

Capacity building workshop
«VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO
LOCALE: OPPORTUNITA' E STRATEGIE
PER LA PROMOZIONE TURISTICA
INTEGRATA DEL TERRITORIO»

a cura di ADSU Teramo
in collaborazione con Civica srl



Interreg
Italy - Croatia
HERCULTOUR

European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

Programma workshop

- **Day 1) 19 giugno h17:00 – 19:00**

Saluti e Presentazione ADSU Prof. Paolo Berardinelli - Presidente ADSU
Introduzione Alessandro Santone - Civica srl - Hadriatica Romana: un itinerario internazionale per il turismo culturale

Prof.ssa Raffaella Morselli - UniTe e Coordinatore comitato scientifico Hercultour - Illustrazione progetto del percorso locale sull'Antica Via Cecilia (oggi Strada Maestra del Parco) in VR - a cura di URBAN FX srl

- **Day 2) 20 giugno h17:00 – 19:00**

L'interpretazione del patrimonio culturale: come migliorare l'esperienza del visitatore - Marta D'Eugenio, Civica srl; - Dibattito

- **Day 3) 21 giugno h17:00 – 19:00**

Promozione e valorizzazione del patrimonio culturale: linee di finanziamento europee e buone pratiche - Mauro Vanni, Civica srl
Dibattito e consegna Attestati di partecipazione.

HERCULTOUR

Hera trademark, cultural tourism routes and visitor centres strengthening



START DATE

01.01.2018

END DATE

30.06.2019

TOTAL BUDGET

€ 1 Mln

SPECIFIC OBJECTIVE

3.1 - Make natural and cultural heritage a leverage for sustainable and more balanced territorial development

LEAD PARTNER

Zadar County

TARGET GROUPS

- Education and training organisations as well as universities and research institutes
- Local, regional and national public authorities
- Cultural and natural heritage management bodies
- Regional and local development agencies
- Enterprises

HERCULTOUR – HERA Trademark, Cultural Tourism Routes and Visitor Centres

Project partners (PP)

- LP: Zadar County - ZC
- Europe Point Consortium – COPE
- Tourist Destination Romagna - DTR
- ADSU Teramo - ADSU
- Primorje – Gorski Kotar County - PGKC
- Šibenik – Knin County, hereinafter - SKC
- Dubrovnik and Neretva Region - DNR

Obiettivo del progetto:



- Rafforzare la piattaforma HERA per la gestione e la promozione di un **turismo sostenibile** basato sul **patrimonio culturale** comune
- al fine di mitigare l'alta pressione stagionale
- migliorando l'offerta per la gestione integrata delle destinazioni e lo sviluppo del turismo rurale e incentivando la conservazione delle risorse culturali presenti.

Un passo indietro...



- Il progetto HERA (finanziato da programma IPA Adriatic CBC) ha permesso **un'analisi delle strategie di turismo culturale e delle politiche pertinenti in ciascun paese e la raccolta di dati su precedenti esperienze e risultati positivi.**
- **al fine di creare un quadro di riferimento delle best practices con un alto grado di trasferibilità per applicarle nei contesti coinvolti.**

HERA TAG's

Questo lavoro ha portato alla produzione di 3 linee d'azione tematiche (TAG):

TAG - Sensibilizzazione e attività promozionali

TAG - Rafforzamento delle competenze

TAG - Attività di sviluppo turistico culturale



HERA' Ss

Dal punto di vista dell'implementazione, i tre TAG sono stati utilizzati per elaborare **Standard minimi di riferimento (SS)** per l'individuazione e la realizzazione di:

- **Itinerari turistici culturali**
- **Centri visitatori**
- **Capacity Building**



Il progetto HERCULTOUR

- Agisce su **rafforzamento delle capacità** per la gestione e la promozione del turismo culturale, **della visibilità e della sostenibilità operativa della rete e dei prodotti** HERA esistenti (rotte turistiche culturali locali) e creandone di nuovi...



Dal modello 3S al modello 3E

- Superare il tradizionale modello 3S (“sun, sea and sand”) verso un modello più sostenibile tipo 3E (“excitement, education, entertainment”).
- La comunicazione è essenziale per fornire una **diffusione coerente di attività, risultati e metodologie** volte a influenzare positivamente tutti gli attori e gli operatori interessati sia in ciascun territorio coinvolto che a livello europeo, stabilendo e sviluppando relazioni continue con i principali gruppi target durante e oltre la durata del progetto.

Day 2) Focus: L'interpretazione del patrimonio culturale - come migliorare l'esperienza del visitatore



Target

Diversi portatori di interesse:

- Pianificatori turistici, gestori siti di interesse, guide turistiche, associazioni, personale del turismo, educatori e curatori che lavorano in monumenti, siti, musei, aree naturali protette e naturalmente singoli cittadini interessati.



Obiettivo



- **Rafforzare e mettere in rete le competenze di pianificazione, gestione e comunicazione del patrimonio naturalistico e storico culturale:**
 - definizione del potenziale interpretativo di un sito
 - pianificazione del tour
 - orientamento dei visitatori
 - organizzazione e comunicazione dei contenuti.

Orizzonte di riferimento



Patrimonio naturale e storico culturale,
d'ora in poi per comodità solo patrimonio!

Bene di eccezionale valore

La Convenzione UNESCO riconosce e tutela

- Monumenti, Agglomerati, Siti di eccezionale valore universale (sotto uno più aspetti possibili es. storico, artistico, scientifico, antropologico, estetico...)

UE: Approccio integrato



- Tutela e promozione della diversità naturale e culturale a livello europeo istituita nel **trattato di Maastricht** (art. 128)
- **Il patrimonio culturale è al centro di diverse politiche dell'UE**, tra cui cultura, ambiente, educazione e formazione, ricerca e innovazione, occupazione e crescita economica, cooperazione e dialogo interculturale, ecc...

- Sebbene la politica in questo settore sia principalmente di competenza degli Stati membri, delle autorità regionali e locali.
- **Valorizzazione delle diverse dimensioni del patrimonio culturale:** fisica, digitale, ambientale, economica, umana e sociale.



- Al fine di **valorizzare il retaggio culturale comune, nel rispetto delle diversità nazionali e regionali l'UE** opera su diversi fronti:
- **Istruzione** (sostegno alla mobilità di studenti e insegnanti, cooperazione fra istituti, formazione continua, apprendimento lingue ecc. > Erasmus +)
- **Cultura** (azioni di promozione, conservazione, diffusione, sensibilizzazione, scambio esperienze e buone pratiche ecc. > Europa Creativa)

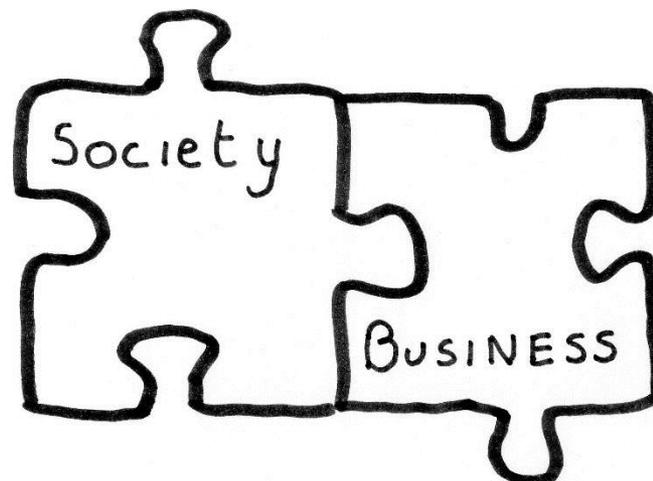
Valore sociale

L'UE riconosce al **P** un ruolo fondamentale nella **creazione e valorizzazione del capitale sociale** europeo in virtù di un'enorme capacità intrinseca di **coesione e integrazione** in termini di:

- promozione del dialogo interculturale e intergenerazionale
- creazione di opportunità educative e di volontariato per lo sviluppo di una comprensione condivisa e di un senso di appartenenza comune
- Tutela e rigenerazione di aree trascurate e la creazione di posti di lavoro radicati localmente

Valore economico

- Il patrimonio culturale è una forza motrice per lo sviluppo in termini di
 - Industrie culturali e creative
 - Turismo ecosostenibile
 - Cooperazione internazionale

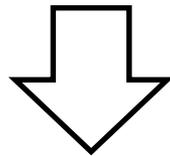


- Chiave per una proficua interazione tra i diversi settori > incentivare dinamiche di rete a tutti i livelli.

Lavoro di squadra

La progettazione culturale prevede :

- Tutela (attività volta a preservare la memoria)
- Conservazione (salvaguardia materiale dei beni)
- Valorizzazione (valore simbolico, economico, valore d'uso)
- Gestione (organizzazione delle risorse umane e materiali)
- Promozione (informare, formare, comunicare)
- Fruizione (garantire accesso, disponibilità, condizioni d'uso)



Necessario ragionare su piani di sviluppo integrato a lungo termine, con partenariati intersettoriali pubblico-privato che coinvolgano attivamente tutti i portatori di interesse.

Definire la figura dell'interprete

- Supportare l'apprendimento tra pari all'interno e tra gli Stati membri.
- Sviluppare modelli di interpretazione e governance più partecipativi, attraverso un maggiore coinvolgimento del privato e della società civile.
- Identificare le esigenze in termini di competenze e rafforzare la formazione dei professionisti del settore



Interpret Europe

European Association for heritage interpretation

<http://www.interpret-europe.net>



- Piattaforma per la cooperazione e lo scambio, la ricerca, il networking e la formazione
- Supporta lo sviluppo di associazioni nazionali per l'interpretazione del patrimonio.

AIP - ASOCIACION PARA LA INTERPRETATION DEL PATRIMONIO

<https://interpretaciondelpatrimonio.com>



- Obiettivo: diffusione della disciplina, scambio di informazioni, formazione, promozione best practices nel campo della comunicazione con i visitatori.

Interpretare il patrimonio: cosa significa?



“The interpretation of heritage, in the sense we use here (because there are different meanings of the term), is a **process of strategic communication that is developed according to the target audience (visitors) and the patrimonial resource, using the techniques and the more appropriate means.**” (AIP)

Storia ed evoluzione

- Il concetto di interpretazione del patrimonio (Heritage Interpretation – per comodità d'ora in poi H.I.) inizia ad essere usato negli anni '80 – '90 nell'ambito dell'Interpretive Development Program dell' US National Park Service.
- In Europa attualmente si moltiplicano i corsi sperimentali e universitari sul tema
- La definizione di interpretazione del patrimonio come la disciplina stessa è in costante evoluzione

C'è una differenza fondamentale tra dare informazioni e interpretare.



Freeman Tilden (Interpreting our heritage, 1957)

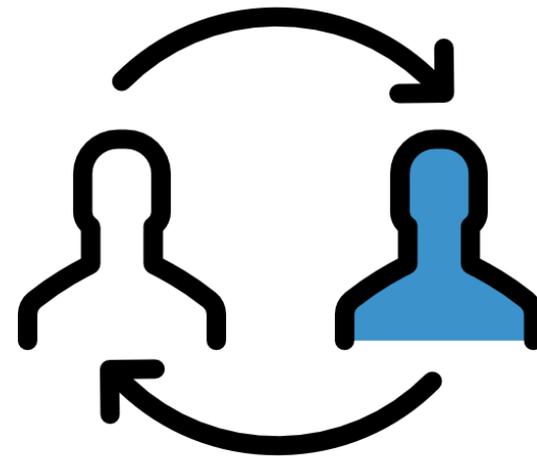
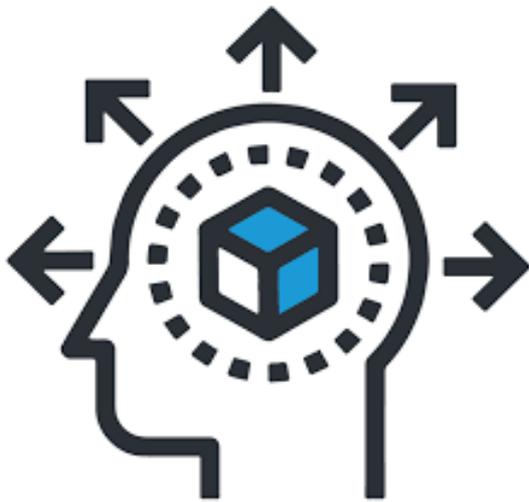
descrive i principi base dell'interpretazione

- **PROVOCARE** (VS istruire: scaturire curiosità)
- **CORRELARE** (il concetto all'esperienza del visitatore)
- **RIVELARE** (VS informare: messaggio memorabile!)



L'arte di interpretare

- Freeman Tilden: «... **to put your visitor in possession of at least one disturbing idea that may evolve into a fruitful interest.**»
- Uscire dalla zona di comfort, mettere in discussione modelli e schemi di riferimento.



L'interpretazione è un **processo dinamico che deve incoraggiare il pubblico a partecipare attivamente alla co-produzione del significato**, e alla costruzione della propria esperienza.



Heritage interpretation is storytelling!



- **Le persone tendono ad apprendere più facilmente dalla narrazione, a pensare metaforicamente, collegando i fatti ad immagini per loro significative e connesse a valori e concetti universali.**
- **La comprensione del messaggio è quindi inevitabilmente correlata al background del destinatario e potrà quindi risultare in esiti differenti.**



Definizione

- In definitiva si può parlare di un **processo comunicativo che stabilisce delle connessioni intellettuali ed emotive tra la risorsa e il pubblico**
- **prevede un transfer culturale** ed ha a che fare con la trasmissione di valori
- **Obiettivo fondamentale è comunicare un messaggio** allo scopo di valorizzare il patrimonio stesso.



- **L'interpretazione costituisce un valore aggiunto** per il sito cui si rivolge in quanto strumento per trasmettere valore e significato
- **Influenza la valorizzazione e la conservazione** del patrimonio (comprese le sue possibili limitazioni)
- **Parte fondante della sua comunicazione** (marketing + informazione/orientamento e coinvolgimento dei visitatori)



Il potenziale educativo dell'HI

- Tilden definisce l'interpretazione come
«Un'attività educativa che ha la finalità di rivelare i significati e le interrelazioni attraverso l'uso di oggetti originali, l'esperienza diretta e l'impiego di mezzi di illustrazione piuttosto che fornire semplicemente delle informazioni.»
- Se l'HI possiede un intrinseco potenziale educativo, **l'apprendimento va necessariamente considerato parte integrante delle attività progettate.**

- Si può definire l'HI come un **approccio non formale volto a facilitare l'apprendimento legato al luogo da parte dei visitatori.**
- I visitatori non devono percepire l'HI come attività educativa ma come un **servizio interessante e piacevole volto ad appagare le loro aspettative sollecitando la scoperta, la riflessione** e offrendo opportunità per ampliare l'orizzonte della loro comprensione e andare oltre gli stereotipi.
- **I visitatori possono essere molto diversi...** come rendere il contenuto rilevante?

Partecipazione

- Una parola chiave nell'attuale dibattito su educazione e apprendimento è PARTECIPAZIONE intesa come **completo coinvolgimento** > qualcosa di nuovo, speciale e importante per chi ne fa esperienza.
- **Aspetto ludico** > es. per la valutazione finale della performance si può chiedere ai visitatori di disporsi in micro gruppi o di fare un gesto che esprima l'aspetto preferito della visita appena conclusa e scattare delle foto in posa da caricare poi sulle pagine social/galleria sito.

- **L'interpretazione del patrimonio è quindi allo stesso tempo obiettivo e strumento educativo**
- Permette di connettere le persone con l'eredità del loro passato
- Trasforma le esperienze in fonte di ispirazione e creatività
- Serve a creare e rafforzare legami col territorio



Eredità comune > Risorsa e Responsabilità comune



Educazione al patrimonio culturale

Il coinvolgimento delle comunità locali di fondamentale importanza anche al fine della conservazione e della promozione del bene.

Conoscenza + consapevolezza = senso d'identità > cura.



Cittadinanza attiva: Tutti possiamo contribuire all'interpretazione del patrimonio comune!



Through interpretation,
understanding; through
understanding, appreciation;
through appreciation, protection.

— *Freeman Tilden* —

AZ QUOTES

Interpretazione su misura



- Pubblico di destinazione: **differenza tra gruppi di età, differenze culturali, etniche e religiose, diverse ragioni per viaggiare e i diversi livelli di interesse e competenze.**
- Non esiste il «Visitatore tipico», bisogna imparare ad adattarsi a vari tipi di pubblico e **modificare l'approccio interpretativo basandosi sull'interazione con i visitatori.**



- **Bambini:** necessitano un'esperienza di interpretazione completamente diversa in termini di approccio e contenuti (non una mera semplificazione di quella per gli adulti).
- **Visitatori con bisogni speciali:** esperienze multisensoriali, opzioni audio, informazioni tattili, ...
- **Scopo accademico VS scopo ricreativo:** diversi livelli di attenzione e diversa predisposizione

Tutti questi fattori vanno considerati in anticipo...



Qualche esempio pratico...

- Lanciare una sfida a chi trova più specie animali o vegetali scattando una foto come prova.
- Chiedere se nella tradizione di appartenenza si fa un uso simile della stessa pianta
- Condividere proverbi, leggende o fiabe
- Creare una scultura o un rifugio con gli elementi naturali.
- Usare una corda sulla quale tutti devono tenere una mano lungo un tragitto particolarmente ostico/fragile.
- Invitare i visitatori a chiudere gli occhi e pensare a qual è il primo suono/odore che sentono o a riconoscere un elemento al tatto/gusto (magari in coppia).

Il programma interpretativo

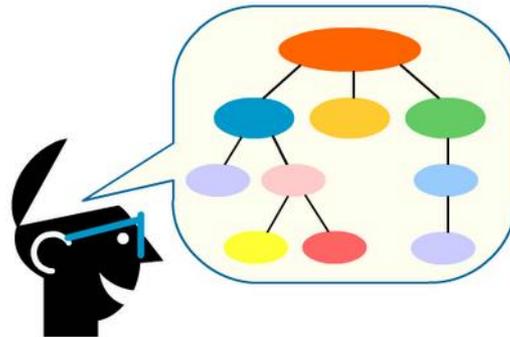
- Qual è lo scopo della nostra interpretazione?

Fissare **obiettivo** (apprendimento, emozione, ecc.)

- **Rendere il prodotto commerciabile:**

Analisi costo/efficacia: qual è il nostro ritorno sull'investimento? quali benefici per la risorsa, per l'agenzia di gestione e per i visitatori?

- **Valutazione** del successo/correzione: individuare indicatori per la misurazione della performance



1. CONTENUTO: Quale patrimonio?

- **Quali siti vogliamo valorizzare?**

Alti flussi turistici determinano aumento dei ricavi ma anche pressioni ambientali e fisiche.

- **Il nostro «prodotto» è accessibile?**

Necessaria connessione tra i vari elementi dell'offerta turistica e tra chi lavora per la sua costituzione e promozione.



Il tema interpretativo

Per ogni risorsa possono essere raccontate molte storie > basi per lo sviluppo di

TEMI INTERPRETATIVI

- Conoscenza approfondita del sito
- Studio dei potenziali visitatori
- Trama che abbia un senso e un impatto sul visitatore.



Cos'è un tema interpretativo?

- Idea centrale, base per la strategia del programma interpretativo > **slogan**
- Cosa voglio comunicare/raccontare?
- Qual è il mio messaggio?
- Buona interpretazione = **attenta pianificazione**

	INTERPRETAZIONE NATURALISTICA	IUNTERPRETAZIONE CULTURALE
ARGOMENTO	I cicli	Rivoluzione industriale
TEMA	Questo tronco di albero fornisce nutrimento per nuova vita	Questa stazione ha aperto un nuovo mondo per la gente del paese

Il caso **HERCULTOUR**: HADRIATICA

ROMANA > Routes shaping a unique civilization

- TEMA: L'archeologia romana sulla via che collega Roma alla Dalmazia e alla Croazia
- Comitato scientifico > analisi preesistenze tipologiche sui territori di riferimento
- **Ricerca elementi di identità comune:** «casa» romana con pavimenti mosaicati
- Rilevazione problematiche diffuse: difficile accessibilità (proprietà private o assenza di biglietto unico); carenza materiale informativo aggiornato (soprattutto online) e di personale adeguatamente preparato...

Next step...

- **Mappa di significato che collega i siti** > marketing territoriale e di rete
- Obiettivi comuni – standard europei
- **Branding omogeneo e riconoscibile:** sito web, servizi, segnaletica, gadget, grafica, storytelling
- **Realtà virtuale** > 1 postazione equipaggiata bikes con visori 3D per fruire di 2 percorsi: A) ricostruzione antica via Cecilia e B) siti naturali e storico culturali del circondario teramano.

2. METODO: Strategie mediatiche e comunicazione



Qual è l'opzione/il mix più adatto?

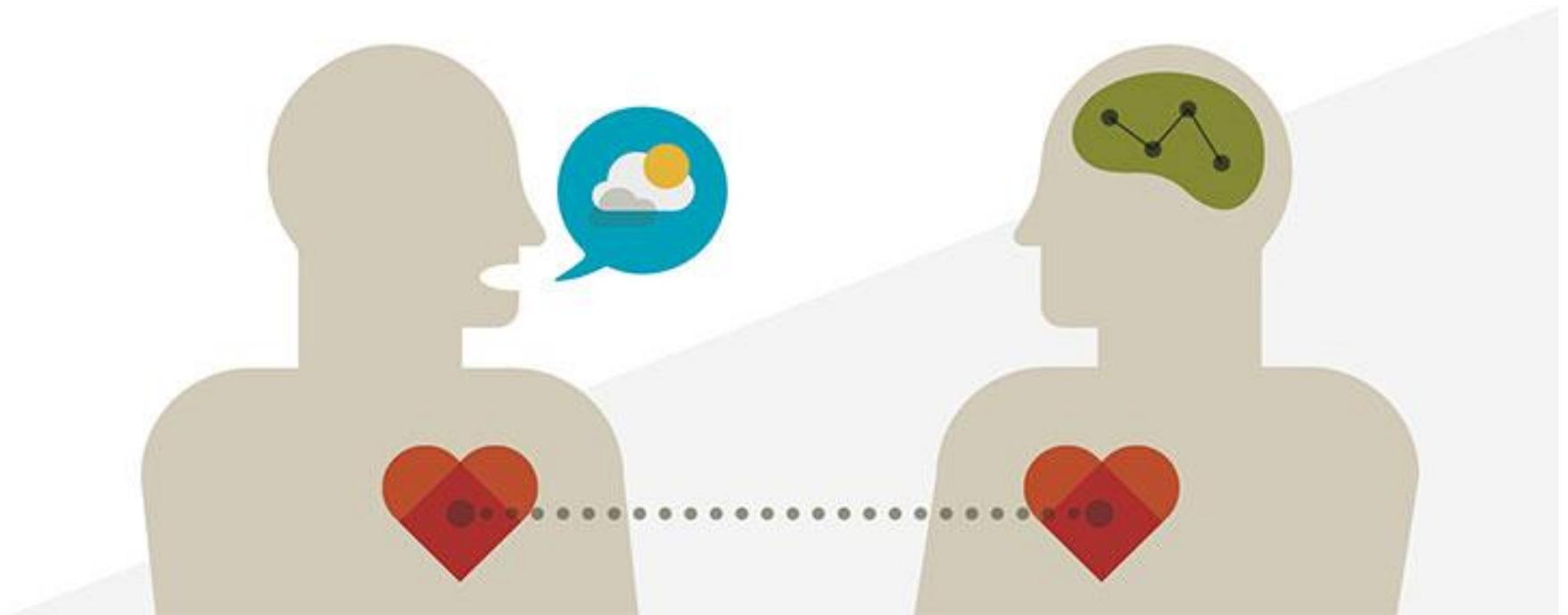
- **Analizzare punti di forza e debolezza: durata e frequenza delle visite, tipologia di visitatori, natura e sensibilità del sito, suscettibilità al vandalismo, risorse disponibili, stagionalità e personale del sito, budget a disposizione.**

- Tecnologia appropriata per consegnare il messaggio previsto (low-tech / high-tech) > es. **creazione contenuti digitali e programmi di interpretazione autoguidati/uso realtà aumentata o piani di interpretazione guidata**
- Tecnologia necessaria per consentire ai visitatori di godere degli aspetti fisici del sito



Comunicazione efficace

Collegare i visitatori ai significati dei luoghi che visitano, intellettualmente ed emotivamente, attivare connessioni empatiche.



Il valore dell'autenticità

- **Accedere a esperienze reali, genuine e distintive insieme alle comunità locali è un elemento importante del livello complessivo di soddisfazione dei visitatori.**
- L'interprete deve essere capace di trasmettere valori, accogliere l'interpretazione personale, fare affidamento su informazioni accurate nello sviluppo di materiale interpretativo.



- Coinvolgere: stimolare riflessione/ partecipazione
- Sorprendere
- Connettere (creare appartenenza ad un gruppo e creare legami di senso con la loro esperienza)
- Ispirare (creare ricordi duraturi)



3. Valutazione e gestione dei rischi

- Prevedere e contenere rischi interni ed esterni serve a preparare per tempo risposte di emergenza.
- Conservazione del patrimonio > gestione dei visitatori
- Pianificazione temporale, ritmo di interpretazione
- Adeguatezza delle esperienze per diversi target
- Gestione del gruppo, cura del cliente: sicurezza, comfort e divertimento, nel rispetto del sito e del singolo visitatore/gruppo.



Condividiamo qualche consiglio utile...

- Non esagerare con le informazioni: 3 idee per sosta
- Cercare feedback specialmente da chi sembra meno interessato (assegnare un piccolo compito, porre domande aperte: es. come avete scoperto il nostro tour?/ Cosa vi è piaciuto di più?...)
- Incoraggiare l'uso dei 5 sensi > esperienze sensoriali
- Fidelizzare > far tornare costa meno in termini di promozione (es. database e tecniche di mailing list per aggiornare su nuovi eventi ecc.)
- Altri suggerimenti....?!



Interpretazione del patrimonio

PROVOCARE

CORRELARE

RIVELARE

CONDIVIDERE

EMPATIZZARE

RISPETTARE

MEDIARE

ISPIRARE

VALUES

PROBLEM SOLVING

STORYTELLING

EXPERIENTIAL LEARNING

PIANO DI INTERPRETAZIONE DEL PATRIMONIO PER LA PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO: facciamo il punto!

- DEFINIRE QUALE PATRIMONIO > ANALISI STATO (PROS/CONS)
- DEFINIRE OBIETTIVI E RISULTATI ATTESI (INDICATORI E STRUMENTI PER MISURARE PERFORMANCE)
- IDENTIFICARE TEMA/TITOLO (CORE MESSAGE)
- INDIVIDUARE AZIONI/ATTIVITA' PRINCIPALI
- CONSIDERARE TARGET DI RIFERIMENTO
- INDIVIDUARE MIX APPROPRIATO DI TECNOLOGIA/MEDIA
- DEFINIRE BUDGET
- PARTNER/PORTATORI DI INTERESSE
- REDIGERE UN PIANO DI GESTIONE DELLA RISORSA

PROVIAMO A CREARE UN TEMA!

*messaggio semplice e breve (una frase o una parola) per stimolare l'interesse del visitatore a scoprire di più al riguardo



Grazie per l'attenzione!



Marta D'Eugenio – CIVICA srl

m.deugenio@civica.cc