

AVANCEMENT ACTIVITÉS et PRODUITS COMPOSANT T5.3.1 Community Lab Gênes - 28 AVRIL 2022

Introduction

L'objectif de cette activité est de réaliser un événement appelé "Community Lab" dans chaque territoire de coopération, visant à impliquer les communautés locales afin de créer des garnisons culturelles de quartier permanentes.

Le CommunityLab à Gênes (Italie) s'est tenu le 28 avril 2022 en présence.

Les travaux préparatoires de l'événement ont consisté à identifier les messages de communication clés, à définir la méthodologie de la réunion et à définir les aspects organisationnels et logistiques.

On a ensuite travaillé sur le type d'acteurs à inviter, en se concentrant naturellement sur la communauté locale opérant principalement dans la zone du centre historique de Gênes examinée dans le projet QMBac et où opèrent les trois entreprises Quality Made.

Les parties prenantes ont été préalablement identifiées par une analyse des acteurs opérant dans le secteur du tourisme à la fois dans la zone municipale de Gênes et dans les environnements externes.

Programme de l'événement :

- 14.30 Accueil et ouverture des travaux Dr Veronica Littardi - Coop. Dafne
- Présentation du projet QMBac et des entreprises Quality Made de Gênes Dott.sa Marilù Cavallero - Coop. Dafne
- Travelling CommunityLab dans le centre historique de Gênes par la Coopérative Dafne
- Partage du formulaire Google avec des questions sur la relation "Tourisme et Communauté".
- 17h30 Clôture de la session

Au cours de la réunion et également par la suite au moyen d'emails ciblés, un questionnaire a été administré, conçu et rédigé en ligne sur une plateforme Google Form.

Questionnaire "Tourisme et Communauté" :

Suite à la réunion du 28 avril 2022, nous avons reçu 23 questionnaires complétés.

Le questionnaire a été administré à :

Tour-opérateurs = 43,49% des répondants

Administration publique = 17,39 %.

Universités = 4,34 %.

Monde coopératif/associations à but non lucratif = 34,78%.

Le thème central du questionnaire était la durabilité, comprise comme le partage participatif des responsabilités éthiques, environnementales et sociales de l'expérience de visite entre ses protagonistes, hôtes et invités.

Huit questions simples qui donnent la dimension du moment de transition probablement déjà amorcé auparavant, mais vertigineusement accéléré par la pandémie.

Une sélection a été faite des réponses les plus récurrentes et/ou intéressantes qui pourraient contribuer comme réservoir de propositions à une voie de renouvellement du secteur et de simples réflexions sur les indications des réponses notées :

1. Quel poids a aujourd'hui la durabilité, sous ses différentes formes et déclinaisons, dans les choix touristiques des voyageurs ?

Score de 1 à 5 : moyenne des réponses 3,52

Du côté de la demande, l'évolution du marché du tourisme est moins évidente, mais la perception est que l'importance de la durabilité est tout à fait pertinente.

2. "Les touristes veulent découvrir, explorer et s'impliquer avec empathie dans les lieux qu'ils visitent et la communauté locale." ; Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec cette affirmation ?

Score de 1 à 5 : moyenne des réponses 4,13

Cette question concerne les demandes du visiteur au prestataire de services pendant l'expérience : elle montre clairement la tendance à une plus grande demande relationnelle.

3. La communauté locale peut-elle soutenir les "expériences" de voyage ?

Score de 1 à 5 : moyenne des réponses 4.43

Du côté de la demande, les participants à l'évaluation n'ont aucun doute : les communautés d'accueil ont un potentiel énorme et inexploré pour contribuer à augmenter le niveau de satisfaction de l'expérience de visite. Le score moyen très élevé attribué à cette question par toutes les parties prenantes est vraiment impressionnant.

4. Comment la communauté locale peut-elle être accueillante pour les voyageurs ?

Dans les questions ouvertes, une sélection a été faite des réponses les plus récurrentes ou les plus significatives selon le jugement du lecteur.

- La lecture ne peut pas être comme une grande douche d'idées asynchrone.
- l'échange d'expériences et le partage de projets avec la population locale ;
- réunions mensuelles avec les agences de voyage/guides hôteliers restaurateurs salles de bain etc ;
- des ateliers/expériences avec des artisans/producteurs locaux ;
- organisation d'événements publics/privés pour faire connaître les traditions et les coutumes locales ;
- petits groupes, petites entreprises, petits hôtels familiaux et locaux ;
- participation des entreprises/associations et du tourisme à l'action de l'Union européenne
- l'expérience du sentier de la nourriture ;
- visites guidées, animations territoriales ;
- groupes de discussion ;
- agir comme une communauté accueillante et responsable ;

- les événements et initiatives repèrent les synergies entre les professionnels et la communauté.



Turismo e Comunità locale

Gentilissimi*,
 Cooperativa DAFNE sta realizzando un'analisi sul rapporto tra Turismo e Comunità locali.
 Vi chiediamo 5 minuti del vostro tempo per rispondere a queste domande.
 Nelle domande con risposta da 1 a 5, il valore 1 è da intendersi come "BASSO/POCO" mentre il valore 5 "ALTO/MOLTO".

Grazie mille
 D.A.F.N.E. Soc. Coop. Impresa Sociale

Email *
 Indirizzo email valido

Questo modulo raccoglie gli indirizzi email. [Modifica impostazioni](#)

Ente di appartenenza *
 Testo risposta breve

Nome e Cognome *
 Testo risposta breve

Che peso ha, oggi, la sostenibilità, nelle sue diverse forme e declinazioni, nelle scelte turistiche dei viaggiatori? *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

"Il turista desidera scoprire, approfondire ed avere un coinvolgimento empatico con le località visitate e con la comunità locale." Quanto sei d'accordo con questa affermazione? *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

Può la comunità locale essere di supporto alle "esperienze" di viaggio? *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

In quale modo coinvolgereste la comunità locale nelle proposte turistiche? *
 Testo risposta lunga

In quale modo la comunità locale può essere accogliente verso i viaggiatori? *
 Testo risposta lunga

Quale rapporto si può creare tra turista e comunità locale? *
 Testo risposta lunga

«Nell'attività di valorizzazione e di promozione, il territorio deve essere considerato nella sua totalità, come luogo del saper vivere e del saper produrre, in cui paesaggi di qualità, agricoltura di nicchia, arte e produzioni di eccellenza, qualità della vita e dell'ambiente rappresentano il valore aggiunto ed il valore distintivo capace di promuovere percorsi di sviluppo turistico» (Calzati 2011). Quanto sei d'accordo con questa affermazione? *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

5. Comment feriez-vous participer la communauté locale aux propositions touristiques ?

- sourire + disponibilité
- s'impliquer
- se rendre disponible
- territorialité
- en disant
- parcours professionnels
- événements réunions
- services appropriés
- Anglais
- information
- communauté
- identité et valeurs
- approche amicale
- raconter des histoires
- formation et sensibilisation
- réactivité et préparation
- ne pas augmenter les prix

6. Quelle relation peut être créée entre le touriste et la communauté locale ?

- connaissance (6 fois)
- échange/interchange (5 fois)
- empathie (4 fois)
- respect (3 fois)
- confrontation
- amitié
- collaboration
- confrontation
- amitié
- l'entretien des espaces
- s'offrir
- accueillir des touristes pour le dîner
- histoire des lieux
- partage

7. " Dans l'activité de valorisation et de promotion, le territoire doit être considéré dans sa totalité, comme un lieu de savoir vivre et de savoir produire, dans lequel les paysages de qualité, l'agriculture de niche, l'art et les productions d'excellence, la qualité de vie et l'environnement représentent la valeur ajoutée et la valeur distinctive capable de promouvoir des parcours de développement touristique " (Calzati 2011). Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec cette affirmation ?

Score de 1 à 5 : moyenne des réponses 4.68

Une question concernant les motivations profondes du travail des opérateurs de l'hôtellerie, presque un manifeste pour une approche "centrée sur l'humain" de l'expérience touristique. Le niveau d'accord frise l'unanimité et stimule chez tous un engagement convaincu à travailler dans le sens d'une adaptation des modèles et des pratiques dans la direction indiquée.

8. Comment accroître la collaboration entre les différents acteurs sur les projets de mise en œuvre des identités locales dans le tourisme ?

- réseau
- table d'acteurs au niveau du district
- bénévolat
- intensité de l'action/organisation des événements
- directeur (au sens de coordinateur) professionnel du tourisme
- governance bottom up

Liste des personnes qui ont rempli le questionnaire :

Nom et prénom	Entité d'appartenance	Catégorie d'adhésion
Alessandro Pioli	Bito Viaggi sas	Tour Operator
Nellie Italiano	azienda privata settore turismo ricettivo	Tour Operator
Laura Pozzi	Alberta Ciao Tours TO	Tour Operator
mimmo santoro	assicralitalianetwork	Tour Operator
Eugenia Sara Raimondi	Apn Voyage	Tour Operator
Giada Marabotto	Volver TO	Tour Operator
stefania molinari	joynplayce	Tour Operator
Angela Tendas Mele	GreenerVibes tour operator	Tour Operator
Valeria Moscariello	Italian steps	Tour Operator
Elisa Zambelli	Itinera Bike & Travel Tour Operator	Tour Operator
Ilaria Rosani	Parco regionale delle Alpi Apuane	Administration publique
Maria Cristina Caprioglio	Ente Parco Beigua	Administration publique
silvia poponcini	connessioni	Coopérative

Alberto Girani	Università di Genova	Université
Sara Gentilini	Magma Geopark	Administration publique
Davide Virzi	Area Marina Protetta Isola Bergeggi	Administration publique
Roberto La Marca	CulTurMedia Legacoop Liguria	Legacoop
Tiziana Cattani	Coop Liguria	Coopérative
Mauro Gabetta	PetroleumCoop	Coopérative
Enrico neri	Cooperativa Dafne	membre du pacte de subsidiarité de Gênes
Valentina Cavalieri	Coop Solidarietà e Lavoro	membre du pacte de subsidiarité de Gênes
Amina Abdelouahab	Coop. Il Ce.Sto	membre du pacte de subsidiarité de Gênes
Andrea Zenobio	Coop. Il Ce.Sto	membre du pacte de subsidiarité de Gênes

Réunion de communication :

La réunion a été communiquée avec l'inclusion d'un événement spécifique sur le mini-site Interreg Maritime Qmbac et également via les canaux sociaux du partenaire Cooperativa Dafne :

QM bac

Quality Made Business Acceleration



Community Lab a Genova

28 APRILE 2022



Genova

Si è tenuto giovedì 28 Aprile nel centro storico di Genova il Community Lab organizzato dalla Cooperativa Dafne, nell'ambito del progetto QM Bac.

Erano presenti una ventina di stakeholder tra cui numerose Associazioni e Cooperative del Terzo Settore operanti nel campo del turismo sostenibile nel centro storico di Genova.

Il CommunityLab genovese è stato organizzato in modalità "itinerante" e con il supporto di un Google Form con delle domande specifiche che veniva poste ad ogni stop di visita.

Il focus principale è su "turismo e comunità: confronti, punti di vista e obiettivi di crescita".

Il questionario è stato inoltre inviato a diversi attori che operano sempre nel campo del turismo Sostenibile ma che non hanno potuto partecipare in presenza al CommunityLab.

Il progetto

I partner

Che cosa realizza?

Cooperativa Dafne
 Pubblicato da Veronica Littardi · 28 Aprile ·

🇮🇹 Progetto [Interreg Maritime - Marittimo #QMbac](#) . Oggi Cooperativa Dafne ha realizzato un interessante Community Lab itinerante con focus su "turismo e comunità". Confronti, punti di vista e obiettivi di crescita. Numerose associazioni presenti del locale [#pattodisussidiarieta](#) del [Sestiere del MOLO](#) di [#Genova](#).

🇫🇷 Projet Interreg Maritime [#QMbac](#). Aujourd'hui, Cooperativa Dafne a créé un intéressant Community Lab itinérant axé sur "le tourisme et la communauté". Compara... [Altro...](#)






846
Persone raggiunte

62
Interazioni

[Metti in evidenza il post](#)

18

Condivisioni: 2

Immagini dell'incontro:







