di contrasto. Le tradizionali forme di cura e prevenzione si sono rivelate spesso insufficienti. I Ser.T, ad esempio, non vengono sempre riconosciuti dai consumatori problematici come punto di riferimento: i giovani, infatti, faticano a riconoscere la problematicità dei loro comportamenti di uso/abuso di sostanze psicotrope e difficilmente si rivolgono a queste strutture di cura.

Analizzando i dati di frequenza del Ser.T ci si accorge infatti che in Italia nel corso degli ultimi anni, fra i nuovi utenti (cioè fra gli utenti che si sono presentati per la prima volta ad un Ser.T. la percentuale di giovanissimi (< 20 anni) è diminuita dal **10% all’8%**¹⁹, a fronte comunque di stime crescenti sull’incidenza dei consumi nella popolazione. All’interno del problema sociale generale della crescente diffusione di queste nuove sostanze stupefacenti esiste quindi un problema specifico legato alla risposta sanitaria e sociale.

La strategia d’intervento

Il Progetto Nuove Droghe si sostanzia in un intervento che agisce sulla capacità del sistema sanitario di adeguare le proprie risposte alle caratteristiche peculiari di questa forma di tossicodipendenza. Il Progetto Nuove Droghe basa la sua azione su un meccanismo causale che prevede che la capacità del sistema di intercettare i consumatori (aumento dei soggetti che vengono trattati dai servizi sanitari) possa essere aumentata attraverso l’azione di due fattori: da un lato **l’aumento di efficacia dei tradizionali servizi per le tossicodipendenze e degli operatori sociosanitari** nell’individuazione e nella cura dei soggetti consumatori; dall’altro un maggior grado di informazione sulle Nuove Droghe diffusa tra i giovani della fascia a rischio e tra le persone che più da vicino possono condizionare il loro comportamento, genitori ed educatori.

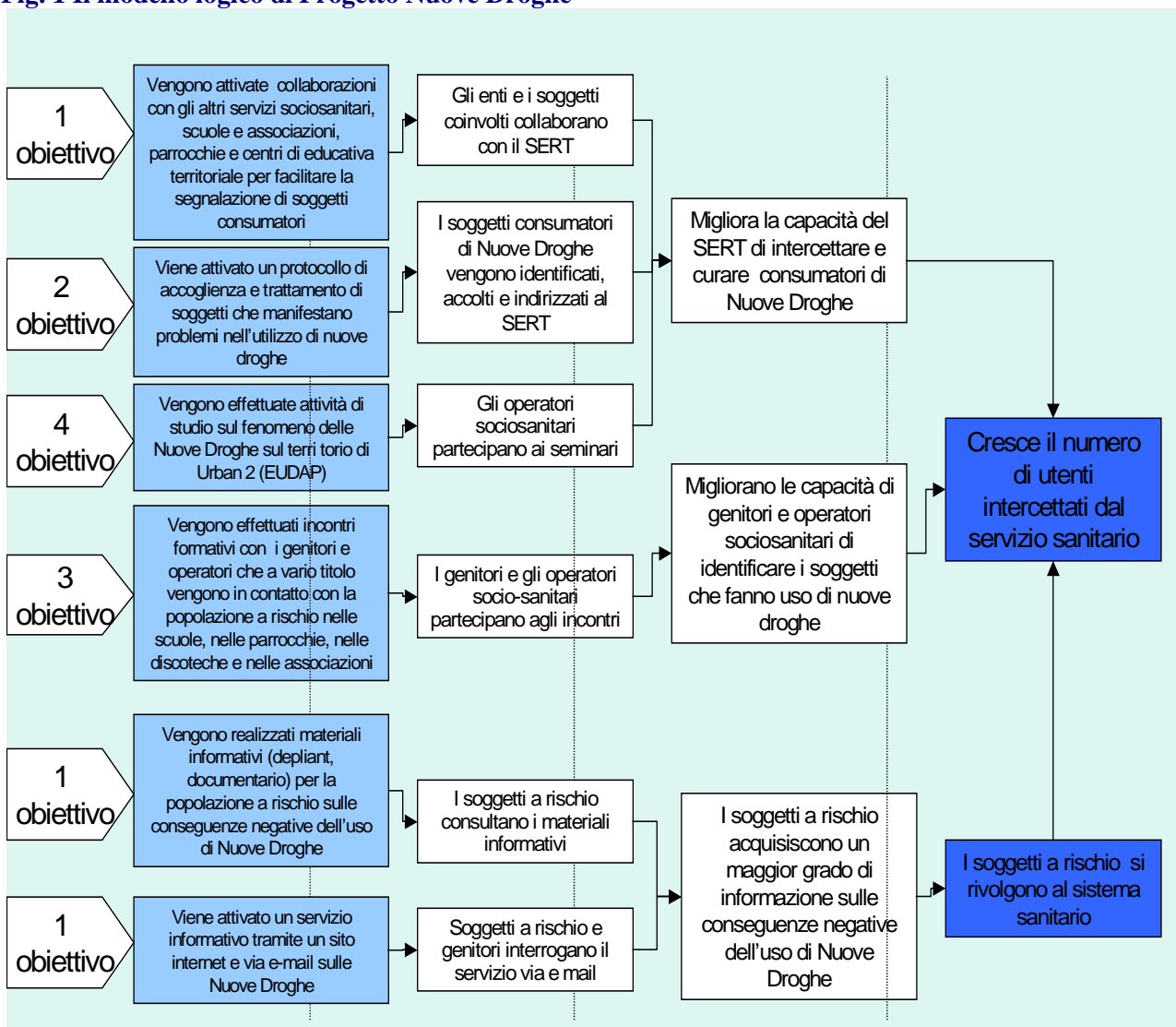
¹⁷ L’ultimo rapporto nazionale è del 2004.

¹⁸ Terenzio Fava, Federico Ferraro, I giovani e le nuove droghe: atteggiamenti e consumo, Quaderni FNE Collana Ricerche, n. 18 – febbraio 2004, pag. 16

¹⁹ Terenzio Fava, Federico Ferraro, I giovani e le nuove droghe: atteggiamenti e consumo, Quaderni FNE Collana Ricerche, n. 18 – febbraio 2004, pag. 18

Il primo risultato, **la crescita d'efficacia del sistema sociosanitario**, viene raggiunto attraverso una crescita delle capacità professionali degli operatori e l'attivazione di percorsi di collaborazione tra i servizi sanitari e non sul tema specifico delle Nuove droghe. L'idea di fondo è che operatori più preparati su un versante e **procedure formalizzate di rinvio** (protocolli), tra i diversi servizi sanitari e non, possano garantire una più celere e fruttuosa identificazione delle situazioni patologiche. Il secondo risultato, **un maggior grado di informazione** secondo il progetto, può essere raggiunto attraverso una forte attività informativa basata su incontri tematici, su depliant e documentari attraverso i quali vengono veicolate informazioni sulle conseguenze dell'uso delle sostanze stupefacenti. I ragazzi della fascia a rischio dovrebbero attivare, sulla base di informazioni non allarmistiche ma professionali e competenti, comportamenti virtuosi, evitando se possibile, o comunque riducendo, con l'obiettivo di una graduale astensione dovuta all'aumentata consapevolezza, il consumo di dette sostanze. Nel contempo i genitori, gli insegnanti, e tutto il mondo adulto a vario titolo a contatto con i giovani, adeguatamente informati e preparati ad un confronto serio sulle problematiche sottostanti al consumo di sostanze ad esso conseguenti, potrebbero migliorare in tal senso la loro precipua azione educativa.

Fig. 1 Il modello logico di Progetto Nuove Droghe



I destinatari dell'intervento sono sostanzialmente di tre tipi: i giovani compresi nella fascia a rischio, i genitori e gli operatori sociosanitari del quartiere Urban II. In altre parole il progetto si propone

I destinatari dell'intervento

di raggiungere tutti i soggetti che costituiscono la popolazione a rischio per l'utilizzo delle nuove droghe e i soggetti che di questa popolazione possono da un lato condizionarne i comportamenti, dall'altro rappresentarne i riferimenti per la corretta informazione.

Il verificarsi delle ipotesi e del modello logico sopra descritto, viene perseguito dal Progetto Nuove Droghe attraverso **quattro obiettivi programmatici**:

- La creazione di un "sistema di monitoraggio e aggancio" in grado di identificare soggetti con uso problematico di sostanze psicotrope;
- Lo sviluppo di competenze e procedure per l'accoglienza, il monitoraggio, il trattamento di questi soggetti, parallelamente alla popolazione già trattata dal SERT;
- La standardizzazione delle conoscenze scientifiche sul fenomeno delle nuove droghe tra gli operatori che a vario titolo vengono in contatto con il mondo giovanile;
- La valutazione dell'efficacia di programmi di sensibilizzazione e informazione effettuati su ragazzi delle classi superiori di scuole medie presenti sul territorio;

Il raggiungimento degli obiettivi programmatici è assicurato dallo svolgimento di tutta una serie di attività "elementari" che per maggior semplicità possono essere raggruppate in cinque grandi **linee di azione**:

Le linee d'azione del Progetto

- *attivazione della rete dei servizi socio-sanitari e delle agenzie pubbliche e private che a vario titolo vengono in contatto con la popolazione giovanile;*
- *produzione e diffusione di informazioni presso la popolazione giovanile residente e i soggetti prossimi (educatori e genitori) sulle patologie derivanti dall'utilizzo di nuove droghe*
- *attivazione all'interno al SERT di un protocollo di trattamento e accoglienza per soggetti che manifestano problemi nell'utilizzo di nuove droghe;*
- *produzione di formazione tematica per gli operatori sanitari sulle nuove droghe;*
- *effettuazione di studi inerenti le metodologie di intervento sulla fascia di soggetti a rischio;*

Nella prima linea dedicata **all'attivazione della rete dei servizi sociosanitari** sono collocate tutte le attività finalizzate a garantire un più efficace funzionamento della rete dei servizi socio sanitari in termini di aggancio e segnalazione dei soggetti a rischio. Si va quindi dalla semplice **attività di contatto e presentazione del Progetto** con enti pubblici e privati che operano con i giovani della fascia d'età 14-30, alla effettuazione di **riunioni operative** con gli enti che desiderano collaborare attivamente, per giungere, infine, alla predisposizione di veri e propri **protocolli di individuazione, contatto, monitoraggio ed eventualmente invio** dei soggetti con patologie riconducibili all'uso di nuove droghe.

Nella seconda linea che potremmo definire **informativa** sono ricomprese, invece, tre distinte attività:

- *la produzione di incontri informativi;*
- *la realizzazione di un sito internet;*
- *la realizzazione di depliant informativi;*

Gli **incontri informativi** sono organizzati in forma seminariale per diverse tipologie di soggetti: giovani della fascia d'età a rischio (14-30 anni), genitori ed educatori (insegnanti ed altre figure) e si svolgono normalmente in strutture come scuole, parrocchie, associazioni ed altri luoghi

di aggregazione. Il **sito internet**, raggiungibile all'indirizzo www.recreationaldrug.it, è invece finalizzato all'erogazione di consulenza on-line sulle Nuove Droghe. All'interno del sito è infatti presente una sezione attraverso la quale è possibile, compilando un modulo, richiedere informazioni puntuali sulle diverse tipologie di sostanze stupefacenti e sulle conseguenze connesse al loro consumo. I **depliant informativi**, infine costituiscono lo strumento per una veloce e facilmente diffondibile informazione di base sulle Nuove Droghe nonché lo strumento di pubblicizzazione del Progetto e delle altre attività da quest'ultimo sviluppate. Il depliant viene utilizzato con diverse modalità distributive da utilizzare in diverse contesti come presentazioni, feste, incontri, ecc..

Le attività informative

La terza linea si compone invece delle attività in qualche modo finalizzate a rendere più efficace l'intervento del SERT sui consumatori di Nuove Droghe. Le **attività elementari** riconoscibili all'interno di questa linea sono sostanzialmente tre:

- *formazione specifica per operatori SERT;*
- *definizione di un protocollo di accoglienza e trattamento per i soggetti consumatori di nuove droghe;*
- *realizzazione di spazi per l'accoglienza ed il trattamento;*

Nella quarta linea che chiamiamo **formativa** vengono invece comprese tutte quelle attività svolte con gli operatori socio-sanitari e tese allo sviluppo della loro capacità di intercettare i soggetti consumatori. Si tratta di interventi formativi di varia entità (corsi e seminari) e tematiche, svolti con diverse tipologie di operatori: medici di base, operatori pronto soccorso, psicologi dei servizi ASL, educatori, operatori del privato sociale ecc. All'effettuazione del corso si accompagna solitamente la produzione di materiale didattico che viene consegnato ai partecipanti.

Nella quinta linea, infine, trovano collocazione una serie di attività finalizzate alla **sperimentazione e validazione** degli strumenti di prevenzione. Tali attività, svolte all'interno del programma europeo EUDAP, sono sostanzialmente identificabili con:

- *predisposizione di un protocollo di studio (clinical trial randomizzato) e predisposizione di un intervento preventivo school based;*
- *effettuazione dello studio sul campo;*
- *analisi delle informazioni derivanti dall'attività di studio e verifica dell'efficacia dell'intervento di prevenzione;*

L'attuazione dell'intervento

Il progetto Nuove Droghe è stato avviato nel Novembre del **2002**, coinvolgendo un primo **Gruppo Operativo** di soggetti dell'ASL2 composto da 8 persone. Ad oggi lo staff del progetto è invece composto da:

Lo staff del Progetto Nuove Droghe

- N.3 Medici
- N.3 Psicologi
- N.3 Educatori
- N.1 Amministrativa
- N. 1 Professore Docente Università di Torino - Dipartimento di Sanità Pubblica e Microbiologia
- N. 1 Consulente Università di Torino

Dei suddetti operatori, 8 sono dipendenti dell' A.S.L. 2, mentre un medico e uno psicologo sono consulenti a 20 ore settimanali. Il Gruppo operativo si incontra con cadenza quasi settimanale. Nel **2004** gli incontri effettuati sono stati **33** e l'anno successivo sono stati **30**.

Attività del Gruppo Operativo	2003	2004
Riunioni gruppo operativo SERT/URBAN 2	33	30

Le prime attività realizzate dopo la stipula della Convenzione con l'Università degli studi di Torino, Dipartimento Sanità Pubblica e Microbiologia, sono coincise con l'attivazione delle consulenze tecniche previste e la predisposizione di una segreteria per il progetto. Accanto a questa attività preparatorie è stata sviluppata anche una ricerca finalizzata alla creazione di una banca dati informativa sulle sostanze d'uso, più comunemente annoverate tra le droghe ricreative e sui loro correlati sanitari, culturali e sociali. Questa banca dati doveva costituire la base per la redazione del materiale formativo e informativo del progetto. Nei primi mesi del **2003** è stata realizzata inoltre una mappatura del territorio con l'individuazione di scuole, associazioni e parrocchie, con le quali avviare un programma d'azione finalizzato a far crescere la sensibilità culturale verso il problema delle Nuove Droghe. Quest'attività preliminare si è resa necessaria per procedere, in un secondo momento, a contattare ed incontrare tutte le istituzioni pubbliche e private che in qualche modo sono a contatto con i giovani e possono esercitare un'influenza sulla loro educazione.

L'attivazione della rete dei servizi socio sanitari

Per quanto riguarda l'attivazione della rete dei servizi socio sanitari, nel corso del **2003** sono stati effettuati incontri di coordinamento con diverse agenzie pubbliche e private del territorio, finalizzati alla presentazione del progetto ed alla creazione di collaborazioni per una più efficace e celere segnalazione dei casi a rischio al SERT. In quest'attività sono state contattate parrocchie, circoscrizioni, scuole, centri giovani ed associazioni. Una collaborazione particolare è stata avviata con il Coordinamento del Progetto Giovani. Sempre nel corso del **2003** è stato istituito inoltre un Gruppo di coordinamento con altri servizi sanitari in cui era presente il gruppo operativo del Sert e rappresentanti dei Distretti Sanitari 1 e 2, nonché dell'Università di Torino: tale gruppo ha effettuato **6** incontri nell'arco del primo anno.

Attività di sviluppo della rete	2003	2004
Incontri di coordinamento con enti del territorio Urban	32	35
Riunioni gruppo di Coordinamento	6	9

Nel corso del 2004 le attività di incontro periodico dei soggetti coinvolti nella rete sono continuate sulla falsariga dell'anno precedente. In particolare è stata sviluppata la collaborazione con i

rappresentanti delle Circoscrizioni 2 e 3, con i responsabili di “Centro Dentro” e Progetto GPT2, con la Polizia Municipale del territorio e con gli educatori professionali del progetto “Zona di confine”.

Per quanto riguarda le **attività informative** nel corso del primo anno sono state effettuate perlopiù iniziative preparatorie. Negli istituti superiori “Sociale”, “Itis Ferrari” e “Colombatto” sono state realizzati incontri con il corpo docente, propedeutici alla realizzazione dei momenti informativi veri e propri. Al Liceo Cottini, invece, è stato realizzato un primo incontro informativo tanto con gli studenti quanto con i genitori, nell’ambito del progetto EUDAP.

Le attività di informazione

E’ stato inoltre realizzato un sito internet con lo scopo di fornire consulenza on line a giovani e genitori. Il sito web è stato realizzato in collaborazione con il CED dell’Ospedale Martini ed è stato attivato a dicembre **2003**. Nel corso dell’anno si è provveduto inoltre alla realizzazione di vario materiale informativo: una brochure ufficiale del progetto (in collaborazione con la cooperativa ESSERCI) e altri depliant. Dei due prodotti sono stati distribuiti rispettivamente, **400** e **100** copie. Nel corso del **2003** il Progetto Nuove Droghe è stato anche presente con un proprio stand all’inaugurazione di Piazza Livio Bianco, evento svoltosi sotto l’egida di Urban 2.

Attività di informazione	2003	2004
incontri informativi con insegnanti ed educatori	5	8
incontri informativi con operatori agenzie del territorio	2	3
incontri informativi con genitori	1	2
incontri informativi con soggetti età a rischio	1	11
sito web	attivazione	Implementazione
copie brochure	400	500
depliant informativi	100	300
presenza informativa ad eventi pubblici	1	1

Nel corso del **2004** si sono invece attivati dei veri e propri incontri informativi. Nell’Istituto Ferrari sono stati svolti **3** incontri sul tema delle Nuove Droghe con la presenza di **8** docenti in tre diverse giornate. Sullo stesso tema sono stati effettuati anche **4** incontri con **10** educatori dell’Educativa Territoriale gestita dalla Cooperativa Esserci. Anche i genitori del Liceo Artistico Cottini sono stati coinvolti in due momenti informativi, con una presenza di circa **20** partecipanti ad incontro. Un incontro informativo a carattere medico è stato effettuato con **150** studenti di 3° e 5° superiore dell’istituto Maria Mazzarello. Infine è stata organizzata una giornata seminariale sul tema “Zone di confine tra Territorio servizio ed Istituzioni” rivolta ad operatori sociali ed educatori delle diverse realtà del territorio Urban (**52** partecipanti). Il sito internet è stato ulteriormente implementato con nuovi contenuti e funzionalità. È stato attivato inoltre un indirizzo e-mail cui inviare eventuali richieste di consulenze on line. Si è poi proceduto a rafforzare l’attività di realizzazione di materiale divulgativo, attraverso collaborazioni con il progetto “Zona di Confine”, e con la produzione di un documentario realizzato in collaborazione con Progetto Atelier. Infine nel corso del **2004** il Progetto Nuove Droghe è stata anche nuovamente presente con un proprio punto informativo ad eventi pubblici svoltisi sotto l’egida del programma Urban 2.

Nell’ambito delle **attività di formazione** nel corso del **2003** sono stati programmati corsi rivolti a diverse tipologie di utenti: medici di base, pediatri e operatori del Pronto Soccorso. Nell’arco dell’anno solo la formazione per i medici di base e pediatri è entrata nella fase operativa. Il corso destinato ai medici generici ed ai titolari di pediatria dell’ASL 2 ed intitolato “Il poliabuso di sostanze psicotrope tra sperimentazioni e nuovi rischi per la salute: un approccio integrato tra Medicina Generale e Medicina delle Dipendenze”, si è svolto in due incontri che

Le attività di formazione

hanno visto la partecipazione complessiva di **94** persone. I corsi rivolti alle altre tipologie di utenti hanno visto invece solo la realizzazione di attività propedeutiche alla somministrazione dell'evento formativo.

Nel corso del **2004** non sono stati effettuati incontri di formazione con il personale sanitario dell'ASL 2.

<i>Attività di formazione</i>	2003	2004
seminari di formazione con medici di base	2	0

Per quanto riguarda , infine, l'**effettuazione di studi inerenti le metodologie di intervento sulla fascia di soggetti a rischio** nel **2003** è stata attivata in via sperimentale una prima attività informativa rivolta a **40** giovani del "Liceo artistico Cottini" nell'ambito del progetto EUDAP²⁰ della Comunità Europea coordinato dall'Università di Torino. Nel corso del **2004** sono state coinvolte nel progetto EUDAP anche l'Istituto Colombatto , l'ITIS Enzo Ferrari, il Sella ed il Majorana.

²⁰E' l'EUropean Drug Addiction Prevention trial, un programma finanziato dall'Unione Europea

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1. Il Progetto Nuove Droghe ha realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

Il **Progetto Nuove Droghe** ha attivato quasi tutte le iniziative previste nel proprio piano operativo. Delle 12 attività programmate 11 sono state avviate tra il **2003** ed il **2004**: i seminari di formazione con operatori del pronto soccorso, che hanno incontrato delle difficoltà realizzative legate alla complessità di liberare personale per la formazione in orario di lavoro, saranno avviati nel corso del 2005. Il livello di attivazione è mediamente buono: le attività avviate sono da considerarsi perlopiù “a regime”, ma osservazioni più precise possono tuttavia essere condotte a livello di singola attività. Gli **incontri informativi con gli insegnanti, per esempio**, hanno raggiunto un livello di attuazione soddisfacente. Sono state contattate tutte le scuole superiori del territorio Urban e, tra queste, sono state coinvolte direttamente la Colombatto, l’Itis Ferrari, il Cottini ed il Maiorana. Allo stato attuale gli incontri si sono svolti solo all’ITIS Ferrari a causa della difficoltà di coinvolgimento dei docenti che pur manifestando attenzione ed interesse si rivelano poco disponibili nella realizzazione concreta delle attività. Discorso analogo può esser fatto per gli **incontri informativi con i genitori** anch’essi attivati in un unico istituto, il Liceo Cottini,: il grado di attuazione è anche in questo caso da considerarsi solo soddisfacente perchè si sperava di riuscire ad attivare un maggior numero di incontri. Ciò non è stato possibile per lo scarso interesse manifestato dai genitori ad iniziative di questo tipo. Per quanto riguarda invece gli **incontri informativi con operatori di agenzie del territorio**, l’attività risulta essere ampiamente avviata e ben funzionante. Gli enti contattati sono stati diversi e rappresentativi della realtà del territorio: associazioni, servizi sociali comunali, circoscrizioni, cooperative sociali ed associazioni sportive. Il problema anche in questo caso è quello del coinvolgimento dei soggetti: è complesso riuscire a far partecipare le persone agli incontri, anche se questi avvengono nei momenti di coordinamento dove sono presenti più enti. L’attività di **incontro informativo con i ragazzi** ha invece raggiunto un **buon** livello di attuazione. I ragazzi sono stati contattati perlopiù all’interno delle scuole, in particolare in due incontri svolti all’Istituto Cottini e all’istituto Mazzarello. I giovani della fascia a rischio sono stati informati anche tramite un servizio itinerante svolto dal camper della cooperativa ESSERCI, che ha costituito un punto mobile d’informazione posizionato in diverse parti del quartiere o presente in occasioni di aggregazione giovanile come concerti e discoteche.

Anche l’attività di **realizzazione di locandine e depliant informativi** ha raggiunto un buon livello di attuazione. Gli strumenti, locandine e depliant informativi, sono stati realizzati ed ampiamente rivisti nel corso dei due anni d’attività al fine di migliorare la loro qualità. Anche l’attività di diffusione si è svolta seguendo il programma originale. Restando nel campo degli strumenti informativi, la **realizzazione e manutenzione del sito web** è stata altresì buona. Il sito è attivo dal **2003** ed è stato più volte rivisto ed aggiornato. Tuttavia l’utilizzo da parte degli utenti è ancora basso. In particolare viene utilizzato molto poco il servizio d’interrogazione diretta degli esperti che doveva costituire il “plus” del sito.

Sulle attività di formazione il giudizio dei responsabili sull’attuazione dei **seminari di formazione con medici di base** è molto positivo. Le attività pianificate sono state svolte nei tempi previsti con grossa soddisfazione da parte dell’utenza per contenuti e modalità di erogazione. Rimane il problema della formazione per gli operatori del pronto soccorso per la quale

sono stati effettuati tuttavia una serie di incontri preliminari che consentiranno di avviare i corsi durante il 2005.

Infine, nel giudizio dei responsabili del programma, risulta essere buono anche il livello di attuazione delle **riunioni di coordinamento con enti del territorio Urban, delle riunioni del Gruppo di Coordinamento e del gruppo operativo SERT/URBAN 2**. Queste ultime, in particolare si stanno svolgendo secondo le previsioni con una cadenza di circa un incontro ogni 15 giorni.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
incontri informativi con insegnanti		X	
incontri informativi con operatori agenzie del territorio			X
incontri informativi con genitori		X	
incontri informativi con ragazzi			X
realizzazione e manutenzione del sito web		X	
realizzazione di locandina e depliant informativi			X
seminari di formazione con medici di base			X
riunioni di coord.mento enti del territorio Urban			X
riunioni gruppo operativo SERT/URBAN 2			X
riunioni del gruppo di Coordinamento			X

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2. Il progetto Nuove droghe ha effettivamente raggiunto le popolazioni target dell'intervento?

Il progetto **Nuove droghe** si dirigeva a diversi popolazioni obiettivo. Un giudizio sulla capacità del programma di raggiungere effettivamente le **popolazioni target** deve quindi essere necessariamente articolato su ciascuna azione. In linea generale si può tuttavia affermare che le singole azioni del programma sono state tutte erogate rispettando i destinatari originariamente previsti. Le diverse popolazioni target sono state tuttavia "coperte" in misura diversa. Per quanto riguarda la **partecipazione dei docenti delle scuole superiori** ai momenti informativi nel biennio 2003-2004 sono stati complessivamente **83** i soggetti che vi hanno preso parte. Tra primo e secondo anno si è verificato un dimezzamento del numero complessivo di partecipanti dovuto al fatto che dopo l'esperienza del primo anno ci si è riferiti ad un target più ristretto di soggetti, rivolgendosi soltanto a quelli che avevano dimostrato una maggior disponibilità a collaborare.

Dal momento che il totale dei docenti nelle scuole in oggetto somma a **569** il grado di copertura attuale ruota intorno al **12%** dei potenziali utenti. Tale risultato può essere considerato positivo perché nell'esperienza dei responsabili del programma, il raggiungimento di tali percentuali in un contesto di partecipazione non coatta è un ottimo risultato.

Partecipazione docenti	2003	2004
docenti scuole superiori	50	33

Per quanto riguarda gli **incontri con operatori di agenzie del territorio** nei due anni del programma sono stati coinvolti complessivamente **130** soggetti. Nel primo anno gli incontri hanno visto la partecipazione di **40** tra educatori ed operatori sociali. Tra il primo ed il secondo anno c'è stata una decisa crescita dei soggetti raggiunti dall'attività informativa che sono cresciuti fino ad un totale di **90**: la crescita è dovuta, in particolare, al progressivo coinvolgimento di nuovi enti ed alla risposta più significativa di quelli che avevano già partecipato in precedenza.

Partecipazione incontri informativi	2003	2004
operatori sociali	20	52
educatori	20	20
operatori della polizia municipale	-	18

Gli **incontri informativi svolti con i genitori** nelle scuole hanno visto una partecipazione stabile nei due anni oggetto dell'analisi. Ovviamente l'aver lavorato con un'unica classe delle scuole superiori ha consentito di fare un'ottima esperienza che tuttavia ha avuto un valore prettamente sperimentale. Il grado di copertura assicurato risulta essere infatti abbastanza basso. Se pensiamo che le famiglie dei ragazzi nella fascia "a rischio" **14-30** nelle scuole del quartiere Urban sono **4790**²¹ e che il programma ne ha coinvolte solo **80** (nei due anni di attività in esame), vediamo come il grado di copertura si attesti sul **1,7%** e sia quindi ancora relativamente basso. I responsabili del progetto segnalano tuttavia come la partecipazione dei genitori costituisca un elemento tradizionalmente debole di programmi come questo e che, di conseguenza, la risposta pur essendo inferiore alle attese, può considerarsi in linea con esperienze analoghe svolte in altri paesi europei.

Partecipazione genitori	2003	2004
genitori Liceo artistico Cottini	40	40

Gli **incontri informativi svolti con i giovani nelle scuole** hanno visto una partecipazione degli studenti nei due anni di **190** unità. Considerando che gli studenti delle scuole con le quali si è avviata la collaborazione sono in totale **4790** il grado di copertura della popolazione scolastica nei due anni è stata del **4%**. L'obiettivo del programma tuttavia non è quello di coprire l'intera popolazione ma di lavorare in profondità su piccoli gruppi, moltiplicando il numero degli incontri con li ragazzi.

Partecipazione giovani	2003	2004
studenti 3 e 5 Istituto Maria Mazzarello	-	150
studenti Liceo artistico Cottini	40	-

Per quanto riguarda infine la partecipazione dei medici di base e dei pediatri ai corsi di formazione i risultati sono stati molto positivi. I partecipanti nei due anni sono stati complessivamente **72** su un totale di medici di base dell'area ASL2 assommabili a **255**: grado di copertura della popolazione è stato quindi del **28%** circa. Tale risultato, nell'opinione dei responsabili, è assai superiore alla media di partecipazione per eventi formativi di questo tipo.

Partecipazione personale socio sanitario	2003	2004
medici di Medicina generale e Pediatri	72	-

²¹ Numero ottenuto sommando tutti gli studenti delle scuole del quartier Urban coinvolte nel progetto nuove droghe

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3. I genitori ed i giovani utilizzano il sito internet?

Stabilire in che misura il sito internet viene utilizzato da genitori e giovani è alquanto complesso allo stato attuale. I dati di consultazione del sito non sono purtroppo disponibili, in quanto non è stato mai attivato un contatore che fosse in grado di verificare il numero e la qualità dei contatti giornalieri. L'unico dato disponibile per farsi un'idea dell'utilizzo del sito internet è quello relativo ai servizi di secondo livello, che si configurano come vere e proprie consulenze on line. Tuttavia nel corso dei due anni di attività il numero complessivo di richieste di consulenza è stato molto basso pari a **5**. Le ragioni di questo basso utilizzo vengono imputate dai responsabili del programma a due ragioni:

- un basso interesse dei giovani per argomenti sui quali si ritengono già sufficientemente informati;
- una bassa capacità e propensione dei genitori all'utilizzo di mezzi informatici per reperire informazioni di questo tipo;

Accanto a queste sussistono tuttavia anche delle considerazioni relative alla reperibilità del sito on line. Il nome scelto, **recreational drug**, non è di uso comune e questo penalizza l'individuazione del sito nelle ricerche su Internet.

4. I giovani che frequentano i corsi migliorano effettivamente la loro capacità di comprendere le conseguenze negative legate all'uso delle Nuove Droghe?

Proposta di supplemento d'indagine:

Su questa sezione si propone un supplemento di indagine per verificare attraverso un questionario d'ingresso ed uno d'uscita dal corso l'acquisizione di competenze sugli effetti negativi delle nuove droghe. La risposta a questo quesito potrebbe essere fornita sulla base delle risultanze dell'analisi dei dati EUDAP. Tali informazioni saranno disponibili solo a partire da settembre 2005.

5. I medici che frequentano i corsi migliorano la loro informazione sul fenomeno delle nuove droghe?

I risultati dei test di apprendimento svolti dai medici di base e dai pediatri per l'accreditamento ECM del percorso formativo sostenuto, indicano il buon esito del processo formativo. Su **72** corsisti che si sono sottoposti agli esami pre e post corso, si rileva infatti una percentuale di esami positivi del **100%** (percentuale di soggetti che hanno ottenuto un voto almeno sufficiente nei test sul totale dei soggetti che hanno effettuato il test finale). Inoltre gli stessi partecipanti ai corsi giudicano positivamente la rilevanza del corso rispetto alle loro necessità formative sulla materia (**70 su 72**) e la qualità del corso stesso (**65 su 72**). Inoltre a rafforzare l'impressione che il corso abbia svolto un'azione positiva sul personale medico, va rilevato come a seguito dello stesso si sono verificate segnalazioni ai servizi del SERT da parte di medici di base.

6. Le strutture sanitarie dedicate alle tossicodipendenze hanno effettivamente migliorato la loro capacità di intercettare i soggetti consumatori?

Nel periodo oggetto di analisi il SERT ha intercettato **32** utenti per patologie connesse all'uso di nuove droghe. Rispetto al periodo precedente all'avvio del progetto (a far data fine dicembre 2002) che aveva visto un numero complessivo di soggetti contattati pari a **24**, è cresciuta la capacità del SERT di agganciare soggetti che presentano problematiche relative alle nuove

droghe, a fronte di un trend di decrescita del fenomeno nella popolazione. Sui **32** contatti complessivi verificatisi, **15** utenti sono stati presi in carico dal SERT (con 3 familiari).

Utenti trattati dal SERT	2003	2004
numero utenti contattati dal SERT per patologie da nuove droghe	11	21
numero utenti trattati (ritenuti) dal SERT per patologie da nuove droghe	5	10
numero utenti segnalati al SERT da altri enti	4	6

Scheda n. 5: Il Progetto Formazione Operatori Sociosanitari

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto *Formazione Operatori Socio sanitari* e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Il benessere socio sanitario dei cittadini di un territorio rappresenta un “bene” della comunità. I costi del **disagio e dell’esclusione**, fenomeni montanti nelle moderne realtà urbane, si scaricano, infatti, sull’intera collettività. Le nostre città sono ambienti in cui la parte più debole della cittadinanza (anziani, malati ed immigrati), spesso sradicata dal proprio ambiente originale, fatica a riconoscere e sfruttare le **reti di assistenza formali ed informali** del territorio, ed sperimenta sempre più frequentemente situazioni di progressivo “isolamento”. In altre parole, l’individuo si dimostra incapace di **sfruttare “le risorse sociosanitarie”** che la sua realtà gli mette a disposizione

Il valore del benessere sociosanitario

I “limiti” della rete dei servizi sociali e sanitari

Questo accade ancor più nei moderni sistemi di welfare dove il benessere dei cittadini, in campo socio sanitario, è assicurato **dall’azione congiunta di pubblico e privato**. Accanto ai tradizionali servizi pubblici uno spazio sempre più ampio della rete di assistenza, infatti, è garantito dai servizi del cosiddetto **privato sociale** che, con la sua offerta, integra e completa quella pubblica. Il settore pubblico ed il privato sociale pur sforzandosi di coordinare le proprie attività e di offrire un’azione congiunta, spesso finiscono per rappresentare al cittadino **un’offerta disorganica** in cui lo stesso fatica ad orientarsi.

La presenza e l’operativa di questa “rete di servizi” non sempre è chiara in primis agli stessi operatori sociosanitari, sia pubblici che privati, che, di conseguenza, faticano a rappresentare all’utente le diverse possibilità che allo stesso si offrono in termini di assistenza. Per questa ragione gli operatori socio sanitari di un territorio dovrebbero non soltanto ragionare in termini di erogatori del proprio servizio quanto porsi come veri e propri **“promotori” del più ampio sistema d’assistenza**. In altri termini il loro intervento dovrebbe consentire agli utenti di accedere al servizio più indicato per le loro necessità. Per ottenere questo risultato è però necessario che gli operatori siano in grado di riconoscere l’esistenza di un complesso arcipelago di risorse sociali e sanitarie formali e informali sul territorio e di utilizzarle nel modo migliore possibile. Ciò anche per cercare di superare la difficoltà a funzionare in rete in modo sistemico, a causa dei vincoli burocratici esistenti (i servizi ad alto vincolo in genere funzionano secondo protocolli, che non rendono fluida la rete).

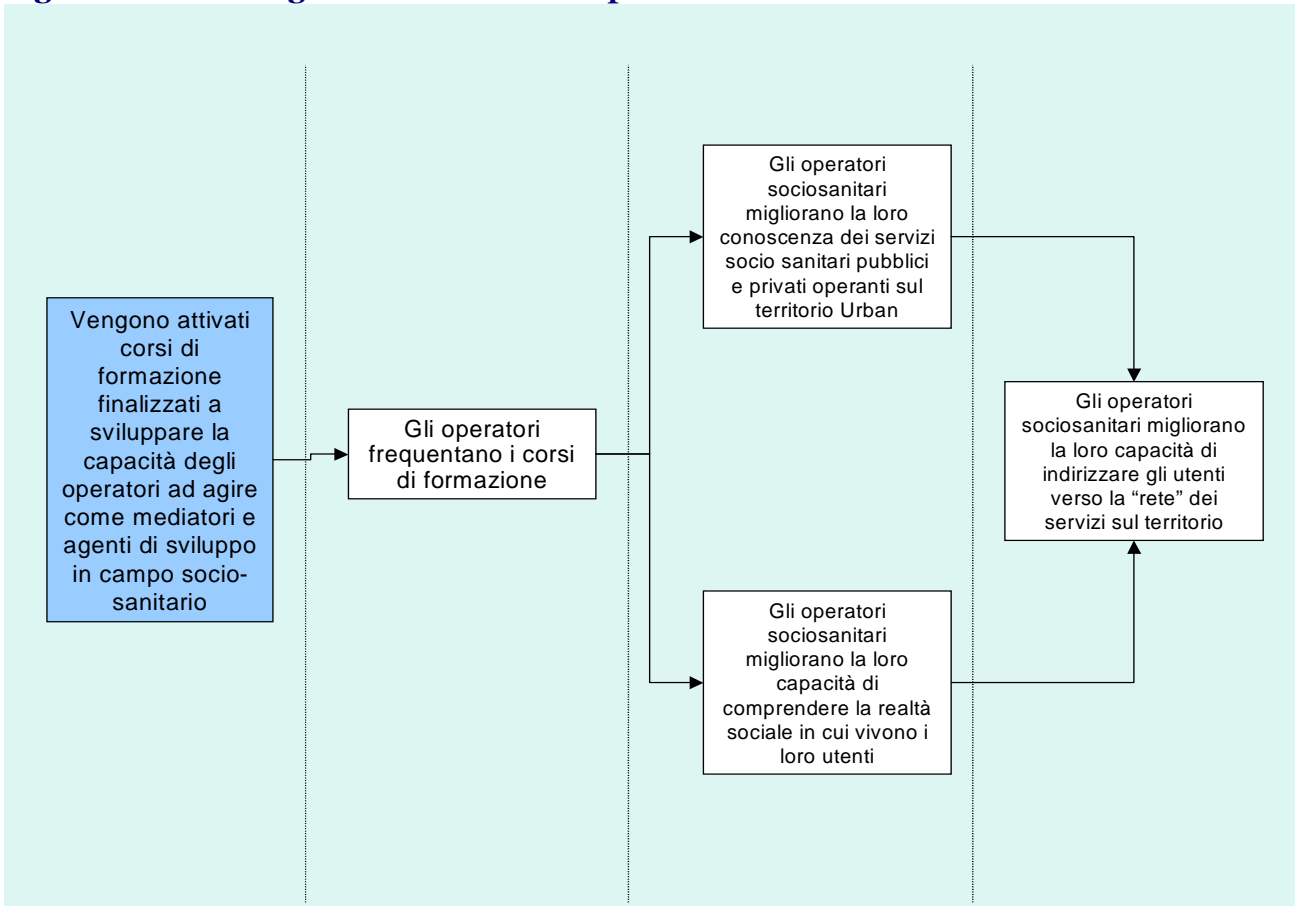
Il ruolo degli operatori sociosanitari

L’intervento Formazione Operatori socio sanitari si pone l’obiettivo di **accrescere la capacità degli operatori dell’area Urban di “indirizzare” gli utenti verso la rete dei servizi sul territorio**. Tale risultato viene perseguito attraverso un’azione formativa condotta su educatori, assistenti sociali, volontari e operatori dei servizi sanitari territoriali che in tale contesto operano. Il

La strategia dell’intervento

meccanismo causale ipotizzato dal programma è il seguente: operatori socio-sanitari debitamente formati migliorano la loro conoscenza dei servizi socio sanitari pubblici e privati operanti sul territorio Urban e la loro capacità di comprendere la realtà sociale in cui vivono. Tutto ciò consente loro di indirizzare gli utenti verso la “rete” dei servizi sul territorio in maniera più efficace.

Fig. 1 Il modello logico di Formazione Operatori



Al fine di sollecitare alla riflessione sull’operato quotidiano gli operatori sociali e sanitari, il progetto ha previsto la realizzazione di una serie di **interventi di formazione**. I corsi non sono strutturati come un intervento formativo classico: l’obiettivo non è infatti quello di trasmettere competenze specifiche a soggetti che già le detengono, quanto quello di attivare negli stessi una sorta di sensibilità per la loro trasformazione in veri e propri *attori di sviluppo locale* nel campo delle attività sociali e sanitarie sul territorio. Per questa ragione lo spazio dedicato alle lezioni frontali è assai limitato e volto a dare un inquadramento generale dei problemi trattati. L’obiettivo è dunque quello di migliorare le capacità di intervento degli operatori laddove si richiedano competenze specifiche nel mettere "in rete" le informazioni e le risorse dei diversi operatori del settore socio sanitario. Il corso stimola altresì l’affinamento delle strategie di sostegno agli utenti volte al loro reinserimento nella comunità locale., I corsi sono costruiti in maniera aperta: chi tiene il corso fornisce “stimoli” che l’aula è poi sollecitata a rielaborare in discussioni collettive gestite dai tutor.

Le attività del Progetto

Il corso di formazione è rivolto agli **operatori sociosanitari dell’area Urban**. In questo gruppo sono ricompresi tanto i soggetti operanti nel settore pubblico quanto nel privato sociale e

nel volontariato. In particolare nell'ambito sanitario i corsi sono stati indirizzati a personale medico, educativo ed infermieristico del:

**I destinatari
dell'intervento**

- servizio psichiatria;
- servizio geriatria;
- servizio tossicodipendenze;
- servizio materno-infantile
- servizio di assistenza infermieristica domiciliare;
- servizio di assistenza sanitaria territoriale

Sul versante sociale sono stati raggiunti gli operatori dei servizi sociali, gli operatori di cooperative sociali, associazioni di volontariato e parrocchie.

L'attuazione dell'intervento

Il progetto **Formazione Operatori Sociosanitari** ha cominciato ad operare nel novembre **2003**. L'equipe di progetto, inizialmente costituita dal direttore del Dipartimento di Salute Mentale e dalla responsabile del corso, è stata successivamente ampliata alle équipes del gruppo "Mente Locale" e del Laboratorio di Gruppoanalisi, che hanno fornito i docenti (due) e i tutor (sette)

La fase operativa ha avuto inizio con alcune attività propedeutiche alla realizzazione dei corsi veri e propri. E' stata innanzitutto inviata una lettera di presentazione della proposta formativa, a circa **180** soggetti che rivestivano posizioni apicali all'interno degli enti socio sanitari del quartiere Mirafiori Nord (direttori di ASL, cooperative sociali, servizi sociali del comune e della circoscrizione, e responsabili di associazioni, parrocchie, ecc.). L'attività è stata ripetuta anche nel **2004** ma per un numero minore di invii, circa **150**. Sulla base di questo primo contatto è stata effettuata una serie di incontri con i responsabili che hanno manifestato la loro disponibilità a partecipare all'evento formativo. Gli incontri sono stati l'occasione per discutere con i singoli responsabili l'organizzazione del percorso formativo e per favorire la partecipazione dei loro dipendenti ai corsi. I soggetti coinvolti in questa attività sono stati circa **45** nel biennio **2003-2004**.

	2003	2004
lettere inviate	180	150
soggetti apicali coinvolti in incontri finalizzati alla predisposizione dei percorsi formativi	circa 25	circa 20

Negli anni **2003 e 2004** sono stati svolti anche degli incontri ad hoc per la presentazione del corso nella sede del Comitato Urban.

Alla fine del **2003** ha avuto inizio il primo corso indirizzato ad operatori sociosanitari. Il corso, attivato a partire dal mese di gennaio ha avuto una durata di **9** mesi e si è concluso ad ottobre ed è stato indirizzato a tutti gli operatori socio-sanitari che operano nel pubblico e nel privato sociale. Alla prima edizione del corso hanno partecipato **20** persone, che hanno seguito lezioni di **7** ore per complessive **11** giornate (svolte in orari dei servizi). Nelle **11** giornate erano ricomprese 1 mezza giornata di esplorazione del territorio e due mezze giornate seminariali (intitolate "*I processi di trasformazione del territorio e la dimensione urbana del disagio: contributi dell'antropologia urbana e dell'urbanistica*" e "*Esperienze e riflessioni intorno ai meccanismi di produzione dell'esclusione sociale*") aperte anche ad operatori non coinvolti nel corso. Le lezioni, che hanno avuto luogo in un'aula messa a disposizione dal comune, si sono incentrate su due aree tematiche:

I corsi di formazione

- struttura e funzionamento dei gruppi;
- strategie di lettura e rappresentazione del territorio come risorsa;

La gestione del corso è stata garantita da **3** docenti e da **7** tutor che si sono alternati nella gestione dell'aula.

Corsi effettuati	2003	2004	2005
corsi diurni	1	1	1
corsi serali	-	1	-

Una seconda edizione del corso ha avuto luogo da novembre **2003** a giugno **2004**. Questa edizione ha visto la partecipazione di **22** soggetti, che hanno frequentato per **8** giornate complessive. I temi trattati nel corso del secondo anno riprendevano sostanzialmente le lezioni del ciclo precedente, con una contrazione della parte teorica dedicata al funzionamento dei gruppi. Nel **2004** è stata avviata anche un'edizione del corso serale dedicata in particolare ai volontari di cooperative che avevano maggior difficoltà a frequentare il corso diurno. A tale corso hanno partecipato **10** soggetti che hanno frequentato con un orario ridotto di **3** ore ad incontro, per un totale di **10** giornate effettive di lezione.

Nel **2005, sulla scorta dell'esperienza delle prime due edizioni, il corso è stato riprogettato assieme a 4 dei sette tutor originari, ai quali è stata affidata la conduzione, e riproposto in un modulo più snello di cinque giornate.** A quest'ultima hanno partecipato **20** corsisti. Il contenuto del corso si è discostato in parte quello delle edizioni precedenti dando una maggiore rilevanza alla presentazione dei diversi servizi socio sanitari operanti sul territorio, tra cui in particolare i servizi cittadini a bassa soglia (Kangoo, Drop-in, dormitori, Servizio migranti del Comune, e alle esperienze dirette sul vissuto dei cittadini dell'area effettuate attraverso le "visite di quartiere".

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Il Progetto Formazione Operatori socio-sanitari ha realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

Il programma originale prevedeva la realizzazione di una serie di **tre corsi di formazione**. Allo stato attuale si può dire che tale attività risulta essere stata pienamente realizzata. I corsi fino ad oggi attivati sono stati **4: tre effettuati in orari diurni ed uno in orario serale**. Il programma originale è stato quindi ampliato grazie anche alla disponibilità di risorse scaturita dalla riduzione del numero di giornate. Il **corso serale**, pur non essendo inizialmente previsto, è stato inserito per “coprire” l’utenza delle cooperative sociali: gli operatori di quest’ultime, infatti, faticando ad ottenere i permessi per partecipare ai corsi diurni avevano a più riprese auspicato l’istituzione di un corso “ad hoc” nella fascia serale. Oltre al numero complessivo, anche la “formula” dei corsi è stata modificata nel tempo. Il numero di giornate di lezione si è infatti progressivamente ridotto da **11 a 5**. Parzialmente sono stati modificati anche i contenuti, con un deciso spostamento dagli aspetti teorici della gestione dei gruppi alle strategie di lettura del territorio. Sono state inoltre eliminate le giornate seminariali previste nella prima edizione perché costituivano un grosso sforzo organizzativo cui non faceva seguito un’adeguata risposta in termini di partecipazione.

Nell’opinione dei responsabili, la prossima edizione del corso potrebbe essere proposta con nuove modalità: esistono infatti richieste dai corsisti degli anni precedenti per l’attivazione di un **intervento di secondo livello** sui soggetti già formati, finalizzato a rinforzare e sviluppare le competenze acquisite con il primo corso. In ogni caso è previsto che, al termine dell’ultima edizione, i materiali realizzati nell’ambito dei vari corsi vengano utilizzati per la costruzione di una mappa critica dei servizi socio sanitari e delle risorse informali presenti sul territorio di Mirafiori Nord.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
realizzazione corsi di formazione			X

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) In che misura gli operatori sociosanitari hanno partecipato agli interventi formativi?

La partecipazione degli operatori sociosanitari, nel giudizio dei responsabili del programma è soddisfacente. L’offerta formativa dei corsi diurni, che per scelta organizzativa, è stata contenuta in circa **20** posti per edizione ha sostanzialmente soddisfatto **l’utenza reale**: il numero dei soggetti che avevano fatto domanda è sempre stato di poco superiore ai posti disponibili. Nel corso dei tre anni sono stati coinvolti nell’attività formativa **72** operatori. Di questi **38**, circa il **52%**, appartenevano a servizi dell’ASL.

Corsi diurni	2003	2004	2005
iscritti	20	22	20
iscritti provenienti da servizi ASL	13	11	14
iscritti non ASL	7	9	6
soggetti che hanno concluso il corso	16	15	12
soggetti ritirati	4	7	8
soggetti ritirati ASL	0	1	2
soggetti ritirati non ASL	4	6	6

I rimanenti provenivano da enti diversi quali cooperative sociali, associazioni di volontariato e parrocchie. I soggetti che hanno concluso il percorso formativo sono stati **46**: il tasso di abbandono si è rivelato quindi complessivamente abbastanza alto, intorno al **35%**, anche se su questo dato incide in particolare il corso serale che da solo ha perso il **70%** dei suoi studenti. I tre corsi diurni hanno avuto invece un tasso medio di abbandono intorno al **30%**. Gli operatori più “assidui” nella frequenza si sono rivelati quelli dell’ASL, che nelle tre edizioni dei corsi diurni a cui partecipavano, hanno fatto registrare solo tre ritiri su un totale di **19**. La maggior partecipazione dei dipendenti ASL è legata, nell’opinione dei responsabili, alla scelta di legare il corso all’attività formativa ECM²².

Corsi serali	2004
iscritti	10
iscritti provenienti da servizi ASL	0
iscritti NON ASL	10
soggetti che hanno concluso il corso	3
soggetti ritirati	7

Il corso serale, che era nato per venire incontro alle difficoltà di partecipazione degli operatori e dei volontari delle cooperative, si è rivelato meno efficiente degli altri in termini di partecipazione. Solo **3** soggetti hanno infatti concluso il corso sui **10** che originariamente vi si erano iscritti. Nell’opinione del responsabile è tuttavia difficile dire quanti abbandoni siano effettivamente legati alla difficoltà di mantenere la frequenza e quanti ad un calo di interesse.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) In che misura gli operatori socio sanitari che partecipano ai corsi migliorano la loro conoscenza dei servizi socio sanitari pubblici e privati operanti sul territorio Urban?

Nell’opinione del responsabile, la competenza degli operatori sull’articolazione dei servizi pubblici e privati che operano sul territorio è aumentata. E’ cresciuto in particolar modo la comprensione degli obiettivi, delle strutture e del “modus operandi” dei diversi servizi socio sanitari presenti sul territorio. Le lezioni in aula e lo scambio delle esperienze tra i partecipanti hanno consentito, infatti, di far emergere le “filosofie operative” dei diversi servizi. Non è possibile tuttavia fornire una misurazione efficiente di questo fenomeno ma esistono dei “segnali” che possono essere interpretati positivamente in questa direzione. In particolare, una evidenza del successo del corso è dato dal fatto che sono **cresciute le relazioni e le collaborazioni informali** tra i diversi operatori che hanno partecipato. Nelle ultime due edizioni, inoltre la frequenza è stata più costante e più partecipata.

²² Educazione Continua in medicina: è il programma formativo nazionale per gli operatori della sanità.

4) In che misura gli operatori socio sanitari che partecipano ai corsi hanno migliorato la propria capacità di capire la realtà sociale e urbana in cui vivono i loro utenti?

Rilevare l'aumento della capacità di comprendere la realtà sociale dei loro utenti da parte degli operatori è operazione complessa dal punto di vista scientifico. Non è infatti disponibile alcuna fonte informativa che consenta di esprimere un giudizio su quest'aspetto. Tuttavia, nell'opinione del responsabile dell'azione, anche in questo caso è possibile ipotizzare un effetto positivo, basandosi su alcuni fenomeni che a partire dall'esperienza dei corsi si sono verificati. Negli operatori che hanno frequentato il corso è infatti cresciuta la curiosità verso la comprensione della realtà sociale. Il responsabile riferisce come caso esemplare l'esperienza di Mente Locale, gruppo che operando all'interno del Dipartimento di Salute Mentale, ha sviluppato degli approfondimenti successivi sulla realtà sociale del quartiere coinvolgendo molti degli operatori che negli anni hanno seguito i corsi.

Proposta di supplemento d'indagine:

Su questa sezione si propone un supplemento di indagine per verificare attraverso un questionario d'ingresso ed uno d'uscita dal corso l'acquisizione di competenze sul sistema socio sanitario del territorio.

Scheda n. 6: Il Progetto Punto Bimbo

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto *Punto Bimbo* e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

La dottrina psicologica evidenzia come i primi anni di vita dell’individuo rappresentino il periodo in cui si strutturano le basi della sua personalità e in cui si creano i presupposti per lo sviluppo delle sue competenze e la capacità di stabilire buone relazioni nella sua vita futura.

**Un età a rischio:
la fascia 0-6 anni**

Nondimeno le minacce alla stabilità psico-fisica dei bambini in questa fase dello sviluppo sono elevate, perchè i segnali dell’insorgere di patologie possono essere estremamente difficili da cogliere. I bambini, ovviamente, non sono sempre in grado di manifestare le proprie difficoltà e le proprie inadeguatezze. Spetta dunque ai soggetti più prossimi a loro in questo momento, genitori ed operatori dell’infanzia, incaricarsi di garantirne il benessere.

Tali soggetti, tuttavia, non sempre si dimostrano capaci di svolgere in modo sufficientemente adeguato questa funzione di promozione del benessere. Talora un problematico rapporto genitore-figlio può essere addirittura la causa stessa del disagio infantile. I dati della ricerca condotta all’interno della **piattaforma Primi Anni di Vita dell’Asl 2 di Torino**, evidenziano come nell’anno **2004** siano stati rilevati ben **217²³** casi di potenziale disagio nella fascia d’età oggetto del programma. Di questi ben 100 sono ascrivibili ad eventi quali “deficit della funzione genitoriale” (i rimanenti sono invece legati a caratteristiche psico-fisiche genetiche o evolutive del bimbo). E’ quindi evidente che genitori incapaci di svolgere²⁴ adeguatamente la loro funzione educativa possono, condizionare

Genitori e operatori dell’infanzia: le due facce del problema

gravemente la crescita dei propri figli.

Accanto a genitori “in difficoltà” nello svolgimento delle loro funzioni esistono poi “operatori dell’infanzia” non sufficientemente preparati ad intercettare le situazioni di rischio dei bambini o nel

²³ Dati raccolti dal reparto di Neonatologia, dai Consultori Pediatrici nonché dai Nidi territoriali dell’area Urban II nell’anno 2004.

²⁴ Esistono due grandi categorie di situazioni di rischio di disagio:

- rischio psico-sociale dovuto a inadeguatezza genitoriale;
- rischio psico-sociale dovuto a fragilità genitoriale;

La prima tipologia di situazioni a rischio riguarda bambini che possono trovarsi in situazioni di grave deprivazione e trascuratezza, causate dalla mancanza o dalla inadeguatezza delle cure genitoriali. Ciò accade frequentemente quando uno dei due genitori o entrambi sono affetti da problemi psichiatrici, sono consumatori di alcol e droghe oppure sono detenuti. Si tratta, in altre parole di soggetti, che per una ragione o per l’altra sono **incapaci di gestire il “ruolo” genitoriale**. I figli, in questi casi, subiscono spesso episodi di maltrattamento, incuria o abbandono.

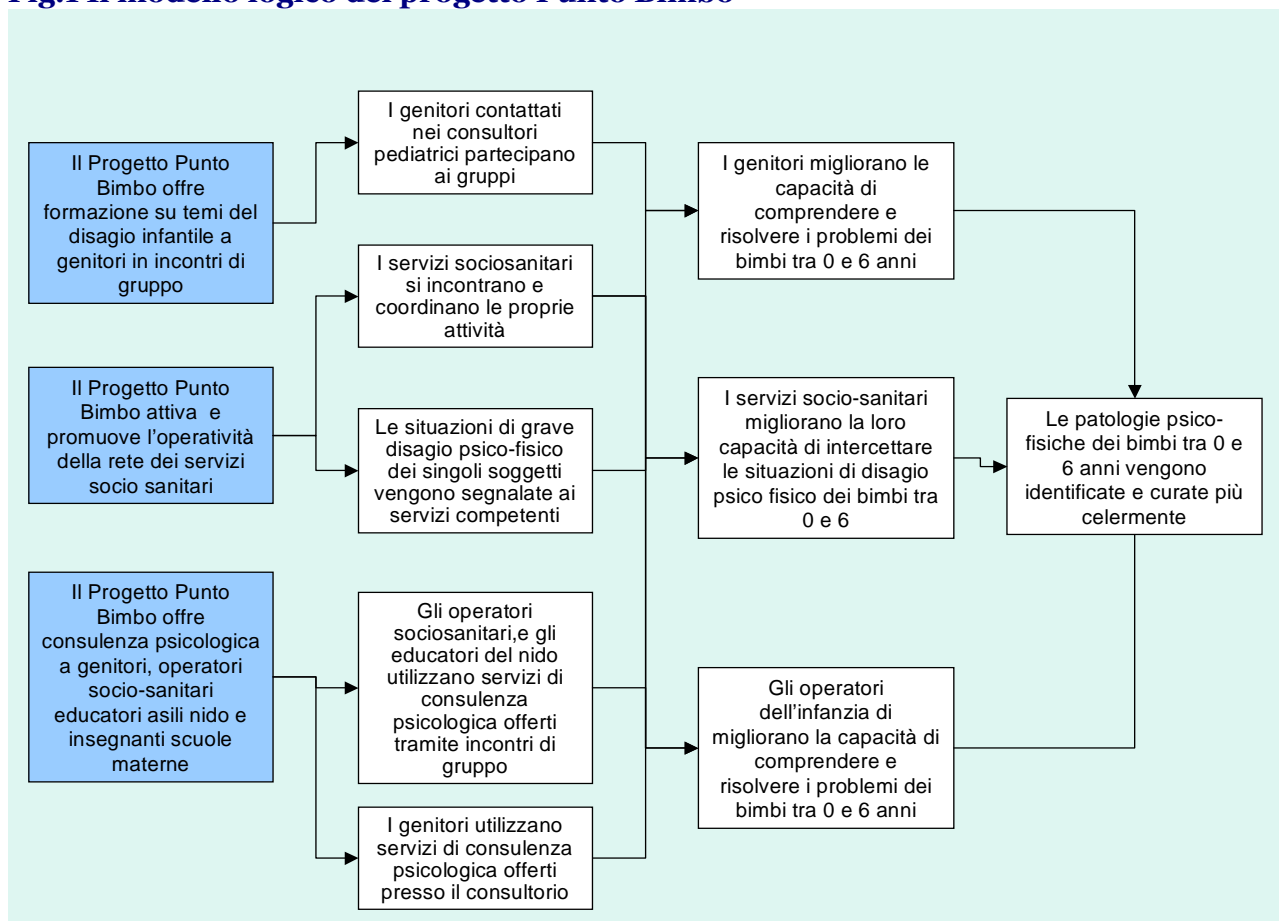
La seconda tipologia riguarda invece genitori che, pur destinando attenzione e cura ai propri figli, interagiscono con questi in modo scorretto, determinando negli stessi situazioni di disagio psichico. Si tratta, in altri termini, di genitori che non padroneggiano correttamente gli strumenti educativi e che devono essere aiutati a ristabilire comportamenti corretti nei confronti della prole.

sintonizzarsi sugli aspetti relazionali che vivono con loro, difficoltà dovute o ad inadeguatezza delle funzioni genitoriali o legate a momenti di crescita critica dei bambini o ancora ad eventi dolorosi della vita familiare.

Esiste infatti anche tra gli operatori sociosanitari e tra gli educatori del settore una non sempre perfetta conoscenza delle espressioni di disagio che possono manifestarsi in quest'età e delle strategie più adatte a favorire interventi di prevenzione. Inoltre i servizi sociosanitari ed educativi che intervengono su questa fascia d'età hanno ancora una bassa propensione a lavorare in rete e a garantire in questo modo una celere segnalazione e una conseguente presa in carico dei casi a rischio.

Per queste ragioni il Progetto Punto Bimbo, promosso da Urban II all'interno della piattaforma Primi anni dell'ASL 2, perseguendo l'obiettivo di garantire la salvaguardia e la prevenzione del benessere psicofisico nella fascia d'età da 0 a 6 anni, opera prevalentemente sui genitori e sugli operatori dell'infanzia cercando di fornire agli stessi conoscenza e competenze relazionali per svolgere al meglio la loro funzione. In breve, il "meccanismo causale" su cui poggia il programma prevede che genitori ed operatori socio-sanitari maggiormente "sostenuti" ed informati siano in grado di comprendere e intervenire più celermente sulle eventuali patologie psicofisiche dei bambini compresi nella fascia d'età tra 0 e 6 anni contribuendo, per questa via, a ridurre il disagio attraverso interventi precoci. Il risultato di un maggior benessere psicofisico nella fascia d'età interessata è quindi prodotto inducendo cambiamenti nelle abilità e competenze specifiche dei soggetti che più da vicino seguono la crescita e l'evoluzione dei bambini e che di conseguenza possono rilevare eventuali segnali di disagio nelle condizioni psicofisiche degli stessi attivandosi nel contempo per porvi rimedio.

Fig.1 Il modello logico del progetto Punto Bimbo



In buona sostanza il progetto Punto Bimbo si indirizza a due categorie di destinatari ed un beneficiario finale. Le due categorie di destinatari sono: i genitori dei bambini compresi tra 0 e 6 anni, gli educatori, insegnanti e gli operatori socio-sanitari che si relazionano con tale fascia d'età sull'area di riferimento territoriale del quartiere Urban 2. Beneficiari finali dell'intervento sono, ovviamente, i bambini compresi nella fascia d'età tra 0 e 6 anni.

I destinatari dell'intervento

L'obiettivo finale di identificare ed intervenire più celermente sulle cause di disagio psico-fisico e di promuovere una cultura del benessere all'interno del Progetto Punto Bimbo, viene perseguito attraverso tre tipi di attività:

Le attività del Progetto Punto Bimbo

- consulenza e sostegno psicologico;
- attivazione della rete dei servizi socio sanitari;
- formazione-informazione su temi specifici del disagio infantile;

La prima linea di attività consiste nel fornire consulenza e sostegno psicologico ai genitori, alle famiglie, agli educatori ed agli operatori sociosanitari coinvolti con bambini in questa fascia d'età, affinché essi siano in grado di riconoscere i problemi del bambino ed elaborare le migliori strategie di soluzione. Si tratta quindi di intervenire sui soggetti più prossimi agli infanti elevando la loro capacità di prevenire e comprendere i segnali di disagio psicofisico degli stessi.

Accanto a questa prima linea d'attività il Progetto Punto Bimbo si occupa anche di rafforzare ed attivare la rete dei servizi che all'interno dell'ASL già si occupano di questa fascia d'età o che, per competenza, possono intervenire nella soluzione dei singoli casi più problematici. In questa attività vengono coinvolti gli operatori sociosanitari attraverso incontri finalizzati a migliorare la condivisione di informazioni, a programmare interventi integrati ed eventualmente a facilitare la presa in carico dei singoli casi problematici.

La terza linea di attività del Progetto consiste invece nell'attivazione di veri e propri interventi formativi-informativi su temi specifici e ricorrenti del disagio infantile. In questo ambito vengono realizzate singole iniziative formative dirette ai genitori e finalizzate a trasmettere agli stessi maggiori competenze sulle problematiche infantili e sulle strategie corrette di approccio alle stessi.

L'attuazione dell'intervento

Il Progetto Punto Bimbo è stato avviato nel gennaio **2003** con la responsabile, dott.sa Alcaide e due consulenti psicologhe, cominciando, tuttavia, ad operare concretamente due mesi dopo, nel marzo **2003**. Oggi lo staff che a vario titolo lavora sul progetto è molto più ampio e conta complessivamente **17** persone. In dettaglio:

Risorse umane utilizzate dal progetto Punto Bimbo

1 Direttore U.O.A. di N.P.I.

1 Responsabile Progetto Punto Bimbo

4 assistenti Sanitarie della Medicina Scolastica

1 segretaria N.P.I.

2 Psicologhe

2 Neuropsichiatri

2 Medici Pediatri del Reparto di Neonatologia

3 assistenti sanitarie dei consultori pediatrici

1 assistenti sanitarie dei consultori famigliari²⁵

In una prima fase, coincidente grosso modo con il primo semestre del **2003**, l'attività principale dei responsabili del programma è stata quella di prendere contatti con tutti i soggetti, associazioni ed istituzioni, che in maniera diretta o indiretta si relazionano con famiglie, aventi bambini nella fascia di età compresa tra 0-6 anni. Questa attività doveva consentire da un lato una mappatura dei servizi esistenti sul territorio e degli eventuali bisogni emergenti, dall'altra consentire una forma di progettazione partecipata ed integrata degli interventi del programma. Il programma Punto Bimbo si poneva infatti come una sorta di contenitore all'interno del quale avrebbero dovuto trovare sistemazione tanto una serie di interventi per l'infanzia già attivi sul territorio, potenziati da Urban, quanto una parte di attività innovative.²⁶

La mappatura dei servizi

Al termine di questa fase preparatoria, il Progetto è entrato nella sua fase operativa, cominciando a svolgere le proprie attività sulla base di tre filoni principali:

- consulenza psicologica;
- formazione ed informazione;
- attivazione della rete dei servizi sociosanitari;

Le **consulenze psicologiche**, che rappresentano una sorta di "core business" del progetto, sono state i primi interventi attivati all'interno dei consultori pediatrici e degli asili nido. Queste sono state rivolte a due diversi target, genitori con bimbi della fascia di età da 0 a 3 anni ed educatori degli asili nido che con questa fascia d'età si relazionano, e sono state svolte sia attraverso colloqui individuali sia attraverso incontri di gruppo. Gli interventi attivati in questo campo sono riconducibili a quattro tipologie:

²⁵ L'impiego di personale ASL nel Progetto è variato nel corso del biennio 2003-2004 sulla base di esigenze emerse nel tempo e risulta diverso da quello previsto originariamente.

²⁶ Questi incontri finalizzati alla progettazione concreta delle attività da mettere in campo hanno fatto emergere una prima necessità di revisione del progetto: gli interventi nati da questa fase di progettazione partecipata sono infatti risultati parzialmente diversi da quelli preventivamente progettati. In particolare si è rivelata in questa fase l'impossibilità di far partire alcune attività in considerazione dell'incompatibilità con le risorse esistenti. (non è stato per esempio possibile avviare l'attività dello sportello ascolto nei nidi comunali)

Le consulenze psicologiche

- colloqui individuali con i genitori presso i consultori pediatrici;
- incontri di gruppo con i genitori che frequentano il corso di Infant Massage presso il consultorio pediatrico;
- incontri di gruppo con i genitori degli asili nido nel periodo dell'inserimento;
- incontri con gli educatori dei nidi Comunali;

Le consulenze psicologiche individuali si sono svolte presso il consultorio di Via Poma con una cadenza di due ore ogni **15** giorni (dalle 16.00 alle 18.00). Nel corso del **2003** questa modalità d'intervento ha consentito di seguire **8** casi di disagio infantile. Accanto ai colloqui individuali è stata attivata anche una consulenza psicologica rivolta a gruppi di genitori.²⁷ Questa ha avuto luogo in due contesti specifici: il corso Infant Massage e gli incontri di inserimento degli infanti nei nidi. La prima attività ha coinvolto nel **2003**, 6 mamme per un totale di **4** incontri. La seconda ha visto invece il coinvolgimento di un più ampio numero di genitori, **75**, suddivisi in **12** gruppi in tre asili nido. Infine l'ultima attività di consulenza psicologica è stata rivolta verso gli operatori del Nido Comunale. Nell'arco del **2003** con questi soggetti sono state effettuate **20** consulenze di gruppo (con gruppi di 5/6 educatori).

Nel corso del **2004** le attività dell'area consulenza psicologica si sono sostanzialmente rimaste immutate, facendo tuttavia segnare un netto incremento nella quantità di servizio erogato. In particolare nell'ambito delle consulenze prestate presso il consultorio pediatrico si è transitati da un numero complessivo di **15** a **68**, quadruplicando il numero di interventi. Questo incremento è dovuto in parte all'inserimento di un secondo consultorio pediatrico all'interno del progetto.

Attività di consulenza	2003	2004
consulenze individuali con i genitori presso il consultorio pediatrico;	15	68
incontri di gruppo con i genitori dell'Infant massage;	3	15
incontri di gruppo con i genitori degli asili nido per l'inserimento	12	24
incontri di gruppo con gli educatori degli asili nido comunali;	20	30

Sul versante delle **attività di formazione-informazione** il progetto Punto Bimbo ha avviato nel corso del **2003** una serie di incontri di formazione su temi specifici con gruppi di genitori presso il consultorio pediatrico. L'obiettivo era quello di coinvolgere una vasta fascia di genitori su rilevanti temi riguardanti il percorso di crescita. I corsi attivati nell'arco del **2003** sono stati due: un primo intitolato "Se mi vuoi bene, dimmi di no. I no e le regole" ed un secondo intitolato "Prime separazioni e nuove esperienze dei nostri bambini". Nel corso del **2004** gli incontri effettuati sono saliti a **4**. Ai corsi, svolti negli asili nido, hanno partecipato complessivamente **60** genitori.

Gli incontri di formazione e informazione

²⁷ Quest'ultima tipologia di intervento si è articolata in due diversi contesti presso i consultori pediatrici e presso gli asili nido. Nel 2003 sono stati svolti 4 incontri nel contesto dei corsi di Infant Massage, che hanno coinvolto 24 mamme.

Attività di formazione e informazione	2003	2004
incontri di formazione di gruppo con i genitori presso il consultorio pediatrico;	2 incontri x tot. 20 genitori	4 incontri x tot. 40 genitori

Sul versante **attivazione della rete dei servizi**, il progetto ha provveduto ad avviare nel corso del **2003** una fitta rete di contatti con i soggetti che a vario titolo operano nel settore socio-educativo- sanitario e che intervengono sulla fascia d'età considerata. Questa attività, finalizzata a stabilire protocolli operativi più o meno formalizzati con i diversi soggetti, dovrebbe, nelle intenzioni, consentire un miglior dialogo tra gli operatori dei servizi già esistenti ed un più facile invio dei casi di disagio psico-fisico, conosciuti dal Progetto ai servizi stessi. Nell'ambito di questi incontri si è cercato di contattare il maggior numero possibile di soggetti appartenenti alle seguenti categorie:

- personale sanitario ASL;
- responsabili e dirigenti scolastici;
- assistenti sociali;
- associazioni ed istituzioni;

Nel 2004 le attività su questo versante si sono mantenute inalterate, facendo registrare tuttavia un inaffievolirsi dei contatti e degli incontri con il personale sanitario dell'ASL2.

Attività di rete	2003	2004
Incontri con personale sanitario ASL	13 incontri	16 incontri
Incontri con responsabili e dirigenti scolastici	2 incontri	2 incontri
Incontri con educatori	4 incontri	3 incontri
Incontri con associazioni ed istituzioni	14 incontri	16 incontri

Accanto alle attività di consulenza, formazione-informazione e attivazione della rete dei servizi il Progetto Punto Bimbo ha svolto a partire dal mese di settembre **2003** una significativa attività di ricerca sul livello di disagio tra gli alunni percepito da parte delle insegnanti delle scuole materne. Tale lavoro ha permesso di progettare altri interventi da realizzare nel biennio **2005-2006** specificatamente rivolto alla fascia 3-6 anni, pur mantenendo la continuità sugli interventi della fascia 0-3.

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Il Progetto Punto Bimbo ha realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

La realizzazione delle opere previste nel programma Punto Bimbo è a buon punto. Delle 10 iniziative in qualche modo previste nel programma, ne sono state attivate 9²⁸. L'unica che a tutt'oggi non risulta attivata, è quella relativa all'apertura di uno sportello di consulenza psicologica individuale presso gli asili. Questa operazione risulta bloccata da difficoltà burocratiche che non hanno ancora permesso la realizzazione fisica degli sportelli stessi. Negli asili nido in cui si voleva intervenire, erano già presenti degli sportelli educativi ed il comune ha preferito evitare la confusione che si sarebbe potuta ingenerare con l'apertura di un ulteriore sportello psicologico. Vista l'impossibilità di superare il divieto del comune si è rinunciato ad istituire tali sportelli e le risorse previste sono state ridistribuite sulle altre attività.

Il livello di attivazione risulta essere assai diversificato per ciascuna attività ed è quindi opportuna un'analisi di dettaglio. I **colloqui individuali presso il consultorio pediatrico**, a giudizio dei responsabili di Punto Bimbo, dopo una fase di funzionamento altalenante, hanno raggiunto un **buon** livello di attuazione. Il problema principale nella realizzazione di questo specifico intervento, risolto dopo un periodo di rodaggio, era legato al fatto che le persone per i colloqui venivano segnalate dagli operatori del consultorio, che svolgevano il ruolo di mediatori tra i genitori e gli addetti di Punto Bimbo. Questa segnalazione è avvenuta in una prima fase in maniera abbastanza discontinua, in base al maggior o minor impegno degli stessi operatori su altri progetti del Consultorio. Tra il **2003** ed il **2004** si è riusciti a stabilizzare i rinvii, ed anzi ad accrescerli, passando da **15** a **68**. La crescita si giustifica in parte per l'attivazione del servizio anche in un secondo consultorio, quello di corso Sebastopoli. Tuttavia la crescita si è verificata anche nel consultorio di via Poma, su cui già si operava, e che ha fatto registrare un incremento dal **2003** al **2004** passando dalle **15** alle **38** consulenze.

Per quanto riguarda gli **incontri di gruppo con i genitori degli infant massage** il loro livello di attuazione è **soddisfacente**. Le difficoltà maggiori sono state legate all'impossibilità di gestire lo strumento in piena autonomia: i gruppi con cui gli operatori di Punto Bimbo sono stati chiamati ad operare erano infatti precostituiti dagli operatori dei consultori. Lo strumento si è rivelato tuttavia particolarmente efficiente per raggiungere soggetti particolari che solitamente non riconoscerebbero di avere il problema e che non si presenterebbero mai ad incontri individuali: l'anonimato garantito del gruppo ha consentito di far emergere situazioni che altrimenti non sarebbero state intercettate.

Gli **incontri di gruppo per l'inserimento** hanno funzionato in maniera eccellente. L'utilizzo di questi incontri è stato superiore alle aspettative. Si è passati da **12** (**65** genitori) a **24** (**172** genitori) incontri anche perché due nuovi asili nido hanno richiesto di entrare a far parte del programma. Inoltre il numero di persone che partecipavano ai singoli incontri nel secondo anno è andato crescendo da 5 a 7 circa. L'attività ha avuto anche il piacevole effetto secondario di consolidare il rapporto con gli educatori presenti negli asili, che hanno ricevuto attraverso il corso tutta una serie di informazioni utili sulle principali ansie timori e bisogni dei genitori nel processo

²⁸ Le attività avviate riguardano tuttavia solo la fascia 0-3. Le attività sulla fascia 0-6 saranno sviluppate negli ultimi due anni.

d'inserimento. Infine, il buon funzionamento degli incontri ha ulteriormente legittimato il progetto e la sua relazione con il mondo educativo.

Altrettanto bene hanno funzionato gli **incontri con gli educatori presso il nido comunale**. L'attività è infatti avviata presso quattro asili nido ma altri due hanno già chiesto di poterne usufruire. E' stato richiesto inoltre di allargare l'iniziativa a tutto il collegio degli educatori e non solo a uno o due educatori per sezione.

Anche l'attuazione degli **incontri tematici con gruppi di genitori presso il consultorio pediatrico** ha raggiunto un livello soddisfacente. Gli incontri sono raddoppiati, passando da 2 a 4 tra il 2003 ed il 2004, e sono stati effettuati tutti nel consultorio di Corso Sebastopoli. Nel consultorio di via Poma i corsi non sono ancora stati attivati ma i responsabili di Punto Bimbo ritengono di poterli proporre al più presto anche in questa sede, coinvolgendo ulteriormente i pediatri ed ponendo attenzione ai bisogni della popolazione per la scelta dei temi da trattare.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
colloqui individuali con i genitori presso il consultorio pediatrico;			X
incontri di gruppo con i genitori dell'Infant massage;		X	
incontri di gruppo con i genitori degli asili nido per l'inserimento			X
incontri con gli educatori presso il nido Comunale;			X
incontri tematici con gruppo di i genitori presso il consultorio pediatrico;		X	
Incontri con personale sanitario ASL	X		
Incontri con responsabili e dirigenti scolastici			X
Incontri con insegnanti scuola materna			X
Incontri con associazioni ed istituzioni	X		

Sul fronte degli **incontri con il personale sanitario ASL**, il livello di attivazione è risultato essere un po' scarso. In particolare esistono alcuni problemi non tanto con la realizzazione dell'intervento quanto con la partecipazione degli operatori sanitari che è piuttosto bassa. Questo, nell'opinione degli operatori di Punto Bimbo, accade non tanto perché gli incontri non siano utili o non funzionino quanto perché esistono alcuni motivi strutturali che condizionano la partecipazione stessa. L'esiguità degli organici, combinata con il crescere degli impegni e con l'aver già svolto in passato attività di questo tipo, portano i dipendenti dell'ASL a partecipare a queste iniziative.

Il livello di attivazione degli **incontri con i responsabili e i dirigenti scolastici**, invece, dopo un avvio difficoltoso è risultato buono. Gli incontri sono stati attivati con continuità e sono cresciuti in numero. In particolare è cresciuta la fiducia delle istituzioni scolastiche nei

confronti dello staff di Punto Bimbo al punto tale che si verifica una sempre maggiore richiesta, da parte dei dirigenti scolastici di attivare servizi all'interno delle loro scuole.

Infine, è risultato essere un po' scarso il livello di attivazione degli **incontri con associazioni ed istituzioni del territorio**. Pur avendo contattato a tappeto tutte le realtà del territorio, la risposta delle associazioni è stata bassa: solo alcune associazioni hanno mostrato interesse ma non c'è stato alcun seguito reale alla disponibilità a collaborare manifestata dai responsabili di Punto Bimbo. Le ragioni di questo atteggiamento possono probabilmente essere rinvenute in due fattori: la mancanza di un ruolo di integrazione (anche per la mancata attivazione della Casa del Quotidiano), che avrebbe potuto essere esercitato dal comitato Urban e una sostanziale diffidenza e difficoltà delle associazioni a collaborare con l'istituzione ASL, a causa della sua complessità e rigidità.

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) I genitori contattati negli asili nido partecipano ai gruppi tematici?

La partecipazione dei genitori ai gruppi tematici è buona. Nel corso dei due anni per i quali esistono dati completi si è verificata una **decisa crescita della partecipazione** dei genitori che sono passati da **75** nel **2003** a **162** nel **2004**. La crescita si spiega in parte con il coinvolgimento di un nuovo asilo nido, quello di via Romita, avvenuto nel 2004 e in parte attraverso un maggior interesse manifestatosi nelle strutture già coinvolte in precedenza.

Il "grado di copertura" della popolazione target non può essere stabilito con certezza perché non sono disponibili tutte le informazioni necessarie. Tuttavia, e solo per i gruppi sull'inserimento, esistono dati aggiuntivi. I bambini inseriti nel **2003** sono stati **146**, mentre nel **2004** sono stati **155**. I genitori potenzialmente interessati all'iniziativa erano quindi **301** nell'intero biennio. La percentuale di genitori che ha partecipato, nel giudizio dei responsabili è attorno al **70%** ed è dagli stessi giudicata ottima, anche sulla base di precedenti esperienze effettuate dalla stessa ASL.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) I genitori utilizzano la consulenza psicologica individuale offerta nei consultori pediatrici?

I servizi di consulenza psicologica hanno erogato nel biennio 2003-2004, **83** colloqui individuali ai soggetti che hanno fatto richiesta. Nell'anno **2003** le famiglie²⁹ che si sono avvalse del servizio di consulenza psicologica sono state **8** per un totale di **15** colloqui. Il **50%** delle situazioni giunte alla consulenza, nel giudizio degli operatori, riguardano effettive situazioni di rischio evolutivo di bambini della fascia d'età prevista dal programma.

Supplemento di indagine

Si propone un supplemento di indagine per verificare il grado di copertura della popolazione target "soggetti che frequentano il consultorio pediatrico"

²⁹ I colloqui sono tendenzialmente individuali. Può tuttavia accadere che vi partecipino entrambi i genitori o che talora vi partecipi l'uno, talora l'altro.

Attività di consulenza	2003	2004
Consulenza psicologica individuale con i genitori presso il consultorio pediatrico;	15	68

4) Gli educatori utilizzano l'attività di consulenza psicologica erogata presso gli asili nido comunali?

I servizi di consulenza psicologica hanno effettuato nel biennio **2003-2004**, **50 consulenze di gruppo** agli educatori di quattro asili nido comunali: via Collino, via Monte Novegno, via Poma e via Romita.³⁰ Negli anni **2003-2004** la partecipazione e **l'attivazione degli incontri previsti nel progetto è stata rispettata al 100%** : i gruppi sono stati attivati in tutti gli asili e hanno effettuato un numero variabile (da **6 a 9** per anno a seconda dell'asilo nido) di incontri con gli operatori di Punto Bimbo.

Per quanto riguarda la copertura della **popolazione di educatori** non esistono dati precisi cui riferirsi. Tuttavia, secondo le informazioni fornite dagli operatori di Punto Bimbo, mediamente a ciascun gruppo partecipano **6** educatori. Tenendo conto del fatto che gli asili dell'area hanno un massimo di diciotto educatori, e che agli incontri partecipano sempre gli stessi educatori per tutto un anno, si può stimare grossolanamente che un **30%** degli educatori sia sottoposto annualmente a consulenza psicologica.

La partecipazione degli educatori è stata molto elevata, nonostante si sia richiesto loro un progressivo aumento della frequenza degli incontri (che in ogni caso gli vengono riconosciuti come monte ore di formazione).

Attività di consulenza psicologica	2003	2004
educatori del nido comunale raggiunti	ca. 18	ca. 24

5) Si stanno verificando i cambiamenti ipotizzati come esiti del programma?

I cambiamenti che il programma ipotizzava di poter innescare erano sostanzialmente tre:

- un aumento della capacità dei genitori di comprendere e risolvere i problemi dei bimbi tra 0 e 3 anni;
- un aumento della capacità degli educatori di comprendere e risolvere i problemi dei bimbi tra 0 e 3 anni;
- un aumento della capacità degli operatori sociosanitari coinvolti nella rete di Punto Bimbo di intercettare le situazioni di disagio psicologico e relazionale dei bimbi tra 0 e 3 anni;

Per quanto riguarda **l'aumento della capacità dei genitori di comprendere e risolvere i problemi dei bimbi tra 0 e 3 anni**, il giudizio degli operatori di Punto Bimbo³¹ è positivo: ci sono segnali significativi della produzione di effetti da parte del programma in questa direzione. In particolare per i genitori che hanno partecipato agli incontri di inserimento è stata confermata, anche da parte degli educatori degli asili nido, una accresciuta serenità e consapevolezza nella gestione del ruolo genitoriale, che si manifesta in una riduzione delle manifestazioni di disagio da parte dei bambini inseriti con i corsi di accompagnamento. I genitori che invece hanno partecipato a colloqui psicologici individuali per risolvere problemi legati a momenti di disagio evolutivo dei propri figli, **sono stati capaci nell'80%³² dei casi** di determinare una riduzione del disagio dei bambini.

³⁰ Nel 2003 gli asili coinvolti erano 3, nel 2004 si è aggiunto quello di via Romita

³² Fonte: operatori Punto Bimbo

Sul versante **dell'aumento della capacità degli educatori di comprendere e risolvere i problemi dei bimbi tra 0 e 3 anni**, si stanno altresì producendo risultati positivi. Gli educatori coinvolti, secondo gli operatori Punto Bimbo, dichiarano di aver accresciuto la propria capacità di ascolto e di individuazione del disagio. Un buon indice di questo è dato dal fatto che sempre più tipologie di disagio vengono portate dagli educatori all'attenzione dei gruppi di consulenza psicologica.

Infine per quanto concerne **l'aumento della capacità degli operatori sociosanitari coinvolti nella rete di Punto Bimbo di intercettare le situazioni di disagio psicologico e relazionale dei bimbi tra 0 e 3 anni**, si è verificata una crescente capacità di identificare e segnalare le situazioni a rischio all'interno del sistema sanitario locale. La responsabile di Punto Bimbo calcola che il modello di lavoro a rete abbia consentito di venire a conoscenza dell'**80%** delle situazioni complessive che transitano nei diversi servizi sanitari dell'ASL.

Scheda n.7: Il Progetto *Car Sharing*

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto Car Sharing e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione a Torino e più in particolare nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Da anni le nostre città affrontano crescenti problemi di mobilità e di inquinamento acustico ed atmosferico, determinati da un traffico veicolare altamente congestionato. La scelta dell’auto privata come principale mezzo di trasporto viene sempre più spesso considerata come una delle prime cause di tale congestione. Basti pensare che nel 2001, su una popolazione di circa 57 milioni

La congestione del traffico urbano

di abitanti, si contavano in Italia ben 33,3 milioni di auto: circa 53 auto ogni 100 persone. A quel tempo circolava un’auto ogni **1,74** abitanti³³; nel 2003 tale rapporto era sceso a **1,67**, evidenziando così, in soli 2 anni, una crescita rilevante nel numero di auto esistenti e circolanti.

Tale dato pone l’Italia in testa alla classifica europea, insieme a Germania e Lussemburgo: Francia, Svezia, Gran Bretagna, Spagna sono tutte sopra le due persone per auto.

D’altra parte, non sempre al possesso dell’auto corrisponde un suo pieno utilizzo. Secondo alcuni studi³⁴, sempre nel 2001, su 100 auto presenti in città, circa 80 non venivano utilizzate per più di un’ora al giorno, trasportando in media 1,2 persone. Questi dati confermano l’esistenza, in Italia, di un parco auto privato che si contraddistingue per **un numero eccessivo di autoveicoli** e per un conseguente **sottoutilizzo degli stessi**. L’eccessiva quantità di auto presenti nelle aree urbane comporta una serie di conseguenze “sgradevoli”:

Le conseguenze di un parco auto troppo numeroso

- l’aumento del traffico circolante;
- la crescita dei livelli di inquinamento determinato da auto incolonnate o in cerca di parcheggio;
- l’occupazione da parte di vetture parcheggiate di spazi della città, che potrebbero essere destinati ad utilizzi diversi;
- il rallentamento nella mobilità urbana (in quanto le vetture parcheggiate in doppia fila o in divieto di sosta impediscono una circolazione scorrevole);

Oltre a questi fenomeni generalmente collegati ad un parco auto troppo numeroso, la città di Torino registra alcune peculiarità, che vanno ad incidere ulteriormente sul trasporto cittadino:

Le specificità di Torino

- una politica di tariffazione della sosta sempre più estesa;
- una politica di limitazione di accesso delle automobili nel centro (Ztl, Targhe alterne, giornate di stop alle auto, etc...);
- una continua crescita degli spostamenti verso la città data dallo spopolamento della zona centrale degli abitanti di Torino e dal conseguente sviluppo abitativo dell’area metropolitana.

³³ Rapporto abitanti in età da patente e auto circolanti.

³⁴ Fonte Ministero dei Trasporti

Il progetto **Car Sharing** intende contribuire alla riduzione dei problemi causati dal traffico agendo *sul numero di auto esistenti nelle aree urbane*, attraverso l'offerta all'automobilista di un'alternativa al possesso dell'auto: l'acquisto di un **servizio di mobilità**³⁵ che consenta di accedere, dietro richiesta, ad una flotta di veicoli disponibili in più aree di parcheggio, in prossimità di residenze o di importanti nodi della rete di trasporto pubblico. L'idea è che la stessa auto possa essere utilizzata, in momenti diversi della giornata, da più persone, abbonate al servizio di *Car Sharing*³⁶. L'obiettivo è quindi quello di influire sulle decisioni di utilizzo e di acquisto dell'auto privata (contribuendo in questo modo alla riduzione di una quota seppur piccola del numero delle auto circolanti³⁷) e garantendo un'opzione ulteriore, rispetto alla fruizione dei normali mezzi pubblici (bus e taxi).³⁸

La soluzione del Car Sharing

Un primo successo del *Car Sharing* sarà determinato dalla sua diffusione presso la popolazione cittadina. Ma questa è soltanto una delle possibili dimensioni di successo. Affinchè l'intervento raggiunga il suo scopo finale, ovvero **la riduzione del numero delle auto esistenti e circolanti** nelle aree urbane, è necessario che si metta in moto una catena di eventi (e quindi di comportamenti da parte degli automobilisti), di cui l'atto di iscrizione al Car Sharing rappresenta solo un singolo anello. L'intervento presuppone, infatti, che la riduzione di vetture circolanti si ottenga come effetto finale, attraverso il conseguimento di due obiettivi intermedi: da una parte la riduzione operata dagli utenti del servizio dell'utilizzo della loro auto di proprietà, dall'altra il mancato acquisto da parte degli stessi della prima o della seconda auto.

Gli esiti previsti del Car Sharing

In generale il progetto si rivolge a tutti i cittadini in possesso di patente di guida, nonché alle aziende che possono acquistare il servizio di mobilità per i loro dipendenti. La **popolazione target**³⁹ può essere ulteriormente suddivisa rispetto al numero di auto o alle modalità del loro utilizzo: individui o famiglie in possesso di seconde o terze auto, o in procinto di acquistarne una, che possono intravedere nel *Car Sharing* un'alternativa conveniente ed ugualmente soddisfacente al possesso, o all'acquisto; oppure liberi professionisti che hanno necessità di muoversi sempre (anche in situazioni di blocco del traffico e targhe alterne) e che affiancano il servizio Car sharing all'auto di

La popolazione target

³⁵ L'auto prenotata attraverso una chiamata ad un numero telefonico ripartito (un numero che ha un costo fisso a chiamata) attivo 24 ore su 24, viene messa a disposizione dell'abbonato in qualsiasi ora della giornata, anche di notte, per un utilizzo legato al tempo desiderato (minimo di un'ora), con un corrispettivo legato all'uso effettivo del mezzo.

³⁶ Il servizio punta sulla concorrenzialità dei costi rispetto all'acquisto ed al possesso di un'auto privata: si tenga conto che con una percorrenza di circa 15.000 km annui (il break event point è a 13.000; sotto gli 8.000 km annui) si ha un risparmio del 35% sul possesso, e nel contempo l'automobilista può muoversi individualmente e in piena autonomia, guidando un'auto sempre in perfetto stato di manutenzione.

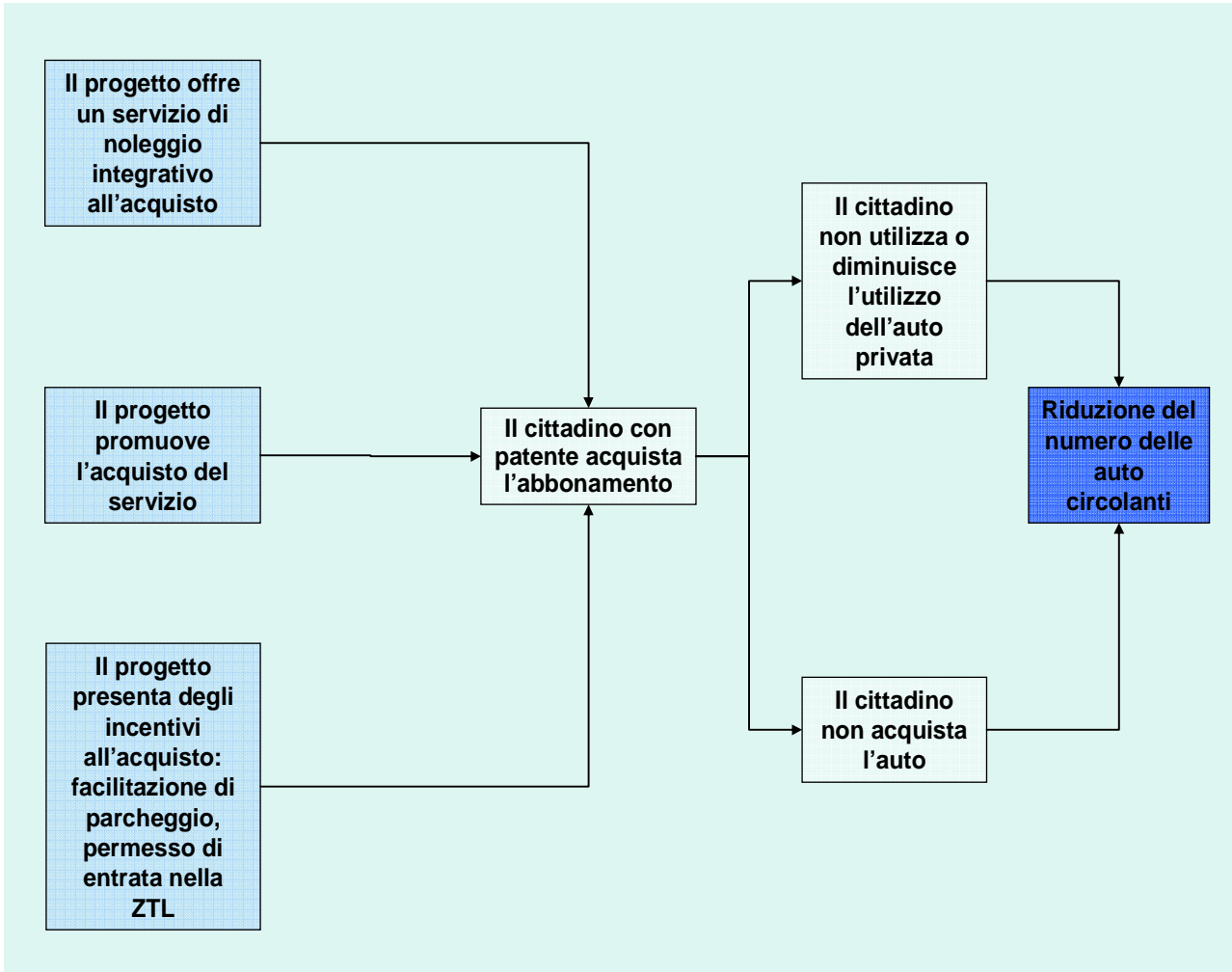
³⁷ Si valuta che a regime il Car sharing sarà in grado di far diminuire il traffico veicolare cittadino di circa l'1,5%, vale a dire una riduzione di 115.000 km all'anno, a cui si aggiungono le riduzioni delle emissioni inquinanti e dell'uso delle risorse energetiche.

³⁸ Oltre infatti ai risparmi dettati dall'eliminazione totale dei costi fissi legati alla proprietà dell'automobile (bollo, assicurazione, riparazioni ordinarie e straordinarie, perdite da capitale inutilizzato), la fruizione del Car Sharing consente di parcheggiare gratuitamente in un'area cittadina e di entrare liberamente nella zona a traffico limitato, anche in periodi di particolari restrizioni (domeniche ecologiche, circolazione a targhe alterne, ...).

³⁹ In un'indagine condotta nel 2002 da ICS (Iniziativa Car Sharing) si stimava che i potenziali utilizzatori dell'auto condivisa fossero circa il 3% dei patentati, intorno ai 150.000 automobilisti e sempre nel 2002 il Ministero dell'Ambiente affermavano come, nel giro di qualche anno, fosse possibile arrivare in Italia alla quota di circa 100.000 iscritti al servizio.

proprietà; o infine single e famiglie in procinto di acquistare la prima auto ma che ne fanno un consumo molto limitato.

Figura 1 - Modello logico del Car sharing



Il progetto prevede l'attuazione di **tre attività**, illustrate sinteticamente nella figura 1:

Le attività fondamentali del Car Sharing

- realizzazione del servizio *Car Sharing*;
- promozione commerciale e diffusione sul territorio;
- predisposizione di incentivi e facilitazioni per gli utenti.

La **realizzazione del servizio di Car Sharing** consiste nella costruzione e nella gestione dell'apparato operativo che cura le prenotazioni, nel mantenimento del parco auto e nella predisposizione delle piazzole di sosta riservate.

La **promozione commerciale** prevede, invece, la realizzazione di diverse campagne di comunicazione e marketing volte a far conoscere agli utenti potenziali l'esistenza del servizio e le modalità di fruizione.

La **predisposizione di incentivi e facilitazioni**, infine, si sostanzia in una serie di agevolazioni per l'acquisto dell'abbonamento, finalizzate a rendere (in accordo con gli enti che

regolano e gestiscono il sistema di mobilità urbana) particolarmente appetibile il servizio di *Car Sharing* ad alcune categorie di utenti.

L'attuazione dell'intervento

Il progetto Car Sharing, sviluppato in Urban, è parte del più complessivo progetto proposto per l'intera città di Torino. L'iniziativa, nata agli inizi degli anni ottanta in Svizzera, si è diffusa rapidamente in molti paesi europei ed è stata recepita in Italia dal Ministero per l'Ambiente, attraverso la creazione nel 2002 dell'ICS (*Iniziativa Car Sharing*), ente che sovrintende a tutte le iniziative di Car sharing in Italia (controllo degli standard di servizio, promozione, analisi della clientela). Torino è stata una delle prime città ad aderirvi (novembre 2002), affidando la gestione del servizio ad una società costituita *ad hoc*, denominata **Car City Club**, grazie alla collaborazione di GTT (51%), Savarent (33%) e di Autoservizi Canuto (16%). Dal 2002 il progetto si è sviluppato, sino a raggiungere in meno di 3 anni, oltre **1000 utenti**, che hanno a disposizione **42 parcheggi** e un parco-auto di **70 vetture**. L'idea di coinvolgere i quartieri più periferici della città ha portato all'inserimento di **Car City Club** nel progetto **Urban II**. Dopo un anno di progettazione l'iniziativa è stata inaugurata nel **maggio 2004**.

Il Car Sharing a Torino e nell'area Urban II

Nell'area di Urban II le modalità di funzionamento del servizio sono le stesse di quelle operanti sul resto della città. Al momento dell'iscrizione l'utente paga l'abbonamento e riceve una **tessera magnetica personalizzata**. La tessera consente di accedere all'auto precedentemente prenotata per telefono. Quando l'utente necessita di un'auto, riserva la vettura al parcheggio scelto specificando la **durata della prenotazione**, attraverso una telefonata al call center. La **prenotazione minima è di un'ora**, con frazioni aggiuntive di quindici minuti. L'utente paga il **consumo effettivo** dell'auto, che tiene conto del numero di chilometri percorsi, della durata della prenotazione e del tipo di auto utilizzata. L'auto deve essere sempre riconsegnata al **parcheggio di partenza**.

Il funzionamento del servizio

La **realizzazione del servizio di Car sharing** nell'area Urban ha avuto inizio, nel 2004, con la collocazione di **4 parcheggi** nel territorio del quartiere, cui facevano capo circa **8 vetture**. Nel corso del **2005** è stato aggiunto un ulteriore parcheggio ed ora il totale è salito a **5**. Contestualmente le auto disponibili sono scese a **6**.

Realizzazione servizio Car Sharing		
	2004	2005
Parcheggi dedicati	4	1
Auto disponibili	8	6

La **promozione** del servizio sull'area ha avuto anch'essa inizio nel corso del 2004. L'attività del progetto nell'area Urban si è svolta attraverso diversi strumenti di marketing: al fine di diffondere l'iniziativa e raggiungere il maggior numero di utenti potenziali, sono state realizzate campagne a mezzo stampa, distribuzione di volantini, campagne di affissione e cartellonistica sui mezzi pubblici e un'attività di telemarketing indirizzata specificatamente alle aziende dell'area. Sono state inoltre promosse iniziative sul territorio, legate all'inaugurazione dei singoli parcheggi, allo scopo di aumentare la riconoscibilità del progetto tra gli abitanti del quartiere. Ad oggi sono in programma altri eventi promozionali, che si ricollegheranno a campagne nazionali elaborate da ICS e dal Ministero per l'Ambiente, allo scopo di diffondere ulteriormente lo spirito dell'iniziativa e le sue modalità di funzionamento.

Promozione nell'area Urban II

A partire dal **2004** è stato anche progettato ed attivato per l'area Urban un sistema di **Realizzazione degli incentivi** incentivi all'acquisto dell'abbonamento. La scelta è stata quella di attivare una riduzione sul costo d'abbonamento del **60%** (per il primo e il

secondo anno). Inoltre, così come per il resto della città, è stata estesa la formula promozionale *Presenta un amico*, che consente di riconoscere il **50%** di riduzione sul costo d'abbonamento, sia al vecchio cliente che a quello nuovo.

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Il Car sharing ha realizzato le attività previste?

Le attività previste dal progetto Car sharing all'interno di Urban II sono state tutte realizzate in maniera soddisfacente. Nel dettaglio, per quanto riguarda la **realizzazione del servizio di Car sharing**, sono stati predisposti i parcheggi e sono state attrezzate le aree con le auto nel numero concordato con l'ufficio Urban (**5** i parcheggi, **6** vetture a disposizione) ed il servizio è stato attivato sul territorio nei tempi preventivati. Nel corso dell'attuazione non si sono rivelate particolari criticità. In particolare il processo di identificazione delle piazzole, in altri contesti piuttosto critico, non si è rivelato particolarmente complesso. Per quanto riguarda la **promozione commerciale e la diffusione sul territorio**, il giudizio dei responsabili sull'attuazione è buono: sono stati infatti coperti i principali canali promozionali: volantaggio, cartellonistica di zona e campagne a mezzo stampa. Infine, l'attività di **facilitazione per gli abitanti dell'area Urban II** è stata realizzata secondo quanto previsto: sono state create delle forme di agevolazione differenziate per gli abitanti del quartiere Urban che si sono sommate alle agevolazioni già presenti nell'intera città. Le attività di incentivazione non sembrano comunque aver rimosso il problema della bassa penetrazione del servizio. Questo perché come detto il cliente non è frenato, nel accedere al servizio dal prezzo, ma da altre motivazioni, di carattere più generale. Per tale ragione è sembrato opportuno non ideare ulteriori iniziative di carattere commerciale, ma si è pensato soprattutto a presidiare il territorio e a collegare con altri parcheggi il centro con le zone limitrofe a Mirafiori, in modo da non lasciare isolata la zona.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
Realizzazione del servizio Car sharing		X	
Promozione commerciale e diffusione sul territorio			X
Facilitazione per i residenti		X	

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) In che misura il progetto Car Sharing ha raggiunto la popolazione target?

Il Progetto CarSharing, si era posto l'obiettivo di raggiungere sull'intera città di Torino l'obiettivo di circa **800** abbonati il primo anno, per poi passare a **1.350** il secondo, **2.000** il terzo, **2.600** il quarto e **3.400** il quinto. Se le cose fossero andate come era stato previsto inizialmente, ad oggi vi sarebbero stati circa **2.000** abbonati. La quota di persone realmente iscritte è invece di sole **900**, pari a circa il **45%** del livello obiettivo. Il ritardo può probabilmente essere ascritto alla lentezza con cui il progetto si è diffuso sul territorio: si era infatti pensato ad una penetrazione più rapida, ma forse, a causa dell'innovatività del prodotto, i clienti nel primo anno sono stati molti meno dei previsti⁴⁰. La situazione è andata progressivamente migliorando e negli anni successivi ed

⁴⁰ Un altro elemento che ha frenato la diffusione del servizio è stata la lenta adesione degli enti pubblici: in un primo tempo si sono infatti preventivate a budget tutte le tessere che gli enti locali (Comune, Regione e Provincia) avrebbero

è stato in parte ripianato il divario con le previsioni: dopo **86** abbonati nel **2002**, si è arrivati a **405** nel **2003**, a **605** nel **2004** e infine a **500** nel **2005**. Per ottenere questo risultato si sono dovute potenziare le attività di marketing e le iniziative commerciali e inoltre si è potuto sfruttare il positivo effetto del passaparola e la diffusione fisica dei parcheggi sul territorio. La lentezza del processo di affezione al servizio è dimostrato anche dal dato di confronto con le altre città italiane che hanno attivato il servizio, come riportato alla tavola sottostante: è possibile infatti riscontrare come anche in altre realtà si siano incontrati problemi analoghi di crescita nel numero delle utenze e come in ogni caso Torino si collochi al primo posto per impegno organizzativo assunto, sia in termini di numero di auto messe a disposizione degli utenti, sia come numero di parcheggi riservati al *Car Sharing*.

	Inizio	Auto	Utenti	Autovetture*	Parcheggi
Torino	Nov. 2002	51	820	602.045	32
Venezia	Ago. 2002	22	961	---	5
Bologna	Ago. 2002	30	690	212.202	11
Rimini	Estate 2002* Mar.2003	17	525	---	17
Genova	Lug. 2004	17	431	301.160	16
Modena	Apr. 2003	13	145	---	9
Totale		150	3552		90

* Anno di riferimento 2003 – Dati relativi ai Comuni. Fonte: Elaborazioni da Statistiche ACI e ICS

Sul mancato raggiungimento dei livelli di abbonamenti previsti ha influito anche la creazione delle tessere trasferibili per enti e società, che ha consentito di avere una sola tessera per molti utilizzatori: si calcola che il numero dei reali utilizzatori del servizio sia di circa 1.500⁴¹, contro i 1000 abbonati reali. Inoltre bisogna ricordare che il numero finale di abbonati non tiene conto delle tessere trimestrali e semestrali non più rinnovate e dei recessi. In definitiva le tessere emesse sono state così complessivamente oltre 1.400.

	Totale
Abbonati	1.000
Tessere emesse	1.400
Reali utilizzatori	1.500

*Si tenga conto che il dato nel 2005 è aggiornato a maggio. Fonte: Tabella ICS

dovuto acquistare nel tentativo di sostenere il servizio e l'idea di un trasporto più efficiente, per un numero pari a circa 500 nuove tessere. In realtà tali contratti si sono concretizzati solo dopo alcuni anni di trattative e solo nel 2005 si possono registrare le prime attivazioni di tessere intestate al Comune, mentre le trattative con la Provincia sono appena state concluse e quelle con la Regione non sono nemmeno cominciate.

⁴¹ Questo dato è ottenuto direttamente dai clienti che tengono conto formalmente dei reali utilizzatori delle tessere.

Per quanto concerne nello specifico il target raggiunto nell'area Urban si può dire che le iscrizioni sino a questo momento sono ancora molto poche: infatti sono meno di **40 gli abbonamenti** sottoscritti, concentrati perlopiù intorno a tre parcheggi di Corso Agnelli e via Gaidano, e soprattutto in prospettiva anche di corso Tazzoli. Le previsioni inizialmente erano più alte: ci si aspettava infatti di ottenere circa **150** abbonati al primo anno poi circa **30-50** abbonati/anno negli anni successivi; in realtà il servizio non ha avuto una partenza decisa così come nel resto della città, anche se negli anni successivi ci sono stati poi circa **35** abbonati all'anno, in conformità con il trend di crescita previsto. I problemi riscontrabili in quest'area sono quelli che sono stati evidenziati anche per il resto della Città, a cui si deve aggiungere la mancanza di una presenza nelle zone limitrofe e di conseguenza una minore conoscenza del servizio; inoltre la mancanza di strisce blu e la relativa facilità di parcheggio rendono meno attraente il servizio. Un'altra spiegazione per il mancato raggiungimento dei livelli previsti può essere ritrovato anche nella differente percezione degli abitanti del quartiere rispetto al resto della città verso il possesso dell'automobile: a Mirafiori l'idea di possedere uno status symbol è piuttosto radicata, per cui si rinuncia in misura minore al possesso dell'auto anche se poco utilizzata.

Per quanto concerne l'utenza raggiunta dal servizio Car Sharing, si evidenzia come essa sia composta per circa il **53% da aziende** e per il restante **47% da privati** cittadini. Gli utenti variano nella fascia tra i **18** e gli **80 anni** e sono a seconda dei casi impiegati, studenti, pensionati e insegnanti o professionisti. La ricerca qualitativa promossa da Ics ha evidenziato che gli utenti privati sono per la maggiorparte dei casi maschi (**62%**), con una fascia di età concentrata tra i **25** e i **55** anni (**l'80%** del totale è posizionato in questa fascia) e con un livello di istruzione medio alto. Il **50%** degli utenti svolge un lavoro da dipendente, il **22%** è costituito da liberi professionisti, mentre il **17%** è senza un'occupazione. Per ciò che concerne il nucleo familiare il **36%** degli utenti è single, il **26,6%** vive in famiglie con due componenti, il **18%** con tre componenti e il **15%** con quattro. Il **37%** degli utilizzatori afferma di non possedere un'auto di proprietà e tra quelli che la posseggono l'uso fatto è piuttosto limitato, intorno ai **14.000 km** all'anno. Queste caratteristiche hanno condotto a rilevare tre differenti tipologie di utenti del servizio Car sharing ossia:

- Utilizzatori non proprietari di un'auto (33,7 viaggi l'anno)
- Utilizzatori proprietari di un'auto (29,2 viaggi l'anno)
- Liberi professionisti (40 viaggi l'anno)

Allo stesso modo dei privati anche la composizione delle aziende/enti che utilizzano il servizio, risulta essere estremamente composito tanto da comprendere, oltre agli studi di professionisti (avvocati, commercialisti, architetti, consulenti), attività che vanno dalla ristorazione agli istituti di credito, dalle agenzie di pubblicità agli enti pubblici. La ricerca ICS conferma inoltre che la maggioranza di aziende che aderiscono al servizio sono di dimensioni medio-piccole (il **50%** hanno meno di **5** dipendenti, mentre il **30%** ne hanno tra **5** e **10**), e che tendenzialmente l'utilizzo è ridotto al titolare delle stesse (nel **75%** dei casi). Nel **53%** dei casi l'auto Car sharing viene associata ad una di proprietà aziendale, ma l'utilizzo che se ne fa è comunque mediamente più intenso di quello del singolo: **34,5** viaggi/anno in media per le aziende con meno di **5** dipendenti, **20** per quelle con un numero di dipendenti compreso tra **5** e **10** e **73** per quelle con più di **10** dipendenti.

La tipologia di utenza raggiunta risulta in qualche misura differente rispetto alle aspettative iniziali, in quanto all'avvio del programma si immaginava che i soggetti maggiormente interessati sarebbero state le famiglie o gli individui in possesso di seconde o terze auto, pressochè inutilizzate e che i privati sarebbero state per lo più persone di profilo culturale e di reddito medio-alto. In realtà il dato degli iscritti ha dimostrato l'inesattezza di alcune di queste assunzioni: con il tempo ci

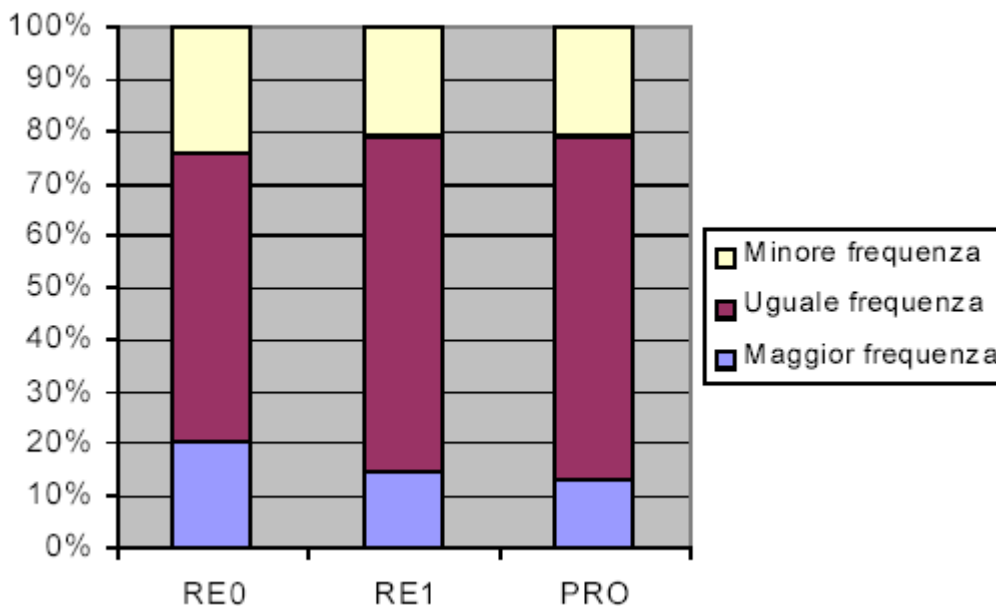
si è resi conto che individui con un profilo di reddito e di istruzione medio-basso si dimostravano interessati al servizio, così come si è compreso che anche le grandi aziende, e non solo i piccoli studi di professionisti, potevano essere interessate ad un tale sistema di mobilità. Per questi nuovi target sono stati studiati strumenti di comunicazione adeguati a raggiungere anche queste categorie di cittadini.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) In che misura si è verificato un cambiamento nelle modalità di utilizzo del mezzo privato tra gli utenti del Car Sharing?

Per rispondere a questo quesito sarebbe utile disporre di informazioni dirette sull'utilizzo che gli iscritti al servizio nell'area Urban fanno dell'auto e delle eventuali differenze riscontrate prima e dopo l'adesione al servizio nella città di Torino. Non disponendo di tali informazioni è opportuno adottare una strategia diversa: è possibile inferire⁴² questi dati da un'indagine condotta tramite interviste da ICS nel **2005** su **13** città italiane, che ha permesso di comprendere le modificazioni nel comportamento verso l'auto privata di coloro che hanno aderito al servizio Car sharing. Nel grafico seguente si nota come la tendenza nelle categorie di utenze prese in esame (privati non proprietari di un'auto - RE0 -, privati con un'auto propria - RE1 - e liberi professionisti -PRO) vada, complessivamente, verso un utilizzo dell'auto minore ed ottimizzato.

Fig. 2 Variazione della frequenza d'utilizzo dell'auto dopo l'associazione al Car Sharing



Fonte- Rapporto ICS – Monitoraggio del Programma Nazionale Car Sharing, giugno 2005

Tutte e tre le categorie considerate presentano infatti un saldo positivo tra chi riduce l'uso dell'auto e chi lo aumenta, in seguito all'associazione al Car Sharing. Tale riduzione appare più decisa nella categoria dei liberi professionisti e dei privati con auto propria e leggermente più contenuta in quella dei privati non proprietari di un'auto.

⁴² Ovviamente l'inferenza è possibile sotto l'ipotesi che gli intervistati torinesi non abbiano abitudini di utilizzo dell'auto troppo diverse da quelle degli abitanti delle altre città del campione.

4) In che misura gli utenti modificano il proprio comportamento verso l'acquisto dell'auto privata dopo l'adesione al Car sharing?

Proposta di approfondimento

Allo stato attuale non esistono informazioni che consentano di verificare se gli utenti del Car Sharing rinunciano all'acquisto della seconda auto dopo aver sperimentato il servizio. Per rispondere più efficacemente a questo quesito sarebbe opportuno attivare un'indagine ad hoc sugli iscritti al servizio, eventualmente in forma di questionario telefonico.

Scheda n. 8: Il Progetto Centro Lavoro

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto CENTRO LAVORO e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione a Torino e più in particolare nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Il quartiere di Mirafiori Nord si è contraddistinto, sin dalle sue origini per la presenza di un modello occupazionale fortemente incentrato sul settore industriale ed in particolare sul settore automobilistico. La crisi di quest’ultimo ha causato un’ingente perdita di posti di lavoro ed ha spinto molte persone a ricollocarsi sul mercato sviluppando nuove competenze. Oggi all’interno di Mirafiori il mercato del lavoro risulta comunque in linea con quello del resto della città: il tasso dei

Le caratteristiche della disoccupazione nel quartiere Urban

disponibili al lavoro⁴³ si attesta al **3,4%** dell’intera popolazione (**3,5%** valore medio per Torino), ovvero il **9%** di tutti quelli presenti in città.⁴⁴ Le differenze con il dato cittadino si riscontrano nelle “caratteristiche” dei disoccupati.

Nell’area Urban le persone in cerca di occupazione hanno un’età media superiore rispetto al resto della città: quasi il **54%** (contro il **50%** della media cittadina) si trova nella fascia d’età compresa tra i **30** e i **49** anni, mentre il **14,5%** (contro i **12,5%** del resto della città) ha più di **50** anni. Per quanto riguarda i titoli di studio invece emerge una maggiore preparazione dei disponibili al lavoro in area Urban: il **36%** è infatti dotato di un diploma o di una laurea contro il **32%** che mediamente si registra sull’intera città. Si tratta quindi di disoccupati con buoni tassi di scolarizzazione ma con un’età avanzata per i quali esiste una particolare difficoltà a ricollocarsi sul mercato.

Alle difficoltà connesse ad una bassa appetibilità sul mercato del lavoro, si sposano poi altri elementi che tendono a complicare il quadro. Il disoccupato vive, perlopiù, l’esperienza della

Il problema dell’occupabilità

ricerca di lavoro in solitudine, costruendosi e sperimentando autonome strategie di ricerca. Inoltre egli è mediamente disinformato rispetto alle caratteristiche dell’offerta di lavoro presente sul mercato . Tutto ciò si risolve spesso in un

allungamento esponenziale dei tempi di reperimento di una nuova occupazione, che provoca disagio ed insoddisfazione.

A fronte di questa situazione, il Centro Lavoro si propone come un intervento finalizzato a facilitare la ricerca del lavoro da parte dei soggetti in cerca di occupazione.⁴⁵ L’obiettivo generale di incrementare l’occupabilità è perseguito attraverso un’azione indirizzata da un lato ad elevare le

La soluzione proposta dal Centro Lavoro

capacità di ricerca ed autopromozione da parte dei disponibili al lavoro, dall’altro ad offrire agli stessi una più ampia gamma di informazioni che facilitino il loro contatto con il mondo delle aziende. L’idea forza è che soggetti maggiormente informati sul mercato del lavoro e di

conseguenza resi più abili nell’attività di ricerca dello stesso da parte di personale specializzato,

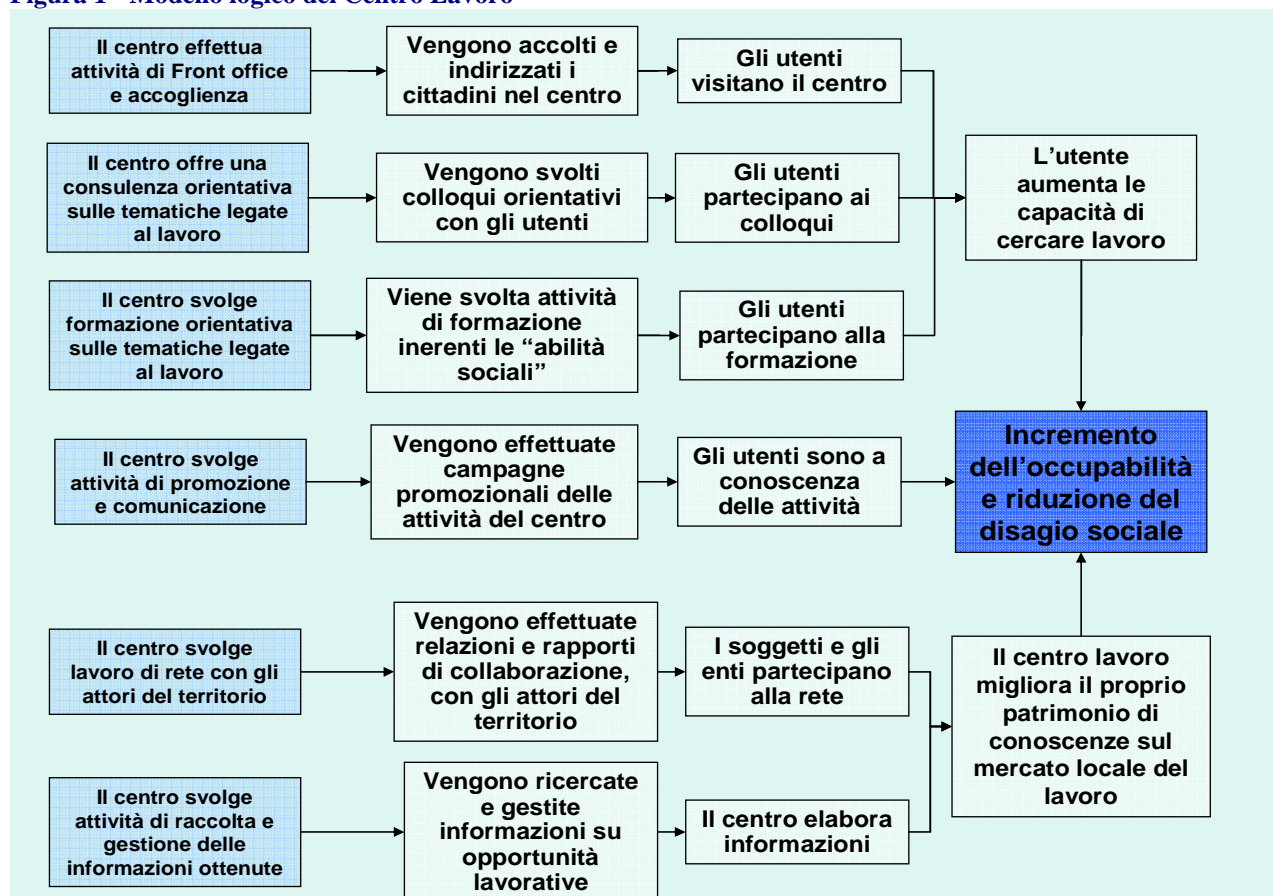
⁴³ Sono i soggetti che hanno manifestato una disponibilità all’impiego immediato presso un Centro per l’Impiego

⁴⁴ Dati provenienti da una ricerca condotta dall’Osservatorio Lavoro e Formazione del Comune di Torino.

⁴⁵ Il Centro Lavoro ha deciso di escludere dalle proprie attività l’incontro domanda-offerta, ossia la possibilità di mettere direttamente in contatto i lavoratori con le aziende, per evitare di andare a coprire un servizio già offerto da altre istituzioni sul territorio.

abbiano maggiori possibilità di trovare più celermente un'occupazione. In questo senso Centro Lavoro si propone come una struttura che eroga servizi finalizzati a facilitare lo sviluppo occupazionale agendo sulla capacità dei singoli di attivarsi ed aumentando le loro chances occupazionali.

Figura 1 - Modello logico del Centro Lavoro



Le linee di attività che sono alla base della strategia dell'intervento sono:

Le attività del Centro Lavoro

- Accoglienza e primo filtro;
- Consulenza;
- Formazione orientativa;
- Promozione e comunicazione;
- Costruzione e mantenimento della rete degli attori pubblici e privati presenti sul territorio;
- Raccolta e gestione delle informazioni ;

La linea di attività **Accoglienza e primo filtro** si suddivide in tre principali attività: accoglienza, informazione orientativa e rinvio ad altri servizi. L'accoglienza è un servizio di "primo contatto": il Centro Lavoro infatti accoglie coloro che accedono al servizio. In tale frangente, gli operatori, attraverso una breve intervista con l'utente, comprendono le sue esigenze. Si passa poi ad una scelta alternativa tra il percorso interno oppure il rimando verso un servizio esterno (in questo caso si parla appunto di rinvio), gestito da altre istituzioni. Per ogni utente viene compilata

una scheda sintetica che raccoglie le informazioni personali (età, sesso, nazionalità) e la modalità di utilizzo del servizio (ora, servizi utilizzati).

La linea di attività **consulenza orientativa** si concretizza in un servizio fornito in seguito al primo contatto (colloquio breve), nel momento in cui il cliente manifesta esigenze più complesse, attraverso la realizzazione di colloqui e percorsi individuali. Tale attività si incentra intorno alla relazione di aiuto che si instaura tra consulente e cliente-utente, tesa a promuovere l'autoconsapevolezza, l'autonomia, la capacità di orientamento e di azione della persona rispetto alle proprie caratteristiche personali/professionali ed al mercato del lavoro.

La **formazione orientativa** consiste invece di un ventaglio di incontri di gruppo, su una pluralità di tematiche, che possono riguardare il mercato del lavoro, la selezione del personale, i servizi all'impiego, le tecniche di ricerca attiva del lavoro o la preparazione all'inserimento lavorativo.

L'attività di **promozione e comunicazione** del Centro e dei suoi servizi si compone invece in una serie di campagne pubblicitarie finalizzate alla presentazione delle attività del centro. A questo scopo vengono effettuate attività di mailing direttamente verso la popolazione del quartiere, e verso associazioni ed enti che operano all'interno di Mirafiori Nord. A completamento della campagna promozionale, vengono anche distribuiti volantini e cartelloni informativi presso i servizi territoriali e pubblicati articoli di presentazione del Centro su riviste specialistiche.

La linea di attività relativa alla **creazione di reti**, si basa sulla creazione di rapporti stabili e frequenti con gli attori del territorio che si occupano di politiche di lavoro e di sviluppo economico e produttivo. Questa azione consente da una parte una maggiore conoscenza del Centro verso l'esterno e dall'altra una più elevata consapevolezza dell'offerta degli altri operatori e lo sviluppo di progetti trasversali.

La **ricerca e l'elaborazione di informazioni**, infine, consta di una serie di attività di raccolta, sistematizzazione e analisi dei dati relativi al mercato del lavoro locale e sugli utenti del centro. All'interno di questa linea vengono svolte analisi ed elaborazioni dei dati istituzionali sul quartiere e sulla città e sui problemi che emergono dalle interviste con gli utenti. Le informazioni sono rese disponibili grazie ai rapporti con gli altri attori del territorio, tramite le ricerche su internet e attraverso l'elaborazione delle fonti ufficiali (Informalavoro, Carriera e Lavoro). Oltre ad informazioni esterne il Centro è in grado di gestire e produrre dati propri provenienti dalle proprie attività a completamento delle informazioni a disposizione.

I destinatari dell'intervento

Il Centro Lavoro si rivolge in prima istanza agli abitanti di Mirafiori Nord, che si vogliano dedicare attivamente alla ricerca di un'occupazione o che stiano pensando di cambiarla. In via secondaria si rivolge anche ai cittadini dei restanti quartieri della città⁴⁶.

⁴⁶ Vengono esclusi dal servizio i non residenti a Torino.

L'attuazione dell'intervento

Il Centro Lavoro ha iniziato la sua attività nel luglio **2004**, a conclusione di un breve periodo di progettazione ed organizzazione durata alcune settimane⁴⁷. Dopo una fase sperimentale, svoltasi per tutto il mese di luglio, il Centro ha aperto con un orario regolare il 23 agosto, per essere definitivamente inaugurato il 24 settembre dello stesso anno. Da quel momento il servizio è rimasto aperto al pubblico complessivamente per **24 ore** la settimana, con un orario articolato in modo da consentirne l'accesso ad un pubblico diversificato: tutte le mattine e alcuni pomeriggi sino alle 18 nei giorni feriali e il sabato mattina⁴⁸.

L'avvio del progetto

Lo staff del progetto che opera nella sede di corso Siracusa 225 è composto da sei persone: il responsabile del progetto, **2** operatori di sportello, **2** orientatori e un ricercatore; tutti con un impegno temporale parziale: gli operatori di sportello sono impiegate per **40 ore settimanali** complessivamente (**24** di sportello e **16** di back office), gli orientatori per **12** e il ricercatore, così come il responsabile del progetto, per **8**. Oltre alle sei figure coinvolte, rientra nell'organizzazione anche un responsabile della divisione Lavoro del Comune di Torino.

Lo staff del progetto

L'inizio dell'attività del Centro è stata preceduta da un'intensa fase di promozione. La pubblicizzazione delle attività del Centro è stata effettuata attraverso differenti canali di comunicazione: prima di tutto con la diffusione di **12.000** cartoline personalizzate all'interno del quartiere inviate nel mese di luglio, cioè poco prima dell'apertura; in secondo luogo attraverso una campagna di affissioni negli uffici pubblici dove sono stati distribuite locandine e lettere di presentazione; si è anche potuto contare come strumento di comunicazione su tre articoli comparsi su alcuni giornali specialistici: uno su *Informa Lavoro* (dicembre '04), uno su *Informa Giovani* (settembre '04) e uno su *Lavoro e Carriere*. A completamento sono state anche inviate circa **200** lettere di presentazione del servizio alle associazioni e agli enti del territorio.

La promozione del progetto

Attività di Promozione	2004	2005
Cartoline personalizzate	12.000	-
Lettere di presentazione	200	-

L'attività di accoglienza e primo filtro

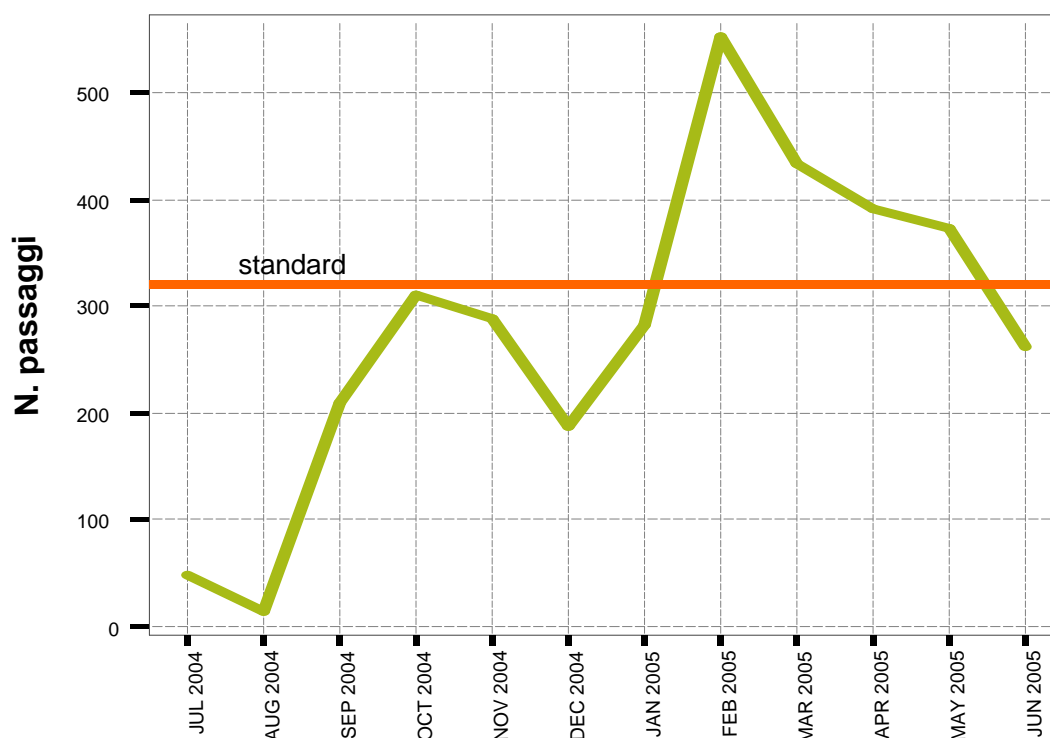
Al termine della fase di promozione, dopo un anno di attività, il Centro ha potuto iniziare a fornire i propri servizi a circa **1.400** persone⁴⁹. Il trend dell'affluenza al Centro ha registrato una crescita progressiva sino al mese di febbraio '05, quando si è raggiunto il picco di oltre **500** passaggi; da quel momento si è avuta una flessione

⁴⁷ Già nel giugno 2004 erano cominciate le attività di back office a "porte chiuse": il progetto prevedeva quattro settimane per organizzare il servizio che poi sono state effettivamente ridotte a tre.

⁴⁸ Il mercoledì il servizio effettua orario continuato dalle 9.00 alle 15.00.

⁴⁹ Gli utenti serviti hanno effettuato 3.800 passaggi, ad una media di oltre 320 al mese.

dell'affluenza che si è poi stabilizzata intorno **ai 200** al mese.



Con la crescita degli utenti, il Centro Lavoro ha anche visto incrementare nei primi mesi del **2005**, la quantità di servizi erogati: i **colloqui orientativi** ad esempio sono passati da **8** nel primo trimestre di attività a **40** e **51** rispettivamente nel secondo e terzo, per poi scendere sino a **29** nel quinto, ma mantenendo una media di quasi **35** colloqui a trimestre. Anche gli **incontri di gruppo** sono passati da zero nell'estate del **2004** a **4** nell'autunno dello stesso anno, sino a **12** nel quarto trimestre di attività, con una media complessiva di **8** incontri ogni tre mesi. Rispetto alle attività di accoglienza ed ai colloqui orientativi sono diminuite le **riunioni di coordinamento** tra gli operatori, passate da **6** nel primo trimestre a **1** nel terzo, così come in quelli successivi.

Consulenza orientativa e formazione

Consulenza orientativa

	Primo trimestre Da Giugno a Agosto 2004	Secondo trimestre Da Settembre a Novembre 2004	Terzo trimestre Dicembre 2004 a Febbraio 2005	Quarto trimestre Marzo 2005 a Maggio 2005	Quinto trimestre Giugno 2005 a Agosto 2005
Colloqui orientativi	8	40	51	46	29

Da settembre **2004** ha avuto inizio anche l'attività di formazione. I corsi di gruppo erogati, che sono stati **4** nel secondo trimestre di attività sono andati crescendo nei trimestri successivi, fino a raggiungere un massimo di **12** nel quarto trimestre. I partecipanti ai corsi sono stati **114**

suddivisi in **37** incontri di gruppo e **11** minigruppi. Una crescita si è verificata rispetto al primo semestre di attività, sia nella partecipazione che nel numero dei corsi offerti (passati da **15** a **33**). Gli incontri sino ad ora hanno avuto come temi la stesura del curriculum, le competenze personali e la capacità di comunicarle e infine il colloquio di selezione. Grazie alla partecipazione degli attori del territorio, si sono potuti organizzare poi incontri sulle cooperative e sulle società di lavoro interinale e cinque incontri di prossimità con le aziende locali.

	Formazione				
	Primo trimestre Da Giugno a Agosto 2004	Secondo trimestre Da Settembre a Novembre 2004	Terzo trimestre Dicembre 2004 a Febbraio 2005	Quarto trimestre Marzo 2005 a Maggio 2005	Quinto trimestre Giugno 2005 a Agosto 2005
Incontri di gruppo	-	4	10	12	6

Ad agosto **2004** hanno avuto inizio anche gli incontri per la costituzione della rete. Complessivamente, da giugno **2004** ad agosto **2005**, sono stati svolti **27** incontri con una media di quasi **6** incontri al mese. L'attività di rete ha dato vita a **8** eventi nel primo trimestre e **7** nel secondo; nel terzo e nel quarto si è invece assistito ad una diminuzione sino a **3** e **4**, dovuta principalmente alla diminuzione dell'esigenza di fare promozione insita in tale iniziativa, che nel

Attività di rete e ricerca

tempo si è stabilizzata verso il basso. Per citare i più significativi rapporti in corso si può ricordare quello con la Circostrizione 2 e quello con Lisem, a cui sono state inviate **18** persone, che volevano intraprendere un'attività di tipo autonoma. Un rapporto di collaborazione che comprende uno scambio continuo di informazioni e notizie e la collaborazione nell'organizzazione di

alcuni incontri per gli utenti è stato inoltre costituito con le agenzie formative e con le agenzie di lavoro interinale. Infine incontri sporadici si sono avuti anche con alcune associazioni del territorio, come quella che coinvolge donne extracomunitarie alla ricerca di informazioni sul mondo del lavoro e con la Gi.Oc. (Gioventù Operaia Cristiana). Sono stati anche effettuati incontri con il progetto Ri.To, attraverso il quale sono stati portati a termine positivamente **7** percorsi di ricollocazione per altrettanti utenti del Centro.

	Costruzione della Rete				
	Primo trimestre Da Giugno a Agosto 2004	Secondo trimestre Da Settembre a Novembre 2004	Terzo trimestre Dicembre 2004 a Febbraio 2005	Quarto trimestre Marzo 2005 a Maggio 2005	Quinto trimestre Giugno 2005 a Agosto 2005
Incontri di rete	8	7	3	4	5

L'attività di ricerca, che non aveva dato vita ad alcuna iniziativa nel primo semestre, a partire dal **2005** si è concentrata attraverso un'indagine ad hoc, sulla conoscenza del tessuto economico e quindi del potenziale bacino di offerta di lavoro nel territorio dell'area Urban. Sono state così inviate **379** lettere di presentazione della ricerca ad altrettante aziende locali, selezionate tra differenti categorie tra cui ristorazione, servizi, industria, commercio, che hanno portato a realizzare più di cento interviste. Questi incontri hanno permesso l'elaborazione di questionari che hanno poi fornito informazioni sui profili professionali maggiormente richiesti e sulle modalità di

reclutamento del personale. Per migliorare le informazioni sull'offerta di lavoro è stata istituita una ricerca sulle aziende del territorio su cui il centro opera: sono state contattate alcune delle **1.200** attività economiche dell'area Urban, per conoscere le loro esigenze di professionalità e per costruire rapporti più solidi. La gestione delle informazioni è stata rallentata anche dalle difficoltà di utilizzare i database della Divisione lavoro del Comune di Torino, in quanto sono ancora in una fase sperimentale.

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1. Il Progetto Centro Lavoro ha realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

Il progetto Centro Lavoro ha realizzato tutte le attività previste nel proprio piano operativo. Per quanto concerne **l'accoglienza**, l'attività, a giudizio dei responsabili è stata attuata in modo **più che soddisfacente**. La crescita dei passaggi è stata considerevole, tanto che dalle poche decine del **luglio-agosto 2004**, si è giunti sino alla punta massima registrata nel mese di febbraio **2005** con oltre **500**, con un dato medio mensile di circa **300** passaggi. Pur essendo sostanzialmente priva di criticità, l'attività di accoglienza e primo filtro è stata spesso messa in difficoltà dal notevole flusso di utenti. Il responsabile del servizio fa notare come un Centro che svolge una così complessa gamma di attività avrebbe bisogno di un maggior numero di risorse umane⁵⁰ in modo da poter gestire sempre con lo stesso livello qualitativo il rapporto con gli utenti e le situazioni di emergenza, così come lo sviluppo di nuove attività. In ogni caso la maggiore dimestichezza alla pratica e una progressiva stabilizzazione dell'affluenza potrà consentire in futuro una gestione più efficiente del Centro.

Anche l'attività di **consulenza orientativa** è stata attuata in maniera **soddisfacente**: ad oggi sono stati effettuati **195** colloqui (condotti su **128** persone)⁵¹, con una media di **4/6** colloqui a settimana; il tempo di evasione delle richieste di colloquio si è contenuto ad un periodo compreso tra i **7** e i **10** giorni. Inoltre l'attività di consulenza è sempre, riuscita sino ad ora, a rispettare lo standard previsto che era quello di sei consulenze erogate alla settimana. L'unico fattore critico è stato, come per l'accoglienza, l'esiguità del monte ore degli operatori a fronte di un flusso di utenza piuttosto significativo: questo ha comportato la necessità di mantenere basso il numero degli incontri offerti, lasciando all'utente la possibilità di fare richiesta di un eventuale approfondimento. Con un maggior numero di ore a disposizione si sarebbe potuto limitare la dilatazione dei colloqui nel tempo e soddisfare le maggiori richieste di colloqui individuali, che hanno avuto un forte incremento soprattutto nel primo semestre del **2005**: anche in questo caso una maggiore disponibilità di risorse umane dovrebbe consentire un miglioramento generalizzato dei servizi offerti.

La **formazione orientativa** non ha posto particolari problemi: il giudizio dei responsabili sull'attuazione è soddisfacente. La criticità in questa attività è rappresentata dalla difficoltà di organizzare eventi formativi per un pubblico che manifesta una partecipazione altalenante al servizio a seconda del periodo e dell'argomento trattato: alcuni incontri infatti hanno avuto partecipazioni fino a **10** persone, a fronte di altri seguiti da soli **4** utenti. Per cercare di stabilizzare la partecipazione si è deciso di operare da una parte migliorando l'attività di promozione, dall'altra operando su una migliore definizione del target a cui rivolgere i corsi, tenendo in maggior conto le richieste degli utenti.

⁵⁰ Non risulta sufficiente un solo operatore di sportello per fornire un efficace presidio delle esigenze degli utenti; il servizio dovrebbe essere gestito da due persone contemporaneamente consentendo lo scambio di informazioni tra gli operatori e la gestione delle criticità.

⁵¹ Delle 61 persone che hanno effettuato attività di consulenza orientativa, 42 hanno effettuato almeno due colloqui e ben 25 hanno avuto un numero di colloqui compreso tra 3 a 6.

Per quanto concerne la **promozione e la comunicazione** gli esiti sono soddisfacenti, per la capillarità che si è riusciti a dare all'attività sul territorio, attraverso le cartoline spedite agli abitanti, attraverso gli incontri con gli operatori locali e gli articoli comparsi su alcune riviste specializzate.

Per quanto riguarda l'attività di **rete con gli attori locali**, il giudizio fornito dai responsabili di azione è **buono**, in particolar modo per quanto concerne la fase di attivazione della rete; per quanto riguarda il mantenimento invece si avverte come sia difficile ottenere una collaborazione fattiva con altri enti. La crescita della rete nel tempo potrà essere garantita dalla diffusione dei contatti e dei servizi: attraverso il passaparola è stato raggiunto un maggior numero di partner, così come attraverso lo sviluppo di iniziative si possono coinvolgere direttamente le imprese. La maggior criticità riscontrata in questa azione è la disponibilità di tempo per progettare e realizzare insieme ai partner delle iniziative.

Per ciò che concerne la **ricerca di informazioni** sulle opportunità di lavoro il progetto ha dato risultati **soddisfacenti**, anche se non si riesce ad effettuare una attività approfondita di ricerca e selezione delle informazioni. Il servizio di ricerca di informazioni, pur se migliorabile attraverso un maggior impiego di personale, rimane di gran lunga il servizio più richiesto: su **320** passaggi al giorno sono circa **200** quelli che mediamente chiedono informazioni di questo tipo; per migliorare il servizio sarebbe opportuno istituire un centro che effettui le ricerche per conto di tutti gli attori del territorio. La raccolta delle informazioni ha permesso inoltre di evidenziare il profilo degli utenti e di comprendere le esigenze e il giudizio circa i servizi offerti; le informazioni sono state raccolte attraverso la compilazione di una scheda personale per ogni singolo richiedente del servizio e attraverso le informazioni di primo contatto rilevate al momento dell'accoglienza; la prima tipologia di rilevamento è risultato complesso e infatti la compilazione è stata molto ritardata: sono state ad ora compilate soltanto **50** schede; il secondo tipo di rilevamento invece è stato effettuato genericamente su tutti i passaggi al Centro, ma le informazioni ottenute non possono essere complete poiché sono state rivelate senza un contatto diretto con l'utente.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
Accoglienza degli utenti all'interno della struttura e filtro verso il servizio ritenuto in grado di rispondere al fabbisogno espresso dall'utente			X
Consulenza orientativa verso le tematiche del lavoro			X
Formazione orientativa			X
Promozione e comunicazione			X
Costruzione e mantenimento della rete degli attori pubblici e privati presenti sul territorio			X
Raccolta e gestione delle informazioni ottenute dagli utenti			X

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2. In che misura il servizio è stato in grado di raggiungere il numero e la tipologia di utenti previsti?

L'utenza potenziale a cui si rivolge il servizio è rappresentata "in primis" dai disoccupati e dai disponibili al lavoro prima all'interno dell'area Urban (circa **500**⁵²) e in seconda battuta su tutta la città di Torino. Attualmente il servizio ha coinvolto oltre **1.900 persone** che rappresentano il **10%** dei **20.000** disponibili al lavoro registrati nella città di Torino; per quanto concerne gli utenti provenienti dall'area Urban essi rappresentano il **59%** del totale⁵³, ossia circa **1.000** persone.

L'utenza raggiunta dal servizio risulta essere per il **52%** di sesso maschile⁵⁴. Per ciò che concerne le classi di età, si osserva un **35%** di giovani (meno di 29 anni), contro una percentuale teorica del **48%**, in linea con i livelli di disoccupazione conosciuta per tale classe di età; gli over **40** sono il **20%** contro il **30%** previsto in base ai dati sulla disoccupazione; il **45%** rimanente è invece rappresentato da utenti tra i trenta e i quarantanni. La percentuale di stranieri è piuttosto bassa, intorno al **17%** nell'ultimo trimestre di attività, ma in aumento rispetto alle rilevazioni dei trimestri precedenti (nel periodo passato la percentuale era al **11%**).

Numero utenti che hanno visitato il Centro Lavoro per trimestre

	Primo trimestre	Secondo trimestre	Terzo trimestre	Quarto trimestre
	Da Giugno a Agosto 2004	Da Settembre a Novembre 2004	Dicembre 2004 a Febbraio 2005	Marzo 2005 a Giugno 2005
Utenti registrati	65 di cui 38 primi passaggi	782 di cui 56% primi passaggi	1022 di cui il 42% primi passaggi	1050 ⁵⁵

Come si può osservare nella tabella **3**, gli utenti hanno avuto una crescita sensibile sia tra il primo e il secondo trimestre che tra questo e il terzo periodo di attività. Se da Giugno ad agosto si sono avuti solo **65** passaggi, da Settembre a Novembre sono incrementati di oltre **10** volte per arrivare a quasi **800**. Nel terzo trimestre (da dicembre a febbraio) l'incremento è stato più contenuto, anche se la crescita ha portato a oltre **1.000** passaggi, raddoppiando quasi quelli del periodo precedente. Il quarto trimestre conferma il dato del periodo precedente, sottolineando il raggiungimento di un dato medio tendenziale che comunque dovrà essere riconfermato nei periodi successivi.

⁵² I dati si sono ricavati da un rapporto elaborato per Urban da SRF e Lisem.

⁵³ Il dato è riferito solamente alle attività di consulenza e formazione, ma può essere utilizzato anche come proxy di quello complessivo.

⁵⁴ La tipologia di utenza che si stimava potesse rivolgersi al Centro Lavoro, ricalcava le stesse caratteristiche socio-anagrafiche della popolazione disoccupata, come emerge dalle statistiche ufficiali. Si è, però, verificato un certo scarto da tali rappresentazioni.

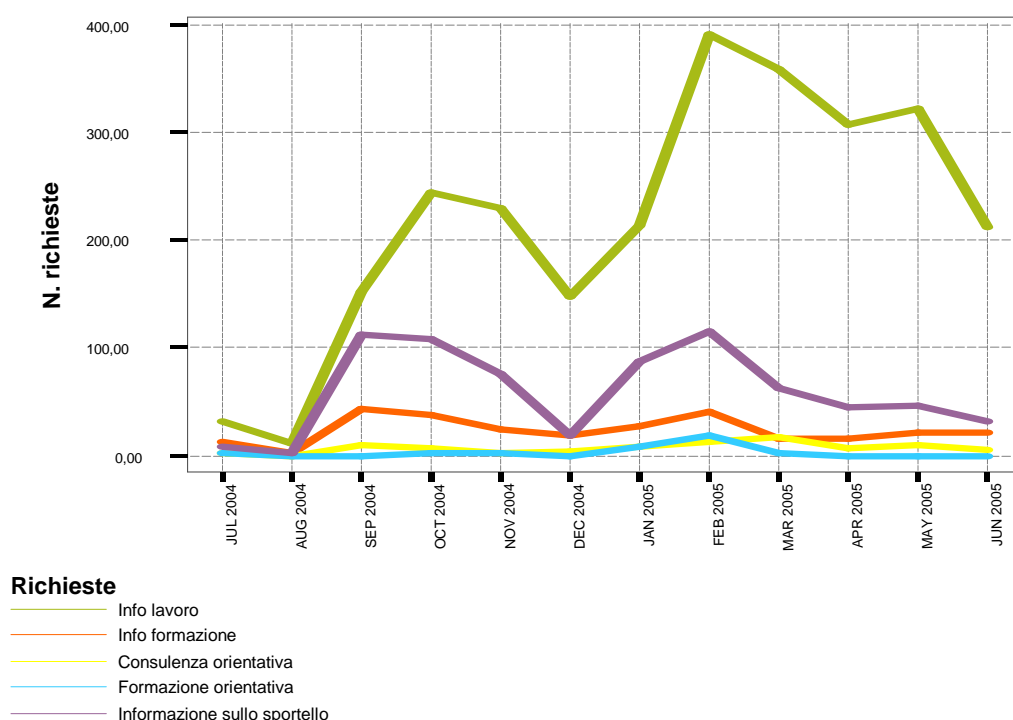
⁵⁵ Non è ancora possibile stimare il numero di primi passaggi.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3. In che misura gli utenti utilizzano i servizi o partecipano alle attività del centro?

Per avere una prima fotografia delle attività svolte, si può osservare nel grafico sottostante la dimensione delle richieste informative pervenute al Centro Lavoro da parte dei cittadini in 12 mesi di attività, al momento del primo contatto, ovvero nella fase di accoglienza. La categoria di richieste più frequenti sono le informazioni sulla ricerca del lavoro, a cui seguono le informazioni sulle attività e sul funzionamento dello sportello stesso e quelle sui servizi di formazione disponibili sul territorio. In misura nettamente minore gli operatori hanno dovuto soddisfare richieste di informazione sui servizi personalizzati, quali le attività di formazione e di consulenza: si tenga conto infatti che solo il **6%** di tutti gli utenti passati attraverso il Centro affronta un colloquio orientativo e solo **l'8%** partecipa a incontri di formazione orientativa.

Nel tempo si è assistito alla progressiva diminuzione delle attività generiche, come l'accoglienza e la promozione e alla crescita delle attività specialistiche, come colloqui e formazione orientativi.

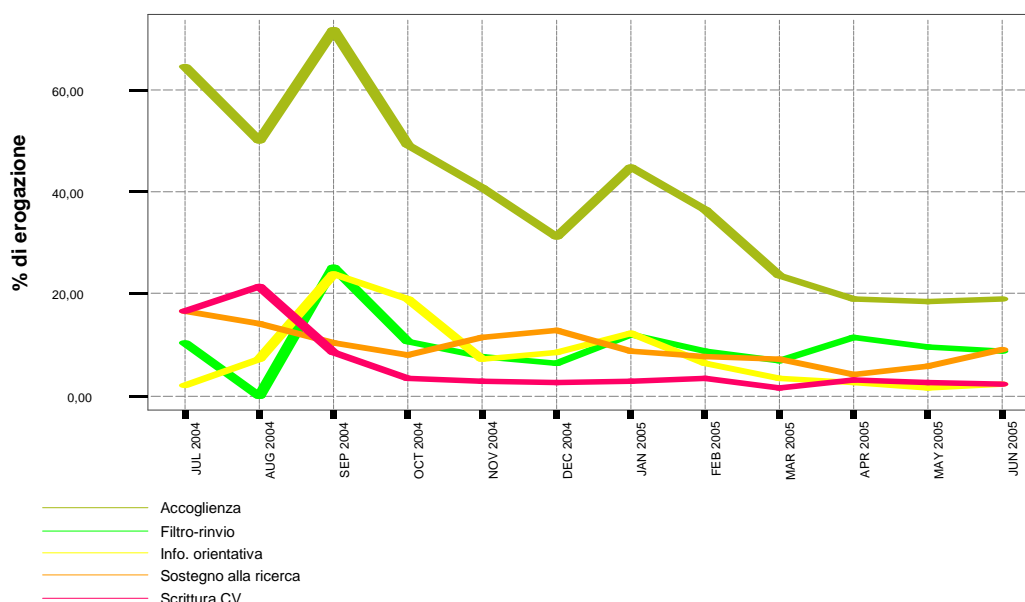


Il numero dei servizi forniti può essere riassunto dalla tabelle e dai grafici sottostanti. Come si vede complessivamente nelle tre attività portanti del centro, si evidenzia un forte aumento nel passaggio dal primo al secondo semestre. L'attività di accoglienza che è stata elargita complessivamente a circa **1.300** persone è passata da **540** nei primi sei mesi a **740** nei secondi sei. I colloqui orientativi sono allo stesso modo aumentati passando da **80** a **115**. Infine gli incontri di formazione orientativa effettuati sono stati in totale **37**, ma sono passati da **14** a **23**.

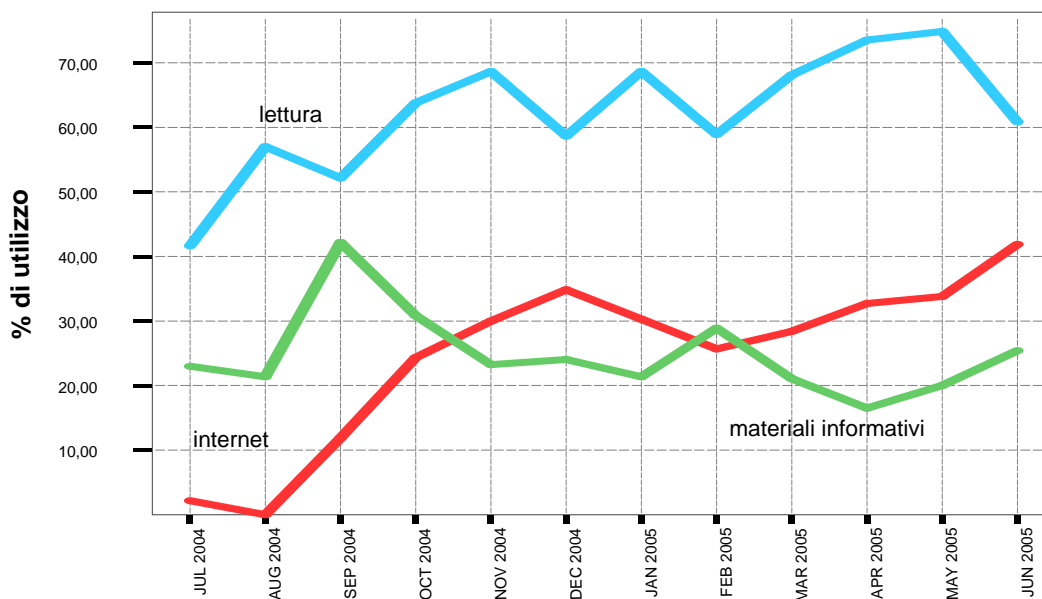
Totale di utenti per servizio erogato

Numero utenti	Da Giugno a Dicembre 2004	Da Gennaio a Giugno 2005	Totale
Accoglienza	540	760	1300
Colloqui orientativi	80	115	195
Formazione (n. corsi)	14	23	37

Per quanto concerne invece la percentuale di tempo dedicata dalla struttura alla singola attività si nota come tutte vadano riducendosi nel tempo, a sottolineare una maggior efficienza gestionale degli operatori. La diminuzione più forte si è avuta nell'attività che occupa più risorse ossia nell'accoglienza, dove si è passati dal **70%** al **20%** nell'estate del **2005**; questo ha consentito di liberare le risorse necessarie per sviluppare le attività che nel frattempo sono state avviate, vale a dire la formazione e i colloqui orientativi, ma anche il sostegno alla ricerca e la scrittura dei CV.



Se si osserva poi l'utilizzazione dei servizi offerti al pubblico si nota come la lettura dei giornali e delle riviste specializzate sia l'attività primariamente utilizzata dagli utenti. Nel tempo il **70%** circa ne ha fatto uso. Per quanto riguarda i materiali informativi del centro si osserva come siano stati utilizzati in misura nettamente superiore per i primi sei mesi, per poi ridiscendere nel semestre successivo, a dimostrazione di come gli utenti siano sempre più informati circa i servizi e il funzionamento del centro. I servizi consultivi su Internet hanno avuto invece un percorso di utilizzazione inverso, per cui si è passati da un **10-20%** di utilizzo degli utenti nelle estate **2004** al **40%** del luglio **2005**, evidenziando una crescita nell'autonomia degli utenti del centro.



4. In che misura le informazioni raccolte dal Centro hanno aumentato la conoscenza degli utenti e hanno influito sulla modificazione del servizio?

Sino a questo momento le informazioni raccolte dal Centro hanno riguardato i suoi utenti (offerta di lavoro) e le aziende (domanda di lavoro). Le informazioni raccolte diventeranno capaci di modificare i servizi quando si realizzeranno questi due ulteriori sviluppi, ovvero quando si potrà permettere agli utenti del centro di effettuare tutto il percorso di ricerca del lavoro (dall'orientamento all'invio di fax o e-mail con il proprio CV), in modo da poter ottenere informazioni anche sulle modalità utilizzate nella ricerca del lavoro ed eventualmente anche sugli esiti di tale ricerca; in secondo luogo quando si farà diventare il Centro luogo di mediazione vero e proprio tra il mondo delle aziende e quello degli utenti (attraverso l'organizzazione di incontri, la presentazione di ricerche sulle aziende locali), in questo modo le informazioni sull'offerta di lavoro saranno potenzialmente accresciute.

Sino a ora le segnalazioni degli utenti possono solo in parte modificare l'offerta di servizi, cercando di venire incontro alle loro esigenze, come per esempio negli orari di apertura e nella suddivisione del personale tra le varie attività. Nel tempo si è sempre di più cercato di venire incontro a tali esigenze modificando le attività svolte ed inserendone altre ex novo per completare la gamma di servizi a disposizione: l'attività di formazione ad esempio si è continuamente modificata nel tentativo di raggiungere le esigenze espresse dagli utenti.

5. In che misura le relazioni attivate con gli attori del territorio hanno reso possibile il miglioramento dell'attività del centro?

Le relazioni attivate con gli attori del territorio sono state in grado di aiutare il Centro a fornire un servizio più adeguato alle esigenze dell'utenza e hanno di conseguenza avuto il merito di migliorare le attività del centro. La creazione di relazioni con gli attori del territorio ha permesso infatti di incidere positivamente sui seguenti aspetti:

- Presenza di materiale informativo presso il centro

- Conoscenza delle attività offerte dagli altri attori locali
- Conoscenza da parte degli altri attori locali dei servizi svolti dal Centro
- Attivazione di rapporti fattivi di collaborazione
- Diffusione dell'attività di promozione del centro

6. In che misura gli abitanti di Urban sono a conoscenza dell'esistenza del Centro e dei servizi da questo erogati?

Gli esiti dell'iniziativa di comunicazione sono dimostrati da una ricerca condotta per comprendere in che modo gli utenti siano venuti a conoscenza delle attività del Centro: il **18%** ha affermato di averne avuto notizia dagli articoli apparsi sui giornali e dalle locandine appese all'interno degli uffici pubblici territoriali; il **10%** ha potuto contare il passaparola e solo **l'8%** è entrato in contatto con il servizio casualmente. Un altro fattore che dimostra, a detta dei responsabili del servizio, il successo dell'iniziativa di promozione è l'incremento dei passaggi nei periodi successivi alle promozioni. Tale crescita ha fatto in modo di contenere molto l'attività promozionale per evitare di intasare il servizio di richieste.

Oltre alle attività di promozione tradizionali, di cui si è parlato sopra, che hanno dimostrato i positivi risultati raggiunti nel numero di passaggi dei cittadini al Centro lavoro, bisogna sottolineare come un altro ottimo canale di comunicazione sia stato rappresentato dal passaparola tra gli utenti e l'informazione indiretta dagli altri servizi territoriali con cui si è instaurato il lavoro di rete.

7. Tra gli utenti del centro quanti hanno effettivamente trovato un impiego o fatto dei colloqui di lavoro grazie all'intervento del Centro? Si può fornire un'indicazione sulla variazione di occupabilità negli utenti del servizio?

Non si può fornire una risposta a questo quesito con i dati a disposizione; è difficile infatti fornire una quantificazione per un servizio che non fa attività di incontro domanda-offerta o di ricollocazione. Inoltre non esiste una banca dati dettagliata di coloro che frequentano il Centro in quanto la maggioranza dell'utenza frequenta il servizio in autoconsultazione e non viene registrato; solo coloro che accedono a servizi specifici, come la consulenza orientativa e la formazione, subiscono una "schedatura" più dettagliata, ovvero la raccolta di quelle informazioni anagrafiche che consentirebbe quantomeno di verificare successivamente la posizione lavorativa delle persone. Vi è poi il problema, non indifferente, di misurare l'incremento di occupabilità negli utenti che hanno effettivamente utilizzato i servizi del centro: non essendo il risultato finale (avere un'occupazione), bensì il processo (la capacità di ricercare l'occupazione) il fattore da esaminare risulta difficile costruire delle misurazioni di tale fenomeno: si dovrebbe infatti prevedere un monitoraggio personalizzato dei passaggi per ogni singolo utente e un periodico follow-up, verificando le modalità con cui ha saputo ricercare un'occupazione. Il tutto richiederebbe uno sforzo notevole sia in termini di tempo che di risorse umane impiegate.

Proposta di approfondimento

Si potrebbe prevedere un'indagine a campione sugli utenti che hanno in passato utilizzato i servizi del centro per comprendere il miglioramento nelle loro capacità di trovare lavoro.

Scheda n. 9: Progetto Nuovi Committenti

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione a Torino e più in particolare nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Sempre più spesso l’abbellimento di un quartiere degradato, oltre ad interventi sulle abitazioni e sulle infrastrutture, si realizza anche attraverso la collocazione di opere d’arte sul territorio. Queste operazioni consentono di rinnovare l’aspetto e l’attrattiva di quartieri privi di una vera e propria identità (in particolare privi di un’identità artistica). Se vissuta senza partecipazione da parte dei propri cittadini, tale scelta tende a causare molte critiche e soprattutto a non essere dovutamente apprezzata, come dimostrano i molti casi di opere d’arte contestate sia a Torino che in altre parti d’Italia⁵⁶.

Nel 1991, al fine di superare gli ostacoli di comprensione e la conflittualità che spesso la collocazione di opere d’arte contemporanea fanno ricadere sul territorio, nasce in Francia il progetto **Nouveaux Commanditaires** concepito e promosso da François Hers e dalla Fondation de France. Tale iniziativa, ideata per promuovere la partecipazione dei cittadini, quali “nuovi e diversi committenti”, al processo di scelta e collocazione dell’arte nello spazio pubblico, è stata recepita in Italia, dalla Fondazione Adriano Olivetti di Roma che ne ha applicato e modificato il protocollo all’interno di Urban, creando il progetto “Nuovi committenti a Mirafiori Nord”, svolto e coordinato dalla associazione *a.titolo*⁵⁷.

Il progetto, la prima azione di arte pubblica all’interno di un programma comunitario di rigenerazione urbana, cerca di fornire uno strumento ai cittadini per aumentare la loro partecipazione alla vita del quartiere e mira a fare in modo che le scelte di modificazione dello

spazio urbano siano decise in maniera partecipata. Nuovi Committenti si propone di determinare un cambiamento nella sensibilità dei cittadini verso le opere d’arte, coinvolgendoli attivamente nella loro scelta e facendoli diventare dei sostenitori attivi del progetto. L’Arte Pubblica diviene, in questo modo, uno strumento per ottenere un recupero fisico del quartiere, ma anche nello stesso tempo, uno strumento attraverso il quale i cittadini possono esprimere i loro gusti e la loro progettualità nella trasformazione della propria città.

Nuovi Committenti prevede di scegliere tra i cittadini⁵⁸ alcuni soggetti particolarmente propositivi, eventualmente già impegnati in azioni di recupero del territorio, e con essi decidere e

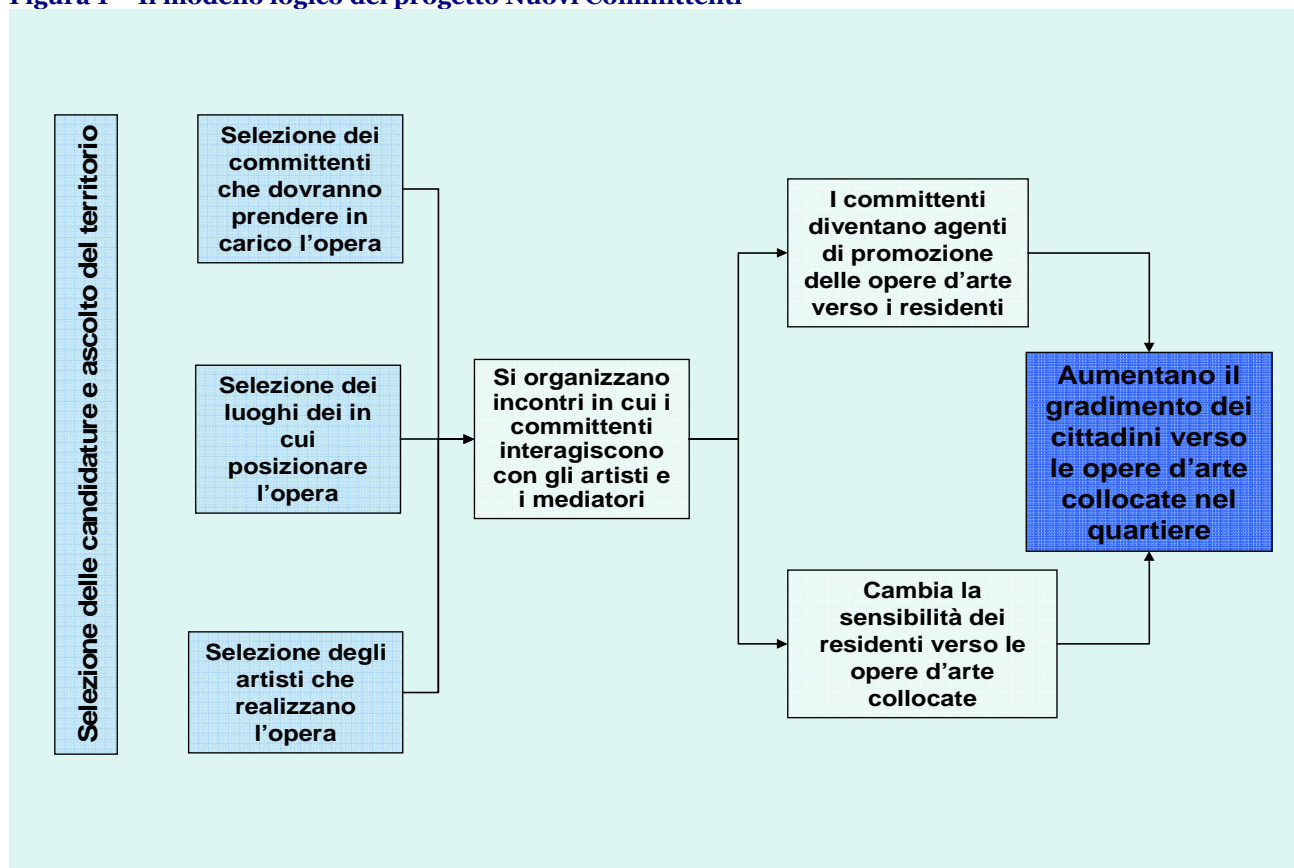
⁵⁶ Come esempi emblematici, per citare i casi più vicini geograficamente e temporalmente, possono essere citati, l’opera di Kirkeby sul passante ferroviario di Torino, oppure quella di Cattelan a Milano,.

⁵⁷ L’associazione a.titolo si occupa dell’ideazione e della realizzazione di progetti artistici, temporanei e permanenti dell’organizzazione di laboratori, seminari e cicli di incontri che indagano il tema della cultura contemporanea nella realtà; dal 2001 le componenti di a.titolo sono mediatrici culturali delegate dalla Fondazione Adriano Olivetti di Roma nell’ambito dell’applicazione del modello di arte per lo spazio pubblico Nuovi Committenti a Torino e in Piemonte.

⁵⁸ Tale processo adottato da Urban II, si discosta dal protocollo ideato in Francia, per cui erano i committenti a presentarsi per proporre un progetto; l’iniziativa torinese ha dovuto ribaltare questo rapporto andando a scovare

definire la “commessa”; in funzione delle richieste, che vengono dai soggetti selezionati viene individuato un artista reputato idoneo alla realizzazione dell’opera. Tra committenti/cittadini e fornitore/artista si instaura quindi una fase dialettica che si conclude con l’approvazione di un progetto definitivo e la firma di un vero e proprio contratto, che costituisce il punto di incontro di tutte le differenti esigenze in campo.

Figura 1 – Il modello logico del progetto Nuovi Committenti



I soggetti coinvolti nell’iniziativa sono tre:

I soggetti coinvolti

- **i nuovi committenti:** i cittadini che abitano il quartiere e fanno emergere le loro esigenze durante la progettazione dell’opera;
- **gli artisti**, che realizzano materialmente il progetto, tenendo conto dei suggerimenti degli abitanti del quartiere;
- **i mediatori culturali** che fanno da tramite tra i primi due soggetti aiutandoli a comunicare le reciproche esigenze.

Le attività alla base della strategia di intervento sono:

Le attività dell’intervento

- Individuazione dei committenti tra i cittadini del quartiere
- Individuazione del posizionamento delle opere d’arte

all’interno della società civile i possibili committenti, perché mancava ancora la capacità del cittadino di uscire allo scoperto e candidarsi per una committenza; attraverso queste prime esperienze, si sta cominciando a diffondere tra i cittadini torinesi e anche tra quelli italiani in genere, il concetto di arte pubblica partecipata.

- Individuazione degli artisti

La prima attività consiste nella scelta da parte dei mediatori, dei committenti che dovranno decidere le opere da realizzare, nello specifico si sono selezionate alcune tipologie di soggetti già attivi nella trasformazione del quartiere, come le scuole o i giovani.

La seconda consiste nella scelta del luogo e della tipologia dell'opera da collocare sul territorio; tale scelta viene fatta dai mediatori dopo aver ascoltato gli stimoli e le esigenze che giungono dai differenti stakeholders.

La terza attività è la scelta degli artisti, che viene effettuata direttamente dai mediatori, senza il coinvolgimento effettivo dei cittadini, per un riconoscimento delle competenze specifiche dei mediatori e per la loro riconosciuta competenza verso le peculiarità espressive e tecniche. Gli artisti sono stati prescelti in base ai seguenti requisiti: giovane età, grande maturità espressiva e curriculum internazionale di rilievo, con l'obiettivo di selezionare artisti giovani, ma al tempo stesso non privi di esperienze significative.

I destinatari dell'intervento sono i cittadini coinvolti nelle attività di selezione e realizzazione delle opere, ossia i Nuovi Committenti. Per gli interventi previsti sono stati selezionati giovani liceali, bambini delle scuole materne ed elementari e residenti delle case popolari di via Poma e via Scarsellino. I beneficiari dell'interventi sono invece tutti i cittadini dell'area Urban, in quanto primi utilizzatori delle opere e in seconda battuta anche gli abitanti del resto della città.

**I destinatari
dell'intervento**

L'attuazione dell'intervento

Il progetto Nuovi Committenti è stato gestito sino dal suo avvio, nell'anno 2000, dai mediatori dell'Associazione *a.titolo*. Alla fine dello stesso anno, i mediatori culturali che partecipavano al Tavolo Sociale, che era stato attivato a Mirafiori Nord, in seno alla candidatura per il progetto Urban II, hanno cominciato, attraverso pratiche di osservazione partecipata⁵⁹, a raccogliere informazioni per comprendere il “fabbisogno d'arte” degli abitanti del quartiere. La mancanza di iniziativa e di proposte da parte dei cittadini non ha consentito il formarsi di vere e proprie “committenze spontanee”, come voleva la prassi applicata in Francia. Per questa ragione i mediatori hanno scelto di stimolare “artificialmente” la formazione di committenze per l'installazione di opere all'interno del quartiere.

Nel corso del 2002 è stata attivata una fase di start up di Nuovi Committenti: dalle considerazioni degli abitanti raccolte nella fase di ascolto del territorio sono state estrapolate alcune definizioni e considerazioni generali su Mirafiori Nord, che sono state affiancate ad immagini del quartiere all'interno di **un reportage fotografico**⁶⁰, il cui scopo era quello di evidenziare i problemi e le dinamiche sociali in essere nel quartiere prima della trasformazione. Insieme alle fotografie, è stato realizzato nel medesimo periodo, **un video**, denominato **Committenti**, il cui compito era quello di proporre opinioni e voci dei cittadini, alcuni dei quali sarebbero poi diventati committenti delle future installazioni artistiche.

Sulle basi di queste attività, tra il 2002 e il 2003, sono state individuate alcune iniziative di riscoperta delle radici storiche e sociali del quartiere, che potevano entrare a far parte del progetto Nuovi Committenti⁶¹. Dapprima è stato selezionato il progetto di tre scuole, una elementare, una materna e una media, per un totale di circa **130** cittadini coinvolti (sei insegnanti con cinque classi di circa **25** allievi ciascuna), che cercavano di **salvare dal degrado una cappella settecentesca** in via Gaidano, unica testimonianza storica di rilievo presente nel quartiere. Identificata la committenza e il luogo su cui operare, i mediatori culturali hanno selezionato come artista **Massimo Bartolini**, cui è stato attribuito il compito di realizzare all'interno della cappella un laboratorio che potesse divenire il simbolo della memoria

⁵⁹ Si sono a questo scopo anche utilizzate le tecniche di ascolto attivo elaborate dall'antropologa Marianella Sclavi.

⁶⁰ Il lavoro è stato realizzato dalla video-maker Paola di Bello

⁶¹ Di seguito viene fornito lo schema che consente di comprendere tutti i principali passaggi in del processo dialettico insito all'interno del progetto Nuovi Committenti. Dopo la scelta dei committenti e del luogo in cui realizzare l'intervento, i mediatori scelgono l'artista che dovrà assumersi la committenza dell'opera e da questo momento si verificano i seguenti passaggi:

1. Incontro tra l'artista e i mediatori per spiegare l'idea di progetto
2. Incontro tra l'artista e i committenti per ascoltare i committenti/cittadini e sentire le loro idee e vincoli alla realizzazione dell'opera.
3. L'artista formula una prima idea di progetto, che viene presentata e discussa con la committenza.
4. La committenza propone eventualmente delle modifiche al progetto
5. L'artista presenta la seconda versione del proprio lavoro e la sottopone all'attenzione della committenza che può scegliere di approvarla oppure effettuare altre modifiche⁶¹.
6. Approvazione definitiva dell'opera tra artista e committenza.
7. Partenza dei lavori e successivi incontri di aggiornamento sul proseguo dei cantieri.
8. Realizzazione definitiva del progetto.

del quartiere⁶². In seconda battuta è stato selezionato il progetto di dieci studenti di un Liceo che stavano cercando di **riqualificare una via del quartiere** attraverso la creazione di uno spazio di ritrovo per giovanissimi. In questo caso per la realizzazione è stato individuato l'artista **Lucy Orta** con cui si è scelto di costruire uno spazio di intrattenimento e di ritrovo per i giovani liceali della zona in corso Tazzoli.

Nel corso del 2004 si è passati alla **realizzazione fisica** dei primi due interventi e contemporaneamente all'attivazione di una nuova iniziativa che prevedeva, attraverso la collaborazione degli operatori di Avventura Urbana e dell'esperienza di Progetto Cortili, un intervento di riqualificazione nei cortili della case popolari di via Poma e di via Scarsellini, per fare in modo che potessero divenire un nuovo centro di aggregazione per gli abitanti. La fine dei primi due progetti ha consentito infatti di ottenere una maggiore

Realizzazione fisica delle opere

riconoscibilità di Nuovi Commitenti sul territorio, tale da dare vita a una nuova fase dell'iniziativa, caratterizzata dalle prime spontanee richieste di committenza: un gruppo di ragazzi ha infatti portato all'attenzione degli operatori di Avventura Urbana l'esigenza di uno spazio dove poter giocare in sicurezza e libertà all'interno del cortile di **via Poma**; tale richiesta è stata raccolta dai mediatori che l'hanno trasformata in un progetto di arte pubblica partecipata, commissionando il progetto all'artista **Stefano Arienti**. Anche nel cortile di via Scarsellini si è dato vita ad una committenza, partendo dall'iniziativa di 10 donne residenti nel cortile. I mediatori hanno scelto di affidare l'esecuzione del progetto a **Claudia Losi**, che ha dato vita ad un'iniziativa, simile a quella di Paola Di Bello: dopo un incontro con i residenti, l'artista è entrata all'interno di alcune abitazione e ha registrato i commenti su che cosa piaceva e non piaceva dei propri cortili; tali informazioni sono state rielaborate in disegni, che hanno portato alla realizzazione di un volume, una sorta di diario collettivo, in cui sono state raccolte le impressioni di tutti gli abitanti; i disegni sono poi stati appesi sui balconi dei committenti, creando in questo modo un'occasione di incontro e di confronto con gli abitanti; si è poi tenuto un focus group in cui l'artista, insieme agli operatori sociali, ai mediatori e ad altri attori di Urban II hanno cercato di riflettere sulla vita di quartiere, proprio partendo dalle opere grafiche realizzate.

Committenti	Progetto	Artista	Luogo	Stato avanzamento
Insegnanti e studenti scuole materne ed elementari	Laboratorio didattico sulla memoria del quartiere	Massimo Bartolini	Cappella di via Gaidano	In fase di realizzazione
Dieci studenti liceo	Spazio aggregativi all'aperto	Lucy Orta	Corso Tazzoli, di fronte al liceo Maiorana	In fase di realizzazione
Cinque bambini di via Poma	Realizzazione di un campo giochi	(Stefano Arienti)	Via Poma	In fase di mediazione
Abitanti via Scarsellini (30 donne)	Progetto cortili	Claudia Losi	Via Scarsellini	In fase di mediazione

⁶² La cappella di proprietà privata è stata data in concessione al comune per cominciare il lavoro di recupero.

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Quale sono state le attività intraprese e in che misura rispettano le aspettative iniziali?

Nei primi due anni l'attività principale del progetto è stata la selezione dei committenti. Non essendosi formate infatti candidature spontanee, i mediatori culturali hanno dovuto analizzare le progettualità presenti sul territorio e da queste selezionare dei progetti che potessero divenire poi parte di Nuovi Committenti. Tra il **2002** e il **2003** si è dato così vita a **3** progetti e sono state scelte **2** location e **3** artisti. La realizzazione delle opere invece è avvenuta tra il **2004** e il **2005**. Complessivamente sono stati attivati **4** progetti di arte pubblica con diverse cronologie, come si nota nella tabella sottostante.

Attività	2002	2003	2004	2005
Selezione Committenti	2	1	0	1
Individuazione del luogo	1	1	2	0
Selezione degli artisti	2	1	0	1
Realizzazione dell'opera	0	0	0	2

L'attività di **selezione dei committenti** è stata quella più critica, nel giudizio dei responsabili del programma, in quanto c'era all'inizio una notevole difficoltà a far nascere tra i cittadini il desiderio di diventare "Nuovi committenti": l'ostacolo più forte da superare è stato quello della scarsa abitudine alla partecipazioni di progetti pubblici e in particolar modo verso quelli di tipo artistico. Attraverso l'ascolto e lo stimolo del territorio si sono selezionati quattro committenti di diversa natura:

- 150 ragazzi e sei insegnanti per la cappella di via Gaidano
- 10 ragazzi per lo spazio ricreativo di corso Tazzoli
- 15 bambini per lo spazio giochi nel cortile di via Poma
- 10 donne per lo Start up nel cortile di via Scarsellini

I primi due sono stati coinvolti nei progetti dai mediatori culturali, mentre i bambini del cortile di via Poma e le donne del cortile di via Scarsellini, si sono candidati autonomamente come committenti, a dimostrazione di un processo di evoluzione del progetto e di una maggiore riconoscibilità esterna dell'arte pubblica partecipata.

La **Scelta del luogo** è derivato dal primo monitoraggio dai mediatori culturali sui progetti di trasformazione in atto; da questa attività sono nate alcune proposte che sono state poste al Comune di Torino⁶³ e al Comitato Urban. Tale attività di concertazione ha avuto un esito soddisfacente in quanto non si sono avuti spostamenti o lamentele rispetto ai luoghi selezionati inizialmente, sia da parte dei cittadini che da parte degli enti coinvolti. I luoghi selezionati sono stati in due casi spazi privati e precisamente l'interno dei cortili di via Poma e via Scarsellini,

⁶³ Il Comune di Torino non sceglie i luoghi, ma delega tale scelta ai mediatori. Semplicemente

mentre gli altri due sono spazi pubblici, ossia un tratto di corso Tazzoli e la cappella di via Gaidano.

La **Scelta dell'artista** ha dato un esito molto positivo: il livello degli artisti selezionati (mediamente giovani ma di caratura internazionale) da parte dei mediatori di a.titolo non ha dato infatti nessun problema alla realizzabilità delle opere. Tutti i progetti sono stati accettati dai committenti e gli artisti non sono stati recusati; i progetti sono sempre stati molto partecipati e tra l'artista e la committenza pubblica si è instaurato un rapporto di collaborazione, che ha permesso di risolvere anche alcuni intoppi di natura tecnica⁶⁴.

La **Realizzazione delle opere** è tutt'ora in corso in tutti i cantieri stabiliti e si prevede che entro autunno 2005 verrà terminato il cantiere per lo spazio aggregativi di corso Tazzoli secondo il progetto concordato con Lucy Orta; la cappella di via Gaidano invece sarà terminata entro la primavera del 2006 mentre i due progetti nei cortili di via Poma e via Scarsellini nell'autunno del 2006.

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) In che misura i cittadini hanno partecipato agli incontri per la definizione delle opere?

La partecipazione dei cittadini è stato il momento più complesso dell'intera azione, poiché si tende a riscontrare un atteggiamento di diffidenza e quasi di rifiuto verso i progetti di arte pubblica. Superate le barriere all'ingresso si è scelto di mantenere un numero basso di cittadini coinvolti poiché in questo modo è stato più facile creare un gruppo di persone maggiormente sensibile e motivato a difendere l'opera e a farla propria; attraverso il passaparola il progetto viene poi diffuso dal nucleo originario a tutti gli altri abitanti.

Progetto	Artista	Cittadini coinvolti (numero)	Grado di coinvolgimento*
Centro corso Tazzoli	Lucy Orta	Dieci ragazzi	Buono
Cappella via Gaidano	Massimo Bartolini	Sei insegnanti e cinque classi	Soddisfacente
Cortili via Poma	Stefano Arienti	Quindici bambini	Buono
Cortili via Scarsellino	Claudia Losi	Dieci donne	In fase di mediazione

*Giudizio espresso dal responsabile del progetto intervistato.

I progetti di corso Tazzoli e di via Poma hanno avuto un buon coinvolgimento da parte dei cittadini, anche per la giovane età dei committenti, che hanno dimostrato subito un forte coinvolgimento e una collaborazione spontanea alle iniziative.

Per la Cappella di via Gaidano invece la collaborazione è stata più difficile, in quanto si sono avuti momenti di discussione del progetto da parte degli insegnanti, che hanno reso la realizzazione dell'opera più lenta. La partecipazione, ad oggi, è migliorata, tanto che gli stessi insegnanti hanno chiesto di partecipare a un corso di formazione su arte e letteratura contemporanea, quale mezzo per comprendere maggiormente le opere in costruzione. Il corso vedrà la partecipazione anche di altro personale delle scuole che hanno già confermato la loro adesione.

⁶⁴ In alcuni casi si è dovuto derogare al progetto approvato perché in fase di realizzazione si sono riscontrati dei problemi e si è dovuto modificare talvolta il materiale o il disegno originario.

Complessivamente sono stati oltre 200 i cittadini coinvolti nelle quattro committenza, anche se appare fuorviante fornire considerazioni sulla numerosità della partecipazione, poiché per scelta il numero dei committenti è stato mantenuto basso.

Un punto di forza di questo coinvolgimento è la grande eterogeneità dei soggetti che appartengono ad ambiti sociali e culturali profondamente diversi, il che ha permesso di coinvolgere insieme differenti punti di vista.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) Come hanno funzionato gli incontri dei cittadini committenti con gli artisti e mediatori? In che modo si è dato vita al progetto? Quale è stato il ruolo effettivo dei committenti?

I committenti hanno sempre partecipato molto attivamente agli incontri con l'artista, fornendo le proprie considerazioni e le proprie critiche ai progetti presentati ed instaurando dei veri e propri processi dialettici. Proprio attraverso queste fasi di discussione si è potuto dare vita al progetto: come per una qualsiasi committenza privata l'artista, dopo aver presentato un progetto preliminare, trasforma la sua idea e la rende coerente alle indicazioni provenienti dalla fase di discussione. Il ruolo dei committenti è stato quindi molto attivo, soprattutto in un secondo momento quando hanno compreso come la loro opinione fosse decisiva nella definizione dei risultati finali. Dopo un primo periodo di diffidenza infatti la committenza ha incrementato il suo grado di coinvolgimento e di comprensione del progetto.

4) Oltre ai committenti i cittadini indirettamente coinvolti, che reazione hanno manifestato verso i progetti realizzati?

I cittadini non direttamente coinvolti nel processo hanno manifestato sino ad ora soprattutto curiosità e diffidenza: sono stati molti i cittadini che hanno chiesto notizia di questi progetti, anche senza una vera e propria campagna di comunicazione, a dimostrazione delle potenzialità del passaparola; sino ad ora non ci sono state delle dimostrazioni di rifiuto, anche se queste saranno più prevedibili nella fase di ultimazione dei lavori. In definitiva quindi i mediatori culturali si ritengono soddisfatti visto anche la novità dell'iniziativa sul territorio torinese e nazionale. Molto proficuo e positivo è stato il coinvolgimento da parte delle istituzioni del territorio, come la Circoscrizione, il Comune e l'ATC. Gli enti hanno visto infatti nel progetto una volontà di apportare degli strumenti nuovi per la riqualificazione fisica del quartiere.

5) Il progetto ha cambiato la sensibilità dei cittadini verso le opere d'arte collocate?

Il cambiamento è molto lento e non si riesce a darne oggi una misurazione. Quello che ad oggi impressionisticamente si può ricavare è una sempre più diffusa partecipazione e di conseguenza apprezzamento verso i progetti di arte pubblica. Una volta realizzate le opere si potrà comprendere in che modo queste siano state in grado di mutare la sensibilità dei cittadini verso l'arte; in questo senso si potrebbe prevedere un'indagine ad hoc, proprio verso i cittadini di Mirafiori Nord. A conclusione delle opere si potrà anche osservare se questi le facciano proprie e ne diffondano l'apprezzamento e l'utilizzo, anche presso gli altri abitanti del quartiere. La trasformazione di questi "luoghi d'arte" in icone positive può essere un presupposto per la crescita nel gradimento di tutto Mirafiori Nord.

Scheda n. 10: Il Progetto LISEM

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto LISEM e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione a Torino e più in particolare nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Il quartiere di Mirafiori Nord è nato ed è cresciuto intorno alla FIAT, la cui presenza ha condizionato a lungo lo sviluppo dell’area. Oggi la crisi della grande azienda automobilistica ha determinato un crescente disagio e ha posto in maniera decisiva il problema di una ridefinizione dell’assetto economico del territorio, che deve necessariamente guardare allo sviluppo di iniziative imprenditoriali anche in altri settori. Ma queste nuove iniziative faticano a svilupparsi. A Mirafiori **l’indice di imprese** per 100 abitanti assume **un valore di 5** contro una media cittadina per Torino pari a **11,3** ; allo stesso tempo la densità residenziale appare doppia rispetto a quella dell’intera città con un valore di **113,3 abitanti per ettaro contro i 69,1 medi**: si tratta quindi di un’area a grande densità abitativa caratterizzata da un numero relativamente scarso di imprese.

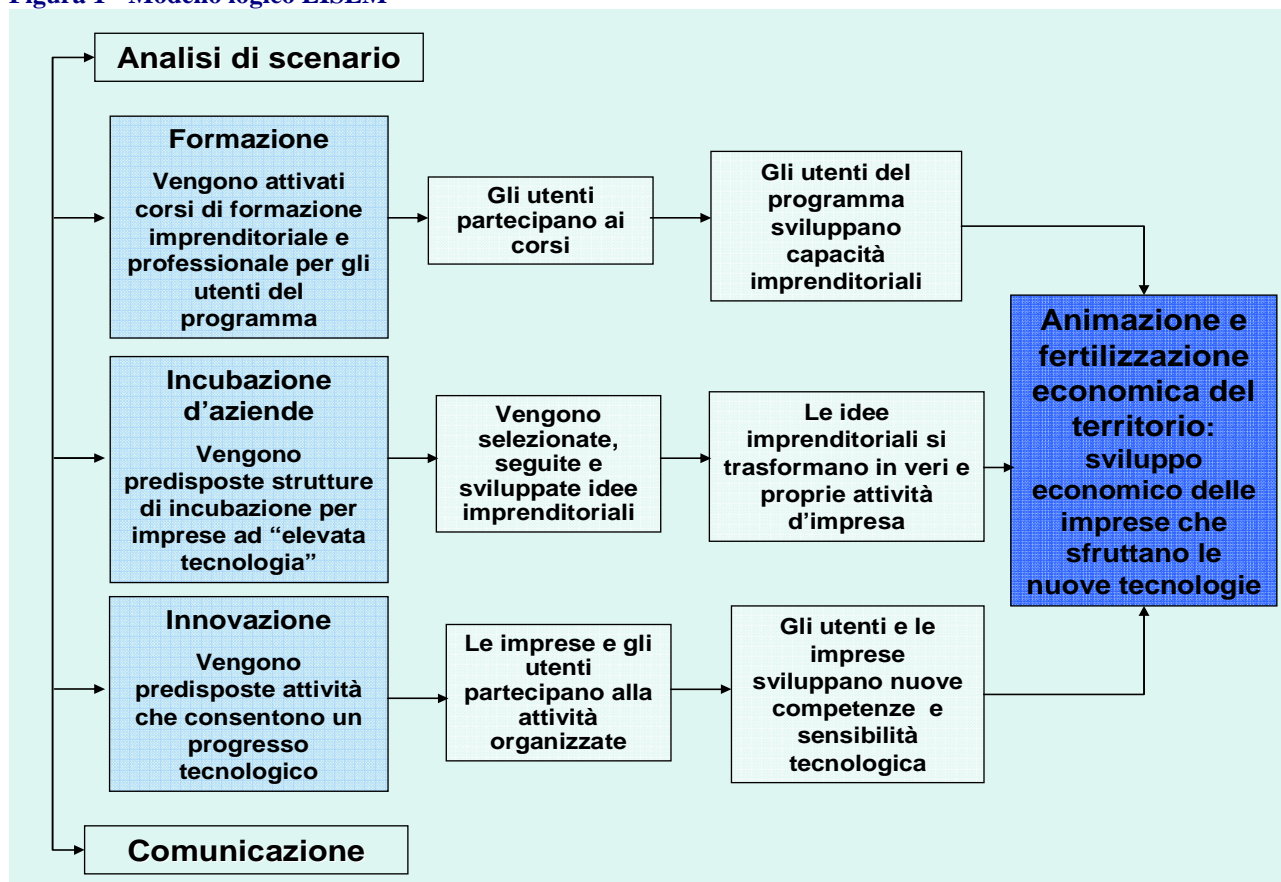
La scarsa presenza di imprese ha probabilmente diverse spiegazioni tanto di ordine culturale quanto di natura strutturale. Le prime riguardano la difficoltà di creare nuovi imprenditori in un ambiente dove storicamente la FIAT ha offerto nel corso degli anni un modello “comodo” di sviluppo economico e di occupazione per gli abitanti del quartiere, inibendo la nascita di iniziative imprenditoriali autonome sul territorio. Le ragioni strutturali riguardano invece le difficoltà di natura pratica che Mirafiori pone all’installazione di nuove imprese sul territorio. Il quartiere infatti ha una vocazione prevalentemente residenziale e gli spazi disponibili per l’installazione di imprese risultano essere assai limitati.

Il progetto Lisem si pone l’obiettivo di agire sulla **vitalità imprenditoriale della zona**. La teoria su cui l’iniziativa si basa è quella di ottenere, attraverso un intervento pubblico che agisca da catalizzatore, la trasformazione di semplici idee imprenditoriali **in vere e proprie imprese**. La conseguente creazione di nuove imprese produrrà a sua volta un aumento dell’occupazione e più in generale avrà effetto sulla vivacità economica dell’area. Nella strategia del progetto l’obiettivo di collocare nuove imprese nel quartiere viene perseguito attraverso l’utilizzo di tre strumenti: la formazione all’imprenditorialità, l’incubazione d’impresa e la diffusione della cultura dell’innovazione. L’idea è che individui formati a specifici percorsi di sviluppo della capacità imprenditoriale e al tempo stesso maggiormente assistiti nella realizzazione concreta della propria imprese attraverso meccanismi di incubazione, possano più facilmente arrivare alla creazione di nuove iniziative economiche. Il progetto cerca anche di favorire la ricerca di connessioni tra gli attori del territorio e la loro attivazione come promotori o partecipanti a progetti locali nel tentativo di concentrare le iniziative verso i progetti migliori già presenti sul territorio, per valorizzare l’esistente e concedergli la migliore visibilità possibile. In questo senso operatori concentrati su un tema specifico come l’innovazione possono consentire al quartiere di sviluppare una propria competenza e divenire punto di attrazione di talenti dall’esterno. Il LISEM si pone quindi come un vero e proprio “motore

La soluzione proposta da LISEM

culturale” dell’area, con l’obiettivo primario di accrescere le competenze e le capacità degli attori economici locali.

Figura 1 - Modello logico LISEM



Il progetto LISEM è destinato alla popolazione maggiorenne dell’area Urban, siano essi neo-imprenditori, neo-laureati, giovani lavoratori in cerca di una nuova prospettiva occupazionale, lavoratori maturi in cerca di un rilancio nella propria carriera. Molte iniziative sono comunque estese, con minori agevolazioni, anche ai residenti del Comune di Torino e in qualche caso all’intero territorio regionale (master di alta formazione).

I destinatari dell’intervento

L’insieme delle attività proposte da LISEM per lo sviluppo delle idee imprenditoriali pur essendo assai diversificato trova motivo di unione nel paradigma delle nuove tecnologie, individuato come fattore competitivo per il territorio. La strategia di Lisem si compone di tre linee di azione:

Le attività del progetto LISEM

- **Formazione**
- **Incubazione d’azienda**
- **Innovazione**

L’attività formativa consiste in una serie di corsi finalizzate da una parte a stimolare interesse all’interno del quartiere sui temi dell’imprenditorialità e dell’imprenditoria (nonché delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione), dall’altra a fornire un supporto alle iniziative specifiche di incubazione e innovazione. Le attività di formazione si sviluppano su tre principali aree:

- nuove tecnologie ed informatica;
- imprenditività, imprenditorialità e creazione d'impresa;
- alta formazione universitaria;

All'interno della prima area vengono organizzati incontri e seminari rivolti alla popolazione del territorio Urban sui temi specifici riguardanti le nuove tecnologie e l'alfabetizzazione informatica, con particolare attenzione per il problema del *digital divide*⁶⁵.

Nella seconda area si collocano invece corsi e seminari aventi come tema la diffusione e la sensibilizzazione dell'idea imprenditoriale e il sostegno all'avvio di percorsi di creazione di impresa.

Infine nella terza area trovano spazio corsi di "alta formazione" erogati nella forma di veri e propri Master. Questi corsi sono diretti tanto alla formazione e trasmissione di skill tecnici sulle nuove tecnologie, in particolare multimediali, tanto alla crescita di capacità imprenditoriali (l'alta formazione ha organizzato due attività: un master in collaborazione con il Corep in *Tecnologia e Comunicazione Multimediale* e un Corso di Formazione alle Competenze Imprenditoriali della durata di 10 settimane).

All'interno della seconda linea di attività definita **incubazione di impresa**, vengono svolte diverse attività elementari:

L'incubazione

- ricerca e l'accompagnamento di nuove idee imprenditoriali
- selezione dei progetti di impresa ;
- fornitura dell'ospitalità all'azienda all'interno dell'incubatore;
- fornitura di servizi di supporto alle imprese incubate

L'attività di ricerca di nuove idee avviene sistematicamente sia con azioni promozionali mirate (Business plan competition Start Cup Torino Piemonte, ex Concorso Galileo Ferraris, attività di promozione presso associazioni, ...), sia accogliendo candidati che vengono segnalati dalle altre attività di LISEM (Formazione e Innovazione). Le idee, dopo una valutazione preliminare, vengono inserite in un processo di accompagnamento attraverso il quale vengono condotte fino alla realizzazione di un business plan completo.

La **selezione dei progetti di impresa** avviene sulla base della valutazione dei business plan ed è effettuata da un apposito Comitato di Valutazione esterno, composto da imprenditori, docenti universitari e consulenti aziendali, comune a quello di I3P.

L'ospitalità all'azienda all'interno dell'incubatore offerta da LISEM (riservata a società di persone o capitali con meno di un anno di vita), consiste nella disponibilità di locali per un massimo tre anni ad un canone agevolato (primo anno 50% prezzi mercato, secondo 75%, terzo a prezzi di mercato). Inoltre LISEM offre alle aziende incubate la possibilità di fruire di spazi comuni (sale riunioni e laboratori informatici) e di servizi vari come rete internet, energia elettrica, condizionamento, pulizia, sorveglianza, ecc. In tal modo le imprese devono sottoscrivere un contratto con un solo ente e non con diversi soggetti, come succederebbe se si installassero in una struttura tradizionale.

I servizi di supporto si possono dividere invece in tre gruppi:

- Attività di tutoraggio e consulenza, modulate secondo le necessità, ma concentrate principalmente sulle problematiche di marketing e di vendita.

⁶⁵ Con digital divide si intende il divario esistente nell'accesso alle nuove tecnologie (internet e Computer) all'interno delle diverse fasce di popolazione e aree geografiche

- Inserimento delle imprese in una rete di contatti con enti pubblici, associazioni, università e altre imprese del territorio. In particolare i rapporti con gli Atenei consentono di usufruire con facilità del sistema di stage in azienda da questi attivato;
- Attivazione degli strumenti finanziari che possono essere messi a disposizione delle imprese⁶⁶.

La terza categoria di attività è quella dell'**innovazione**, al cui interno si possono distinguere:

- iniziative di animazione tecnologica del territorio;
- iniziative di promozione dell'innovazione nelle imprese;

Nel primo gruppo di attività rientrano gli interventi per così dire “sociali” finalizzati a promuovere l'innovazione coinvolgendo la cittadinanza o parti della stessa in progetti tecnologici (riciclo di computer e loro distribuzione alle organizzazioni dell'area, spesa on line, telesoccorso per anziani) e a garantire un miglioramento della qualità di vita dei destinatari.

Nella secondo gruppo rientrano invece gli interventi che mirano alla produzione di innovazione all'interno delle aziende attraverso l'inserimento di specifici know-how e di nuove soluzioni tecniche (Progetti “Provin” e “Serve aiuto”).

Come si vede dalla figura 1, oltre a queste tre *macro - attività* si possono rilevare due attività trasversali che hanno interessato tutto il corso dell'iniziativa che sono:

- **Ricerca e analisi di scenario**
- **Comunicazione e promozione**

La ricerca e l'analisi di scenario comprende le attività di indagine fatte sul territorio per cercare di aumentare le informazioni a disposizione del Lisem; la comunicazione e la promozione invece comprendono tutte le attività che sono state attivate per fornire all'iniziativa il giusto supporto comunicativo, tale da consentire la sua diffusione e la sua riconoscibilità tra i residenti dell'area Urban.

⁶⁶ Gli strumenti finanziari utilizzati vanno da forme di finanziamento agevolate promosse dagli enti locali (Microcredito del Comune e MIP della Provincia, ed eventuali leggi di finanziamento), a rapporti preferenziali con gli istituti bancari, a eventuali contatti con business angels o società di seed capital, disponibili ad acquisire partecipazioni nelle società.

L'attuazione dell'intervento

Il progetto LISEM comincia ad operare tra la fine del **2002** e l'inizio del **2003**, in seno all'iniziativa Urban II in collaborazione con differenti soggetti (Politecnico, COREP, CSI Piemonte, CSP, I3P - Incubatore Imprese Innovative Politecnico e Istituto "Mario Boella"), allo scopo di consentire la creazione e il sostegno di nuove iniziative imprenditoriali. Per l'attivazione della collaborazione tra i diversi soggetti coinvolti sono state elaborate e sottoscritte due Convenzioni: una tra i Partner, siglata il 15 ottobre 2002 e una tra Comitato Urban 2 e CSI del 19 dicembre 2002.

La nascita di LISEM

La fase di definizione del progetto

Il Comitato dei Partner di LISEM ha proceduto, sulla base delle indicazioni contenute nel documento "Organizzazione e piano di lavoro" e nella Convenzione tra i Partner, a individuare i Responsabili dei Settori (Formazione, Innovazione e Incubazione) sui quali è organizzato il Lisem. Il CSI ha nominato il Direttore di Lisem e ha scelto la persona a supporto degli aspetti amministrativi.

Il personale allo stato attuale è composto da:

- 1 direttore;
- 3 responsabili di settore;
- 1 responsabile amministrativo;
- 1 personale di segreteria;
- 6 collaboratori nei Settori.

LISEM ha trovato collocazione fin da subito in una struttura nella zona industriale dell'area Urban in uno stabile sito in corso Tazzoli 215/13, del quale CSI è diventato locatario. In questa sede sono stati ospitati oltre al LISEM, alcune attività del CSI (come da progetto) e le altre iniziative di incubazione di Urban 2 (E-commerce e Atelier), così come precedentemente concordato. L'adeguamento dello stabile alle esigenze di Lisem ha comportato dei lavori che si sono protratti fino a novembre 2002, momento a partire dal quale gli uffici sono stati operativi.

Le esigenze collegate alla programmazione delle iniziative di formazione, in particolare il Corso di formazione al business plan e alle competenze imprenditoriali, ha reso necessario, nella primavera **2003**, l'ampliamento dell'aula multimediale in modo da poter ospitare almeno venti persone. A partire dal 1 gennaio **2004** gli spazi a disposizione di LISEM sono stati incrementati di **5** uffici, come previsto dal programma di ampliamento, per rispondere alle esigenze di spazio delle nuove imprese da ospitare. In vista della realizzazione della seconda edizione del Corso di formazione sulle competenze imprenditoriali, al secondo piano della struttura sono state realizzate due aule (suddivise da una parete mobile per ottenere un unico locale in grado di ospitare i **50** partecipanti previsti).

Nel 2003, contestualmente all'avvio delle attività "core" di Lisem- formazione, incubazione e innovazione - è stata effettuata **una indagine preventiva sulla realtà economica dell'area Urban**. Tale ricerca commissionata alla società SRF ha fornito rilevanti informazioni che sono state poi utilizzate per la progettazione di dettaglio degli interventi.

La formazione

Le **attività di formazione** hanno avuto inizio nel **2003** a partire dal mese di ottobre: sono stati attivati incontri e seminari sulle nuove tecnologie e sull'informatica rivolti ai cittadini dell'area Urban e

in subordine a quelli della Circostrizione 2 e del resto della città. Nel corso del **2003** sono stati effettuati **14** incontri (seminari monotematici) di questo tipo con un primo gruppo sperimentale di **13** persone. Nel **2004** l'attività si è intensificata: sono stati effettuati **41** incontri dell'area informatica suddivisi in **9** itinerari tematici.

Gli incontri e i seminari sull'imprenditorialità, sull'imprenditoria e sulla creazione d'impresa sono stati aperti anche a cittadini residenti al di fuori dell'area Urban, con l'intento di suscitare interesse per l'avvio di nuove attività economiche nell'area. Le iniziative formative realizzate a partire dal **2003** in questa direzione sono state **4** con un totale di **46** partecipanti. Nel **2004** i seminari nell'area di impresa sono ulteriormente cresciuti, passando a **17**.

Attività di formazione	2003	2004
Incontri e seminari sulle nuove tecnologie;	14	41
Incontri e seminari sull'imprenditorialità, imprenditoria e creazione d'impresa	4	17
Corsi di alta formazione	1	2

Per quanto riguarda l'Alta formazione nel **2003** è stato organizzato solamente un corso, ossia il *Corso di alta formazione alla competenze imprenditoriali* collegato con il concorso Galileo Ferraris (oggi Start Cup). Nel **2004** oltre al proseguimento di tale corso, il 29 novembre è stato inoltre attivato presso la sede LISEM il Master in *Tecnologia e Comunicazione Multimediale* con la partecipazione organizzativa dell'Università di Torino, a cui sono stati ammessi **20** studenti, di cui **6** residenti nell'area Urban e **2** della Circostrizione.

Le **attività di incubazione** hanno avuto inizio nel **2003** replicando il modello del preesistente incubatore I3P, ideato dal Politecnico; le prime imprese incubate provengono, come da progetto, proprio da questa iniziativa e da Hyperfilm (spin off di CSP, uno dei partner del progetto).

La selezione dei progetti di impresa è stata svolta a partire dal **2003** nell'ambito della Business Plan Competition locale denominata Concorso Galileo Ferraris. Dal processo di valutazione sono emersi **7** business plan di imprese dichiarate idonee ad installarsi nell'incubatore.

Nel **2004** l'attività di incubazione ha subito un processo di forte crescita, tanto che a partire da febbraio sono state inserite all'interno dell'incubatore le imprese E-Mentor e Safan Bio-Informatics e nel corso dell'anno altre sei aziende (Ausilium, Euroconcepts, Il Goloso intollerante, PRC Multimedia, Sobek e Yanium). Inoltre la Business Plan Competition ha individuato ben **10** progetti idonei all'installazione nell'incubatore. Allo stato attuale le imprese incubate sono **13** essendoci stati **2** nuovi ingressi nel **2005** (Intellisemantic, Feniva).

Attività di incubazione	2003	2004
Aziende incubate	3	8
Numero dei business plan idonei	7	10

Le attività relative all'innovazione sono iniziate nel **2003** seguendo la falsariga del progetto **Provin**, che consisteva nell'inserimento di giovani in azienda attraverso borse di studio. Il LISEM ha scelto di sponsorizzare le richieste di finanziamento di aziende di Mirafiori, rivolte alla Provincia all'interno del bando Provin, che erano state da questa scartate. Nel corso dell'anno **3** aziende hanno acquisito degli stagisti attraverso questo strumento.

Alla fine del **2003** è stata attivata una seconda iniziativa denominata **RIUSA**, creata in collaborazione con l'associazione Sportidea e con l'Istituto Agnelli. Il progetto, fornisce la possibilità di acquisire, ringiovanire e ricollocare i computer dismessi presso enti e associazioni che ne facciano richiesta. Nel corso del primo anno RIUSA ha visto la partecipazione di quattro enti donatori per un totale di **25** macchine conferite. Di queste **12** sono state consegnate a **7** associazioni dell'area.

Nell'anno **2004** il progetto Provin ha continuato la sua attività finanziando due borse per l'inserimento di **2** giovani in azienda. Altrettanto ha fatto il progetto RIUSA che ha coinvolto **2** enti donatori, tra cui la Provincia di Torino che hanno conferito complessivamente **160** PC. **48** di questi sono stati donati a **7** enti beneficiari, tra i quali l'Istituto "Ferrante Aporti".

Attività di innovazione	2003	2004
Borse Provin	3	2
Enti che hanno donato pc al progetto RIUSA	4	2
Enti che hanno ricevuto i pc dal progetto RIUSA	7	7
Numero di computer donati	12	48
Numero di computer rivitalizzanti	25	160

Nel corso del 2004 sono stati effettuati anche due studi per la sperimentazione di altrettanti servizi innovativi a favore degli anziani del territorio, ossia la *Spesa on line* e il *Telesoccorso*. Il progetto di **spesa on line per anziani**, prevedeva la possibilità di ricevere la spesa direttamente a casa con un classico servizio di consegna a domicilio. L'iniziativa non è entrata nella fase attuativa perché è risultata poco appetibile ai diretti interessati. Il progetto **telesoccorso per anziani** che prevedeva invece la costruzione di un servizio di telesoccorso via cellulare, non è stato avviato per la resistenza di alcune associazioni coinvolte.

Nel 2005 è stata attivata l'iniziativa **Serve Aiuto**. Questa consiste di un'attività di assistenza rivolta alle imprese che intendono organizzare, migliorare e innovare la propria attività. LISEM in collaborazione con le associazioni di categoria API, CASA, CNA, Confartigianato e Unione Industriale di Torino offre alle imprese aderenti incontri specialistici con esperti e la realizzazione di studi di fattibilità per progetti con un grado di innovazione elevato. Ad oggi è stata svolta un'attività di indagine con le aziende del territorio che, attraverso **40** questionari raccolti, ha consentito di conoscere i loro fabbisogni, in termini di innovazione e non solo e a consentito di attivare i primi progetti di Aiuto.

Attività Serve Aiuto	
Numero comunicazioni inviate per posta	1400
Numero contatti telefonici	63
Numero interviste effettuate	45
Numero interventi in fase di attuazione	4

I quesiti valutativi

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Quale sono state le attività intraprese e in che misura rispettano le aspettative iniziali?

La realizzazione delle attività previste nel programma LISEM è a buon punto. Per tutte le tre macroaree individuate, **formazione, incubazione d'azienda e innovazione** i responsabili di Lisem hanno infatti formulato un giudizio positivo sul livello di attuazione delle stesse.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
Formazione			X
Incubazione d'azienda			X
Innovazione			X

Nel dettaglio il giudizio globale per l'attività di formazione è stato complessivamente **buono** perché le singole attività previste sono state tutte avviate, con significativi livelli di soddisfazione tra gli utenti. L'attuazione non si è svolta tuttavia senza difficoltà. I **seminari e i corsi sulle nuove tecnologie e sull'informatica**, avevano in prima battuta fatto registrare, nell'anno 2003 e nell'anno 2004 un successo inferiore alle aspettative dei responsabili di LISEM. Un primo problema era legato alla forma di promozione dei corsi che svolgendosi attraverso il materiale cartaceo conferito nelle buche delle lettere dell'area Urban, finiva spesso per confondersi con le analoghe offerte di istituzioni private e veniva di conseguenza scartato. Un secondo problema era invece legato alla tipologia dell'offerta complessiva che sembrava non incontrare la domanda del territorio. La strategia adottata per rispondere a tale situazione è stata quella di attivare una ricerca-azione sui fabbisogni informatici che oltre a raccogliere informazioni direttamente dai cittadini sui loro reali interessi in campo informatico ha consentito anche di pubblicizzare le attività di Lisem in maniera diretta. La discesa sul campo ha consentito infatti di dare solidità all'immagine del LISEM che nel corso del primo anno di attività era apparsa ancora debole e le informazioni rilevate sui fabbisogni hanno consentito di ritrarre nel corso del 2004 il catalogo formativo, ottenendo risultati di partecipazione nettamente migliori.

La criticità che ancora permane nel filone informatico è quella relativa alle modalità con le quali raggiungere il target più popolare: esiste un *digital divided* che le iniziative proposte non hanno ancora saputo colmare per la difficoltà di raggiungere gli strati più bassi della popolazione. L'intenzione per il futuro è quella di provvedere una strategia specifica per incontrare i bisogni di questo settore della popolazione e per proporre una forma di fruizione più prossima alle loro forme tradizionali di interazione. L'idea è quella di collaborare con altri operatori più propriamente sociali come Banca del Tempo e Casa del Quotidiano, per organizzare corsi e seminari con i loro utenti e nei loro spazi.

Per quanto riguarda le attività formative relative allo sviluppo **dell'imprenditorialità e imprenditorialità** il giudizio fornito è positivo. In questo settore l'offerta formativa si è fortemente arricchita con l'attivazione di nuovi moduli didattici, determinata da stimoli provenienti da scuole e associazioni e dalle richieste dei partecipanti ai corsi. In particolare l'esigenza espressa era quella di fornire una serie di strumenti di complemento della funzione imprenditoriale. Lisem si è attivato in questa direzione producendo diversi moduli come il "test

sulle potenzialità imprenditoriali” di natura introduttiva, di natura organizzativa come il corso sulla creatività e quello sulla “gestione del tempo” e moduli di natura economica come quello sulla redazione del piano economico e finanziario dell’azienda. In questo filone formativo non si sono verificati problemi di partecipazione. Va detto tuttavia che, nonostante la partecipazione di soggetti dall’area Urban sia stata soddisfacente, l’offerta in questo caso era aperta a tutta la popolazione cittadina.

Infine, anche per **l’alta formazione** si conferma il giudizio positivo sull’attuazione. I master attivati hanno funzionato a pieno ritmo raggiungendo con facilità il numero di iscritti previsto. La soddisfazione degli utenti è stata alta come testimoniano le rilevazioni sulla *customer satisfaction* condotte tra i partecipanti. La qualità della proposta formativa è testimoniata inoltre dal fatto che, allo stato attuale, non si sono verificati abbandoni. Il successo del Master universitario, in particolare, ha portato a prevedere una seconda tornata che, verificate le condizioni di finanziabilità tramite il Fondo Sociale Europeo, verrà attivata nel corso del 2005.

Sul versante **dell’incubazione d’azienda** il giudizio dei responsabili di LISEM sul grado di attuazione delle attività è buono. Per quanto riguarda **la selezione delle idee imprenditoriali**, il processo risulta oggi essere formalizzato ed efficiente. L’ultima tornata di selezione avvenuta attraverso il concorso Galileo Ferraris (ora Start Cup Piemonte) ha consentito di ricevere **10** idee imprenditoriali di cui ben **4** sono diventate aziende incubate entro LISEM. Dall’inizio delle attività, l’incubazione ha dato vita a **13** imprese su un complesso di **150** idee imprenditoriali giunte. Il rapporto è di una idea incubata ogni dieci presentate che a giudizio dei responsabili di Urban costituisce una percentuale che garantisce una buona qualità dei progetti. Il processo di selezione si avvale oggi anche di una migliore qualità dei business plan presentati. La debolezza rilevata sulla scrittura degli stessi è infatti stata sanata attraverso il Master sulle Competenze Imprenditoriali, iniziativa che coinvolge una trentina di studenti e li fa lavorare “a coppie” per trasformare in “business plan” le idee innovative.

Per quanto riguarda la linea di attività relativa all’incubazione il giudizio dei responsabili sull’attuazione è positivo. La **fornitura dell’ospitalità all’azienda all’interno dell’incubatore** prosegue secondo le attese. Il piano di sviluppo delle imprese fino al 2006 prevedeva una crescita anno dopo anno con una progressiva occupazione degli spazi messi a disposizione. Si è così giunti a 13 imprese attualmente che potrebbero diventare 20 entro la metà del 2006 con una saturazione quasi totale degli spazi e il raggiungimento degli obiettivi previsti. A tal fine si è dovuto provvedere ad una sapiente gestione degli ingressi dilatando in alcune occasioni la fase di pre-incubazione.

Inoltre la **fornitura di servizi di consulenza** raccoglie la soddisfazione degli utenti dell’incubatore, anche se appare ancora debole la parte di supporto finanziario alle imprese. LISEM si sta attivando per garantire una rete di contatti con soggetti economici disponibili ad investire sulle aziende che crescono nell’incubatore⁶⁷.

Anche per la linea di attività relativa all’**innovazione** il grado di attuazione di questo gruppo di attività nel giudizio dei responsabili LISEM è considerato buono (nonostante alcune difficoltà incontrate). La realizzazione delle attività in questo settore è stata condizionata fin dall’inizio dall’impossibilità di proporre sul territorio Urban una concezione “alta di innovazione”. Questo per due ragioni: la mancanza di un sistema di finanziamento in grado di sostenere l’innovazione, come in altre zone fanno i fondi dell’Ob. 2 dell’Unione Europea, e la mancanza di un tessuto di aziende innovative sul territorio. Si è quindi cercato, in primis, di promuovere nel

⁶⁷ Negli ultimi tempi sono stati attivati contatti in questo senso tanto con istituti bancari quanto con fondi pubblici di seed capital come Piemontech.

quartiere un “feeling” verso l’innovazione, ovvero sia di diffondere la cultura dell’innovazione attraverso un approccio “sociale”. Si potrebbe parlare di una vera e propria animazione nel campo dell’innovazione, svolta tanto a livello della popolazione quanto a livello delle imprese.

Per diffondere una sensibilità verso l’innovazione nella popolazione del quartiere sono stati fatti molti tentativi di intervento alcuni dei quali arrestatisi nella fase esplorativa o sperimentale. E’ stato questo il caso della **spesa on line** e della **sperimentazione del telesoccorso per anziani** che hanno comportato un grosso lavoro progettuale e di contatti con soggetti interessati e possibili beneficiari ma che si sono entrambi arrestati di fronte allo scarso interesse dimostrato dagli stessi soggetti coinvolti. Tali esperienze negative hanno tuttavia consentito di ricalibrare le attività verso una nozione “bassa” di innovazione che ha funzionato maggiormente tra la popolazione ed ha prodotto l’esperimento **RIUSA**. L’esperienza di successo dell’apertura della sala PC con computer ricondizionati, presso l’istituto Agnelli, nella quale gli utenti, potevano, in un ambiente assistito, trovare gli strumenti per avvicinarsi al computer, scrivere documenti, inviare posta elettronica e navigare in Internet, ha definitivamente convinto i responsabili di LISEM che questa potesse essere la strada giusta per proporre l’innovazione alla popolazione in modo graduale e comprensibile.

Alle imprese si è continuato invece a proporre “innovazione alta” attraverso l’innesto in azienda di risorse umane in grado di stimolare processi di innovazione grazie alle proprie competenze. LISEM ha in questo modo inserito tre laureati con borse di studio in imprese scartate **dal progetto PROVIN**. L’esperimento è stato molto positivo perché i 2 soggetti inseriti che hanno effettivamente concluso lo stage, hanno avviato processi di innovazione significativi all’interno delle aziende in cui hanno operato e sono stati da quest’ultime assunti. Sulla base di questo successo si è scelto di analizzare in un modo più capillare le esigenze d’innovazione dell’area attraverso il lancio dell’iniziativa “Serve Aiuto” che ha così consentito di raggiungere, con un set di misure dedicate, la maggior parte delle realtà produttive dell’area.

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) Le attività svolte nell’ambito della formazione hanno raggiunto la popolazione target?

Le attività svolte all’interno del progetto LISEM sono assai differenziate e si rivolgono per loro natura a target di popolazione assai diversi. E’ quindi indispensabile fare un ragionamento “ad hoc” per ogni linea di attività. In linea generale si può tuttavia sottolineare come la regola generale seguita dai responsabili di LISEM sia stata quella di rivolgere gli interventi in via preferenziale agli abitanti di Urban, estendendola poi in ordine di priorità a quelli della circoscrizione 2, a tutti i cittadini del comune di Torino e infine a tutto il territorio nazionale.

L’attività di formazione, per ciò che concerne il filone tecnologia ed informatica, si è rivolta in via quasi esclusiva agli abitanti dell’area Urban ed ha coinvolto negli anni **2003** e **2004** complessivamente **72** soggetti, quasi raddoppiati nel corso del **2005**. Si tratta di una percentuale molto piccola rispetto alla popolazione dell’area. L’intento non era quello di svolgere una formazione di massa, ma di suscitare e diffondere l’interesse per il proprio aggiornamento personale nel campo delle ITC. Questo interesse è dimostrato dagli oltre **1700** questionari raccolti tra la popolazione su questi temi e dalle migliaia di contatti telefonici e di orientamento intervenuti.

I seminari del filone **sull’imprenditorialità e imprenditorialità** sono stati offerti ad una popolazione comprendente l’intera città. L’idea è stata quella di intercettare in questo modo la domanda di formazione all’imprenditorialità facendola convergere sull’area Urban nella speranza

che i soggetti formati potessero in seguito avviare le proprie attività sul territorio. I soggetti complessivamente coinvolti negli anni **2003** e **2004** sono stati **147**. Si tratta anche qui di una percentuale irrilevante rispetto alla popolazione urbana, ma non era negli obiettivi e nelle possibilità organizzative di LISEM raggiungere numeri più elevati⁶⁸.

I percorsi di alta formazione sono stati offerti in tutta Italia per dare più respiro all'iniziativa e permettere di portare nel quartiere Urban le ricadute positive che l'insediamento di scuole di formazione ed eventualmente di imprese avrebbe avuto sul territorio. Gli studenti del master post-laurea ha coinvolto **19** soggetti provenienti dal Piemonte e da altre ragioni. Sei di questi (il **33%**) provenivano dall'area Urban: tale risultato è frutto di una capillare azione di informazione e di promozione realizzata a Mirafiori Nord. Uno dei tre residenti ha fatto il Master per dar seguito a un proprio progetto imprenditoriale avviato con la frequenza ai corsi LISEM dell'area imprenditorialità.

Corsi e seminari	Partecipanti tot	Partecipanti Circostrizione 2	Partecipanti Urban
Imprenditività (2003)	46	10	20
Imprenditività (2004)	101	19	35
Nuove tec. ed informa(2003)	13	3	10
Nuove tec. ed informa(2004)	59	22	26
Masterino 2003	28	4	4
Masterino 2004	25	3	3
Master	20	2	6
Totale	292	65	104

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) Gli utenti, che hanno partecipato ai corsi di imprenditorialità, hanno effettivamente sviluppato un'attività di impresa?

Tra i **28** partecipanti alla prima edizione del Corso sulle Competenze Imprenditoriali, solo **4** hanno sviluppato un'iniziativa di impresa autonoma, il **90%** sta comunque sviluppando attività lavorative in proprio o in imprese già costituite, in cui impiega in modo significativo le conoscenze acquisite nel corso.

L'obiettivo dei corsi brevi sull'imprenditività e imprenditorialità non è quello di condurre direttamente alla creazione di nuove imprese, ma quello di avviare un processo nella direzione dell'autoimprenditorialità (concretizzato per circa **l'80%** dei partecipanti) al percorso formativo nella elaborazione di idee di business realizzabili nell'area Urban e nello sviluppo delle stesse ricorrendo all'appoggio dello sportello Unico della e attività produttive del Comune di Torino (circa il **60 %**) o ai servizi del MIP (circa il **15 %**).

⁶⁸ Gli aspetti più interessanti consistono nell'aver sperimentato e messo a punto, con un numero sufficientemente ampio di persone un modello formativo sull'imprenditorialità, che incontra il favore dei partecipanti e che dovrà essere valutato rispetto alla sua efficacia nel medio periodo. Per diffondere ulteriormente la sensibilizzazione sui temi dell'imprenditorialità sarà sperimentato nel 2006 l'utilizzo del gioco "il mio business" appositamente progettato e messo a punto da LISEM nel 2005.

4) Le idee imprenditoriali si sono effettivamente trasformate in vere e proprie imprese?

L'ultima tornata di selezione avvenuta attraverso il concorso Galileo Ferraris (ora Start Cup Piemonte) ha consentito di selezionare **10** idee imprenditoriali di cui **4** sono già diventate aziende incubate entro LISEM e **2** dovrebbero diventarlo nei mesi a venire. Dall'inizio delle attività, l'incubazione ha dato vita a **13** imprese su un complesso di **150** idee imprenditoriali giunte. Nel complesso, con un rapporto di una idea incubata ogni dieci presentate, che a giudizio dei responsabili Lisem, costituisce una percentuale che garantisce una buona qualità dei progetti incubati.

Le **13** imprese incubate, allo stato attuale, sono ancora tutte presenti all'interno di LISEM. Con l'eccezione dell'ultima entrata, che sta perfezionando il suo prodotto, sono attive sul mercato con intense attività di promozione e ragionevole acquisizione di commesse. Inoltre le imprese pagano regolarmente a LISEM i canoni mensili che crescono dopo ogni anno di permanenza, fino a raggiungere, al terzo anno, i prezzi di mercato. Si ritiene, quindi, che per una gran parte di esse l'uscita dall'incubatore non sarebbe di particolare disagio. Infatti qualcuna di loro manifesta l'interesse ad inserirsi in una struttura propria di dimensioni più grandi. In ogni caso le imprese continuano ad essere tenute sotto particolare controllo da parte dei tutor dell'incubatore.

La situazione della Business Plan Competition⁶⁹ è assolutamente soddisfacente ed in linea con i programmi. Per migliorarla, tuttavia, si è deciso di perfezionare il processo della trasformazione di idee in imprese: inizialmente si prevede la trasformazione di idee in business plan, che può realizzarsi attraverso il Corso di Formazione alle Competenze Imprenditoriali (**14** progetti, quest'anno) per le idee più innovative, oppure con una attività di tutoraggio diretto da parte del Lisem, (quest'anno sono **30** i progetti che hanno già presentato il Business Plan attraverso questo percorso). Successivamente si passa alla fase di valutazione, in cui tutti i Business Plan saranno giudicati e verificati da un apposito Comitato, che deciderà quali sono i progetti idonei e gli incubatori di destinazione. I progetti idonei continueranno la loro fase di preincubazione sotto la sorveglianza dei tutor fino alla costituzione dell'impresa.

Le aziende sfruttano gli spazi e la consulenza offerta dal progetto LISEM e alcune cominciano già a dimostrare delle crescite considerevoli del volume di affari e negli utili, presupposto che consentirà di farle procedere autonomamente e di terminare con successo la fase di accompagnamento.

⁶⁹ La Business plan Competition da quest'anno viene definita Start Cup Torino Piemonte, e coinvolge tutti gli enti regionali che si occupano di incubazione di impresa

Scheda n. 11: Il Progetto Cortili

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione a Torino e più in particolare nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Le periferie sono gli ambiti delle grandi città in cui più frequentemente si manifesta il degrado: immobili fatiscenti, aree pubbliche trascurate, sporcizia ed abbandono sono gli indicatori più evidenti del “malessere” dei quartieri di molte città italiane, cresciuti rapidamente e disordinatamente nel corso dell’espansione economica a cavallo degli anni ‘60 e ‘80. La necessità di rispondere a impellenti necessità abitative ha portato le amministrazioni comunali a prestare scarsa attenzione al problema: spesso, in passato, è venuta meno una strategia complessiva per lo sviluppo armonico delle periferie. Di conseguenza, il divario con le altre zone della città, come le aree centrali già ricche di testimonianze storiche e di prestigio, e sempre più spesso oggetto di vasti interventi di riqualificazione, è diventato stridente ed ha aumentato il senso di “disagio” di chi vive quotidianamente le periferie. In questo senso non fa eccezione il caso di Mirafiori Nord: organizzatosi nei decenni trascorsi come “dormitorio” della FIAT, con l’edificazione massiccia di edilizia convenzionata (sino al **20%** del totale delle abitazioni), il quartiere presenta oggi, insieme alla crisi dell’indotto industriale, un degrado diffuso in diverse zone abitate: al degrado fisico si accompagna spesso quello sociale: a un deterioramento degli ambienti e degli spazi abitativi si abbina infatti un decadimento dei rapporti sociali e delle “regole di convivenza”.

Il “degrado” delle periferie

La zona delle case popolari, scelta per l’intervento di Urban II, compresa nel triangolo di via Dina, Corso Agnelli e Corso Tazzoli all’interno di Mirafiori Nord presenta questa somma di criticità. Si tratta infatti di un agglomerato di edilizia popolare in gestione all’ATC, che per anni ha conosciuto una scarsa manutenzione degli stabili. La zona si caratterizza inoltre per la presenza di grossi “problemi di convivenza” tra gli abitanti dei palazzi, che si manifestano in un’elevata “conflittualità interna” dell’abitato, nell’incuria verso gli spazi comuni, e in alcuni casi, in veri e propri atti vandalici nei confronti degli stabili. Tutto ciò non fa che aumentare il disagio dei cittadini che percepiscono sempre più quest’area come un semplice “dormitorio”, privo di storia e tradizioni, e nutrono una sostanziale sfiducia nella possibilità di migliorare la situazione del proprio quartiere.

Problemi di convivenza e disagio sociale

Il Progetto Cortili si presenta come un’intervento finalizzato a ridurre tale disagio. L’assunto di base del programma è che tale obiettivo possa essere perseguito incentivando la socializzazione dei cittadini attraverso la loro partecipazione al processo di rivitalizzazione del quartiere ed attraverso il miglioramento dei rapporti di vicinato. In particolare Progetto Cortili si propone di raggiungere questi obiettivi producendo “interventi di animazione e d’accompagnamento” alla ristrutturazione fisica delle proprie abitazioni. Tali processi vengono condotti dagli operatori di Avventura Urbana che operano nei cortili delle case popolari di via Poma, via Scarsellini, via Dina, corso Salvemini, via de

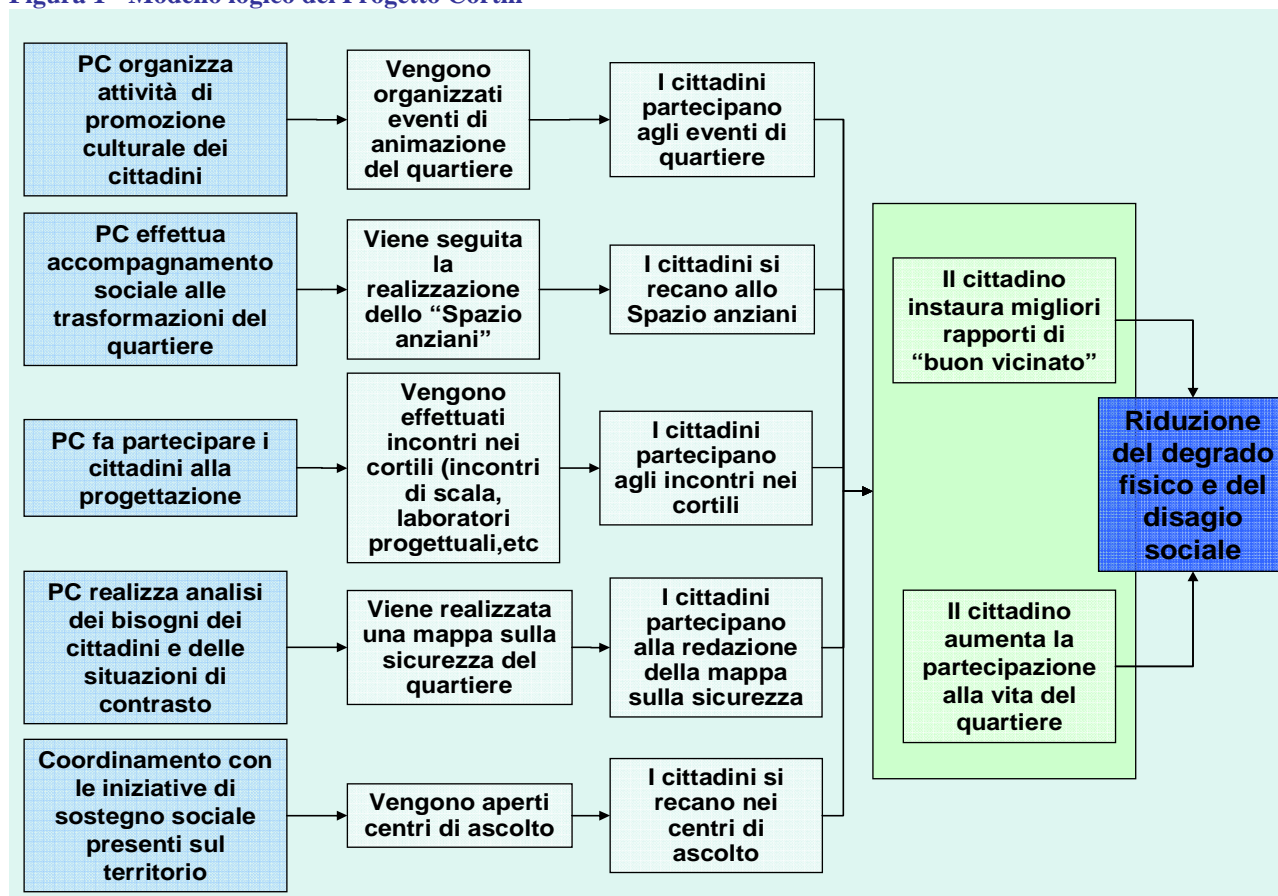
La soluzione proposta: la rivitalizzazione dei cortili

Bernardi e corso Agnelli⁷⁰ al fine di trasformarli in veri e propri centri di aggregazione e di ascolto della popolazione.

I destinatari dell'intervento sono i cittadini dell'area Urban, in particolare coloro che vivono nelle case popolari interessate dagli interventi di manutenzione, ossia circa 1.500 abitanti di Mirafiori Nord. Gli abitanti sono suddivisi all'interno dei tre cortili oggetto dell'intervento: 15 scale in via Poma 11, 15 scale in via Scarsellini 12 e 16 scale in corso Salvemini 25.

I destinatari Progetto Cortili

Figura 1 - Modello logico del Progetto Cortili



Le linee di azione che sono alla base della strategia d'intervento sono cinque, vale a dire:

- Promozione culturale e organizzazione di eventi;
- Accompagnamento alla vita sociale alla trasformazione del quartiere;
- Progettazione partecipata,
- Analisi dei bisogni dei cittadini e delle situazioni di contrasto;
- Coordinamento delle iniziative di sostegno sociale presenti sul territorio.

Le attività proposte da Progetto Cortili

La **prima linea d'azione** consiste nell'effettuazione di attività di promozione culturale e organizzazione di eventi che siano in grado di animare la vita del quartiere. Tali iniziative hanno lo

⁷⁰ Nell'aprile del 2004 le case di via de Bernardi e di corso Agnelli sono uscite dal progetto perché sono state inserite nel contratto di quartiere di via Dina.

scopo di ricreare quella convivialità che esisteva in tempi passati all'interno dei cortili e di riattivare, attraverso feste e momenti ricreativi, i rapporti di buon vicinato.

La **seconda linea d'azione** è relativa all'accompagnamento sociale del quartiere. Le attività ricomprese al suo interno hanno il fine di far partecipare i cittadini alle trasformazioni fisiche dei cortili e cercare, ove possibile, di limitare i disagi verso gli abitanti. In questo ambito gli operatori di Progetto Cortili hanno il compito di accompagnare l'attività di manutenzione dei cantieri nei cortili, svolgendo il ruolo di intermediari nei rapporti con capi cantiere e responsabili dell'ATC. Lo sportello di ascolto attivo diviene quindi un luogo dove incontrare le imprese di costruzioni e far pervenire le problematiche relative ai lavori in corso.

L'accompagnamento sociale agli interventi di ristrutturazione "ha visto lo svolgimento di attività di accoglienza e ascolto attivo; di raccolta e classificazione delle informazioni richieste e delle problematiche segnalate in merito all'andamento dei lavori e alla convivenza con i cantieri; di diffusione delle informazioni e messa a punto di strategie per la riduzione dei disagi dati dai cantieri"⁷¹.

La **terza linea d'azione** consiste nella partecipazione dei cittadini alle scelte di progettazione degli interventi fisici sulle abitazioni. A tal fine vengono organizzati incontri di scala, laboratori progettuali e consultazioni pubbliche, che consentono di descrivere i bisogni dei cittadini, di ottenere suggerimenti sulle realizzazioni fisiche degli interventi e di determinare, infine, la "fattibilità sociale" del processo di trasformazione fisica del quartiere. Oltre a questa tipologia di interventi esiste anche una serie di attività finalizzate alla progettazione di regole di convivenza tra gli inquilini.

La **quarta linea d'azione** consiste nell'analisi dei bisogni e delle situazioni di contrasto. A tal fine vengono creati e collocati sul territorio dei punti di ascolto⁷² per permettere ai cittadini di manifestare le proprie rimostranze e segnalare le proprie criticità nel vivere il quartiere. Lo sportello inoltre effettua un'attività di ascolto e informazione verso i cittadini, facilitando l'approccio ai servizi del territorio. In questa azione rientra anche l'istituzione del centro di risoluzione dei conflitti. Questo servizio è stato creato allo scopo di consentire una risoluzione il più possibile pacifica e mediata dei conflitti nati all'interno dei condomini dell'area Mirafiori. La presenza di un mediatore e di un avvocato infatti ha lo scopo di cercare di giungere ad una risoluzione conveniente per ambo le parti, cercando di non deteriorare irrimediabilmente i rapporti di vicinato.

La quinta linea d'azione prevede un coordinamento con tutte le iniziative di sostegno sociale presenti contemporaneamente sul territorio, allo scopo di migliorare le collaborazioni tra i differenti soggetti. Le attività che si svolgono in questo ambito sono indirizzate soprattutto nei confronti degli operatori dell'ASL e verso i vigili di quartiere.

Un altro tentativo di raggruppamento delle azioni potrebbero essere quello di distinguere tra quelle progettate e condotte in via esclusiva dagli operatori di Avventura Urbana/Gruppo Abele, e quelle invece gestite in maniera partecipata con gli operatori del territorio; in molti casi infatti il progetto Cortili ha svolto la funzione di traino per numerose iniziative, divenendo un punto di incontro per gli altri operatori del territorio. I progetti che sono nati da queste collaborazioni sono:

- Formazione operatori sanitari e medici di base in collaborazione con l'ASL
- Coordinamento con i servizi sociali in collaborazione con i servizi sociali del comune e dell'ASL

⁷¹ Rapporto 2003 delle attività di Progetto Cortili elaborato da Avventura Urbana.

⁷² I Punti sono spazi di comunicazione e partecipazione dei cittadini al Progetto Cortili e a Urban2; in essi gli abitanti vengono accolti dagli operatori del Progetto Cortili che svolgono attività di ascolto attivo, e possono raccontare le loro esigenze e i loro conflitti, fare segnalazioni e proposte nonché trovare informazioni e risposte sui servizi della Città, l'ATC e le attività di Urban2.

- Spazio Anziani in collaborazione con la Parrocchia del Redentore e con le associazioni di volontariato del quartiere
- Alloggio n°4 in collaborazione con Punto Bimbo e con il plesso scolastico di via Poma, associazione Sportidea e Lilliput
- Una piazza cento piazze in collaborazione con Sportidea, cooperativa Esserci e Comezzi
- Teatro comunità in collaborazione con A.cu.me, Assemblea Teatro, Sportidea, Master Teatro Comunità.

La descrizione dell'attuazione dell'intervento utilizza la prima modalità di raggruppamento poiché è sembrata essere più completa ed inoltre perché viene utilizzata dai responsabili del progetto all'interno dei propri rapporti annuali.

L'attuazione dell'intervento

Progetto Cortili è un'iniziativa di Urban, nata in collaborazione con Avventura Urbana e il Gruppo Abele (per il Centro del conflitto), in cui si è definito di operare sul recupero sociale e fisico del quartiere. Dal punto di vista organizzativo oltre agli operatori e ai ricercatori di Avventura Urbana e del Gruppo Abele, che possono essere considerati partner integranti dell'iniziativa, l'attuazione del progetto ha coinvolto molteplici attori territoriali, che possono essere così sintetizzati:

Gli attori coinvolti e la struttura organizzativa

- Assemblea Teatro
- Sportidea
- Lilliput
- Associazione a.titolo
- Servizi sociali circoscrizione 2
- SEA
- Auser
- Vida
- Progetto al femminile
- Varie associazioni di volontariato del quartiere

Tali soggetti hanno formato una struttura organizzativa, costituita in maniera molto flessibile e composta da persone impegnate costantemente e altre invece solo saltuariamente; tendenzialmente la struttura ha visto l'alternarsi di diverse figure attorno ad un nucleo di 5 persone, sotto il coordinamento costante degli operatori di Avventura Urbana. L'organigramma di massima comprende le seguenti figure:

- **1** responsabile di progetto
- **1** coordinatore del progetto
- **2** operatori per la Casa del conflitto
- **3** operatrici di territorio (uno al punto Salvemini e 2 al punto Poma)
- **15** rilevatori con occupazione solo saltuaria

Per avere maggiore visibilità e per comprendere meglio la realtà e le problematiche del quartiere, Progetto Cortili ha scelto di avere delle collocazioni fisiche sul territorio, talvolta legate ad iniziative temporanee, talvolta a progetti di lunga durata; nel tempo le sedi fisiche del progetto sono state:

La sede di Progetto Cortili

- I 3 centri di ascolto via Dina, via Poma e corso Salvemini
- Il centro di gestione creativa dei conflitti (via de Bernardi)
- Uffici della circoscrizione 2

L'avvio delle attività per un progetto così multiforme non è univoca, anche se si può definire come inizio l'apertura dei punti di ascolto, il primo dei quali, il Punto Dina, ha aperto nel marzo del 2002. In seguito si sono aperti i punti di via Poma (05-02) e via Salvemini (nel 09-02), che hanno definitivamente sostituito il camper itinerante con funzione di sportello mobile, che aveva dimostrato costi di gestione troppo elevati. Precedentemente all'apertura ufficiale dei centri, si erano svolte sempre presso il punto Dina, le attività di studio e la partecipazione ai tavoli sociali di quartiere.

Nel corso del **2003** sono state effettuati, oltre alle attività di ascolto dei Punti, anche i lavori di accompagnamento ai cantieri di via Poma, via Scarsellini e corso Salvemini insieme all'inizio dell'attività di intermediazione con ATC e con gli altri enti coinvolti dal processo di riqualificazione fisica degli edifici. Dal marzo del **2003** sono stati anche realizzati i primi incontri di coordinamento con le associazioni e gli altri operatori del quartiere per sviluppare delle strategie di azione comune e per istituire delle possibili collaborazioni.

Da giugno **2003** sono stati inoltre organizzati degli incontri per cercare di applicare le tecniche di progettazione partecipata nella gestione degli spazi comuni dei cortili di corso Agnelli e di via de Bernardi. Da ottobre si sono svolti anche i primi incontri preliminari per l'elaborazione di una mappa del rischio, progetto che è stata realizzata poi nel corso del **2004**. Oltre a queste iniziative Progetto Cortili nel corso del **2003** ha effettuato una attività di monitoraggio e collaborazione con le realtà associative e con i progetti in essere nel quartiere, fornendo aiuto e collaborazione. In aprile si è distribuito un questionario per individuare le realtà associative del quartiere e le loro potenzialità ed è cominciata la collaborazione fattiva con alcune di esse tra cui Sportidea, Banca del Tempo e con altre iniziative Urban (Urban botteghe, Nuovi committenti).

Nel corso del autunno **2003** sono anche cominciate le passeggiate di quartiere e la raccolta delle segnalazioni dei cittadini, dopo un lavoro di monitoraggio cominciato insieme agli operatori di Avventura Urbana già a luglio **2003**. Con la fine del **2003** si è avuta una fase di forte ridefinizione del progetto: tra aprile e giugno **2004** infatti si è definito l'ingresso dell'area Urban compresa tra via de Bernardi e corso Agnelli in un contratto di quartiere; la zona è così uscita dalle competenze del progetto Cortili per essere assorbita in un progetto di rigenerazione più circoscritto al solo "quartiere Dina". In seguito a questa scelta molti servizi sono stati modificati, mentre altri sono stati chiusi (come il centro di ascolto di via Dina che è divenuta la sede del Tavolo di quartiere).

Dal **2004** le attività previste hanno cominciato ad attivarsi in maniera più sistematica, e anche se con una forte varietà al loro interno possono comunque essere tutte inserite nelle cinque macro-azioni sopra definite, vale a dire:

1. Analisi dei bisogni e delle situazioni di contrasto
2. Accompagnamento sociale
3. Progettazione partecipata
4. Coordinamento con le iniziative di sostegno sociale
5. Promozione culturale

Le iniziative sviluppate si sono inserite all'interno di ogni macro-area, anche se la suddivisione non è troppo rigida in quanto è usuale che le iniziative possano essere attribuite a più di una categoria⁷³.

La prima macroazione è quella della **promozione culturale**, ossia dell'organizzazione di eventi e di manifestazioni per l'animazione sociale e culturale del territorio. Si è deciso di distribuire le risorse in modo particolare su eventi piccoli, per permettere una maggior frequenza alle iniziative e una distribuzione più capillare delle risorse, tali da consentire di aumentare la riconoscibilità del progetto Cortili tra gli abitanti.

Le azioni che a questo scopo sono state attivate sono state:

⁷³ La suddivisione rimane un espediente per organizzare e raccontare organicamente un progetto multidimensionale come Progetto Cortili. Le suddivisioni sono da considerarsi come semplice espediente espositivo

- Organizzazione di micro-eventi: *Carnevale, Insieme sotto l'albero, Animando l'estate*
- Alloggio n. 4
- Teatro e comunità
- Start up nuovi committenti

La prima attività della promozione culturale è l'organizzazione di **micro-eventi** sul territorio. Si è scelto così di partecipare nel 2004 all'animazione di tre feste dell'anno come il Carnevale, il Natale e l'inizio dell'estate, operando in collaborazione con le altre associazioni locali, a cui si è fornito un sostegno economico e organizzativo. Per gli abitanti queste feste, oltre ad un momento di svago e aggregazione, sono state un'occasione per socializzare e ritrovare gli enti che si occupano della rigenerazione sociale del quartiere tra cui anche Progetto Cortili. Tale iniziativa è riuscita a coinvolgere in maniera continuativa, tra la fase organizzativa e quella di partecipazione, circa 30 famiglie.

L'alloggio n.4 è un progetto che ha lo scopo di trasformare una casa non assegnabile in uno spazio per le attività degli abitanti, al fine di rafforzare la comunicazione, attivare delle reti informali e suscitare una nuova percezione più responsabile degli ambienti comuni: sono infatti gli stessi cittadini a divenire *Committenza sociale* e ad occuparsi direttamente della gestione del luogo. Le attività che vi si svolgono sono proposte e sviluppate dagli abitanti in collaborazione tra loro e con le operatrici di Progetto Cortili. L'alloggio n.4 è stato inaugurato il 27 novembre 2004, ma dopo una fase di ottima partecipazione ad oggi si riscontra un parziale disinteresse dei cittadini.

Il progetto **Teatro Comunità** ha previsto per l'animazione del territorio, l'organizzazione di eventi teatrali nel quartiere. Sono stati progettati insieme ad Assemblea teatro, 4 spettacoli che avevano per tema le case popolari in un periodo di tempo compreso tra giugno e settembre 2004. Inoltre sono state raccolte **22** "storie di vita" presso gli abitanti, successivamente trasformate in un nuovo spettacolo teatrale. Il coinvolgimento dei cittadini a questi eventi è stato molto vario: si è andati dalla bassa presenza degli spettacoli di teatro più tradizionale ai 30 per i racconti delle storie di vita agli oltre cento per la cena di cortile. Molte delle manifestazioni teatrali organizzate hanno coinvolto direttamente gli abitanti, non solo come pubblico, ma anche come protagonisti. La quantificazione complessiva dei partecipanti risulta essere comunque difficile da determinare perché molti spettacoli erano ad ingresso libero e non obbligavano ad un ascolto continuativo. Complessivamente comunque si può arrivare a stimare per questa iniziativa un coinvolgimento di circa **900** abitanti.

L'ultima azione di promozione culturale è stato l'accompagnamento all'iniziativa Urban **Nuovi Committenti**. Tra il settembre **2004** e la primavera **2005** è stata "accompagnata" l'attività dell'artista Claudia Losi all'interno dei cortili di via Poma e via Scarsellini per l'individuazione di una possibile committenza con cui far partire un progetto di arte pubblica partecipata. Ad oggi l'artista ha coinvolto **30** donne residenti in via Scarsellini raccogliendo i giudizi su cosa piace e cosa non piace del quartiere e realizzando alcune installazioni che visualizzano questi giudizi. Dopo questa fase sono state selezionate due committenze (oltre alle donne anche un gruppo di ragazzi di 10-13 anni), con cui è stato definito il progetto, che verrà realizzato fisicamente entro i primi mesi del 2006.

In questo caso la partecipazione a questa prima fase dei lavori degli artisti è stata molto alta, ossia di circa 150 cittadini, in quanto è stata vissuta dagli abitanti quasi come un momento di festa per il cortile.

Macro-attività	Progetto	Attività	Durata
Promozione culturale	Organizzazione di microeventi: Carnevale	Laboratorio di maschere	Feb. '04
	Organizzazione di microeventi: Insieme sotto l'albero	Sponsorizzazione economica	Dic. '04
	Organizzazione di microeventi: Animando l'estate	Sostegno pratico e finanziario alle associazioni	Giu. - Sett. '04
	Organizzazione di microeventi: Alloggio numero 4	Creazione di una committenza sociale	2004
	Teatro e comunità	Ricostruzione delle storie del quartiere con interviste	2004/Lug. '04
	Accompagnamento Start up Nuovi committenti	Realizzazione di laboratori con i residenti	2005

La macroazione **accompagnamento sociale** invece si è concentrata essenzialmente verso le attività di accompagnamento agli interventi di recupero fisico degli edifici e dei cortili.

I progetti definiti in questa azione sono stati:

- Accompagnamento sociale**
 - Accompagnamento ai cantieri
 - Accompagnamento alla progettazione per i recuperi di zone del quartiere
- Coordinamento con i tecnici ATC

Sono 2 i **progetti di manutenzione** (suddivisi in cinque lotti), su cui si è effettuato l'accompagnamento sociale: prima di tutto i cantieri sulle palazzine di via Scarsellini 12, via Poma 11 e corso Salvemini 25, riguardanti il recupero delle facciate, degli spazi comuni e in secondo luogo la sistemazione degli impianti elettrici e conseguentemente dei locali cantine. I lavori di accompagnamento cominciati maggio del **2002** sono proseguiti sino al **2005**; la consegna del primo lotto è avvenuta nel dicembre **2004**, il secondo lotto a gennaio **2005**, mentre gli impianti elettrici termineranno invece nell'agosto dello stesso anno.

Attraverso il lavoro dei centri di ascolto e attraverso l'organizzazione di incontri di scala e di cortile sono state fornite ai cittadini informazioni circa l'andamento e le tempistiche dei lavori e sono state apportate modifiche per limitare le situazioni di disagio. In questo senso sono stati **21** gli incontri di scala organizzati (solo in via Poma e via Scarsellini) e **30** quelli di cortile, **18** in via Poma e via Scarsellini (**10** nel **2003** i restanti nel **2004**), mentre **12** per corso Salvemini (nel solo 2004), a cui si sommano le segnalazioni di cittadini che si sono rivolti direttamente agli sportelli di ascolto⁷⁴. L'accompagnamento ai cantieri è stato possibile anche grazie agli incontri con i progettisti, attraverso i quali le esigenze di cantiere sono state mediate con quelle dei residenti, che si tenevano ogni **15** giorni. Tali numeri non tengono traccia degli incontri informali che con il passare del tempo sono diventati sempre più numerosi, sia con i cittadini che con i progettisti e i responsabili ATC.

Allo scopo di facilitare la gestione dei **rapporti proprio con ATC**, è stato istituito un coordinamento tra gli operatori di progetto Cortili e i geometri e amministratori di zona, con cui si sono realizzati molteplici incontri, soprattutto informali, da cui ha preso vita l'istituzione di uno sportello⁷⁵ e della figura di referente di zona ATC, cui gli abitanti si possono rivolgere per

⁷⁴ Non si ha un computo complessivo del numero di segnalazioni pervenute nei punti di ascolto, ma si può comunque dire che stimare in una media di circa 20 segnalazioni a settimana per il Punto Poma e di 2 a settimana per il Punto Salvemini e per quello di via Dina.

⁷⁵ Lo sportello dell'ATC è stato inserito in via de Bernardi e in corso Salvemini, presso i punti di ascolto.

denunciare i propri problemi. Proprio l'assenza sul territorio di ATC ha causato nel tempo uno scollamento tra i residenti e la proprietà degli immobili, dividendolo in un motivo di forte conflitto.

Tra le attività di accompagnamento dei cantieri, particolarmente gravosa in termini di dispendio di tempo, è stata la risistemazione delle **cantine**: in seguito alla manutenzione sugli impianti elettrici si è reso infatti necessario regolarizzare la situazione delle cantine, che versavano in uno stato di degrado e di disordine dando vita a non poche occasioni di conflitto. La loro risistemazione è stata fortemente voluta in quanto rappresentava uno strumento per ristabilire metaforicamente i diritti e i doveri del cittadino, inoltre doveva essere il presupposto per iniziare un corretto piano vendita degli alloggi e delle relative pertinenze da parte di ATC.

Le cantine, attraverso un'indagine catastale, sono state così attribuite ai corretti proprietari e nello stesso tempo si è provveduto alla loro elettrificazione e al collegamento al contatore di pertinenza.

Alla fine del monitoraggio si è potuto verificare che solo 30 inquilini occupavano la corretta cantina; in tutti gli altri casi si è dunque provveduto da una parte ad una redistribuzione degli spazi, ma anche ad un intervento di recupero strutturale e di omologazione alle indicazioni catastali.

Il processo di mappatura è iniziata nel aprile 2004, mentre l'attività di recupero fisico e ricollocazione è partita nel settembre dello stesso anno; ad oggi tale processo non è ancora terminato, poiché si sono riscontrate forti resistenze da parte degli abitanti a liberare le cantine, impedendo di fatto l'inizio della risistemazione.

Ultimo progetto inserito in questa macro-azione è la **progettazione dei lavori di manutenzione** straordinari per il cortile di corso Salvemini 25, nonché delle pratiche per la presentazione del condono edilizio della cosiddetta "casetta", sempre in corso Salvemini. Tali azioni, in quanto in fase solo progettuale, hanno visto un coinvolgimento meno diretto dei cittadini, anche se si sono effettuati comunque incontri informativi. Nel primo caso il progetto presentato ha avuto esito positivo e si sono approvati i lavori di manutenzione straordinaria contenenti anche le indicazioni dei cittadini, nel secondo non si è potuto procedere alla rifunzionalizzazione della casetta, poiché non è stato concesso il condono edilizio.

Macro-attività	Progetto	Attività	Durata
Accompagnamento sociale	Interventi di manutenzione straordinaria via Poma, via Scarsellini	Presenza nei cantieri, coordinamento con la direzione lavori, ascolto attivo, incontri di scala e di cortile	Mag. '02 - Dic. '05
	Interventi di adeguamento impianti elettrici via Poma, via Scarsellini corso Salvemini (risistemazione cantine)		
	Realizzazione di un piano di fattibilità per i lavori di recupero straordinario in corso Salvemini	Incontri tra abitanti e progettisti	Gen. '04 - Nov. '05
	Sistemazione "Casetta" corso Salvemini	Presentazione domanda condono	Gen. '04
	ATC: incontri di sensibilizzazione	Incontri con geometri progettisti e amministratori di condominio	Mag. '02 - Dic. '05

Nell'ambito della **progettazione partecipata** si sono affrontati i seguenti progetti:

Progettazione partecipata

- Insieme nei cortili: risistemazione delle parti comuni in via Poma e via Scarsellini;
- Risistemazione asse civico di corso Tazzoli;
- Incontri di sensibilizzazione sulla Raccolta differenziata;

Il primo progetto, **Insieme nei cortili**, sviluppato tra maggio e giugno 2004, aveva come obiettivo quello di far partecipare attivamente i residenti nelle scelte di riqualificazione dei propri cortili: tale attività infatti è strettamente connessa con quella dell'accompagnamento ai cantieri⁷⁶. La scelta degli operatori di Avventura Urbana è stato quello di organizzare momenti di confronto tra gli abitanti, a cui venivano presentati i progetti e le scelte architettoniche da realizzare, cercando di anticipare le possibili situazioni di conflitto: si sono così organizzati **9 incontri di scala** (a cui hanno partecipato complessivamente **85** abitanti) e tre **laboratori progettuali**⁷⁷, due in via Poma e uno in via Scarsellini (cui hanno partecipato complessivamente n. **68** persone). Il ciclo di momenti partecipativi si è concluso poi con **due consultazioni pubbliche**, organizzate il 26 giugno in cui, attraverso il modello *Planning for real*⁷⁸ si è data la possibilità a tutti i residenti di scegliere dove posizionare i servizi e l'arredo urbano (le attrezzature sportive, i giochi per bambini, le panchine, le fontane, etc...). Complessivamente hanno partecipato a questi due incontri **132** persone.

La **risistemazione dell'asse civico di corso Tazzoli** ha invece visto la partecipazione degli abitanti del quartiere in due momenti distinti compresi tra giugno e luglio **2004**: prima attraverso le indicazioni sui lavori di rigenerazione dei tratti del corso adiacenti via Poma, via Scarsellini e via Nallino, in un secondo tempo attraverso la costruzione ad opera di **50** bambini delle scuole elementari, dell'iniziativa *Percorsi sicuri* che aveva lo scopo di mettere in sicurezza alcuni nodi di traffico molto critico per gli abitanti, ossia l'incrocio tra corso Siracusa e corso Tazzoli e la zona attorno a Piazza Livio Bianco. Tale progetto è stato inserito in un programma di animazione estiva dei bambini, al di fuori del normale momento scolastico e ha permesso di effettuare alcune varianti che oggi rendono il percorso pedonale più sicuro ed fruibile per i bambini.

Il progetto **sulla raccolta differenziata**, che doveva sviluppare azioni di sensibilizzazione per ridurre il disagio dell'introduzione della raccolta porta a porta, ha avuto uno sviluppo diverso rispetto a quello progettato inizialmente: infatti in principio gli operatori del Progetto Cortili dovevano aiutare gli operatori AMIAT nel tentativo di convincere gli abitanti ad aderire al progetto RD50 con il passaggio alla raccolta differenziata porta a porta. La criticità dell'iniziativa ha spinto Progetto Cortili a non svolgere questo compito, bensì ad aiutare il concepimento dei centri di raccolta all'interno dei cortili. Tale progetto così concepito si sta effettivamente concludendo solo negli ultimi mesi del 2005, quando ormai l'adesione al servizio di RD50 dell'AMIAT è già avvenuto da tempo, anche all'interno dei cortili di via Poma e via Scarsellini, dove era stata disegnata una rifiuteria.

⁷⁶ Gli incontri di scala sono strumenti di partecipazione utilizzati contemporaneamente sia per l'accompagnamento ai cantieri che per la progettazione partecipata, per cui gli stessi incontri sono citati anche nella precedente azione.

⁷⁷ I laboratori sono stati condotti nell'aprile del 2005 e hanno avuto per tema la privacy e il verde pubblico. Sono state organizzate coinvolgendo di volta in volta un certo numero di interni.

⁷⁸ Il modello si riferisce ad una simulazione elaborata dall'Università di Nottingham, che consiste nel far partecipare attivamente i cittadini alle trasformazioni apponendo le proprie preferenze con dei cartoncini adesivi su un plastico del proprio quartiere ed esprimendo così le proprie scelte.

Macro-attività	Progetto	Attività	Durata
Progettazione partecipata	Progettazione parti comuni via Poma e via Scarsellini	9 incontri di scala, 2 laboratori progettuali, 2 consultazione pubblica	Mag. - Giu. '04
	Risistemazione asse civico corso Tazzoli	Indicazioni progettuali	Giu. '04
	Percorsi sicuri	Redazione di un percorso da parte di 50 bambini della zona	Lug. '04
	Raccolta differenziata, incontri di sensibilizzazione	Progetto non ancora attivo	Ott. '04 - Dic. '05

Nell'ambito dell'**Analisi dei bisogni e delle situazioni di contrasto** le azioni svolte sono state:

Analisi dei bisogni e delle situazioni di contrasto

- Punti ascolto
- Spazio mediazione conflitti
- Elaborazione mappe del rischio
- Definizione delle regole di convivenza nei condomini di via Poma e via Scarsellini.

Nel 2002 come si è accennato sono partiti i **tre Punti di ascolto**, che avevano come obiettivo principale quello di divenire i punti a cui i cittadini potevano rivolgersi per fare emergere le situazioni di contrasto e i bisogni, nonché per effettuare delle proposte di miglioramento del proprio cortile o condominio⁷⁹. Oltre a questa funzione i centri hanno svolto in questo periodo anche un ruolo di sportello informativo, vale a dire una cassa di risonanza delle iniziative e delle trasformazioni in corso nel quartiere, nonché un punto di contatto e coordinamento con gli operatori dell'ATC.

Nel corso di questi anni si sono rivolti ai punti di ascolto molti residenti⁸⁰, facendo emergere problematiche legate principalmente a:

- Pulizia di cortili,
- Manutenzione delle aree verdi e degli spazi comuni,
- Problema dei cani
- Problemi dovuti ai cantieri
- Conflitti di vicinato

Il numero dei contatti avuti dai centri non è stato rilevato, resta il fatto che i ritmi di passaggio indicano dei valori che vanno dai **20** cittadini a settimana per il punto Poma a 2 per quello di via Dina. Anche se la quantificazione quindi non è possibile si può indicare il numero complessivo in circa **1.000/1.500** passaggi.

Oltre ai centri di ascolto all'interno di questa macro azione bisogna inserire, l'apertura in collaborazione con il Gruppo Abele, del **Centro di risoluzione creativa dei conflitti**, con

⁷⁹ La metodologia su cui si è lavorato all'interno di questi sportelli informativi è stata quella dell'ascolto attivo, secondo le tecniche definite da Marinella Scalvi.

⁸⁰ Non si hanno dati sui passaggi dei cittadini nel punto Dina. I punti di via Poma e corso Salvemini invece sono stati monitorati da gennaio 2004 e hanno avuto rispettivamente 160 passaggi (su 450 alloggi) e 60 (su 320 alloggi), per un totale di 220 persone.

l'obiettivo di fornire uno strumento per la risoluzione pacifica dei conflitti. Tale centro aperto nell'aprile del **2004** ha avuto modo di seguire circa **30** casi di segnalazione sul quartiere, le cui problematiche sono state, nella maggior parte dei casi, inerenti i rapporti conflittuali con i vicini o con l'ATC.

Ultima iniziativa inserita in questa macroazione è la creazione di una **Mappa del rischio**, al fine di individuare le zone più critiche sul territorio e i conflitti presenti, cercando di costruire nello stesso tempo azioni di risposta concrete. Il progetto, cominciato nel aprile **2004**, è stato essenzialmente suddiviso in due fasi; la prima di monitoraggio e di definizione delle aree di rischio; la seconda più propositiva che cerca di porre rimedio alle criticità rilevate.

Per evidenziare le situazioni di rischio si sono organizzati due incontri con la circoscrizione e con il forum per lo sviluppo di Mirafiori (in particolare con i Vigili di quartiere), nonché due incontri di gruppo e **20** interviste con attori del territorio; dopo questa fase di monitoraggio si è scelto di operare sui giardini di via Rubino e di via d'Arborea. Si è quindi attivata una seconda fase di rilevazione più specifica, che ha dato vita a delle concrete proposte di miglioramento: per il giardino di via Rubino, sono stati organizzati eventi che portino il cittadino a riappropriarsi di quegli spazi e che consentano una risistemazione fisica e una riqualificazione di immagine, per il giardino di via d'Arborea invece si è puntato all'aumento dei passaggi dei vigili di quartiere e alla risistemazione dell'illuminazione pubblica.

Per finire all'interno di questa macro-attività, si sono organizzati nel ottobre 2004, 9 incontri di scala e 3 laboratori progettuali, con il compito di stabilire nuove **regole di convivenza**⁸¹ all'interno dei condomini di via Poma e via Scarsellini.

Macro-attività	Progetto	Attività	Durata
Analisi dei bisogni e delle situazioni di contrasto	Punto ascolto via Dina	Ascolto cittadini, Collaborazione al censimento 2004	2002/Apr. '04
	Punto ascolto via Poma	Ascolto cittadini, Collaborazione al censimento 2004,	2002/2004
	Punto ascolto corso Salvemini	coordinamento con ATC	2002/2004
	Spazio mediazione conflitti via De Bernardo	Ascolto attivo e mediazione di conflitti, incontri di cortile	Aprile 2004
	Elaborazione mappa del rischio	Ascolto del territorio e costruzione di una mappa del rischio	Apr. – Sett. '04
	Definizione regole di convivenza nei condomini via Poma e via Scarsellini	Organizzazione di incontri di scala	Ott. '04

La macroazione **Coordinamento con le iniziative di sostegno sociale** ha posto in essere le seguenti 4 iniziative:

Coordinamento con le altre iniziative

- Progetto sicurezza e supporto ai vigili di quartiere;
- Coordinamento con l'Asl locale

⁸¹ Norme sull'uso degli spazi comuni e sui problemi di convivenza tra gli abitanti.

- Collaborazione alla realizzazione di uno spazio anziani

Il progetto sicurezza, partito sin dal giugno del **2003**, può essere considerato un tema trasversale, che si ritrova in molteplici azioni del progetto Cortili. Tra queste di primaria importanza risulta essere l'attività dei Vigili di quartiere, servizio fortemente voluto dal Comune di Torino con lo scopo di avvicinare le istituzioni ai cittadini e fornire così una maggiore percezione di sicurezza. Le iniziative su cui si è concentrato il servizio all'interno dell'area Urban sono la convivenza civile (dissidi tra condomini), la qualità urbana (disturbo, degrado e auto abbandonate) e l'allarme sociale (spaccio, truffe, molestie, anziani). Il lavoro dei vigili, che ha coinvolto nell'anno di esercizio due squadre composte da tre vigili l'una, è stato quello di recuperare, insieme agli operatori di Progetto cortili, le segnalazioni e di comunicarle tempestivamente agli uffici competenti, per accelerare i tempi di risposta dell'amministrazione. Successivamente al lavoro delle squadre si è passato il progetto ai vigili di prossimità nel **2004**, che erano stati nel frattempo introdotti dalla nuova normativa nazionale; la loro attività è stata poi fondamentale per elaborare la mappa del rischio.

Con una presenza assidua e costante nel tempo i vigili hanno potuto rilevare le situazioni di difficoltà per risolverle laddove possibile direttamente, oppure attraverso l'intervento delle forze di polizia.

Si è potuto così monitorare la presenza di spacciatori nei giardini, così come di bande di giovani. Un altro fattore fortemente segnalato è stata la presenza di numerose auto e moto rubate nei cortili e nelle strade del quartiere: dopo una fase di monitoraggio si sono potute effettuare le prime rimozioni, restituendo altro spazio agli abitanti delle case.

Dal 2003 si sono organizzati incontri con gli operatori di altri quartieri interessati ai lavori sulla sicurezza, che hanno permesso di fornire valutazioni sull'andamento dei propri progetti attivati in fase sperimentale e per cercare anche di sviluppare nuove iniziative comuni.

Un'altra attività di coordinamento è stata svolta con **i servizi dell'ASL 2**, con cui si è portato avanti un momento formativo (giugno 2004) dal titolo "Progettazione partecipata e cura del territorio", a cui hanno partecipato 5 responsabili dell'ASL di zona più il responsabile di Avventura Urbana e di Urban 2 con un docente di sociologia come moderatore.

Un secondo momento del progetto di coordinamento con i servizi sanitari ha riguardato lo studio per la creazione di un modello di monitoraggio degli anziani di zona. Il lavoro ha consentito di avere per la prima volta un quadro specifico su questa categoria di abitanti, che ha costituito una solida base di informazioni in occasione dell'apertura del Centro Anziani proprio a Mirafiori. Tale indagine informale ha coperto, attraverso i medici di famiglia quasi completamente gli anziani del quartiere, per arrivare a conoscere le maggiori problematiche di quelle fasce di popolazione e il loro livello di autosufficienza.

Lo **Spazio Anziani**, ultima e più importante iniziativa di questa macro-azione, è stato inaugurato il 4 aprile 2005 (anche se è divenuto a partire dal 18 aprile), coinvolgendo numerosi soggetti del territorio, tra cui un coordinamento dalle associazioni partito nel maggio del 2003. Il centro, in cui lavorano 2 persone a tempo pieno, è rivolto a coloro che abbiano compiuto 60 anni di età ed offre molteplici servizi tra cui: lavanderia e stireria, cura della persona/parrucchiere, bagno assistito, spazi e momenti di socializzazione, informazione sui servizi agli anziani, presenza saltuaria dei vigili di prossimità. Ad oggi si può stimare che siano stati circa 120 gli abitanti che in maniera più o meno continuativa hanno utilizzato questi servizi del centro.

Macro-attività	Progetto	Attività	Durata
Coordinamento con le iniziative di sostegno sociale	Supporto ai vigili di quartiere	Accompagnamento attività vigili di quartiere	Lug. '03/Apr. '04
	Coordinamento con l'Asl2	Seminario di promozione	Giu. '04
	Coordinamento con attori del territorio per il monitoraggio anziani	Censimento delle esigenze degli anziani via De bernardi e corso Agnelli	Dic. '03/Gen. '04
	Realizzazione di uno Spazio anziani	Incontri di rete	2004

I quesiti valutativi⁸²

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Il Progetto Cortili ha effettivamente realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

Promozione culturale: Le attività hanno dato un risultato **soddisfacente** anche se la partecipazione agli eventi organizzati è stata un po' altalenante. Gli abitanti hanno mostrato un forte apprezzamento e di conseguenza un'alta partecipazione per le feste e le cene di cortile, mentre un apprezzamento inferiore e una partecipazione più bassa agli spettacoli teatrali (spettacoli comici e racconto di storie di vita), alcuni dei quali sono stati anche criticati. Per quanto riguarda le **iniziative teatrali** hanno dimostrato una duplice tendenza: sono tendenzialmente andate male quelle di tipo più "impegnato", mentre molto bene quelle di origine più "popolare", come le feste. La partecipazione alle iniziative più difficilmente comprensibili per la radice popolare del quartiere hanno avuto infatti una partecipazione molto contenuta (come i laboratori teatrali). Altre iniziative come le commedie hanno avuto un ottimo successo. È stata positiva la partecipazione all'organizzazione dei **micro-eventi** durante tutto l'anno: così le feste organizzate all'interno della iniziativa Una piazza Cento Piazze ha raggiunto un vasto strato di abitanti, in particolare famiglie e bambini.

L'iniziativa **Nuovi Committenti** ha avuto un esito positivo, perché molto elevata è stata la partecipazione delle persone soprattutto nel progetto in via Poma, dove la partecipazione degli abitanti ha dato la possibilità ad alcuni ragazzi residenti di progettare uno spazio giochi; più difficile invece il progetto dei committenti di via Scarsellini dove trenta donne stanno cercando di riprogettare le aiuole del cortile e dove la partecipazione degli abitanti appare più critica. **L'alloggio n. 4** ha visto una buona partecipazione iniziale, soprattutto verso le attività rivolte ai bambini; nel tempo le iniziative qui presentate hanno cominciato a manifestare problemi di scarsa partecipazione, inferiore rispetto a quanto si era precedentemente preventivato. La motivazione deve essere ricondotta alla volontà di lasciare questo spazio all'autogestione degli abitanti, che considerandolo meno credibile di altre iniziative, lo hanno un po' abbandonato.

Accompagnamento sociale: La gestione dei cantieri, in particolare i lavori di manutenzione straordinaria degli edifici ha dato risultati **molto positivi**; il cantiere più critico è stato quello degli **impianti elettrici**, che comprendeva anche la risistemazione delle cantine: la disorganizzazione delle aziende coinvolte e la difficoltà di attivare con loro un proficuo coordinamento, insieme alla dilatazione del tempo degli interventi sono i fattori che hanno determinato le maggiori difficoltà attuative. Negli altri cantieri di **manutenzione** ordinaria e straordinaria degli edifici l'attività di coordinamento è stata più semplice e di conseguenza le difficoltà sono state inferiori. Per quanto riguarda l'iniziativa di **preparazione al cantiere** di corso Salvemini il risultato può considerarsi positivo; è stata infatti buona la partecipazione dei cittadini che hanno definito le loro priorità e il 1° settembre 2005 il cantiere è stato aperto. Meno positivo il giudizio sull'iniziativa di **coordinamento con gli operatori ATC**, in quanto molte volte ci si è trovati a gestire rapporti con società terze che effettuavano lavori in outsourcing. Se infatti il coordinamento diretto con ATC appare complicato, ancor più difficile è stato gestire i rapporti con le altre società coinvolte nei lavori di manutenzione. La scelta di ATC di istituire la figura di responsabile di progetto ha permesso di superare parte delle difficoltà organizzative sinora riscontrate.

⁸² Si esprimono in questa risposta le valutazioni espresse dal responsabile di misura e dai suoi collaboratori durante gli incontri organizzati.

Progettazione partecipata: il giudizio complessivo sulla progettazione partecipata è stato **soddisfacente**; nello specifico i laboratori e le consultazioni pubbliche hanno funzionato particolarmente bene. La progettazione partecipata è stata attivata su quattro distinti momenti: sui cantieri via Poma, via Scarsellini e corso Salvemini, nel progetto Percorsi sicuri e nella riprogettazione dell'asse di corso Tazzoli. I progetti sono stati svolti secondo quanto programmato e hanno raggiunto gli obiettivi previsti. La criticità più rilevante riscontrata è stata quella della lunghezza dei processi; anche se il tempo fatto registrare dai quattro cantieri di progettazione partecipata è stato sensibilmente inferiore a quello dei normali cantieri cittadini, in molti casi la lunghezza del processo ha causato critiche tra la popolazione. In ogni caso si è notato come la capacità di incidere della progettazione partecipata dipenda molto dalle persone coinvolte e dalla qualità della loro progettazione. In questo senso corso Salvemini e via Poma hanno funzionato molto bene, perché la partecipazione è stata spontanea e molto capillare, con buona capacità di integrazione tra i condomini coinvolti, al contrario il cortile di via Scarsellini, in cui ci sono forti tensioni generazionali e situazione di diffusa criminalità ha dimostrato molte resistenze alla partecipazione. Per quanto riguarda **Percorsi sicuri**, il progetto ha avuto un esito molto positivo, vale a dire si è riusciti a far rivivere la piazza per i cittadini e ad occupare spazi pubblici che prima non erano considerati sicuri, in particolar modo per i bambini e gli anziani. La costruzione di un nuovo attraversamento in Piazza Livio Bianco per esempio ha consentito di cambiarne l'utilizzazione dei cittadini e la resa maggiormente accessibile e quindi più sicura, così come l'attività di presidio dei vigili urbani nei giardini ha permesso di sradicare fenomeni di piccola criminalità.

Analisi dei bisogni dei cittadini e delle situazioni di contrasto: Il giudizio su questa macro-azione è **soddisfacente**. I punti di ascolto sono stati infatti molto utilizzati dai cittadini, questo per la posizione, quasi di "portineria" che hanno. Negli anni di funzionamento si è avuto modo di comprendere come l'attività di ascolto risulti importante per i cittadini e come altrettanto significativa appaia la familiarità con gli animatori di quartiere, a cui si deve gran parte del successo dell'iniziativa. Per quanto riguarda i **Punti di ascolto** il giudizio espresso è soddisfacente: tutti i Punti infatti hanno funzionato bene e sono stati dei collettori di esigenze e problematiche tra i cittadini; attraverso la loro attività si sono trasformati in una qualche misura nei simboli dei processi di trasformazione in atto nel quartiere, tanto da doversi fare spesso da tramite verso altri progetti dell'iniziativa Urban e verso problematiche anche esterne al progetto. Tra i Centri l'unico punto di ascolto critico è stato quello di via Dina, in quanto sembrava essere un doppiopunto di altri servizi già presenti sul territorio e non è mai riuscito ad avere una sua natura autonoma. Con l'adesione di quella zona ad un contratto di quartiere il Punto è stato poi chiuso. Per ciò che concerne il **centro di mediazione del conflitto** invece si sono evidenziati risultati più contrastanti; infatti dopo una fase di inizio in cui si sono avuti molti passaggi da parte dei cittadini, ultimamente il centro è poco utilizzato. Per risolvere questa criticità si è pensato di modificare il servizio ampliando l'orario di apertura e incentivando la comunicazione; inoltre per "fare uscire" il centro dalla sede che lo accoglie si è deciso di progettare riunioni di scala coordinate, per risolvere le situazioni di maggiore conflitto. Una delle soluzioni che si sono valutate per il rilancio del centro è stato proprio la ricerca di una nuova collocazione, in una sede propria, che non si confonda con gli altri servizi territoriali. La prossima apertura della Casa del quotidiano dovrebbe consentire di raggiungere una maggiore efficacia comunicativa e di risistemare molti dei servizi ora posizionati nella medesima sede.

Per quanto concerne la **mappa del rischio** si sono raggiunti solo due obiettivi dei tre che si erano previsti. Si è infatti riusciti a fornire una mappatura delle aree critiche nell'area Urban e si è costruito un fattivo confronto con la circoscrizione per progettare iniziative sul tema della sicurezza. Non si è invece riusciti a modificare e a trasmettere un nuovo concetto di sicurezza tra gli

abitanti, come invece era stato preventivato; tale obiettivo appare realizzabile solo nel lungo periodo, attraverso il continuo coinvolgimento dei cittadini in iniziative di questo tipo.

Coordinamento con le iniziative di sostegno sociale: Il giudizio è molto positivo, infatti sono state diverse le attività che sono state portate avanti per la costruzione di una rete di attori del territorio locale. Il progetto Urban in generale ha puntato molto sul coordinamento tra i soggetti dell'area e per fare ciò si sono messi in atto 7 progetti distinti:

- Formazione operatori sanitari e medici di base in collaborazione con l'ASL
- Coordinamento con i servizi sociali in collaborazione con i servizi sociali del comune e dell'ASL
- Spazio Anziani in collaborazione con la Parrocchia del Redentore e con le associazioni di volontariato del quartiere
- Alloggio n°4 in collaborazione con Punto Bimbo e con il plesso scolastico di via Poma, associazione Sportidea e Lilliput
- Una piazza cento piazze in collaborazione con Sportidea, cooperativa Esserci e Comezzi
- Teatro comunità in collaborazione con A.cu.me, Assemblea Teatro, Sportidea, Master Teatro Comunità.

Le difficoltà riscontrate di questa macro-attività hanno riguardato nello specifico il rapporto con alcuni soggetti (ad esempio con l'ASL), con cui la collaborazione è risultata più macchinosa. Negli altri casi i progetti hanno dato buoni risultati e le collaborazioni create sono state proficue.

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
Promozione culturale		X	
Accompagnamento sociale			X
Progettazione partecipata			X
Analisi dei bisogni dei cittadini e delle situazioni di contrasto		X	
Coordinamento con le iniziative di sostegno sociale		X	

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) Progetto Cortili ha raggiunto effettivamente i cittadini e i residenti che si è previsto originariamente come target?

Nel progetto Cortili non si può quantificare in modo completo il numero degli abitanti raggiunti, sia per una carenza di dati, sia per il fatto che molte iniziative possono aver colpito più di una volta le stesse persone. In via generale si può dire che la partecipazione all'interno dei cortili ha permesso di raggiungere tutti gli abitanti con plurime iniziative e ha concesso l'apertura di rapporti prima assolutamente impensabili. Al di fuori dei Cortili, il Progetto ha raggiunto un target più ristretto, in quanto le iniziative sono state minori e tutte concentrate su un numero delimitato di abitanti, ma anche in questo caso i dati a nostra disposizione non ci consentono di arrivare ad una precisa quantificazione..

Se il target di riferimento più ristretto può essere quantificato in **1.500** persone (gli abitanti dei cortili) si deve segnalare che le sole attività in cui si ha una traccia dei partecipanti hanno coinvolto complessivamente **1.625** individui, senza contare il numero di persone che si sono rivolti ai centri

di ascolto, che da solo può essere stimato in **1.000-1.500** contatti⁸³. La partecipazione di progetto Cortili anche ad iniziative di rete ha visto un forte coinvolgimento delle associazioni del territorio e non solo dei singoli cittadini ma anche in questo caso non è facile fornire una quantificazione della partecipazione.

Un'altra distinzione che è opportuno fare è quella sul livello di coinvolgimento dei differenti cortili:

- bene ha funzionato la partecipazione degli abitanti di corso Salvemini, poiché partivano da una forte motivazione e un forte attaccamento al proprio quartiere e potevano contare su gruppi molto propositivi;
- in via Poma e via Scarsellini invece si è rilevato un maggiore disagio e una minore partecipazione, probabilmente dovuto alla presenza di molte persone sole che non avvertono in maniera profonda l'impegno per modificare la situazione presente e alla mancanza di un gruppo trainante di inquilini;
- bassa è stata invece la partecipazione in corso Agnelli e via de Bernardi. Le iniziative organizzate hanno avuto così un effetto ridotto rispetto a quello programmato.

Per concludere si può comunque dire che il target previsto è stato raggiunto anche se analizzando i singoli progetti, come si è potuto osservare precedentemente, i risultati sono stati altalenanti.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) In che misura sono migliorati i rapporti di vicinato nel quartiere?

Secondo l'impressione del responsabile dell'iniziativa i rapporti di vicinato sono migliorati; questo in quanto le iniziative organizzate sul proprio quartiere hanno permesso agli abitanti di avere un'occasione per esprimersi e per uscire "allo scoperto", cominciando a formare gruppi di interesse all'interno del cortile. Essere interpellati per la prima volta sui cambiamenti che li riguardavano direttamente, sullo spazio dei propri condomini, ha creato dinamiche di gruppo molto positive, sanando fratture e tensioni prima molto evidenti. La partecipazione e il coinvolgimento può essere considerato come una indicazione del miglioramento dei rapporti di vicinato, in quanto determina la volontà di confrontarsi e lavorare insieme verso un obiettivo comune dimenticando il disfattismo e i particolarismi precedentemente esistenti all'interno dei cortili.

Gli anziani sono la categoria di soggetti che ha fornito più stimoli e che attraverso il coinvolgimento ha saputo migliorare i propri rapporti con i restanti abitanti. I giovani sono risultati meno coinvolti: molto difficile è stato cercare di stimolare il loro interesse verso i problemi contingenti del quartiere e modificare la loro totale disaffezione verso le istituzioni. In alcuni casi sono stati affrontati anche problemi di microcriminalità, che hanno reso il coinvolgimento dei più giovani ancora più difficile.

Un'altra indicazione sul miglioramento dei rapporti di vicinato viene dai progetti di manutenzione che sono stati in grado di sanare situazioni di conflitto sino ad allora molto radicate. È il caso del progetto di manutenzione delle cantine oppure di quello di gestione delle verande.

⁸³ I dati di segnalazione ai Punti di ascolto sono stimati dal momento che quelli reali sono andati perduti durante il furto di alcuni PC.

4) In che misura il cittadino aumentano la partecipazione verso i problemi del proprio quartiere e si pongono attivamente verso le sue problematiche?

I cittadini che già erano responsabilizzati hanno aumentato la loro attività e partecipano in misura sempre maggiore alla vita del quartiere. Le iniziative hanno infatti stimolato la proattività tra gli abitanti e la loro motivazione. Per quelli invece poco motivati precedentemente, le azioni messe in campo da Progetto Cortili non hanno determinato una forte spinta al cambiamento. L'aspetto positivo è legato al fatto che i problemi vengono risolti in maniera più ordinata e costruttiva, perché non sono più i singoli a farsene portatori bensì interi gruppi di cittadini, che fanno emergere problemi generalizzati che riguardano tutto il cortile. In futuro sarà opportuno monitorare il grado di coinvolgimento, quando il progetto sarà in una fase più avanzata e molti interventi saranno terminati.

5) Si notano segnali di cambiamento nel degrado fisico e sociale del quartiere?

Si notano già in maniera molto evidente le trasformazioni fisiche che si svelano alla ultimazione dei primi lavori e che rappresentano il cambiamento più evidente del quartiere. Dove si è concentrato maggiormente progetto Cortili (ossia nei cortili di via Dina, via Scarsellini, corso Salvemini e via Poma) i segnali di cambiamento sono forti, sia per quanto concerne l'aspetto esteriore, completamente rinnovato dopo le manutenzioni straordinaria, sia per il clima maggiormente collaborativo che le tante iniziative hanno saputo instaurare. Nel resto del quartiere i cambiamenti sociali sono invece più lenti a manifestarsi e più difficili da comprendere; un segnale importante, secondo quanto riportato dal responsabile del progetto Cortili, è quello dato dalla continua presenza fisica delle animatrici di quartiere, che ha avuto un effetto positivo anche sulle situazioni illecite e su quelle di maggior degrado. Le operatrici con la loro presenza e la loro capacità di intermediazione dei problemi hanno consentito una ripresa di ottimismo e una maggior fiducia verso le istituzioni (come è stato più volte confermato nei giudizi raccolti tra alcuni cittadini). La conclusione di numerosi interventi e la partenza del Centro anziani forniranno indicazioni più dettagliate tra qualche anno sul miglioramento del degrado sociale del quartiere.

Scheda n. 12: Il Progetto Raccolta differenziata

Questo documento raccoglie alcune sintetiche informazioni sulla “logica di fondo” che ispira il progetto Raccolta differenziata e sulle modalità che ne hanno caratterizzato l’attuazione a Torino e più in particolare nel territorio di Mirafiori Nord.

La “logica” dell’intervento

Il problema dei rifiuti è estremamente sentito negli ultimi decenni in tutti i paesi industrializzati. I rifiuti pro-capite prodotti nelle città crescono in maniera inarrestabile: dal **1996** ad oggi la produzione pro-capite nella provincia di Torino è aumentata di **94 kg/anno**, passando da **427** a **521 kg**, con un forte aumento nei primi anni e un livello quasi costante dal 2001; allo stesso modo cresce la produzione complessiva dei rifiuti passata da **950** mila tonnellate all’anno a circa **1.130** mila nel **2003**.

Oltre a ciò è opportuno tenere in considerazione come il quadro normativo nel settore sia mutato con l’entrata in vigore del decreto Ronchi, che obbliga le città ad una diminuzione progressiva della quantità di rifiuti conferiti in discarica a favore di quelli riutilizzati e prevede allo stesso modo delle sanzioni per chi non abbia raggiunto entro il **2003** il **35%** di RD.

Per queste ragioni e soprattutto per cercare di contenere l’innalzamento progressivo del **costo ambientale**⁸⁴ per la gestione rifiuti, il Comune di Torino e l’AMIAT, l’azienda ex municipalizzata, che si occupa dello smaltimento per il Comune di Torino, hanno deciso di intensificare la raccolta differenziata.

A tale scopo, si è previsto lo sviluppo di un programma sperimentale e innovativo di raccolta differenziata e di recupero dei materiali condotto da Amiat, all’interno dell’area di Mirafiori Nord, che potrà fornire le basi per replicare poi tale esperienza in altri quartieri della città.

L’obiettivo del progetto “A Mirafiori Nord si può” è quello di raddoppiare in un anno la percentuale di raccolta differenziata nel quartiere passando dal 25 al 50%, attraverso la completa riorganizzazione del servizio e attraverso un’intensa attività di sensibilizzazione e comunicazione verso la popolazione.

La scelta è quella di posizionare i contenitori per la raccolta di carta, organico, vetro e lattine e plastica all’interno dei singoli condomini attivando il servizio di raccolta domiciliare definito appunto *Porta a porta*; tale processo di raccolta differenziata permette di responsabilizzare direttamente il singolo condominio alla riduzione del costo ambientale della raccolta rifiuti.

Amiat ha scelto di affiancare alle modifiche sostanziali del servizio un processo di partecipazione forte dei cittadini: con una campagna di informazione si è cercato infatti di coinvolgere i cittadini, le associazioni, le scuole, le parrocchie, i sindacati e i gruppi di volontariato attivi sul territorio per la realizzazione di un servizio realmente su misura.

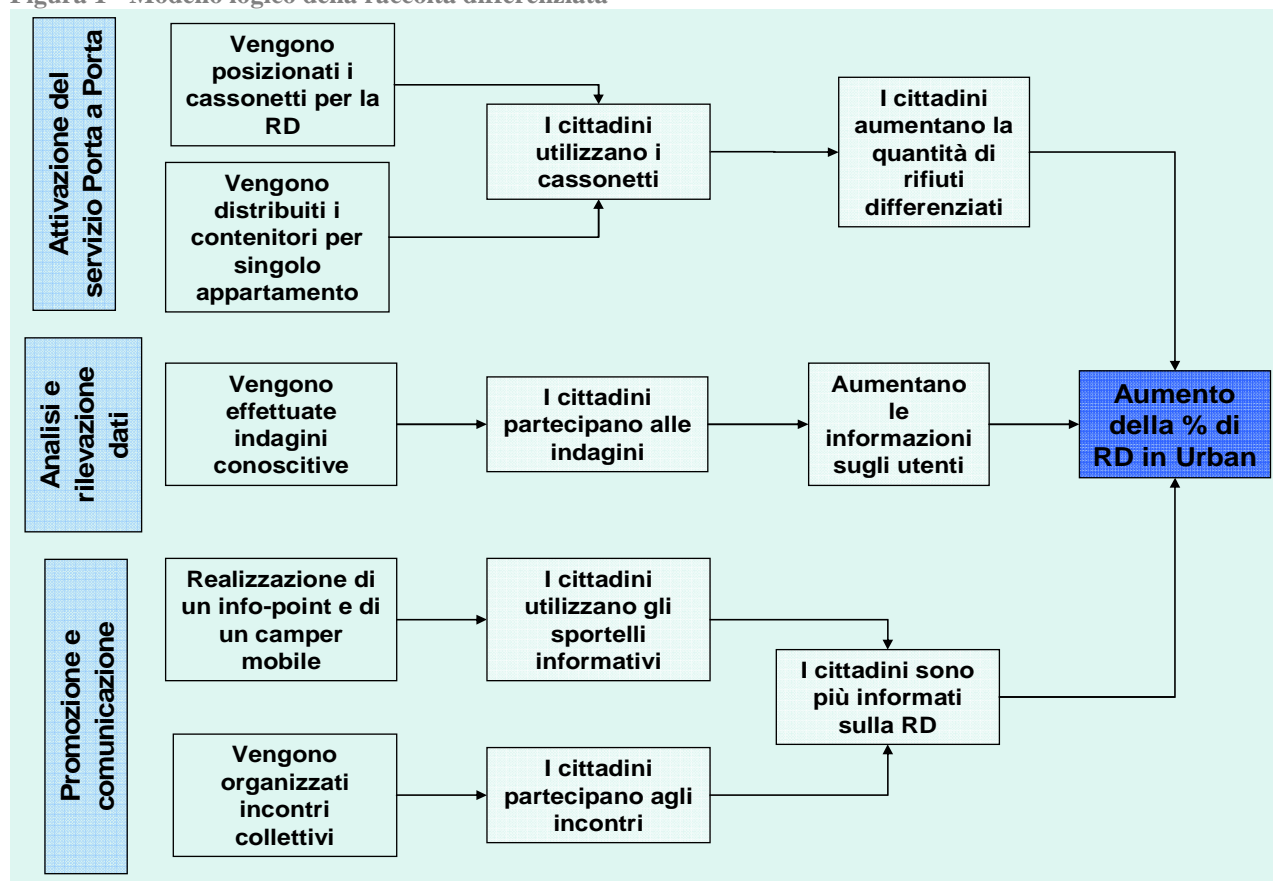
I destinatari Progetto RD 50

I beneficiari dell’intervento possono essere considerati tutti i cittadini residenti a Mirafiori Nord. La volontà di

⁸⁴ La crescita del costo ambientale nella gestione rifiuti è dovuto alla crescita progressiva del volume pro-capite di rifiuti prodotti che ha portato ad un crescente bisogno di spazi per nuove discariche o di siti in cui installare un inceneritore. La popolazione infatti risulta essere sempre più attenta alle esternalità negative che sono collegate alla gestione rifiuti, innalzando ulteriormente i costi ambientali.

diffondere capillarmente il progetto, sia tra gli utenti civili che tra quelli collettivi, non pone limitazioni al target, che copre di conseguenza tutti i soggetti presenti sull'area.

Figura 1 - Modello logico della raccolta differenziata



Le attività che sono alla base della strategia dell'intervento sono:

Le attività del Progetto RD 50

- Rilevazione dati presso gli utenti
- Promozione e comunicazione
- Distribuzione fisica dei contenitori

La prima attività consiste nella rilevazione dei dati, ossia nei servizi attivati per avere una maggiore conoscenza sull'edificato e la viabilità, sui residenti e sulle loro abitudini nella raccolta dei rifiuti. Tale attività è stata utile a calibrare meglio il servizio in base ai vicoli fisici esistenti e sulle esigenze degli abitanti di Mirafiori Nord ed è stata condotta prima dell'attivazione del servizio sia dal settore dedicato alla progettazione con il concorso di esperti esterni, sia dagli uffici comunicazione.

La seconda attività consiste nella promozione e nella comunicazione. Al fine di diffondere e far accettare il processo di raccolta differenziata porta a porta sono stati creati numerosi strumenti di comunicazione: un infopoint, un camper itinerante, un Numero Verde, una newsletter quadrimestrale distribuita a tutte le famiglie. Si sono effettuati numerosi incontri pubblici, una conferenza stampa ed una grande festa del quartiere. In particolare l'attività di promozione ha usufruito dei contatti porta a porta che hanno permesso di raggiungere e informare direttamente tutti i cittadini del quartiere.

La terza consiste nella progettazione del servizio di raccolta e nella distribuzione fisica dei cassonetti presso i singoli condomini, ossia nelle pratiche di attivazione del servizio di raccolta differenziata porta a porta. Nell'ambito di questa attività, l'AMIAT prima della partenza del servizio ha dovuto pianificare i nuovi percorsi e la frequenza di passaggio dei camion, per consentire una raccolta adeguata di tutte le frazioni. Sono stati anche cambiati gli stessi mezzi di raccolta e il personale di raccolta per consentire lo svolgimento dei nuovi processi che non avvengono più solo su strada, ma coinvolgono anche gli spazi privati di tutti gli utenti del quartiere.

L'attuazione dell'intervento

Il progetto RD può essere suddiviso temporalmente in quattro macro-fasi che descrivono i momenti salienti dell'iniziativa:

- Prima fase dal **2001** al luglio **2002**: studio e progettazione dell'iniziativa
- Seconda fase da luglio **2002** a marzo **2003**: inizio del processo di raccolta e coinvolgimento volontario dei cittadini
- Terza fase da aprile **2003** a luglio **2004**: obbligatorietà del coinvolgimento dei cittadini
- Quarta fase da luglio a dicembre **2004**: conclusione del coinvolgimento e raggiungimento dei risultati programmati.

Tenendo conto di questa ricostruzione temporale, per comprenderne meglio lo sviluppo si è preferito suddividere l'attuazione nelle tre macro-attività esplicitate nel modello logico.

L'inizio del progetto RD: la rilevazione dati

Coerentemente con l'ordine cronologico, il progetto RD50 è cominciato con l'attività di Analisi e rilevazione dati. Il progetto infatti è stato avviato nel **2001**, con la realizzazione delle prime rilevazioni sul territorio delle informazioni a carattere tecnico, proseguite sino a marzo **2002**. Le informazioni raccolte sono poi state approfondite in una seconda fase a partire da luglio **2002** attraverso un'attività porta a porta: si sono rivelati così i profili di istruzione, reddito, occupazione, nonché gli standard abitativi e la rete di associazioni presente; oltre a queste informazioni sono state segnalate anche le possibili problematiche legate al posizionamento interno dei cassonetti nei cortili e al passaggio degli automezzi preposti al ritiro. I dati rilevati nelle indagini hanno anche permesso di definire il numero e le tipologie di cassonetti per ogni utenza e di calcolare la necessaria frequenza del ritiro⁸⁵ e la tipologia di mezzi da utilizzare. A queste indagini hanno fatto seguito la gestione di 18 focus group e la somministrazione di un questionario ad un campione di **500** residenti, con lo scopo di verificare ed eventualmente ritrarre il progetto precedentemente definito. Come risultati di questi sondaggi si è pubblicata una analisi della percezione del servizio di raccolta rifiuti che ha permesso di avere un primo coinvolgimento diretto dei cittadini all'iniziativa.

La comunicazione e sensibilizzazione dei cittadini

La seconda macro-attività concerne nello specifico il piano di comunicazione e di sensibilizzazione dei cittadini sul tema Raccolta differenziata. Dopo una fase di progettazione e di analisi a partire dal **2001** sino a metà dell'anno successivo, si è dato avvio al processo di comunicazione vero e proprio: la conferenza stampa e la festa del quartiere sono i due eventi formali che segnano l'inizio di una nuova fase del progetto. Dopo questi momenti hanno fatto seguito attività specifiche di sensibilizzazione quali contatti porta a porta, indagine telefoniche, nonché attività di comunicazione quali la creazione di un info-point sul territorio, di un numero verde dedicato al progetto, di una newsletter distribuita agli abitanti e di un sito web dedicato all'interno del sito Amiat.

L'attività di comunicazione è proseguita sino alla fine del **2004**, nel tentativo di coinvolgere in misura crescente sia i cittadini che gli amministratori di condominio nel processo di raccolta differenziata, con un'intensificazione delle attività, che ha coinciso con la scelta di rendere obbligatoria l'adesione dei cittadini al progetto.

⁸⁵ In linea di massima si è stabilito un passaggio bisettimanale per l'organico e la plastica e una volta a settimana per vetro e carta

Per aumentare la capillarità delle informazioni si è proceduto con le comunicazioni porta a porta: si sono effettuati due tornate complete di passaggi che hanno consentito di contattare tutti gli abitanti e anche di rilevare le problematiche riscontrate nell'attivazione del servizio; contemporaneamente si sono ripresi i contatti con gli amministratori di condominio che a fine 2004 saranno complessivamente **500**.

Mentre tale attività è stata portata avanti in maniera continuativa per i primi tre anni del progetto, le altre iniziative sono state modificate dopo una prima fase di attivazione, sulla base di quanto previsto dal progetto iniziale: ad esempio si è sospesa l'attività informativa tramite camper e si è spostata l'attività di info-point al numero verde Amiat. Ciò in base alla strategia scelta con il piano di comunicazione integrata e per sostenere le vie più efficaci per giungere ai cittadini. Sono così rimasti sino alla fine del progetto la newsletter, il sito internet, il numero verde e il porta a porta che si è comunque concluso a fine **2004**.

A termine di tutte le attività di comunicazione è stato poi realizzato un sondaggio di valutazione finale che fornisce risultati circa il grado di soddisfazione dei cittadini al completamento del servizio. Il dato conferma il giudizio favorevole sulla raccolta differenziata e su Amiat nella maggioranza dei cittadini.

La terza macro-attività, definita come attivazione fisica del servizio, è cominciata a partire da luglio **2002**, quando una determina dirigenziale del Comune di Torino, ha definito la fase di avvio della raccolta differenziata a Mirafiori Nord, stabilendo anche le modalità e strumenti specifici. La scelta di questa prima fase di attivazione del servizio è stata quella del coinvolgimento

L'attivazione fisica del servizio

e della partecipazione dei cittadini al processo. In base alle scelte strategiche della Città, i tecnici Amiat hanno seguito la metodologia di contattare direttamente gli amministratori di condominio e di partecipare ad assemblee e incontri pubblici per cercare di trovare caso per caso una soluzione adeguata alla nuova gestione dei rifiuti. Questa fase di coinvolgimento ha proceduto di pari passo con quella di sensibilizzazione della cittadinanza attraverso attività di informazione e comunicazione. Si sono così contattati **145** amministratori di condominio e altri referenti specifici; a seguito degli incontri, ogni singola utenza formalizzava la sua scelta, che poteva essere⁸⁶:

- di accettazione,
- di rifiuto
- di rinvio verso l'assemblea condominiale.

A marzo **2003** le utenze attivate sono state **94** per un totale di **113** punti di raccolta (di questi solo **59** erano utenze domestiche). Nello specifico si è riusciti a coinvolgere da subito la maggioranza delle utenze non residenziali (supermercati, attività artigianali e industriali, uffici, scuole, etc...), tanto che solo una non ha trovato un accordo, mentre una netta minoranza degli abitanti (solo **3.000** dei **25.000** da raggiungere). Lo stesso grado di copertura riguardava le attrezzature previste per completare l'attivazione, che a marzo **2003** erano posizionate solo per il **20%**.

La performance del primo anno di attivazione ha fatto propendere nella modificazione della strategia di approccio verso i cittadini: il Comune ha così scelto di emettere un'ordinanza (n. 1.091 del 26/03/03), con cui si obbligava i cittadini, pena sanzioni amministrative, ad accogliere all'interno dei cortili i cassonetti e a seguire tutte le indicazioni previste dalle nuove procedure di raccolta differenziata. Grazie a questa scelta e all'intensificazione dell'attività di comunicazione, si è potuto raggiungere a meno di un anno di distanza, nel febbraio **2004**, il **75%** degli utenti con un posizionamento di **1.800** cassonetti; tra marzo e dicembre **2004** si è giunti poi alla fase terminale

⁸⁶ Solo in caso di accordo si dava avvio al servizio, negli altri due casi si invitava ad una risposta repentina e definitiva.

del progetto e al **100%**⁸⁷ degli abitanti raggiunti per la fine del **2004**. Terminato il lavoro verso questo target, si è cominciato il processo di coinvolgimento dei mercati rionali, attraverso un'operazione detta, "banco a banco" per convogliare anche gli ambulanti nei processi di raccolta differenziata.

Utenze raggiunte dal servizio	Marzo 2002	Marzo 2003	Marzo 2004	Dicembre 2004
Percentuale utenze	0	30%	75%	100%
Percentuale di RD	25%	34%	40%	44%

⁸⁷ Rimangono alcune utenze marginali che non hanno ancora aderito al servizio, a cui si è scelto di applicare le sanzioni amministrative previste.

I quesiti valutativi⁸⁸

REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

1) Il progetto di Raccolta differenziata ha realizzato le attività previste nel suo piano operativo?

Il progetto ha realizzato quasi completamente le azioni che si era prefissato raggiungendo per la maggior parte gli obiettivi previsti. Nello specifico vengono analizzate le singole iniziative promosse dal progetto raccolta differenziata.

Analisi e rilevazione dati: l'attività è stata molto soddisfacente in quanto ha raggiunto gli obiettivi che si era prefissata e ha concluso le singole azioni previste.

L'utilità della rilevazioni dati è stata aver permesso di conoscere vincoli e limitazioni sulla domiciliazione del servizio di raccolta. La capillarità del rilevamento ha fatto conoscere le caratteristiche di **13.000** utenti a marzo del **2003** e **19.000** in un secondo giro di contatti effettuati intorno a febbraio del 2004. L'insieme delle informazioni raccolte costituiscono un patrimonio di dati che è stato utile anche per l'impostazione del servizio su altre zone della città, anche se si è deciso di modificare la strategia qui utilizzata, anche in base alle indicazioni della Provincia di Torino.

Un dato positivo proveniente dalla rilevazione è stata la scelta di fare effettuare l'attività di contatti porta a porta ad operatori del territorio, che già erano a conoscenza delle differenti situazioni e problematiche del quartiere e che hanno permesso di ottenere molte informazioni dagli abitanti contattati.

La maggiore criticità riscontrata nello svolgimento di tale attività è stata invece quella dei sistemi di software, che non erano adeguati a questo tipo di esigenze, per cui si è reso necessario implementare un sistema che permetta un dialogo con tutti i database aziendali.

Un'ulteriore difficoltà è costituita dalla mancanza di un elenco completo degli amministratori condominiali, che ha allungato i tempi di raccolta dati.

Promozione e comunicazione: l'attività di promozione è stata soddisfacente. Molto buona è stata la comunicazione personale di tipo porta a porta che ha consentito di instaurare il rapporto diretto con i cittadini e di diffondere l'idea di raccolta differenziata. Anche gli altri strumenti di comunicazione hanno dimostrato un buon interessamento da parte dei cittadini e un buon grado di raggiungimento del target.

- La newsletter è stata prodotta in **52.000** copie ed è stata distribuita nei **4** numeri a tutti gli abitanti della zona Urban.
- L'infopoint è rimasto aperto tutto l'anno ed è stato gestito da Avventura Urbana, raccogliendo segnalazione e lamentele, anche se si è scelto di chiuderlo per lasciare spazio al numero verde di Amiat, in quanto il numero di segnalazioni erano abbastanza contenute⁸⁹.
- Il camper e i numeri verdi (fatto gestire da Avventura Urbana) hanno avuto il medesimo problema dell'infopoint, in quanto i contatti si sono subito dimostrati inferiori alle attese e anche in questo caso non sono stati registrati. Si è pertanto scelto di abbandonare subito il camper che aveva dei costi di gestione molto alti e che non era previsto nel piano di

⁸⁸ Si riportano nei quesiti le opinioni dei responsabili del progetto.

⁸⁹ Non si è in grado di ricostruire un numero definitivo di segnalazioni.

comunicazione originario e di convertire, come invece previsto dal progetto, i numeri verdi con quelli dell'Amiat.

- Il sito internet che ha avuto il compito di informare in maniera più istituzionale gli interessati sugli avanzamenti del progetto e che ha beneficiato di molti contatti ed è rimasto aperto sino a giugno del **2005**, ossia sino alla conclusione del progetto stesso.
- La comunicazione porta a porta è stato lo strumento più utilizzato che ha consentito di toccare tutti i potenziali utenti e di fornire loro un'attenta e mirata attività di informazione e comunicazione. Sono stati contattati tutti i **25.000** abitanti (molti dei quali due volte) e sono ascoltate le loro esigenze.
- Il progetto di comunicazione ha avuto molti riconoscimenti fra i quali citiamo:
 1. Premio Galli **2004** per il miglior progetto di comunicazione integrata;
 2. Pubblicazione sulla banca dati Buoni Esempi, il sito web del Ministero della Funzione Pubblica che seleziona le buone pratiche di gestione della pubblica amministrazione. Fra oltre **1500** progetti di tutta Italia il piano di comunicazione del Progetto Amiat ha inoltre partecipato, insieme ad altri sei, ad un Laboratorio di Formazione e Diffusione delle Buone Pratiche relative alle Campagne di Comunicazione. Il laboratorio, da novembre **2005** ad aprile **2006** ha creato diverse occasioni di formazione per i funzionari e i dirigenti della Pubblica Amministrazione del sud d'Italia.
 3. Gestito dal Formez, ha utilizzato le campagne selezionate come casi di studio e di confronto. Fra questi, appunto, la campagna di comunicazione del Progetto Amiat per Urban 2;
 4. Presentazioni internazionali durante i convegni ISWA (International Solid Waste Association) a Roma **2004** e Buenos Aires **2005**;
 5. Al piano di comunicazione è stato inoltre dedicato un corso universitario tenuto dalla responsabile del piano di comunicazione, D.ssa Solarino, nell'anno accademico **2004-2005**. Titolo: "Comunicazione della raccolta differenziata e valutazione dei risultati".

Attivazione del servizio: l'attivazione del servizio di raccolta differenziata porta a porta è stata un'attività sperimentale per il Comune di Torino; molteplici sono state le difficoltà incontrate come in qualsiasi attività sperimentale.

La bassa chiarezza nel rapporto tra le istituzioni (Amiat e Comune) e i cittadini, dovuta al cambiamento di prospettive che si è avuto nel corso del progetto è la prima delle difficoltà incontrate: il passaggio di strategia dalla facoltà all'obbligo di aderire al servizio ha comportato molte difficoltà nei rapporti con gli abitanti e un lavoro di convincimento superiore per far concepire il nuovo cambiamento. Nell'attuazione di un servizio che già riscuote notevoli polemiche, il cambiamento di strategia è risultato essere un fattore di debolezza nel progetto e di perdita di credibilità nei confronti dei suoi utenti finali. Non sono comunque previste altre attività di comunicazione, ma si sta pensando di potenziare l'attività di sanzionamento.

A questa criticità se ne può collegare una seconda, maggiormente specifica, che concerne l'attività di esposizione all'esterno dei cassonetti⁹⁰; è stato molto difficile trovare un accordo su chi fosse incaricato a svolgere tale attività sino a che si è deciso di delegarla totalmente ad Amiat.⁹¹

Sebbene si siano presentate qualche difficoltà realizzative il progetto è stato comunque molto utile sia per Amiat che per la Città poiché ha permesso di mettere in luce tutte le difficoltà

⁹⁰ I condomini sono infatti obbligati ad esporre sulla strada in giorni prefissati, i propri contenitori per facilitare la raccolta dei rifiuti.

⁹¹ L'attività di esposizione all'esterno dei cassonetti è stata attribuita ad Amiat dopo alcune trattative e il comune ha stabilito che se ne dovrà occupare sino al giugno del 2006.

che possono manifestarsi di fronte a progetti di questo tipo e poiché è servita per sperimentare la tipologia di metodo per affrontare la RD a domicilio (dalla modalità di approccio ai cittadini, alle problematiche relative alla logistica e all'accessibilità). Le esperienze fatte a Mirafiori Nord sono state la base per le nuove progettazioni e attivazioni di servizi di raccolta domiciliare negli altri quartieri di Torino, avviate a partire dal **2004** e sviluppatesi negli anni seguenti.

Il successo dell'iniziativa è determinato dal fatto che l'attivazione del servizio ha raggiunto un livello predefinito, poiché sono stati ad oggi attivati circa il **100%** degli utenti residenziali e non. Allo stesso modo si sono distribuiti sul territorio quasi il **100%** dei cassonetti previsti. Anche i risultati delle raccolte sono stati in buona parte positivi (si veda più avanti il paragrafo specifico).

Attività	Livello di attivazione		
	Scarso	Soddisfacente	Buono
Attività di rilevazione dati		X	
Comunicazione e promozione			X
Attivazione del servizio			X

RAGGIUNGIMENTO E COPERTURA DELLA POPOLAZIONE TARGET

2) Il progetto Raccolta differenziata è riuscito a raggiungere effettivamente i cittadini e i residenti previsti originariamente come target?

Si è raggiunto il target preventivato anche se l'attivazione del servizio è stata molto più lunga rispetto a quella prevista originariamente, poiché si è sottovalutata la lunghezza della fase di attivazione e della partecipazione volontaria dei cittadini al progetto. Ad oggi siamo ormai al 100% degli abitanti del quartiere raggiunti dal servizio, eccezion fatta per pochi condomini che non si sono adeguati nemmeno con l'applicazione della sanzione amministrativa.

Se il coinvolgimento e l'attivazione delle utenze private è stato difficile, all'inverso le utenze specifiche (attività commerciali, piccole industrie, scuole, uffici, etc...) hanno dimostrato poche difficoltà di fronte all'attivazione, che è riuscito a partire abbastanza celermente ed è arrivato in breve al 100% dei soggetti da raggiungere.

Oltre ai soggetti del territorio l'attività di indagine ha visto il coinvolgimento anche di **500** amministratori di condominio, che gestiscono le case coinvolte dal progetto. La ricostruzione di tali contatti è stata molto difficile a realizzarsi in quanto non esiste un albo o ad un elenco completo di amministratori, ma si è dovuto ricavarne uno semplicemente attraverso la rilevazione diretta sul territorio.

Unica tipologia di utenza rimasta esclusa dal progetto è quella degli operatori mercatali (che per le loro specificità hanno comunque un circuito di raccolta distinto dagli altri), per i quali si sta attivando con difficoltà il servizio banco a banco, che comunque dovrebbe terminare a fine **2005**.

I target oggetto dell'intervento possono quindi considerarsi positivamente raggiunti.

REALIZZAZIONE DELLE IPOTESI CAUSALI PREVISTE NEL MODELLO LOGICO

3) In che misura il cittadino ha partecipato all'attività di rilevazione dati? Le indagini hanno migliorato le informazioni sugli utenti e l'informazione sui cittadini?

Come si è detto la partecipazione all'attività di rilevamento ed informazione porta a porta è stata ottima e capillare. Tranne alcuni casi, si è sempre registrato un atteggiamento positivo da

parte dei cittadini; le rilevazioni hanno consentito di raccogliere critiche anche molto pertinenti, inviate in un secondo tempo direttamente all'assessore comunale competente, per cercare delle possibili soluzioni. In ogni caso l'attività ha consentito di giungere ad una notevole massa di informazioni: oltre alle informazioni sui nuclei familiari, si è giunti ad informazioni sui singoli condomini e sulle caratteristiche di accesso agli stessi. In secondo tempo si sono anche ottenute informazioni sulla quantità di raccolta differenziata effettuata.

La criticità collegata a questa attività si è presentata nella gestione delle informazioni (la gestione dei singoli programmi di raccolta ed elaborazione dati) e più in particolare nella produzione di un DB sugli amministratori di condominio, per cui non esisteva un elenco elaborato, ma che costituisce ad oggi un'informazione molto importante anche per la diffusione del progetto in altri quartieri.

4) Il cittadino partecipa agli incontri organizzati?

La partecipazione agli incontri aperti è stata sempre molto alta vista la grande rilevanza dell'iniziativa che si stava intraprendendo e la forte resistenza al cambiamento della popolazione. Oltre agli incontri nelle assemblee condominiali e alle riunioni organizzate all'interno dei singoli condomini, gli incontri aperti hanno avuto una partecipazione allargata di pubblico. Ai 33 incontri collettivi hanno partecipato un numero elevato di cittadini, oltre a opinion leader e rappresentanti politici e tecnici; allo stesso modo ampia è stata la partecipazione di pubblico anche alla festa di quartiere e all'incontro pubblico con i vertici dell'amministrazione comunale⁹².

5) Il cittadino ha aumentato la quantità di raccolta differenziata?

Il servizio di raccolta differenziata appare senza dubbio un'attività critica, che ha avuto delle notevoli ripercussioni sulle abitudini dei cittadini di Mirafiori Nord e che ha suscitato notevoli resistenze. Particolarmente critici sono stati il posizionamento all'interno dei cortili della frazione umida e l'esposizione all'esterno dei cassonetti per facilitare la raccolta.

Nel corso del progetto si sia notato comunque un notevole incremento della quantità di rifiuti pro-capite differenziati: la percentuale dell'interno quartiere è infatti passata nel corso del progetto da **24%** a **45%**.

Per aumentare il grado di soddisfazione dei cittadini al servizio e la loro propensione alla raccolta differenziata sarebbe stato opportuno istituire degli incentivi e dei premi legati agli obiettivi raggiunti dal quartiere, che stimolino i singoli ad aumentare il livello raggiunto. Parallelamente si sarebbe dovuto cercare di intensificare la politica dei disincentivi, ossia delle multe verso i cittadini che non rispettano gli standard, poiché le situazioni viziose tendono a creare degli esempi negativi difficili da sradicare.

I dati circa i livelli di raccolta differenziata raggiunti descrivono un notevole incremento pro-capite dei rifiuti differenziati, a dimostrazione di un aumento della propensione del singolo a differenziare. Bisogna inoltre segnalare come sia cresciuto nel tempo il coinvolgimento dei cittadini e l'attenzione verso la raccolta differenziata, anche grazie alle campagne promozionali che hanno raggiunto il **100%** del pubblico target.

Ciò che appare più significativo è il dato sulla soddisfazione della clientela e soprattutto il confronto tra le due analisi di customer satisfaction fatte prima e dopo l'attivazione del servizio: i dati pur se provvisori dimostrano infatti un miglioramento nella percezione del servizio, un aumento del grado di partecipazione e anche una crescita della collaborazione all'interno dei condomini, ossia un

⁹² Mancano le rilevazioni numeriche sulla partecipazione degli abitanti agli incontri organizzati; essendo infatti momenti pubblici è apparso difficile riuscire a calcolare il numero di persone, per cui manca un dato finale di partecipazione. Citando il parere del responsabile dell'azione si può dire che la percentuale di partecipazione è stata alta.

miglioramento nei “rapporti di buon vicinato”. Uno strumento di comunicazione pratico, come le borse per la differenziazione domestica dei rifiuti, progettate e distribuite in esclusiva a tutte le utenze Urban 2 nel corso della seconda tornata di contatti porta a porta e riprodotte a titolo promozionale nel **2005** con pieghevole allegato a sintetizzare i risultati del progetto (distribuzione a cura di Amiat e del nuovo centro informativo di Urban 2 in via Collino), hanno avuto una redemption superiore al **70%** (dati customer satisfaction **2005**).

6) Si è raggiunto il livello di raccolta differenziata prevista per la fine del progetto?

Nel corso di tutto il processo si è assistito ad una crescita della quantità di raccolta differenziata dell'Area Urban: dal **25%** del **2002**, al **34%** del **2003**, al **44%** a fine **2004** (con punte in alcuni mesi anche oltre il **50%**). Il risultato medio del 2004 calcolato con il metodo normalizzato⁹³ è di poco inferiore agli obiettivi prefissati ad inizio progetto, anche se i calcoli con il metodo classico indicano il superamento della soglia del **50%**.

Nello specifico sono stati raggiunti gli obiettivi di raccolta differenziata per ciò che concerne plastica (l'obiettivo è stato addirittura superato), mentre si è rimasti al di sotto per il vetro, per la carta e per la frazione organica (che ha la performance peggiore, dovuta prevalentemente al fatto che per questa frazione era concessa la possibilità di posizionare permanentemente i cassonetti su strada e non all'interno delle utenze).

I cambiamenti attesi dal progetto si sono di conseguenza quasi completamente verificati. Buono è stato il raggiungimento del target, così come il livello di percentuale raggiunta, anche se ancora si riscontrano alcune resistenze tra i cittadini ad accettare il cambiamento nella pratica di raccolta rifiuti.

Utenze raggiunte dal servizio	Marzo 2002	Marzo 2003	Marzo 2004	Dicembre 2004
Percentuale utenze	0	30%	75%	100%
Percentuale di RD	25%	34%	40%	44%

⁹³ Il metodo normalizzato è stato introdotto dalla Regione Piemonte successivamente alla definizione del processo Urban. Poiché tale metodo tende ad escludere alcune frazioni raccolte dal computo totale, risulta essere più stringente del metodo classico. Si ha di conseguenza che il 50% viene raggiunto attraverso il metodo vecchio, ma non attraverso quello normalizzato, che da un valore finale di raccolta di poco inferiore (44%).