

Mappare la comunità

28 novembre 2023

Andrea Petrella

LabRIEF *Laboratorio di ricerca e intervento in educazione familiare*
Dip. di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia applicata
Università degli Studi di Padova





MONUMENTI

- (1) Battistero
- (2) Camposanto
- (3) Torre Pendente
- (4) Duomo

PIAZZE E PALAZZI

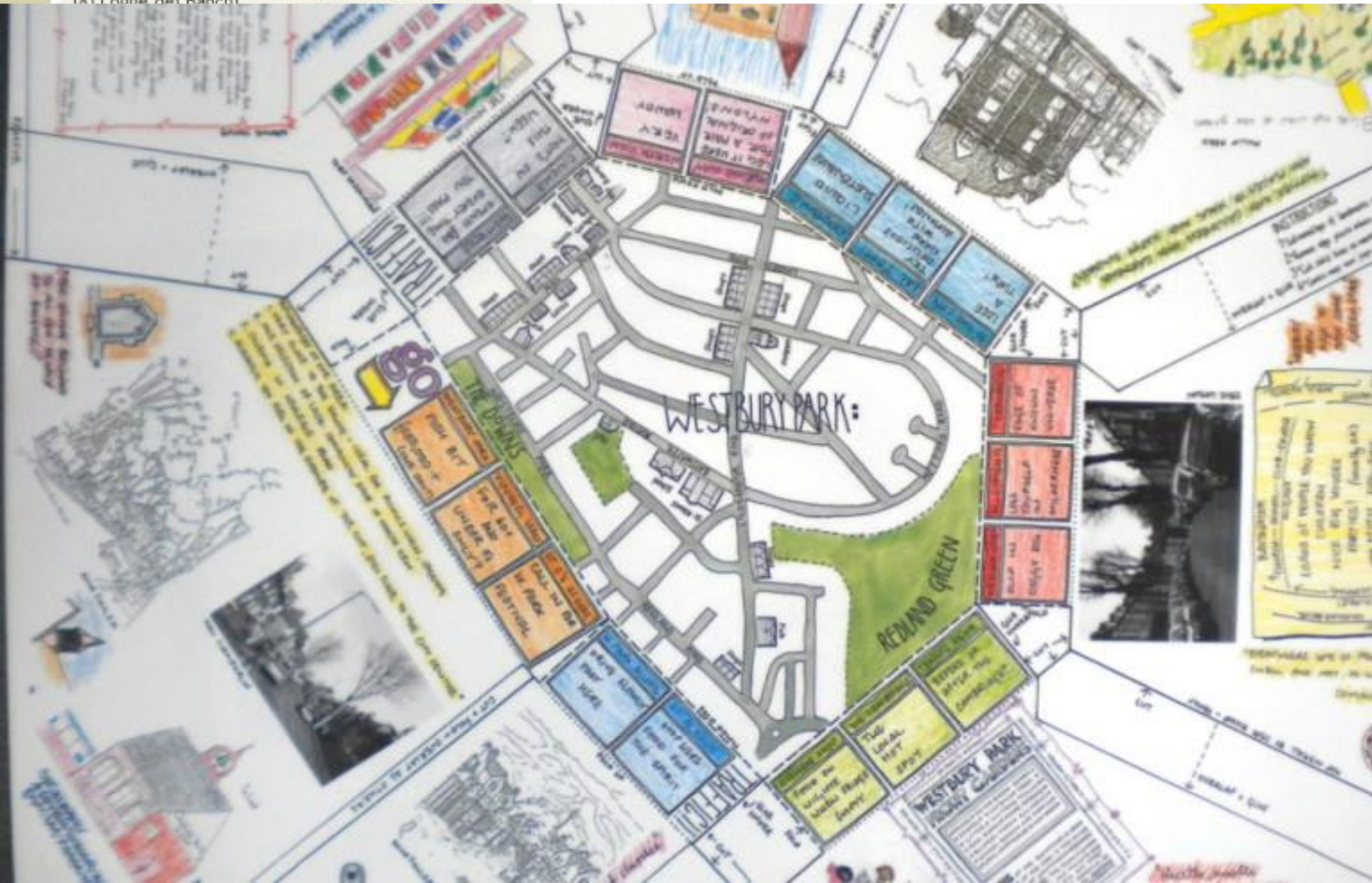
- (1) Palazzo dell'Orologio
- (2) Palazzo dei Cavalieri
- (3) Piazza dei Cavalieri
- (4) Palazzo Mediceo
- (5) Palazzo Lanfranchi
- (6) Palazzo Reale
- (7) Palazzo Gambacorti
- (8) Loggia dei Rancchi

MUSEI

- (1) Museo delle Sinopie
- (2) Museo dell'Opera
- (3) Museo Palazzo Reale
- (4) Orto Botanico
- (5) Arsenale (cittadella)
- (6) Certosa di Calci
- (7) Museo di S.Matteo

CHIESE

- (1) S.Nicola
- (2) della Spina
- (3) S.Sisto
- (4) S.Sepolcro
- (5) S.Francesco



Chi «costruisce» le mappe

- cartografia ufficiale
- famiglie, residenti, bambini

Cosa riportano/segnalano le mappe

- elementi standard, punti di interesse, strade ed edifici, attività commerciali
- elementi del paesaggio naturale e umano, oggetti, simboli, luoghi e azioni che caratterizzano il territorio di riferimento

Come sono state realizzate le mappe

- digitalmente, rispettando distanze e proporzioni
- privilegiando la dimensione creativa, artistica, emozionale

Finalità delle mappe

- marketing, orientamento, mobilità, turismo
- sviluppo del senso di appartenenza, facilitazione del confronto e dialogo, riscoperta di luoghi poco conosciuti/valorizzati

Rapporti di potere e di «centramento»

«Community mapping is the **process and product** of a community getting together to **map its own assets, values, beliefs or any other self-selected variable**. It is about mapping by the community for the community using relatively **informal processes**.

It is opposite to mapping by authority for authority using formal rules. It is a methodology that encourages and empowers the community to explore itself and to **advance on action**. [...]

It is a form of action research that has the capacity to significantly **empower the community** when negotiating with outsiders by enabling it to be in a stronger position when representing itself. [...]

Contrary to what the label 'community mapping' suggests, an actual map is not essential. The product can equally be **written documents, tables and graphs or other media forms**, including oral narratives. The outcome often is a combination of all the above»

Keller P. (2014). Community Mapping. In D. Coghlan, M. Brydon-Miller (Eds.), *The SAGE Encyclopedia of Action Research* (pp. 146-147). London: SAGE.

- Processo e, al contempo, prodotto
- Luoghi fisici e simbolici, valori
- Approccio informale
- Prospettiva trasformativa
- Protagonismo della comunità locale
- Mappa e non solo...

Prima della formalizzazione del Community Mapping (Amsden, Van-Wynsberghe, 2005; Keller, 2014; Cochrane, Corbett, 2020) come metodologia, esistevano già, anche in forme consolidate, esperienze di mappatura collettiva «dal basso», centrate su piccole località e con finalità identitarie, legate al senso di appartenenza e alla cura e valorizzazione dei luoghi della quotidianità e delle tradizioni.

È l'esperienza delle cosiddette «mappe di comunità» o «Parish Maps» (Clifford, 1993; Clifford, King, 1996) ideate in Inghilterra (1982-83) dall'Associazione "Common Ground" e costruite attorno al concetto di *Local Distinctiveness*:

ogni luogo ha peculiarità che lo rendono unico e irripetibile



Cos'è una mappa di comunità?

- È una mappa collettiva e condivisa che raffigura le particolarità di un luogo, di un paese o di una contrada.
- È un processo partecipato che coinvolge tutti gli abitanti, in un esercizio di auto-rappresentazione identitaria e di riconoscimento dei valori tipici del luogo che abitano.
- Sulla mappa sono riportati elementi del paesaggio naturale e del paesaggio umano,
- oppure oggetti, simboli, luoghi e azioni che caratterizzano il territorio di riferimento,
- ponendo attenzione anche alle ibridazioni (la *local distinctiveness* non è immutabile...)

Che obiettivi ha una mappa di comunità?

- Sviluppare il senso di appartenenza
- Favorire confronto e dialogo
- Riscoprire luoghi poco conosciuti/valorizzati
- Individuare e diffondere risorse del territorio ancora inesprese
- Fornire informazioni a pianificatori, architetti, amministratori
- Fotografare le trasformazioni di un territorio
- Esprimere progettualità

Mappa di Comunita' di San Vito dei Normanni



Mappa di Comunità del Paesaggio delle Terre di Iesano

LA TERRA
Il clima è mediterraneo, con inverni miti e estati calde e secche. Le precipitazioni sono annue e moderate, con un picco in autunno e inverno.

LA VITA
Le attività principali sono l'agricoltura e l'allevamento. I prodotti tipici includono grano duro, olive, mandorle, frutta e prodotti caseari.

LA CULTURA
Le tradizioni sono ricche e antiche, con feste popolari e usanze che risalgono a secoli fa. La lingua parlata è il siciliano.

LA STORIA
La regione ha una lunga storia, con influenze greche, romane, normanne e spagnole. I resti di civiltà antiche sono ancora visibili in alcune zone.

LA NATURA
Il paesaggio è caratterizzato da colline e campagne fertili. Ci sono diverse riserve naturali e parchi regionali.

LA SOCIETÀ
La comunità è unita e solidale, con un forte senso di appartenenza. Le relazioni sono basate sulla fiducia e il rispetto.

LA ECONOMIA
L'economia è basata principalmente sull'agricoltura e sul turismo. Ci sono anche attività artigianali e commerciali.

LA SALUTE
L'aria pulita e il clima sano contribuiscono al benessere della popolazione. Ci sono diverse strutture sanitarie e ospedali.

LA SICUREZZA
La regione è considerata sicura e tranquilla, con un basso tasso di criminalità. Le forze dell'ordine sono presenti in tutte le zone.

LA CULTURA MATERIALE
Il patrimonio culturale è ricco e diversificato, con musei, teatri e siti storici. Le iniziative culturali sono ben sostenute.

LA CULTURA SPIRITUALE
La religione è un elemento importante della vita quotidiana. Le chiese e i santuari sono luoghi di culto e di incontro.

LA CULTURA FISICA
Le attività sportive e ricreative sono molto praticate. Ci sono diverse piste ciclabili e sentieri per escursioni.

LA CULTURA DIGITALE
L'uso delle tecnologie digitali è in crescita, con iniziative per migliorare l'accesso a internet e ai servizi online.

LA CULTURA AMBIENTALE
C'è una crescente consapevolezza dell'importanza dell'ambiente. Le iniziative di tutela e conservazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA SOCIALE
Le relazioni sociali sono forti e basate sulla mutualità. Le iniziative di solidarietà sono ben sostenute.

LA CULTURA POLITICA
La partecipazione politica è alta, con un forte senso di responsabilità civica. Le iniziative di trasparenza e accountability sono ben sviluppate.

LA CULTURA ECONOMICA
L'attività economica è dinamica e innovativa. Le iniziative di sviluppo e crescita sono ben sostenute.

LA CULTURA EDUCATIVA
L'istruzione è di alta qualità e accessibile a tutti. Le iniziative di alfabetizzazione e formazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA SANITARIA
L'assistenza sanitaria è di alta qualità e basata sulle evidenze scientifiche. Le iniziative di prevenzione e promozione della salute sono ben sviluppate.

LA CULTURA RICERCA
L'attività di ricerca è intensa e multidisciplinare. Le iniziative di collaborazione e scambio di conoscenze sono ben sviluppate.

LA CULTURA INNOVAZIONE
L'innovazione è un elemento chiave per lo sviluppo futuro. Le iniziative di incubazione e supporto alle startup sono ben sviluppate.

LA CULTURA SOSTENIBILITÀ
L'obiettivo è raggiungere uno sviluppo sostenibile che bilanci le esigenze economiche, sociali e ambientali. Le iniziative di sostenibilità sono ben sviluppate.

LA CULTURA PARTENARIATO
Il partenariato è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di collaborazione e cooperazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA TRASPARENZA
La trasparenza è un elemento chiave per la fiducia e la credibilità. Le iniziative di comunicazione e reporting sono ben sviluppate.

LA CULTURA RESPONSABILITÀ
La responsabilità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di accountability e valutazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA EFFICACIA
L'efficienza è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di ottimizzazione e miglioramento sono ben sviluppate.

LA CULTURA INFLUENZA
L'influenza è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di networking e advocacy sono ben sviluppate.

LA CULTURA LEGALITÀ
La legalità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di consulenza e supporto legale sono ben sviluppate.

LA CULTURA ETICA
L'etica è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di formazione e sensibilizzazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA INTELLETTUALITÀ
L'intellectualità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di ricerca e sviluppo sono ben sviluppate.

LA CULTURA EMOTIVITÀ
L'emotività è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di comunicazione e marketing sono ben sviluppate.

LA CULTURA SOCIALITÀ
La socialità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di networking e collaborazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA ADATTABILITÀ
L'adattabilità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di flessibilità e resilienza sono ben sviluppate.

LA CULTURA INIZIATIVA
L'iniziativa è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di leadership e gestione sono ben sviluppate.

LA CULTURA PERSISTENZA
La persistenza è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di perseveranza e determinazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA OTTIMISMO
L'ottimismo è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di positività e speranza sono ben sviluppate.

LA CULTURA REALISMO
Il realismo è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di pragmatismo e concretezza sono ben sviluppate.

LA CULTURA EQUILIBRIO
L'equilibrio è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di armonia e bilanciamento sono ben sviluppate.

LA CULTURA SEMPLICITÀ
La semplicità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di chiarezza e trasparenza sono ben sviluppate.

LA CULTURA EFFICACIA
L'efficacia è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di risultati e performance sono ben sviluppate.

LA CULTURA INFLUENZA
L'influenza è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di networking e advocacy sono ben sviluppate.

LA CULTURA LEGALITÀ
La legalità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di consulenza e supporto legale sono ben sviluppate.

LA CULTURA ETICA
L'etica è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di formazione e sensibilizzazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA INTELLETTUALITÀ
L'intellectualità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di ricerca e sviluppo sono ben sviluppate.

LA CULTURA EMOTIVITÀ
L'emotività è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di comunicazione e marketing sono ben sviluppate.

LA CULTURA SOCIALITÀ
La socialità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di networking e collaborazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA ADATTABILITÀ
L'adattabilità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di flessibilità e resilienza sono ben sviluppate.

LA CULTURA INIZIATIVA
L'iniziativa è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di leadership e gestione sono ben sviluppate.

LA CULTURA PERSISTENZA
La persistenza è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di perseveranza e determinazione sono ben sviluppate.

LA CULTURA OTTIMISMO
L'ottimismo è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di positività e speranza sono ben sviluppate.

LA CULTURA REALISMO
Il realismo è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di pragmatismo e concretezza sono ben sviluppate.

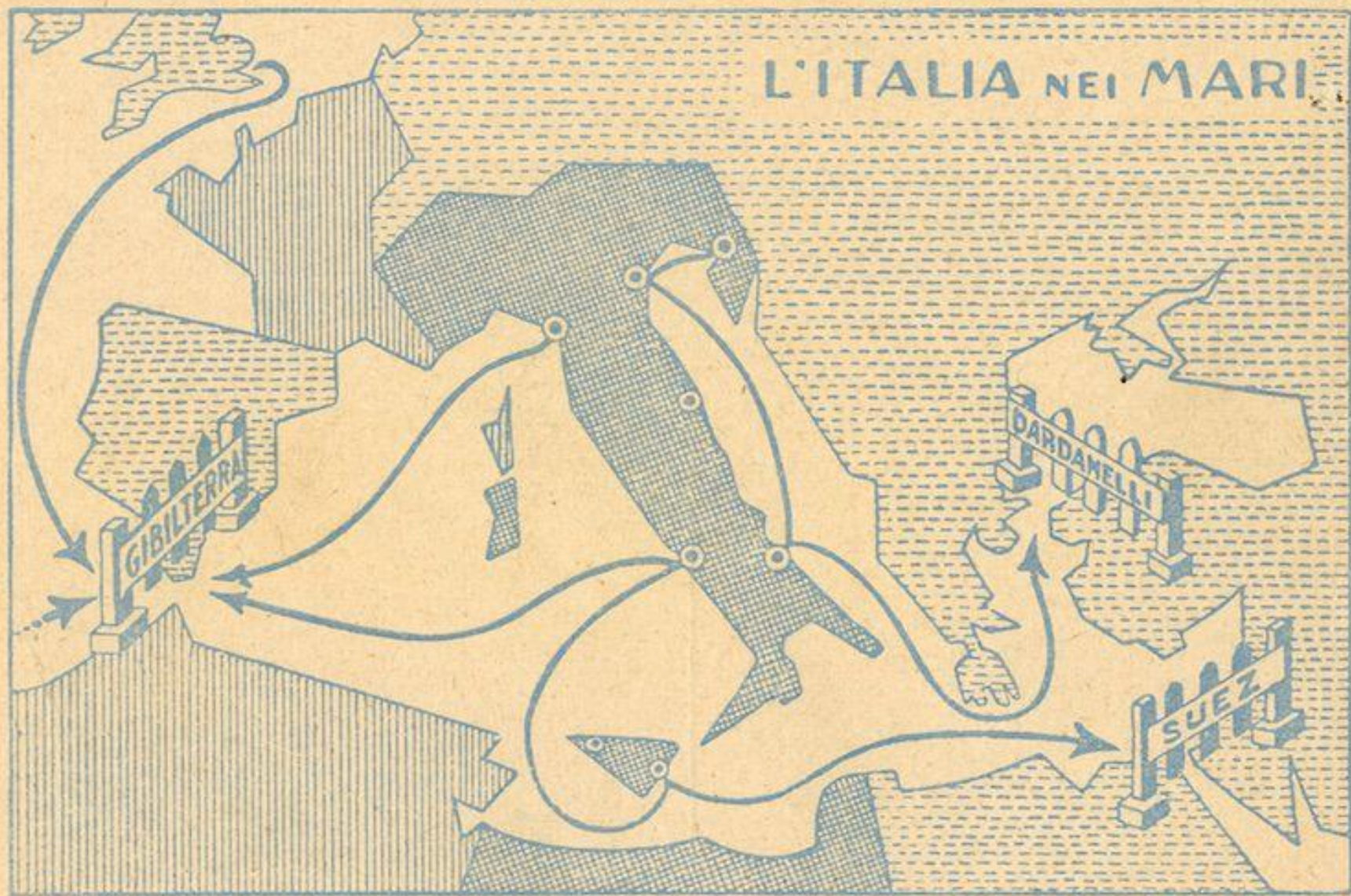
LA CULTURA EQUILIBRIO
L'equilibrio è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di armonia e bilanciamento sono ben sviluppate.

LA CULTURA SEMPLICITÀ
La semplicità è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di chiarezza e trasparenza sono ben sviluppate.

LA CULTURA EFFICACIA
L'efficacia è un elemento chiave per il successo delle iniziative. Le iniziative di risultati e performance sono ben sviluppate.



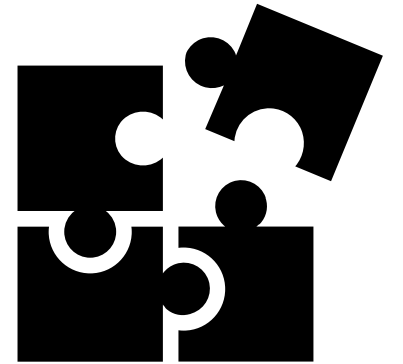
“La terra è un luogo in cui si trova l’Inghilterra, voi la troverete quale che sia il senso nel quale farete girare il globo; poiché i suoi possedimenti sono tutti rossi e il resto è tutto grigio, e questo è il significato del giorno dell’Impero”. G. K. Chesterton 1922



DISEGNO DI A. SOFFICI.

EDITA DA VALLECCHI NEL 1929. VII.

... aggiungiamo un altro pezzetto...



Quando parliamo di comunità, in ambito pedagogico ed educativo, a cosa ci riferiamo?
Quali elementi vengono sollecitati?

- una determinata popolazione organizzata in un dato territorio;
- un radicamento, variabile in intensità e forme, della popolazione su tale territorio;
- la dimensione relazionale: relazioni di interdipendenza, di solidarietà, di scambio, tra i membri di tale popolazione;
- la dimensione locale come luogo privilegiato di osservazione delle dinamiche comunitarie;
- la dimensione formativa ed educativa, centrata sulle dinamiche trasformative capaci di sviluppare coesione sociale e raggiungere interessi collettivi.

la comunità è la rete vitale delle relazioni attivata dalla persona e si connota come lo spazio di cui essa ha bisogno per la propria realizzazione. [...] La comunità è, pertanto, lo spazio di vita e di realizzazione della persona. Essa è 'la circolazione vitale' della stessa società: senza la comunità non si dà nemmeno la società
(Dalle Fratte, 1993, p. 167).

comunità in senso a-spaziale, come un gruppo sociale o un sistema in cui sono definiti dei legami fra ***persone che condividono un senso di appartenenza e di 'connessione emotiva' rispetto a problemi e situazioni comuni***
(Milani, 1999, p. 304).

creare dei luoghi dell'educare che siano comunità in miniatura, non separate dalla società ma vissute come parti integranti dello sviluppo sociale, volte ad una ***partecipazione orientata consapevolmente verso la ricostituzione del tessuto comunitario, le realtà locali, minacciato dalla grande società***
(Romano, 2014, p. 49).

Uno degli interessi collettivi di una comunità è il benessere dei propri membri, e dei bambini in particolare. Il benessere del bambino (e della sua famiglia)...

- 1) si iscrive in una prospettiva ecologica
- 2) passa attraverso la valorizzazione delle reti di cui la famiglia fa già parte (cerchia familiare, amicale, vicinato, quartiere)
- 3) è determinato dalla valorizzazione dell'informale (il formale non arriva ovunque...)
- 4) è perseguibile anche e soprattutto quando l'educatore agisce come «ponte» tra la famiglia e il territorio

«Nei suoi studi Bronfenbrenner ha evidenziato come la crescita delle persone avvenga grazie all'articolazione di relazioni complementari tra ciascun soggetto umano con altre persone e i diversi ambienti e tempi di vita. Egli ha, infatti, messo in luce come il percorso del divenire umano di ciascun soggetto abbia luogo grazie a un sistema di relazioni, le quali sono influenzate dallo stesso soggetto e al contempo lo influenzano, in una logica di reciprocità» (Ius, 2020, p. 49).

Informal Social Support:

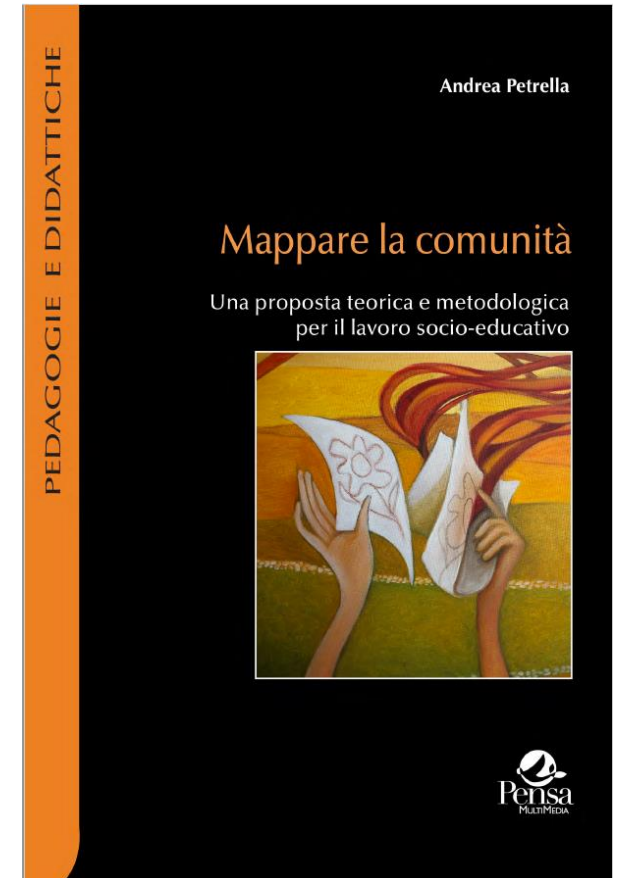
supporto offerto in forma individuale e collettiva a persone o famiglie e finalizzato a rispondere a bisogni di diversa natura: “This assistance can take many forms: emotional comfort; tangible (instrumental) aid like money, food, clothing; information or advice; help in decision-making” (Spilsbury & Korbin, 2013, p. 9)

“Gli ultimi studi neurobiologici hanno dimostrato come il supporto sociale non solo riduca gli effetti dello stress nella vita quotidiana, ma anche mobiliti le capacità neurobiologiche di costruire nuovi pattern di risposta agli eventi stressanti” (Serbati, 2016, p. 98).

Se nella vita quotidiana può essere relativamente facile “appoggiarsi” a qualcuno quando si manifestano bisogni che non si riescono a soddisfare autonomamente, “la vita può diventare difficile quando queste risorse non sono immediatamente disponibili o non si sa come e dove reperirle. Riconoscere il carattere di normalità dell’essere aiutati è un primo passo fondamentale per gli operatori sociali che si occupano di sostenere le famiglie vulnerabili” (Tuggia, 2017, p. 78).

L’individuazione delle risorse e la creazione delle condizioni migliori affinché famiglie e persone in situazione di vulnerabilità possano beneficiarne sono, pertanto, le principali sfide da affrontare per gli operatori.

Una proposta teorico-pratica: la mappa per la comunità



dalle mappe **di** comunità ... alle mappe **per** la comunità

-> proposta di elaborare alcune mappe incentrate sui “luoghi della vicinanza solidale”, dei servizi, dei luoghi di aggregazione.

Finalità

dalle mappe **di** comunità ...

- Sviluppare il senso di appartenenza
- Favorire confronto e dialogo
- Riscoprire luoghi poco conosciuti/valorizzati
- Individuare e diffondere risorse del territorio ancora inesprese
- Fornire informazioni a pianificatori, architetti, amministratori, operatori sociali
- Fotografare le trasformazioni di un territorio
- Esprimere progettualità

...alle mappe **per** la comunità

- Ridare centralità e protagonismo ai residenti, permettere loro di raccontarsi al di fuori dei contesti di assistenza e dei servizi;
- Individuare in maniera partecipata le risorse esistenti, attivabili o realizzabili sul territorio, funzionali alla creazione e al consolidamento di una rete solidale composta da famiglie, enti, associazioni, servizi, luoghi comunitari e beni comuni;
- Avviare o attivare iniziative descritte e desiderate "dal basso" per mettere in relazione le famiglie con altre persone e sviluppare la possibilità di supporto reciproco;
- Coinvolgere le famiglie nelle attività della comunità in modo che possano diventare partecipanti attivi, sviluppare relazioni sociali, individuare supporti

Mappatura...

- dei servizi, formali e informali, attivi sul territorio
- dei luoghi di incontri e socializzazione, luoghi ove trovare sostegno, ecc.
- delle associazioni, gruppi di volontariato, ecc.

!! Processo di costruzione della mappa come occasione di incontro !!

In che modo? Ipotesi di percorso

Ogni mappa è un'esperienza specifica, per cui i modi per realizzarla possono essere molteplici.

Non esiste quindi una procedura standard.

Tuttavia, possiamo proporre i seguenti passi.

Le tappe del percorso

1. Formare la squadra
2. Definire l'area
3. Comunicare e promuovere l'iniziativa
4. Definire un calendario
5. Coinvolgere la cittadinanza
6. Realizzare e animare gli incontri
7. Disegnare la mappa
8. Raccogliere e confrontare informazioni
9. Accogliere il cambiamento
10. Presentare la mappa

1. Formare la squadra

È importante che agli operatori siano affiancate delle figure di facilitazione, fondamentali per coordinare tutto il percorso, tenere le fila, costruire un calendario, coinvolgere le famiglie, innescare discussioni e confronti, raccogliere dati e informazioni, fare sintesi..



2. Definire l'area

È fondamentale che la comunità coinvolta nel progetto individui un suo preciso riferimento territoriale.

Si procede, pertanto, nell'individuazione dell'area geografica e della sua ampiezza, né troppo grande né troppo piccola, vicina al “sentire” della comunità locale.



3. Comunicare e promuovere l'iniziativa



Il processo di costruzione di una mappa prevede la necessità del coinvolgimento delle famiglie e, magari in un secondo momento, dei vari rappresentanti e componenti della comunità.

È prioritario, quindi, organizzare un incontro in cui si illustrano i contenuti e le finalità del progetto, nonché l'importanza della partecipazione di altre realtà.

4. Definire un calendario



Occorre definire le tappe del percorso, le date degli incontri pubblici, i luoghi.

È fondamentale individuare luoghi che favoriscano la partecipazione.

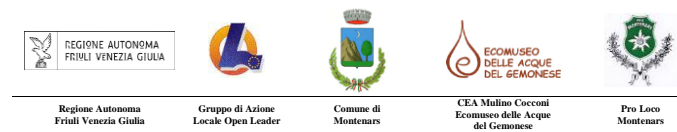


5. Coinvolgere le famiglie

Il gruppo di solito è composto da un numero di persone variabile (dalle 10 alle 30 persone).

In ogni caso l'invito alla partecipazione deve essere allargato a tutte le famiglie e bisogna essere sempre accoglienti nei confronti di coloro che si aggregano in corso d'opera.

+ brochure, locandine, mail, social



Una mappa per la comunità di Montenars

*per ricordare il passato, condividere il presente
proiettare il futuro*

venerdì 13 marzo

Roccolo del Postino, ore 10.45

*La Scuola d'infanzia di Montenars
in visita al roccolo*

sabato 14 marzo

**Chiesetta di Flaipano, ore 15.30
Municipio, ore 18.00**

Incontri pubblici con la comunità

Agli abitanti di Montenars viene proposto di partecipare alla realizzazione di una *mappa di comunità*, che consentirà alla popolazione di descrivere il proprio ambiente di vita, attribuendo valore alle sue memorie e alle sue trasformazioni



6. Realizzare e animare gli incontri

Individuare strategie di rilevazione delle informazioni relative ai luoghi di socializzazione, di aggregazione, di supporto sociale, di aiuto, di approvvigionamento, di gioco...

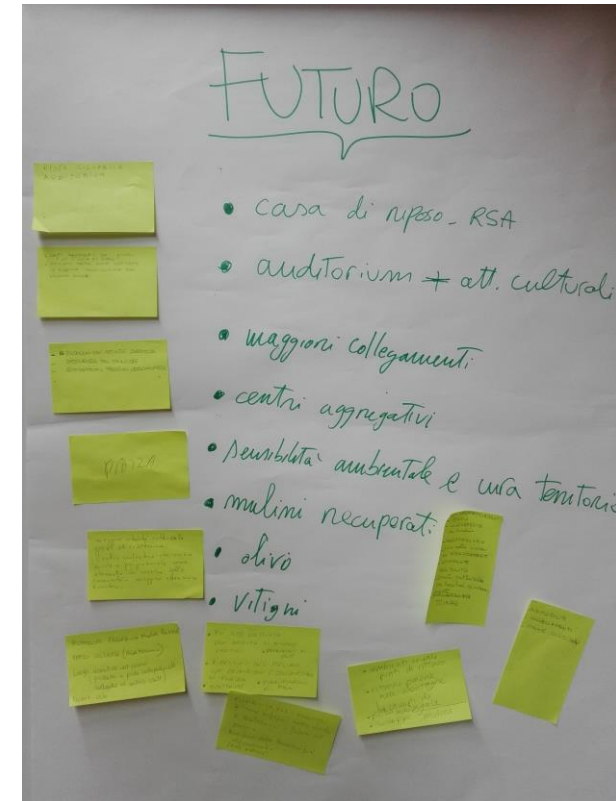
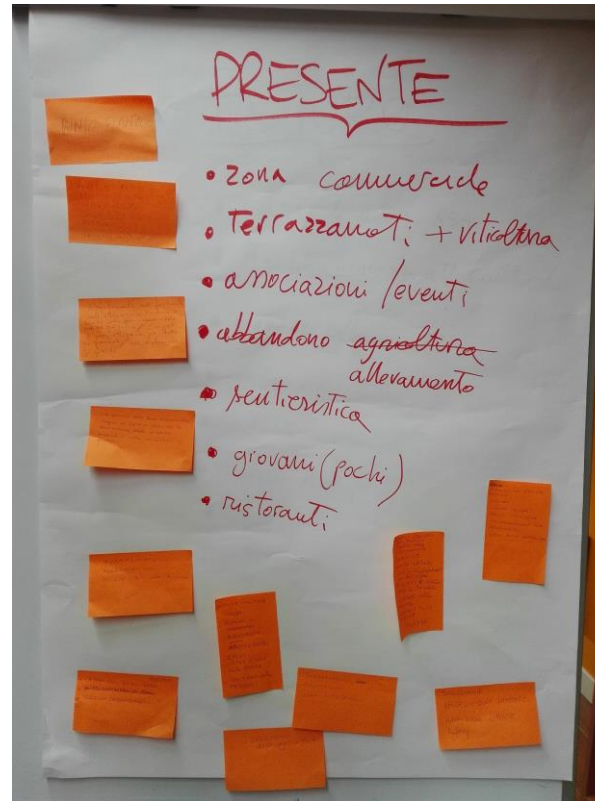
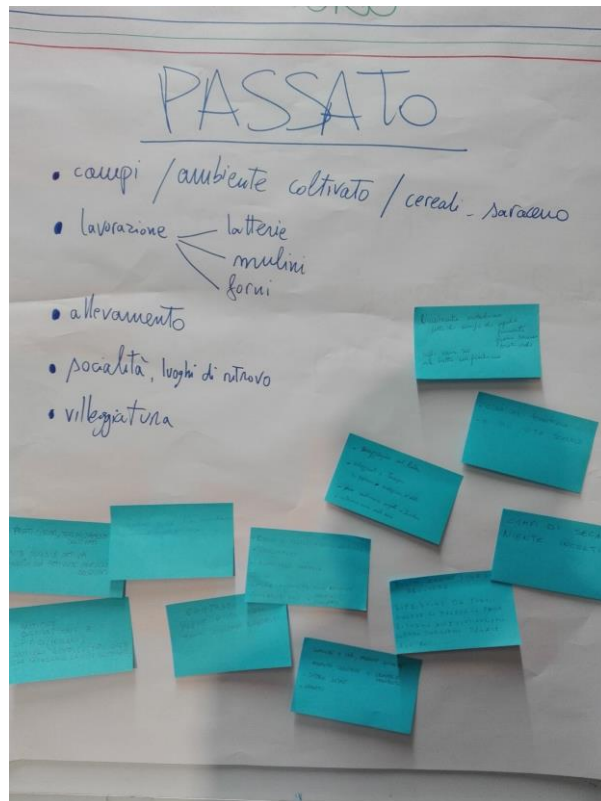


Consegnare a ciascun presente un post-it giallo (PASSATO), un post-it azzurro (PRESENTE), un post-it verde (FUTURO) e una penna

Chiedere a ciascun partecipante di riflettere individualmente e di scrivere sui post-it corrispondenti:

	PASSATO	PRESENTE	FUTURO
“quali sono i luoghi di incontro del tuo paese/contrada/frazione?”			
“un cugino che vive in America ti viene a trovare: dove lo porteresti? cosa gli faresti visitare?”			
“hai avuto una giornata pesante: dove vai a ricaricare le energie e rilassarti?”			
“hai un problema in famiglia/con i tuoi figli/al lavoro: dove ti rivolgi?”			

Si raccolgono i post-it e il facilitatore ne individua le ricorrenze creando dei gruppi tematici su un cartellone e, assieme ai partecipanti, si discute e si prova a narrare il territorio



Porre al centro del gruppo una mappa “muta” del territorio di riferimento (quartiere, frazione, paese).

Il facilitatore legge i punti emersi durante le attività precedenti e chiede ai partecipanti di collocarli sulla mappa



7. Disegnare la mappa



Una volta individuati gli elementi, i luoghi, gli attori collettivi che caratterizzano il territorio li si colloca su una mappa.

La mappa non deve sforzarsi di rappresentare fedelmente la realtà.



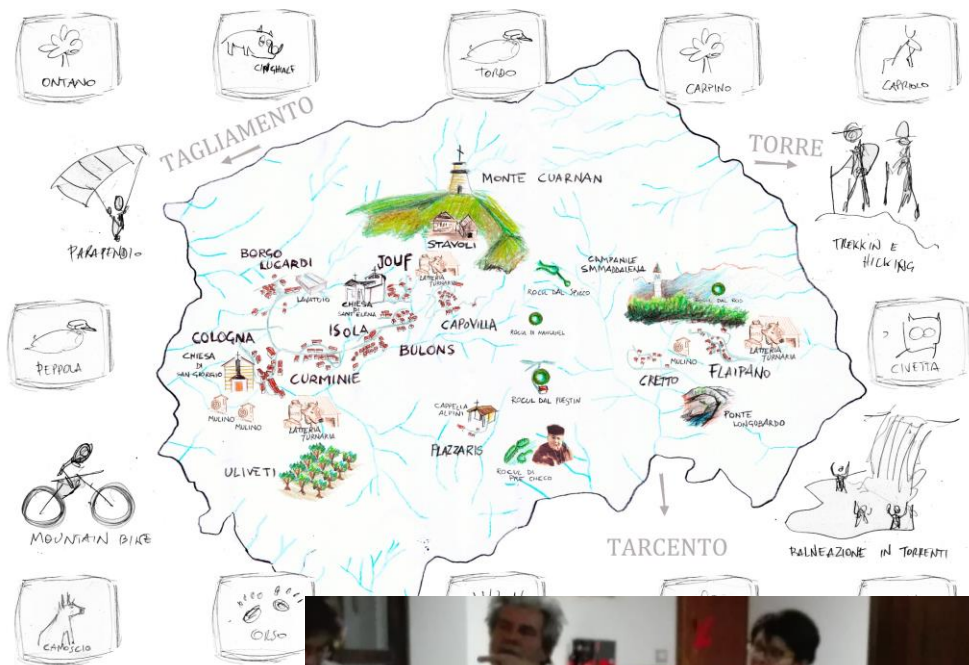
8. Raccogliere e confrontare informazioni

Le informazioni raccolte ed emerse dal confronto devono essere sistematizzate, riassunte, ordinate.

Possono essere la base per successive verifiche, aggiustamenti e integrazioni.



9. Accogliere il cambiamento



È auspicabile che, essendosi innescati meccanismi di confronto sui temi di interesse per la comunità, i facilitatori e gli operatori riescano a valorizzare e rendere concrete le proposte individuate lungo il percorso. Se la mappa per la comunità è, nella sua accezione più immediata, una fotografia delle dinamiche locali, la sua naturale evoluzione la vede mutarsi in una forma di carta programmatica riportante i problemi e le possibili idee da sviluppare in ambito sociale, educativo, urbanistico, ambientale.

10. Presentare la mappa

Presentazione ufficiale, ripercorrendo le tappe.

Stampa cartacea della mappa e consegna alle famiglie, agli enti, alle associazioni, ecc.

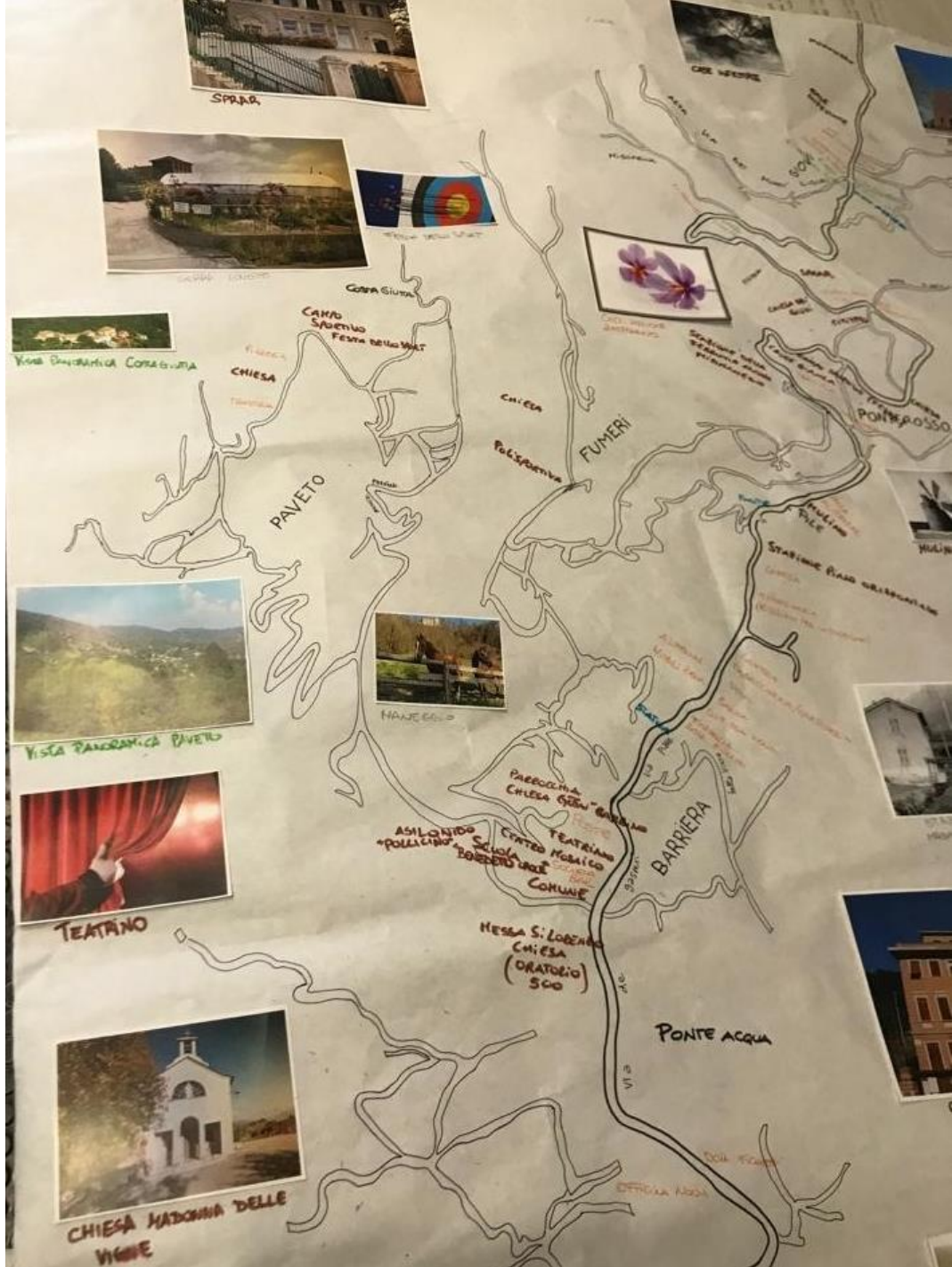


	<i>Promotori</i>	<i>Facilitatori</i>	<i>Partecipanti</i>
Belluno-Feltre	terzo settore-onlus	ricercatori universitari	cittadinanza (4 sub-zone)
Padova-Rovigo	università-coop- fondazione	educatrici nido	genitori dei bambini dei nidi (20 nidi)
Valle Scrivia I	servizio sociale territoriale	assistenti sociali	cittadinanza (I sub-zona)
Valle Scrivia II			bambini ist comprensivo (II sub-zona)
Valle Scrivia III			adolescenti (III sub-zona)



LUCI PRINCIPALI
CINEMA, SCUOLA, OMNIBUS, KARF, CAMPE...
* PISCINA, PACESTRA, BAR, PASTE, C...
* ELEMENTARI, MEDIE, ASILO E ASILO NIDO





PROGETTO **BENVENIDO** '23/'24

TERRITORIO

- BIBLIOTECA COMUNALE
- ASSOCIAZIONE CIRCOLO NOI.



FAMIGLIA

TEMPO LIBERO

- PARCHI PUBBLICI
- SPORT CALCIO
- SCUOLA BASKET
- PALESTRA "ROSOLINA FITNESS"
- PIAZZE



SERVIZI PER LA FAMIGLIA

- FATTORIA DIDATTICA "NONNO MARIO"
- SCUOLA DELL'INFANZIA G. RODARI
- SCUOLA DELL'INFANZIA S. ANTONIO
- CENTRI ESTIVI
- SCUOLA

SERVIZI SOCIO-SAN

- PEDIATRA ROSOLINA (U.CAR)
- FARMACIA DISSETTE
- FARMACIA S. GIORGIO (ROSOLINA MARE)
- FARMACIA IKONOMO CHRISTOS
- OSPEDALE ADRIA
- OSPEDALE CHIOGGIA
- OSPEDALE MADONNA DELLA SALUTE (PORTO URSO)



