

Consorzio Castrumcari  
Comune di Castrocaro Terme e Terra del Sole

## WORKSHOP IDENTITÀ E COMUNICAZIONE

26 ottobre 2020

Lunedì 26 ottobre alle ore 10 si è tenuto il workshop a tema “Identità e comunicazione” nell’ambito del percorso di partecipazione “Comunità turistica integrata”.

Stante l’obbligatorietà di svolgere l’incontro in via telematica, i facilitatori del percorso hanno ritenuto opportuno ed adeguato alle necessità del laboratorio l’utilizzo della piattaforma Videofacilitator. Tale piattaforma permette di organizzare, se necessario, diverse stanze di lavoro in modo da suddividere i partecipanti in base al tema, al tempo o al target, avendo comunque a disposizione una stanza di accesso comune di riferimento.



Sono stati invitati all’incontro i rappresentanti del consorzio Castrumcari, rappresentanti di categoria degli albergatori del Comune, titolari di attività di ristorazione e dell’ambito turistico locale.

Il facilitatore Filippo Ozzola ha aperto l’incontro ricordando ai partecipanti gli obiettivi del percorso: far conoscere il nuovo Consorzio, definire i nuovi obiettivi di promozione turistica a medio termine, coinvolgere il territorio per fare rete, raccogliere stimoli per arricchire le proposte di promozione turistica. In particolare il laboratorio odierno si prefigge l’obiettivo di indagare due temi prioritari: l’identità e la comunicazione.

Identità intesa come: elementi di riconoscibilità del territorio, aree e temi prioritari di promozione turistica, branding del territorio.

Comunicazione intesa in modo concreto come definizione delle azioni prioritarie, del piano di comunicazione, degli strumenti promozionali da mettere in campo.

La parola passa quindi ai presenti che sono invitati ad intervenire sul tema dell’identità del territorio. Qual è l’identità passata di Castrocaro Terme e Terre del sole? Quale identità vogliamo costruire per il futuro?

Gli spunti emersi sono stati raccolti e sintetizzati in tempo reale con l'utilizzo di una Jamboard di Google:



**Ricerca identità**

- Definire l'oggetto da vendere: non forzare la vendita di oggetti invendibili ma definire nuovi "oggetti" appetibili → **QUALI SONO QUESTI OGGETTI?** es. arricchire l'offerta degli hotel con esperienze sul territorio?
- FARE I CONTI CON IL PASSATO: Se un luogo ha già una sua immagine definita è difficile cambiare questa rappresentazione a meno che non si utilizzino molte risorse economiche. → L'identità termale oggi non è più sufficiente, dobbiamo costruirci una nuova fatta di altri elementi: **EVENTI** strettamente collegati al **TURISMO SLOW** e **GREEN**.
- Abbiamo categorie diverse come ricettività. Devo cavalcare l'onda con i mezzi che ho, quando ci sono eventi riusciamo comunque a conquistare i visitatori con altre caratteristiche che vanno oltre l'estetica delle strutture. Fare rete. Promozione enogastronomica puntando su cantine locali. → fare il meglio con i mezzi che abbiamo: consapevolezza
- Qual è l'esperienza che noi offriamo? Beni monumentali, paesaggi, attività, una festa caratterizzante fatta con modalità nuove

**Quanto del passato ci portiamo nel futuro?** (iniziative frutto di privati)  
**TERME FESTIVAL**

.....  
 - L'identità è quello che abbiamo sul territorio, le TERME sono passato presente e futuro, da vendere in una forma nuova di pacchetti benessere, un concetto più ampio di **BENESSERE**  
 - **STORIA** - siti archeologici, la fortezza  
 - **TURISMO SLOW** (ebike, trekking, enogastronomia)  
 - **NATURA** (parco fluviale, ...)

**BUON VIVERE A CASTROCARO**

Evento caratterizzante o calendario eventi strutturato? es. rievocazioni storiche  
 Unire manifestazione musicale a concetto del benessere.

**"Romagnolità"**

Esiti della discussione sul tema "identità":

- ⌚ Per collocarsi sul mercato turistico la prima cosa da fare è definire quali sono i prodotti che abbiamo da vendere, quali prodotti è conveniente vendere, quali prodotti tra quelli che abbiamo da vendere sono effettivamente vendibili.
- ⌚ L'identità di Castrocaro è insita nel suo nome: Castrocaro Terme e Terre del Sole.
- ⌚ Il passato è difficile da sradicare, è meglio mantenerlo vivo facendolo però evolvere in accordo con i nuovi bisogni.
- ⌚ Utilizzare al meglio le risorse che abbiamo: consapevolezza.
- ⌚ L'identità termale va bene, ma oggi non è più sufficiente, dobbiamo integrarla ed arricchirla con altri elementi di richiamo (concetti riconducibili a: Benessere, Buon vivere).
- ⌚ Temi da sviluppare: **eventi, turismo slow, turismo green**.
- ⌚ Tema del **benessere**: Castrocaro luogo di benessere, non sono termale ma a 360° (terme, enogastronomia, lentezza, natura, cultura, storia...). Concetto di "Romagnolità" (siamo romagnoli, questo è un punto di forza ulteriore, lo vogliamo sfruttare?)
- ⌚ Non dimentichiamo anche il tema del **Festival di Castrocaro**: un altro elemento storico che non va perso anzi, deve essere riportato ad un nuovo splendore. Idea: musica + benessere?

Esiti della discussione sul tema della comunicazione:

# Comunicazione

criticità: comunicazione festival

cosa fare per promuovere il territorio? DA DOVE PARTIAMO?

STRUMENTI  
TARGET

calendario eventi, partiamo da quello che c'è per la creazione di pacchetti turistici

attivare una app con tutte le attrazioni, realtà economiche, ricettive, ristorazione ecc

ricerca google: le 10 cose da vedere a Castrocaro ... creare contenuti su piattaforme tipo tripadvisor e blog

nuovo marchio  
sito web

- 🕒 Da dove parte la promozione del territorio? Gli strumenti prioritari da implementare sono il nuovo marchio (inteso come immagine coordinata del territorio) e di conseguenza il sito web/app di riferimento.
- 🕒 Il pacchetto turistico è l'oggetto strategico condiviso.

Per la comunicazione sono stati individuati pochi ma fondamentali elementi da cui partire per una strategia di medio termine. Senza questi elementi non sarà possibile auspicare ad uno sviluppo ulteriore e più strutturato.

Ozzola ricorda ai partecipanti che gli spunti emersi saranno rielaborati in previsione del prossimo laboratorio fissato, sempre in modalità a distanza, per il giorno 9 novembre.

L'incontro si chiude alle ore 11.45.