

Laboratori attivi al momento

in **SER.A.L.** (in provincia di Latina):

- **Retemark 1** a Castelforte, SS. Cosma e Damiano e Minturno
- **Volare** a Campodimele

in **SER.A.F.** (in provincia di Frosinone)

- **Labomark** a Cassino, Piedimonte San Germano e Villa Santa Lucia
- **Lepinimark** a Supino e Sgurgola
- **Montimark** ad Acuto, Piglio e Fiuggi
- **Ti Accompagno** a Castelnuovo Parano
- **Atenemark** ad Esperia

in **SER.A.R.** (in provincia di Rieti)

- **Sabinamark** a Montebuono.

in **AS.TE.R.** (in provincia di Roma)

- **Open Museum** a Cervara di Roma
- **Piazza Telematica** a Carpineto Romano

Il rapporto con le Scuole e l'Università

I laboratori sono strutture aperte al mondo della Scuola e dell'Università.

Le Scuole hanno sottoscritto un protocollo con i Comuni delle Associazioni e ciò consente la realizzazione di progetti comuni.

Con l'Università il rapporto è al momento finalizzato a supportare i giovani che la frequentano nei loro studi e nella gestione dei tirocini e delle tesi.

Con l'Università di Cassino è in corso un processo finalizzato alla stipula di una convenzione che istituzionalizzi i rapporti già attivati da tempo, sui temi dell'orientamento allo studio e al lavoro, e sui progetti di sviluppo locale.

Con l'Università di Roma, la Sapienza, da anni è in corso un programma comune per la realizzazione del MASTER Raggi per la formazione di "Esperti di organizzazione per lo sviluppo locale" e il MASTER Luce per la formazione di "Esperti di Comunicazione Territoriale". Inoltre vi è una collaborazione con la cattedra di Organizzazione per la realizzazione del Laboratorio di cultura d'impresa.

Laboratori di Marketing Territoriale Aperti ai Giovani

Numerosi Comuni del Lazio hanno costituito delle Associazioni per perseguire una strategia di sviluppo locale che porti benessere e occupazione ai cittadini sposando una logica di Organizzazione Territoriale (O.T.). Al momento esse sono:

- Associazione SER.A.F. www.associazioneseraf.it (provincia di Frosinone),
- Associazione SER.A.L. www.associazioneseral.it (provincia di Latina),
- Associazione SER.A.R. www.associazioneserar.it (provincia di Rieti),
- Associazione AS.TE.R. www.associazionedeicomuniaster.it (provincia di Roma).



Esse sono intente a valorizzare le potenzialità del territorio e a svolgere un'azione di promozione efficace che consenta conseguenze economiche positive e una nuova occupazione.

Si conta così di favorire l'imprenditorialità endogena ed esogena, sviluppando una maggiore consapevolezza delle potenzialità del territorio da parte dei cittadini e favorendo forme di imprenditorialità giovanile.

Questo obiettivo viene perseguito individuando all'interno dell'O.T. costituita dal territorio circoscritto dall'insieme dei comuni associati, le cosiddette ABD (aree di business distintivo). Esse sono aree più circoscritte all'interno dell'O.T., distinte per le proprie caratteristiche demografiche, storiche, geografiche, economiche, culturali, linguistiche, e formulando progetti di sviluppo con un'ampia partecipazione da parte delle organizzazioni e dei cittadini utilizzando la metodologia della formazione-intervento®.

A supporto dello sviluppo così perseguito, le Associazioni dispongono di un portale web di marketing (www.marketing.territoriale.it) e tanti software gestionali ad esso connessi.

L'azione è tanto più necessaria considerando che da una recente ricerca effettuata su un campione di 4000 persone (giovani e adulti) si è riscontrato un notevole disagio nelle fasce giovanili che si manifesta nella voglia di abbandonare quanto prima la terra di origine non conoscendo le potenzialità che esso detiene, nutrendo una scarsissima fiducia nelle istituzioni e nelle strutture educative.

Peraltro mancano luoghi di aggregazione, di professionalizzazione e di orientamento e i giovani non sanno dove trovarsi e dove disporre di una guida sicura, di un maestro a cui affidarsi.

La struttura dei Laboratori di Marketing territoriale

In questo contesto è nata l'idea strategica della creazione dei laboratori territoriali.

Il laboratorio è una struttura che è costituita da tre parti:

1. una parte strutturale costituita da un locale abbastanza grande da contenere una decina di postazioni web e strutturato seguendo i principi ergonomici (vedi www.sielazio.it);
2. una parte di strumentazione telematica. Essa consente di collegarsi agli strumenti web disponibili (portale web istituzionale e portale di marketing territoriale, software per il SUAP, ecc.);
3. un gruppo di giovani residenti sul territorio comunale e capaci di utilizzare tutta la strumentazione telematica disponibile nel laboratorio, ma soprattutto capaci e motivati a gestire i contenuti dei processi e la relazione con i funzionari dei comuni e con i cittadini.

La formazione viene realizzata utilizzando la metodologia della formazione intervento[®] che consente ai giovani di acquisire un metodo per affrontare i diversi progetti e usare la strumentazione disponibile.

Il processo formativo adottato serve anche per aiutare i giovani ad orientarsi nei riguardi della vita, dello studio e del lavoro e a sviluppare dentro di sé il necessario empowerment per scelte coraggiose nella vita e per lo studio e il lavoro.

I laboratori sono aperti in prima istanza ai giovani che si preparano al ruolo. Loro tramite, essi sono aperti agli altri giovani, alle imprese, alle donne, agli anziani e a tutta la popolazione locale, ma anche ai giovani degli altri laboratori.

La strutturazione ergonomica dei Laboratori di Marketing territoriale

La strutturazione dei Laboratori viene effettuata ispirandosi ai principi ergonomici. I primi Laboratori realizzati (Retemark1) sono stati realizzati mediante processi di progettazione partecipata con i tecnici dei Comuni coinvolti nella realizzazione e con l'assistenza dei soci della Società Italiana di Ergonomia di Roma.

Lo standard che è stato creato è utilizzato per la realizzazione di tutti gli altri Laboratori seppure ogni nuovo Laboratorio viene realizzato tenendo conto delle evoluzioni della tecnologia e della esperienza collettiva maturata in seno alle Associazioni dalla "rete dei Servizi tecnici".

I Laboratori sono diventati un "caso" italiano e il racconto della loro realizzazione è stato presentato al Convegno nazionale di Ergonomia tenutosi a Roma nel 2010 e pubblicato sul libro che riporta gli atti del Convegno.

L'esperienza è stata poi ripresa anche sul libro edito nel 2012 da Maggioli e dal titolo: "Design for all".

Gli obiettivi di fondo della Rete dei Laboratori di Marketing territoriale

Il primo obiettivo è creare un gruppo di persone giovani che possa fare da volano ad un processo di acculturamento della comunità e da supporto ai cambiamenti indotti dalla necessità di sviluppo territoriale interattivo diffuso e al fine di usare strumenti innovativi di comunicazione che viaggiano via internet.

Per tale motivo essi vengono selezionati tramite un bando pubblico.

La formazione che ne consegue consente loro di acquisire le competenze per comprendere il sistema nel quale vivono, per formulare progetti per diverse problematiche, per sviluppare l'empowerment personale, per rafforzare le proprie capacità di lavoro di gruppo, per consolidare le proprie competenze nell'uso dell'informatica e in particolare del lavoro su web.

Per fare questo si punta ad individuare giovani del territorio con buone potenzialità e profonde motivazioni che sappiano bilanciare la desiderabilità di fare qualcosa per il proprio territorio con la necessità di una propria personale accresciuta professionalizzazione. Ciò rende possibile l'inserimento di tali giovani nei progetti promossi dalle Associazioni e la creazione, in prospettiva, di una schiera di persone pronte ad entrare in politica, negli organismi di sostegno allo sviluppo, nelle imprese e negli enti locali, per diventare "classe dirigente" del proprio territorio e del Paese.

I giovani dei laboratori possono in prospettiva dare vita ad associazioni giovanili locali che facciano della loro attività motivo di lavoro e motivo di sostegno allo sviluppo locale.

Il secondo obiettivo è quello di sviluppare una diffusa cultura dello sviluppo e dell'autoimprenditorialità all'interno della comunità locale.

Il terzo obiettivo è quello di sviluppare una cultura dell'uso delle nuove tecnologie che usano Internet così da difendere le comunità locali dal rischio del "digital divide".

La rete dei Laboratori può, in prospettiva, costituire la struttura di base ramificata e radicata sui territori con la finalità di valorizzare la cultura locale, di promuovere i prodotti tipici, di animare la partecipazione alla vita della comunità, di facilitare l'integrazione interculturale, di favorire gli scambi tra i Paesi dell'Europa e gli altri Paesi del mondo, aumentando così anche la vivibilità per tutti gli esseri viventi che vi risiedono.

Gli attuali laboratori territoriali

I Laboratori sono costituiti in relazione alle opportunità di finanziamento che le Associazioni riescono ad intercettare.

Alcuni di essi sono già realizzati ed altri sono in fase di realizzazione.