



cultura e turismo: sfide digitali e valori per il futuro

Firenze, 27 maggio 2008

RAPPORTO ISTANTANEO Workshop Open Space Technology

CHE FARE?

per coordinare l'offerta culturale e qualificare
i flussi turistici nel territorio fiorentino?

Lektor
www.ektor.com

Lexelerator
www.lexelerator.com

IDEA!

Hanno partecipato

Nome	Cognome	Ente
Francesca	Albano	CISPEL
Laura	Alberighi	CCIAA Firenze
AnnaLaura	Bachini	L'Altro Verso
Filippo	Barra	Scuola Superiore S. Anna
Emilio	Becheri	Mercury srl
Mariella	Becherini	Opera Laboratori Fiorentini spa
Marco	Bennici	Firenze Tecnologia
Carla	Benvenuti	Confindustria Firenze
Andrea	Bernabei	SeeTen
Enrico	Bocci	SDIPI
Vincenzo	Bonelli	Associazione Firenze Futura
Sebastiano	Caligo	Università degli Studi di Firenze
Gianni	Caridi	Hotel Rivoli
Costanza	Ceccarini	CCIAA Firenze
Tommaso	Ciabini	ANBBA
Lucilla	Cinelli	Firenze Tecnologia
Lia	Corsi	Tavarnelle Val di Pesa
Mario	Curia	Mandragora
Gabriele	Davini	Agenzia Stasis
Giuseppe	De Micheli	Opera di S.Croce
Jacopo	De Ria	Fiavet Toscana
Beatrice	Degli Innocenti	Promofirenze
Laura	Donati	Comune di Certaldo
Cesare	Ferretti	Pianvallico spa
Laura	Fрати Gucci	AIDDA
Francesca	Galluzzi	APT Firenze
Alessia	Geroni	Toscana Promozione
Sara	Giani	Comune di Certaldo
Gabriella	Grilli	CCIAA Firenze
Simone	Guasti	Firenze Tecnologia
Laura	Innocenti	Ars Hotels
Liliana	Leanti	A.I.A. Associazione Imprese Alberghiere di Firenze e Provincia
Maria Pilar	Lebole	Osservatorio Arti e Mestieri
Michele	Legnaioli	Aeroporto Vespucci
Paola	Lorenzini	CNA Firenze
Marcello	Lotti	Comune di Firenze
Caterina	Maltinti	Ufficio Turismo Comune di Vinci
Niccolò	Mancini	Università degli Studi di Firenze
Giulio	Manetti	Comune di Firenze
Luca	Mantellassi	CCIAA Firenze

Giuseppe	Mantero	Linea Comune Spa
Paolo	Martinez	IDEA!
Gerri	Martinuzzi	CCIAA Firenze
Stefania	Marvogli	Ufficio Turismo Comune di Vinci
Maria	Merlini	Siena Viva Soc. Coop.
Moira	Minchioni	Posta Italiane
Alessandra	Modi	IDEA!
Sabrina	Montaguti	Promofirenze
Giovanni	Nebiolo	Firenze Tecnologia
Enrico	Norcini	Hotel Centrale
Roberto	Norcini	Hotel Centrale
Barbara	Panajia	Comune di Fiesole
Renato	Paoli	Confcooperative Unione Interprovinciale di Firenze e Prato
Alessandro	Pappalardo	Università degli Studi di Firenze
Cinzia	Parolini	SDA Bocconi
Patrizia	Parretti	Divino
Lucia	Pelatti	CNA Firenze
Rossella	Pizzo	Firenze Tecnologia
Simona	Pozzoli	Ente Cassa di Risparmio
Francesca	Romanelli	Firenze Tecnologia
Astrid	Schwaiger	Consulente
Francesco	Tapinassi	TerreVive
Saveria	Teston	CANAPE_cantieri aperti
Marcello	Traversi	Firenze Tecnologia
Yolanda	Ursa	Inmark (Spagna)
Fabrizio	Vanni	CCIAA Firenze
Riccardo	Ventrella	Teatro della Pergola
Daniele	Vernon	Citylife spa
Alessandro	Villani	Comune di Firenze
Elena	Zarone	CCIAA Firenze
Riccardo	Zucconi	Confindustria Firenze
Patrizia	Boretti	CCIAA Firenze



Agenda delle proposte raccolte a inizio lavori

Prima sessione: 11:00 – 13:00

1. Creare un Piano strategico locale per il turismo nel territorio. (Giovanni Caridi, Albergatori)
2. 2015: Expo, Firenze Capitale (150 anni); infrastrutture materiali e immateriali, Progetti industria 2015 (Enrico Bocci).
3. Diversi turismi (alcuni sconosciuti). Diversi Servizi. Firenze -> 2010 Futura. (Emilio Becheri)
4. Quale offerta culturale? Prima del coordinamento bisogna ripensare ai contenuti! (Giulio Manetti)
5. La competizione fra le grandi città del mondo per attirare investimenti. Firenze deve tornare a produrre nuova cultura, ospitare giovani artisti, creativi e ricercatori. (Riccardo Zucconi, Confindustria)
6. Creare la rete dei soggetti pubblici e privati attraverso i contatti e il confronto. Mettere in rete i progetti, il know how partendo dalla condivisione online dei propri piani e programmi. (Maria Pilar Lebole).
7. Sognare Firenze (Gerri Martinuzzi, CCIAA Firenze)

Seconda sessione (14:00)

8. Cosa si intende esattamente per qualificare i flussi turistici? Come definireste il flusso turistico di Firenze oggi? Cosa piace/non piace di questo tipo di turismo oggi? Come si vorrebbe fosse? (Simona Pozzoli)
9. Comunicazione e promozione dei contenuti del nostro territorio secondo i principi di efficacia ed efficienza (Andrea Bernabei)
10. Come coordinare i vari territori alla città trainante? (Lia Corsi)
11. Lavoro, cultura e turismo. Quale turismo consapevole e sostenibile? (Viviano Vecce) (*)
12. Azioni sinergiche. CONCAMBIO. (Laura Gucci) (*)

Seguono le trascrizioni dei lavori e dei rapporti di sessione dei singoli gruppi. Bisogna tenere conto che queste trascrizioni riportano fedelmente quanto scritto dai partecipanti nei loro rapporti istantanei. Le informazioni vanno quindi contestualizzate rispetto a quanto è avvenuto ed alle dinamiche di gruppo della giornata di workshop.

(*) la proposta è confluita in altri gruppi

Proposta 1

CREARE UN PIANO STRATEGICO GLOBALE PER IL TURISMO NEL TERRITORIO FIORENTINO

Promotore della proposta:
Gianni Caridi (albergatore)

Altri partecipanti al gruppo:
Laura Gucci Frati, Paola Lorenzini, Astrid Schweiger, Carla Benvenuti, Laura Alberighi, Simona Pozzoli, Costanza Ceccarini, Cinzia Parolini, Liliana Leanti, Enrico Norcini, Maria Merlini

Descrizione della proposta:

Il gruppo di lavoro riconosce la necessità di uscire dallo spontaneismo che sino ad oggi ha caratterizzato il fenomeno turistico e la fruibilità dell'offerta culturale.

Questo tema non può essere affrontato in maniera parziale, ma deve essere inserito nel quadro più ampio della vita cittadina, che va dalla mobilità, alle scelte urbanistiche, all'organizzazione di mostre ed eventi, alla scelta delle tipologie e della localizzazione di nuovi insediamenti ricettivi, al fenomeno dell'escursionismo, alla vita quotidiana dei cittadini.

Gli interventi auspicati devono tener conto dell'assoluta necessità di decongestionare il centro storico, di riqualificare l'accoglienza cittadina in tutte le sue espressioni, di innovare sul fronte dell'offerta culturale al fine di contribuire anche alla riqualificazione dei flussi turistici e al miglioramento della qualità della vita di residenti e turisti.

Per quanto sopra esposto si rende necessario che le istituzioni promuovano e partecipino attivamente allo sviluppo di un piano strategico del turismo volto a dare unità alle tante istanze che emergono dal territorio e che ne sostengano l'attuazione una volta approvato.

Proposta 2

GRUPPO 2015

Promotore della proposta:
Enrico Bocci

Altri partecipanti al gruppo:
Fabrizio Vanni, Marcello Iotti, Patrizia Parrietti, Daniele Vernon de Mars, Marco Bennici,
Vincenzo Bonelli

Descrizione della proposta:

Linee guida:

- scadenza temporale
- progetto basato sull'offerta turistica del territorio
- trasversale, orizzontale a sostegno degli altri gruppi.
- che coglie la sfida digitale per creare anche una infrastruttura immateriale.
- che possa superare ostacoli e vincoli che in passato hanno limitato queste iniziative.
- che produca non solo informazione, ma anche assistenza e servizio.
- che sappia raccogliere sul territorio i dati utili ad ulteriori e successive promozioni
- che abitui ad una programmazione pluriennale
- che favorisca l'individuazione di contenuti capaci di riportarci a livelli adeguati al patrimonio che rappresentiamo.
- che sappia raccordarsi con enti ed iniziative già presenti ed operanti sul tema
- che è possibile realizzare con i soggetti promotori della giornata.

Proposta 3

DIVERSI TURISMI: CONSAPEVOLEZZA DI SEGMENTAZIONE DEL MERCATO PER PROGRAMMARE LO SVILUPPO

Promotore della proposta:
Becheri Emilio

Altri partecipanti al gruppo:
Iacopo De Ria, Tommaso Ciabini, Francesca Galluzzi, Caterina Maltinti, Stefania Marvogli, Renato Paoli, Francesco Tapinassi, Filippo Barra, Mariella Becherini.

Descrizione della proposta:

Partendo dalla premessa che esistono varie tipologie di turismo, ognuna con proprie diverse caratteristiche, risulta necessario attivare strumenti innovativi (anche e soprattutto di natura digitale) per l'analisi di ognuna di esse. In altre parole i visitatori del territorio fiorentino devono essere scomposti secondo:

1. turismo individuale e turismo mass-market;
2. modalità di visita:
 - escursionisti;
 - pernottanti;
 - quasi-residenti (studenti);
3. motivazioni:
 - arte;
 - cultura;
 - business;
 - eno-gastronomia;
 - studio;
 - eventi;
4. metodologia di reperimento informazioni:
 - media tradizionali (tv, stampa, radio);
 - intermediazione tradizionale;
 - internet (blog, forum, motori di ricerca ecc..);
5. risultati delle rilevazioni diffuse di customer-satisfaction.

Proposta 4

QUALE OFFERTA CULTURALE ?

Promotore della proposta:
Manetti Giulio – Uff. turismo Comune di Firenze

Altri partecipanti al gruppo:
Giuseppe De Micheli, Sabrina Montaguti, Barbara Panaija, Lia Corri

Descrizione della proposta:

Affrontare il problema dell'offerta culturale in termini di contenuti della stessa. La finalità è quella di decongestionare i luoghi 'deputati' e favorire una migliore distribuzione dei flussi lavorando in modo coordinato sull'immagine della città e del territorio attraverso la riscoperta e la riproposizione di contenuti ed epoche poco conosciute o dimenticate.

Per lavorare sui contenuti si deve lavorare sulla 'continuità' della storia del territorio, senza dimenticare nessun 'momento' o 'epoca' che ha lasciato memoria e/o emergenze.

La riscoperta della 'continuità' e l'immetterla nell'immaginario collettivo significa offrire più immagini del territorio e, quindi, più stimoli e fonti di interesse (dall'immagine monotematica a più immagini di uno stesso territorio).

La scoperta (o riscoperta) della continuità, permette poi di superare la dicotomia fra passato e presente, antico e contemporaneo, perché la continuità dà senso alla contemporaneità in relazione alla storia del luogo.

Il primo coordinamento deve, dunque, essere un coordinamento di indirizzo: tutti gli attori dovrebbero lavorare a questo fine per avere come risultato *proposte diverse per turismi diversificati*.

Proposta 5

FIRENZE E LA TOSCANA DEVONO TORNARE A PRODURRE CULTURA

Promotore della proposta:
dott. Riccardo Zucconi

Altri partecipanti al gruppo:
Enrico Norcini, Sara Giani, Rossella Pizzo, Laura Innocenti, Gabriele Davini, Saveria Teston, Costanza Ceccarini, Laura Donati, Viviano Vecce, Anna Laura Bachini

Descrizione della proposta:

La competizione fra le grandi città del mondo ed i territori per attirare investimenti, marchi, centri direzionali è principalmente una sfida culturale. Parigi e New York si sono aspramente combattute nel dopo guerra, rubandosi artisti ed intellettuali. Alla fine New York ha avuto la meglio grazie al suo potere finanziario e alla lingua inglese troppo più diffusa nel mondo. Oggi Londra, Berlino, Shangai, Mosca, Mumbai, Barcellona, Roma sono ugualmente in gara.

Firenze ha tutte le carte in regola per partecipare. Capitale mondiale dell'arte ha un antico carisma ancora molto vivo nel mondo. Ma deve tornare a produrre cultura. Non può essere soltanto il museo del rinascimento.

Il patrimonio culturale lasciatoci in eredità è oggi sia un'opportunità sia un freno ad una nuova concezione della cultura contemporanea: si è declinata la volontà di PRODURRE CULTURA fermandosi ad una pratica di MOSTRARE CULTURA (si vive di rendita della produzione passata).

Il cambiamento di approccio porterebbe all'attivazione di processi di sviluppo economico e di riqualificazione urbana, tesi alla creazione di nuove polarità nelle quali laboratori e "officine" di produzione culturale verrebbero localizzate in aree dismesse presenti nel comune di Firenze e aree limitrofe.

Contestualmente, sempre con la finalità di supportare il passaggio dal "mostrare" al "produrre", proponiamo di ospitare giovani artisti, creativi, ricercatori in tutta la Toscana (ad esempio Livorno e Prato¹), messi in rete tra di loro per rilanciare arte e ricerca contemporanea.

Inoltre, il coinvolgimento di altri Comuni in questo tipo di progettualità consentirebbe di uscire da una logica "provinciale" che penalizza l'intero territorio, enfatizzando il potenziale della messa a sistema delle città toscane e diminuendo le conflittualità portate dalla

¹ Se si considerasse di offrire alloggi all'interno del Comune di Firenze, si potrebbero innescare grosse conflittualità legate al problema casa

congestione turistica che, non riscontrando un'elevata qualità urbana diffusa (i poli d'attrazione sono dati e "immobili") non si fermano per lungo tempo nella città.

Come insegna la storia del mecenatismo mediceo, la cultura è principalmente una attività produttiva: una economia florida produce cultura, la grande cultura ha sempre prodotto lavoro e quindi ricchezza (creando indotti diversificati derivanti dalle diverse professionalità messe in campo per la produzione e la gestione dell'industria culturale).

Parte della proposta (probabilmente la più praticabile nel breve-medio termine) prevede quindi di ospitare almeno 100 giovani artisti ad un prezzo medio di € 25.000,00/annuo, per fornirgli uno studio ed un piccolo salario che gli permetta di mantenersi. Si tratterebbe di un mecenatismo illuminato che dovrebbe coinvolgere logicamente le istituzioni, le Camere di Commercio, i Comuni, le Banche, le università e le grandi aziende. Un investimento che avrebbe un immediato ritorno (mentre si attuano i progetti strutturali che impongono tempistiche di più lungo respiro) in marketing per la grande risonanza che Firenze e la Toscana avrebbero nel mondo per una simile iniziativa. Pensiamo che solo Berlino da anni ospita in questo modo 800 artisti l'anno. In Toscana Pietrasanta è uno splendido esempio di come questo mix abbia funzionato. Se si pensa che sono spesi in Toscana 60.000.000 l'anno solo dalla Regione per la promozione, ci si rende conto che quello che proponiamo è assolutamente fattibile. Potrebbe inoltre far parte della legge speciale per Firenze che il governo ed il ministro della cultura Bondi hanno allo studio.

Inoltre i prodotti realizzati dagli artisti ospitati potrebbero trovare luogo negli spazi pubblici del centro cittadino, in una convivenza rispettosa di passato e presente, con una prospettiva futura e la creazione di una nuova identità cittadina.

Proposta 6

CREARE LA RETE DEI SOGGETTI PUBBLICI E PRIVATI ATTRAVERSO I CONTATTI E IL CONFRONTO. METTERE IN RETE I PROGETTI, IL KNOW HOW, PARTENDO DALLA CONDIVISIONE ONLINE DEI PROPRI PIANI E PROGRAMMI.

Promotore della proposta:

Maria Pilar Lebole

Altri partecipanti al gruppo:

Riccardo Ventrella (Museo La Pergola), Simona Bozzoli (ECRF), Maria Merlini (Guida turistica abilitata) e resp. SIENA VIVA, C. Benvenuti (Confindustria Firenze), Marcello Traversi (Firenze Tecnologia), Lucia Pelatti (CNA), C. Mantero (Comune/Provincia) Servizi web, A. Geroni (Toscana Promozione, Turismo e Frontoffice servizi imprese, A. Bernabei (Seeten TV), M. Pilar Lebole coordinamento OmA e linea editoriale Fondazione Artigianato

Descrizione della proposta:

Strutturare una rete di competenze private e pubbliche, ognuna responsabile del proprio contenuto e che si relazionino attivamente con un soggetto/strumento che consenta promozione, visibilità, coordinamento e programmazione. A Firenze il turismo produce 2 miliardi di euro l'anno, Una forte componente sfugge al territorio. La strada dello sviluppo digitale può favorire elementi importanti per trovare azioni per il futuro.

Produrre visibilità delle azione fatte dai singoli ENTI pubblici e Privati mediante un sistema di messa in rete di informazioni. Scambio di informazioni

Considerazioni in sede di discussione al tavolo:

- Genio Fiorentino: mancanza di indotto e di ricaduta.
- 2002: esperienza positiva pass teatri di Ventrella.
- Mancanza di visibilità e di segnaletica di strutture informative a Firenze. Arrivati alla stazione nessun cartello indica gli uffici dell' APT.
- Troppa offerta di mostre e limitata alla stagionalità.
- Serve coordinamento delle iniziative.
- Serve calendarizzazione degli eventi.
- Seeten propone di inserire dentro OMA i filmati sull'artigianato.
- Musei fiorentini mal prenotabili e a costi molto maggiorati presso le agenzie
- Bargello come Uffici.

OBIETTIVO FINALE: CREARE UNA RETE COME UN GOMITOLO mediante scambio di link. Ognuno è responsabile dei propri contenuti. Strumenti e regole di gestione per costruire il web, una struttura omogenea su cui lavorare

Proposta 7

SOGNARE FIRENZE

Promotore della proposta:
CCIAA – MARTINUZZI

Altri partecipanti al gruppo:
LUCILLA CINELLI

Descrizione della proposta:

- TURISMO DI QUALITA' (DI CULTURA)
- CITTA' DI QUALITA'
 - No inquinamento
 - No automobili nella cerchia dei viali
 - No ai parcheggi "a vista"
- Panchine e luoghi per sostare e socializzare
- CULTURA NON SOLO NEI LUOGHI CHIUSI MA ANCHE NELLE STRADE (giovani, artisti di strada, ecc.) AMBIENTE APERTO, DENSO DI EVENTI.

Proposta 8

COSA SI INTENDE ESATTAMENTE PER QUALIFICARE I FLUSSI TURISTICI? COME DEFINIRESTE IL FLUSSO TURISTICO DI FIRENZE OGGI? COSA PIACE/NON PIACE DI QUESTO TIPO DI TURISMO OGGI? COME SI VORREBBE FOSSE?

Promotore della proposta:
Simona Pozzoli

Altri partecipanti al gruppo:
Carla Benvenuti, Gabriele Davini

Descrizione della proposta:

Definire le caratteristiche del flusso turistico fiorentino. Capire la domanda e migliorare l'offerta attraverso il dialogo pubblico-privato.

I flussi turistici sono molto diversificati sia per livello culturale che per risorse economiche. L'offerta turistica fiorentina è altrettanto variegata, tuttavia non tutte le potenzialità del territorio sono egualmente ed adeguatamente valorizzate e promosse.

Questo per due ragioni. La prima è connaturale alla fisionomia del turismo fiorentino, un turismo che già a monte si organizza come turismo "mordi e fuggi" e pertanto gli asset più importanti del territorio (ex Uffizi, Accademia etc.) catalizzano l'attenzione del turista e cannabilizzano gli altri assets. Dall'altra parte tuttavia manca un coordinamento tra i vari protagonisti economici, sociali e istituzionali per pianificare meglio l'offerta culturale.

Il "privato" (ass. albergatori, commercianti, esercenti etc.) è emerso più volte nella discussione come attore economico propositivo e interessato a dialogare con il pubblico.

Tuttavia, dagli esempi emersi, il dialogo con il pubblico appare difficoltoso sia per un'incapacità del pubblico di dialogare al suo interno a livello delle diverse istituzioni, dall'altra di dialogare con lo stesso privato. Spesso non vi è attenzione verso le esigenze del privato; sovente, di fronte a domande del privato, vi è vicendevole "scarica barile" o un'eccessiva frammentazione delle competenze. Questo sistema farraginoso scoraggia così il privato ad agire ed a preferire strategie individuali e non sinergicamente coordinate con gli altri attori del territorio.

Proposta 9

COMUNICHIAMO IL TURISMO? COMUNICAZIONE E PROMOZIONE PER LA VALORIZZAZIONE DELL'ECONOMIA CON L'ATTENZIONE ALL'EFFICACIA DELLE INIZIATIVE

Promotore della proposta:
ANDREA BERNABEI

Altri partecipanti al gruppo:

A. Bernabei (Seeten TV), M. Pilar Lebole (coordinamento OmA e linea editoriale Fondazione Artigianato), A. Geroni (Toscana Promozione, Turismo e Frontoffice servizi imprese), S. Gaini (Sistema museale Certaldo), R. Pitta (Firenze Tecnologia), Cinzia Parolini (BOCCONI Milano), Barbara Panaia (Comune di Fiesole resp. Turismo), Saveria Testoni (CANAPÈ, Urbanista).

Descrizione della proposta:

Obiettivo: un progetto che mira a MONITORARE E VALUTARE UN CAMBIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE E DELLA PROMOZIONE sul territorio sfruttando le tecnologie digitali disponibili per incrementare l'efficienza attraverso:

- 1) gestione coordinata della promozione e comunicazione
- 2) selezione dei comunicatori sulla base di competenze specifiche sul turismo, la cultura e le nuove tecniche (unconventional media)
- 3) migliore gestione economica degli investimenti per le seguenti criticità:
 - a. assenza di comunicazione di alcuni "prodotti"
 - b. esigenza di non sovrapporre le iniziative e la loro comunicazione
 - c. esigenza di destagionalizzazione
 - d. comunicazione complessiva frastagliata, onerosa e disorganizzata.

Miliardi di iniziative che non hanno visibilità: ottimizzare le risorse ponendo più attenzione all'efficacia delle iniziative e alla ricaduta sul territorio.

- Esempio di SEETEN: nasce con il tentativo di fare rete e di trovare risorse pubbliche. Accresce mediante una società privata, viene trasmessa in fasce orarie programmate: per il turismo la fascia pomeridiana. Per i cittadini, la mattina. Negli alberghi, a circuito continuo 24 ore su 24.
- Eccesso di stimoli crea confusione. A Firenze lo scorso w. E troppe eventi tutti insieme: imbarazzo della scelta: Mugello, Terrafutura, Ruralia ecc.. Ora è anche su YOUTUBE
- Esempio di eccellenza di Ufficio stampa: l'ufficio LINEA D'OMBRA che ora segue il progetto Brescia Musei, molto efficace

- Esempio pessimo di comunicazione Maggio Musicale, secondo ente in termini di importanza non sa fare comunicazione
- Esempio di ricaduta su territorio: Mostra Cabianca (45.000 visitatori) / Mostra Contromoda (18.000) Entrambi nello stesso periodo, l'una dislocata fuori dal centro storico – Villa Bardini , l'altro in pieno centro storico Palazzo Strozzi.

Sfruttare meglio i contenuti forniti: esempio di Seeten su come inserire meglio su internet i contenuti forniti e sfruttarli per più tempo.

La comunicazione è disordinata e ci sono troppi uffici stampa improvvisati. Bisogna:

- raccogliere la comunicazione;
- analizzare e valutare.
- stimolare e spendere bene i soldi nella comunicazione.

OBIETTIVO FINALE

Coordinamento della comunicazione. Destagionalizzazione degli eventi

Proposta 10

COME COORDINARE I VARI TERRITORI LIMITROFI ALLA CITTÀ TRAINANTE

Promotore della proposta:
Lia Corsi

Altri partecipanti al gruppo:
Manetti, Laura Donati, Maria Merlini, Renato Paoli, Filippo Barra, Laura Alberighi, Patrizia Parretti, Stefania Marvagli, Caterina Voltini, Tommaso Gabini, Lucia Evangelista, Paolo Lorenzini

Descrizione della proposta:

Nel gruppo di lavoro sono rappresentate alcune realtà territoriali (chianti fiorentino, empoese, valdelsa) che propongono le loro esperienze di lavoro e di collaborazione per il coordinamento delle proposte culturali/turistiche delle loro aree. Vinci (Terre del rinascimento) evidenzia la necessità di ottenere una maggiore visibilità nella realtà fiorentina per dirottare una parte del flusso turistico.

Altre realtà, come Certaldo, puntano sulle caratteristiche del territorio e non sulla vicinanza con Firenze.

CNA evidenzia la necessità di mettere in rete sui siti dei comuni tutti i soggetti che fanno promozione turistica (guide, artigiani, strutture ricettive).

Dalla discussione emerge che non è necessario puntare sull'elemento Firenze per la promozione del territorio. E' sufficiente la collocazione nell'ambito della Toscana che è un 'brand' ampiamente affermato.

Si evidenzia la necessità di un maggior coordinamento nella promozione turistica tra pubblico e privato a livello locale. In alcune una certa collaborazione è già presente. In altre le iniziative sono più frammentate ma possono essere migliorate.

La proposta del gruppo è quella di dare vita ad una rete che riunisca tutti i soggetti che in ambito extra-fiorentino e fiorentino si occupano di promozione turistica, in forma diretta o indiretta, con una futura convocazione di un tavolo con i soggetti rappresentati al tavolo, con la prospettiva di allargare la partecipazione in maniera graduale, in modo da cominciare ad avere la consapevolezza delle risorse su cui fare affidamento.

Allegati

- A. Invito al Workshop*
- B. Il progetto Lektor*
- C. Descrizione del metodo Open Space Technology*
- D. Lo staff del workshop*

ALLEGATO A: INVITO AL WORKSHOP

OGGETTO: *Workshop interattivo sul tema "Cultura e Turismo: sfide digitali e valori per il futuro" 27 maggio 2008, Auditorium della Camera di Commercio di Firenze - Piazza dei Giudici 3 - Firenze.*

Il Rapporto "City Tourism & Culture: The European Experience" - commissionato dal WTO e dalla ETC (European Travel Commission) – evidenzia che solo il 20% dei turisti in visita nelle città d'arte è spinto, come prima motivazione, da interesse culturale: sebbene nell'ambito del turismo culturale il ruolo predominante spetti ancora alle capitali della cultura, assumono sempre maggiore rilievo le destinazioni più piccole e le nuove regioni d'Europa. Queste sottraggono una fetta importante del mercato alle mete culturali tradizionali, grazie alle innovazioni apportate nei servizi e nei prodotti.

Oltre al patrimonio artistico e ai servizi classici, l'offerta turistica apre le porte ai media, all'intrattenimento, all'architettura, al design e alla moda: servizi e prodotti innovativi che rappresentano un valore aggiunto rispetto alle mete tradizionali, come dimostrano i vantaggi nelle piccole città che, al pari di Londra e Parigi, non hanno sofferto la crisi degli ultimi anni.

Non c'è dubbio che cultura e turismo rappresentino una grande risorsa per l'economia fiorentina, ed è cosa nota che la nostra città, pur facendo registrare un buon andamento dei arrivi di visitatori e turisti, soffre di una progressiva riduzione della permanenza media degli ospiti, facendo sempre più di Firenze una meta di turismo "mordi e fuggi". La qualificazione della domanda è strettamente legata alla qualificazione dell'offerta, che non può prescindere da un coordinamento delle iniziative che i numerosi protagonisti della vita economica, sociale e culturale della città mettono in campo.

*La Camera di Commercio invita i rappresentanti delle istituzioni politiche e culturali, del mondo delle imprese e delle categorie interessate a partecipare al workshop: **"Cultura e Turismo: sfide digitali e valori per il futuro" che si svolgerà il giorno 27 maggio 2008, dalle 9.15 alle 17.30, presso l'Auditorium della Camera di Commercio, Piazza dei Giudici 3 - Firenze.***

Il workshop sarà organizzato e condotto secondo metodologie innovative e tecniche interattive di comunicazione denominate Open Space Technology, approvate dall'Unione Europea: è una metodologia utilizzata e già adottata con efficacia da organizzazioni pubbliche e private, sia in Italia sia all'estero. L'iniziativa si pone l'obiettivo di condividere idee, esperienze e progettualità, per rafforzare sinergie e capacità programmatiche di sistema, che meglio possano coordinare e potenziare l'offerta turistico-culturale del territorio.

Il workshop, che impegnerà i partecipanti per tutta la giornata, prevede un percorso interattivo, in cui, dopo una breve introduzione d'indirizzo, saranno lanciati temi e proposte, che saranno oggetto di discussione, nell'ambito di gruppi di lavoro, che si formeranno in modo auto-organizzato per un confronto su temi specifici.

I partecipanti saranno chiamati ad esprimere le posizioni ed i progetti dell'istituzione, ente od organismo che rappresentano e dovranno confrontare le proprie idee, proposte e

progetti con gli altri protagonisti del workshop, cercando di far emergere i punti di condivisione, piuttosto che quelli di contrasto. È partendo da questi punti condivisi che sarà possibile tracciare un percorso progettuale comune, che possa tradursi in scelte politiche ed operative condivise.

*I partecipanti saranno chiamati a dare una risposta al quesito: **“Com'è possibile coordinare l'offerta culturale della città con l'offerta ricettiva per rispondere alla domanda turistica, in modo da qualificare i flussi turistici e incrementarne la permanenza media degli ospiti sul territorio fiorentino?”***

*All'interno di questo percorso metodologico, saranno analizzate le **possibili applicazioni del commercio elettronico**, inteso come strumento per incrementare il valore aggiunto dell'offerta culturale e ricettiva del territorio fiorentino: in questo ambito, la Commissione Europea promuove il **PROGETTO LEKTOR**, che ha come scopo quello di creare un **network fra istituzioni ed organismi** che contribuiscano ad identificare le barriere normative e legali che si possono opporre alla diffusione dell'e-commerce ed individuarne le possibili soluzioni. La Camera di Commercio di Firenze partecipa al progetto LEKTOR con Firenze Tecnologia, sua Azienda Speciale, ed ha voluto che il progetto fosse focalizzato sull'analisi del settore del turismo.*

Sono certo che quest'iniziativa potrà contribuire ad imprimere un impulso positivo alla soluzione dei problemi che possono emergere da questo confronto e quindi sollecitare la creazione di condizioni strutturali per una migliore la programmazione e qualificazione dell'offerta culturale, in coordinamento con l'offerta del settore turistico e della domanda ad essa connessa.

Con la speranza che Ella possa dare la Sua disponibilità per partecipare in modo attivo al workshop per contribuire alla crescita ed alla competitività del nostro territorio, Le porgo i migliori saluti.

Il Presidente
Luca Mantellassi

ALLEGATO B: IL PROGETTO LEKTOR

IL progetto LEKTOR – *Legal knowledge exchange accelerator for SME clusters and digital business ecosystems* – é una misura di accompagnamento che ha l'obiettivo di elevare la consapevolezza rispetto ad aspetti legali e di regolamentazione nel contesto dell'e-busines, identificare potenziali ostacoli e trovare soluzioni attraverso una piattaforma on-line per lo scambio libero e autonomo di "sapere" legale tra gruppi di utenti quali piccole e medie imprese, cluster di imprese ed ecosistemi digitali per le imprese e agenti di sviluppo o moltiplicatori coinvolti.

L'obiettivo di LEKTOR non é, quindi, di fare ricerca su particolari temi legali ma di identificare, raccogliere e valutare le informazioni esistenti per renderle disponibili attraverso la piattaforma LEKTOR. Cosí facendo, il progetto Lektor agisce come soggetto abilitante per lo scambio di informazioni e sapere legale e diviene quindi uno "sportello unico" per accedere e condividere informazioni e sapere su queste tematiche tra le gli operatori pubblici o privati del settore del commercio elettronico.



Sul sito del progetto Lektor (<http://www.lexelerator.eu/>) é possibile iscriversi per accedere ai contenuti di disponibili sulle tematiche dell'e-tourism.

Registrandosi é inoltre possibile postare commenti sia nel blog che nel legal wiki.

ALLEGATO C: IL METODO OPEN SPACE TECHNOLOGY

(Queste informazioni sono tratte dal sito <http://it.wikipedia.org>)

Che cos'è?

L'Open Space Technology è una metodologia che permette, a qualsiasi tipologia di persone, all'interno di qualsiasi tipo di organizzazione, di creare workshop e meeting ispirati e produttivi. È stato sperimentato negli ultimi vent'anni in differenti paesi del mondo, impiegato nella gestione di gruppi composti da 5 a 2000 persone, in conferenze della durata di una, due o tre giornate. Si tratta di una metodologia fortemente innovativa, in una conferenza gestita con l'Open Space le persone fondamentalmente si divertono e, anche grazie a questo clima, in tempi relativamente brevi producono un documento riassuntivo di tutte le proposte/progetti elaborati dal gruppo, l'Instant Report. Documento che oltre alla sua utilità pratica diviene testimonianza di un lavoro fatto e garante degli impegni presi.

Come funziona?

Harrison Owen, pioniere dell'Open Space Technology, ha notato nel corso della sua esperienza di organizzatore di conferenze, come le persone si confrontano con molto più entusiasmo durante i coffee break che non nelle fasi di lavoro. Durante le pause parlano con chi vogliono e di quello che vogliono, allora perché non provare a gestire un'intera conferenza in modo che i partecipanti si sentano liberi di proporre loro gli argomenti e di discuterli solo se interessati ad essi? L'Open Space Technology è la risposta a questa domanda, passione ed interesse dei partecipanti sono requisiti fondamentali, se il gruppo di lavoro è unito da questi due collanti allora sarà in grado di autoorganizzarsi e di raggiungere il suo scopo.

Una conferenza gestita con il metodo Open Space Technology può durare da uno a tre giorni. (...)

Il metodo di lavoro è molto libero, ma si basa comunque su quattro principi ed una legge. I quattro principi:

1. **Chiunque venga è la persona giusta;**
2. **Qualsiasi cosa accada è l'unica che poteva accadere;**
3. **In qualsiasi momento cominci, è il momento giusto;**
4. **Quando è finita è finita.**

Il primo principio intende ricordare che le decisioni che vengono prese durante il lavoro sono opera di coloro che sono presenti. Non serve quindi pensare a chi sarebbe potuto intervenire o chi avremmo dovuto invitare, è molto più utile concentrarsi su quelli che ci sono. La partecipazione all'Open Space Technology dovrebbe essere sempre volontaria, infatti solo chi ha davvero a cuore il tema in discussione si impegnerà a fondo, sia nell'affrontarlo che nelle fasi di implementazione del progetto.

Il secondo principio spiega che in una particolare situazione, con determinate persone e discutendo di un certo tema, il risultato che si otterrà è l'unico risultato possibile. Le sinergie e gli effetti che possono nascere dall'incontro di quelle persone sono imprevedibili ed irripetibili, per questo chi conduce un Open Space Technology deve rinunciare ad avere il controllo della situazione, tentare di imporre un risultato o un programma di lavoro è controproducente. Chi facilita un Open Space deve avere totale fiducia nelle capacità del gruppo.

Il terzo principio sottolinea l'aspetto creativo del metodo. È chiaro che dovranno esserci un inizio ed una fine, ma i processi di apprendimento creativo che avvengono all'interno del gruppo non possono seguire uno schema temporale predefinito. Decidere ad esempio di fare una pausa ad un certo orario può impedire ad un dialogo di avere termine, perdendo così informazioni o idee fondamentali alla realizzazione del progetto.

Il quarto principio ricorda che se certe volte serve più tempo di quello previsto, altre accade il contrario. Se si hanno a disposizione due ore per trattare un certo argomento, ma la discussione si esaurisce più velocemente del previsto, è inutile continuare a ripetersi, molto meglio dedicare il nostro tempo ad altro.

Infine l'unica legge che regola l'Open Space Technology:

La legge dei due piedi.

Si chiama legge dei due piedi perché vuole ricordarci che tutti abbiamo due piedi e dobbiamo essere pronti ad usarli. Se ci troviamo a conversare di un argomento e non riteniamo di poter essere utili, oppure non siamo interessati, è molto meglio alzarsi e spostarsi in un altro gruppo dove possiamo essere più utili. Questo atteggiamento non va interpretato come una mancanza di educazione, ma come un modo per migliorare la qualità del nostro lavoro.

Setting

Il luogo ideale dove svolgere un Open Space Technology deve essere dotato di una stanza abbastanza grande da poter ospitare tutti i partecipanti seduti in circolo ed altre stanze più piccole, facilmente raggiungibili, per i gruppi che si formeranno nelle fasi di lavoro. Lo spazio non deve essere particolarmente strutturato, è importante invece che sia confortevole. Elementi fisici, come tavoli e scrivanie, non servono, occupano solo spazio ed intralciano i movimenti delle persone.

Nella stanza centrale deve esserci una parete dove poter sistemare i cartelloni prodotti dal gruppo, che devono essere ben visibili e facilmente accessibili. Una parte della stanza ospita la zona computer/fotocopiatrice, adibita alla redazione dell'instant report, mentre un'altra sarà la zona coffe break.

È importante che i partecipanti siano seduti in circolo su delle sedie, è importante che le

sedie si possano spostare con facilità, il centro del circolo deve essere vuoto, così che tutti si possano guardare negli occhi e sentire alla pari degli altri. In questo modo, già dal principio si viene a creare una sensazione di uguaglianza e partecipazione.

Il lavoro del facilitatore

Facilitare un open Space Technology è un'esperienza molto diversa da ogni altra esperienza di facilitazione, il desiderio di avere il controllo sugli eventi deve essere messo da parte. Il facilitatore deve prima di tutto definire i tempi, gli spazi, lanciare il tema da discutere e spiegare la legge ed i quattro principi. Quando il gruppo è sistemato in cerchio egli deve "aprire lo spazio" entrando al centro. Prendere la parola per presentare il tema da discutere e spiegare che il muro vuoto nella stanza centrale rappresenta il programma di lavoro e che esso sarà costruito sul momento e dai partecipanti stessi.

Il muro sarà la bacheca ed il gruppo la riempirà con le sue proposte. Ora il facilitatore deve spiegare come effettuare questa operazione: ogni persona che pensa di avere un argomento di discussione sul tema deve scriverlo su di un cartoncino, poi alzarsi e presentarlo al gruppo, tenendo ben presente che chi ha proposto l'argomento sia certo di averlo particolarmente a cuore e che non pensi che qualcun altro debba occuparsene. Quando i temi saranno esauriti ogni promotore dovrà attaccare alla bacheca il suo cartoncino, una volta terminata questa operazione tutti potranno osservare i vari argomenti emersi e decidere a quale gruppo intendono unirsi. I gruppi formati saranno autogestiti e produrranno, una volta esauriti gli argomenti di discussione, un report che unito a quelli degli altri gruppi andrà a formare l'instant report di fine lavori.

Al termine della giornata è prevista la sessione di chiusura, oppure sessione di aggiornamento dei lavori se l'Open Space Technology e di più giorni. Non necessita di particolari formalità, ci si mette nuovamente tutti in cerchio ed il facilitatore chiede se qualcuno abbia voglia di esprimere la sua opinione sul lavoro svolto e cosa abbia intenzione di fare alla luce dei fatti emersi.

La fase conclusiva consiste nella redazione dei report. Ogni gruppo di lavoro produce un report alla fine di ogni sessione, basta inserire i dati emersi durante la discussione del tema proposto in un computer e poi stamparli. I rispettivi report vengono appesi al muro centrale, in modo che tutti possano costantemente consultarli. Poco prima della fine della giornata i singoli report vengono uniti in un unico documento e ad ognuno dei partecipanti ne viene fornita una copia personale.

Può sembrare che il facilitatore, una volta esaurita la fase iniziale di spiegazione, abbia pressoché terminato il suo compito, ma non è così. Egli deve essere sempre presente, ovviamente fisicamente, ma anche mentalmente concentrato e sempre disponibile. Deve trasmettere sicurezza e tranquillità, dire sempre la verità in modo da guadagnarsi la fiducia delle persone. Infine deve essere capace di non tentare di controllare gli eventi per portarli ad un punto da lui preventivamente deciso, un atteggiamento simile porterebbe al sicuro fallimento dell'Open Space Technology.

ALLEGATO D: LO STAFF DEL WORKSHOP

Camera di Commercio di Firenze

- Maria Gabriella Grilli – Responsabile servizio comunicazione
- Elena Zarone - Responsabile ufficio URP
- Patrizia Boretti – Organizzazione OST
- Linda Migliorisi – Organizzazione OST
- Costanza Ceccarini – Responsabile Ufficio attività turistiche
- Fabrizio Vanni – Addetto stampa
- Laura Alberighi – Ufficio attività turistiche – promozione OST

Firenze Tecnologia

- Lucilla Cinelli - Marketing e comunicazione
- Marcello Traversi – Assistenza tecnica OST
- Marco Bennici – Press Office Report OST

IDEAI

- Paolo Martinez (IDEAI) - conduzione e facilitazione OST
- Alessandra Modi (IDEAI) - animazione e design OST

Promotori

Camera di Commercio di Firenze

Piazza dei Giudici 3 – Firenze
info@fi.camcom.it
promozione@fi.camcom.it
www.fi.camcom.it

Firenze Tecnologia

Volta dei Mercanti 1 – Firenze
info@firenzetecnologia.it
www.firenzetecnologia.it

Workshop design e facilitazione

Paolo Mario Remo Martinez
Alessandra Modi



Abbeni IDEAI S.L.

Travessera de Gracia 56, 3°. 1ª
08006 – Barcelona, España
Mobile: +34 663 749602
Mobile IT : +39 340 5927047
Email: info@ideai.eu
Url: www.ideai.eu
Skype: paolo.martinez_ideai

Foto del workshop: <http://www.flickr.com/photos/ideai/sets/>
Vedere “OST Lektor - Cultura, Turismo e sfide Digitali”