



Il marchio **QM travel different**,
per uno sviluppo del
turismo sostenibile in Toscana.

COMMUNITY LAB
Laboratorio di progettazione integrata

Lunedì 9 maggio 2022

ore 9.00-13.00

Sala Convegni

Biblioteca Labronica F. D. Guerrazzi

Sede dei Bottini dell'Olio

Piazza del Luogo Pio, Livorno

INCONTRO IN PRESENZA

Il progetto **QM bac**, nell'ambito della programmazione INTERREG ITALIA/FRANCIA MARITTIMO 2014/2020, presenta e condivide il marchio **Quality Made Travel different** e le sue realizzazioni, quali opportunità di integrazione con strategie e progettualità turistiche e culturali della città di Livorno e della Toscana.

Programma

- Saluti Istituzionali
- Presentazione progetto
Laura Giuliano
- La cassetta degli attrezzi per la promozione delle imprese QM
Valentina La Salvia
- Le imprese toscane e la Comunità QM
Studio Baglioni & Poponcini
- Portale e-commerce e pacchetti turistici esperienziali
Coop. Dafne

ore 10.30

Coffe break

ore 11-00

- Tavola rotonda e laboratorio delle idee per uno sviluppo turistico sostenibile

ore 12.30

Visita guidata alla mostra "Vittore Grubicy De Dragon" presso il Museo della Città di Livorno, a cura di Coop. Itinera

Mediatori

- Studio Baglioni & Poponcini



ORGANIZZAZIONE A CURA DI



SARÀ POSSIBILE PARTECIPARE ALL'INCONTRO ANCHE IN REMOTO AL SEGUENTE LINK:

<https://us02web.zoom.us/j/84070612208?pwd=Risxelg0MEJwL2pPM3ZxcEN6ZHhsdz09>

Meeting ID: 840 7061 2208 · Passcode: 168664



www.qualitymade.eu

  [qualitymade.eu](https://www.instagram.com/qualitymade)

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au coeur de la Méditerranée

È GRADITA LA CONFERMA RISPONDENDO A segreteria@qualitymade.eu

Report attività svolta nella Componente T5
Avanzamento Lavori -prodotto T5.3.1
Progetto “QM BAC” Programma Interreg IT-FR Marittimo

Community Lab
imprese in Toscana-
9 maggio 2022-Livorno

Introduzione al concetto di Community labs

L'approccio community-based per lo sviluppo turistico urbano è solitamente considerato come desiderabile, in quanto 1) problematiche locali hanno un'influenza diretta sull'esperienza turistica (comunità locali che beneficiano dell'attività turistica sono maggiormente ben disposte nei confronti dei turisti); 2) l'immagine dell'offerta turistica è basata su asset locali, valorizzabili grazie alla collaborazione tra gli attori della comunità; 3) il coinvolgimento degli attori pubblici consente di proteggere l'ambiente urbano e la cultura del territorio, come specifico prodotto turistico, incoraggiando al contempo maggiori redditi connessi all'attività turistica; 4) l'implementazione dello sviluppo socio-economico della comunità, contribuisce alla sostenibilità e al supporto dei progetti turistici stessi su un più lungo periodo

Obiettivi della azione:

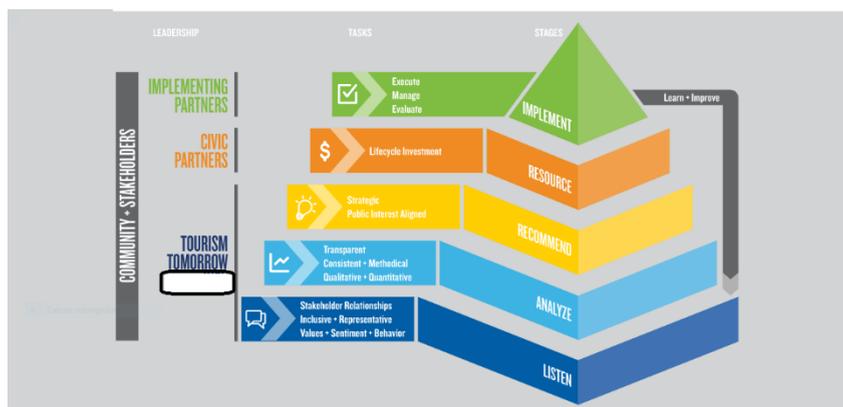
- 1) Sviluppare interazione tra turismo responsabile e territorio, tenendo presenti i legami tra i territori e la sua comunità
- 2) Valorizzare il ruolo delle neo - imprese QM (responsabili) per la comunità e per i territori

Attività

Sono previsti 5 Community labs, uno per area durante i quali realizzeremo attività che creano sinergie tra le neo imprese, istituzioni e abitanti,

- 1) Incontro territoriale in plenaria durante il quale è presentato il progetto, e si affrontano due tematiche (oggetto per lo sviluppo futuro del protocollo)
 - a. esperienze turistiche/culturali responsabile ed il loro impatto su un'area del territorio di riferimento
 - b. il ruolo della la comunità (di un quartiere, città ecc..) nell'inclusione del Cittadino temporaneo, come costruire una comunità allargata
- 2) Breve esperienza o laboratorio realizzato assieme alla comunità locale (società civile, istituzioni) e alle neo imprese beneficiarie:

Spunti per la definizione del protocollo :



Il protocollo costituisce lo spunto per l'avvio di un percorso e di un dialogo tra il territorio, la governance e la comunità sociale.

- Definizione dei principali attori coinvolti e loro eventuale interazione necessaria per uno sviluppo responsabile (del tema, area oggetto del labs) ; -
- Analisi e comprensione dei fabbisogni necessari ad una maggiore interazione tra turismo e comunità locale (rispetto al tema/area del lab) -
- Presentazione di eventuale soluzioni prototipali da sviluppare
- Azioni future da intraprendere

PROGRAMMA EVENTO COMMUNITY LAB - Laboratorio di progettazione integrata

Il marchio QM travel different, per uno sviluppo del turismo sostenibile in Toscana.

Lunedì 9 maggio 2022 ore 9.00-13.00

Sala Convegni
Biblioteca Labronica F. D. Guerrazzi Sede dei Bottini dell'Olio
Piazza del Luogo Pio, Livorno

INCONTRO IN PRESENZA

Il progetto QM bac, nell'ambito della programmazione INTERREG ITALIA/FRANCIA MARITTIMO 2014/2020, presenta e condivide con la società civile e la comunità locale il marchio Quality Made Travel different e le sue realizzazioni, quali opportunità di integrazione con strategie e progettualità turistiche e culturali della città di Livorno e della Toscana.

POSSIBILITA' DI PARTECIPAZIONE ANCHE IN REMOTO AL SEGUENTE LINK:

<https://us02web.zoom.us/j/84070612208?pwd=Risxelg0MEJwL2pPM3ZxcEN6ZHhsdz09> Meeting ID: 840 7061 2208 - Passcode: 168664

Interventi

▪ Saluti Istituzionali e Presentazione progetto

Laura Giuliano

▪ La cassetta degli attrezzi per la promozione delle imprese QM

Valentina La Salvia

▪ Le imprese toscane e la Comunità QM

Studio Baglioni & Poponcini. Fabio Baglioni

▪ Portale e-commerce e pacchetti turistici esperienziali

Coop. Dafne

ore 11.00

▪ Tavola rotonda e laboratorio delle idee per uno sviluppo turistico sostenibile

ore 12.30

Visita guidata alla mostra “Vittore Grubicy De Dragon” presso il Museo della Città di Livorno, a cura di Coop. Itinera

Mediatori

▪ Studio Baglioni & Poponcini- Dott. Fabio Baglioni

Le attività svolte nella giornata

L'obiettivo di questa attività è stato quello di realizzare una “Community Lab” finalizzato al coinvolgimento delle comunità locali in modo da dare vita a presidi culturali territoriali permanenti.

Il CommunityLab genovese si è tenuto il 9 Maggio 2022 in presenza.

Il lavoro di preparazione all'evento è consistito nell'individuazione dei messaggi chiave della comunicazione, nella definizione della metodologia dell'incontro e nella definizione degli aspetti organizzativi e logistici.

Si è andato quindi a lavorare sulla tipologia di stakeholder da invitare, concentrandosi naturalmente sulla Comunità locale operativa prevalentemente nell'area del centro storico di Livorno preso in esame nel Progetto QMBac e dove operano al contempo le aziende certificate Quality Made del progetto QM bac.

Gli stakeholders sono stati precedentemente individuati tramite un'analisi degli attori che operano a livello turistico sia nel territorio comunale che anche in ambienti esterni.

L'argomento centrale del questionario è stato il concetto di sostenibilità e identità culturale, come leva di sviluppo turistico, intesa come condivisione partecipata delle responsabilità etiche, ambientali, sociali dell'esperienza di visita fra i suoi protagonisti, ospitati e ospitanti.

Dopo la fase di accoglienza e registrazione dei partecipanti si è proceduto ai saluti istituzionali da parte dell'Amministrazione comunale, soggetto ospitante dell'evento.

L'evento, promosso dal progetto Interreg Marittimo Italia/Francia Qmbac, è stato organizzato da Cooperativa Itinera e Consorzio Pegaso. Obiettivo dell'incontro, aperto a tutte le realtà pubbliche e private legate al turismo, è stato quello di raccontare e condividere il marchio Quality Made e le sue

realizzazioni, al fine di creare delle opportunità di integrazione con strategie e progettualità turistiche e culturali nella città di Livorno e in Toscana. Il progetto QMbac è realizzato nell'ambito della programmazione Interreg Marittima Italia/Francia. Qmbac, acronimo di Quality Made Business Acceleration, è il progetto che riprende e rafforza l'ambizione di creare una comunità di imprese della filiera turistica, sempre più numerosa, consapevole e che si riconosce nei valori del turismo sostenibile del brand Quality Made.

Oltre alle imprese Qm erano presenti esponenti della cittadinanza, delle istituzioni, delle rappresentanze associative del mondo della scuola e della formazione professionale.

Laura Giuliano, vicepresidente della Cooperativa Itinera, che è capofila del progetto QMbac, ha aperto i lavori con una dettagliata spiegazione sulla creazione e sviluppo del marchio attraverso cinque anni di lavoro e tre progetti Interreg, di cui Qmbac è l'ultimo; successivamente sono stati illustrati gli strumenti di promozione che saranno messi in campo per comunicare e promuovere il marchio. Fabio Baglioni, consulente per la certificazione delle imprese QM, ha descritto le caratteristiche delle imprese Quality Made, in particolare quelle toscane, e il lavoro di confronto e dialogo fra imprese realizzato attraverso la QM community. Infine Veronica Littardi, della Cooperativa Dafne di Genova, collegata in remoto nella stanza, ha fornito alcune anticipazioni sul portale ecommerce Quality Made, che sarà a breve online, e sui pacchetti turistici esperienziali, che saranno alla base della promozione delle imprese per una offerta turistica integrata.

Erano presenti Rocco Garufo, Assessore al Turismo del Comune di Livorno e la responsabile del Polo Museale e bibliotecario Cristina Luschi. Hanno partecipato numerosi rappresentanti delle realtà culturali e turistiche della città come l'Acquario e il Museo di Storia Naturale del Mediterraneo, Fondazione L.E.M. Livorno Euro Mediterranea, il Comitato Palio Marinaro, Vivi San Jacopo, alcune delle imprese toscane QM e gli studenti del Tecnico Economico Turistico I.I.S.S. "A.Vespucci" di Livorno.

Durante la tavola rotonda è stata poi avviata una discussione tra i vari partecipanti lanciando degli spunti di riflessione sui seguenti argomenti:

Il Valore della sostenibilità in termini sociali e culturali per un territorio e ricadute turistiche

la percezione generale è che l'importanza della sostenibilità sia decisamente rilevante.

Il turista desidera scoprire, approfondire ed avere un coinvolgimento empatico con le località visitate e con la comunità locale

Questa domanda attiene alle richieste del visitatore al fornitore di servizi durante l'esperienza. Si evidenzia in maniera netta la tendenza verso una maggiore richiesta relazionale che metta in connessione stretta il viaggiatore con il territorio. Si rileva che sul territorio della città di Livorno si poco incisiva l'informazione turistica e la comunicazione diffusa

Valore e ruolo della comunità locale per l'esperienza di viaggio?

Dal lato della domanda i partecipanti all'assessment non hanno dubbi sul fatto che la comunità locale ospitante hanno potenzialità enormi ed inesplorate di contribuire all'incremento del livello di soddisfazione dell'esperienza di visita.

Come la comunità locale può essere accogliente verso i viaggiatori?

Di seguito gli spunti emersi durante la discussione quali idee per lo sviluppo di temi da inserire in eventuale protocollo di intenti.

- scambio di esperienze e condivisione di progetti con i locals;
- riunioni a cadenza mensile con agenzie di viaggio/guide albergatori ristoratori bagnietc;
- laboratori/ esperienze con artigiani/produttori locali;
- organizzazione di eventi pubblico/privati per condivisione di tradizioni e usi locali;
- piccoli gruppi, piccole aziende, piccoli hotel a gestione familiare e locale;
- partecipazione imprese/ associazioni e del turismo nella programmazione
- food trail experience;
- Visite guidate, animazioni territoriale;
- focus group;
- proponendosi come comunità accogliente e responsabile;
- eventi e iniziative spot sinergie tra professionisti e comunità.

1. In quale modo coinvolgereste la comunità locale nelle proposte turistiche?

- sorriso + disponibilità
- mettersi in gioco
- mettersi a disposizione
- territorialità
- raccontandosi
- percorsi professionali
- eventi incontri
- servizi adeguati
- inglese
- informazione
- comunità
- identità e valori
- approccio cordiale
- storytelling
- formazione e consapevolezza
- reattività e preparazione
- non alzare i prezzi

Quale rapporto si può creare tra viaggiatore e comunità locale?

- conoscenza
- scambio/ intercambio
- empatia
- rispetto
- confronto
- amicizia
- fidelizzazione
- il viaggiatore come strumento costruttivo e creativo di promozione

- collaborazione
- confronto
- amicizia
- cura degli spazi
- proponendosi
- ospitando i turisti a cena
- storia dei luoghi
- condivisione

2. Quali strumenti da mettere in campo per un maggior sviluppo di relazione tra i vari attori territoriali

- Rete istituzioni-impresе-società locale
- tavolo di attori
- volontariato
- intensità di azione/ organizzazione di eventi
- regista (nel senso di coordinatore) professionista del turismo
- governance bottom up

Alcune immagini





