

BRISIGHELLA COMUNITA'OSPITALE

REPORT - GRUPPI DI LAVORO

21 e 28 Marzo 2013



A: Comunicazione e marketing territoriale integrato

<p>Obiettivo Generale Benefici per la comunità in generale ai quali il progetto contribuirà</p>	<p>Realizzare una comunicazione e un marketing territoriale integrato al fine di promuovere e far conoscere Brisighella e il suo territorio in modo organico e unitario sia ai cittadini residenti sia ai “potenziali ospiti”, secondo i principi della “Comunità Ospitale”.</p>
<p>Obiettivo specifico Benefici diretti di cui godrà la comunità grazie al progetto</p>	<p>1) Comunicare in maniera integrata gli elementi distintivi che sono la base della comunicazione per promuovere una Comunità Ospitale : la genuinità, semplicità della usanze, la “normalità” delle persone e dell’accoglienza, la pratica sperimentazione di questa genuinità attraverso “percorsi esperienziali” rivolti ai turisti. Integrare eccellenze già esistenti in un contesto ricco di storia, gastronomia, natura, utilizzando i brand già consolidati o da rafforzare come:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vena del Gesso; • Wellness Valley; • Ben Essere; • Treno di Dante; • Ecc. <p>2) Veicolare non solo verso l’esterno, ma anche verso l’interno : semplicità, velocità e trasparenza nelle comunicazioni tra gli operatori, i cittadini e la Pubblica Amministrazione, ecc.</p>
<p>Risultati Servizi e prodotti tangibili ottenuti a seguito delle attività realizzate</p>	<p>1) Sviluppare un Portale Unico, secondo una logica di contaminazione e cioè di “più elementi che partono da una base comune” per Brisighella utilizzando il sito web attuale pro loco + blog comunità ospitale: integrazione completa, attivando una redazione web permanente e performante, in grado di essere un presidio costante e aggiornato. E’ importante che siano tracciabili gli “interessi” degli utenti e monitorare i canali (social media, ...) da cui è avvenuto l’accesso, per meglio orientare gli investimenti sulla promozione del territorio.</p> <p>2) Ottimizzare la visibilità di Brisighella attraverso le reti a cui aderisce (Bandiera Arancione, Borghi Autentici Italia, Città Slow, Città dell’Olio, Borghi più Belli d’Italia..) e rispetto ai principali portali turistici istituzionali (regione, provincia, ecc..) e non.</p> <p>3) Realizzare un sistema di Informazioni accessibili a tutti tramite punti informativi per rendere possibile una maggiore “distribuzione” delle informazioni attraverso tutti i canali di comunicazione (new media, old media, passa- parola e contatti “relazionali”...). Sviluppare, inoltre, strumenti e soluzioni per la divulgazione delle informazioni, come: l’affissione di mappe cartacee e/o info touch (nella stazione ferroviaria), sviluppo di un’applicazione per smartphone con mappa interattiva con geo-localizzazione delle eccellenze e dei percorsi.</p> <p>Nota : E’ molto importante promuovere la comunicazione di Brisighella Comunità ospitale presso i cittadini attraverso i meccanismi del passa-parola e dei desk durante i giorni di mercato.</p> <p>4) Individuare un brand/logo e un pay-off (slogan) che supporti ogni tipo di comunicazione e che orienti un messaggio unitario sull’esterno.</p>

Attività Azioni necessarie al raggiungimento dei risultati desiderati	<ol style="list-style-type: none">1) Strutturare una campagna complessiva di promozione di Brisighella Ospitale.2) Mappatura delle eccellenze e delle unicità del territorio che si vogliono comunicare all'esterno (dagli altri tavoli di lavoro).3) Formazione dei comunicatori (anche operatori), specializzare alcune risorse locali sulla comunicazione.4) Contest-concorsi locali per far esprimere i cittadini e segnalare un orgoglio di appartenenza. Stessa iniziativa può essere replicata anche nei confronti dei turisti costruendo delle modalità di segnalazione delle preferenze in termini di accoglienza.5) Analisi di mercato per individuare i target su cui si vuole puntare.6) Piccole iniziative virali per generare passaparola sul web (blog, video diary, condivisione di foto ecc.) e anche attraverso azioni di passa-parola e di desk face to face durante i giorni di mercato.
---	---



B: Allenare, promuovere e formare le virtù civiche e l'identità della Comunità brisighellese

<p>Obiettivo Generale. Benefici per la comunità in generale ai quali il progetto contribuirà</p>	<p>Migliorare la qualità delle relazioni all'interno della Comunità Brisighellese e verso i "potenziali ospiti", attraverso l'integrazione e il coordinamento di percorsi formativi rivolti alla popolazione, in una logica intergenerazionale, e finalizzati a sviluppare le virtù e l'identità storica e culturale della comunità.</p>
<p>Obiettivo specifico. Benefici diretti di cui godrà la comunità grazie al progetto</p>	<p>1) Rafforzare l'identità del territorio e della comunità, migliorando il livello di informazione e conoscenza della cultura, storia, tradizioni, valori locali (verso l'interno) da "raccontare" al residente temporaneo/turista, cui deve rimanere il desiderio di tornare.</p> <p>2) Valorizzare le risorse già presenti sul territorio verso l'esterno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Museo del Lavoro Contadino • Torre dell'Orologio • Museo Ugonia • Museo Geologico • Grotta La Tanaccia • Museo dell'Ulivo <p>3) Selezionare i tanti progetti in funzione della fattibilità e sostenibilità economica.</p> <p>4) Rendere la comunità più ospitale per i residenti in primis, in particolare per le categorie più deboli.</p>
<p>Risultati Servizi e prodotti tangibili ottenuti a seguito delle attività realizzate</p>	<p>1) Popolazione più informata e consapevole in grado di accogliere i turisti ed accompagnarli durante la permanenza.</p> <p>2) Offerta di percorsi e itinerari tematici guidati e in rete tra loro, eventualmente fruibili con biglietti multipli.</p> <p>3) Valorizzazione della figura di Ugonia e del suo 'sguardo da artista' su Brisighella.</p> <p>4) Organizzazione di una struttura stabile in grado di gestire la promozione turistica del territorio l'organizzazione delle attività.</p> <p>5) Estensione degli orari di apertura dei musei e dei siti turistici e della Casa della Cultura/Biblioteca.</p>
<p>Attività Azioni necessarie al raggiungimento dei risultati desiderati</p>	<p>1) Realizzare mappature SMART:</p> <ul style="list-style-type: none"> • delle risorse umane depositarie di conoscenze storico testimoniali, artistiche, museali, archeologiche, ...; • delle risorse umane con competenza e disponibilità per attività di assistenza ai ragazzi (gratuita e non); • degli studenti, laureandi, dottorandi disponibili ad approfondimenti di studio su Brisighella; • di soggetti interessati a svolgere attività e servizi turistico-culturali,

con logiche imprenditoriali;

- delle risorse culturali intese come beni culturali.

2) Individuare corsi e momenti formativi per residenti, (da parte di volontari e non):

- per adulti “cittadini ospitali”;
- per ragazzi in età scolare.

3) Creare una Casa della Cultura presso la Biblioteca, spazio dove organizzare incontri, eventi culturali e offrire servizi di formazione e assistenza ai residenti, in particolare ai bambini.

4) Individuare, mappare i percorsi e dotarli di adeguati supporti informativi:

- turistico culturali tematici (la grotta, da primo ricovero a tempio sacro; dal villaggio dell'età del ferro alla domus; dalla domus romana alla pieve; dalla pieve al castello; dal castello all'inurbamento);
- storico-religiosi (Monastero di S. Bernardino, Osservanza e Convento di Fognano; la Collegiata; i battuti Bianchi ed il primo Ospedale);
- del centro storico;
- dei palazzi storici;
- itinerario Ugonia – lo sguardo dell'artista e laboratorio litografico;
- itinerari didattici diversificati per il turismo scolastico.



C: Promozione del Ben-Essere dei cittadini e della tutela dell'ambiente per attrarre un turismo responsabile ed esperienziale

(Progetto: "Brisighella Terra di Ben Essere")

<p>Obiettivo Generale Benefici per la comunità in generale ai quali il progetto contribuirà</p>	<p>Fare di Brisighella un "centro/luogo del Ben Essere", attivando sinergie tra percorsi consolidati e pioneristici (progetto cuore) e attività innovative incentrate sulla cura e tutela della salute psicofisica dei cittadini "residenti" e "temporanei" valorizzando l' eccellenza naturalistico – ambientale.</p>
<p>Obiettivo specifico Benefici diretti di cui godrà la comunità grazie al progetto</p>	<p>1) Promuovere uno stile di vita di qualità e benessere per i cittadini permanenti e temporanei ("Brisighella, una palestra all'aria aperta"). 2) Rendere Brisighella meta elettiva di un turismo del "benessere" che non rinneghi le eccellenze tradizionali dell'enogastronomia locale ma anzi le esalti in una cornice in cui salute e piacere si fondono in armonia. 3) Coinvolgere il patrimonio di competenze ed il grande potenziale di energia del volontariato presenti sul territorio. 4) Contribuire a rendere più sostenibile il sistema sanitario a livello locale.</p>
<p>Risultati Servizi e prodotti tangibili ottenuti a seguito delle attività realizzate</p>	<p>Socializzazione su tutto il territorio di uno stile di vita generatore di ben-essere, di un rapporto positivo con l'ambiente che ci circonda, attraverso il coinvolgimento di tutti gli operatori del benessere.</p> <p>Diffusione di una cultura del vivere bene (Progetto "Cuore di Brisighella", educazione alimentare, cura del corpo) coniugata con lo sviluppo del territorio in termini di qualità della vita e di offerta turistica.</p> <p>Promozione di una immagine di Brisighella come di una comunità sempre più ospitale - un vero e proprio brand attrattivo per residenti e visitatori attraverso la valorizzazione delle sue eccellenze ambientali, storiche ed enogastronomiche - che, all'interno del più complessivo progetto della 'wellness valley', promuova un mix unico di servizi/prodotti/itinerari legati all'offerta di benessere.</p>
<p>Attività Azioni necessarie al raggiungimento dei risultati desiderati</p>	<p>Validazione istituzionale e scientifica del Progetto "Brisighella, Terra di ben essere", attraverso un tavolo che raccolga l'AUSL di Ravenna, Il Sindaco e la Giunta di Brisighella, Tecnogym, e gli altri stakeholders del Progetto.</p> <p>Coinvolgimento progressivo di tutti gli attori del benessere nel senso più allargato: medici di base, professionisti (fisioterapisti etc.), volontariato, formatori, produttori biologici, agriturismi, società sportive ed altri per radicare lo spirito del Progetto e verificarne la coerenza con i servizi/attività offerti, dai percorsi alle attività sportive, dai prodotti bio/stagionali alle esperienze.</p> <p>Da questa analisi/mappatura discenderà l'offerta turistica, con i relativi</p>

programmi operativi:

- Promozione (web/non web).
- Infopoint locali (partendo dalle stazioni FS).
- Calendario e geolocalizzazione dell'offerta.
- Recupero in questa logica degli obiettivi 2 e 4 già identificati dal Gruppo di lavoro: integrazione del sistema del trasporto locale e promozione del turismo esperienziale.



D: Integrare le potenzialità di “Borgo e Territorio” per promuovere una rinascita economica.

<p>Obiettivo Generale Benefici per la comunità in generale ai quali il progetto contribuirà</p>	<p>Realizzare un' integrazione tra le risorse e potenzialità delle attività imprenditoriali del centro urbano con quelle del territorio (campagna, collina..) promuovendo reti di imprese, nuove opportunità economiche oltre che innovazione delle realtà produttive esistenti.</p> <p>Si dovrà tenere conto delle opportunità presenti sul territorio e di quelle potenzialmente attivabili come :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parco Vena del Gesso come motore di connessione tra opportunità del territorio; • L'ambiente fluviale (Lamone e Marzeno) come risorsa per lo sviluppo economico; • Il Treno di Dante come risorsa di sviluppo economico;
<p>Obiettivo specifico Benefici diretti di cui godrà la comunità grazie al progetto</p>	<p>Costituire dei gruppi coesi di operatori economici (club di prodotto/settore/ ?) che condividono il percorso complessivo di Bisighella Comunità Ospitale, organizzati per settore produttivo (ristoratori, agricoltori biologici, artigiani, servizi logistici.....) strutturati e permanenti ma anche interagenti e coordinati tra loro e finalizzati a realizzare integrazioni imprenditoriali e lo sviluppo di nuove attività economiche.</p>
<p>Risultati Servizi e prodotti tangibili ottenuti a seguito delle attività realizzate</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizzare un questionario definito e strutturato dai gruppi coesi di operatori economici come strumento di comunicazione; 2) Sviluppare nuove attività economiche in Centro Storico; 3) Realizzare coordinamento e connessioni tra percorsi naturalistici e attività e servizi (attuali e futuri). Es: progetto “Riconnettersi con la Terra”; percorsi Bici, cavalli, Asini. 4) Individuazione di standard e protocolli per la definizione della Qualità di ; <ul style="list-style-type: none"> ○ Prodotti; ○ Aree omogenee; ○ Prodotti agricoli a KM Zero Sano; 5) Nuova offerta di Ospitalità legate al territorio: <ul style="list-style-type: none"> ○ Camping; ○ Ostello; ○ Sviluppo e ridefinizione aree Camper; 6) Costituire di operatori vocati a promozione di eventi formativi per la Cultura della AGRI – CULTURA (agricoltura pulita);
<p>Attività Azioni necessarie al raggiungimento dei risultati desiderati</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizzare Mappature SMART di: <ul style="list-style-type: none"> • Attività economiche in genere; • Prodotti tipici di agricoltura e artigianato; • Percorsi naturalistici esistenti; 2) Structurare modalità di promozione, animazione e coordinamento dei gruppi d'imprenditori