



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea Magistrale o Specialistica in

Management Pubblico e dei Sistemi Socio-Sanitari

“Strategie di intervento per la valorizzazione dell’aggregazione
giovanile: il caso del comune di Montepandone”

“Intervention strategies for the enhancement of youth aggregation:
the case of the Municipality of Montepandone”

Relatore: Chiar.mo
Prof. Marco Perosa

Tesi di Laurea di:
Maria Luisa Ciarrocchi

Anno Accademico 2021 – 2022

INDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUZIONE | 1 |
| CAPITOLO 1 | |
| ANALISI DEL CONTESTO SOCIO-ECONOMICO E | |
| DEMOGRAFICO DI RIFERIMENTO | 5 |
| 1.1 Il territorio | 5 |
| 1.2 I modelli di ricerca sociale | 8 |
| 1.3 Analisi del territorio: livello macro e micro | 10 |
| 1.4 Gli indicatori sociali: cenni storici | 11 |
| 1.5 Il contesto socio-demografico marchigiano | 14 |
| 1.6 Il quadro demografico | 15 |
| 1.7 Dinamica e struttura della popolazione | 16 |
| 1.8 Indicatori demografici | 18 |
| 1.9 Strutture familiari e comportamenti demografici | 20 |
| 1.10 L'instabilità coniugale | 23 |
| 1.11 La fecondità | 23 |
| 1.12 Il quadro socio-economico | 24 |
| 1.13 Le difficoltà sul mercato del lavoro | 25 |
| 1.14 La disoccupazione giovanile | 27 |
| 1.15 Il mercato del lavoro femminile | 30 |
| 1.16 Difficoltà economiche e disagio estremo | 31 |
| 1.17 Imprese ed occupazione | 32 |
| 1.18 Settori attivi e settori sospesi per il lockdown | 34 |
| 1.19 Le organizzazioni no profit | 35 |
| 1.20 Osservazioni conclusive sulla Regione Marche | 35 |
| 1.21 Il territorio della Provincia di Ascoli Piceno | 37 |
| 1.21.1 Ambiente: punti di forza e criticità | 38 |

| | | |
|---------|---|----|
| 1.21.2 | Contesto socio-demografico provincia di Ascoli Piceno | 39 |
| 1.21.3 | Struttura per età della popolazione | 40 |
| 1.21.4 | Cittadini stranieri | 40 |
| 1.21.5 | Contesto economico e mercato del lavoro-tessuto | |
| | Imprenditoriale | 41 |
| 1.21.6 | Occupazione | 41 |
| 1.21.7 | Contesto sociale | 42 |
| 1.21.8 | Servizi sociali | 44 |
| 1.21.9 | Istruzione e formazione | 44 |
| 1.21.10 | Relazioni e partecipazione sociale | 45 |
| 1.21.11 | Cultura e tempo libero | 46 |
| 1.21.12 | Indagine qualitativa le indicazioni di stakeholders e opinion leader | 46 |
| 1.22 | Il Comune di Montepandone | 53 |

CAPITOLO 2

I DECISIONI MAKER DEL TERRITORIO ED IL RUOLO DEL TERZO SETTORE

| | | |
|-----|---|----|
| | | 56 |
| 2.1 | I decision makers | 56 |
| 2.2 | Il marketing sociale | 57 |
| 2.3 | Le peculiarità del servizio | 59 |
| 2.4 | Il Terzo Settore | 60 |
| 2.5 | L'evoluzione giuridica del terzo settore | 64 |
| 2.6 | Legge 8 novembre 2000, n. 328: "Legge quadro per la realizzazione del sistema integrato di interventi e servizi sociali" | 67 |
| 2.7 | Gli interventi sociali del comune di Montepandone | 70 |
| 2.8 | Analisi del terzo settore sul territorio nazionale e regionale | 75 |
| 2.9 | Analisi del terzo settore sul territorio provinciale | 80 |

| | | |
|------|--|----|
| 2.10 | Analisi del terzo settore a Monteprendone | 81 |
| 2.11 | Principi della programmazione territoriale | 81 |

CAPITOLO 3

LA CO-PROGRAMMAZIONE E LA CO-PROGETTAZIONE NELLA

| | | |
|-----|---|-----|
| | DEFINIZIONE DI UNA STRATEGIA TERRITORIALE | 84 |
| 3.1 | Il contesto di riferimento | 84 |
| 3.2 | Co-programmazione e Co-progettazione | 87 |
| 3.3 | La Co-programmazione | 89 |
| 3.4 | La Co-programmazione nell'Ambito Territoriale Sociale 21 | 91 |
| 3.5 | Co-Progettazione: modalità di interazione tra pubblico e privato sociale | 92 |
| 3.6 | Un modello positivo di co-programmazione e co-progettazione riferito alla popolazione giovanile, Ambito Territoriale Sociale 21 | 94 |
| 3.7 | Esempio di co-progettazione vincente in altri contesti territoriali | 98 |
| 3.8 | Analisi giuridica della co-programmazione e co-progettazione | 100 |
| 3.9 | Osservazioni | 103 |

CAPITOLO 4

LA VALORIZZAZIONE DELLA COMPONENTE GIOVANILE

NELLE DINAMICHE DI SVILUPPO STRATEGICO DEL

| | | |
|-----|---|-----|
| | TERZO SETTORE | 104 |
| 4.1 | La governance delle politiche giovanili | 104 |
| 4.2 | Il mondo dei giovani | 105 |
| 4.3 | Il quadro europeo delle politiche giovanili | 106 |
| | 4.3.1 Modelli di politica giovanile in Europa | 107 |
| 4.4 | Il quadro nazionale e la sua evoluzione | 109 |
| 4.5 | Strategia nazionale per i giovani | 112 |
| 4.6 | La comunità educante e l'educazione non formale | 113 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.7 | Gli osservatori regionali | 114 |
| 4.8 | Il ruolo del terzo settore nello sviluppo degli interventi per i giovani | 115 |
| 4.8.1 | Le organizzazioni giovanili | 117 |
| 4.8.2 | Il forum nazionale giovani | 117 |
| 4.9 | Analisi dei bisogni e stili di vita dei giovani | 118 |
| 4.9.1 | La classificazione di Maslow | 118 |
| 4.10 | Il marketing intelligence come strumento strategico per servizi funzionali ai giovani | 119 |

CAPITOLO 5

LA COSTRUZIONE DI UN'IMPRESA SOCIALE E LA DEFINIZIONE DELLA MISSIONE DELLA VISION

| | | |
|-------|--|-----|
| | E LA COSTRUZIONE DEL PIANO DEGLI INTERVENTI | 121 |
| 5.1 | L'innovazione sociale | 121 |
| 5.2 | L'impresa sociale | 122 |
| 5.2.1 | Organi costitutivi | 124 |
| 5.2.2 | Governance partecipata | 125 |
| 5.3 | Le fasi per la creazione di un'impresa sociale | 125 |
| 5.3.1 | Analisi di mercato | 126 |
| 5.3.2 | Analisi S.W.O.T. | 127 |
| 5.4 | Mission e vision, la guida dell'impresa | 127 |
| 5.4.1 | La vision | 128 |
| 5.4.2 | La mission | 128 |
| 5.5 | Il piano degli interventi | 129 |
| 5.6 | Il piano di marketing | 130 |
| 5.7 | Il marketing mix | 132 |
| 5.8 | Marketing e comunicazione | 132 |

| | | |
|------|---|-----|
| 5.9 | Proposta di modello di impresa sociale per la gestione di servizi a favore dei giovani di Monteprandone | 134 |
| 5.10 | Intervista al Sindaco ed Assessore ai servizi sociali del Comune di Monteprandone | 136 |
| | CONCLUSIONI | 141 |
| | RIFERIMENTI | 144 |

INTRODUZIONE

“I grandi cambiamenti che hanno attraversato la società, a partire dagli anni ottanta, hanno profondamente modificato il percorso biografico standard,”¹ caratterizzato dalla fine del modello del lavoro full-time full-life, dalla trasformazione dell’istituzione familiare, dalla progressiva ritirata del welfare statale e dalla affermazione del Terzo Settore, a sostegno delle criticità sociali. In particolare, l’allungamento dei percorsi formativi, in seguito alla richiesta di maggiori livelli di qualificazione che ha accompagnato lo sviluppo industriale, ha reso più difficoltoso l’acquisizione di un lavoro stabile ed il raggiungimento della condizione di indipendenza da parte dei giovani. Queste profonde trasformazioni dell’assetto sociale, il corso di vita, l’ordine e la durata con cui le fasi della vita si susseguono, è stato interessato da un progressivo processo di fluidificazione, che ha reso meno netto il passaggio da una fase all’altra. Quelle che erano le tappe tradizionali che definivano il timing del percorso, che conduceva dalla condizione di giovane a quella di adulto, (conclusione degli studi, inserimento stabile nel mercato del lavoro, autonomia abitativa, matrimonio, genitorialità), oggi sono più distanti fra loro e seguono un ordine cronologico variabile. È importante affrontare la condizione giovanile, nella consapevolezza che i giovani rappresentano un gruppo con proprie specificità ma eterogeneo, anche in relazione

¹ SPANO’ A., *Gioventù e adultità nella società contemporanea : riflessioni sul dibattito suscitato dai cambiamenti del corso di vita* “Quaderni di sociologia” Open Edition Journals, rivista n.80 (2019), pp. 69-86

alle condizioni familiari, che sono multiformi e molto influenti nella crescita umana. Nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, costruito per fronteggiare le criticità causate dalla pandemia dovuta al Covid 19, i giovani rappresentano una priorità di intervento, caratterizzata nel rafforzamento dell'occupazione. La pandemia ha avuto un grande impatto sulla vita dei giovani, le cui opportunità lavorative e professionali sono state fortemente colpite. D'altra parte, lo spostamento forzato verso lo smart-working e le professioni legate al digitale, ha valorizzato le competenze dei giovani nei modi di lavoro, in quanto maggiormente flessibili e capaci di affrontare le attuali sfide imposte dalla pandemia. L'azione istituzionale in favore dell'occupazione giovanile, si sviluppa in più direzioni: incentivi alle imprese per favorire l'assunzione dei giovani, sviluppo di programmi per agevolare l'inserimento lavorativo, promozione delle forme di autoimprenditorialità. “In Italia, le politiche per i giovani si sviluppano a vari livelli: esistono molte leggi nazionali, rivolte all'istruzione, all'occupazione, alla salute e alla cultura”². Il sistema organizzativo è una governance multilivello, una forma democratica di governo, in cui le decisioni derivano dalla sinergia di molti attori istituzionali e territoriali. Tra questi troviamo il Terzo Settore, coinvolto nella fase di programmazione e progettazione dal basso, nonché nella fase di attuazione. Gli attori istituzionali coinvolti nelle politiche giovanili, sono, a livello centrale, il Dipartimento per le politiche giovanili e il Servizio civile universale

² YUOTHWIKI-ITALIA, *Governance delle politiche giovanili*, 2022

della Presidenza del Consiglio dei Ministri; a livello territoriale le Regioni e le istituzioni locali previste. Per quanto riguarda la Regione Marche, le norme in materia di politiche giovanili sono inserite nella legge n. 24 del 2011, indirizzata alla fascia di età 16-35 anni, in cui si prevede lo sviluppo di un piano regionale e programmazione annuale delle attività. I giovani in Italia sono coinvolti in vari modi nelle questioni globali, ambientali, di sviluppo sostenibile, di transizione ecologica, nelle attività di volontariato, nell'istruzione formale ed informale. Per la Next Generation, l'istruzione/educazione formale ed informale rappresenta uno strumento prioritario, per promuovere una società più giusta ed equilibrata, una società nella quale ciascun individuo può avere le opportunità di crescita e valorizzare le proprie specificità, capacità, competenze, indipendentemente dalla situazione di partenza. I benefici di un sistema educativo efficiente si estendono a tutta la società attraverso maggiori opportunità di sviluppo economico e di creazione di valore. Il tema, oggetto del presente elaborato, è la valorizzazione dell'aggregazione giovanile con particolare attenzione alle modalità operative, per strutturare percorsi funzionali alla crescita umana, contesti educativi/pedagogici, finalizzati a soddisfare le richieste, sempre più radicate, nel complesso panorama dei servizi. I contesti educativi a cui si fa riferimento, sono da intendersi come luoghi, all'interno dei quali i giovani trovano il supporto necessario per la loro crescita, uno spazio fisico per lo svolgimento di attività e laboratori di cui i giovani stessi siano protagonisti. Per la realizzazione di tali luoghi di

aggregazione, è necessario conoscere il territorio di riferimento, le sue caratteristiche strutturali, intercettare i giovani sui territori e i loro bisogni educativi, con modalità innovative, favorire la diffusione di spazi/centri giovanili di produzione culturale e creativa, promuovere la cultura della solidarietà, dell'inclusione e dei valori dell'intergenerazionalità. Sulla base di tale orientamento, nei capitoli che compongono il presente lavoro, sono stati analizzati il contesto socio-demografico e socio economico del territorio della regione Marche, con ulteriori focus sia sulla provincia di Ascoli Piceno e sia sul comune di Montepandone, che presenta peculiarità ed opportunità, già presenti o potenziali, sul mondo giovanile. Un'analisi particolare è stata rivolta alla figura ed al ruolo dei decision makers e al Terzo settore, quali attori rilevanti della governance e gestione dei servizi rivolti ai giovani, alle modalità di co-programmazione e co-progettazione, quali strumenti per un welfare locale efficiente e collaborativo. Il quinto ed ultimo capitolo ha per oggetto la creazione di un'impresa sociale, la relativa gestione economico - organizzativa, attraverso l'utilizzo della disciplina del marketing. Considerato che il comune di Montepandone è il caso oggetto di studio nel presente elaborato, si è ritenuto opportuno, per dare concretezza e compiutezza all'approfondimento, chiudere il lavoro con un'intervista sui servizi destinati ai giovani, interessando le autorità politiche della locale Amministrazione

CAPITOLO 1

ANALISI DEL CONTESTO SOCIO – ECONOMICO E DEMOGRAFICO DI RIFERIMENTO

1.1 IL TERRITORIO

Per programmare un servizio è essenziale porre l'attenzione sul territorio di riferimento, inteso non solo come puro ambiente fisico, residenziale, ma come spazio di vita, dove si svolgono relazioni sociali, di produzione, settori che condizionano la qualità della vita e l'economia. Queste prospettive sono strettamente interconnesse: oggi come nel passato, la posizione dei territori e le risorse di cui dispongono concorrono a determinare le opportunità di sviluppo. Tra i fattori più rilevanti, attualmente, vi sono la vicinanza (e i collegamenti) ai mercati, ai centri economicamente forti, il patrimonio culturale, ambientale, e di capitale umano. Il nostro paese, da questo punto di vista, presenta differenze molto ampie tra nord e sud, tra città e campagne, tra le zone di pianura e quelle di montagna. D'altra parte, la qualità della vita spesso è influenzata da elementi diversi: i grandi centri urbani, a confronto con le aree rurali, offrono attrazioni e servizi ma a prezzo di tempi più sacrificati per la vita di relazione, minore disponibilità di risorse ambientali, criminalità più elevata. Individuare il patrimonio di un territorio, ovvero lo spazio delle relazioni, dei bisogni, dei problemi, la storia dell'ambiente e dei gruppi sociali, rappresenta la base per attuare scelte di politica sociale, le ragioni di interventi e delle loro specificità

quantitative e qualitative. E' possibile affermare che l'interesse per il territorio è progressivamente aumentato in concomitanza con lo sviluppo dell'attività umana e, più recentemente, in concomitanza con lo sviluppo urbano, sino a renderlo un bene economico valorizzato da paesaggi, storia, arte e cultura. Esso "può essere interpretato come un sistema costituito da un insieme di attori, di risorse, sede di attività e di relazioni, collocato in uno spazio identificato, che ne determina alcune caratteristiche"³. Oltre alla dimensione spaziale, un territorio è caratterizzato anche da quella temporale, in considerazione del fatto che le sue componenti basilari (attori, risorse, attività e relazioni) si manifestano in modo dinamico. In tal senso, il territorio è una risultante in continua evoluzione, di attori e risorse che mettono in gioco sia attività che relazioni. In quanto entità che si evolve, il territorio può essere considerato un "sistema vitale" (Golinelli, 2002). Solitamente, un sistema territoriale è sempre un sottosistema di un contesto geografico più ampio e comprende al suo interno altri sistemi territoriali di dimensioni più piccole. Un territorio è inoltre sede di un insieme di attori costituiti da persone fisiche e da organizzazioni più o meno complesse, dotate di risorse finalizzate allo svolgimento di determinate attività che hanno riflesso sul territorio dove hanno luogo. Un attore può essere distinto in funzione dell'intensità del legame che esso ha con un contesto geografico e tale intensità può essere descritta

³ GIROTTA A., *Il marketing territoriale come opportunità di sviluppo e valorizzazione di Villa Breda*, (Tesi di Laurea), Università degli Studi di Padova, a.a. 2011-2012, p. 15

su tre livelli: forte (quando un soggetto risiede stabilmente nel territorio), media (quando un soggetto non risiede nel territorio ma ha frequenti e rilevanti relazioni al suo interno), e debole (quando un soggetto non risiede stabilmente in un territorio e ha contatti rari). Le risorse rappresentano la seconda componente che caratterizza un territorio e possono essere distinte secondo tre criteri: il grado di complessità, il grado di tangibilità e l'origine. La complessità di una risorsa può essere descritta su due piani: quello dei fattori che hanno portato alla sua costituzione e che sono coinvolti nel suo mantenimento ed utilizzazione e quello dell'articolazione delle componenti che la costituiscono. La tangibilità riguarda la differenza fra risorse materiali ed immateriali; le risorse materiali sono parte del territorio in quanto appartenenti ad un determinato soggetto. La terza componente di un sistema territoriale è costituita dalle attività che si svolgono al suo interno. Un'area geografica si distingue sia per la natura di tali attività che per il modo in cui sono realizzate. Si considerano tre insiemi di attività; il primo comprende le attività di tipo sostanzialmente standardizzato, svolte con procedure simili nelle aree geografiche di uno stesso livello amministrativo (attività sociali, sanitarie, la sicurezza e la formazione scolastica), il secondo insieme comprende invece le attività produttive ed economiche, mentre il terzo ed ultimo, raggruppa quelle attività che sono fortemente specifiche di determinati territori. Oggi, il territorio è concepito come un ambito più ampio della realtà urbanistica, e cioè un ambito allargato al sociale e persino ai comportamenti degli insediamenti umani in

termini, per esempio, di educazione civica, di rispetto delle leggi, di ospitalità: tutti elementi qualitativi che sostanziano l'identità del territorio, rivelandosi elementi determinanti in sede di definizione del posizionamento del territorio e dei servizi offerti. Attualmente parlare di gestione del territorio significa far leva su un insieme di decisioni ragionate per potenziare le infrastrutture e in generale i servizi territoriali, nella prospettiva di favorire lo sviluppo dell'industria, dell'agricoltura, dei nuovi insediamenti produttivi, del turismo senza danneggiare l'ambiente. Gli enti territoriali, infatti, si avvalgono della tecnica di pianificazione di lungo termine per predeterminare le decisioni e le azioni operative, atte ad indirizzare le tendenze evolutive del fenomeno economico verso obiettivi sociali ed eco-sostenibili.

1.2 I MODELLI DI RICERCA SOCIALE

La componente sociale svolge un ruolo fondamentale perché rappresenta il capitale ed il collante della comunità. Ai fini di opportune programmazioni territoriali, sono utili i modelli di ricerca sociale e tra essi, i due più utilizzati sono il modello socio-antropologico e quello socio-economico. Il modello socio-antropologico tende a mettere in risalto i tratti più significativi della tradizione, della cultura e del costume locale; tratti che spiegano, nell'insieme variabili significative, la componente storico-culturale ed il suo ruolo oggi nella vita della comunità. “Questo tipo di ricerca sociologica è orientata prevalentemente ad analizzare il rapporto tradizione e situazione attuale della comunità ed evidenzia:

- i valori di fondo della comunità, quelli che oggi condizionano i giudizi e le scelte degli individui;
- le ragioni storiche dei valori di fondo e gli individui;
- il rapporto che esiste tra valori i valori di fondo evidenziati e la struttura sociale ed economica attuale;
- la conseguenza pratica di un certo tipo di ethos culturale nel futuro, a livello di scelte alternative e nei processi di modifica dei valori”⁴.

Va evidenziato come tale modello ponga in evidenza le problematiche territoriali legate alla non integrazione interculturale di ampi gruppi di immigrati in Italia, sia in quartieri urbani sia in ampie zone rurali. Il modello socio-economico è diretto ad analizzare la struttura occupazionale della popolazione residente nel territorio preso in considerazione, i metodi di produzione esistenti nell’area, i prevalenti tipi occupazionali dei capo famiglia e delle donne, le esigenze di spostamento della popolazione per ragioni di lavoro oltre che i centri di commercializzazione per i consumi delle famiglie.

I due filoni di ricerca indicati permettono di avere un’idea di quanto questo approccio di analisi ambientale, permetta ai programmatori di avere alcune essenziali direttrici per lo studio del territorio, ai fini dell’intervento sociale, senza sottovalutare quanto siano necessarie altre competenze, di livello demografico e

⁴ MARI A, *La Programmazione sociale*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, 2012, p.46

statistico. Tale ricerca permette di leggere uno specifico territorio dai seguenti punti di vista:

- della collocazione geografica dello spazio territoriale, della sua peculiarità rispetto alla città di riferimento o ad un nucleo urbano; rispetto al tipo di edilizia, alla sua densità, al degrado ambientale, al suo sovraffollamento, alla sua organizzazione interna soprattutto in termini di servizi collettivi;
- della natura, intesa come rapporto uomo/ambiente, di come le persone vivono sul territorio;
- delle relazioni sociali, dal vicinato agli impegni solidali, di partecipazione alla vita pubblica;
- dell'unità di analisi geografica e psicologica, nelle grandi città e metropoli, tenuto conto del fenomeno immigratorio.

1.3 ANALISI DEL TERRITORIO: LIVELLO MACRO E MICRO

Ogni analisi del territorio richiede due livelli di ricerca: quella macro, in cui emergono il contesto urbanistico, sociale ed istituzionale, “il sistema di vita della popolazione, con i suoi bisogni e con le sue risorse”⁵; “quella micro, che tende a qualificare i problemi, ad interpretarli nel rapporto tra i singoli, gruppi e collettività”⁶. Quando questi due livelli interagiscono nella valutazione complessiva della situazione di un territorio, si dispone di quanto è necessario

⁵MARI A, *Ivi*, p.48

⁶*Ibidem*

per leggere la mappatura di un territorio e poter giungere ad una programmazione dei servizi, seguendo percorsi virtuosi. In un territorio specifico, gli enti singoli o associati esercitano la programmazione e l'amministrazione dei servizi sociali mediante i Piani di Zona, "definiti come lo strumento strategico per il governo locale dei servizi sociali, quale strumento privilegiato per conseguire forme di integrazione tra servizi, a seguito di un'analisi dei bisogni, della definizione delle priorità e dell'integrazione delle risorse istituzionali. La risposta ai bisogni, nasce, quando le istituzioni di un territorio, concordano sulla diagnosi sociale, sulle priorità da affrontare e assumono decisioni d'intervento coordinate".

1.4 GLI INDICATORI SOCIALI: CENNI STORICI

Si ritiene utile rappresentare un sintetico excursus storico del concetto di indicatore sociale, per meglio comprenderne il valore, come riferimento principale nella lettura dei bisogni di un territorio. "La raccolta di informazioni su argomenti di rilevanza sociale ha radici antiche. Inventari a fini fiscali ed amministrativi erano pratica comune già nell'Egitto dei Faraoni, così come nell'Impero romano. "Bonvesin da la Riva nel 1288 pubblica un'opera dedicata alla città di Milano, "De magnalibus", che si differenzia dal genere letterario allora diffuso"⁷: al tradizionale encomio retorico, per stimare la popolazione, si affianca una descrizione di case, di fatti, di risorse ed una valutazione sulla quantità media di grano consumato quotidianamente, quale risultava dalle dichiarazioni degli

⁷ PARRASAIANI P., *Gli indicatori sociali*, Milano, Franco Angeli, 2015, p.41

esattori delle imposte sul macinato. “A metà dell’800 si comincia a tracciare la via verso quelli che saranno noti come indicatori sociali. Per individuare le condizioni favorevoli alla diffusione delle epidemie nelle città industriali, si raccolsero informazioni sulla povertà e sulle altre condizioni sociali in generale”⁸. Nei primi anni del ventesimo secolo, Niciforo pubblica diverse opere (1905 - 1921) in cui cerca di sviluppare degli indicatori chiave, sul concetto di civilizzazione e di progresso sociale tanto che, secondo alcuni, è un precursore dei recenti studi sul benessere e la qualità della vita. Difatti Niciforo, in una sua opera, propose di “misurare” il livello di civiltà di un gruppo sociale attraverso quattro indicatori: la diffusione della cultura individuale, il tasso di natalità, il tasso di mortalità, il tasso di criminalità.

Secondo Kelsey (1928) invece, il benessere di una società può essere accertato solo basandosi sui suoi risultati, quali:

- Aumento della conoscenza,
- Aumento della salute,
- Aumento della comprensione dell’uomo stesso,
- Ampliamento ed estensione dei programmi umani,
- Raffinamento dei processi sociali,
- Importanza attribuita alle virtù personali e sociali.

⁸ *Ivi*, p.45

Sebbene le voci elencate da Kelsey si possano considerare più come dimensioni rilevanti che come indicatori, la sua proposta è importante perché anticipa una valutazione che oggi affronta il PIL, richiamando al contempo l'attenzione sulla necessità di concentrarsi sugli outcome e non solo sugli output. All'integrazione fra produzione e benessere, implicita nel concetto di PIL, si affianca la concezione di sviluppo, secondo Scida (1994-95), in cui lo sviluppo è dato dal complesso di elementi derivanti dalla promozione della popolazione considerata (cultura, salute, convivenza civile). Quindi il reddito non è l'unico parametro dello sviluppo, nemmeno per gli economisti; già Lewis (1995) considerava la crescita di un paese in relazione allo sviluppo umano: il vantaggio della crescita economica non era per lui l'aumento della ricchezza ma l'aumento delle possibilità di scelta dell'individuo, ovvero un maggiore controllo del suo ambiente, che aumenta la sua libertà. Il primo sociologo ad usare il termine di indicatore è stato Stuart Carter Dodd, che collega esplicitamente la necessità di costruire un indicatore all'assenza di una adeguata definizione operativa del concetto oggetto di studio. Infatti, la condizione necessaria e sufficiente per il ricorso a indicatori è l'impossibilità di dare una soddisfacente ed accettabile definizione operativa di una proprietà, indipendentemente dal suo livello di generalità, rilevanza teorica, o altra qualità. Nel linguaggio tecnico attuale si è imposto il termine di indicatore, usato per designare eventi o stati di proprietà considerati interessanti perché rimandano ad altri eventi o stati su proprietà meno visibili ma più interessanti; il

suo uso è strettamente legato all'insieme di regole e convenzioni che guidano la rilevazione degli stati e la loro trasformazione per il successivo inserimento in una matrice di dati. È possibile concludere, definendo, conformemente al pensiero di Bruschi (1999), l'indicatore sociale come quell'insieme di informazioni raccolte sulle condizioni di vita di un paese, atte a valutarne lo stato di salute e monitorarne la sua evoluzione.

1.5 IL CONTESTO SOCIO-DEMOGRAFICO MARCHIGIANO

Per conoscere e valutare, in modo significativo, i bisogni del territorio della provincia di Ascoli Piceno, è opportuno esporre una panoramica regionale del contesto socio-demografico e socio economico delle Marche. A tal fine, si riportano le indicazioni e gli studi, contenuti nel piano sociale regionale 2020-2022, un documento costruito sulla base di una valutazione degli elementi di forza e delle criticità dei vari contesti territoriali delle Marche. L'obiettivo guida del Piano è quello di aggiornare il sistema regionale degli interventi e dei servizi sociali alla nuova cornice nazionale ed europea di riferimento, intervenendo sulle aree problematiche analizzate e delineando le decisioni da assumere a livello politico, nel corso del triennio, sia sul versante del sistema organizzativo dei servizi sia sulle priorità di settore. In tale ottica, la programmazione regionale mira ad essere quanto più coerente e funzionale rispetto ad un contesto che, specie nell'ultimo decennio, ha registrato significative evoluzioni nella diffusione e nell'intensità dei bisogni sociali. L'impegno è quello di individuare una

programmazione marchigiana del welfare, alla luce di questo lungo periodo di crisi, che ha aumentato le diseguaglianze, accentuato la precarietà del lavoro e limitato il senso solidaristico che caratterizzava la società marchigiana, a vantaggio della centralità e del protagonismo del cittadino, dei suoi bisogni, delle sue capacità di attivazione e risposta.

1.6 IL QUADRO DEMOGRAFICO

“Le Marche delineano un quadro demografico, in cui, alcuni comportamenti mostrano valori in linea con quelli del nord Italia, mentre i valori riferiti ad altri comportamenti risultano essere simili a quelli rilevati nelle regioni del sud Italia”⁹.

L’attenzione degli studiosi viene posta, soprattutto in questi ultimi anni, sul mix tra tasso di fecondità, che assume valori preoccupanti per la tenuta demografica della regione e l’invecchiamento della popolazione. Le implicazioni legate a questo mix sono note: il sistema formativo, il sistema pensionistico, la crescente domanda di cura per le famiglie. Le Marche hanno evidenziato una propria peculiarità, data da una situazione articolata con aree più o meno demograficamente compromesse. L’area più compromessa è quella formata da pochi e piccolissimi comuni, situati nelle zone interne ed appenniniche. L’area meno compromessa è quella formata dai comuni che si concentrano sul versante orientale della regione o che si affacciano sulla costa

⁹ REGIONE MARCHE, Piano Sociale Regionale 2020-2022, Ancona, Assemblea Legislativa Regionale, 12 Maggio 2020, p.20

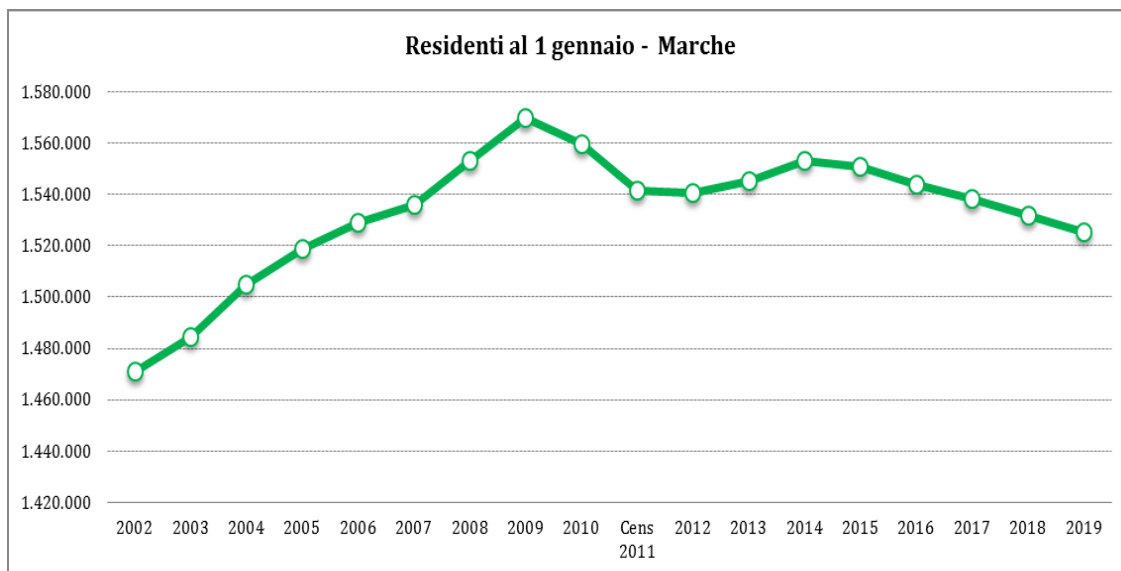
adriatica (Golini, Mussino, Savioli 2001). La popolazione residente nelle Marche conta, al 1° gennaio 2018, un numero di 1.531.753 individui (743.645 maschi e 788.108 femmine), di cui 136.045 stranieri (61.848 maschi e 74.197 femmine), l'8,8% del totale. Nella provincia, capoluogo di regione, Ancona, risiede il 31% della popolazione, segue la provincia di Pesaro Urbino che ospita il 23% dei residenti, quella di Macerata, il 21% e infine Ascoli Piceno (14%) e Fermo (11%).

1.7 DINAMICA E STRUTTURA DELLA POPOLAZIONE

La dinamica dei residenti nelle Marche mostra un andamento decrescente dal 2015, con una perdita media dell'ordine delle 5.000 unità all'anno nel periodo considerato, che tocca le 6.302 unità tra il 2017 e il 2018. “Fortemente negativo è il saldo naturale (differenza tra nascite e morti) e non è compensato dal saldo migratorio positivo; il fattore che più evidentemente incide su tale andamento è il forte calo della natalità”¹⁰: la tendenza generale al calo delle nascite (10.669 nati vivi nel 2017 per un tasso di natalità pari al 6,97‰) fa registrare il valore più basso degli ultimi 35 anni.

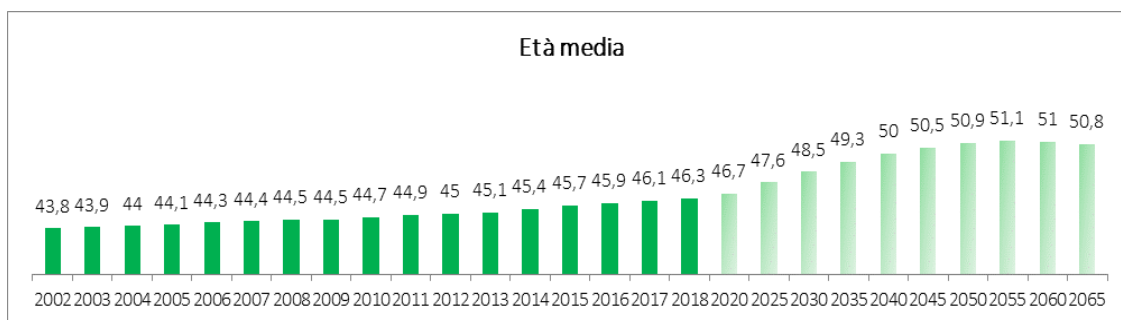
¹⁰ *Ibidem*

Grafico I.1 – Residenti al 1^ gennaio nelle Marche (FONTE: ISTAT)



Regione Marche / Piano Sociale 2020-2022 p.21

Grafico I.2 –Età media dei residenti delle Marche (Fonte: ISTAT)

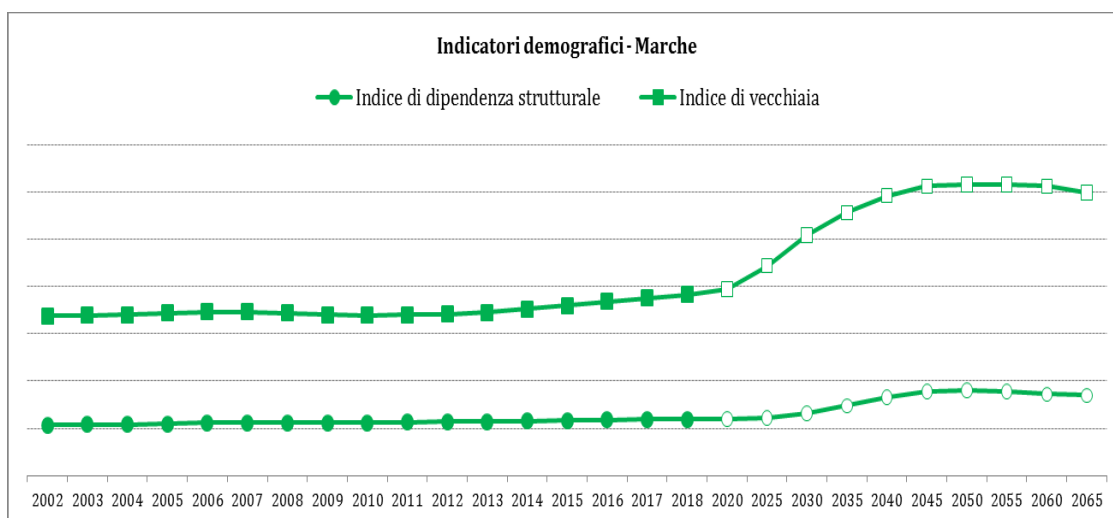


Regione Marche / Piano Sociale 2020-2022, p.21

“I dati demografici confermano che le Marche sono una tra le regioni più anziane d’Italia: l’età media di 46,6 anni (al 1/1/2019) è più elevata del valore medio delle

regioni del Centro Italia (46 anni) nonché del valore medio nazionale (45,4 anni)”¹¹.

Grafico I.3 - Indicatori demografici – Marche (FONTE: ISTAT)



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022, p.22

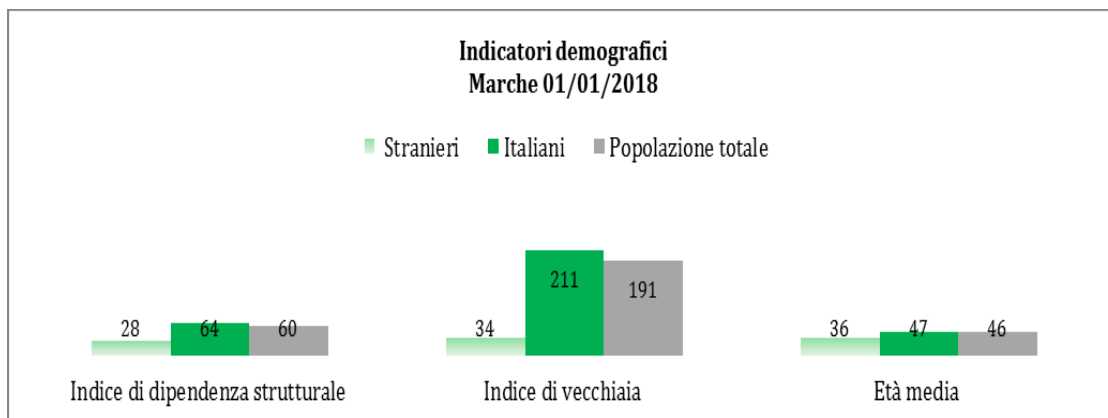
1.8 INDICATORI DEMOGRAFICI

Il trend degli indicatori conferma nel tempo la dinamica di invecchiamento della popolazione marchigiana, più accentuata di quella che si verifica nel complesso del Paese (indice di dipendenza strutturale 56,3%, età media 45,4 anni e indice di vecchiaia 173,1% all'1/1/2019). La longevità continua ad aumentare nelle Marche, come nel resto d'Italia, dove le regioni con condizioni di sopravvivenza più favorevoli sono quelle del Centro e del Nord-est: la speranza di vita alla nascita nelle Marche (stime 2018) è di 85,9 anni per il genere femminile e di 81,6

¹¹ *Ivi*, p.21

anni per quello maschile, valori più elevati di quelli medi nazionali (rispettivamente 85,2 anni e 80,8 anni).

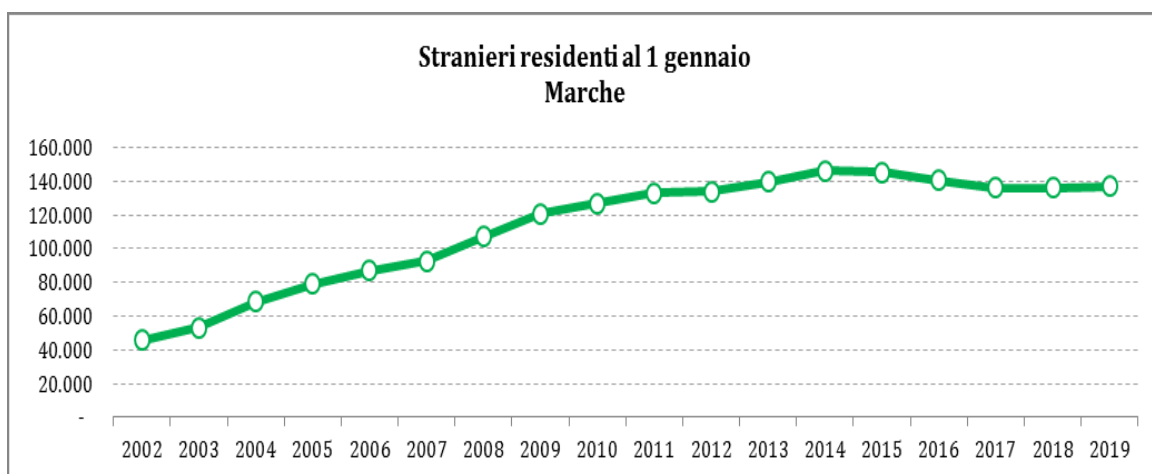
Grafico I.4 – Indicatori demografici distinti per residenti italiani e stranieri



Marche (FONTE: ISTAT) p.23

I cittadini stranieri residenti nella Marche al 1° gennaio 2019 risultano 136.936: rispetto all'anno precedente sono aumentati di 891 unità e l'incidenza della popolazione straniera sul totale dei residenti nelle Marche si attesta al 9%.

Grafico I.5 – Stranieri residenti – Marche (FONTE: ISTAT)



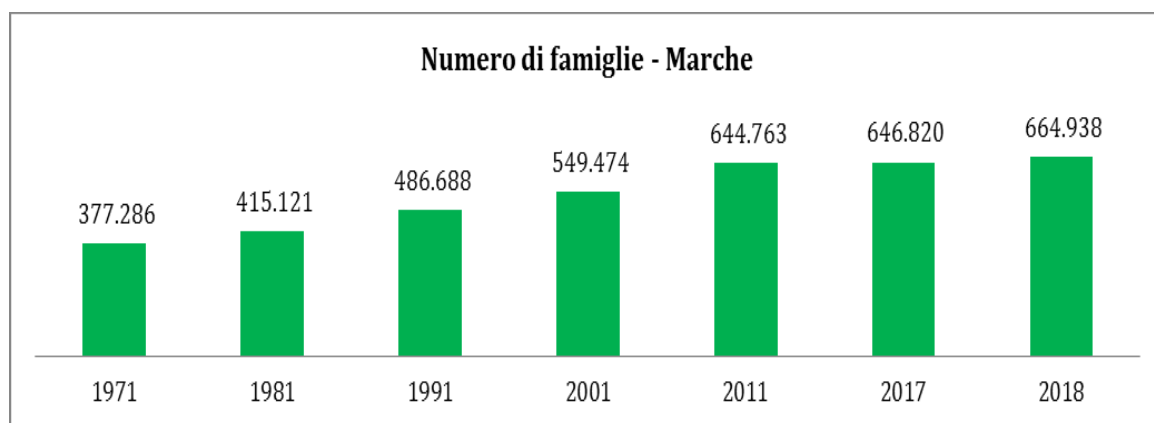
Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

Le principali cittadinanze presenti nelle Marche nel 2019 risultano quella rumena (19,1%), quella albanese (11,6%) e quella marocchina (7,8%).

1.9 STRUTTURE FAMILIARI E COMPORTAMENTI DEMOGRAFICI

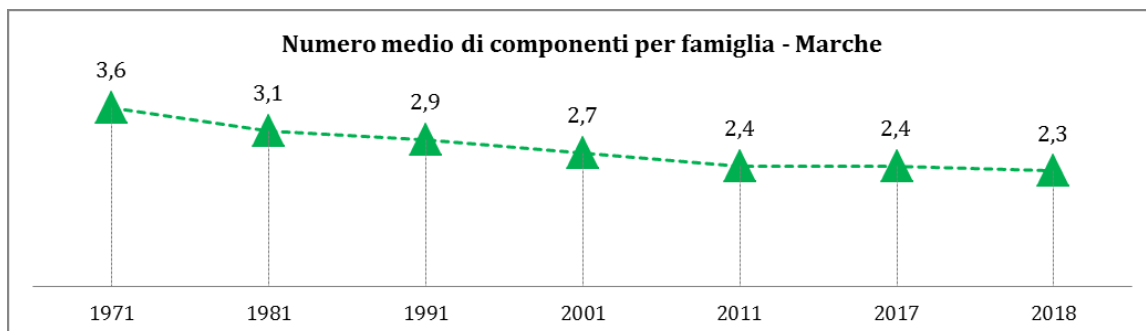
Le famiglie sono una componente della società che negli ultimi anni è mutata profondamente e i tratti di questi cambiamenti sono molteplici. Si registra una forte riduzione della dimensione della famiglia media (numero di componenti); andamenti oltretutto ravvisabili anche a livello nazionale. Sono quasi 664 mila le famiglie nelle Marche al 2017, in media formate da 2,3 componenti contro i 3,6 presenti in media nelle quasi 378 mila famiglie marchigiane rilevate al Censimento della popolazione del 1971.

Grafico I.6 – Famiglie residenti



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022, p.24

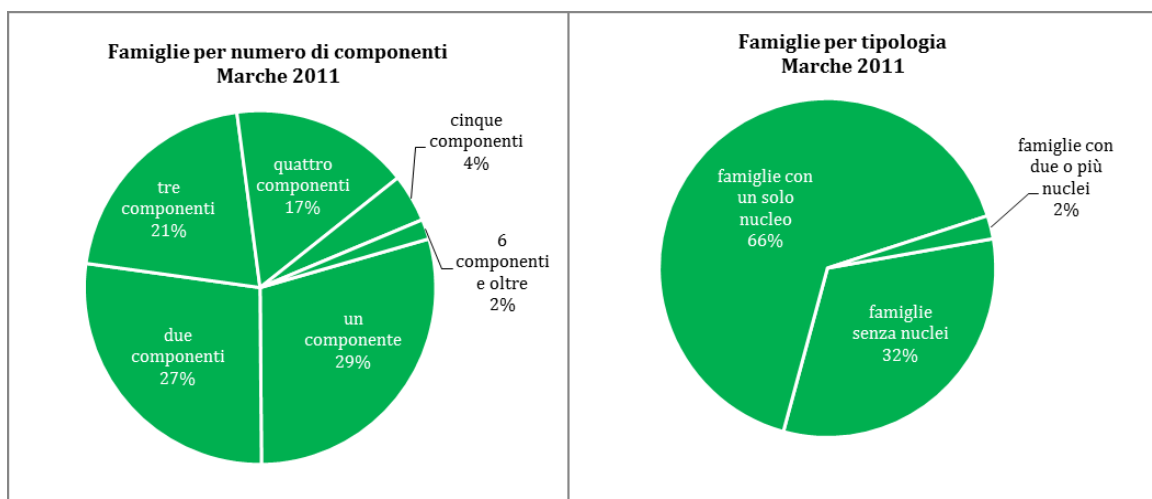
Grafico I.7 – Numero di componenti delle famiglie residenti – Marche



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022, p.24

“All’ultimo Censimento (2011) risultano prevalenti nelle Marche le famiglie con un solo componente (sono il 29% di tutte le famiglie ed erano il 23% nel 2001), seguite, nell’ordine, da quelle formate da due persone (27%, stabile rispetto al 2001), da tre (21% in leggero calo rispetto al 2001), da quattro (17%, 20% nel 2001), da cinque (4%, 6% nel 2001) e sei (2% stabile rispetto al 2001).

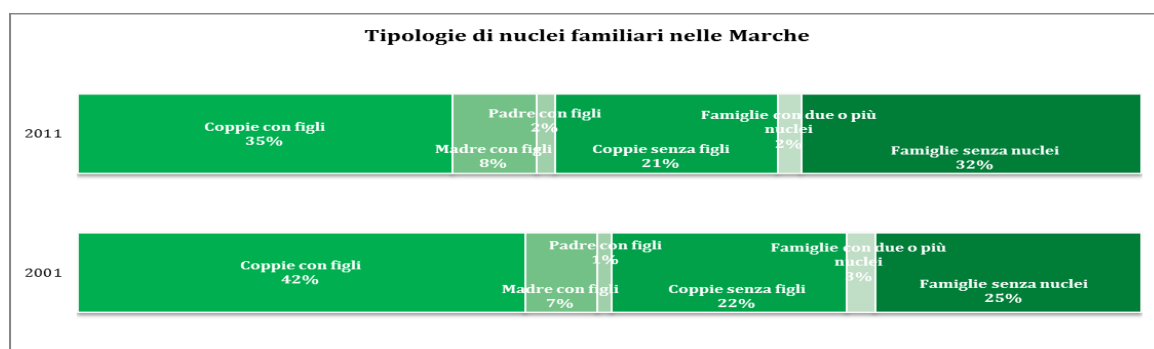
Grafico I.8 – Famiglie residenti per numero di componenti e per tipologia



(FONTE: ISTAT) - Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

Nei dieci anni che vanno dal 2001 al 2011, si osservano cambiamenti rispetto ai nuclei familiari: la tipologia prevalente nelle Marche continua ad essere quella della coppia con figli, sebbene sia passata dal 42% nel 2001 al 35% nel 2011. Sono aumentati i nuclei mono - genitoriali: di questi, prevalgono quelli composti da madre con figli. Si conferma la tendenza alla posticipazione delle nozze: nel 2017 l'età media al primo matrimonio è 35,6 anni per gli uomini e 32,6 per le donne nelle Marche, più elevata per entrambi i sessi rispetto alla media nazionale. Aumentano le unioni matrimoniali con almeno uno degli sposi straniero: sono il 18% di tutti i matrimoni avvenuti nelle Marche nel 2017 e la quota è superiore a quella della media nazionale (13%); i matrimoni misti (solo uno dei due straniero) sono il 15% di tutti i matrimoni (11% nella media nazionale) e la composizione più frequente risulta quella in cui lo sposo è italiano e la sposa straniera.

Grafico I.9 – Nuclei familiari residenti per tipologia



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

1.10 L'INSTABILITA' CONIUGALE

“Anche il fenomeno dell’instabilità coniugale è rilevante ai fini dell’analisi delle strutture familiari, tenendo anche conto del fatto che dal 2014-2015 sono intervenute due importanti variazioni normative in materia di separazione e di scioglimento delle unioni coniugali”¹², che hanno semplificato l’iter delle procedure di separazione e divorzio consensuali, accorciando il periodo che deve intercorrere obbligatoriamente tra il provvedimento di separazione e quello di divorzio. Nel 2015 nelle Marche risultano concessi complessivamente 2.181 separazioni e 1.866 divorzi. La durata media dei matrimoni è pari a 17 anni per quelli conclusi in separazione ed a 19 anni per le unioni coniugali terminate con la sentenza di divorzio. Nel 2015 oltre il 90% delle separazioni di coppie con figli ha previsto l’affido condiviso contro il 7,4% dei casi in cui i figli sono stati affidati esclusivamente alla madre. Nei divorzi risulta previsto l’affido condiviso per l’88,4% dei casi.

1.11 LA FECONDITÀ

La fecondità è uno dei comportamenti demografici più attenzionato e variabile negli ultimi decenni. Secondo i dati più recenti, il tasso di fecondità è diminuito ancora dopo un periodo di ripresa. Nelle Marche il numero medio di figli per donna è pari a 1,25 nel 2017 (era 1,45 nel 2009) ed è più basso del dato nazionale (1,32 figli per donna). La fecondità italiana ed ancor più quella marchigiana sono

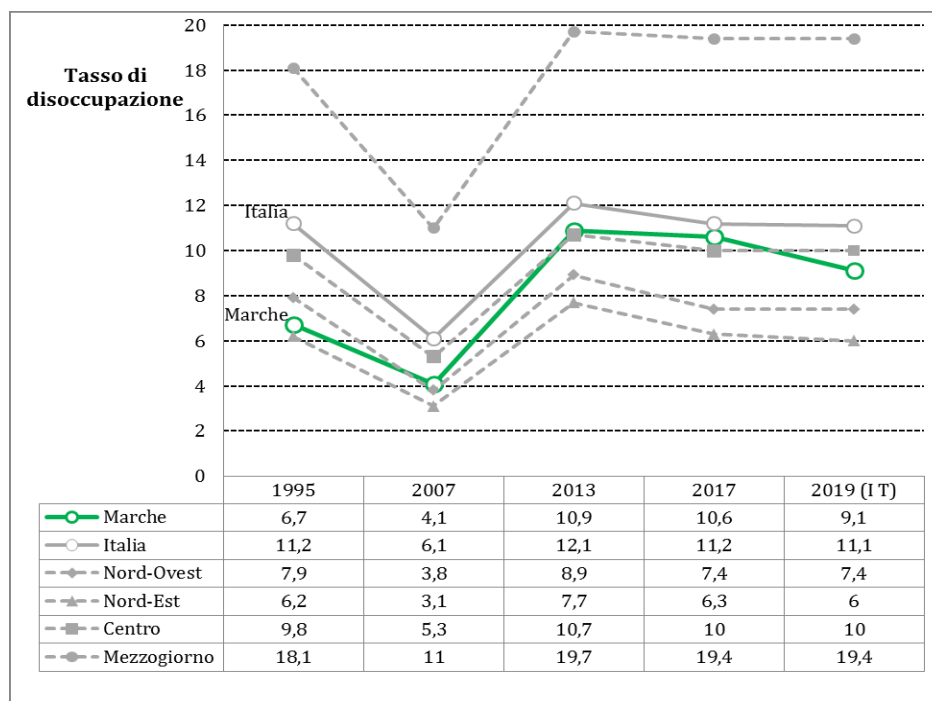
¹²Ivi, p.26

tradizionalmente interne al matrimonio. Pertanto, l'ulteriore fase di diminuzione della fecondità è fortemente legata ai cambiamenti nella formazione delle famiglie e, in particolare, nella posticipazione e riduzione delle unioni matrimoniali. Parallelamente però, nelle Marche si registra uno degli incrementi più sostenuti dei nati fuori dal matrimonio del centro Italia: dal 5,3% del 1995 al 34,7% del 2017. Il dato sul calo della fecondità e l'ulteriore diminuzione delle nascite è da considerare anche come conseguenze delle significative modificazioni della popolazione femminile in età feconda, convenzionalmente fissato tra 15 e 49 anni; le donne in questa fascia di età sono infatti sempre meno numerose (Istat, 2016).

1.12 IL QUADRO SOCIO-ECONOMICO

Le Marche nell'ultimo decennio hanno dovuto affrontare un contesto socio-economico profondamente trasformato e diverso da quello dei decenni precedenti. In particolare, la crisi economica e le conseguenti politiche di austerità, ma anche le trasformazioni del mercato del lavoro (a partire dalla crescente presenza femminile), hanno parzialmente ridisegnato e reso più articolata la mappa dei bisogni che la società marchigiana, deve affrontare. In particolare, lo studio di alcuni fenomeni, aiuta ad evidenziare i cambiamenti che si rilevano sul versante socio-economico e che hanno attivato percorsi coerenti di politiche sociali: la disoccupazione, la questione giovanile, l'aumento della partecipazione femminile al mercato del lavoro e le relative ricadute economiche sui bisogni delle famiglie.

Grafico I.10 – Tasso di disoccupazione (FONTE: ISTAT)



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

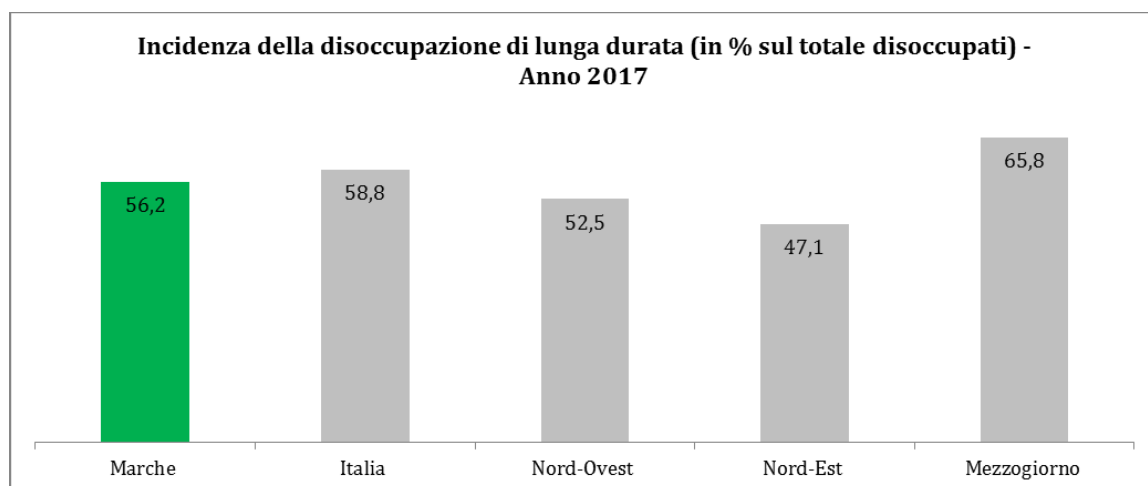
1.13 LE DIFFICOLTÀ SUL MERCATO DEL LAVORO

“Le Marche stanno facendo registrare, ancora in tempi molto recenti, tassi di disoccupazione molto più alti di quelli registrati nell’ultimo ventennio. Il tasso di disoccupazione marchigiano nel primo trimestre 2019 fa registrare un valore del 9,1%, molto più vicino al valore medio nazionale (11,1%) di quanto non lo era in passato, con un forte distacco dal valore del Nord-Est (6%) rispetto al quale era molto simile un ventennio fa”¹³. L’economia marchigiana in sostanza non si sta agganciando, come in passato, al motore del Nord. Anche l’alta incidenza di

¹³ *Ivi*, p.28

disoccupati di lungo periodo (oltre i 12 mesi) sul totale dei disoccupati, pari nel 2017 al 56,2%, è un dato nettamente superiore a quello del Nord.

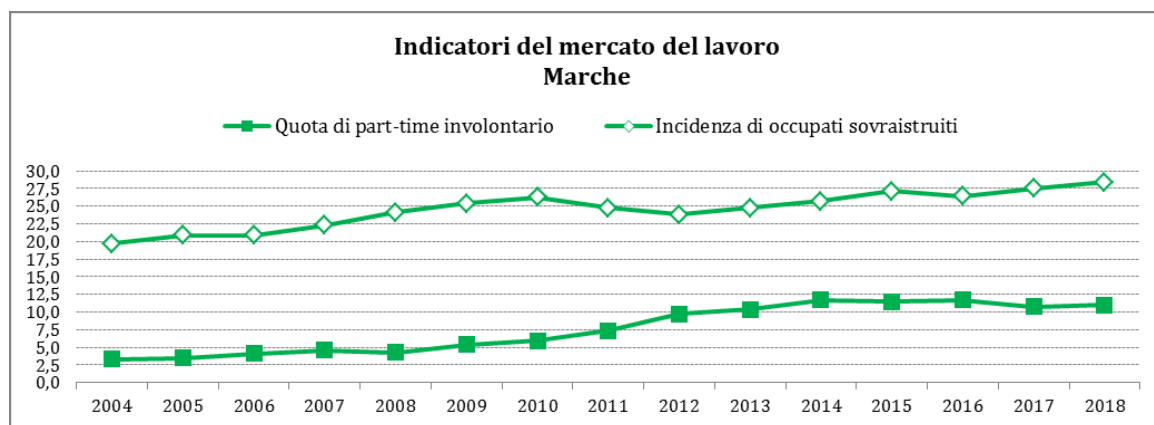
Grafico I.11 – Disoccupazione di lunga durata (FONTE: ISTAT)



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

In costante crescita da oltre un decennio sono due indicatori che denunciano la fragilità del mercato del lavoro marchigiano: la quota, sul totale degli occupati, di quelli che dichiarano di svolgere un lavoro a tempo parziale perché non ne hanno trovato uno a tempo pieno, pari, nel 2018 all'11%, e l'incidenza di occupati sovra-istruiti (cioè che possiedono un titolo di studio superiore a quello maggiormente posseduto per svolgere quella professione sul totale degli occupati), pari al 28,4% del totale.

Grafico I.12 – Indicatori del mercato del lavoro – Marche (FONTE: ISTAT)



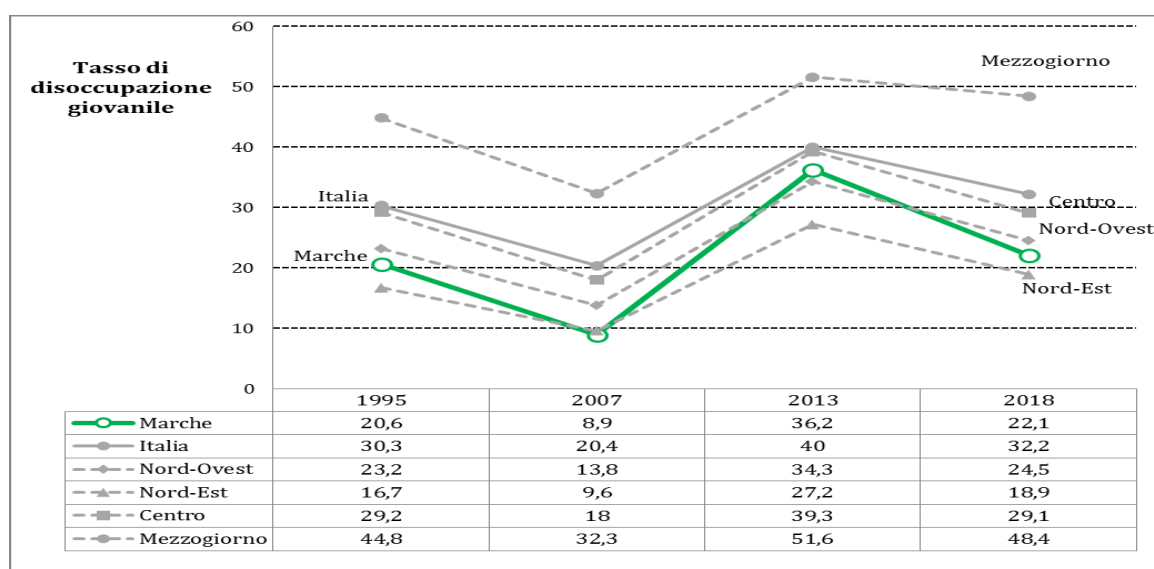
Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

1.14 LA DISOCCUPAZIONE GIOVANILE

Si tenga inoltre presente, come i dati sulla disoccupazione sottostimano il fenomeno delle difficoltà occupazionali nel mercato del lavoro, dato che in Italia, più che in molti altri paesi europei, la cassa integrazione gioca un ruolo di primo piano nell'evitare che tutta una serie di lavoratori si ritrovi formalmente disoccupata, pur rimanendo in una situazione di criticità occupazionale. L'Istat calcola che nel 2015, il 3,7% delle posizioni lavorative nella nostra regione aveva beneficiato di sussidi erogati da Cassa Integrazione Guadagni o rientrava fra contratti di solidarietà: la percentuale era in diminuzione rispetto all'anno precedente, ma sempre più alta di quella media italiana e del Nord. Dentro il quadro appena delineato, assume una particolare gravità l'inserimento dei giovani nel mercato del lavoro marchigiano. Se, da un lato, nella nostra regione, il tasso di disoccupazione giovanile resta molto alto (22,1% nel 2018), così come quello dei

giovani NEET (16,7% nelle Marche contro il 23,4% della media italiana), dall'altro, alcuni timidi segnali appaiono più incoraggianti, essendo il primo indicatore, rispetto alla prima parte dell'attuale decennio, diminuito nettamente (era al 36,2% nel 2013).

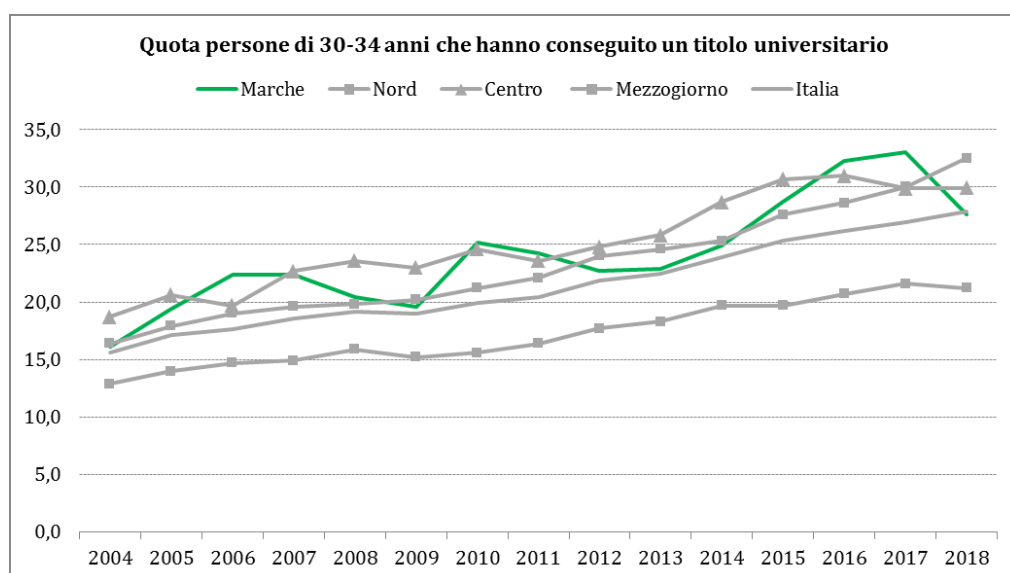
Grafico I.13 – Tasso di disoccupazione giovanile (FONTE: ISTAT)



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

Rimane comunque, un'emergenza giovanile che, oltre ad interessare il mercato del lavoro, in parte interessa anche l'accumulazione di capitale umano nelle giovani generazioni marchigiane. La quota di popolazione giovanile, con livelli di istruzione alti (laurea), pur essendo in crescita, presenta nell'ultimo anno, un picco in discesa, passando dal 33% del 2017 al 27,6% del 2018, sotto la media nazionale, del Nord e del Centro Italia.

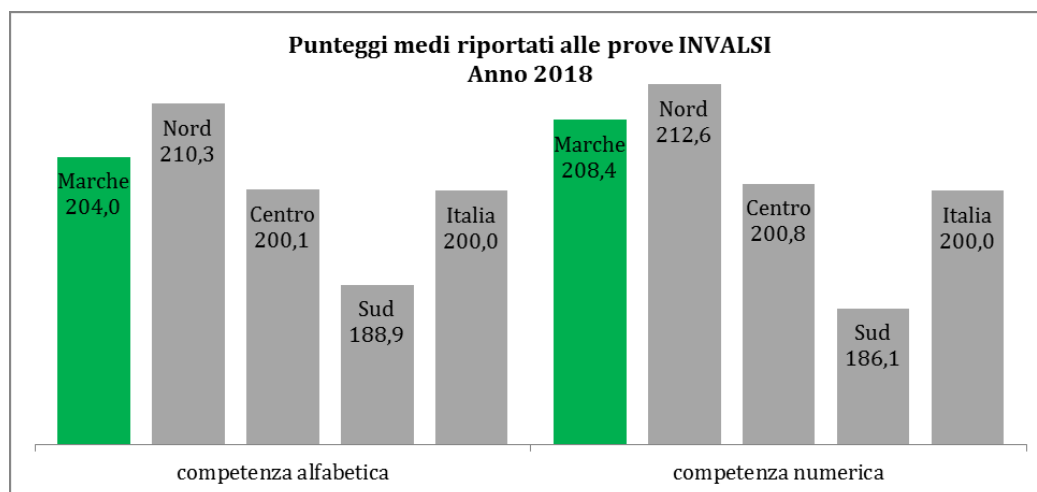
Grafico 1.14 – Persone di 30-34 anni con titolo di studio universitario (FONTE: ISTAT)



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

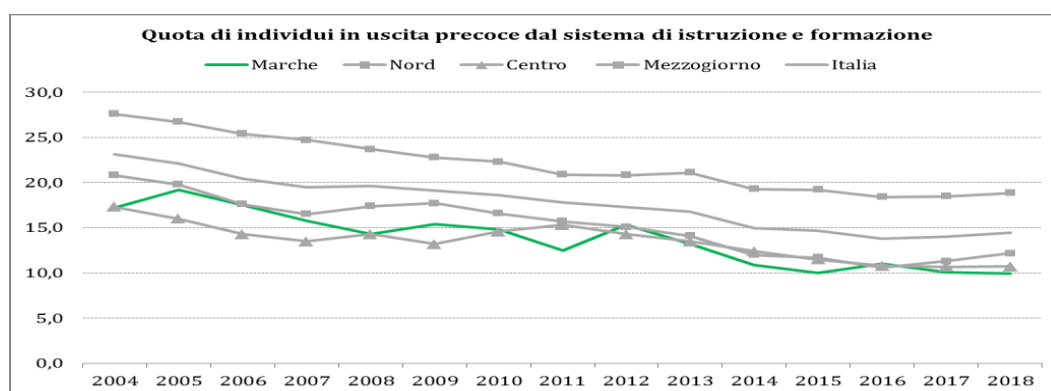
Accanto a questo dato vi sono due indicatori positivi: da un lato, la costante diminuzione della percentuale di marchigiani di 18-24 anni, che hanno conseguito solo la licenza di scuola secondaria di primo grado, dall'altro, così come rilevato dai risultati dei test INVALSI, il buon livello di competenza degli studenti marchigiani delle classi della scuola secondaria di secondo grado, sia per le competenze alfabetiche che per quelle numeriche.

Grafico I.15 – Punteggi medi alle prove INVALSI (FONTE: ISTAT)



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

Grafico I.16 – Individui in uscita precoce dal sistema di istruzione e formazione



Regione Marche / Piano sociale regionale 2020-2022

1.15 II MERCATO DEL LAVORO FEMMINILE

La partecipazione femminile al mercato del lavoro, è fortemente aumentata, positivamente, nel tempo ed è uno dei fenomeni più importanti, avvenuti nelle Marche, nell'ultimo ventennio. Il tasso di attività femminile nella fascia di età 25-

64 anni, è arrivato a 64,4% nel 2019, grazie anche ad una crescita durante gli anni della crisi. Ciò ha permesso anche una netta diminuzione della differenza fra il tasso di occupazione femminile e quello maschile¹⁴; tale tasso presenta, però, due criticità: è più basso di quello medio dell'Europa occidentale ed è attualmente leggermente più basso di quello del Nord Italia, mentre in passato i tassi erano praticamente allineati.

1.16 DIFFICOLTÀ ECONOMICHE E DISAGIO ESTREMO

Gli anni della crisi ci hanno consegnato una regione in cui le difficoltà economiche sono più marcate che nel resto del Nord e del Centro Italia: nel 2018 quasi l'11% delle famiglie residenti nelle Marche viveva sotto la linea della povertà relativa (pari a 1.095 euro di spesa mensile per una famiglia di due individui). Si tratta di una percentuale in crescita, rispetto al 2016 di quasi due punti percentuali. Il disagio economico emerge anche da altri indicatori riferiti al 2017: impossibilità a risparmiare per il 74% delle famiglie marchigiane (contro il 70% della media nazionale), impossibilità a far fronte a spese impreviste per il 32%. In crescita tra le famiglie l'incidenza della deprivazione materiale severa, indicata dalla presenza nella famiglia di almeno quattro problematiche tra le seguenti: non potersi permettere la TV, o l'auto, o la lavatrice, o il telefono, o un pasto adeguato ogni due giorni, o una settimana di ferie all'anno lontano da casa, non poter far fronte ad una spesa imprevista di 800 euro, non riuscire a riscaldare

¹⁴Ivi, p.33

adeguatamente l'abitazione, essere in arretrato con i pagamenti (mutuo, affitto, bollette). Tale forma di deprivazione, in crescita nella regione come nel resto d'Italia, nel 2017 ha coinvolto nelle Marche l'11% degli individui (10,1% a livello nazionale), l'incidenza più alta tra le cinque regioni del Centro Italia. Alle difficoltà economiche si aggiungono anche difficoltà abitative. Il 6,9% delle persone residenti nelle Marche, nel 2017 viveva in situazioni di sovraffollamento abitativo, in abitazioni prive di alcuni servizi o con problemi strutturali. Tale percentuale risulta fra le più alte in Italia e di gran lunga più diffusa rispetto a quanto avviene nel Centro-Nord del paese.

1.17 IMPRESE ED OCCUPAZIONE

Per un'analisi strutturale sulle imprese operanti sul territorio marchigiano, si riportano i principali dati statistici della regione Marche che permettono di mettere in luce aspetti di forza e di vulnerabilità che riguardano l'assetto produttivo, gli inevitabili riflessi sul quadro sociale e sul benessere economico delle famiglie. I dati esposti sono estratti dal registro ASIA - Archivio Statistico Imprese Attive -che individua l'insieme delle imprese e relativi caratteri statistici, integrando informazioni desumibili sia da fonti amministrative che da fonti statistiche. Nelle Marche nel 2017 hanno sede 126.023 imprese, pari al 2,9 per cento del totale nazionale; l'insieme di queste imprese occupa 436.963 addetti, pari al 2,6 per cento del totale del Paese. Le Marche rappresentano il 2,5 per cento della popolazione italiana, ma, con riferimento al numero di imprese, si configura

come un territorio a forte propensione imprenditoriale, malgrado questa quota non risulti analoga quella degli addetti, in quanto la dimensione d'impresa è mediamente inferiore rispetto a quella nazionale. Il settore manifatturiero ricopre un ruolo rilevante: con le sue 15.731 imprese, rappresenta il 12,5 per cento del totale delle imprese marchigiane, contro un dato nazionale dell'8,7 per cento; nel settore è occupato un addetto su tre, a fronte di un dato medio italiano pari a uno su cinque. Sostanzialmente in linea con il dato nazionale, le 30.761 imprese del commercio, rappresentano quasi un quarto del totale delle imprese marchigiane e occupano il 19,2 per cento degli addetti, in linea con il dato nazionale del 20%. La dimensione media delle imprese marchigiane è di 3,5 addetti, quasi in linea con il dato nazionale (3,9); le imprese con la dimensione più ampia (21,8 addetti per impresa) appartengono al settore della fornitura di acqua reti fognarie e dell'attività di gestione dei rifiuti e risanamento, così come si registra anche nel resto del Paese, ove tali settori hanno una dimensione media di 21,3 addetti. In tutti gli altri settori, la dimensione media si colloca tra 1,3 addetti per impresa del settore Attività immobiliari e 9,2 addetti per impresa nel settore Attività manifatturiere. Nel complesso dei restanti settori, la dimensione media è sistematicamente minore di quella nazionale. Significativi sono anche i numeri relativi alla presenza nelle imprese di lavoratori esterni e temporanei, a causa della maggiore instabilità delle loro posizioni occupazionali, soprattutto in periodi di crisi economica. I lavoratori temporanei nelle Marche sono 8.325, pari all'1,9 per

cento del complesso degli addetti; tre quarti di essi sono collocati nel manifatturiero, che è anche il settore che presenta la maggiore incidenza di lavoratori temporanei sul totale addetti, pari al 4,3 per cento.

1.18 SETTORI ATTIVI E SETTORI SOSPESI PER IL LOCKDOWN

La pandemia, causata dal Coronavirus19, ha colpito il nostro Paese e ha reso necessaria, da parte del Governo, l’emanazione di una serie di misure restrittive alla circolazione delle persone e la sospensione delle attività economiche definite come non essenziali (lockdown). Si è creata, quindi, una dicotomia classificatoria tra le attività sospese e quelle attive, in quanto relative a servizi considerati essenziali. “A partire dal registro statistico di tutte le unità locali appartenenti alle imprese attive italiane che operano nei settori industriali e dei servizi (frame territoriale), sono state quantificate le principali variabili (numerosità, occupazione, fatturato) utili per definire il peso delle attività sospese”¹⁵. Dai dati calcolati a partire dal Frame territoriale 2017, risulta che meno della metà delle unità locali, nelle Marche, è rimasta attiva nel periodo di lockdown (48,0 %) a fronte di un dato medio nazionale meno negativo (51,8 per cento). La maggiore sofferenza rispetto alla media in Italia, si riscontra soprattutto con riferimento al numero dei dipendenti rimasti attivi (46,9 % contro 58,5%) e in termini di fatturato (48,0 % contro 57,2%).

¹⁵ ISTAT, ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, UFFICIO TERRITORIALE PER LE MARCHE, L’ABRUZZO E LA PUGLIA, *Settori attivi e settori sospesi per il lockdown in Dati statistici per il territorio: Regione Marche*, Ancona, ISTAT, 2020, p.16

1.19 LE ORGANIZZAZIONI NO PROFIT

Le organizzazioni no profit o Terzo Settore, tradizionalmente offre un importante contributo al funzionamento e all'ampliamento dell'offerta di servizi nel settore Sanità e Assistenza sociale, affiancando quella garantita dal settore pubblico. “Questo dato è confermato anche nelle Marche che, nel 2017, conta 379 istituzioni non profit, con 2.866 dipendenti operanti nella Sanità e 1.025 istituzioni non profit, con 9.688 dipendenti operanti nell'Assistenza sociale e protezione civile”¹⁶. Il peso del non profit in Sanità operante nella regione rappresenta, in termini di unità, il 3,1 per cento del totale nazionale e in termini di dipendenti l'1,6 per cento. Sul versante dell'Assistenza sociale, sono presenti sul territorio marchigiano il 3,2 per cento del totale nazionale delle istituzioni ed il 3,1% del totale dei dipendenti. La dimensione media delle istituzioni non profit operanti sul territorio marchigiano mostra una differenza strutturale fra Marche e media italiana nel settore Sanità, con 7,6 dipendenti contro 15,1 del dato nazionale; nell'assistenza sociale si osserva invece un sostanziale allineamento con il dato italiano, con una dimensione media di quasi 10 dipendenti.

1.20 OSSERVAZIONI CONCLUSIVE SULLA REGIONE MARCHE

Il set di dati demografici presi in esame, conferma il processo di modernizzazione dei comportamenti della popolazione, accentuato dalla crisi economica e sociale degli ultimi anni: la popolazione marchigiana continua ad invecchiare e continua a

¹⁶ *Ivi*, p.22

diminuire anche il tasso di fecondità, con valori superiori alla media nazionale; nelle Marche ci si sposa sempre meno e sempre più spesso con rito civile, sebbene il dato sia inferiore a quello nazionale. I dati confermano processi in atto già negli ultimi quindici anni ma evidenziano anche alcuni segnali che meritano attenzione, specie per quel che riguarda la fecondità: in primo luogo, aumenta in misura esponenziale il numero di nati fuori dal matrimonio e a differenza di qualche anno fa, anche le giovani donne straniere fanno sempre meno figli, sebbene la presenza di minori stranieri in età scolare continui ad essere significativa. Dal punto di vista delle strutture familiari, il cambiamento è notevole, in linea con quanto avvenuto nelle regioni del nord Italia: la tipologia prevalente, ma in diminuzione, continua ad essere quella della coppia con figli ed aumentano anche i nuclei monogenitoriali. Tuttavia, persistono alcune peculiarità rispetto al resto d'Italia; le Marche, infatti, presentano un numero superiore di famiglie numerose e, sebbene in aumento, i nuclei ricostituiti mostrano un dato inferiore a quello nazionale. Nelle Marche continua ad essere importante la presenza dei figli: sebbene, infatti, diminuisca la percentuale di coppie con figli, l'aumento di quelle senza figli è piuttosto limitato. Complessivamente, riprendendo i principali temi e le problematiche emerse nel quadro economico, si può affermare che si sta delineando sempre più chiaramente nelle Marche un bisogno crescente in campo socio-educativo e socio-lavorativo-abitativo, che affianca i tradizionali bisogni di natura socio-sanitaria e di cura. Vi è un'emergenza disoccupazione, in particolare

giovanile ma non solo, che porta con sé, una serie di problemi di instabilità e fragilità economica ed abitativa. Tale emergenza richiede interventi coordinati fra sociale e servizi per l'occupazione. Vi è il tema dell'investimento in capitale umano e di come sostenerlo, con dati in parte positivi ed incoraggianti (diminuzione dei tassi di abbandono nel biennio delle superiori e forte aumento dei laureati), ma in parte più problematici (incidenza sostenuta di studenti con basse competenze, forte presenza di NEET fra i giovani, ecc.). Vi è infine, il tema del sostegno all'inserimento femminile nel mercato del lavoro per aumentare sia i tassi di attività che la qualità della conciliazione fra vita e lavoro per le donne. I tassi di copertura dei servizi per la prima infanzia (attorno al 16%), rimangono troppo bassi rispetto agli obiettivi fissati a livello di Unione Europea (pari ad almeno il 30%). Le criticità affrontate sono quindi multidimensionali e richiedono spesso un coordinamento ed interventi, sia dal lato dei servizi sociali che di quelli di istruzione.

1.21 IL TERRITORIO DELLA PROVINCIA DI ASCOLI PICENO

Per esaminare il territorio della provincia di Ascoli Piceno, è stato preso come riferimento, di indagine, uno studio compiuto dalla Fondazione della Cassa di Risparmio di Ascoli Piceno, nel 2019, che ha effettuato una puntuale analisi dei bisogni, caratterizzata da punti di forza e di debolezza, settori di operatività, stilando un rapporto contenente risultati rilevanti, a supportare un processo di pianificazione di servizi. “Dal punto di vista metodologico, la rilevazione dei

fabbisogni è stata effettuata con una duplice modalità, che coniuga metodi di ricerca quantitativi e qualitativi”¹⁷. Nella rilevazione di dati di tipo quantitativa, le informazioni derivano dalle principali fonti statistiche nazionali e locali e verranno esposti nella prima parte di questo elaborato. Nella rilevazione di dati di tipo qualitativo, che sarà oggetto di esposizione nella seconda parte del presente lavoro, l’analisi dei bisogni e le informazioni sono state acquisite attraverso il coinvolgimento dei membri della comunità, l’adozione di una modalità di indagine partecipativa tramite focus group con gli stakeholder del territorio, colloqui in profondità con alcuni opinion leader.

1.21.1 Ambiente: punti di forza e criticità

Sotto il profilo ambientale l’area si caratterizza per una notevole eterogeneità dovuta alla presenza di territori montani, zone collinari e costiere, paesaggi industriali, rurali, e urbani. Il territorio si caratterizza per rilevanti qualità paesaggistiche e ambientali grazie alla presenza di un sistema di aree protette costituite da due parchi nazionali (parco nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga e Parco Nazionale dei Sibillini) e una riserva naturale (Riserva naturale della Sentina). Un fattore di criticità si rileva nella disponibilità ridotta di verde urbano, pari a 8.9 mq per abitante, un livello notevolmente inferiore sia alla media marchigiana (28,6) che italiana (31,7).

¹⁷ FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI ASCOLI PICENO- UNIVERSITA’ POLITECNICA DELLE MARCHE, *Analisi dei bisogni del Territorio di riferimento della Fondazione*, 2019, Ascoli Piceno, Fondazione Carisap, p.4

1.21.2 Contesto socio-demografico della provincia Ascoli Piceno

Il tessuto demografico del territorio oggetto di indagine, secondo i dati Istat aggiornati al 31 dicembre 2018, è composto da un totale di 213.852 abitanti (pari al 14% della popolazione regionale). “Nei due centri urbani di maggiori dimensioni, Ascoli Piceno e San Benedetto del Tronto, si concentra il 44,6% della popolazione complessiva residente nell’area. I due comuni, tuttavia, si caratterizzano per dinamiche demografiche differenti, con Ascoli che da anni è interessata da un trend demografico negativo (tra il 2001 e il 2018 la sua popolazione è diminuita del 6,2%) e San Benedetto del Tronto che, nello stesso arco di tempo, ha visto incrementare la sua popolazione del 4,9%.”¹⁸ Anche nel resto dell’area si evidenziano andamenti differenziati, con pochi comuni che crescono (alcuni anche a tassi elevati come Spinetoli, Montepiccolo e Castel di Lama) e molti che sono interessati da un fenomeno di depauperamento demografico (soprattutto nell’entroterra). Complessivamente nel 2018, la popolazione del territorio ascolano è cresciuta meno (+1,5%) della media provinciale (+1,9%) e regionale (+4,9%). Il saldo naturale (calcolato per differenza tra il numero di nati e quello dei morti) risulta negativo per 1.177 unità e non viene compensato dai flussi migratori provenienti dall’estero (+1.009 unità). Una prima valutazione del bilancio demografico provinciale al 31 dicembre 2018 evidenzia una riduzione complessiva dei residenti pari a 1.198 unità. Il numero di

¹⁸ *Ivi*, p.14

abitanti passa da 208.377 all'inizio del 2018 a 207.179 al termine dello stesso anno, segnando un decremento dello 0,6% in 12 mesi.

1.21.3 Struttura per età della popolazione

“I dati relativi alla struttura per età della popolazione evidenziano che il processo di invecchiamento degli abitanti è il più caratterizzante l'area indagata e in misura più consistente rispetto ad altre zone del paese”¹⁹. Nei comuni della provincia ascolana, mediamente il 24,9% degli abitanti ha più di 65 anni a fronte di un dato medio della regione Marche pari al 24,5% (la media nazionale è del 22,6%). Parallelamente si assiste anche ad una riduzione dell'incidenza della popolazione giovane fino ai 14 anni. Questi numeri indicano chiaramente che la popolazione del territorio ascolano è particolarmente anziana, sebbene ciò si verifichi con un'intensità differente tra i comuni della fascia costiera e quelli dell'entroterra montano. È evidente come tale caratteristica della popolazione locale risulti di notevole interesse, soprattutto per i suoi molteplici impatti sul sistema sociale, lavorativo e sanitario del territorio.

1.21.4 Cittadini stranieri

“Analizzando i flussi migratori dall'estero, un primo aspetto da evidenziare è la minore incidenza della componente straniera della popolazione rispetto a quanto si verifica in altri territori. Al 1° gennaio 2019 i cittadini stranieri residenti nell'ascolano sono 14.307 e rappresentano il 6,9% della popolazione; rispetto ad

¹⁹ *Ivi*, p.19

altre aree si tratta di una presenza ancora piuttosto contenuta (si rilevi che la media regionale è pari al 9% e quella nazionale al 8,7%). La comunità straniera più numerosa è quella proveniente dalla Romania con il 20,2% di tutti gli stranieri presenti nel territorio; seguono i gruppi dall'Albania (16,7%) e dalla Repubblica Popolare cinese²⁰.

1.21.5 Contesto economico e mercato del lavoro - tessuto imprenditoriale

Nel 2018 il tessuto imprenditoriale della provincia di Ascoli risulta formato da 21.088 imprese attive (pari al 14,2% del totale regionale). Un indicatore per misurare il livello di diffusione dell'imprenditoria locale, è costituito dal rapporto tra il numero di imprese attive e i residenti nell'area. Calcolata in tal modo, nel 2018 la densità imprenditoriale della provincia di Ascoli Piceno, risulta pari a 101,8 imprese attive ogni mille abitanti: considerando che il dato medio regionale è pari a 97,6 e quello nazionale a 85,3, si evince come la provincia sia, un territorio con una forte propensione al "creare impresa".

1.21.6 Occupazione

In merito alla dinamica occupazionale, nel 2018 si osserva che il tasso di disoccupazione generale (maschi e femmine di 15 anni in su) si riduce notevolmente rispetto al 2017 (passando dal 14,5% al 9,4%), pur rimanendo ad un livello superiore alla media regionale (8,1%). Il mondo giovanile è particolarmente svantaggiato nel mercato del lavoro, in un contesto come quello

²⁰ *Ivi*, p.23

della provincia ascolana, con rilevanti difficoltà economiche. La condizione giovanile ha, infatti registrato negli anni un netto deterioramento, sebbene nel 2018 i dati indichino un notevole miglioramento del tasso di disoccupazione giovanile (calcolato tra i soggetti in età 15-24 anni), rispetto al livello del 2016, quando si attestava al 42,6%. È tuttavia un parametro da tenere sotto osservazione per un livello che si mantiene ancora notevolmente più alto della media regionale (26% contro il 22,1% di media regionale). In relazione alla partecipazione delle donne al mercato del lavoro, nel 2018, il tasso di disoccupazione femminile (calcolato sulle femmine di 15 anni in su) è pari al 12%, in linea con la media nazionale e tuttavia ancora troppo elevato se raffrontato al tasso di disoccupazione maschile (pari a 7,4% nel 2018). In tema di differenze di genere, potrebbe essere utile richiamare anche il dato sul gap retributivo di genere (calcolato in percentuale tra le retribuzioni medie nette di uomini e donne): per tale parametro la provincia di Ascoli Piceno occupa la 36° posizione tra le province italiane, con un differenziale negativo del 23% a sfavore delle lavoratrici.

1.21.7 Contesto sociale

“Nel 2018 le famiglie residenti nella provincia di Ascoli sono 86.736, con un numero medio di 2,4 componenti (erano 2,5 nel 2011). Nel lungo periodo si osserva che le famiglie sono caratterizzate da un processo di riduzione della dimensione e di semplificazione delle tipologie. Il dato più caratteristico di questa evoluzione è l’incremento delle famiglie unipersonali (persone che vivono da

sole). L'ampia diffusione di famiglie uni-personali è legata a vari fattori, in parte qui già analizzati: il processo d'invecchiamento, lo scioglimento di unioni matrimoniali, cittadini stranieri giovani che vivono da soli²¹. Nelle Marche, i nuclei mono-componente sono quasi una famiglia su tre e il dato dei matrimoni, disponibile a livello provinciale (2017), ne indica 627, cioè a 3,0 ogni mille abitanti. La propensione alla riduzione delle nozze è un fenomeno ormai in atto da diversi anni; nell'ultimo biennio analizzato (2016 - 2017), nel territorio ascolano si è avuta una riduzione delle unioni pari al 10,4%. Nel lungo periodo la diminuzione del numero di matrimoni risulta verificarsi in tutte le aree territoriali e potrebbe essere legata alla combinazione di più cause: da un lato una "minore propensione" alle nozze da parte dei soggetti; dall'altro la progressiva riduzione della popolazione giovane, ascrivibile alla denatalità dei decenni passati. La diminuzione del numero dei matrimoni è causata anche dall'instabilità coniugale, di cui se ne rileva un incremento costante anche a livello provinciale. La rottura dell'unione coniugale risulta un aspetto di interesse sociale, in quanto contribuisce alla diffusione delle seconde nozze e di famiglie ricostituite, composte da almeno una persona che ha vissuto una precedente esperienza matrimoniale, generando le cosiddette "famiglie allargate".

²¹ Ivi, p.36

1.21.8 Servizi sociali

Per l'analisi di questo settore, sono stati presi in esame alcuni indicatori disponibili a livello provinciale relativamente alle politiche di welfare gestite a livello locale. Risulta quindi possibile delineare il quadro delle risorse impiegate e delle attività realizzate nell'ambito della rete di servizi sociali territoriali. Un primo dato è rappresentato dalla spesa sociale degli enti locali per abitante destinata a minori, disabili e anziani: nel 2017 i comuni della provincia ascolana hanno speso 46,2 euro per abitante (fonte: Istituto Tagliacarne), ponendosi in 47° posizione tra le 107 province italiane, in una classifica in cui al primo posto si trova Trieste con 138,4 euro pro capite e all'ultimo Caserta con 81,50.

Rispetto alle quattro categorie di utenza analizzate (famiglia e minori, disabili, anziani e soggetti con fragilità economica), nella provincia di Ascoli Piceno, l'indicatore relativo al numero di comuni che erogano i servizi sociali esaminati a favore delle categorie svantaggiate è inferiore alla media regionale e nazionale, a fronte di aumento dei potenziali fruitori.

1.21.9 Istruzione e formazione

“Relativamente al tema dell'istruzione e formazione del territorio provinciale, gli indicatori sono pressoché tutti migliori rispetto ai dati medi regionali e nazionali. Ciò si osserva sia con riferimento alla più elevata quota di persone che nel 2018 hanno la laurea o eventualmente titoli superiori (il 32,6% contro il 28,2% di media regionale e 27% di media nazionale), ma anche con attenzione alla percentuale di

soggetti che hanno conseguito almeno il diploma (66,8%)”²². Un contributo positivo al miglioramento dei livelli di istruzione del territorio è dato anche dall’incidenza ridotta dei giovani esclusi sia dal percorso formativo che dal lavoro (i cosiddetti Neet), che nel 2018 si assestano al 15,5%, valore sensibilmente più basso rispetto alla media nazionale (23,4%). Si riscontra, invece, un tasso di partecipazione ancora contenuto nella formazione continua dedicata agli adulti: nel 2018 solo il 6,9% della popolazione adulta tra i 25 e i 64 anni ha frequentato un corso di studio o di formazione professionale.

1.21.10 Relazioni e partecipazione sociale

Le reti relazionali, tra persone, tra individui e istituzioni, contribuiscono a descrivere la struttura del tessuto sociale sul quale si muovono i legami di amicizia, le relazioni di parentela, i valori sociali, parte integrante di “capitale sociale”. All’interno delle relazioni sociali e partecipazione troviamo l’importante esperienza del volontariato organizzato, che sembra rappresentare un punto di forza del territorio ascolano con 72,6 enti contro i 56,7 rilevati a livello nazionale. Le organizzazioni di volontariato e la loro capacità di far emergere idee e progettualità nell’area del Terzo Settore, sono una “risorsa territoriale” di elevato valore, nella loro capacità di contribuire alla risoluzione dei problemi, di creare aree di benessere per la comunità, nonché un forte senso di comunità.

²² Ivi, p.47

1.21.11 Cultura e tempo libero

“In relazione attività culturali e a quelle svolte nel tempo libero, la classifica realizzata da “Il Sole 24 Ore” sulla qualità della vita nelle province italiane, assegna alla provincia di Ascoli la 4° posizione (su 107 province) nella graduatoria dedicata a “Cultura e tempo libero” (dopo Rimini, Firenze e Roma)”²³. Positiva sembra essere, infatti, la situazione delineata dagli indicatori esaminati: in particolare, si rileva un’offerta culturale particolarmente ricca ed eterogenea in termini di librerie, sale cinematografiche e spettacoli; una pratica sportiva diffusa e un’offerta turistica che induce ad una permanenza media nelle strutture ricettive locali più lunga rispetto ad altre località del paese.

1.21.12 Indagine qualitativa- le indicazioni di stakeholders e opinion leader

L’analisi di tipo qualitativo è stata realizzata tramite un’indagine empirica volta a verificare, con il coinvolgimento di differenti tipologie di stakeholders, i bisogni e le indicazioni sulle possibili aree sociali oggi carenti. L’indagine è stata condotta con colloqui di gruppo, realizzati attraverso Tavoli di lavoro e interviste in profondità, dirette ad esaminare le aspettative di soggetti leader di opinione del mondo sociale, imprenditoriale ed istituzionale nel territorio di riferimento. “La ricerca “sul campo” è stata realizzata nella consapevolezza che le indicazioni fornite dai soggetti coinvolti sono delle “percezioni” in termini di esigenze del

²³ *Ivi*, p.56

territorio e non costituiscono necessariamente una rappresentazione esaustiva dei bisogni”²⁴. Ogni Tavolo di Lavoro, ha coinvolto esponenti del Terzo Settore, del mondo imprenditoriale e della Pubblica Amministrazione, con l’obiettivo di acquisire, sulle tematiche oggetto di discussione, le indicazioni e le prospettive dei diversi soggetti coinvolti, nel rispetto delle loro specificità geografiche.

Nei tavoli di lavoro, si sono rilevati i bisogni emergenti e formulato alcune prime ipotesi di intervento. Si è anche rilevata una forte connessione di elementi tra le aree tematiche trattate, come ad esempio, i legami esistenti tra le questioni sanitarie e quelle sociali o gli evidenti nessi esistenti tra la cultura e lo sviluppo economico. La forte “interconnessione tra le tematiche trattate offre numerosi spunti per lo sviluppo di progetti “integrati” in grado di coinvolgere diverse aree di bisogno, differenti target di utenza e attori afferenti a vari “mondi” (pubblico, privato e non profit)”²⁵. Un’ulteriore fase di ricerca sul campo, ha coinvolto, tramite colloqui in profondità, alcuni opinion leader del territorio: esponenti del mondo pubblico, privato e sociale che, grazie al loro ruolo, sono interlocutori particolarmente idonei a mettere a fuoco le aree di debolezza del territorio e le priorità di intervento in un’ottica di promozione dello sviluppo. Particolare

²⁴ *Ivi*, p.60

²⁵ *Ivi*, p.61

attenzione rivestono l'ambito tematico sociale, filantropia e beneficenza, così come l'ambito cultura ed arte, ed infine quello sviluppo economico.

Per ciò che attiene alla tematica del sociale si segnalano le principali raccomandazioni espresse dal tavolo di lavoro:

- sviluppare progetti per creare un legame intergenerazionale tra anziani e bambini;
- sensibilizzare i giovani all'accettazione del diverso ed in particolare dello straniero e contestualmente erogare corsi di lingua italiana, di educazione civica ai cittadini stranieri presenti nel territorio;
- costruire poli educativi, che possano veicolare l'offerta dei servizi presenti nel territorio;
- realizzare percorsi formativi per lo sviluppo di SOFT SKILLS e competenze imprenditoriali dei giovani NEET, ovvero giovani che non studiano e non lavorano;
- educare alla lettura come possibile rimedio contro l'analfabetismo funzionale e per lo sviluppo del pensiero critico;
- realizzare progetti di educazione sessuale e affettività all'interno delle scuole, al fine di prevenire comportamenti non corretti ed aggressività;
- prevenire i comportamenti disfunzionali con progetti che sviluppino la creatività e il talento dei giovani, tramite attività ludiche e laboratoriali;
- sviluppare progetti di educazione alla legalità all'interno delle scuole;

- creare luoghi di incontro per giovani e famiglie allo scopo di valorizzare talenti e promuovere comportamenti di vita sani;
- formare i giovani in cerca di occupazione sulle tematiche ambientali e, in particolare, sulla raccolta differenziata;
- sviluppare progetti per accrescere le competenze in ambito digitale a favore di vari soggetti e per differenti finalità (cultura, gestione di attività, inserimento lavorativo): enti non profit, studenti di scuole medie e superiori, fasce deboli della popolazione.

Si rileva, inoltre, una “emergenza giovani”, che coinvolge differenti aspetti: un tema è quello dell’analfabetismo funzionale, al quale si aggiunge anche un analfabetismo di tipo emozionale, legato alla difficoltà nel gestire con equilibrio le relazioni interpersonali. Viene rilevato anche un problema di formazione legato alla necessità di preparare i ragazzi alle nuove sfide del mercato del lavoro, aiutandoli anche a sviluppare una nuova mentalità ad “intraprendere”. Collegato al tema dei giovani, viene evidenziato anche un problema scuola. L’istituzione scolastica non sembra oggi disporre di strumenti idonei per gestire i problemi emergenti del mondo giovanile. I programmi di insegnamento ministeriali non recepiscono i cambiamenti della società e i docenti incontrano rilevanti difficoltà nel trovare la giusta modalità comunicativa con gli studenti. Inoltre, viene rilevato un problema legato ad un numero eccessivo di giornate di chiusura durante l’anno scolastico: in alcune aree la scuola è l’unico istituto culturale esistente e si pone

un problema su come i giovani possano occupare in modo proficuo e corretto il proprio tempo libero. La creazione di centri estivi per bambini e ragazzi è considerata una necessità del territorio provinciale. Per ciò che attiene all'ambito di rilevazione sullo sviluppo economico, le indicazioni emerse sono le seguenti:

- promuovere le esperienze internazionali dei giovani e, al termine, farli rientrare nel territorio per applicare le competenze acquisite all'estero;
- supportare le iniziative imprenditoriali di giovani nelle aree dell'entroterra (anche tramite l'impiego di nuove tecnologie);
- organizzare attività di orientamento tra gli studenti di Terza Media per promuovere la scelta di percorsi di studio degli istituti professionali;
- ripensare i percorsi formativi delle scuole e delle università del territorio puntando ad una maggiore coerenza con le opportunità occupazionali esistenti nelle imprese locali;
- fare dell'ambiente un tema culturale;
- promuovere progetti di educazione ambientale nelle scuole dell'infanzia e di primo grado.

Nell'ambito dello sviluppo economico, le interviste effettuate ad esperti ed osservatori della comunità in qualità di opinion leader hanno evidenziato, che la formazione scolastica è ritenuta non coerente con le reali esigenze delle imprese locali. Si ritiene necessario, inoltre, creare opportunità per arginare la “fuga” dei giovani dal territorio, lavorare sul loro spirito di appartenenza alla comunità

locale e creare opportunità affinché rimangano nel territorio per lavorare e svilupparne progetti di rilancio. Le aziende globali ancora presenti nel territorio dichiarano di incontrare notevoli difficoltà nel reperire localmente lavoratori di elevata competenza. A tale proposito, si suggerisce l'idea di supportare la formazione internazionale di giovani talenti, legandola all'incentivazione, per trovare impiego nelle aziende del territorio. Si evidenzia, inoltre, la necessità di realizzare localmente un polo formativo e tecnologico per far fronte alle difficoltà di reclutamento di alcuni settori industriali in pieno sviluppo. A questa proposta è possibile collegare il tema dell'invecchiamento della popolazione e degli anziani, che andrebbe affrontato in modo più attivo rispetto a quanto si sta facendo. Infatti, è possibile considerandoli una risorsa e non un peso, spingendoli a mettersi al servizio della comunità, per trasferire conoscenze e competenze alle giovani generazioni (ad esempio sui mestieri e sulle produzioni artigianali del territorio), in un'ottica di intergenerazionalità. Per ciò che riguarda l'ambito tematico cultura ed arte, le proposte emerse nel tavolo di lavoro sono:

- la creazione di un network tra gli enti che si occupano di formazione, con particolare attenzione al target degli adolescenti e pre-adolescenti;
- educare i giovani alla lettura, partendo dalla scuola e dalla formazione dei docenti;

- organizzare giornate di divulgazione culturale indirizzate ad un pubblico adulto e maturo facendo dei giovani gli organizzatori e i protagonisti dell'evento;
- promuovere la lettura presso diverse fasce della popolazione;
- l'educazione e la sensibilizzazione dei giovani alla cultura è una priorità: la cultura della bellezza va coltivata in giovane età;
- bandi delle risorse economiche da dedicare ai giovani che vogliono sviluppare progetti creativi per il territorio;
- far collaborare famiglie, scuole, mondo non profit e settore pubblico per creare luoghi in cui i giovani di differenti fasce di età (12 - 18 anni) possano fare esperienza di contenuti culturali;
- progettare attività formative per sviluppare le capacità imprenditoriali dei giovani.

In tale tavolo tematico, si è evidenziata la criticità di ampliare la conoscenza delle tradizioni, della cultura locale, nelle scuole elementari e medie, al fine di sviluppare il senso di appartenenza al territorio tra le nuove generazioni. In particolare, l'artigianato è una vocazione antica, con molteplici produzioni e diverse specializzazioni territoriali (rame, cuoio, tessuti, ceramica, travertino, merletti, violini, etc). Potrebbe avere senso recuperare gli antichi mestieri intercettando la tendenza del recupero delle tecniche artigianali applicate all'industria, per la realizzazione di pezzi unici (ad es. nel settore moda).

1.22 IL COMUNE DI MONTEPRANDONE

Il focus di indagine del presente elaborato riguarda il comune di Monteprandone, al fine di reperire elementi conoscitivi, utili a stilare un documento informativo che sia orientato alla costruzione di contesti pedagogici funzionali alla crescita umana e professionale della popolazione giovanile. Strumento fondamentale per il raggiungimento di tale obiettivo è comprendere le dinamiche relazionali ed aggregative dei giovani, con l'obiettivo di valorizzarne l'aggregazione. La costruzione di realtà pedagogiche e funzionali alla crescita dei giovani rappresenta l'elemento caratterizzante di una comunità che garantisce presupposti ed opportunità multidimensionali per progettare e costruire una vita buona da vivere. Un dato interessante per valutare il target della popolazione (16/30 anni) del comune di Monteprandone riguarda le statistiche demografiche legate alla cittadinanza ed al sesso. I dati sono significativi per conoscere i bisogni, le potenzialità, gli interessi della popolazione giovanile ed ipotizzare la costruzione di luoghi a valenza educativa, capaci di offrire servizi orientati allo sviluppo delle abilità, delle competenze, ed ad una crescita equilibrata.

Abitanti di Monteprandone nati dal 01/01/1992 al 31 12/2006 divisi per cittadinanza (target 18-30 anni) - Fonte: ufficio anagrafe comunale

Grafico I.17

| CITTADINANZA | TOTALI |
|--------------|--------|
| AFGANA | 1 |
| ALBANESE | 61 |

| | |
|-------------|------|
| ANGOLANA | 4 |
| ARGENTINA | 1 |
| BENGALESE | 21 |
| BENINENSE | 1 |
| BOLIVIANA | 1 |
| BRASILIANA | 1 |
| BURKINABE' | 1 |
| CAMERUNENSE | 1 |
| CINESE | 25 |
| CONGOLESE | 2 |
| CUBANA | 1 |
| DOMINICANA | 3 |
| EGIZIANA | 1 |
| GAMBIANA | 1 |
| GHANESE | 3 |
| GUINEANA | 1 |
| GUINEENSE | 1 |
| INDIANA | 12 |
| ITALIANA | 1767 |
| IVORIANA | 10 |
| MALIANA | 5 |
| MAROCCHINA | 5 |
| MAURIZIANA | 2 |
| MOLDAVA | 2 |
| NIGERIANA | 14 |
| PAKISTANA | 2 |
| POLACCA | 12 |
| RUMENA | 3 |
| SENEGALESE | 16 |

| | |
|----------|------|
| SOMALA | 13 |
| TUNISINA | 4 |
| UCRAINA | 3 |
| TOTALE | 2002 |

ABITANTI DI MONTEPRANDONE NATI DAL 01/01/1992 AL 31/12/2016
 DIVISI PER SESSO (target 18 – 30 anni)
 Fonte: ufficio anagrafe comunale - Grafico I.18

| | |
|---------|------|
| Sesso | |
| Femmine | 950 |
| Maschi | 1052 |
| Totale | 2002 |

CAPITOLO 2

I DECISIONI MAKERS DEL TERRITORIO ED IL RUOLO DEL TERZO SETTORE

2.1 I DECISION MAKERS

I “decision makers” sono soggetti che hanno potere decisionale. Per definire il concetto di “decision makers”, è opportuno spiegare il significato di “decisione”. La decisione è una scelta cosciente e ragionata, di una tra le varie possibilità di azione, o di comportamento. Il termine deriva dal latino *decisio-onis*, derivazione di decidere, composizione di de-e-caedere, traduzione di tagliar via, e rappresenta il risultato di una serie di attività cognitive a valle delle quali ogni decisore percepisce una condizione di soddisfazione, connessa all’individuazione della soluzione ad un problema in precedenza strutturato”²⁶. Quando si analizza la strategia di un territorio, tra i decision makers, vanno sicuramente considerati gli Enti della Pubblica amministrazione, che agiscono in sinergia con i referenti del Terzo settore e con il mondo dell’impresa. Le decisioni relative ad un territorio hanno principalmente come oggetto le policy, ovvero quell’ insieme di azioni pubbliche che insistono su tutta la comunità. Proprio attraverso le policy, la Pubblica amministrazione realizza in concreto le funzioni delle quali è assegnataria. Decidere nella pubblica amministrazione, caratterizza la necessità di

²⁶ LATORA A.G., NICOSIA G., TRAPANI N., *Una metodologia di multicriteria decision making a supporto dei processi di public management*, in *Rivista italiana di Public Management*, vol.1, (luglio 2018) n.2, p.133

dare attuazione a principi amministrativi e contabili quali l'imparzialità, il buon andamento, la ragionevolezza, l'efficienza, l'efficacia, l'economicità, dell'azione pubblica. La capacità, da parte della Pubblica Amministrazione, di dare conto delle decisioni assunte, degli investimenti realizzati e dei risultati raggiunti, ovvero la capacità di rendere tracciabile il processo decisionale, è definita accountability. La conoscenza del processo decisionale, dei criteri e delle alternative decisionali, consentono anche agli stakeholders, di acquisire piena consapevolezza circa il risultato di ogni decisione, in pieno stile manageriale. In un'epoca in cui l'azione politica è fortemente condizionata da elementi soggettivi ed emozionali, l'adozione di uno stile decisionale trasparente, solidamente supportato da approcci analitico-quantitativi, per la valutazione costi-benefici, per l'analisi costi-efficacia, per l'analisi dei rischi, viene considerato strumento innovativo dei processi del settore pubblico e garanzia di corretta esecuzione dell'azione amministrativa.

2.2 IL MARKETING SOCIALE

Con l'espressione "marketing sociale", introdotta nel 1971, da Philip Kotler, si intende "l'utilizzo delle strategie e delle tecniche del marketing per influenzare un gruppo di persone, target, ad accettare, modificare o abbandonare un comportamento in modo volontario, al fine di ottenere un vantaggio per i singoli individui o la società nel suo complesso". Una strategia di marketing sociale è utile anche a creare l'identità e il posizionamento, comunicando la mission in

modo chiaro, trasparente e, soprattutto, personalizzato. Il marketing sociale, che ha trovato una propria identità e si è affermato negli anni Settanta, è una disciplina in cui si inseriscono diverse attività di norma afferenti ad altre discipline: la comunicazione, l'educazione, le scienze economiche e sociali; attinge a molti principi del marketing for profit ma ha delle peculiarità che lo differenziano profondamente e che possono essere come di seguito evidenziate:

- l'orientamento al target: qualunque sia il destinatario, il marketing sociale usa un approccio bottom-up. Le caratteristiche del target rappresentano la base di ogni intervento. Il marketing sociale cerca di capire cosa vogliono realmente le persone, fornendo loro un supporto nel cercare di ottenerlo;
- la segmentazione del target: il marketing sociale non realizza interventi a pioggia, ma seleziona sottogruppi di popolazione, in base alla omogeneità del bisogno e della sua soddisfazione, orientandoli al comportamento desiderato, che produce benefici sia a livello individuale che di comunità;
- il focus sui comportamenti: il successo di un intervento di marketing sociale si misura in base al fatto che il comportamento desiderato sia stato adottato o meno;
- la valutazione: gli interventi vengono valutati basandosi sulla misurazione continua dei risultati (cioè il livello di modifica del comportamento del target di riferimento).

Quattro caratteristiche possono invece considerarsi distintive del marketing sociale:

- la teoria dello scambio: il marketing sociale si distingue dagli altri approcci volti alla modifica dei comportamenti, per il concetto di valore di scambio, secondo cui i consumatori sceglieranno un comportamento per ricevere in cambio i benefici;
- la concorrenza: sul mercato esistono sempre alternative al comportamento proposto. Le strategie di marketing sociale mirano a offrire un prodotto di scambio che il target considera di maggior valore rispetto ad altre opzioni disponibili;
- le 4 P del marketing operativo: prodotto, prezzo, place e promozione sono le fondamenta degli interventi di marketing sociale. Nel complesso viene definito marketing mix e verrà analizzato, più dettagliatamente, nel capitolo V del presente elaborato;
- la sostenibilità: gli interventi di marketing sociale mirano a un comportamento che duri nel lungo periodo. La sostenibilità nasce dal monitoraggio continuo del programma e dalle successive modifiche sulla base dei cambiamenti che si verificano nel target, a livello ambientale.

2.3 LE PECULIARITA' DEL SERVIZIO

Per un approccio corretto al marketing sociale è fondamentale porre attenzione al servizio. Tale termine deriva dal latino *servitium*, in cui si faceva letteralmente

riferimento a prestazioni servili (da schiavi), gratuite ed obbligatorie. Successivamente, con il progredire sociale, il servizio è stato identificato con una prestazione fornita da enti pubblici o privati, per soddisfare un bisogno manifestato dalla collettività. I tratti più importanti che caratterizzano un servizio possono essere sintetizzati: a) l'intangibilità, ovvero l'impossibilità di un servizio di essere visto, toccato, udito, prima che il servizio stesso sia stato effettuato; b) l'inseparabilità dalla fonte, ovvero l'esecutore di un servizio/prestazione è parte intrinseca dello stesso e lo connota fortemente, tanto che un servizio non può essere separato da colui che lo eroga; c) l'interazione del fruitore nel servizio reso, da intendersi nel senso che la buona fruizione di un servizio dipende anche dalla partecipazione del utente/cliente; d) impossibilità di standardizzare, poiché risulta non fattibile erogare i servizi in modo identico, anche per soddisfare lo stesso bisogno. Si cerca infatti di rendere il più possibile omogenei i servizi, suddividendoli in elementi che possono essere misurabili e comparabili anche in relazione alla soddisfazione del cliente/ utente; e) la contestualità, in cui la fase di produzione e la fase di fruizione coincidono. Nel servizio, l'operatore è centrale in tutto il processo perché è colui che materialmente lo eroga, lo rende unico ed irripetibile.

2.4 IL TERZO SETTORE

Il termine di Terzo Settore fa riferimento all'esistenza di un primo settore costituito dallo Stato, nella sua dimensione di servizi pubblici; un secondo settore

rappresentato dall'impresa profit. Il Terzo settore è composto da quelle realtà che esprimono una forte caratterizzazione ideale. Per Terzo settore si intende quindi quel complesso di enti privati, costituiti per il conseguimento, senza scopo di lucro, di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, che in attuazione del principio della sussidiarietà ed in coerenza con i rispettivi statuti o atti costitutivi, promuovono e realizzano attività di interesse generale. Le azioni compiute dal Terzo settore si esplicano mediante in forme di volontariato, gratuite, di mutualità, o di produzioni e scambio di beni e servizi. Il Terzo settore si caratterizza per una profonda crescita intorno agli anni Ottanta, poiché è lo Stato a garantirne lo sviluppo, sul piano sociale ed economico. Altresì, lo Stato manifesta difficoltà di intervento e di azione, in alcuni aspetti, quali:

- “graduale riduzione della ricchezza, per l’aumento del costo del lavoro e conseguente dislocazione della produzione in paesi in via di sviluppo;
- diminuzione della popolazione attiva e quindi di quella contributiva, rispetto alle esigenze di aumento di richieste assistenziali;
- aumento della quantità e qualità dei servizi richiesti da parte della popolazione, per l’innalzamento della durata della vita;
- difficoltà del sistema pubblico nel far fronte ad esigenze di servizi di qualità, a livello territoriale, considerata la complessità dei bisogni”²⁷.

²⁷ MARI A, *Op. cit.*, p.67

Proprio negli anni Ottanta, in alcune Nazioni europee, lo Stato assume un ruolo sempre più residuale nel rispondere ai cittadini, in merito ai bisogni individuali e collettivi, evidenziati nella società. “In Italia, la residualità dello Stato, sul piano dell’intervento sociale, si è verificata più lentamente, tenuto conto del ritardo con il quale il welfare state si è strutturato”²⁸. Nonostante ciò, anche nel nostro paese, sono emerse esigenze nuove legate ad aspetti politici e culturali propri dell’ultimo scorcio del secolo XX. Nascono nuove esigenze di partecipazione alla vita democratica e all’impegno civile e sociale, sottoforma di volontariato e si assiste sempre più, alla crisi finanziaria del sistema pubblico, alla crisi delle ideologie politiche e degli ideali pubblici. In tale squilibrio, si è sempre più affermata l’azione privata, organizzandosi in una dimensione chiamata Terzo settore o privato sociale, che si impegna negli ambiti non coperti o parzialmente coperti dallo Stato, come quelli attinenti alle fasce sociali escluse ed emarginate dalla vita lavorativa e in settori pubblici. Coloro che operano nel Terzo settore, sono spinti non solo da motivazioni etiche ma anche da fini di solidarietà ed altruismo, per cui difficilmente possono essere imbrigliati in sistemi istituzionali che offrono garanzia per libere iniziative. Ciò pone problemi da un punto di vista giuridico: da un lato si ha il problema di tutelare le persone nel loro diritto di operare liberamente, dall’altro di distinguere il soggetto collettivo che si costituisce, per perseguire fini di solidarietà sociale, da quello che si struttura per perseguire un

²⁸ *Ivi*, p.66

utile economico. L'assenza di lucro è l'elemento discriminante che rende i soggetti del Terzo settore diversi da ogni struttura produttiva.

È essenziale sottolineare quanto il Terzo settore trovi fondamento nella Costituzione e precisamente nell'articolo due, dove si afferma che *“la Repubblica riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell'uomo, sia come singolo, sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità, e richiede l'adempimento dei doveri inderogabili di solidarietà politica, economica e sociale”*. Si trovano qui affermati i diritti dei singoli, dei gruppi, delle aggregazioni sociali, oltre alla dimensione solidaristica, nel quadro della iniziativa privata in campo economico. In particolare, nell'articolo 18 della costituzione, viene riconosciuta e garantita la libertà di associazione. Con la legge costituzionale n. 3 del 2001, riferita all'articolo 118 della costituzione, si afferma inoltre il principio di sussidiarietà orizzontale, quando si dispone che *“Stato e Regioni, Città metropolitane, Province e Comuni, debbono favorire l'iniziativa dei cittadini, singoli e associati, per lo svolgimento delle attività di interesse generale, sulla base del principio di sussidiarietà”*. Il privato sociale ha avuto negli anni un'importante evoluzione sia a livello politico-sociale che normativo perché, si è posto come possibile alternativa ai servizi che l'istituzione pubblica ha difficoltà a coprire. In questa situazione, le varie forme di privato sociale, si organizzano e si strutturano in funzione pubblica e diventano risorsa del territorio, in quanto sviluppano azioni ed interventi con mandato pubblico. In particolare, è possibile riferirsi alle

cooperative sociali, alle loro peculiarità giuridiche, con cui si inseriscono in settori espliciti dell'intervento pubblico e si abilitano ad una azione pubblica. Uno degli aspetti più innovativi del Terzo settore è l'essere riconosciuto come un soggetto che promuove una rete di azioni territoriali e conoscenze specifiche, tanto da poter essere considerato come promotore di un "*welfare community*: una società che si organizza dal basso promuovendo servizi anche fuori ed oltre la volontà pubblica. In questo contesto, l'istituzione pubblica assume il compito di regolatore del sistema dei servizi territoriali ed in alcuni casi di controllore"²⁹. Tale aspetto è da riferirsi alle situazioni contrattuali delle cooperative sociali con la pubblica amministrazione che appalta servizi ad organismi di privato sociale, garanti di operatività a livello territoriale. Assicurare il buon andamento dei servizi appaltati attraverso la vigilanza, è una responsabilità affidata agli enti pubblici appaltanti.

2.5 L'EVOLUZIONE GIURIDICA DEL TERZO SETTORE

Il Terzo settore ha cominciato a svilupparsi già a metà '800, manifestandosi in forme non regolate e spontanee, come le società di mutuo soccorso o le case del popolo. L'evoluzione del Terzo settore è stata caratterizzata da una evoluzione giuridica, che ha visto un'innovazione di grande rilevanza rappresentata dall'introduzione nel Testo Costituzionale del principio di sussidiarietà, secondo quanto sancito dal primo comma dell'art. 118, ripreso poi dalla legge costituzionale n. 3/2001. Alla luce di tale evoluzione, il principio di sussidiarietà e

²⁹ *Ivi*, p.68

la connessa trasformazione del rapporto pubblico–privato nell’organizzazione, nell’erogazione dei servizi alla persona, costituiscono i pilasti del nuovo modello di welfare in Italia. Questo ha peraltro determinato una profonda trasformazione dell’intervento statale con il passaggio da un modello incentrato sulla prevalenza dell’erogazione pubblica dei servizi, ad un modello in cui i diritti sociali si inseriscono in un sistema di servizi sociali a più protagonisti, dove prevalente è la cura e la garanzia dei diritti della persona, più che l’individuazione dei soggetti cui ne è affidata la tutela. Nel 2002 ha preso avvio l’attività istituzionale dell’Agenzia per il Terzo Settore, che rappresenta un organismo governativo di diritto pubblico, operante sotto la vigilanza della Presidenza del Consiglio dei Ministri. In questi anni ha assunto sia compiti di vigilanza e controllo sull’operato dei soggetti di Terzo settore, sia di promozione e mediazione tra il settore non profit, altri attori politici, istituzionali economici e sociali. L’Agenzia opera affinché, su tutto il territorio nazionale, venga perseguita una uniforme e corretta osservanza della disciplina legislativa e regolamentare delle Onlus, attraverso l’esercizio dei poteri di indirizzo, promozione, vigilanza e controllo. Ad oggi, l’opera più importante compiuta nell’excursus giuridico descritto, riguarda senza ombra di dubbio la riforma con legge delega n. 106 del 6 giugno 2016, riforma dell’impresa sociale e per la disciplina del servizio civile universale. Tale riforma è stata avviata già dal 13 maggio 2014, con la redazione delle Linee Guida per una Riforma del Terzo settore, da parte del Consiglio dei Ministri, dalle quali

risulta la volontà di costruire un rinnovato sistema che favorisca la partecipazione condivisa, attiva e responsabile, delle persone, singolarmente o in forma associata, per valorizzare il potenziale di crescita e di occupazione, insito nell'economia sociale e nelle attività svolte dal Terzo settore. La ratio della legge delega, è stata quella di spingere il Governo ad intervenire su aspetti assai rilevanti dei meccanismi di funzionamento del Terzo Settore, come la formulazione di una compiuta definizione giuridica dello stesso, la redazione di un codice del Terzo Settore, una generale semplificazione normativa, l'apertura dei Centri di Servizio al Volontariato, la riforma della disciplina dell'impresa sociale, l'istituzione del Servizio Civile Universale, l'istituzione della Fondazione Italia Sociale. Uno degli aspetti rilevanti della riforma del Terzo Settore è certamente quello di aver creato un quadro legislativo unitario, ed aver semplificato la normativa inerente al no profit, garantendo una coerenza giuridica, logica e sistemica. In particolare, con la riforma del Terzo settore, è stato stilato il codice del terzo settore, con decreto legislativo del 3 luglio 2017 n. 117, che ha provveduto al riordino e alla revisione complessiva della disciplina vigente in materia sia civilistica che fiscale, definendo il perimetro del Terzo settore in maniera omogenea ed organica.

2.6 LEGGE 8 NOVEMBRE 2000, N. 328 “LEGGE QUADRO PER LA REALIZZAZIONE DEL SISTEMA INTEGRATO DI INTERVENTI E SERVIZI SOCIALI “

Un momento importante nell'evoluzione del percorso legislativo relativo al Terzo settore si è realizzato con la legge 8 novembre n. 328 del 2000, per la realizzazione del sistema integrato di interventi e politiche sociali: il legislatore ha inteso rilanciare la programmazione delle politiche sociali a livello locale, attuando il principio di sussidiarietà dettato dall'art.118 della Costituzione, specificando, altresì, che agli attori coinvolti, quali gli enti locali, le regioni e lo Stato, spetta “riconoscere e agevolare il ruolo degli organismi non lucrativi di utilità sociale”. Anche in considerazione delle nuove prospettive emergenti a livello di politica amministrativa con la nascente teoretica della public governance, una novità introdotta dalla legge n. 328/00, consiste nell'adozione del metodo della pianificazione, con il fine specifico di disegnare il sistema integrato di interventi socio sanitari e servizi sociali, di definirne i livelli essenziali e di garantirne la fruizione alle persone ed alle famiglie, per un sostanziale miglioramento della qualità della vita, del benessere delle persone e della collettività. Per agevolare operativamente la metodica della pianificazione sociale, viene introdotto lo strumento dell'Ambito Sociale Territoriale (ATS) che rappresenta la sede principale della programmazione locale, concertazione e coordinamento degli interventi dei servizi sociali e delle altre prestazioni

integrate, attive a livello locale. L'ATS è costituito da un'aggregazione intercomunale, in cui si identifica un comune capofila, che ha il compito di pianificare e programmare i servizi sociali dei comuni in forma associata ed in relazione con altri soggetti del territorio, sia pubblici che privati, al fine di creare una sinergia di risorse territoriali. L'ATS è individuato dalle Regioni, (in base all'articolo 8, comma 3 lettera "a", tramite le forme di concertazione con gli enti locali interessati) che determina anche le modalità e gli strumenti per la gestione unitaria del sistema locale dei servizi sociali a rete. Le Regioni esercitano, quindi, la funzione di programmazione, coordinamento ed indirizzo degli interventi sociali, garantendone l'adeguamento alle esigenze delle comunità locali, nonché di verifica della rispettiva attuazione a livello territoriale. Nello specifico, il Piano Regionale per un sistema integrato di interventi e servizi, affida agli ATS, i seguenti obiettivi di carattere generale:

- dotare tutti i territori di una rete di servizi essenziali, alla quale sia garantita pari opportunità di accesso ai cittadini che vivono o lavorano nella regione;
- creare le condizioni per l'integrazione dei servizi, guardando non solo alla costruzione organica del rapporto tra sanitario e sociale, ma al più ampio sistema di welfare;
- promuovere il quadro più congruo per la piena attuazione degli indirizzi della programmazione nazionale e regionale;

- favorire l'esercizio associato delle funzioni sociali da parte dei comuni ed una gestione unitaria della rete dei servizi.

L'Ambito Territoriale Sociale è un organismo che non ha personalità giuridica, le cui funzioni gestionali vengono svolte dal comune capofila. La struttura organizzativa è composta dal Comitato dei sindaci, soggetto politico di riferimento, ed è l'organo deputato a svolgere le seguenti funzioni:

- individuare l'ente locale capofila e nominare il coordinatore di Ambito;
- istituire l'Ufficio di piano, di cui fanno parte i responsabili dei servizi sociali dei comuni facenti parte dell'Ambito;
- definire le forme di collaborazione tra i comuni e l'Azienda Sanitaria di riferimento, i contenuti degli accordi di programma, le possibili collaborazioni;
- approvare il programma delle attività territoriali del distretto per la parte relativa alla integrazione socio-sanitaria;
- elaborare ed approvare il piano di zona, istituendo al tal fine i tavoli di concertazione, per garantire il coinvolgimento dei soggetti territoriali nella progettazione e realizzazione degli interventi e per promuovere la partecipazione attiva dei cittadini. L'obiettivo principale del piano di zona è quello di conoscere il territorio, rilevarne le risorse esistenti ed i servizi già attivati sia pubblici che privati, individuare i bisogni che non trovano risposta, le zone meno dotate di servizi, le potenzialità attivabili.

2.7 GLI INTERVENTI SOCIALI DEL COMUNE DI MONTEPRANDONE

Per descrivere gli interventi sociali oggi presenti nel comune di Monteprandone, è possibile far riferimento alla Carta dei servizi Sociali ed educativi, documento nato dal continuo e costruttivo dialogo instaurato negli anni tra il Comune che eroga i servizi e i cittadini che fruiscono degli stessi. La Carta dei servizi sociali ed educativi rappresenta una guida, in continuo aggiornamento, che evidenzia le esigenze delle persone, delle famiglie, dei giovani, degli anziani, dei diversamente abili, definendo, altresì, le modalità di accesso ai servizi e la qualità garantita. Attraverso la Carta dei servizi sociali ed educativi, il Comune dichiara concretamente gli impegni assunti con i cittadini ed i principi a cui i servizi sono uniformati. L'indicatore di riferimento per erogare un servizio sociale è denominato ISEE, strumento che serve a valutare e confrontare la situazione economica nel suo complesso delle famiglie, nel momento in cui richiedono prestazioni sociali agevolate, o servizi di pubblica utilità. L'ISEE documenta la situazione economica, familiare, relativa ad ogni singolo componente, e per poter usufruire di un servizio sociale, il suo valore non deve superare la soglia del reddito, stabilita annualmente a livello nazionale. Le attività sociali, presenti nella Carta dei servizi sociali ed educativi, possono essere suddivise e sintetizzate in sei aree tematiche dove vengono esplicitati le principali tipologie di intervento:

1. Area a sostegno della famiglia

- assegni di maternità per ogni figlio nato o adottato, sia per cittadini comunitari o extracomunitari;
- assegni per nucleo familiare con almeno tre minori, sia per cittadini comunitari o extracomunitari, e consiste in un contributo economico erogato dall'INPS;
- alloggi di edilizia residenziale pubblica - ERP (legge regionale n. 36/2005) che rappresenta una forma di edilizia agevolata, ovvero le assegnazioni di alloggi, attraverso uno specifico bando rivolto a cittadini o famiglie in condizioni di difficoltà;
- sostegno alla locazione (legge n. 431/1998 art 1) che è un fondo nazionale a sostegno alla locazione, integrato con risorse comunali, che offre un parziale rimborso annuale, con la partecipazione ad un bando comunale, a coloro che sostengono un canone di affitto, ad alta incidenza sul reddito;
- assistenza economica agli indigenti (D.C.C. N. 6/2015) ovvero intervento economico finalizzato al soddisfacimento dei bisogni fondamentali per promuovere l'autonomia e superare stati di difficoltà;
- spazio ascolto donne: uno sportello di consulenza finalizzato al sostegno di tutte quelle donne che si trovano a vivere una condizione di disagio personale o familiare, derivante da forme di maltrattamento fisico o

psicologico o di altro genere, con servizi di sostegno in campo sociale, psicologico e legale, sotto la guida di operatori del Terzo settore.

2. Area interventi a favore dei minori

- fornitura gratuita o semigratuita di libri di testo per alunni che frequentano le scuole secondarie di I° e II° grado, sia statali che paritarie;
- servizio di prolungamento scolastico, rivolto ai bambini della scuola di infanzia, un servizio socio-educativo ad integrazione dell'attività didattica, con attività ludica, sotto la guida di operatori del Terzo settore;
- doposcuola, servizio gratuito, rivolto agli alunni degli ultimi tre anni della scuola primaria, della secondaria di I° grado del comune, all'interno del quale è stato attivato un laboratorio di alfabetizzazione informatica, sotto la guida di operatori del Terzo settore;
- il centro di Animazione e Socializzazione Pomeridiano "AIRONE", servizio, gratuito, gestito in Ambito Territoriale Sociale, volto a promuovere il benessere dei bambini e ragazzi, normodotati o diversamente abili in età scolare. Vengono svolte attività ludico, ricreative, educative e sportive, sotto la guida di operatori del Terzo settore;
- centro estivo, realizzato durante il mese di luglio, per sostenere le famiglie nel periodo in cui termina l'attività scolastica e consiste in attività ludiche, laboratoriali e motorie, sotto la guida di operatori del Terzo settore;

- assistenza educativa domiciliare minori: servizio, gratuito, gestito in Ambito Territoriale Sociale, da operatori del Terzo Settore, al fine di sviluppare potenzialità, acquisire autonomie, rivolto a minori in situazione di disabilità o a minori che vivono in situazioni a rischio;
- asilo nido: servizio rivolto ai bambini per sostenere la loro crescita e di supporto ai genitori che lavorano.

3. Area interventi a favore dei giovani

- Centro di Aggregazione Giovanile “GiovArti”: struttura polivalente (bibliomedia, laboratori musicali, sala esposizione, info point, corsi di orientamento per l’imprenditoria giovanile), finalizzato a promuovere lo sviluppo e individualità dei giovani, in un contesto di valorizzazione dell’aggregazione giovanile.

4. Area intervento a favore degli anziani

- servizio di assistenza domiciliare: prestazioni di natura socio-assistenziale erogate a domicilio. È presente, anche, uno sportello “badanti ed assistenti familiari”, quale servizio di informazione che favorisce l’incontro domanda – offerta, per famiglie con soggetto anziano alla ricerca di una badante e l’offerta di nuove opportunità lavorative per le stesse badanti;
 - centro ricreativo culturale, spazio di promozione delle relazioni interpersonali tra anziani, gratuito e gestito da associazione di volontariato.
- Un ulteriore intervento è denominato “Nonno Civico” che permette

all'anziano di mettere a disposizione le competenze e parte del proprio del tempo libero, in azioni di volontariato a favore della comunità;

5. Area interventi a beneficio dei disabili

- assistenza scolastica per l'autonomia e la comunicazione (legge regionale n. 18/96), assistenza in ambito scolastico e gratuita, sotto la guida di operatori del Terzo settore;
- contributi finalizzati al pagamento o al rimborso di servizi specifici a supportare la disabilità sensoriali;
- assistenza domiciliare educativa con sostegno domiciliare, gratuita, per la cura dell'igiene personale e degli ambienti di vita;
- tirocini di inclusione sociale, inserimento o reinserimento finalizzato all'inclusione sociale, all'autonomia, alla riabilitazione delle persone in carico ai servizi sociali e/o servizi sanitari, attraverso un percorso professionale che non può superare 4 anni;
- centro socio-educativo Riabilitativo Diurno "La Clessidra", luogo di prestazioni integrate di tipo educativo riabilitativo, tese a migliorare la qualità della vita, favorendo l'integrazione sociale.

6. Area interventi a favore degli immigrati

- servizio, gratuito, informativo per immigrati, uno spazio di consulenza, informazioni, orientamento, segretariato sociale, rivolto agli immigrati;

- servizio gratuito, di sostegno linguistico e scolastico, di prima alfabetizzazione, nelle scuole dell'obbligo, erogato attraverso operatori qualificati.

2.8 ANALISI DEL TERZO SETTORE SUL TERRITORIO NAZIONALE E REGIONALE

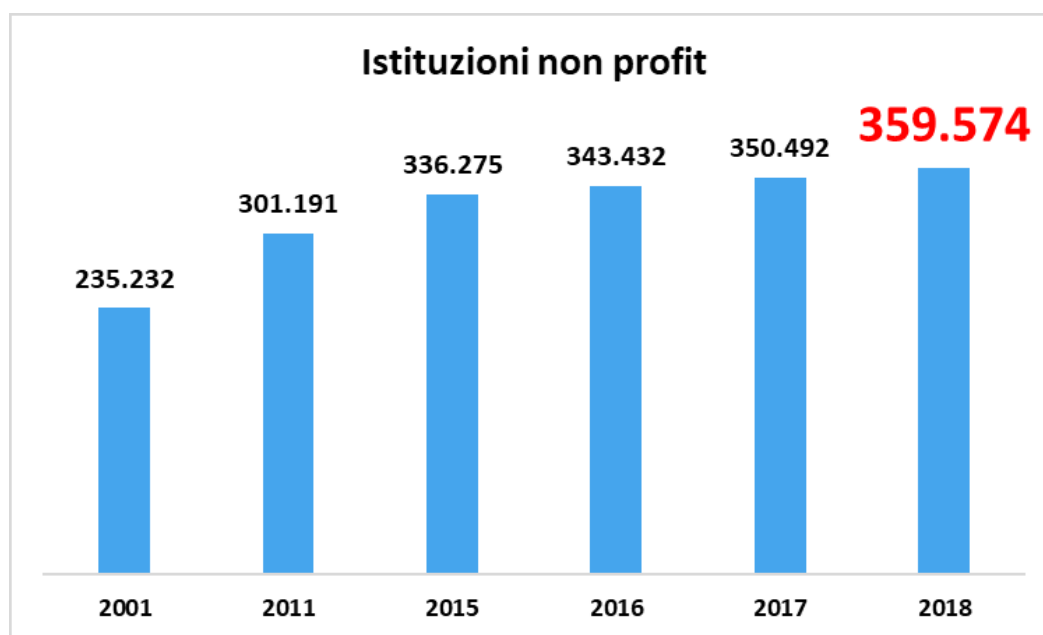
Le attività del Terzo settore, hanno un impatto su varie dimensioni della vita sociale e rappresentano il presidio del territorio: “i soggetti sociali di prossimità hanno «il polso diretto» della situazione anche all'interno di piccole comunità. Il Terzo Settore è anche attore dell'innovazione sociale, grazie alla capacità di rispondere ai nuovi bisogni con creatività (servizi reinventati in pochissimi giorni sull'onda dell'emergenza) e di mobilitare un gran numero di individui per il sostegno di soggetti in difficoltà, fornendo servizi non sempre disponibili sul mercato”³⁰. Durante l'emergenza covid, associazioni e cooperative hanno coadiuvato le strutture pubbliche offrendo aiuti di tipo alimentare, psicologico e soprattutto sanitario. Le forme d'imprenditorialità sociale riconducibili al Terzo Settore hanno un ruolo fondamentale per contrastare i problemi sociali emergenti, per creare valore economico ed innescare nuovi processi di sviluppo nei territori. “Le attività legate al non profit assumono una valenza economica molto rilevante.

In Europa, queste rappresentano il 6,4% dell'occupazione (11,9 milioni di posti di

³⁰ Cfr. GREGORI G., ALUNNO MC, *Le dimensioni del terzo settore e il suo sviluppo: Convegno Il Terzo settore come “volano” per lo sviluppo territoriale* : 29 giugno 2021, Ancona, Univpm, Bottega del Terzo Settore, Fondazione Carisap,

lavoro) e circa il 7% del PIL dell'UE. In Italia sviluppano un valore economico di circa 80 miliardi di euro pari al 5% del PIL, operando con quasi 360 mila enti e oltre 850 mila lavoratori. Il dato è ancora più significativo considerando anche la quantificazione del risparmio sociale derivante dalle ore di lavoro messe gratuitamente a disposizione da quasi 5,5 milioni di volontari (Istat, vari anni).”³¹ Si riporta, di seguito, un grafico per illustrare l'aumento negli anni delle Istituzioni no profit.

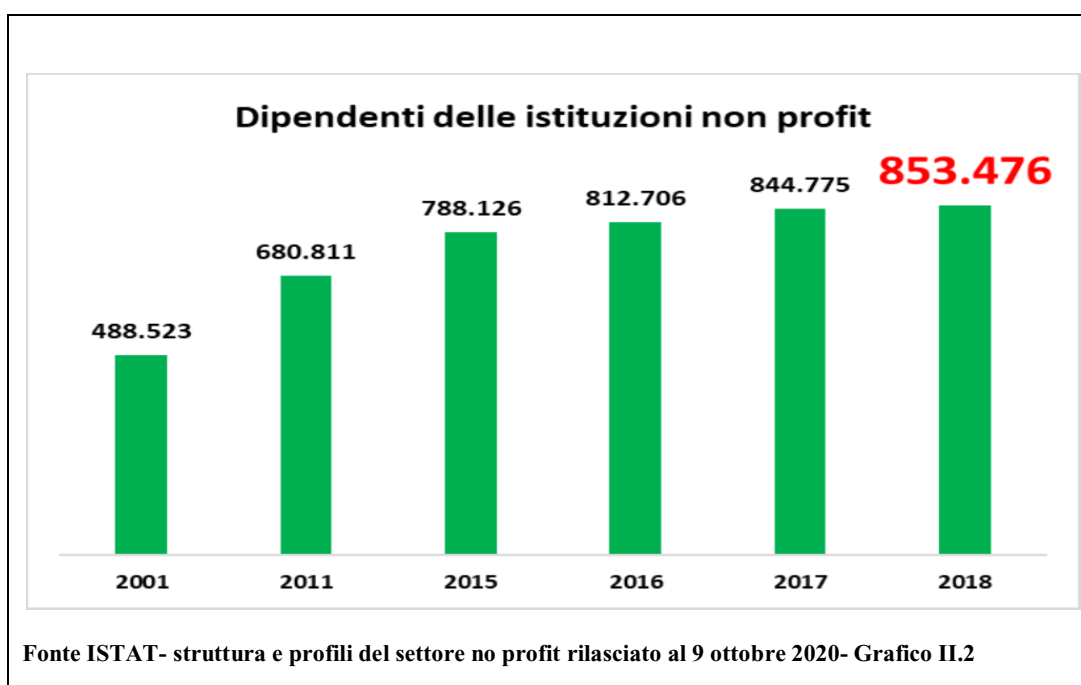
Numero Istituzioni non profit tra il 2001 al 2018 – dati al 31 dicembre di ogni anno.



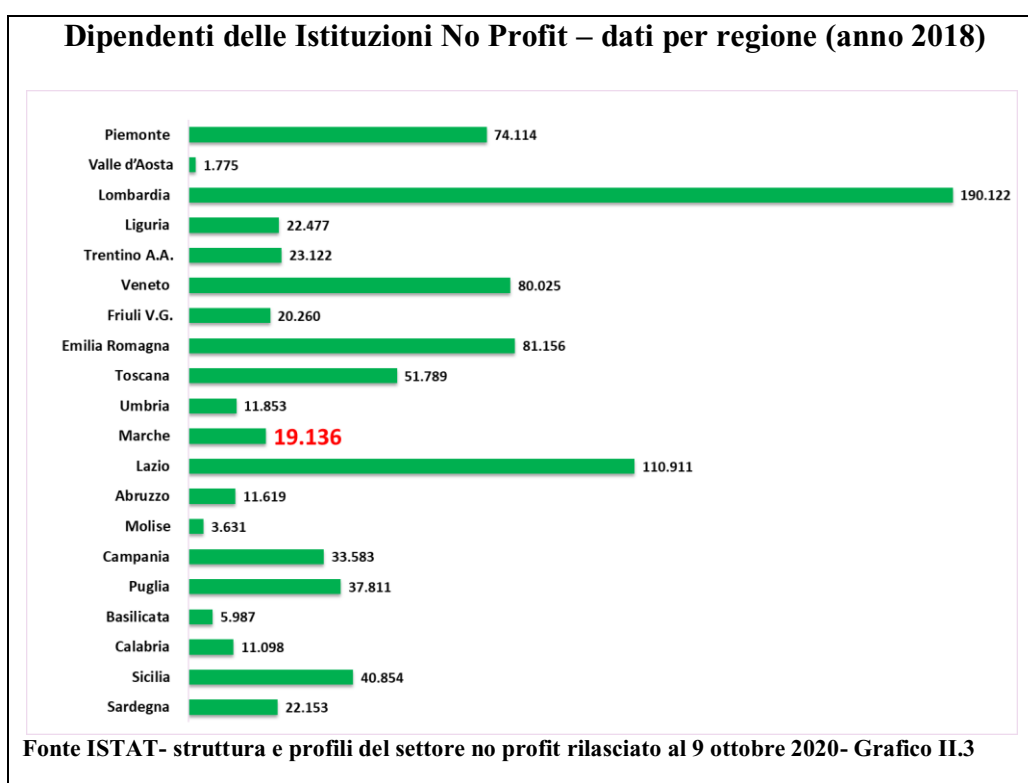
Fonte ISTAT- struttura e profili del settore no profit rilasciato al 9 ottobre 2020- Grafico II.1

³¹ Cfr. *Ibidem*

Risulta interessante osservare nel grafico l'aumento delle istituzioni no profit, sul sistema nazionale, un aumento che è possibile quantificare pari al 53% e che ha inciso in modo importante sul sistema economico/produttivo nazionale. A livello locale, per ciò che concerne le Regione Marche, sulla base di dati ISTAT, struttura e profili del settore no profit-aggiornamento rilasciato il 9 ottobre 2020, è possibile avere, per forma giuridica, l'incidenza in percentuale degli enti no profit, rispetto al sistema economico/produttivo. È possibile elencare le diverse realtà no profit: associazioni riconosciute e non riconosciute 85%, cooperative sociali 3,1%, fondazioni 2,0%, altre forme giuridiche 9,3%. Anche in termini occupazionali, negli anni esaminati, aumenta l'impatto del no profit sul sistema produttivo nazionale, un aumento che si può osservare nel grafico sottostante



Da un quadro nazionale come chiarito nel sottostante grafico e sulla base di dati ISTAT, struttura e profili del settore no profit-aggiornamento rilasciato il 9 ottobre 2020, è possibile avere il numero dei dipendenti degli enti no profit della regione Marche.



Per ciò che concerne la regione Marche, sulla base di dati ISTAT, struttura e profili del settore no profit (aggiornamento rilasciato il 9 ottobre 2020), è possibile avere l'incidenza, relativa all'anno 2018, dei dipendenti, almeno per sei settori:

- Assistenza sociale e protezione civile 51,1%

- Sanità 17,0%
- Istruzione e ricerca 3,9%
- Sviluppo economico e coesione sociale 14,6%
- Cultura, sport e ricreazione 4,6%
- Relazioni sindacali e rappresentanza interessi 4,5%

È bene considerare che l'economia sociale, soprattutto in questi ultimi 20 anni, non si limita alla sola attività degli enti no profit, ma include anche il supporto crescente offerto dalle imprese for profit, che operano sempre più come produttori sociali. La modalità della collaborazione tra profit e no profit si polarizza intorno a due dimensioni opposte, ma collegate ai possibili obiettivi dell'impresa, quali:

1. la logica della vendita, dove si profila un aumento delle vendite, un raggiungimento di un nuovo target di consumatori, una migliore reputazione dell'impresa;
2. la responsabilità sociale dell'impresa, nel senso che molte imprese considerano necessario essere parte attiva della comunità, realizzando i progetti con enti no profit.

Sull'onda della sinergia tra profit e no profit, è stato costituito sul territorio un Centro di ricerca e servizi interdipartimentale per le innovazioni e le metodologie applicate al Terzo Settore (CRISMAT). Il Centro è nato dalla volontà della Fondazione Carisap, ed in collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche, si propone di realizzare, con approccio strategico ed innovativo, attività

di ricerca, di sperimentazione, di formazione, di consulenza sul no profit e sugli ambiti ad esso collegati. La finalità è quella di diffondere la cultura, l'azione, nonché di supportare la concreta operatività per lo sviluppo del Terzo Settore.

2.9 ANALISI DEL TERZO SETTORE SUL TERRITORIO PROVINCIALE

Per analizzare la dimensione del Terzo settore, nella provincia di Ascoli Piceno, sono stati presi come riferimento i dati forniti dall'Associazione Bottega del terzo settore, ente voluto fortemente dalla Fondazione Carisap. La Bottega Terzo Settore è un'associazione di enti del Terzo settore, nata nel 2017 per costruire un forte welfare di comunità nel piceno. La sede di Bottega del Terzo Settore è collocata nel cuore di Ascoli Piceno; nasce dal recupero e dalla restituzione alla collettività dell'ex Cinema Olimpia, storico edificio, acquistato e restaurato dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Ascoli Piceno; è un luogo di incontro, di spazi di coworking, di aree e attrezzature multimediali, di sale per riunioni e formazione. La Bottega del Terzo settore, è anche un luogo aperto alla comunità, dove persone e organizzazioni quotidianamente studiano, organizzano eventi, cooperano per realizzare qualcosa di buono per sé e per gli altri, alimentando processi di coesione sociale, innovativi e sostenibili. Gli enti no profit, che ad oggi aderiscono alla Bottega del Terzo settore sono 195, di cui 186 sono della provincia di Ascoli Piceno, 2 sono della provincia di Roma, 1 di Aosta, 1 di Bologna, 1 di Macerata, 2 di Pesaro Urbino, 1 di Ancona, 1 di Fermo. Nel medesimo luogo è operativo anche il Centro Servizi per il Volontariato, composto

da 81 associazioni di promozione sociale, da 284 organizzazioni di volontariato e da 100 cooperative sociali.

2.10 ANALISI DEL TERZO SETTORE DI MONTEPRANDONE

Nel comune di Monteprandone, attualmente, operano n. 6 cooperative sociali che gestiscono i vari servizi sociali esposti precedentemente e risultano iscritte al registro comunale n. 67 associazioni no profit, non tutte però sono attive. Le associazioni, sulla base del loro oggetto di interesse principale, vengono chiamate a partecipare ai vari progetti che l'amministrazione realizza per la comunità. La strategia di intervento proposta dal Comune di Monteprandone afferisce all'Ambito territoriale sociale n. 21 (ATS), di cui il comune fa parte, la cui finalità principale è rispondere ai bisogni sociali per la promozione del benessere della popolazione del territorio, attraverso il Piano Sociale Territoriale. Il Piano Sociale Territoriale si pone tre macro-obiettivi: 1) consolidamento dell'ATS, 2) sviluppare specifiche politiche di settore in modalità partecipata, 3) realizzare innovazione territoriale, partecipata e locale, per rispondere ai bisogni specifici e promozione del benessere della popolazione.

2.11 PRINCIPI DELLA PROGRAMMAZIONE TERRITORIALE

La programmazione territoriale è strettamente legata alla programmazione regionale, ma sviluppa specifici strumenti innovativi per rispondere ai bisogni del territorio, si sviluppa in sintonia con le seguenti macro-finalità del Piano Sociale Regionale: programmazione, integrazione, standardizzazione, regolazione,

ricostruzione, partecipazione. Per la realizzazione del Piano Sociale Territoriale, si evidenziano due macro- principi, strettamente legati, che sono:

- coesione sociale, intesa come attenzione alle relazioni di uomini e donne di un territorio, per la promozione del benessere di tutti i cittadini e le cittadine;
- comunità responsabile per valorizzare il primato della comunità locale, nella logica della sussidiarietà orizzontale e verticale.

Il macro principio della partecipazione è il cardine del sistema dell'ATS, inteso come luogo di analisi, programmazione e costruzione di soluzioni ai bisogni sociali del territorio, nella logica della promozione del benessere del territorio stesso, attraverso la partecipazione di tutti gli stakeholder interessati. Gli obiettivi definiti nei singoli Piani Sociali Territoriali, sono strettamente collegati agli obiettivi strategici previsti nel Piano Sociale Regionale, al fine di supportare il processo di sviluppo di un sistema regionale coerente e di dialogo costante tra regione e territori. Il processo di costruzione dei singoli piani di ATS permette di evidenziare gli specifici bisogni e le relative risposte, che le singole reti di attori sono capaci di sviluppare nei singoli territori. Per ogni singolo obiettivo specifico, il piano sociale territoriale, sviluppa quattro aspetti, quali:

1. analisi critica, dei bisogni del territorio e dello stato dell'arte, al fine di evidenziare eventuali buone pratiche da poter condividere
2. identificazione degli obiettivi da raggiungere nel triennio;

3. identificazione delle criticità nel raggiungimento degli obiettivi, al fine di supportare i territori nella loro costruzione di una strategia condivisa;
4. costruzione di indicatori di processo e di risultato, al fine di realizzare un sistema di monitoraggio e valutazione.

Il Piano Sociale Territoriale è uno strumento operativo, un piano processo che si evolve, uno strumento di lavoro a disposizione di tecnici, politici, cittadini, per conoscere, ascoltare, dare risposte adeguate in termini di programmazione territoriale, di politiche sociali e socio-sanitarie, integrate con altre azioni di welfare. Uno strumento di welfare territoriale pubblico e partecipato con la società civile, costruito secondo co-programmazione e co-progettazione, modalità operative, che saranno esaminate nel capitolo successivo.

CAPITOLO 3

LA CO-PROGRAMMAZIONE E LA CO-PROGETTAZIONE

3.1 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il carattere strutturale della crisi economica, le difficoltà nel fronteggiare i disagi che derivano da tale situazione, hanno evidenziato la fragilità del modello socio-economico contemporaneo, che non riesce più a fornire risposte efficaci ai nuovi bisogni socio assistenziali. Il modello di welfare tradizionale, concepito principalmente come intervento pubblico, non sembra più essere l'unica soluzione, ed emerge la necessità di poter disporre di modalità più celeri ed efficaci di utilizzo delle risorse disponibili. Il gap generato tra bisogni emergenti ed offerta di servizi si ripercuote principalmente sulle fasce più deboli della società, rispetto alle quali, i servizi sociali sono l'espressione istituzionale di una comunità che si prende cura delle persone più fragili. Le attività nell'ambito del contrasto al disagio sociale, se realizzate, con modalità partecipative e in luoghi idonei, svolgono funzioni di prevenzione e inclusione. Il potenziamento dei servizi avviene quando si dispone di strumenti che valorizzano la costruzione di una rete collaborativa inter- istituzionale con il Terzo Settore. La definizione condivisa e coordinata di obiettivi e strumenti comuni non può che determinare perciò un miglioramento del servizio erogato, e consente di realizzare iniziative coerenti rispetto alle esigenze del territorio. Dagli anni 90, si sono andati

delineando tre modelli di welfare regionale in Italia, che si differenziano sotto cinque punti di vista: il ruolo attribuito agli utenti e alle loro famiglie; il ruolo attribuito ai fornitori privati (no profit e for profit); il ruolo attribuito agli Enti Locali; il ruolo della Regione nel sistema di welfare; l'ammontare di risorse investite negli interventi sociali. Di seguito i tre modelli:

- “a) Le Regioni con approccio “comunitario-mercantile”
- b) Le Regioni con approccio “social-programmatorio”
- c) Le Regioni con un livello di scarso investimento nel sociale”³²

Le Regioni appartenenti al primo modello hanno spinto molto per costruire i quasi mercati, ossia una competizione nei servizi fra erogatori pubblici e privati; allo stesso tempo hanno cercato di concentrare la gestione del welfare locale in capo alla sanità e meno sui Comuni. Le Regioni appartenenti al secondo modello hanno spinto per costruire un modello centrato lungo l'asse Comuni-Regione, favorendo il ruolo dei primi dentro un'ottica di coordinamento e cooperazione. Le Regioni appartenenti al terzo modello, si differenziano da quelle dei due modelli precedenti, non tanto per la scelta degli strumenti di governance del sistema dei servizi sociali, quanto per il limitato investimento economico di risorse, per fronte ai bisogni della popolazione del proprio territorio.

Le Marche si collocano storicamente all'interno del secondo modello, quello con approccio “social-programmatorio”, e si è dotata di un modello di costruzione del

³² REGIONE MARCHE, *Op.cit.*, p.3

proprio sistema di interventi sociali, basato su un processo incrementale e consensuale dal basso, all'interno del quale i Comuni sono stati sostenuti. Nella sostanza i tre modelli di welfare regionale hanno dovuto confrontarsi con tagli di risorse economiche, maggiori vincoli, anche in termini di rendicontazione, in termini di impiego di tali risorse. Tutto ciò è avvenuto in un contesto in cui la crisi ha parzialmente ridisegnato la mappa dei bisogni e delle priorità, con una crescita esponenziale dei problemi legati all'integrazione socio-lavorativa, accanto ai bisogni più tradizionali di natura socio-sanitaria. L'attuale modello di welfare marchigiano si pone come obiettivi strategici, quelli di investire di un ruolo forte i Comuni e la Regione, di riorganizzare i rapporti tra l'ente pubblico e il Terzo Settore, nell'ottica del coordinamento e della valorizzazione delle risorse della comunità, promuovendo una gestione associata dei servizi Sociali a livello di Ambito Territoriale Sociale (ATS). Gli ATS rappresentano il braccio operativo territoriale delle politiche sociali regionali, che ha permesso lo sviluppo di esperienze di governance partecipate, in cui i cittadini sono protagonisti. L'assetto organizzativo degli ATS, che quasi sempre coincide con i raggruppamenti territoriali dei distretti sanitari, negli ultimi anni, si è caratterizzato, per una elevata autonomia organizzativa, che ha permesso lo sviluppo di progettazioni innovative.

3.2 CO-PROGRAMMAZIONE E CO-PROGETTAZIONE

Il Codice del Terzo settore ha consacrato la partnership tra Pubblica Amministrazione ed Enti del terzo settore, ampliando le dimensioni di concertazione e riducendo la complessità istituzionale nei processi di programmazione ed implementazione delle politiche sociali e dei servizi. Tale concertazione non è da riferirsi solo ai servizi di tipo socio-sanitari ma alla programmazione degli interventi in tutte le attività di interesse generale. La definizione condivisa e coordinata di obiettivi, strumenti comuni, non può che determinare un miglioramento del servizio erogato, consentendo di selezionare iniziative coerenti rispetto alle esigenze del territorio. Pertanto l'ente pubblico può avvalersi di procedure innovative, flessibili e partecipate, attraverso una consultazione pubblica, per l'acquisizione di apporti collaborativi, contributi, spontanei e gratuiti, consulenze di tipo tecnico, per lo studio di problematiche complesse, con la costituzione di tavoli misti con stakeholder, operatori economici, attraverso lo strumento della co-programmazione e co-progettazione, come forme innovative di partenariato pubblico-privato. In tal modo è possibile generare un approccio basato sulla creazione di sinergie e collaborazioni tra soggetto pubblico e privato, in applicazione del principio di sussidiarietà e nel rispetto dei principi di pari opportunità, trasparenza e reciproca autonomia. La co-programmazione e co-progettazione introducono la possibilità di avvalersi di forme di partenariato in grado di incrementare la condivisione di responsabilità, di

rischi e di vantaggi tra i soggetti coinvolti, nei servizi di welfare locale. L'ente del Terzo settore (Ets) si caratterizza per lo svolgimento di attività di interesse generale che lo rendono affine all'ente pubblico per gli obiettivi perseguiti: per questo motivo sono previste forme di relazione tra i due soggetti che non presuppongano, come nel caso dei soggetti di mercato, interessi diversi e contrapposti, ma un partenariato per perseguire insieme una finalità condivisa. Gli strumenti della co-programmazione e della co-progettazione hanno l'intento di permettere al territorio e ai soggetti del Terzo Settore di avere un ruolo più propositivo ed entrare a pieno titolo nel sistema del welfare, superando il tradizionale rapporto committente-fornitore. Si tratta, quindi di interventi, quali: la realizzazione di progetti innovativi e sperimentali di servizi di interesse generale in ambito locale; la riorganizzazione di iniziative, interventi, attività di interesse generale in ambito locale; la realizzazione di interventi complessi previsti nei piani di zona con ricaduta nell'ambito territoriale, da realizzare in partnership tra le Amministrazioni pubbliche e i soggetti selezionati. La titolarità delle scelte in merito all'attivazione del procedimento di co-programmazione, co-progettazione e gli ambiti di operatività rimane in capo all'ATS, al quale è riconosciuta la facoltà di sospendere, interrompere il procedimento. I due termini quali co-programmazione e co-progettazione, pur essendo accomunati dalla stessa logica di concepire i rapporti collaborativi tra enti pubblici ed organizzazioni della società civile, presentano delle distinzioni.

3.3 LA CO-PROGRAMMAZIONE

La co-programmazione è finalizzata all'individuazione, da parte della Pubblica amministrazione, dei bisogni della comunità, degli interventi necessari e delle risorse disponibili. La norma, che definisce la co-programmazione è volutamente scarna, poiché è centrale il concetto di discrezionalità dell'ente pubblico nelle modalità di azione per lo svolgimento di attività di interesse generale, ma chiari sono invece i presupposti, le finalità e l'ambito di applicazione. L'ente pubblico, mediante il procedimento di co-programmazione, quale attività istruttoria, acquisisce gli interessi ed i bisogni rappresentati dagli enti del Terzo settore e dalle altre amministrazioni, elaborando il quadro dei bisogni e dell'offerta sociale. La co-programmazione è una procedura distinta e specifica rispetto alla più generale programmazione sociale, si innesta in essa, completandola e/o integrandola, supportando l'amministrazione comunale nella pianificazione degli interventi, fornendo elementi utili alla scelta dello strumento migliore, per la loro gestione. La co-programmazione può essere attivata per affrontare una specifica problematica non presa in considerazione dal programma sociale comunale o dai piani sociali di comunità, i quali, grazie al nuovo input, possono essere, successivamente, adeguati ed aggiornati. A partire dalle finalità e prospettive individuate in sede di programmazione sociale, la co-programmazione, relativamente ad un ambito e/o bisogno specifico, sviluppa in maniera articolata e collaborativa, con altri soggetti ritenuti significativi, gli obiettivi operativi,

proponendo linee di intervento ritenute efficaci. Pertanto, la co-programmazione è uno strumento che stabilizza il ruolo attivo del Terzo Settore nella costruzione di politiche pubbliche. Nello svolgimento del procedimento viene garantito il rispetto dei principi previsti dalla normativa vigente in materia di procedimento amministrativo e dunque in particolar modo, quelli in materia di trasparenza e di prevenzione dei conflitti di interesse. Per avviare la co-programmazione, l'ente pubblico, deve aver depositato il Piano contenente la programmazione territoriale. Le operazioni e le attività del tavolo di co-programmazione sono debitamente verbalizzate a cura dell'ente pubblico procedente e si applicano. Per il loro espletamento, le norme regolanti la conferenza dei servizi, Legge 241/90, con le seguenti precisazioni:

1) il materiale raccolto e i verbali sono assoggettati alla disciplina della trasparenza e sono pubblicati. In caso di accesso civico generalizzato, saranno comunque forniti al richiedente. Tale misura è necessaria per garantire il rispetto dei principi di trasparenza e di non discriminazione, in quanto evita che i soggetti partecipanti alla co-programmazione possano trovarsi, nella eventuale fase dell'affidamento in una posizione di vantaggio competitivo nei confronti di altri potenziali interessati;

2) ciascun partecipante dovrà firmare una declaratoria di responsabilità e riservatezza delle informazioni acquisite nel corso dell'istruttoria;

3) in caso di avvio della co-programmazione ad iniziativa privata, il relativo proponente, dovrà sottoscrivere una dichiarazione di esonero dell'ente pubblico da ogni responsabilità, legata alla relativa proprietà intellettuale, nonché di consenso al trattamento (eventuali modifiche, integrazioni) e alla trasparenza del progetto medesimo. Entro 30 giorni dalla Determinazione conclusiva degli esiti della co-programmazione, l'ente pubblico adegua il Piano contenente la programmazione territoriale sociale locale.

3.4 LA CO-PROGRAMMAZIONE NELL'AMBITO TERRITORIALE SOCIALE 21

Per una migliore illustrazione dell'istituto della co-programmazione, si ritiene adeguato riportare l'esperienza dell'Ambito ATS 21, che ha istituito cinque tavoli tematici di lavoro, quali:

- a) lotta all'esclusione sociale, fragilità e alla povertà;
- b) sostegno alle persone con disabilità;
- c) sostegno alle persone in situazione di non autosufficienza;
- d) sostegno all'invecchiamento attivo;
- e) sostegno alle capacità genitoriali e politiche giovanili.

Ogni tavolo di lavoro è stato organizzato intorno ad un obiettivo ed una domanda guida, quali:

- condividere le domande di assistenza e intervento, la costruzione dei bisogni sociali sul tema riferimento;

- quali domande di assistenza e intervento sono portate dagli attori che partecipano al tavolo? quali bisogni sociali si delineano sul tema?

Tali tavoli tematici sono stati attivati e costituiti, con atto del comitato dei Sindaci, al fine di poter svolgere la funzione di partecipazione, di supporto nelle attività di formulazione, monitoraggio e valutazione dei piani sociali di ambito. La loro attività viene formalizzata nei verbali che vengono redatti ad ogni incontro, e si caratterizza dal disegno partecipativo, che è una modalità operativa composta dai seguenti elementi: elenco degli attori coinvolti nei tavoli nella fase della partecipazione, l'agenda del percorso partecipativo, l'elenco degli incontri svolti e da svolgere. L'intera co-programmazione dell'Ambito Territoriale Sociale 21 è stata denominata "Insieme per un territorio Ambito" ed è costituita dai vari progetti dei diversi settori sociali, alcuni dei quali sono già operativi. Nel paragrafo successivo, verrà esposto, quello, rivolto alla popolazione giovanile.

3.5 CO-PROGETTAZIONE: MODALITA' DI INTERAZIONE TRA PUBBLICO E PRIVATO SOCIALE

In un contesto di welfare sempre più dinamico e mutevole, gli attori pubblici e privati hanno ricercato nuove modalità comunicative e di interazione, al fine di costruire un sistema integrato, capace di rendere sinergiche le risorse di attori differenti, così come recita la legge 328/2000. Uno degli strumenti più rilevanti è la co-progettazione ovvero una modalità di azione grazie alla quale, soggetti pubblici, privati e del Terzo settore, accomunati da uno stesso obiettivo,

condividono idee, risorse, professionalità, riconoscendo reciprocamente il sapere specifico di cui, ciascun partecipante al tavolo è portatore. Co-progettare, significa, principalmente, mettersi in gioco e destrutturare tutte le modalità relazionali consolidate nel corso del tempo. Uno degli aspetti più interessanti della co-progettazione è senza dubbio il modificarsi del tradizionale rapporto di committenza, in cui il pubblico decide e il privato esegue, in favore di processi decisionali maggiormente cooperativi. Tuttavia, se sul piano teorico definire questo cambio di paradigma appare semplice, la sua concretizzazione è indubbiamente più complessa e comporta la ridefinizione del ruolo dell'attore pubblico come soggetto che, definite le priorità generali, diventa attivatore ed integratore di risorse del territorio, inquadrando quindi in quel contesto il Terzo settore, non soltanto come soggetto esecutivo. Un'altra questione rilevante nelle esperienze di coprogettazione è sicuramente, quella del cofinanziamento. Si tratta di un elemento che, contribuisce a responsabilizzare tutti i partecipanti verso la realizzazione del progetto. La coprogettazione è dunque uno strumento estremamente valido, tuttavia è necessario inserire all'interno del processo di lavoro, una fase precedente alla discussione delle proposte progettuali, dedicata alla presentazione dei soggetti coinvolti, valorizzando al meglio le risorse di ciascun partner. La co-progettazione, trasforma le tradizionali logiche dell'appalto, ridefinendo, agli attori coinvolti, un ruolo e modalità operative, caratterizzate da un clima di negoziazione.

3.6 UN MODELLO POSITIVO DI CO-PROGRAMMAZIONE E CO-PROGETTAZIONE RIFERITO ALLA POLPOLAZIONE GIOVANILE, AMBITO TERRITORIALE E SOCIALE N. 21

Il progetto che viene presentato fa parte delle iniziative “Insieme per un territorio Ambito” e si realizza attraverso il servizio dell’Unità di Strada e vede la collaborazione dell’ATS 21, dell’Asur Marche n. 5 - Dipartimento Dipendenze Patologiche- , della Bottega del Terzo settore, della Cooperativa Sociale Cooss. Marche, della Regione Marche e le Scuole secondarie di I° e II° dei comuni dell’ATS 21. Il servizio è attivo e consolidato nella rete istituzionale e formale del territorio già da alcuni anni, ma le attività realizzate hanno comportato un’espansione delle tematiche inizialmente oggetto di prevenzione (alcol e sostanze stupefacenti) come l’utilizzo sano delle nuove tecnologie (internet addiction, cyber bullismo, ecc.) il gioco d’azzardo patologico, sensibilizzazione di sane abitudini alimentari e la promozione dell’intercultura. “L’obiettivo generale è quello di favorire nei giovani la consapevolezza sulle conseguenze dell’adozione di comportamenti a rischio e lo sviluppo di fattori di protezione, come pensiero critico e life skills”³³. Il servizio opera nelle scuole secondarie di I° e II° con gruppi classe, attraverso laboratori tematici con attività rivolte agli insegnanti e ai genitori, con sportelli di ascolto psicologico. Vengono svolte attività nei luoghi di

³³AMBITO TERRITORIALE 21, ASUR AV5, BOTTEGA DEL TERZO SETTORE, REGIONE MARCHE, COOSS.MARCHE COOP.SOC., *Insieme per un territorio AMBITO*, 2021, San Benedetto del Tronto, p.2

aggregazione giovanile e nei luoghi del divertimento, nei locali, nei concerti ed eventi, con l'utilizzo di un desk infopoint nella distribuzione di materiale informativo, gadget, promozionali, alcol test monouso e rilevazione volontaria del tasso alcolemico, monitorando, attraverso questionari anonimi i comportamenti nell'uso di alcol e sostanze stupefacenti. È possibile esporre alcuni dati relativi al 2021: "l'infopoint è stato presente 46 volte in eventi e locali del divertimento, entrando in contatto con 1544 ragazzi dei quali 897 hanno compilato il questionario anonimo, distribuiti 328 gadget promozionali e 984 brochure informative"³⁴. Sono stati attivati sportelli di ascolto psicologico in tutti gli Istituti Scolastici Comprensivi dell'ATS 21, negli Istituti secondari di II° nel Liceo Scientifico "B. Rossetti", Ipsia "A. Guastaferrò", e sono in via di organizzazione nell'Istituto d'Istruzione Superiore "Fazzini-Mercantini". Inoltre, sono stati attivati laboratori tematici con gruppi classe, nei diversi Istituti scolastici comprensivi dell'ATS 21, nelle scuole secondarie di II grado, come il Liceo Scientifico "B. Rossetti" e laboratori di socializzazione nelle prime classi dell'Ipsia "A. Guastaferrò". Per quanto riguarda invece i dati relativi al 2019, è possibile riportare i risultati dell'indagine sugli stili di vita degli adolescenti dell'ATS 21, attraverso un campione rappresentativo del territorio, nella modalità di campionamento per tipologia d'istituto, di sesso ed età. Sono stati intervistati

³⁴ *Ivi*, p.5

150 studenti, di età compresa tra i 14 e 19 anni, di cui 75 di sesso maschile e 75 di sesso femminile, frequentanti gli Istituti secondari superiori dell'ATS21, dal primo al quinto anno scolastico. Rispetto all'uso dell'alcol, l'87,5% degli adolescenti dichiara di aver bevuto sostanze alcoliche, e volendo attenzionare il motivo del consumo di alcolici, si hanno le seguenti risposte: il 28,78% ha dichiarato che usa alcolici per divertimento, il 9,35% per non pensare a niente, il 7,63% per stare in gruppo, il 4,18% per sballarsi, il 2,58% per effettuare prestazioni sessuali, il 5,04% per essere disinibito, il 44% per altro. Nell'affrontare il tema del bullismo, il 39,6% dei ragazzi, ha affermato di aver assistito ad episodi di bullismo nella propria classe mentre il 57,6% del campione sostiene che dinamiche di bullismo non si sono mai verificate in classe. Il 2,8% del campione rivela che tali episodi accadano costantemente. Il 70,4% del campione dichiara di non essere mai stato vittima di bullismo e il 68,8% sostiene di non aver mai preso parte ad episodi di prepotenze espresse sugli altri, il 29,6% è stato vittima di bullismo durante il percorso scolastico, mentre il 18,1% del campione delle scuole medie ha preso parte ad episodi di predominanza. Le relazioni scolastiche, altro argomento esaminato, ovvero il rapporto con i propri compagni di classe, risulta abbastanza buono per il 95,8%, mentre in merito al rapporto con gli insegnanti, il 94,5% afferma che è abbastanza buono, al contrario il 5,5% lo ritiene non buono o pessimo. La percezione della qualità del rapporto con i compagni e con gli insegnanti, risultano associati in modo positivo ad

entrambi e sono correlati positivamente con la qualità del rapporto con i genitori. Inoltre, sembra che un peggiore rapporto con i propri compagni sia associato ad un livello più alto di trascuratezza dello studio. Altra dimensione indagata è il rapporto con i genitori che viene definito buono e abbastanza buono dal 42,4% circa, mentre il 4,2 % lo ritiene non buono ed il 1,4% pessimo. Dai dati analizzati è intuibile che la qualità del rapporto con i genitori è positivamente correlata alla qualità delle relazioni con altre figure significative (compagni di classe ed insegnanti). La percezione di un miglior rapporto con i genitori e della libertà concessa, risultano correlati ad una minore tendenza a trascurare lo studio. In merito allo sport, più della metà del campione pratica attività, mentre il 36,4% degli studenti ha riferito di averlo praticato in passato ed il 4,9% di non aver mai svolto nessuno sport. Il 54% non ha mai smesso di fare sport, mentre la maggioranza ha abbandonato l'attività sportiva in particolare tra i 12 ed i 14 anni. Tra coloro che praticano sport, più del 90%, ritiene che sia un'attività molto o abbastanza piacevole. Riguardo alle culture straniere, il 79,8% si dichiara molto o abbastanza disposto a conoscere culture di altri paesi, al contrario il 20,2 % si dice per niente o poco disponibile a conoscere abitudini straniere. Nonostante la maggioranza si dichiara aperta ad apprendere informazioni su nuove culture, solo il 52,5% sostiene che anche la nostra identità culturale non sia messa (per nulla o poco) in pericolo dalla presenza di stranieri in Italia.

3.7 ESEMPIO DI COPROGETTAZIONE VINCENTE IN ALTRI CONTESTI TERRITORIALI

Una realtà significativa di co-programmazione e co-progettazione, rivolta alla popolazione giovanile, che si è realizzata e si sta realizzando in altri contesti territoriali, è quella rappresentata dal progetto “Ci sto? A fare fatica” che intende stimolare minori e adolescenti a valorizzare al meglio il tempo estivo, attraverso attività di cittadinanza attiva e cura dei beni comuni. Si intende recuperare il prezioso contributo educativo e formativo dell’impegno, in particolare di quello manuale, in cui i giovani sono affiancati e accompagnati da adulti. L’iniziativa prevede la costituzione di gruppi composti ciascuno da una decina di adolescenti dai 14 ai 19 anni. Ciascun gruppo ha un giovane volontario (tutor) e alcuni volontari adulti (handymen) che svolgono l’attività al mattino, dalle 8:30 alle 12:30, dal lunedì al venerdì. Il territorio è chiamato a sostenere ed accompagnare i gruppi di ragazzi/e, in modi diversi: un ruolo chiave sarà affidato agli handymen, o maestri d’arte, adulti tuttofare capaci di trasmettere piccole competenze tecniche/artigianali ai ragazzi e di guidare il gruppo insieme ai tutor. I gruppi lavorano per pacchetti settimanali dopo la fine della scuola. Per tutti i partecipanti sono previsti dei buoni fatica del valore di € 50,00, da spendere negli esercizi commerciali locali. Anche ai tutor viene riconosciuto un buono fatica, del valore di € 100,00. “Gli spazi da sistemare vengono messi a disposizione da associazioni sportive, parrocchiali, sociali del comune o anche dal Comune stesso. Devono

essere possibilmente azioni di straordinaria manutenzione, sistemazione di un parquet, tinteggiatura di una scuola, riqualificazione di un sottopasso, panchine da tinteggiare”³⁵. Le associazioni ospitanti mettono a disposizione, i materiali e le attrezzature. Il progetto punta ad operare su diverse dimensioni, con l'intento di valorizzarle:

- dimensione intergenerazionale con la presenza di un adulto stabile al fianco dei ragazzi; intreccio di competenze creative giovanili e abilità tradizionali artigianali;
- valore della fatica, come riconoscimento dell'importanza dell'attività manuale per l'acquisizione di competenze; tempi, ruoli, organizzazione che insegnano la fatica del lavoro, la puntualità, il rispetto dei ruoli e delle consegne assegnate;
- dimensione grupppale, grazie alle relazioni tra pari, con giovani e adulti significativi; ruoli, funzioni e responsabilità differenti ma con un riconoscimento e una gratificazione collettiva per tutta la squadra.

Fondamentale è la rete con l'Amministrazione Comunale, le scuole, le famiglie, i servizi del territorio e le aziende stesse, al fine di creare un welfare che partendo dal basso, coinvolga realmente a diversi livelli, tutta la comunità. Inaugurato nel 2016 dal Comune di Bassano del Grappa, con gli strumenti della co-

³⁵ COOP.SOC.CAROVANA, COOP.SOC.JONATHAN, COMUNI DELL'ALTA PADOVANA, REGIONE VENETO, *Ci sto ? Affare fatica!*, Alta Padovana, 2021, p.1

programmazione e co-progettazione, attivati con la Cooperativa Sociale Carovana, con la Cooperativa Sociale Jonathan, con i comuni dell'Alta Padovana, il progetto ha riscosso ogni anno un successo sempre maggiore, arrivando a circa 4000 partecipanti dell'edizione 2020, con un totale di 400 squadre di giovani impegnati. Tra le regioni che hanno aderito fin da subito c'è anche la regione Marche, dove il progetto è seguito dal Centro Servizi del Volontariato e coinvolge anche ragazzi anche di età tra i 16-21 anni. Oggi, nel territorio Veneto, sono coinvolti più di 100 Comuni, nelle Marche circa 66 comuni, con un coinvolgimento di più di 500 squadre e 5000 ragazzi totali. Questo progetto, considerati gli ottimi risultati ottenuti, ha contagiato anche altre regioni italiane, tanto che per il 2022 è stato organizzato, nelle seguenti regioni: Lombardia, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Emilia Romagna, Umbria, Lazio, Campania, Calabria, Sicilia, Sardegna. Un valore distintivo del progetto riguarda l'attenzione alla cura dei beni comuni, permettendo ai ragazzi di diventare custodi del proprio territorio e portatori di capacità, non solo di bisogni.

3.8 ANALISI GIURICA DELLA CO-PROGRAMMAZIONE E CO-PROGETTAZIONE

È importante cogliere l'ampiezza delle riforme giuridiche avviate negli ultimi anni che hanno definito nuove relazioni tra la pubblica amministrazione e il terzo settore. Le riforme emanate sono collegate ad altri interventi normativi,

originando un fenomeno ciclico. Nello specifico negli anni 90 sono state emanate: la legge 241/90 sul procedimento amministrativo, la legge 142/90 sulle autonomie locali, la 381/91 sulla cooperazione sociale. Negli anni 2000: la legge 328/2000 sul sistema integrato dei servizi sociali, la legge 267/2000, testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali, la legge costituzionale n. 3/2001. Altre norme significative sono state: il codice dei contratti pubblici (D. Lgs. n. 50/2016), la legge per la riforma della P.A. (n. 124/2015), la disciplina sulla trasparenza (d. lgs. n. 97/2016), il Testo Unico sulle partecipate (D. lgs n. 175/2016), la legge delega per la riforma del terzo settore (n. 116/2016) e relativi decreti legislativi, tra i quali il d. lgs. n. 111/2017 sul 5 x 1000, il d. lgs n. 112/2017 sull'impresa sociale e il d. lgs n. 117 /2017 "Codice del Terzo Settore" (CTS). I contenuti innovativi di quest'ultimo provvedimento normativo, possono essere schematizzati nel modo seguente:

- definizione degli enti del terzo settore (art. 4);
- individuazione delle attività di interesse generale (art. 5);
- Registro Unico nazionale degli enti del terzo settore;
- regime di trasparenza;
- obbligo della redazione del bilancio sociale;
- valutazione dell'impatto sociale.

Risulta rilevante soffermarsi sugli articoli 5 e 55 del Codice del Terzo Settore. Nell'articolo 5 si indicano le attività di interesse generale, quali interventi e servizi sociali, interventi e prestazioni sanitarie, prestazioni socio-sanitarie, organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale e religioso, servizi finalizzati all'inserimento o reinserimento nel mondo del lavoro, riqualificazione dei beni pubblici inutilizzati o beni confiscati alla criminalità organizzata; nell'articolo 55, riferiti alle attività di interesse generale, si individuano due strumenti, quali la co-programmazione e la co-progettazione, che stabilizzano il ruolo attivo degli enti del Terzo settore nella costruzione di politiche pubbliche, nello svolgimento delle attività di interesse generale, previste dal Codice. Nello specifico, l'articolo 55 recita: "in attuazione dei principi di sussidiarietà, cooperazione, efficacia, efficienza ed economicità, omogeneità, copertura finanziaria e patrimoniale, responsabilità ed unicità dell'amministrazione, autonomia organizzativa e regolamentare, le amministrazioni pubbliche, nell'esercizio delle proprie funzioni di programmazione e organizzazione a livello territoriale degli interventi e dei servizi nei settori di attività, di cui all'articolo 5, assicurano il coinvolgimento attivo degli enti del terzo settore, attraverso forme di co-programmazione e co-progettazione e accreditamento poste in essere nel rispetto dei principi della legge 7 agosto 1990 n. 241, nonché delle norme che disciplinano specifici

procedimenti ed in particolare, quelle relative alla programmazione sociale di zona”³⁶.

3.9 OSSERVAZIONI

La stagione della co-programmazione e della co-progettazione, favorita dall’approvazione del Codice del Terzo Settore, apre nuove sfide per il welfare locale e suoi attori. Superare una fase dominata dalla concorrenza, spesso mossa da obiettivi di budget, per consolidare le basi collaborative nel terzo settore, è una prospettiva da accogliere con grande soddisfazione. Passare da un welfare burocratico e competitivo, ad un welfare collaborativo, comporta non fare di più con le stesse risorse ma “do more with more”, fare di più con un maggiore sforzo, in quanto le attività collaborative sono molto impegnative in termini di risorse da investire e non sono solo un fatto tecnico da gestire in modo appropriato, sotto il profilo organizzativo ed amministrativo. La co-programmazione e la co-progettazione sono anche precise scelte politiche, che definiscono un tipo e un modello di welfare locale, efficace, una rimodulazione del perimetro all’interno del quale si intende operare, e risolvere le criticità riscontrabili sul sistema dell’offerta dei servizi.

³⁶ GALLO L. *La Riforma del Terzo Settore, i cambiamenti per la formazione professionale e le imprese sociali*, Bologna, Scuola Centrale Formazione, 15/03/2018, p. 12

CAPITOLO 4

LA VALORIZZAZIONE DELLA COMPONENTE GIOVANILE NELLE DINAMICHE DI SVILUPPO STRATEGICO DEL TERZO SETTORE

4.1 LA GOVERNANCE DELLE POLITICHE GIOVANILI

La definizione di gioventù, in Italia non è regolamentata dalla legge e varia in base al campo applicazione specifico. La legislazione in materia di politiche sociali e i provvedimenti attuativi, sia a livello nazionale che regionale, individuano generalmente il quattordicesimo anno, quale limite di età a partire dal quale si applicano le norme dedicate ai giovani, mentre il limite di età superiore, varia in base alle leggi specifiche dei gruppi di target delle misure adottate. Il target delle azioni del Dipartimento per le politiche giovanili e il Servizio Civile Universale è rappresentato dalla fascia di età compresa tra i 14 e 28/35 anni, in base alle specifiche misure adottate. Lo status di giovane, come portatore di peculiarità, di saperi, come risorsa sociale, che va protetta, è sancito, dalla legge Costituzionale Italiana, nei principi espressi nell'articolo 31, che afferma : “la Repubblica protegge la gioventù, favorendo gli istituti necessari a tale scopo...”. L' implementazione degli interventi rivolti ai giovani è anche favorita dall'articolo 118 della legge costituzionale, che sancisce il principio di sussidiarietà orizzontale, cioè attribuzione di funzioni pubbliche, oltre che ad enti

pubblici anche a formazioni sociali, che vengono chiamate a condividere le responsabilità politiche, in un sistema integrato di servizi per i giovani.

4.2 IL MONDO DEI GIOVANI

Ogni processo di evoluzione sociale, vede coinvolti i giovani che, sono da sempre ambito sociologico di studio per la comprensione delle tendenze culturali e della direzione che la società del futuro potrebbe prendere. Il mondo dei giovani, le loro tendenze, i loro modelli sono strumenti utili allo studio delle problematiche che ogni società propone all'attenzione generale collettiva. Il mondo giovanile può sicuramente ritenersi un luogo di pensiero, dove nascono idee, espressioni di un modo nuovo a cui guardare e sentire la vita. I giovani devono essere considerati come cittadini desiderosi e capaci di costruire il loro futuro, non semplicemente come discenti, per cui al centro degli interventi dovranno esserci la tessitura di relazioni di fiducia e di ascolto attivo. Le politiche giovanili possono essere definite come quel sistema di azioni ed interventi, a valenza pubblica, con finalità generale di fornire ai giovani, opportunità, mezzi, possibilità, e percorsi per vivere in modo positivo la fase di transizione alla vita adulta. Le politiche per i giovani sono sviluppate a vari livelli, quali l'istruzione, l'occupazione, la salute, la cultura, ecc. Quindi il sistema organizzativo è una governance multilivello, in cui le decisioni derivano dalla collaborazione di molti attori che si influenzano a vicenda, al fine di aumentare l'efficacia degli interventi, evitando l'effetto top

down. Il minimo comune denominatore dei diversi interventi educativi rivolti ai giovani risiede nella integrazione delle parti sociali coinvolte, di cui ne sono espressione la co-programmazione e la co-progettazione, da declinare in base al contesto, agli interventi, e da intendersi in prima istanza come corresponsabilità tra scuola, territorio, terzo settore e famiglia. Partire dalle risorse locali permette lo sviluppo di un cambiamento bottom-up (dal basso), che tiene conto delle caratteristiche specifiche di ogni realtà e responsabilizza i diversi attori nell'assumere un ruolo all'interno della propria comunità.

4.3 IL QUADRO EUROPEO DELLE POLITICHE GIOVANILI

La pianificazione delle politiche giovanili non può prescindere dal quadro di riferimento sovranazionale, perché è proprio a tale livello che, è possibile, da un lato, evidenziare, gli obiettivi raggiunti e da raggiungere, dall'altro non far sentire i singoli Stati isolati, ma parte di un generale processo di affermazione e di realizzazione dei diritti della popolazione giovanile. A tal proposito, nel 2000 l'istituto IARD, coordinando, per conto delle Direzione Generale Ricerca della Commissione Europea lo "Studio sulla condizione e sulle politiche giovanili (EUROGiovani)", aveva tracciato uno scenario sulla situazione dei giovani e delle tendenze in atto circa le politiche loro rivolte nei diversi ambiti della politica pubblica tradizionale (istruzione, lavoro, relazioni familiari, salute, valori) ed i risultati emersi sono stati utilizzati per la stesura del Libro Bianco. Tale documento

ha segnato un momento cruciale nello sviluppo delle politiche giovanili, a livello europeo, ed è a partire dalle riflessioni in esso contenute, che hanno poi preso vita numerose iniziative a livello nazionale e locale. Novità rilevante contenuta in tale libro è la possibilità per i giovani di partecipare alla definizione delle politiche a loro rivolte, oltre che a valutarle e riprogettarle. L'obiettivo principale del percorso di ricerca era quello di fornire ulteriori strumenti di riflessione, progettazione, ad opera della stessa Commissione Europea.

4.3.1 modelli di politiche giovanili in europa

I vari studi condotti a livello europeo, successivi al Libro Bianco, basati sulla analisi dei finanziamenti (pubblici o privati), sul livello di attuazione (nazionale o locale), sul grado di universalismo delle iniziative, sulle aree tematiche di intervento, avevano delineato “l'esistenza di quattro modelli di politiche giovanili:

- Modello universalistico
- Modello comunitario
- Modello di tutela
- Modello centralizzato (Italia)³⁷

³⁷ BAZZANELLA A., CAMPAGNOLI G., BUZZI C, *Investire sulle nuove generazioni: modelli di politiche giovanili in Italia e in Europa*, editore Provincia Autonoma di Trento, IPRASE del Trentino, 2010, p.12

All'interno dei modelli di welfare indicati, è possibile identificare principalmente alcune tendenze: il presentismo, ovvero l'orientamento delle proprie scelte e delle proprie azioni, verso un'ottica temporale che considera solo il presente, poiché il contesto sociale si caratterizza per una forte incertezza socio-economica; la partecipazione politica, sempre meno connessa ai tradizionali canali di adesione partitica e sempre più vissuta come partecipazione alla vita comunitaria; l'ecologismo, con forte attenzione alle forme di energie rinnovabili, alla qualità dell'alimentazione, al valore delle differenze, alla tecnologia a basso consumo. In particolare, con l'utilizzo di tecnologie e dei media, i giovani comunicano attraverso nuovi linguaggi, una base di innovazione, di capitale umano, adottando lo spirito del lifelong learning. È altresì possibile riscontrare, nei modelli di welfare, di cui sopra, pur nelle differenze, i seguenti obiettivi che li accomuna: l'ampliamento dei mezzi e delle possibilità nei settori dell'istruzione, in particolare della digitalizzazione, dell'occupazione; il miglioramento dell'inserimento sociale e della piena partecipazione dei giovani alla vita della società; lo sviluppo della solidarietà; lo sviluppo della figura dello youthwork, sia nella lotta contro la disoccupazione, contro l'esclusione sociale, che nel miglioramento delle competenze e delle attività aggregative.

4.4 IL QUADRO NAZIONALE E LA SUA EVOLUZIONE

“Nel corso del Novecento ed in particolare a partire dal Secondo Dopoguerra si è assistito in tutti i paesi occidentali ad un consolidamento progressivo delle politiche sociali, con investimenti legislativi e finanziari sempre più consistenti e destinati a previdenza sociale, sanità, scuola, mercato del lavoro”³⁸. I sistemi di welfare hanno dato vita nel corso dei decenni a modelli di implementazione diversificati, come rivelato dalle numerose indagini di settore. In questo quadro, le politiche giovanili, spesso inserite in altri segmenti delle politiche pubbliche, hanno faticosamente assunto uno statuto proprio. In Italia si è avviato un processo di riconoscimento di specifici bisogni dei giovani e della necessità di implementare politiche giovanili, che ha portato a politiche, atte a favorire lo sviluppo del protagonismo e della cittadinanza attiva tra i giovani. La storia delle politiche giovanili si è andata costruendo, soprattutto grazie all’azione degli Enti locali, e del Terzo settore. Infatti, solo nel 2006 è stato istituito il Ministero per le politiche giovanili e le attività sportive. Questo, insieme al nuovo ruolo delle Regioni, sono passaggi importanti e cruciali nel delineare e attivare prospettive di policy making, per il segmento giovanile della popolazione; a tal proposito è utile citare l’istituzione, degli Informagiovani, l’impulso dato dal Servizio civile Universale. A livello nazionale, una strategia significativa per la valorizzazione e

³⁸ POLLINI G, *Investire sulle nuove generazioni: modelli di politiche giovanili in Italia e in Europa*, Editore Provincia Autonoma di Trento, IPRASE del Trentino, 2010, p.9

tutela del mondo giovanile, è rappresentata dalla istituzione degli osservatori, nazionali e regionali. In particolare, l'Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza è stato istituito dalla legge 23 dicembre 1997, n. 451, e disciplinato, con decreto del Presidente della Repubblica 14 maggio 2007, n. 103; è un organismo collegiale, presieduto dal Presidente del Consiglio dei ministri e composto da un'ampia rappresentatività di tutte le istituzioni pubbliche e delle istanze sociali coinvolte nelle politiche dell'infanzia e dell'adolescenza (54 membri fra amministrazioni di tutti i livelli di governo, enti pubblici, ordini professionali, organizzazioni della società civile ed esperti della comunità scientifica) e ha tra i suoi compiti principali l'elaborazione del Piano biennale nazionale di azione e di interventi per la tutela dei diritti e lo sviluppo dei soggetti in età evolutiva. L'Osservatorio, in continuità con il precedente 4° Piano d'azione 2016 – 2017, ha predisposto il 5° Piano nazionale d'azione e di interventi per la tutela dei diritti e lo sviluppo dei soggetti in età evolutiva, 2021-2022, con l'obiettivo di conferire priorità, ai programmi dedicati agli adolescenti, al fine di mantenere gli impegni assunti dall'Italia, per l'applicazione e l'implementazione della Convenzione Onu sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, approvata a New York il 20 novembre 1989, resa esecutiva con legge n. 176/91. L'Osservatorio nazionale, ha costituito cinque gruppi tematici, che hanno contribuito alla stesura di un documento organico di misure utili a promuovere e

garantire i diritti delle ragazze e dei ragazzi. “Le attività dei cinque gruppi si sono svolte intorno alle seguenti tematiche:

a) elementi e processi di rischio di impoverimento dell’infanzia e dell’adolescenza e ruolo dei livelli essenziali delle prestazioni;

b) valorizzazione e ruolo delle comunità educanti e delle reti di solidarietà territoriale;

c) promozione e tutela della salute intesa come benessere integrale della persona di minore età;

d) tutela, sostegno e accompagnamento dei soggetti più vulnerabili;

e) responsabilità e partecipazione delle persone di minore età: creatività e recupero di senso”³⁹. Il 5° Piano d’azione intende definire come garantire e dare attuazione agli impegni sanciti nella Convenzione Onu sui diritti dell’infanzia e dell’adolescenza, pensando a politiche e interventi da realizzare nelle seguenti aree e prospettive:

“a) educazione formale e non formale, come strumento essenziale per garantire il benessere, psicologico e fisico, e lo sviluppo, sin dalla nascita, in sinergia fra pubblico e privato;

³⁹ 5° PIANO NAZIONALE D’AZIONE E DI INTERVENTI PER LA TUTELA DEI DIRITTI E LO SVILUPPO DEI SOGGETTI IN ETÀ EVOLUTIVA, 2021-2022, Roma, Dipartimento delle politiche per la famiglia, Presidenza del Consiglio dei Ministri, p.6

b) equità quale principio per contrastare la povertà assoluta, favorire l'inclusione sociale e garantire pari accesso alla tecnologia; come strategia per coinvolgere, sviluppare e tutelare giovani cittadini consapevoli e attivi;

c) empowerment, per la gestione dei sistemi sociosanitari rispetto alle condizioni di vulnerabilità e per la programmazione e la valutazione delle politiche pubbliche di settore”⁴⁰.

4.5 STRATEGIA NAZIONALE PER I GIOVANI

Ogni anno il governo nazionale stabilisce le priorità delle politiche per i giovani, previa consultazione con le regioni e le altre autorità competenti. La strategia annuale si pone nell'ambito di linee di azione pluriennali e nell'ultimo quinquennio la strategia ha sostenuto le azioni in favore dei giovani talenti e contrasto al disagio giovanile. La strategia è concordata nell'ambito della conferenza unificata che comprende il governo nazionale, le regioni, le province autonome, l'associazione nazionale dei comuni italiani (ANCI) e l'unione delle province italiana. Il Dipartimento per le politiche giovanili e il Servizio Civile Universale (DPGSCU) si avvale del Fondo annuale per le politiche giovanili (la cui entità è fissata annualmente con la legge di bilancio), volto a promuovere i diritti dei giovani e a sostenere la strategia annuale. Dal 2019, l'Autorità politica delegata, ha fissato le priorità politiche nazionali, così come segue:

⁴⁰ *Ivi*, p.8

- integrazione sociale
- partecipazione
- sostegno all'autonomia
- educazione non formale
- prevenzione e misure contro le nuove dipendenze.

4.6 LA COMUNITA' EDUCANTE E L'EDUCAZIONE NON FORMALE

La fascia giovanile rappresenta quella fase della vita in cui lo sguardo sul mondo e sulle persone beneficia di maggiore originalità e libertà, dai condizionamenti della cultura di appartenenza. Pertanto, dare fiducia al protagonismo dei giovani nelle questioni che li riguardano, riconoscendoli come interlocutori, consente di conquistare un punto di vista sui fatti, capace di concorrere all'evoluzione del pensiero dell'intera società. Intorno a tale considerazione, l'Osservatorio ha sviluppato una riflessione sulla valorizzazione della comunità educante, che da una parte deve riflettere le peculiarità del tessuto territoriale in cui è inserita, e dall'altra deve dare voce ai giovani, sviluppando sul territorio collaborazioni strutturate, volte a favorire l'educazione formale (scuola), l'educazione non formale (spesso gestita dal terzo settore) e il dialogo intergenerazionale. In particolare, sviluppare un dialogo intergenerazionale, significa sviluppare una comunità in cui ogni soggetto dialoga con pari dignità, in cui il tema dell'educazione diventa un elemento trasversale a tutte le persone, di ogni età. Rafforzare le opportunità educative significa anche favorire i luoghi

dell'educazione non formale, in quanto gli stessi veicolano opportunità, per i giovani, di partecipare pienamente alla vita sociale ed economica nei diversi contesti territoriali di appartenenza, favorendo la reale inclusione, caratterizzata da stato di equità e di pari opportunità. Si ritiene utile, per l'oggetto di studio di questo elaborato, soffermarsi sull'educazione non formale, ovvero attività motivanti e orientative per i giovani, atte ad aiutare ciascuno a ricercare il proprio percorso di vita, in base al proprio talento. In coerenza con tale orientamento, sul territorio nazionale si è espressa la scelta di istituire organismi collegiali, ampiamente partecipati, come gli Osservatori per l'adolescenza regionali, Consulta giovanile, il Forum Nazionale Giovani, istituti, in grado di indirizzare e monitorare l'azione politica degli organi competenti ma anche le organizzazioni del Terzo Settore coinvolte.

4.7 GLI OSSERVATORI REGIONALI

Gli Osservatori per le politiche giovanili hanno portato, come ulteriore valore aggiunto, una profonda sinergia tra di loro, che ne ha accresciuto l'utilità, rendendoli strumenti efficaci, di stimolo e di verifica. Per quanto riguarda la regione Marche, l'osservatorio ha condotto una rilevazione, nel 2013, sui centri di aggregazione giovanile, nello specifico su 334 unità, che hanno rappresentato per la Regione Marche i primi interventi concreti, nati grazie alla legge 46/95, poi abrogata dalla legge regionale n. 24 /11. L' 88% dei centri sono luoghi centrati su laboratori, sul fare, che spaziano dalla manualità alla creatività, all'espressività,

comunque finalizzati all'acquisizione di competenze e di abilità. Altra attività prevalente è il sostegno alla socializzazione, finalizzata ad affrontare tematiche adolescenziali, di accompagnamento alla genitorialità, all'integrazione con i minori stranieri che, rappresentano una quota significativa dei frequentanti. Altro dato interessante, riguarda l'età variabile dell'utenza di questi centri che va dai 14 ai 17 anni per il 67% e rispetto ad altre aree, quella della provincia di Ascoli Piceno presenta la risposta affermativa con il 59%. La presenza dei centri di aggregazione risulta importante, quale elemento di arricchimento del contesto socio-educativo locale e di offerta di luoghi e di progettualità, atte potenziare le sinergie della programmazione sociale ed educativa.

4.8 IL RUOLO DEL TERZO SETTORE NELLO SVILUPPO DEGLI INTERVENTI PER I GIOVANI

Le organizzazioni del Terzo settore gestiscono molti interventi in ambito di politiche giovanili, operando spesso in partenariato, con enti locali, soprattutto con il comune o Ambito Territoriale Sociale. Con il presente modello operativo, il ruolo delle associazioni, cooperative sociali o imprese sociali non è solo quello della mera gestione di interventi; sempre più frequentemente, le stesse assumono la funzione di co-titolarità/co-proprietà con l'ente pubblico, coprogettando il senso ed il significato del servizio, come già evidenziato nei precedenti paragrafi. Il Terzo settore è portatore di una cultura, di un sapere e di un saper fare fondamentale nel lavoro con i ragazzi, tanto da poter affermare che il know how

del lavoro con i giovani è molto radicato in queste organizzazioni. Gli operatori sociali, come facilitatori di processi complessi, svolgono un ruolo-ponte tra il mondo delle istituzioni e quello dei giovani, sviluppando un sapere specifico che risulta strategico per promuovere progettazioni più adeguate. Il ruolo svolto dal Terzo settore è riconosciuto come fondamentale e determinante rispetto allo sviluppo dei progetti rivolti ai giovani, per fattori che possiamo sintetizzare come segue:

- la presenza nel no profit di professionalità sempre più formate e competenti nel campo sociale;
- i percorsi di formazione continua e relativo livello di motivazione del personale;
- continuità del gruppo di lavoro (tra privato sociale ed Istituzione) attraverso strumenti, quali la co-programmazione e co-progettazione;
- marketing sociale: sviluppo strategico di mission, di vision e dei piani di interventi.

Il Terzo settore è per sua specificità pronto ad innovare, a trovare risposte, ad essere anche proattivo rispetto ai cambiamenti del mondo giovanile; storicamente si è attivato nelle realtà locali, a prescindere dall'intervento delle istituzioni, talvolta in supplenza di queste, svolgendo una funzione di motore di una serie di interventi educativi per le nuove generazioni.

4.8.1 le organizzazioni giovanili

Il mondo dell'associazionismo giovanile conta ad oggi circa 120 associazioni, di dimensione nazionale (Istat 2019) ed una galassia di aggregazioni locali. La Carta Europea di partecipazione dei giovani, redatta nel febbraio 2007, afferma che l'associazionismo dei giovani è una forma privilegiata di partecipazione alla vita locale, un laboratorio di acquisizione, di competenze sociali, per l'assunzione di un ruolo pubblico e la formazione alla cittadinanza, nonché sperimentazione professionale, di sviluppo di attitudine al lavoro, soprattutto di gruppo. Per quanto riguarda la regione Marche le associazioni che insistono sulla legge regionale 24/11, sono circa 89 unità (ISTAT 2019) mentre la Consulta regionale è composta da 31 componenti, di cui 30 sono rappresentanti dei giovani delle diverse categorie sociali e 1 componente è l'assessore regionale alle politiche giovanili o suo delegato.

4.8.2 il forum nazionale giovani

Il Forum Nazionale Giovani (FNG) nasce da un percorso botton-up, tra i principali network associativi italiani, per tentare di trasformare le esperienze ed i know how in azione politica, grazie ad un confronto con i policy maker nazionali. Il Forum è composto da circa 100 organizzazioni, i cui iscritti sono per il 75% ragazzi di età inferiore ai 35 anni (ISTAT 2019) ed è membro del Forum Europeo della Gioventù. I suoi obiettivi principali sono la creazione di uno spazio per il dibattito e la condivisione delle esperienze tra le associazioni giovanili di diversa

formazione e natura, sostenere la nascita e lo sviluppo di organizzazioni di volontariato, favorire il coinvolgimento dei giovani alla vita sociale, civile e politica del Paese, avvicinandoli alle istituzioni, attraverso attività mirate.

4.9 ANALISI DEI BISOGNI E STILI DI VITA DEI GIOVANI

In Italia, e più generalmente in Europa sono in atto rilevanti processi di modernizzazione, postmodernizzazione e globalizzazione, che hanno avuto ripercussioni sui giovani, sui loro bisogni e stili di vita. Oggi è presente nella società un processo di soggettivazione tra i giovani che concorre ad avviarli verso una autorealizzazione molto personalizzata. Dalle ricerche condotte in Italia, emerge con chiarezza un dato: la costante tendenza dei giovani verso valori postmaterialisti. A tal proposito, è opportuno soffermarsi su alcune metodologie utili alla lettura dei bisogni, tra le quali la classificazione di Maslow.

4.9.1 la classificazione di Maslow

La teoria dei bisogni salì alla ribalta tra il 1943 e il 1954, quando lo psicologo statunitense Abraham Maslow, definì il concetto di piramide dei bisogni, secondo il quale l'individuo si realizza passando per i vari stadi, i quali devono essere soddisfatti in modo progressivo. Sinteticamente, alla base della piramide troviamo i bisogni fisiologici (fame, sete, sonno), poi i bisogni di salvezza, sicurezza, quindi i bisogni di appartenenza (affetto, identificazione con un gruppo sociale); poi troviamo ancora i bisogni di stima, di prestigio, di successo ed infine, in cima alla piramide, i bisogni di realizzazione di sé (realizzazione delle

proprie aspettative, occupando una posizione soddisfacente nel gruppo sociale). I bisogni si presentano secondo una precisa scala gerarchica: un bisogno di livello più elevato non è motivante per un individuo, se egli non ha soddisfatto prima i bisogni di livello inferiore; un bisogno di livello gerarchico superiore emerge se quelli di ordine inferiore sono stati tutti soddisfatti. Una crescita sana, per Maslow, è quella in cui l'individuo giunge alla propria autorealizzazione, al pieno sviluppo delle proprie potenzialità, e non a un semplice adattamento alle richieste della società, della cultura o dell'ambiente. A tal proposito, si ritiene pertinente riportare lo studio (2018) di Inglehart, sociologo, che applicando la piramide di Maslow, aveva identificato tra i giovani delle popolazioni economicamente più progredite, un movimento evolutivo verso l'autoespressione, l'autorealizzazione, maggiore libertà ed autonomia personale. Questa cultura tende ad affermarsi, man mano che la popolazione giovanile sostituisce quella adulta e il bisogno di protagonismo sociale viene soddisfatto attraverso il gruppo, occasione, per il giovane di evolvere in socialità e di elaborare una propria identità, di sperimentare, di conoscere i propri limiti e risorse.

4.10 II MARKETING INTELLIGENCE COME STRUMENTO STRATEGICO PER SERVIZI FUNZIONALI AI GIOVANI

La piramide di Maslow viene spesso utilizzata per implementare i servizi, secondo le tecniche di marketing, orientati a soddisfare i bisogni dei possibili fruitori. Per

offrire un servizio rivolto ai giovani, che soddisfi pienamente le loro aspettative, è possibile ipotizzare l'implementazione di una strategia di marketing intelligence, con cui si analizzano, dettagliatamente, i dati raccolti dall'analisi dei bisogni. Il marketing intelligence si compone principalmente di tre fasi, quali, l'integrazione e gestione dei dati, l'analisi ed ottimizzazione dei dati, allineamento e collaborazione (riferita al team professionale presente in un servizio). Si evince che la raccolta dei dati, rappresenta la fase fondamentale per la strategia del marketing intelligence e gli stessi si dividono principalmente in dati primari (ottenuti attraverso interviste, questionari, indagini) e secondari (ottenuti attraverso pubblicazioni e studi realizzati in precedenza). Una metodologia ritenuta efficace, nella organizzazione della raccolta dati, è la segmentazione; è un processo attraverso il quale si suddivide l'utenza/cliente di riferimento, in gruppi (segmenti) sufficientemente omogenei al loro interno in termini di motivazioni e comportamenti. Spesso il concetto di segmentazione viene assimilato a quello di target che rappresenta invece un solo segmento di popolazione /obiettivo, ovvero quello a cui è destinato l'offerta del servizio. Quindi, individuato il target di riferimento, viene elaborata una efficace strategia di marketing e di comunicazione per gestire l'offerta del servizio.

CAPITLO 5

LA COSTRUZIONE E DI UNA IMPRESA SOCIALE E LA DEFINIZIONE DELLA MISSIONE, DELLA VISIONE E LA COSTRUZIONE DEL PIANO DEGLI INTERVENTI.

5.1 L' INNOVAZIONE SOCIALE

Il concetto di innovazione sociale fa riferimento alle soluzioni innovative create per trovare risposte efficaci alle problematiche ed ai bisogni emergenti della società, ovvero, un nuovo spazio d'intervento, all'interno del quale, con lo sforzo sinergico di attori diversi si cerca di rispondere ai bisogni delle comunità. Il contesto nel quale si sviluppa l'innovazione sociale è caratterizzato da un crescente divario tra il fabbisogno sociale e le risorse effettivamente a disposizione per soddisfarlo, divario che ha radicalmente ridisegnato il perimetro del Terzo Settore, rendendo sempre più labile il confine tra profit e non profit, promuovendo quindi un'integrazione di approcci, basati sul principio della complementarità. Le organizzazioni del terzo settore e tra loro le imprese sociali, si trovano sempre più spesso ad utilizzare logiche e strumenti di marketing un tempo appartenenti al mondo profit, che consentono di migliorare ed incrementare la loro efficacia e sostenibilità, nell'ottica di massimizzare l'impatto sociale generato a favore degli individui e della collettività. Negli ultimi anni le imprese sociali si sono significativamente orientate alla realizzazione di trasformazioni sociali ed economiche funzionali agli obiettivi della strategia Europa 2020, che ha

individuato tre linee di azione per introdurre cambiamenti concreti e migliorare la situazione delle imprese sociali, ovvero: facilitare l'accesso ai finanziamenti, dare loro maggiore visibilità, ottimizzare il quadro giuridico.

5.2 L'IMPRESA SOCIALE

“Secondo la Commissione europea, il termine impresa sociale significa un operatore nell'economia sociale, il cui obiettivo principale è avere un impatto sociale e non ottenere un vantaggio per i suoi proprietari o azionisti. Un 'impresa sociale, opera fornendo beni e servizi per il mercato in modo imprenditoriale ed innovativo, utilizza i suoi profitti principalmente per raggiungere obiettivi sociali”⁴¹. È gestita in modo trasparente, responsabile e coinvolge tutti i dipendenti, consumatori e stakeholders. Il concetto di Impresa sociale, non si riferisce ad una forma civilistica a sé stante, ma è una qualifica, una modalità specifica di fare impresa, così come definita dalla legge delega n.106/2016 della Riforma del Terzo settore ed il decreto legislativo n. 112/2017. Nello specifico, tale decreto definisce che la qualifica di impresa sociale, può essere acquisibile da tutti gli enti privati, sia del libro I (associazioni, fondazioni, comitati) che del libro V del Codice Civile (società, sia di capitali che di persone, con l'eccezione delle società con un unico socio persona fisica). L'impresa sociale opera principalmente in un'attività di interesse generale, senza scopo di lucro, persegue finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, per almeno il 70% di tutto il suo volume di

⁴¹ YSSE, Youth School for Social Entrepreneurs, *Come creare un'impresa sociale?*, 2019, p.2

attività; è consentita per l'impresa sociale la possibilità di condividere utili ed avanzi di gestione, seppur in forma limitata. Nel codice del Terzo settore, l'esercizio dell'impresa sociale qualifica pienamente il soggetto come imprenditore e viene identificata una specifica sezione del Registro Nazionale del Terzo Settore (RUNTS), dedicata alle imprese sociali, in cui sono incluse le cooperative sociali che quindi si qualificano, in automatico per volontà del legislatore, come imprese sociali. Altro punto rilevante del decreto è quello dedicato all'atto costitutivo dell'impresa sociale, che deve essere pubblico, redatto da un notaio, ed esplicitare il carattere sociale dell'impresa, definendo l'oggetto sociale e l'assenza di finalità di lucro. Le attività previste per l'impresa sociale sono riferite ai seguenti settori: assistenza sociale e sanitaria, educazione, istruzione e formazione, servizi strumentali alle imprese sociali, tutela dell'ambiente e dell'ecosistema, assistenza socio-sanitaria, valorizzazione del patrimonio culturale, turismo sociale, formazione universitaria e post universitaria, formazione extrascolastica. È considerata impresa sociale anche quella che, indipendentemente dall'esercizio di attività di utilità sociale, ha come fine l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate o disabili. Secondo i dati ufficiali della Commissione Europea (2019), ci sono due milioni di imprese sociali in Europa, ovvero il 10% di tutte le società presenti, ed oltre 160 milioni di persone sono impegnate nelle imprese sociali che contribuiscono quindi all'occupazione, alla coesione sociale, allo sviluppo regionale e rurale, alla

protezione dell'ambiente, alla protezione dei consumatori, allo sviluppo agricolo, allo sviluppo delle politiche e della sicurezza sociale.

5.2.1 organi costitutivi

L'impresa sociale è caratterizzata dai seguenti organi:

- assemblea dei soci, che riunisce tutti i membri della società;
- consiglio di amministrazione, che è eletto dall'assemblea dei soci e gestisce la società;
- il Presidente, che rappresenta legalmente l'Azienda;
- il collegio sindacale che è l'organo che vigila sull'amministrazione delle società.

Il funzionamento di tali organi è redatto nello statuto, cioè il documento che detta le regole generali per il funzionamento dell'impresa e che va depositato presso l'ufficio del Registro Imprese della Camera di Commercio. Vanno depositati anche i seguenti documenti: l'atto costitutivo, il bilancio d'esercizio (da pubblicare anche nel proprio sito internet), il bilancio sociale, quale strumento di accountability, con il quale un'organizzazione rendiconta a tutti gli stakeholder il proprio operato, rendendo trasparenti e comprensibili all'interno e all'esterno, i programmi, le attività e i risultati raggiunti. Va depositato ogni altro documento previsto dalle normative, per i singoli casi particolari.

5.2.2 governance partecipata

La maggioranza delle persone che operano nell'impresa sociale hanno un rapporto di lavoro, quindi i volontari sono minoritari. Un tratto distintivo dell'impresa sociale è il ricorso a modelli di governance partecipata, che favoriscono il coinvolgimento dei lavoratori, degli utenti e di altri stakeholder, attraverso meccanismi consultivi e/o partecipativi, statutariamente previsti e che consentono ai soggetti di esercitare una influenza sulle decisioni dell'impresa sociale, soprattutto su quelle che incidono sulle condizioni di lavoro, sulla qualità dei beni e o dei servizi.

5.3 LE FASI PER LA CREAZIONE DI UN'IMPRESA SOCIALE

Avviare un'impresa sociale è un percorso articolato che si realizza per fasi che potremmo schematizzare nel modo, che segue:

- definizione dell'idea imprenditoriale: individuare un bene o un servizio di utilità sociale e proporre ciò che desidera il cliente /utente;
- affrontare gli adempimenti burocratici: iscrizione dell'impresa nella sezione apposita nel Registro della Camera di Commercio, trovare le giuste informazioni sulle autorizzazioni da richiedere, iter procedurale da seguire, enti a cui presentare le varie domande;
- analisi del mercato: attività articolata che viene di seguito illustrata.

5.3.1 analisi di mercato

Tale attività si articola in due fasi: la prima consiste nello svolgimento di ricerche di mercato e nella redazione di un rapporto di ricerca; la seconda, mira alla definizione del piano di marketing, ad una strategia operativa, sulla base delle conclusioni che emergono dal rapporto di ricerca, orientata alla soddisfazione dei bisogni dei clienti/utenti. La ricerca di mercato sarà preceduta dall'analisi degli obiettivi di ricerca e dalla individuazione delle metodologie di ricerca, normalmente svolta sulla base di analisi statistiche esistenti, nonché di osservatori e report redatti da istituti specializzati. L'analisi di mercato permette di orientarsi al mercato, alla domanda, ovvero di comprendere le esigenze dell'utente e cercare di soddisfarle; di individuare il tipo di utenza a cui rivolgersi, attraverso la segmentazione/target o targeting (selezionare più target a cui rivolgere l'offerta); di identificare la concorrenza, attraverso l'analisi dei concorrenti diretti o indiretti, al fine di ottenere la preferenza del cliente/utente, individuato come target; di determinare i canali distributivi, utilizzabili per servire la domanda. Collegato al concetto della concorrenza vi è quello di posizionamento, ossia, il posto che un bene/servizio occupa nella mente del cliente/utente di riferimento (target), determinato principalmente dalle strategie di comunicazione ed azioni, utili ad evidenziare i vantaggi che si ottengono, aderendo a quanto proposto da un'impresa, in relazione alla concorrenza.

5.3.2 analisi s.w.o.t.

Nell'ambito della ricerca di mercato ed in relazione alla fase successiva di stesura del piano di marketing, l'impresa può effettuare l'analisi S.W.O.T., quale strumento di pianificazione strategica, che fornisce uno studio incrociato di dei punti di forza, dei punti di debolezza dell'impresa, le opportunità e le minacce. L'analisi dei punti di forza e di debolezza coinvolge l'impresa dal punto di vista organizzativo, gestionale, finanziario, delle responsabilità sociale, del livello tecnologico, della competitività.

5.4 MISSION E VISION, LA GUIDA DELL'IMPRESA

Nella definizione degli obiettivi di un'impresa, vengono affiancati due concetti distintivi, quali la mission e la vision. Comprendere la differenza che intercorre tra le due, in che modo vanno definite, è cruciale per delineare la strategia di crescita, di prodotto/servizio, per costruire il piano di marketing ed in generale, per avere chiari gli obiettivi commerciali, di innovazione e comunicazione nel lungo e breve termine. Si tratta di dichiarazioni che esprimono cosa fa l'impresa, cosa si prospetta di diventare e come intende farlo. Sono dunque due concetti complementari, dipendenti l'uno dall'altro, creati con processi di feedback delle diverse parti organizzative dell'azienda, in modo da definire obiettivi e strumenti operativi condivisi dall'impresa nella sua totalità. La definizione di una mission e

di una vision, è necessaria, affinché l'impresa rimanga coerente con i propri valori ed attragga persone, sia nella forma di risorse che di clienti/utenti.

5.4.1 La vision

La vision di un'impresa è ciò che dirige il progetto imprenditoriale, ovvero l'idea imprenditoriale, l'ambizione, il sogno, ciò che la stessa vuole diventare nel futuro. La vision rappresenta quindi un'espressione degli ideali dell'impresa e definisce gli obiettivi a lungo termine, la direzione da prendere, le decisioni strategiche, immaginando gli scenari futuri, lo scopo finale dell'impresa. È infatti, fortemente basata sui valori aziendali e delinea il ruolo dell'impresa nel contesto sociale, economico e culturale in cui si trova. È molto importante che la vision sia esplicita e condivisa con tutti i settori dell'impresa, in quanto permette di capire perché un'impresa fa ciò che fa, nel modo in cui lo fa e secondo quali valori, specifici del settore in cui opera. Man mano che l'impresa raggiunge gli obiettivi prefissati è necessario prefiggerne altri: questo fa della vision un concetto plastico, variabile ed adattabile ai cambiamenti degli scenari sociali ed economici, evolvendosi nel tempo, ma tenendo fede ai propri valori.

5.4.2 La mission

La mission rappresenta una dichiarazione di intenti di un'impresa e riguarda una dimensione relativa al presente, molto più pratica e meno astratta rispetto alla vision: descrive cosa fa l'impresa e perché lo fa, in che modo gli obiettivi prefissati vengono realizzati nel quotidiano. Pertanto, è strettamente collegata alla

vision, in quanto traduce come la vision viene espletata nel day-by-day. La mission è il braccio operativo che lavora alla realizzazione della vision, mediante azioni, progetti ed attività guidate da obiettivi precisi, definiti, misurabili e controllabili; la mission identifica dunque la ragione per cui esiste l'impresa, il suo ruolo nel mercato o nel settore in cui opera, lo scopo di soddisfare un particolare bisogno, quale elemento, distintivo dell'impresa stessa. La mission può essere definita come una sorta di ponte tra la vision, gli obiettivi e le strategie di marketing, una guida delle azioni e decisioni giornaliere dell'impresa, verso le ambizioni, le proiezioni future immaginate, e gli obiettivi stabiliti. Un tratto distintivo della mission è quello di definire la cultura aziendale, traducendo l'operatività del singolo, nei valori aziendali, facendo convergere gli sforzi e il talento delle persone, in uno scopo condiviso da tutti i compartimenti dell'impresa.

5.5 IL PIANO DEGLI INTERVENTI

Una puntuale conoscenza della domanda è data dalle conclusioni della ricerca di mercato che, insieme a tutte le tecniche di ricerca illustrate, permette di redigere un piano di interventi, secondo logiche di marketing. La definizione più completa di Marketing, resta quella data nel 1967 da Philip Kotler, considerato ancora oggi il padre del marketing moderno: “il marketing è la scienza e l'arte di esplorare, creare e fornire valore per soddisfare i bisogni di un mercato target con un profitto. Il marketing identifica i bisogni e desideri insoddisfatti. Definisce, misura

e quantifica la dimensione del mercato identificato e il potenziale di profitto. Individua i segmenti in cui l'azienda è in grado di servire al meglio e progetta e promuove i prodotti e i servizi appropriati". Nella definizione di Kotler è centrale il concetto di scambio, tra l'impresa e il cliente/utente e lo scopo ultimo è trovare valore, riconosciuto dal cliente/utente, che genera il profitto. Volendo classificare le attività di marketing in gruppi omogenei, è possibile identificare tre aree distinte, che coincidono con tre momenti cardine dell'attività, che sono: il marketing analitico, ossia l'insieme delle tecniche di analisi di mercato nel suo complesso (fase di acquisizione della conoscenza); il marketing strategico, ovvero l'individuazione delle strategie più efficaci per cogliere le opportunità esistenti sul mercato (fase di pianificazione); il marketing operativo, la componente tattica che ha il compito di mettere in atto le strategie per raggiungere gli obiettivi strategici (fase esecutiva).

5.6 IL PIANO DI MARKETING

Kotler ci fornisce una definizione di Piano di Marketing, come "lo strumento principale per la direzione, la coordinazione ed il controllo delle attività di Marketing". Il piano di Marketing rappresenta quindi una bussola, una regia di tutto quello che è necessario fare, per raggiungere gli obiettivi prefissati. L'impresa, per operare secondo strategie di marketing, deve sviluppare un approccio strategico, articolato nelle seguenti fasi: analisi dei dati storici, analisi di mercato, formulazione della strategia, articolazione degli strumenti operativi,

definizione della configurazione organizzativa, realizzazione del budget, feedback e controllo dei risultati. Un piano di marketing è un documento che si sviluppa, seguendo un percorso concettuale e pratico contemporaneamente e gli elementi principali che lo compongono, in coerenza alla vision e alla mission dell'impresa, sono riscontrabili :

- nell' analisi della situazione: il punto di partenza dell'impresa, una lettura puntuale della situazione;
- nell'individuazione del target: clienti/utenti a cui ci si rivolge
- negli obiettivi, definiti SMART: ovvero acronimo per indicare che gli obiettivi devono essere specifici, misurabili, raggiungibili, realistici, definiti nel tempo;
- nelle strategie ed azioni: un elenco di azioni da introdurre per sviluppare le fasi del marketing, orientate agli obiettivi e alla soddisfazione del cliente/utente. Questa fase, definita marketing operativo o marketing mix verrà, trattata più dettagliatamente nel prossimo paragrafo;
- budget: per assicurare il successo di ogni operazione è utile definire anticipatamente, l'aspetto economico, necessario, poiché tale aspetto incide sulla fattibilità del piano di marketing;
- monitoring: monitoraggio/controllo dello svolgimento delle azioni e dei risultati raggiunti.

5.7 ILMARKETING MIX

Il Marketing Mix, anche detto Modello delle quattro P, è alla base del marketing operativo, prevede una combinazione di variabili, leve che si impiegano per raggiungere gli obiettivi di marketing. Le diverse attività vengono organizzate, intorno a quattro macroaree, quali:

- Il Prodotto/servizio: il prodotto deve essere pensato non soltanto ai fini della realizzazione (da un punto di vista tecnico o di design) ma soprattutto per soddisfare un bisogno del cliente/utente
- Il Prezzo: in base al prezzo, il prodotto avrà un diverso target di clienti/utenti; per prezzo si intendono tutti i costi economici, psicologici, di tempo ed energia;
- Il Punto Vendita: il luogo dove il prodotto viene esposto e venduto, è il contatto con il cliente/utente;
- La Promozione: attraverso la promozione, il prodotto viene comunicato ai clienti/utenti, in modo che ne possano conoscere le caratteristiche ed il valore. Il concetto di valore è distintivo in uno piano di marketing, poiché è alla base di ogni decisione dell'impresa e ne va a determinare la value proposition.

5.8 MARKETING E COMUNICAZIONE

Le strategie di comunicazione sono parte integrante del piano di marketing, poiché veicolano le informazioni verso l'esterno, ovvero verso il target dei

clienti/utenti, con lo scopo di fidelizzarli; fare marketing significa infatti, curare principalmente le relazioni con il cliente/utente. La comunicazione è definita da alcune caratteristiche, quali, la completezza, la concisione, la considerazione per il proprio target, la concretezza, la cortesia, la chiarezza e la correttezza. Il processo di comunicazione si articola in sei fasi distinte, quali: la definizione degli obiettivi della comunicazione, l'identificazione dei destinatari del messaggio (pubblico obiettivo/target audience), la definizione del messaggio, la selezione della fonte del messaggio (il messaggero), la selezione dei canali e dei mezzi di comunicazione, la misurazione dei risultati della comunicazione. Oltre alla comunicazione di marketing, indirizzata al cliente/utente, l'impresa sociale si avvale anche della comunicazione istituzionale, indirizzata a varie tipologie di stakeholders, per far conoscere l'impresa, i suoi valori e la sua mission; della comunicazione interna, indirizzata al personale dell'impresa, volta a migliorare le relazioni all'interno dell'impresa; della comunicazione economico-finanziaria, volta a fornire informazioni sugli aspetti patrimoniali, reddituali e finanziari della gestione dell'impresa, ai soggetti finanziatori (ad esempio le banche). L'esplosione del mondo digitale ha ampliato i canali della comunicazione, oggi, fatta da smartphone, social network, newsletter, chat. Per questo, in un piano di marketing, è necessario analizzare ed approfondire il canale online e le possibili attività, servizi, quindi la pianificazione di un marketing digitale è un elemento cruciale per il successo dell'attività dell'impresa.

5.9 PROPOSTA DI UN MODELLO DI IMPRESA SOCIALE PER LA GESTIONE DI SERVIZI A FAVORE DEI GIOVANI DI MOONTEPRANDONE

Si è evidenziato nei capitoli precedenti, come la legge 328/2000 prima ed il Codice del Terzo settore poi, abbiano riformato il settore dei servizi sociali, introducendo il principio di sussidiarietà orizzontale e rilanciando l'impresa sociale, quale qualifica preminente nella gestione dei servizi. La centralità delle suddette normative è rappresentata dal bisogno, dalle modalità e dagli strumenti con cui il sistema è in grado di rispondere ad esso. In particolare, ponendo al centro del sistema il bisogno, si stabilisce che l'attribuzione della funzione sociale di progettazione, di programmazione è indirizzata verso quelle organizzazioni, che sono maggiormente in grado di rispondere in maniera adeguata alle diverse richieste e alla soddisfazione del benessere sociale. Tale orientamento ha posto le basi per un modello multipolare che si fonda sulla creazione di una rete di interventi, a cui partecipano diversi soggetti, pubblici, privati e privati no profit, attraverso accordi, collaborazioni di tipo programmatico. E' importante soffermarsi sul concetto di accordo, poiché esso rappresenta un atto consensuale, con il quale si regola l'erogazione dei servizi, sulla base del principio di sussidiarietà. A differenza dei contratti, gli accordi, infatti, consentono ai soggetti del terzo settore e privati, di definire insieme alla pubblica amministrazione, le strategie di intervento, favorendo l'interdipendenza, la collaborazione tra i diversi

soggetti, sia nella fase della progettazione, che nella fase della realizzazione e valutazione dei servizi. Considerando quanto fin qui esposto, si vuole presentare una proposta di modello di gestione dei servizi a favore della popolazione giovanile, del comune di Monteprandone. A tale scopo, l'impresa sociale appare una figura organizzativa estremamente duttile, perciò capace di soddisfare le diverse esigenze concrete, connesse allo svolgimento di attività di interesse generale; da qui la possibilità di prospettare, alcune ipotesi applicative di tale figura organizzativa. Innanzitutto la pubblica amministrazione può collaborare in forma innovativa e stabile di welfare in partnership, con enti privati, alla gestione dei servizi, attraverso lo strumento dell'impresa sociale. Di particolare interesse è l'ipotesi in cui siano le Fondazioni Bancarie ad avvalersi dello strumento giuridico dell'impresa sociale, come co-partecipate o interamente controllate dalla Fondazione, poiché a differenza del soggetto pubblico, non esistono divieti normativi a tal riguardo. Infatti, sulla base del proprio statuto, le Fondazioni, per realizzare finalità sociali, possono utilizzare l'attività di impresa. Tale ragionamento può essere esteso anche alle Banche di Credito Cooperativo, che possono trovare nell'impresa sociale, una valida strategia operativa e locale, per realizzare, in forma innovativa e stabile, le destinazioni, ai fini di donazioni, a cui sono per legge obbligate (cfr.artt.32, comma 2 e 37, comma 3, TUB). Le notevoli potenzialità che l'impresa sociale ha, potranno però essere pienamente colte anche nell'utilizzo di piani di marketing, così come anzi detto, affinché la gestione dei

servizi possa essere un concreto vantaggio allo sviluppo delle comunità, nonché soluzioni a problematiche emergenti del target di riferimento, nella fattispecie della popolazione giovanile.

5.10 INTERVISTA AL SINDACO ED ASSESSORE AI SERVIZI SOCIALI DEL COMUNE DI MONTEPRANDONE

I servizi rivolti ai giovani del comune di Montepandone, oggetto di studio di questo elaborato sono stati approfonditi, utilizzando la Carta dei servizi sociali comunale. Si è ritenuto valevole fare un'intervista ai maggiori esponenti politici del comune, il sindaco Sergio Loggi e l'assessore ai servizi sociali, Roberta Iozzi, per conoscere l'orientamento delle politiche giovanile attuali e future. Di seguito le domande rivolte e le relative risposte.

Intervista al Sindaco Sergio Loggi e all'Assessore alle politiche per l'integrazione Roberta Iozzi del Comune di Montepandone

1. Come valutate i servizi attuali rivolti ai giovani?

“Sono servizi prevalentemente buoni e pensati per sostenere e incentivare i nostri giovani. Abbiamo uno Sportello Impresa Giovani, attivo da ottobre 2020, ospitato presso la Biblioteca del Centro GiovArti, in viale De Gasperi n. 235, a Centobuchi e aperto tutti i lunedì dalle 10 alle 12 (tranne i festivi). È un servizio che vuole favorire l'imprenditoria giovanile e l'inserimento nel mondo del lavoro dei giovani del territorio. È gestito dalla cooperativa sociale Hubilita e rientra nei progetti sociali finanziati attraverso il “Piano nazionale per la riqualificazione

sociale e culturale delle aree urbane degradate” per il quale il Comune di Monteprandone ha ottenuto un contributo della Presidenza del Consiglio dei ministri a fondo perduto. Nell’ambito delle attività avviate dallo Sportello Impresa Giovani, a gennaio e febbraio 2022, è nata l’iniziativa Formazione idea-impresa che è consistita in un corso di formazione “Io faccio: dall’idea all’impresa”. Il corso, alla sua prima edizione, era rivolto ad aspiranti imprenditrici e imprenditori dai 18 ai 35 anni. Per approfondimento c’è un report della cooperativa sul nostro sito istituzionale:

<https://www.comune.monteprandone.ap.it/wp-content/uploads/2020/10/Report-1%C2%B0-anno-Sportello-Impresa-Gionavi.pdf>

Il Comune ospita annualmente i giovani del Servizio Civile Nazionale Universale. Volontari impegnati in quattro progetti che riguardano progetti su educazione e promozione ambientale e paesaggistica presso l’ufficio ambiente; integrazione sociale e lavorativa dei disabili e assistenza di minori e giovani in condizioni di disagio o di esclusione sociale presso l’ufficio servizi sociali; la valorizzazione del patrimonio artistico, storico e culturale presso l’ufficio cultura e turismo. Abbiamo ospitato a maggio 2022 l’Ashoka Italia, organizzazione nazionale del network Ashoka, la più grande comunità di imprenditori sociali al mondo, che sta sviluppando un programma su tutto il territorio nazionale per i giovani agenti del cambiamento chiamato “Generazione Changemaker”, in collaborazione con l’Agenzia Nazionale Giovani. Nello specifico è stato realizzato un weekend di

formazione ed ispirazione per circa 25 ragazzi tra i 14 e i 22 anni della zona del Piceno per incentivare il protagonismo giovanile, aiutarli ad essere promotori di cambiamento sociale, coinvolgere i giovani inattivi, sensibilizzarli e offrire loro momenti informativi. L'iniziativa, di risonanza nazionale, è stata realizzata in collaborazione con Bottega del Terzo Settore, con cui Ashoka Italia coopera nel territorio piceno per generare nuovo valore socio-economico territoriale e lanciare nuove iniziative imprenditoriali sostenibili, in particolare con il coinvolgimento diretto dei giovani.

2. Ritenete che nei servizi attuali ci siano delle criticità? Come superarle?

Nel nostro territorio abbiamo aperto una struttura per giovani probabilmente unica in tutta la vallata: il GiovArti. È nata analizzando i bisogni di una comunità giovane, di un Comune che sta diventando sempre meno periferia e sempre più cittadina, dotata di servizi e di spazi collettivi di qualità. Si tratta di un centro di aggregazione giovanile, un palazzo di quattro piani tutti dedicati ad arte, cultura e creatività con una bibliomedia da 20 posti, una sala audio cinema con 67 posti, una sala esposizioni, laboratori musicali e sale riunioni. Vorremo nei prossimi mesi dare in gestione la struttura così da poter realizzare, in collaborazione con le associazioni del territorio, nuovi progetti di promozione della lettura, del cinema, dell'arte, della musica: tutti filoni che prevedono spazi specifici per la loro realizzazione nel centro.

3. Ritenete che nei servizi attuali ci siano dei punti di forza? Come potenziarli?

I punti di forza dei nostri servizi sono rintracciabili nel grande capitale umano a cui li offriamo. Sentiamo che c'è molto fermento nel mondo associazionistico giovanile e un gran desiderio di costruire nuovi festival, nuovi spazi di riflessione e di socializzazione tra i nostri ragazzi. C'è una rinnovata spinta creativa e una voglia di tornare a stare insieme. L'idea dell'Amministrazione comunale è quella di dare ai nostri ragazzi e alle nostre ragazze la fiducia e il supporto che meritano per poter costruire insieme i nuovi servizi del futuro.

4. Conoscete l'opinione dei giovani rispetto alla ricaduta dei servizi a loro rivolti?

Conosciamo un'opinione parziale, ma siamo propensi all'ascolto dei loro bisogni.

5. Ritenete utile predisporre un lavoro di ricerca per conoscere i bisogni dei giovani e le loro aspettative al fine creare realtà educative funzionali alla loro crescita?

Un lavoro di ricerca è molto utile e ci auguriamo che possa essere realizzato presto con l'interesse di Università e studiosi del campo giovanile.

6. Come valutate gli strumenti di co-programmazione e co-progettazione, forme innovative di partenariato pubblico-privato, per la realizzazione dei servizi?

Sono strumenti indispensabili che auspichiamo di poter utilizzare presto in vista della realizzazione di nuove idee e progetti in progress.

7. Nel vostro ambito comunale, quale ruolo svolgono le organizzazioni del Terzo settore? Ritenete tale ruolo qualificato?

“Molto qualificato e di gran sostegno alle Istituzioni”.

8. Nell’ottica di un welfare territoriale, come valutate la possibilità di creare una rete di partenariato stabile tra profit, no profit e pubblica amministrazione?

“E’ una possibilità alla quale dobbiamo puntare per creare una rete di partenariato tra queste realtà al fin di dare risposte più efficienti ai bisogni dei cittadini. Siamo convinti che un buon welfare territoriale dovrebbe anticipare la domanda sociale per offrire servizi mirati e più efficienti ai cittadini”.

9. Quali sono le strategie future per potenziare i servizi rivolti ai giovani?

“Vorremmo perseguire un obiettivo, incentivare le relazioni reali, facendo funzionare gli spazi e creando non solo un punto di aggregazione per i giovani, ma anche un luogo di espressione dei loro talenti e della loro energia creativa. Tra le progettualità che l’Amministrazione comunale ha in animo di realizzare ci sono nuovi laboratori artistici e multimediali, spazi di coworking e Fablab, atelier artistici, attivazione di una web radio. Prima di proporre nuovi servizi, è nostro interesse intercettare i giovani sul territorio con modalità innovative, creative ed originali, passando dagli strumenti digitali attraverso i quali i giovani si esprimono oggi, cercando di favorire lo sviluppo di abilità e talenti, incentivando inoltre l’impegno sociale, promuovendo la cultura della solidarietà e dell’inclusione. “

CONCLUSIONI

Oggi, grazie al Codice del terzo settore, e agli strumenti della co-programmazione e co-progettazione, gli enti pubblici hanno a disposizione una ampia gamma di mezzi operativi, particolarmente rilevanti per il settore dei servizi sociali, dove tradizionalmente la presenza del Terzo settore è molto estesa. Pertanto, per quanto riguarda i servizi sociali, la novità più significativa del Codice del Terzo Settore, è quella di rendere effettivamente possibile per l'ente pubblico, applicare, nel proprio territorio, nella prassi amministrativa, il principio di sussidiarietà, definendone i limiti e le caratteristiche. Si tratta di una scelta di carattere politico, che prima della stesura del Codice del Terzo settore (CTS), risultava difficile da compiere perché, se pur legittimata sul piano costituzionale, non erano previsti coerenti e completi dispositivi attuativi, oggi invece contemplati. Si tratta, altresì, di una scelta fondata su una visione dell'intervento pubblico, volto a promuovere e sostenere l'autonoma azione del privato sociale, nella produzione ed allocazione dei servizi. L'intervento pubblico, in tale ottica, si pone a sostegno dell'autonoma capacità del tessuto sociale organizzato, in funzione di finalità di interesse generale e ne alimenta ed indirizza la propensione a realizzare servizi a favore dei cittadini. Si vuole, in questa dissertazione, dare rilievo alle fasi distinte della co-programmazione e della co-progettazione, che rappresentano metodologie innovative di lavoro, da realizzare anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie. Tali fasi integrano conoscenze, competenze e risorse, per costruire

visioni, programmi condivisi tra sfera pubblica, privata e mondo del Terzo settore, rappresentando una sfida non semplice ma legittimata e promossa dal Codice del Terzo settore. Alla base di tale orientamento, è possibile definire la co-progettazione, come quel procedimento finalizzato alla definizione e alla realizzazione di specifici progetti di servizio o di intervento, nell'ambito di quanto definito in sede di co-programmazione. E' pertanto un'attività successiva alla co-programmazione e richiede infatti un approccio di dettaglio, di elementi operativi nonché finanziari, tali da rendere possibile la effettiva attuazione degli interventi e servizi. Con la co-progettazione, inoltre è possibile ampliare gli spazi operativi, dell'impresa sociale, quale forma pilota della cooperazione sociale, nella sua dimensione economico-commerciale, nella sua componente market, nella corresponsabilità, come illustrato nei paragrafi precedenti. La co-progettazione, in quanto coinvolgimento attivo del privato e del terzo settore, rende quest'ultimi protagonisti del perseguimento, in forma organizzata del bene comune, incorporando, con attenzione e competenza, le diversità e la complessità del territorio, tracciando la strada più proficua per il Paese. Il lavoro esposto in questa tesi, può rappresentare una riflessione sulla condizione giovanile, sui servizi ad essa rivolti e può dare indicazioni di metodologie innovative, utili ad implementare le attuali politiche giovanili. Si ritiene di buono auspicio, concludere questo lavoro con una considerazione, ovvero, che la generazione giovanile viene accostata al futuro ed alla speranza, sentimento necessario, per

affrontare una società che si evolve velocemente, caratterizzata dalla innovazione, dalla fluidità, dalla globalizzazione, una società in cui i giovani necessitano di essere supportati ed indirizzati, sia a livello culturale che intellettuale. A tal proposito, si ritengono esplicativi alcuni versi di Aristotele: “i giovanivivono la maggior parte del tempo nella speranza; infatti la speranza è relativa all'avvenire, così come il ricordo è relativo al passato; e per i giovani l'avvenire è lungo e il passato breve; infatti all'inizio del mattino non v'è nulla della giornata che si possa ricordare, mentre si può sperare tutto”. (Aristotele, Retorica II, 12...)

RIFERIMENTI

AMBITO TERRITORIALE 21, ASUR AV5, BOTTEGA DEL TERZO SETTORE, REGIONE MARCHE, *Insieme per un territorio AMBITO*, 2021

BAZZANELLA A. *Investire sulle nuove generazioni: modelli di politiche giovanili in Italia e in Europa: uno studio comparativo*, Editore Provincia Autonoma di Trento, IPRASE del Trentino, Trento, 2010

CAMERA DEI DEPUTATI, *Riforma del Terzo settore*, Roma, 28 luglio 2021

COMUNE DI MONTEPRANDONE, *Carta dei servizi sociali ed educativi*, 2019

CICCIOLI R., *Struttura di un efficace e moderno piano di Marketing: cosa includere*, del 3/972021

D'ANDREA A. Materiale didattico prodotto nell'ambito della docenza del I° modulo di "Bilancio sociale e valutazione nei servizi socio sanitari" cdl Magistrale –Management pubblico e di sistemi soci-sanitari, facoltà di Economia univpm, San Benedetto del Tronto, a.a. 2019-2020:

— *La riforma del terzo settore. cenni introduttivi*

— *Obblighi di accountability*

— *Le novità del d.m. del 5 marzo 2020*

— *Il terzo settore: elementi definatori*

FAZZI L, *Coprogettare e coprogrammare: i vecchi dilemmi di una nuova stagione di welfare locale*, "Impresa Sociale", Trento, 03/2021

FIORDIPONTI F., *I giovani : analisi dei problemi e dei bisogni,*” Arteinsieme”,
5 marzo 2010, <http://www.artinsieme.eu>

FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI ASCOLI PICENO, UNIVERSITÀ
POLITECNICA DELLE MARCHE, *Analisi dei bisogni del Territorio di
riferimento della Fondazione*, Fondazione Carisap, Ascoli Piceno, 2019

GALLO L., *Affidamento dei servizi sociali : forme e strumenti di relazione fra
P.A. ed enti del Terzo Settore nel Codice del Terzo Settore*, ciclo formativo,
formazione IFEL per i comuni, Bologna, 8/05/2019

GALLO L., *La Riforma del Terzo Settore: i cambiamenti per la formazione
professionale e le imprese sociali*, , Scuola Centrale Formazione, Bologna, 2018

GALLO L., GORI L., MAZZOLI G., NICOLI M., *Coprogrammazione,
coprogettazione e convenzioni con l’associazionismo di volontariato e di
promozione sociale*, “Arsea servizi per l’Associazionismo”, Bologna, 12/07/2019

GIROTTA A., *Il marketing territoriale come opportunità di sviluppo e
valorizzazione di Villa Breda*, Tesi di Laurea, Padova, Università degli Studi di
Padova, a.a. 2011-2012

GREGORI G., ALUNNO M. C., *Le dimensioni del terzo settore e il suo sviluppo:
Convegno Il Terzo settore come “volano” per lo sviluppo socio-
territoriale* Univpm, Bottega del Terzo Settore, Fondazione Carisap, Ancona,

29 giugno 2021

GRIECO C., MONTESI F., SEGANTI S., *Innova-guida pratica per il Terzo Settore*, Human Foundation, Fondazione johnson+johnson, Cologno Monzese, 2017

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA - UFFICIO TERRITORIALE PER LE MARCHE, L'ABRUZZO E LA PUGLIA, *Settori attivi e settori sospesi per il lockdown in Dati statistici per il territorio: Regione Marche*, ISTAT, Ancona, 2020

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA, *Rapporto sul territorio 2020 – ambiente economia e società*, Temi letture statistiche, Roma, 2020

LATORA A. G., NICOSIA G., TRAPANI N., *Una metodologia di multicriteria decisionmaking a supporto dei processi di public management*, in «Rivista italiana di Public Management», vol. 1, luglio 2018, n. 2

LENZI F., *La nuova Impresa Sociale*, Cantiere del Terzo Settore, dicembre 2020,

KOTLER P.& LEE N. *Marketing del settore pubblico*, Pearson Paravia Bruno Mondadori spa, 2007

MARCONI M.S., *Sostegno alle persone in situazione di non autosufficienza*, “verbale del tavolo tematico di partecipazione dell'ats21”, San Benedetto del Tronto, 26/11/2021

MARCONI M.S., *Lotta all'esclusione sociale, fragilità e alla povertà*, “verbale del tavolo tematico di partecipazione dell'ats21”, San Benedetto del Tronto, 02/12/2021

MARCONI M., *Sostegno alle capacità genitoriali e politiche giovanili* “verbale del tavolo tematico di partecipazione dell'ats21”, San Benedetto del Tronto, 12/12/2021

MARCONI M., *Sostegno alle persone con disabilità*, “verbale del tavolo tematico di partecipazione dell'ats21”, San Benedetto del Tronto, 13/01/2022

MARCONI M., *Sostegno all'invecchiamento attivo*, “verbale del tavolo tematico di partecipazione dell'ats21”, San Benedetto del Tronto, 20/01/2022

MARI A., *La Programmazione sociale*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, 2012

OSSERVATORIO NAZIONALE PER L'INFANZIA E L'ADOLESCENZA, 5° *Piano nazionale d'azione e di interventi per la tutela dei diritti e lo sviluppo dei soggetti in età evolutiva: 2021-2022: educazione equità empowerment*, Dipartimento delle politiche per la famiglia - Presidenza del Consiglio dei Ministri, Roma, 2021

OSSERVATORIO REGIONALE POLITICHE SOCIALI, ARS MARCHE, *I Centri di Aggregazione per adolescenti e giovani nelle Marche*, Ancona, 3 maggio 2013

PARRA SAIANI P., *Gli indicatori sociali*, Franco Angeli, Milano, 2015

PASINETTI M., ROCCA E., SACCHETTI S., BODINI R., *Partecipazione e coinvolgimento nell'impresa*, "Impresa sociale" 04/2021

PEROSA M. Materiale didattico prodotto nell'ambito della docenza del I° modulo di "Marketing e fund raising delle aziende pubbliche e no profit" cdl Magistrale –Management pubblico e di sistemi soci-sanitari, facoltà di Economia univpm, San Benedetto del Tronto, a.a. 2018-2019:

- *Il marketing dei servizi*
- *Introduzione al marketing*
- *Il terzo settore e marketing non profit*
- *Il ruolo del marketing nelle organizzazioni non profit*
- *La segmentazione e posizionamento dell'offerta pubblica e non profit*
- *Politica di prodotto nel marketing pubblico e non profit*
- *Le alleanze strategiche tra settore pubblico, privato e non profit*
- *Le informazioni e la ricerca di marketing per le aziende pubbliche e no profit*
- *La comunicazione per il settore pubblico e non profit*

REGIONE MARCHE, *Piano Sociale Regionale 2020-2022: Indirizzi prioritari e strategie per lo sviluppo e l'innovazione del welfare marchigiano e per il*

rafforzamento degli interventi in materia di servizi sociali 2020-2022, Assemblea Legislativa Regionale, Ancona, 12 maggio 2020

REGIONE VENETO, COOP. SOC. CAROVANA, COOP. SOC. JONATHAN, COMUNI DELL'ALTA PADOVANA, *Ci sto? Affare fatica!*, Bassano del Grappa 2021

SPANÒ A., *Gioventù e adultità nella società contemporanea : riflessioni sul dibattito suscitato dai cambiamenti del corso di vita* in “Quaderni di sociologia” Open Edition Journals, n. 80 (2019)

YUOTHWIKI-ITALIA, *Governance delle politiche giovanili*, 2022

YUOTHWIKI-ITALIA, *Creatività e cultura*, 2022

YSSE, Youth School for Social Entrepreneurs, *Come creare un'impresa sociale?*, 2019,

VETTORATO G., *Giovani tra sogni e bisogni di autorealizzazione*, “Note di pastorale giovanile”, Roma 21/06/2017 <https://www.fmgb-prov.it>