

Documento di Proposta Partecipata (DocPP)

Titolo del processo: "Comunità ospitante – Percorso partecipativo per creare una comunità turistica integrata"

Responsabile del processo e curatore del testo: llaria Michelacci

Ente titolare della decisione: Comune di Castrocaro Terme e Terra del Sole (FC)

Data di redazione e approvazione da parte del Tavolo di negoziazione: 28/12/2020

Luigi Barilari – Bike to asd
Monica Price- Bikes Plus
Alessio Vola – Businessence
Liviana Zanetti – Comune Castrocaro Terme e Terra del Sole
Marianna Tonellato – Comune Castrocaro Terme e Terra del Sole
Ilaria Michelacci – Consorzio Castrumcari
Ilaria Capisani – Poleis soc coop
Filippo Ozzola – Poleis soc coop

Data di invio del DocPP al Tecnico di garanzia in materia di partecipazione

29 dicembre 2020

Premessa

La percezione del turismo ed i comportamenti turistici si presentano oggi in rapido mutamento, e di conseguenza anche l'offerta turistica va trasformandosi. In questo contesto, in cui è richiesta una maggiore personalizzazione e autenticità dell'esperienza proposta, si inserisce la proposta di sviluppo di promozione turistica del Consorzio Castrumcari. La Comunità Ospitale vuole essere un modello in cui il territorio punta ad offrire all'ospite un'esperienza unica e diversificata, con attenzioni particolari alla qualità, alla sostenibilità, alla responsabilità nel rispetto del territorio ospitante.

La situazione di Castrocaro Terme e Terra del Sole si presta all'elaborazione di interessanti attività di partecipazione in relazione al tema della Comunità Ospitante, nella misura in cui gli elementi qualificanti della proposta concernono la sostenibilità e la responsabilità di un nuovo approccio turistico, in chiave relazionale, inclusiva e di rispetto. In questo contesto, trova spazio lo sviluppo di un percorso di partecipazione rivolto al coinvolgimento e alla consultazione della cittadinanza e dei principali attori sociali al fine di individuare disponibilità, apertura, criticità o progettualità finalizzate a:

- creare una rete collaborativa stabile fra gli operatori, allo scopo di esprimere un'offerta integrata, un'immagine coordinata e standard qualitativi comuni;





- sviluppare, condividere, implementare un piano di comunicazione complessivo che valorizzi il sistema turistico locale, dagli operatori alle attrazioni agli eventi;
- promuovere la valorizzazione delle produzioni tipiche locali, quali componenti importanti dell'offerta, creando reti e stimolando la partecipazione.

L'approccio adottato mira a strutturare un contesto ospitante capace di considerare il turista come "cittadino temporaneo"; ciò consente inoltre di promuovere come controparte l'idea di un "cittadino consapevole", impegnato nella progettazione del futuro della propria comunità, con attenzione all'accoglienza, alla sostenibilità, alla valorizzazione identitaria. La promozione turistica del territorio nell'ottica sopra descritta incontra da un lato il favore pieno del Comune di Castrocaro Terme e Terra del Sole, dall'altro la volontà pianificatrice

e operativa del Consorzio Castrumcari, che si fa propugnatore diretto del percorso di

partecipazione.

Il contesto di riferimento

L'approccio turistico è radicalmente mutato negli ultimi anni, a seguito di alcuni elementi strutturali, primo fra tutti la crisi economica che ha condotto ad un restringimento dei consumi, ma soprattutto un più generale mutamento delle abitudini di acquisto dovuto sia ad una minore disponibilità economica sia al moltiplicarsi di opportunità connesse ad una sempre maggiore diffusione del web.

Il mercato turistico continua a crescere: secondo i dati elaborati dall'Enit nel 2012 l'incremento è stato, a livello globale, del 4%, tendenza confermata in tutti gli anni successivi. Per quanto riguarda i comportamenti turistici degli Italiani, l'indagine ISTAT "L'Italia in Cifre" fa emergere come i nostri connazionali tendano a preferire l'Italia come destinazione per le loro vacanze: si tratta della destinazione scelta per circa l'80% degli oltre 72 milioni di vacanze realizzate dagli italiani nel 2011 ed il numero sale al 90% se si fa riferimento alle vacanze con una durata massima di 3 notti.

Tra le motivazioni principali del turismo in Italia fa da traino, insieme alla cultura, il turismo enogastronomico. Secondo un'altra analisi prodotta da "Contesti Turistici" ben il 59% degli Italiani, quando sceglie il luogo della propria vacanza, si informa sui piatti e sui prodotti enogastronomici della destinazione. Sempre dalla ricerca di "Contesti Turistici" emerge come la domanda enogastronomica in Italia si leghi fortemente alla ricerca di autenticità e naturalità dei sapori e dell'esperienza vissuta.

Come conseguenza anche l'offerta turistica va trasformandosi e, abbandonando il fenomeno di massa, si tende sempre più a sviluppare nicchie differenziate di turismo, dove l'esperienza è costruita sulla base delle prerogative originali del territorio e delle aspettative ed esigenza del turista.

È questa la cornice di riferimento all'interno della quale si muovono oggi le destinazioni turistiche per sviluppare la propria offerta sempre più settorializzata, rivolgendosi ad un turista che sceglie la propria destinazione, come e più che in passato, sulla base di una suggestione specifica, colta tra milioni di altre e, dopo aver effettuato la propria scelta, inizia un processo di raccolta di informazioni per confrontarla con le proprie esigenze ed aspettative per poi eventualmente confermarla.

In questo contesto si inserisce l'idea di sviluppare un progetto che orienti l'intero territorio all'accoglienza, in un'ottica innovativa di Comunità Ospitale.



La Comunità Ospitale si organizza sinergicamente per essere tale. I cittadini, gli operatori economici e gli amministratori pubblici condividono una strategia unica di accoglienza; una visione comune in grado di assicurare all'ospite una permanenza indimenticabile, basata sulla partecipazione e sulla scoperta dei particolari.

Il dispositivo della Comunità Ospitale si sviluppa attraverso strumenti che coinvolgono il territorio in maniera integrata e puntando ad offrire all'ospite un'esperienza unica e diversificata, proponendo un'accoglienza genuina e promuovendo l'incontro autentico con la comunità, attraverso l'individuazione di alcune figure con funzione di intermediazione ed accompagnamento, come il tutor dell'ospite. L'enogastronomia ed i sapori locali giocano un ruolo fondamentale nell'esperienza, sia per quanto riguarda la ristorazione, sia attraverso un sistema di identificazione e commercializzazione delle produzioni agroalimentari tipiche.

Il Comune di Castrocaro Terme e Terra del Sole ha una lunga vocazione turistica, e conserva uno straordinario patrimonio storico e architettonico composto da tre distinte e separate entità urbanistiche: l'abitato moderno attraversato dal maestoso Viale con le famose Terme, la città fortezza rinascimentale di Terra del Sole e il Borgo medievale di Castrocaro.

Nel corso del 2020, si è rafforzato il ruolo del Consorzio Castrumcari, agevolando ulteriormente lo sviluppo di un percorso inclusivo con gli operatori e la comunità locale, nella prospettiva di dare vita ad una destinazione turistica in rete, accogliente, sostenibile, ospitante.

Il percorso effettuato

Il progetto di partecipazione si è strutturato in diverse fasi di attività e momenti inclusivi, al fine di coinvolgere i target significativi per il raggiungimento dell'obiettivo di gettare le basi per la co-progettazione a livello territoriale di un approccio turistico orientato a rendere tutta la comunità "ospitatante", attrattiva e sostenibile.

Gli strumenti individuati nel progetto strategico concernono l'implementazione di azioni di rete che valorizzino l'accoglienza e l'ospitalità diffusa, la qualità ristorativa, l'offerta attrattiva in termini di eventi e iniziative e le tipicità enogastronomiche, nonché l'individuazione di un ruolo trainante per l'Ente locale.

Al fine di raggiungere tale obiettivo, sono stati coinvolti in primo luogo gli attori impegnati a vario titolo nei settori dell'accoglienza turistica, della ricettività e ospitalità alberghiera, della ristorazione e dell'animazione culturale locale.

L'avvio delle iniziative è stato condotto con tecniche inclusive, creando tavoli di confronto per pianificare un percorso che aprisse le azioni non solo ai professionisti o ai portatori di interesse strutturati, ma a tutta la comunità locale, cercando di aprire il focus tematico sulle ricadute del turismo a livello di comunità locale.

L'emergenza Covid-19 ha interrotto lo svolgimento regolare delle attività di partecipazione, colpendo in modo particolarmente pesante il settore turistico.

Inoltre, il Consorzio Castrumcari ha subito un riassetto significativo nel corso dell'estate 2020, con una riorganizzazione dei rapporti con l'Ente Locale e l'impegno assunto nello sviluppo di un piano biennale di promozione turistica.

Per tali ragioni, in accordo con il Tavolo di Negoziazione, si è deciso di rimodulare le attività del percorso di partecipazione soprattutto rivolgendole alla rete dei portatori di interesse locale e degli operatori a vario titolo coinvolti dal settore turistico, gettando le



basi di una rete di soggetti chiave per lo sviluppo effettivo e operativo di un piano di promozione turistica locale, con il coordinamento del Consorzio Castrumcari e l'avvallo del Comune di Castrocaro Terme e Terra del Sole.

Per tali ragioni, le attività sono state rimodulate e condotte in larga parte attraverso sistemi di videofacilitazione (in particolare utilizzando Video Facilitator e Google Meet), utilizzando metodologie di partecipazione a distanza tramite la presenza di uno o più facilitatori a guidare e condurre i tavoli di discussione, al fine di favorire il confronto e l'emersione di posizioni, opinioni e priorità da parte di tutti i partecipanti, cercando di portare a sintesi le opinioni con particolare riferimento ai temi ritenuti dai partecipanti prioritari:

- l'individuazione dei valori e degli elementi identitari condivisi, al fine di definire una immagine promozionale del territorio condivisa da tutti gli attori, da declinare in un marchio commerciale, un sito di promozione turistica, strumenti comunicativi vari;
- l'individuazione di azioni di comunicazione condivise, al fine di realizzare in modo collettivo un piano di comunicazione e marketing per il territorio;
- la condivisione delle attività del territorio, al fine di programmare un calendario eventi unico.

Ad una fase iniziale di condivisione, nella quale si sono costituiti i principali tavoli di lavoro e la strategia da seguire, dando inoltre identità grafica e di immagine al progetto, ha dunque fatto seguito una fase più articolata di svolgimento delle attività, sviluppate prevalentemente nei mesi ottobre-dicembre 2020.

I laboratori attivati hanno avuto come temi:

- attività di promozione turistica locale, 20 ottobre 2020
- identità e comunicazione, 26 ottobre 2020
- comunità turistica integrata, 9 novembre 2020
- piano di comunicazione, 23 novembre 2020
- calendario eventi e strumenti di promozione, 14 dicembre 2020

Oltre a questi workshop, sono state realizzate numerose attività di coordinamento a tavoli di lavoro per sviluppare le proposte emerse in ogni contesto. È stato inoltre promosso un questionario relativo all'immagine coordinata di promozione turistica locale da adottare per il 2021.

Il percorso si chiuderà con una restituzione degli esiti delle attività inclusive, previsto per il 29 dicembre 2020 in modalità online, con l'idea di aprire alla comunità gli esiti del percorso nelle fasi attuative, nel corso del prossimo anno.

Gli impatti del percorso sulle attività decisionali dell'Ente e sullo sviluppo turistico della comunità saranno oggetto di azioni di monitoraggio e valutazione costante.

Esito del processo - proposte per il decisore

Il TDN sostiene il progetto "Comunità ospitante – Percorso partecipativo per creare una comunità turistica integrata", condividendo gli esiti emersi dalle attività svolte e le indicazioni pubblicate di seguito, che impegnano l'Amministrazione Comunale nella realizzazione di azioni a sostegno della promozione turistica del territorio di Castrocaro Terme e Terra del Sole, in accordo con le indicazioni emerse durante le attività partecipate, raccolte e documentate nei report di lavoro e pubblicate nella pagina web del



progetto; tale proposta sarà sottoposta alla revisione e approvazione definitiva da parte del TDN in una seduta dedicata.

Si accorpano di seguito le indicazioni emerse per nuclei tematici di attività.

Identità e comunicazione

Il percorso di partecipazione ha fatto emergere alcune priorità condivise, che si propongono di seguito per farne gli assi portanti della futura identità del territorio in chiave di promozione turistica integrata.

Il gruppo di lavoro ha rilevato come:

- l'identità di Castrocaro è insita nel suo nome: Castrocaro Terme e Terre del Sole: questo ci porta a non abbandonare il collegamento col passato, ma a mantenerlo vivo facendolo però evolvere in accordo con i nuovi bisogni (in particolare, si fa notare come l'identità termale non debba essere abbandonata, ma integrata in un sistema più mirato di promozione di una destinazione turistica di "benessere", "buon vivere"...);
- l'approccio turistico da promuovere è quello di un turismo slow, verde, rispettoso del territorio e dell'autenticità, attento alla sostenibilità, all'ambiente, ad un approccio a 360 gradi con il lifestyle del territorio (terme, enogastronomia, benessere, natura, cultura, storia, "romagnolità"...)
- il territorio vanta una tradizione in termini di manifestazioni pubbliche, con al centro lo storico Festival di Castrocaro: per tale ragione massima attenzione va dedicata al calendario eventi da costruire collettivamente per farne l'attrattore principale del territorio;
- l'immagine da trasmettere e la capacità di far conoscere il territorio devono passare dall'elaborazione di un nuovo marchio commerciale del territorio e di un sito web strutturato.







Due lavagne di lavoro dei workshop dedicati a identità e comunicazione

Il piano di comunicazione

Dal percorso di partecipazione è scaturita una proposta di Piano di Comunicazione per articolare obiettivi, valori, strumenti, messaggi, risorse in una programmazione biennale di attività.

La proposta di piano si articola in particolare partendo dall'identità da comunicare e dai target di riferimento. Nei progetti di gestione dell'Ufficio Turistico, della Legge 4/2016 per il 2020, il Consorzio Castrumcari ha candidato il territorio per un turismo:

- LENTO VIAGGIARE: valorizzando la cultura, l'enogastronomia, l'artigianato dei nostri luoghi facendo vivere emozioni in un territorio autentico. Sfruttando, in questo ambito, come valore aggiunto l'immenso patrimonio culturale dei territori limitrofi (La Romagna Toscana, Ravenna, Forli con il San Domenico, Faenza, Cesena con la Malatestiana, il parco delle Foreste Casentinesi);
- VERDE: valorizzare il territorio per i cammini, il trekking, i percorsi le escursioni in bici;
- BENESSERE: continuare a valorizzare il ruolo delle Terme
- Turismo degli EVENTI, la musica, il turismo scolastico.

I target di riferimento individuati sono i seguenti:

Target turismo lento

- Piccoli gruppi, coppie e famiglie italiane ed estere di prossimità
- Vogliono vivere un turismo emozionale
- Permanenza 6/7 giorni fine settimana
- Mediamente ed alto spendente
- Strutture di soggiorno preferite: agriturismi, b&b e Hotel Terme



• Interesse per la cultura, enogastronomia, vivere all'aria aperta e benessere psico/fisico.

Target turismo Verde, Cammini e Bici

Turismo in autonomia:

- Provenienza Italia ed estero di prossimità
- amano cultura attività fisica ambiente naturalistico
- coinvolge tutte le classi di età, da 20-65 anni,
- individuali-coppie-piccoli gruppi
- Livello di Budget basso
- Durata: 6/7gg- 15 gg fine settimana lungo
- Ostelli, B&B, Campeggi, Hotel basso costo

Turismo con assistenza:

- Provenienza Italia e estero di prossimità
- coinvolge tutte le classi di età, da 40 a 65,
- Piccoli gruppi 6/12 persone
- · Amano la cultura ambiente enogastronomia
- Budget medio alto
- Strutture ricettive: b&b, Agriturismi, hotel ¾ stelle
- 6/7 gg o fine settimana lungo
- Assistenza trasporto bagagli e guida durante il percorso

Target turismo Benessere

Prevenzione e cura del proprio corpo:

- Provenienza Italia ed estero di prossimità: amano cultura e attività fisica
- coinvolge tutte le classi di età, da 30 a 70
- Classico cliente dell'Health Clinic, Terme di Castrocaro
- Budget elevato

Cure termali:

- Provenienza Italia: amano mediamente l'attività fisica
- coinvolge tutte le classi di età, da 45 a 80
- è il classico turista da cure termali
- Strutture ricettive: b&b, hotel basso costo
- 6/7 gg o fine settimana lungo
- Bassa capacità di spesa

Target turismo Eventi, Musica, Scolastico

Turismo Eventi generali compreso quelli musicali:

- Provenienza: Comuni Provincie limitrofe per eventi giornalieri. Anche da fuori Regione per eventi fine settimana
- coinvolge tutte le classi di età, da 30 a 70 famiglie e coppie
- Amano la cultura, l'enogastronomia, spettacoli in genere musicali
- Diverse tipologie di budget

Turismo Scolastico Linguistico:

- Provenienza: Comuni Provincie limitrofe e fuori Regione
- coinvolge bambini 9/16 anni



Sistemazione Hotel con servizi (piscina e attività sportive)

Vengono poi individuati gli strumenti principali di comunicazione, sottolineando l'importanza di una regia unica per garantire una comunicazione presidiata e integrata tra i vari strumenti:

- Creazione nuovo marchio
- Comunicazione eventi
- Partecipazione a Fiere e Workshop
- Creazione nuovo sito
- Creazione nuova pagina Facebook
- Instagram
- Canale Youtube
- Newsletter
- App?
- Ufficio IAT e IAT diffusi
- Greeters
- Press Trip
- Fam Trip
- Cartine a strappo
- Pannelli da rinnovare
- Comunicazione eventi
- Creazione strumenti per la misurazione dei risultati

La proposta individuata deve ora trovare una condivisione strategica con l'Amministrazione Comunale, e di conseguenza una distribuzione di azioni a livello temporale, sviluppando un diagramma di Gantt per attivare operativamente la messa in azione degli strumenti individuati e degli interventi promozionali da sviluppare, sia rivolti all'interno sia all'esterno.

Le proposte di marchio

I gruppi di lavoro hanno già sviluppato proposte grafiche che possano concretizzare le indicazioni di riconoscibilità, identità, internazionalismo, emotività condivise durante i workshop. Una prima proposta di brand è stata sviluppata e sottoposta all'attenzione dell'Amministrazione Comunale e degli operatori locali, e sarà oggetto delle future azioni di individuazione definitiva di un marchio di promozione turistica locale.



La prima proposta di marchio da condividere a livello collettivo

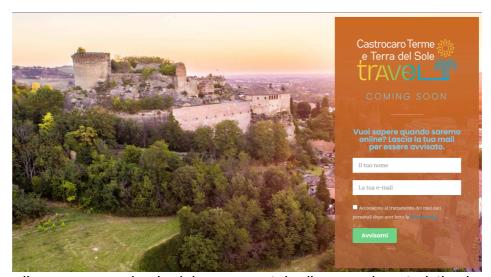


Il nuovo portale turistico

La condivisione del progetto di sviluppare un portale di accoglienza turistica ha già portato il Consorzio Castrumcari a sviluppare una proposta di sito unico per promuovere la ricettività e le attività di promozione turistica per il territorio comunale. Il sito si interfaccerà con il sito Romagna Toscana, di stampo più istituzionale.

Si condivide l'idea di sviluppare il sito in modo condiviso, rispettando tutti i criteri di usabilità ed efficacia promozionale, prevedendo step successivi per garantire massima visibilità, condivisione tra operatori delle potenzialità dello strumento, sinergia tra offline e online per portare traffico al sito.

Il sito non dovrà essere un contenitore vuoto, bensì uno strumento per mettere in mostra le potenzialità del territorio. Si potrà inserire anche un'integrazione con i social media, ma anche questo è un canale che va presidiato e fatto vivere dal basso. I commercianti devono essere i primi a farsi promotori del sito e delle azioni di comunicazione. Deve scaturire una sinergia tra gli imprenditori del territorio, il Consorzio e l'Amministrazione Comunale per alimentare i contenuti e la promozione. Pertanto il TdN chiede all'Amministrazione sostegno per rafforzare le reti tra gli attori locali e la promozione del portale.



Landing page provvisoria del nuovo portale di promozione turistica locale

Il calendario eventi

Un gruppo di lavoro appositamente creato ha sviluppato una proposta di calendario eventi elaborata ed articolata, che mette a sistema da un lato quanto svolto sul territorio comunale, dall'altro integrandolo con proposte innovative e in grado di rilanciare le attività su un bacino turistico allargato e rinnovato.

Si è cercato di arricchire l'offerta soprattutto nei mesi di Settembre e Ottobre: infatti, fino ad alcuni anni fa il problema era la programmazione di Luglio e Agosto, mentre con la caduta del turismo termale le esigenze sono mutate e si è spostata la necessità di intensificare la proposta dei mesi Maggio-Giugno e Settembre-Ottobre.



I nuovi eventi proposti dal Consorzio per il prossimo anno sono i seguenti:

- San Valentino
- Festa della Donna
- Weekend "Tesori aperti"
- Lunapark Disco giovani
- Mercato di Forte dei Marmi
- Passeggiata panoramica
- Maratona
- Wine event
- Festival del turismo sostenibile
- Sfida dei balestrieri
- Castrocaro Happy hour tutti i giovedì di giugno
- Venerdì in Rocca
- Festival piadina gourmet
- Dj time
- Concorsi delle vetrine
- Spettacolo cabaret
- Notte del liscio
- Street food festival
- Castrocaro in jazz
- Festival fuochi d'artificio
- Barman freestyle
- Cene concerto
- Mercato antiquariato
- Saldinbanchi
- Albana Day
- Castrocomix
- Festa del wellnes (ex Festa del Forestiero)
- Ristoranti a tema
- Festa di Santa Reparata
- Festa di San Nicolò

Tali proposte sono elencate in due documenti presentati pubblicamente durante il percorso di partecipazione agli stakeholders locali e all'Amministrazione Comunale, e costituiscono l'esito delle attività dedicate al calendario eventi, in attesa di una approvazione da parte del Comune di Castrocaro Terme e Terra del Sole.

Indicazioni relativamente alla risoluzione della proposta

L'Amministrazione Comunale si impegna a ricevere con atto di giunta la proposta emersa dal TDN, e delibererà con apposito atto le iniziative che intende realizzare e il budget stanziato a sostegno di tali attività.



Programma di monitoraggio

Il TDN ha condiviso la programmazione delle prossime attività inerenti al progetto che prevedono nello specifico:

- un'iniziativa di restituzione del percorso alla comunità, nei primi mesi del 2021, per presentare e promuovere gli esiti del progetto nella prospettiva di gettare le basi esterne di una effettiva efficace comunità ospitante;
- un incontro del TDN in data da definire, nell'ambito del quale l'Amministrazione Comunale e il Consorzio Castrumcari presenteranno la proposta operativa di promozione turistica scaturita dal percorso;
- i partecipanti al TDN saranno informati costantemente rispetto alle azioni di riqualificazione del parco, al fine di garantire continuità, pluralismo, apertura e partecipazione;
- l'amministrazione si impegna a promuovere la nuova pianificazione strategica del turismo locale tramite tutti i canali ritenuti più idonei a informare la cittadinanza, utilizzando sia strumenti online (sito web, newsletter, email) sia tradizionali (eventi, locandine, totem promozionali, bacheche pubbliche...);
- la pagina web istituzionale dedicata al percorso di partecipazione continuerà ad essere lo spazio privilegiato per la pubblicazione dei futuri materiali relativi alla promozione turistica locale e sarà mantenuta tale almeno per tutta la durata del mandato amministrativo.