

## **Riprogettazione dei servizi offerti dall'ufficio IAT (Informazione e Accoglienza Turistica) di Reggio Emilia**

### **Introduzione**

Gli organi di accoglienza turistica sono sempre stati uno dei pilastri fondamentali nello sviluppo dell'attrattività di un territorio. Brochure, depliant, mappe sono stati gli strumenti sui quali da sempre è stata costruita l'accoglienza del nostro Paese così come le stesse brochure e le fiere sono stati gli assi portanti della promozione turistica.

Oggi, però tutto questo sistema è messo in forte discussione. Si calcola infatti che soltanto il 10% del totale dei turisti che arrivano nella destinazione si presentano agli uffici di informazione ed accoglienza turistica, e ne utilizzano i servizi; il 65%, invece, cerca e raccoglie le informazioni sulla destinazione e sull'accoglienza direttamente in rete, senza rivolgersi agli enti preposti. Stiamo assistendo ad una vera e propria rivoluzione del modo di intendere la promozione e l'accoglienza: il cliente oggi infatti utilizza altri canali per cercare informazioni, per scegliere le sue vacanze e per gestire il suo tempo libero nella destinazione.

Inoltre, i modelli classici del marketing del territorio B2B o B2C, utilizzati nelle azioni di promozione o nelle campagne di comunicazione di massa, si stanno oggi convertendo in un modello C2C, ovvero 'consumer to consumer'. Il turista ormai è il padrone della situazione: gestisce in modo autonomo i canali attraverso i quali raccoglie le informazioni che gli servono, si arrangia, magari chiede suggerimenti e consigli, non più all'ente ma ad altri turisti come lui, che già sono stati nella destinazione.

In questo contesto Reggio Emilia rappresenta una realtà molto singolare: una città che da sempre fa fatica a riconoscere una vocazione "turistica" in senso convenzionale, ma che ha sviluppato e continua a sviluppare importanti contenuti attrattivi come food, innovazione, educazione, ambiente, sport, ecc...

Questo scenario pone l'amministrazione turistica di Reggio Emilia di fronte all'importante sfida di ripensare l'idea stessa di ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT), orientandola verso un obiettivo più ampio di trasformazione in servizio di riferimento per l'attrattività della città e del suo territorio - non solo per i turisti ma anche per i reggiani - e valorizzando ed esprimendo il proprio pieno potenziale attrattivo.

### **L'approccio**

L'approccio utilizzato per sviluppare e facilitare percorso è il Design Thinking, un processo di innovazione creato a Stanford, che ha alimentato gran parte della cultura imprenditoriale nella Silicon Valley. Al centro del processo vi è la nozione che per poter innovare, è necessario relazionarsi con le persone, comprendere i bisogni reali dell'utente ed esplorare tutto il contesto del progetto con una costante attitudine alla ricerca, intraprendendo un percorso non lineare caratterizzato dall'incertezza e dalla libertà di sbagliare e di creare nuove idee.

L'attività è stata strutturata anche in risposta al bisogno del Comune di Reggio Emilia di ripensare alle politiche e alle pratiche di innovazione dei servizi per la città, costruendo un percorso di inclusione e co-progettazione con gli stakeholder principali del territorio.

Il processo si articola in tre fasi:

- 1) Ricerca: capire i bisogni delle persone;
- 2) Ideazione: definire le opportunità e testare possibili soluzioni;
- 3) Sviluppo: rifinitura della soluzione finale.

È un progetto frutto della partecipazione di diversi operatori del turismo e della cultura di Reggio Emilia che hanno partecipato a interviste e gruppi di lavoro che si sono fatti in questi mesi. Il lavoro è il frutto della condivisione e dell'analisi delle problematiche, ma anche della ricerca delle soluzioni e delle strategie che possono essere fondamentali per la crescita della vocazione turistica nella città di Reggio Emilia.

La scelta di adottare una metodologia partecipata è stata dettata dalla volontà di elaborare un documento per una nuova visione di ufficio IAT di Reggio Emilia, coinvolgendo gli attori del territorio, e allo stesso tempo per generare un dibattito con gli operatori, al fine di acquisire una conoscenza condivisa dell'attività turistica e dei suoi effetti sulla città.

## La sfida

La sfida che si è delineata è quella di **“ripensare i servizi offerti dallo IAT perché diventi portavoce delle unicità della città e facilitatore di sinergie fra gli attori”**.

La città di Reggio Emilia ha delle grandi potenzialità legate non solo ai monumenti e al centro storico ma anche al territorio e alla sua gente. L'obiettivo è quello di creare un nuovo spazio che oltre ad offrire i servizi tipici di un ufficio turistico, trasmetta anche le caratteristiche uniche della città e che crei un network tra un gran numero di interlocutori locali, dai produttori di prodotti tipici ai musei e le biblioteche.

Abbiamo voluto puntare su due elementi principali nella progettazione del nuovo spazio IAT:

- **Territorio e prodotti:** Reggio non è solo “città delle persone” ma è nota anche per la sua grandissima tradizione culinaria e l'unicità dei prodotti tipici del territorio ed apprezzata per la sua dimensione provinciale che permette di percepirla come città autentica.
- **Progettualità:** realtà che la città coltiva e valorizza da tempo, come l'educazione (Reggio Children, Reggionarra), l'innovazione (Food Innovation Program), la ricerca (Tecnopolo), la creatività e l'arte (Fotografia Europea).

L'obiettivo è creare un nuovo IAT in grado di offrire servizi speciali ovvero unici ed introvabili in altri luoghi della città. L'obiettivo è creare relazioni che permettano di offrire e restituire tramite questi servizi le unicità della città e del territorio e **rendere lo IAT un facilitatore di accesso all'“inaccessibile”**.

## Chi è coinvolto?

Le persone che hanno partecipato attivamente al progetto comprendono:

- Gruppo di ricerca del DISMI;
- Operatori e operatrici dello IAT, che si occupano direttamente della fornitura del servizio al pubblico;
- Responsabili e Rappresentanti di diversi uffici del Comune di Reggio Emilia, in particolare riguardo le politiche per: la Valorizzazione Commerciale e l'Incoming; la Valorizzazione del Centro Storico; lo Sviluppo Economico e l'Internazionalizzazione

Tra gli altri interlocutori interni al Comune sono stati coinvolti:

- Ufficio comunicazione;
- Ufficio alle politiche sportive;
- Ufficio cultura;
- Servizi culturali;
- Ufficio Servizio ambiente.

Altri interlocutori importanti, coinvolti attraverso interviste e workshop sono:

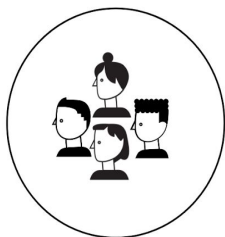
- Albergo delle Notarie
- Albergo Posta
- Albergo Astoria
- Associazione Guide turistiche
- Collezione Maramotti
- Confraternita dell'Immacolata Concezione e San Francesco d'Assisi
- Confraternita di san Girolamo
- Consorzio Vini Reggiani
- Consorzio Aceto Balsamico
- Fabbrica della Ghiara
- Federalberghi
- Itinere
- Musei Civici Reggio Emilia
- Strada dei Vini e dei Sapori delle colline di Scandiano e Canossa
- Ufficio Beni culturali della Diocesi di Reggio Emilia

Oltre a questi sono stati coinvolti commercianti e produttori locali, reggiani o turisti fruitori dello IAT e studenti universitari.

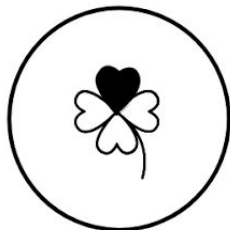
## Ricerca

La ricerca sul campo e l'analisi dei bisogni è stata la fase più corposa del progetto ed è stata sviluppata tramite osservazioni presso lo IAT e le due stazioni della città ed interviste che hanno visto il coinvolgimento, oltre ai turisti, anche di albergatori, ristoratori, imprenditori locali, musei, teatri e studenti universitari.

I temi emersi e che hanno guidato le fasi successive sono così riassumibili:



Reggio Emilia come **"città delle persone"**: Il viaggio viene oggi concepito come opportunità per entrare coscientemente in contatto con le popolazioni del luogo (come dimostra anche il successo di Airbnb e altri servizi di sharing economy). Emerge quindi fortissimo il bisogno di una dimensione umana e la centralità delle relazioni all'interno di un'esperienza di viaggio e visita in un nuovo luogo. A Reggio Emilia viene riconosciuta un'innata e genuina propensione all'accoglienza e generosità. I reggiani tendono a sviluppare rapporti autentici con i turisti e a inserirli nella vita locale. Gli incontri con persone del luogo diventano quindi fondamentale per vivere l'esperienza a 360 gradi. Il contatto diretto con la cultura e la quotidianità del luogo restituisce al viaggiatore sinceri ricordi di momenti di viaggio condivisi con altre persone.



**Il piacere della scoperta:** per molti degli intervistati è bello semplicemente camminare per Reggio Emilia, seguire un po' a caso l'istinto, perdersi tra le sue viuzze acciottolate e imbattersi casualmente in monumenti chiusi al pubblico, strade nascoste, angoli segreti della città, storie del passato. Viene dato molto valore alle esperienze inaspettate e la scoperta di elementi della città tipicamente inaccessibili al pubblico. Questa attrattività è stata confermata anche tramite il coinvolgimento di un gruppo di ragazzi canadesi in visita alla città e con i quali abbiamo testato l'esplorazione dei Chiostrì di San Pietro.



**"Viaggiatori senza sentirsi forestieri":** una delle citazioni più potenti del video "We Are - Reggio Emilia per EXPO 2015", che esprime pienamente uno dei principali valori emersi dalla ricerca: i visitatori vogliono sentirsi accolti e integrati nelle dinamiche di vita quotidiana dei luoghi che visitano. Non sentirsi mercificati al cospetto di strade e servizi cosiddetti "turistici" che poco rappresentano l'autenticità del luogo. Reggio Emilia rappresenta perfettamente un luogo a cui è facile "appartenere".



**Hic et Nunc:** "Ripartiamo stasera. Cosa c'è da fare oggi pomeriggio?" la richiesta di gran parte dei visitatori allo IAT. Il tempo emerge come la risorsa più preziosa per chi vuole visitare la città. La maggior parte dei visitatori - a Reggio per motivi di business o per un'escursione giornaliera dovuta a un evento - si ferma in città per pochissimo tempo e cerca quindi informazioni e possibilità sul momento. Reggio Emilia però è poco attrezzata a ricevere turisti e spesso musei, chiese, teatri e altre strutture attrattive sono chiuse per incompatibilità di orari o per mancanza di risorse e staff.



**Orgoglio Reggiano:** "Perché siete venuti a Reggio? C'è poco da vedere... andate a Parma o a Mantova. Sono bellissime!" Una delle frasi che importanti punti di contatto con la città (come tabaccai, ristoratori, taxisti) dicono ai visitatori in cerca di informazioni e suggerimenti. Emerge dalla ricerca che i cittadini reggiani sono poco consapevoli del potenziale attrattivo esistente sul territorio e quindi poco promotori della propria città e del territorio di Reggio Emilia. Tuttavia per i visitatori, il passaparola e il consiglio delle persone del luogo ha un grande valore e viene molto preso in considerazione.

## Vision

### *Spazio Farini 1 | Lo IAT diventa ambasciata del potenziale attrattivo del territorio*

Le attività di ricerca hanno evidenziato la necessità di risvegliare l'orgoglio dei reggiani - spesso non coscienti del potenziale attrattivo esistente nel territorio - verso il proprio territorio e i suoi "tesori nascosti" (luoghi, monumenti, storie, prodotti, competenze...) in modo da renderli primi

promotori

della propria città verso l'esterno.

Si è deciso quindi di puntare sulla qualità umana della comunità di Reggio Emilia (non a caso definita **Città delle persone**) per immaginare una nuova visione di ufficio IAT: non più visto solamente come un ufficio informazioni, ma anche come un catalizzatore di relazioni - tra reggiani e visitatori, ma prima ancora tra i reggiani e il loro stesso territorio. Al contrario di strategie di comunicazione pura e di marketing "top-down", Reggio Emilia ha infatti il potenziale per creare un modello di comunicazione relazionale che parta dal territorio e dalla comunità (e quindi dalle sue persone) e arrivi a prodotti e monumenti valorizzando storia, ambiente,

cultura, tradizione innovazione, cura e qualità.

Un modello di promozione del territorio quindi, dove gli operatori turistici possono essere il tabaccaio, il barista, il contadino, il giovane innovativo, l'albergatore, l'immigrato che da vent'anni abita la città, la rezdora, il cooperatore sociale, l'educatore, l'industriale e molti altri ancora.



## Nuovi Servizi

Le 3 iniziative pensate per abilitare questa nuova visione del turismo a Reggio Emilia comprendono:

### **Viaggio Reggiano: Rete dei sapori e dei saperi**

Oramai non è motivo di sorpresa, diversi trend nel turismo mondiale dimostrano come le esperienze enogastronomiche non si limitano soltanto a una cena fuori, ma includono anche corsi di cucina, visite guidate nelle fattorie e ai mercati tipici cittadini e altre esperienze fortemente legate alla cultura del luogo. Molti viaggiatori la ritengono uno dei modi migliori per conoscere la storia di una città o regione che stanno visitando ed è una risorsa di grande valore per le imprese del turismo.

Inoltre, il territorio reggiano vanta migliaia di piccole e grandi aziende agricole. Tutte hanno una storia, un sapere, un bagaglio di conoscenze e di bellezza da raccontare, e possono quindi regalare al visitatore l'occasione di assaporare con grande autenticità quanto di più vero si nasconde nella storia e nell'anima della città di Reggio Emilia.

Peculiarità delle aziende agricole è infatti quella di essere scenari di vita quotidiana e di antiche competenze. Questo patrimonio rappresenta pienamente la dimensione umana più autentica e affascinante del territorio reggiano - ponendosi quindi come importante risorsa da sviluppare per il turismo - e allo stesso tempo ricaverebbe grande vantaggio da un contatto più diretto con i consumatori.

La soluzione sviluppata - **"Viaggio Reggiano - Rete dei Sapori e dei Saperi"** - vuole quindi facilitare il contatto tra viaggiatori e aziende agricole, per organizzare visite e promuovere la scoperta dei prodotti, del territorio e delle tradizioni locali da parte dei turisti, come anche una riscoperta da parte dei reggiani della propria identità.



*"Ci sono luoghi che custodiscono il buon vivere, dove poter assaporare la sapienza contadina delle generazioni passate, presenti e future..."*

## RETE DEI SAPORI

### CONTATTO DIRETTO TRA VISITATORI E REALTÀ PRODUTTIVE DEL TERRITORIO

Aceto Balsamico, Parmigiano, Lambrusco, Miele, Birra, Frutta... ?

- Come aiutare il territorio a riconoscersi e integrarsi in un network in grado di promuovere un'offerta di servizi per attrarre visitatori e turisti?
- Quali possono essere i benefici per un produttore? E le difficoltà?
- Cosa si fa già oggi? Che consapevolezza c'è tra i turisti e tra i reggiani rispetto a questo potenziale attrattivo della città?

La creazione di un sistema di promozione coordinata tra le varie realtà produttive avrebbe un potenziale enorme, in grado di avanzare proposte che vadano oltre il classico soggiorno: un viaggio esperienziale che oggi viene fortemente richiesto dagli appassionati, alla ricerca di sensazioni autentiche in luoghi meno conosciuti, attraverso la riscoperta di prodotti tipici e tradizioni, e in definitiva del "benessere" come qualità del vivere.



## FASE 4

### VISITE

Orientamento e facilitazione

- Percorsi, degustazioni, racconti... Quali i valori per i visitatori?
- Vendita prodotti, degustazioni, promozione... Quali i valori per i produttori?
- Come aiutare i visitatori senza auto a raggiungere le aziende?
- Come creare scambio di conoscenze e buone pratiche?
- Come dare seguito e azionare un meccanismo di "passaparola"?

L'Ufficio IAT diventerebbe un anello di congiunzione, svolgendo un'attività di avvicinamento e facilitazione tra realtà produttive locali (Aceto Balsamico, Parmigiano Reggiano, Lambrusco,

birra, miele...)  
programmazione di eventi ospitati dallo IAT e aperti al pubblico, in cui dare opportunità a produttori e consorzi di esporre i prodotti e raccontare il proprio lavoro con l'obiettivo di diffondere la consapevolezza prima tra i reggiani stessi, poi tra i visitatori frequenti e non di Reggio Emilia. Sulla base delle esperienze positive fatte con la *Strada dei Vini e dei Sapori delle colline di Scandiano e Canossa*, creare un momento di contatto tra i produttori e la città può dare vita a un prezioso dialogo in cui i produttori possano raccontarsi e farsi conoscere e i consumatori possano scoprire il territorio e i suoi prodotti in un modo inedito.

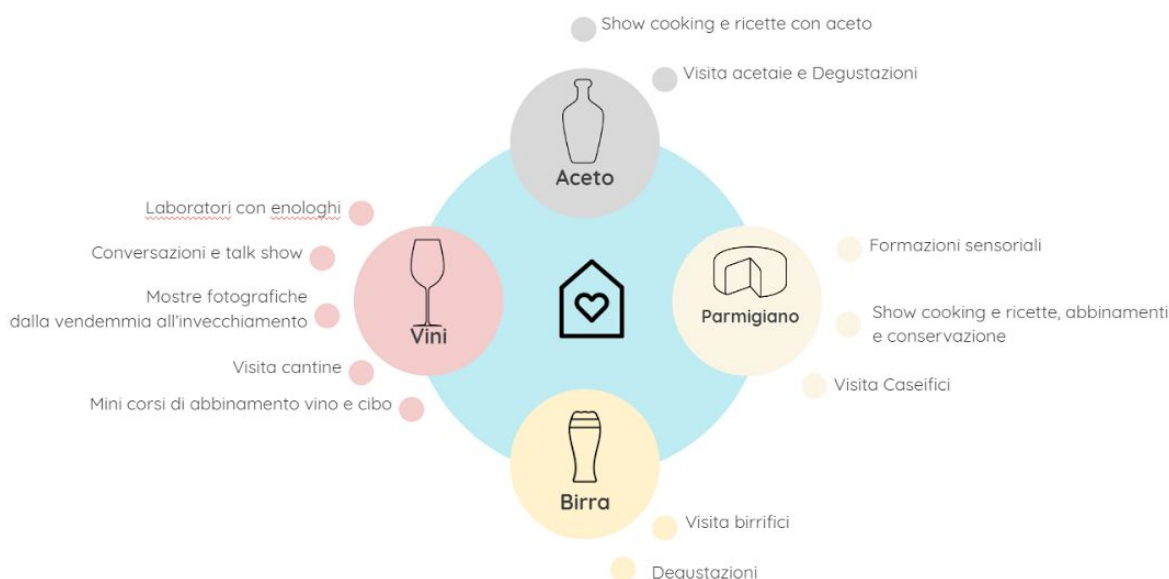


## FASE 2

### EVENTI DI PROMOZIONE/ESPOSIZIONE PRESSO IAT

Creazione connessioni con la città - Racconto e vendita dei prodotti

- Quanto e perché è importante mettere in **relazione produttori e città?**
- Come possiamo rendere gli **eventi funzionali nel creare sinergie** con altri produttori e con la città?
- Quanto e come può essere **utile e interessante** partecipare per i produttori?



L'utente (reggiano o viaggiatore) potrà rivolgersi agli operatori e chiedere loro tutte le informazioni relative alle visite (orari, luogo, consigli su come muoversi rispetto al centro storico) nonché prenotare la propria visita direttamente presso l'ufficio.



### FASE 3

## CALENDARIO DI APERTURE

Coordinamento e organizzazione di un sistema di accoglienza territoriale.

- Come connettere visitatori e produttori? Come minimizzare l'impatto sulle attività e la quotidianità delle aziende?
- Come facilitare la comunicazione tra ufficio IAT, albergatori e produttori?
- Che valore porta la creazione di **percorsi tematici** o **mappe integrate**?
- Come rendere la comunicazione più efficace? Quali le **informazioni più importanti**? Quali i valori da esprimere?

L'ufficio d'altra parte dovrebbe occuparsi di censire le aziende interessate, presentare le iniziative presso il proprio sportello ed essere collettore delle richieste di visita.

Per validare la fattibilità della proposta e comprenderne i limiti, abbiamo svolto un workshop di confronto con alcuni dei principali attori del territorio:

- Consorzio Vini Reggiani
- Consorzio Aceto Balsamico
- Strada dei Vini e dei Sapori delle colline di Scandiano e Canossa

per verificare la disponibilità e il valore portato ai produttori, e:

- Albergo delle Notarie
- Albergo Posta
- Albergo Astoria
- Federalberghi
- Itinere

per creare insieme una proposizione di valore di effettivo interesse per i visitatori della città.

Le proposta è stata accolta con entusiasmo dai presenti.

Produttori e consorzi hanno infatti manifestato grande interesse: si tratta di attività di grande valore che oggi avvengono spontaneamente e indipendentemente sulla base di iniziative personali delle singole aziende o dei consorzi. Emerge dal tavolo l'idea forte di un programma che punta a mettere finalmente a sistema, moltiplicandone l'efficacia, realtà produttive dalle caratteristiche diverse che però hanno forti tradizioni e valori comuni che le identificano.

Per gli albergatori emerge il forte bisogno di poter offrire esperienze autentiche ai propri clienti e la proposta risponde al meglio a questa necessità.

### **Aperture On-Demand** (Reggio, città viva e accogliente)

Come evidenziato precedentemente, il tempo emerge dalla ricerca come la risorsa più preziosa per chi vuole visitare Reggio Emilia. La maggior parte dei visitatori - a Reggio per motivi di business o per un'escursione giornaliera dovuta a un evento - si ferma in città per pochissimo

tempo e cerca quindi informazioni su attività o visite da effettuare al momento. Tuttavia musei, chiese, teatri e altre strutture attrattive sono spesso chiuse per incompatibilità di orari o per mancanza di risorse e staff e gli operatori dello IAT (così come albergatori e guide turistiche) si trovano spesso nella condizione di non poter orientare i visitatori verso le potenziali attrazioni della città, alimentando la percezione di una città poco interessante o addirittura poco ospitale.

D'altro canto **Reggio Emilia custodisce, ben nascosti, tanti piccoli gioielli del passato, più o meno recente**. E abbiamo osservato una disponibilità straordinaria da parte dei reggiani di aprire le porte dei loro musei, teatri, chiese, chiostrini... per dare accesso ai visitatori che casualmente e spontaneamente approcciano questi luoghi, dando vita a esperienze di fruizione e scoperta "esclusive" a tutti gli effetti.



La foto mostra un'esperienza di visita privata offerta a un gruppo di canadesi in visita a Reggio Emilia come ospiti del Food Innovation Program per testare la desiderabilità e la fattibilità di un servizio di visite on-demand gestite direttamente dallo IAT. L'idea è stata definita **"IAT con le chiavi"**: in questo scenario un'operatore dello IAT (o in alternativa una guida turistica) avrebbe accesso a tutti i luoghi inaccessibili del centro storico e sarebbe autonomo nell'accompagnare i visitatori che in real-time si recano allo IAT per ricevere informazioni. L'esperienza dei visitatori si è rivelata di grande valore, tuttavia sono emersi numerosi limiti a livello di fattibilità in quanto risulterebbe particolarmente impattante sulle attività quotidiane degli operatori dello IAT.

Il contesto di Reggio Emilia offre tuttavia un'opportunità unica di sviluppo di un sistema che faciliti e ottimizzi aperture on-demand per permettere a visitatori di accedere in modo "esclusivo" a luoghi solitamente inaccessibili della città. L'obiettivo è quello di rendere Reggio Emilia **una città e comunità sempre più aperta, che include e chiama a sé**.

Un percorso sicuramente complesso e ambizioso, ma di certo affascinante e innovativo, per cui

abbiamo ritenuto necessario coinvolgere (attraverso interviste e un workshop) i maggiori custodi di alcuni dei luoghi più caratterizzanti della città e quindi dello spirito profondo e della sensibilità artistica in cui i turisti, soprattutto stranieri, puntano a immergersi:

- Associazione Guide turistiche
- Confraternita dell'Immacolata Concezione e San Francesco d'Assisi
- Confraternita di san Girolamo
- Fabbrica della Ghiara
- Musei Civici Reggio Emilia
- Ufficio Beni culturali della Diocesi di Reggio Emilia

Nel workshop si è discussa la fattibilità di un servizio che permetta la fruibilità e la riscoperta di luoghi tipicamente chiusi al pubblico - oppure aperti in fasce orarie limitate - ma di grande ricchezza dal punto di vista culturale o storico (Chiostri di San Pietro, Ghiara, Chiesa di san Giovannino, Chiesa di San Girolamo, Teatro Valli, ecc..) o dell'innovazione e della ricerca (Tecnopolo, Officucina e Food Innovation Program, Centro Internazionale Reggio Children, ecc...).

Dal tavolo di lavoro emerge da un lato la grande disponibilità a rendere fruibili e conosciuti i luoghi in questione, dall'altro le indubbie difficoltà dovute alle limitate risorse economiche e umane. Tre le conclusioni principali:

1. Per tutti sarebbe importantissimo avere supporto nel **trovare le risorse per la cura di questi luoghi e per aumentare le fasce orarie di apertura al pubblico**. Sicuramente la possibilità di accedere eccezionalmente a questi luoghi "nascosti" è un servizio di valore per cui i visitatori sarebbero disposti a pagare un contributo di gestione. Interessante potrebbe anche rivelarsi l'opportunità di fare rete e creare progetti in grado di attirare fondi pubblici.
2. L'esperienza di fruizione deve essere un modo vivo per appropriarsi della storia di questi luoghi. Diventa quindi indispensabile la presenza di una risorsa interna che possa accogliere i visitatori e raccontare la storia dei luoghi, di quello che contengono, di chi li vive. Magari intervallando le informazioni principali a quelle piccole curiosità che però raccontano molto di un posto (ad esempio le confraternite che custodiscono le chiese e i segreti tramandati nei secoli). L'obiettivo generale è di favorire un processo che metta in luce non soltanto il patrimonio storico, monumentale ed artistico ma anche l'intero **patrimonio di cultura tangibile e intangibile che trae origine dalla storia della città e dalla sua vera ricchezza che sono le persone**. Conseguentemente la proposta di avere un operatore esterno (IAT o guida turistica), in grado di accedere autonomamente a questi luoghi ma che si limiti ad accompagnare i visitatori, è risultata poco interessante.
3. Bisogna partire dall'organizzazione di eventi dedicati principalmente agli stessi reggiani, per accompagnarli alla riscoperta della bellezza che li circonda, ma di cui spesso non sono consapevoli. L'obiettivo è **permettere a Reggio di riappropriarsi di un patrimonio storico e artistico altrimenti inaccessibile** e di mettere in moto dinamiche che possano meglio sostenere la volontà di renderlo sempre più disponibile al pubblico.

In questo contesto si punta ovviamente alla rivalutazione di un patrimonio enorme che presenta

grandi spazi di sviluppo. L'obiettivo principale e necessario diventa quello di fare rete, fare sistema, che viene spesso indicato come prioritario per la valorizzazione del territorio.

Il ruolo dello IAT diventa quindi quello di:

- creare sinergie tra gli attori coinvolti;
- rendersi raccoglitore di orari di apertura e disponibilità (su richiesta o programmate);
- creare un calendario integrato che possa rendere visibili tutte le opportunità giorno per giorno;
- organizzare eventi di sensibilizzazione per i reggiani.

Proprio l'organizzazione di **eventi "straordinari"** in collaborazione con gli attori della città (confraternite, musei, teatri...) emerge come il primo passo da attuare, con la piena disponibilità dimostrata dai presenti al workshop.

L'idea di partenza è di dare accesso - durante alcuni week-end definiti - tesori di arte e natura spesso sconosciuti, inaccessibili ed eccezionalmente visitabili, chiedendo un contributo minimo ai partecipanti per **vivere una giornata da "turisti in casa"**, creando una connessione di grande valore con gli innumerevoli e preziosi luoghi di interesse artistico, paesaggistico e



sociale che rappresentano l'identità, la storia e le tradizioni di Reggio Emilia. L'immagine a fianco rappresenta un semplice prototipo di flyer di comunicazione.

L'obiettivo è riuscire a creare delle esperienze di arricchimento; quello che è prioritario è il racconto della storia dei luoghi unito all'attualità: per esempio come le storiche Officine Reggiane - un tempo fiore all'occhiello dell'industria italiana e polo di attrazione per le menti più brillanti dell'ingegneria meccanica - siano prima cadute in stato di abbandono per poi ospitare (attualmente) un importante Parco di Innovazione che mette in dialogo pubblica amministrazione, imprese e ricerca.

## PedalaRE -

## Servizio di bici noleggio

Sempre più viaggiatori sono coscienti dell'impatto che la loro esperienza avrà sul pianeta e come risultato, una maggioranza crescente opta per attivare delle misure per garantire la sostenibilità ambientale e sociale dei loro viaggi. Il 2017 è stato dichiarato dalle Nazioni Unite "Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo" e questa nuova ricerca mette in evidenza dei segnali positivi sia da parte delle strutture che dei viaggiatori, sempre più attenti al rispetto dell'ambiente.

Una delle caratteristiche di Reggio è proprio quella di essere **una città verde, immersa a sua volta nel verde della campagna**, situazione quindi ideale per gli amanti delle attività a contatto con la natura, offre ad esempio 50 km di piste ciclabili e tantissimi itinerari di cicloturismo. Molti visitatori sono infatti subito affascinati dalla dimensione umana e dalla moltitudine di biciclette che popola il centro storico. Spesso però i tentativi di noleggio e/o utilizzo del servizio di bike sharing cittadino risultano difficili o addirittura impossibili.



Per questo motivo abbiamo valutato la possibilità per lo IAT di fornire biciclette a noleggio con mappe e itinerari tematici per **abilitare i visitatori alla scoperta su due ruote della città e delle zone adiacenti**. Il progetto garantirebbe quindi la possibilità di muoversi agevolmente in città e nelle zone limitrofe alla scoperta della natura e della storia che circonda il territorio reggiano, evitando l'uso dei limitati mezzi pubblici e sfruttando le piste

ciclabili esistenti.

L'obiettivo è quello di valorizzare la dimensione umana e la bellezza dei luoghi e della natura subito alle porte della città. **Una concreta opportunità per aiutare i visitatori a sentirsi parte della comunità reggiana**, seppur per un breve periodo.

Nella nostra visione, l'utente potrà quindi noleggiare una bicicletta direttamente presso lo IAT e ricevere indicazioni sui possibili itinerari e punti di interesse sul territorio. Lo IAT dovrebbe quindi occuparsi della definizione e promozione degli itinerari/mete e del servizio di gestione dei noleggi per cui abbiamo identificato 3 possibili opzioni:

1. creare una partnership con un negozio di noleggio biciclette già esistente;
2. inserirsi all'interno dell'imminente nuovo bando per assegnare la gestione del bike-sharing cittadino, con l'obiettivo di ottenere l'assegnazione di un numero definito di biciclette da mettere a disposizione dei turisti e visitatori. In alternativa lo IAT potrebbe attivare un piccolo numero di tessere per poi *subnoleggiare* le biciclette ai turisti;
3. effettuare un investimento diretto per munirsi di bici di proprietà. In questa eventualità va considerata anche l'opzione bici elettriche.

## TEMPLATE DI PROPOSTE DEL GIORNO

Uno strumento pensato per comunicare in modo chiaro e semplice alcune delle opportunità



attrattive per  
visitatori che per i reggiani.

la giornata a Reggio Emilia. Di interesse sia per i

Risponde al bisogno dei visitatori di avere informazioni fruibili al momento stesso della richiesta e evidenzia il carattere di temporaneità e "esclusività" che molte delle iniziative possono avere, in quanto fruibili solamente nella giornata in questione (eventi nella città, aperture settimanali di aziende agricole, aperture straordinarie di chiese o teatri, curiosità...) A pagina seguente un esempio di flyer.



## MONUMENTI

### Palazzo dei Musei

Nei Musei si trovano documentate e valorizzate le memorie della natura, dell'archeologia, dell'arte e della storia dell'intero territorio provinciale, in una panoramica che abbraccia i cinque Continenti

*Aperto dalle 9:00 alle 12:00.  
Via Lazzaro Spallanzani, 1 - 500mt  
0522 456477*



## EVENTI

### Concerto Jazz - Electric Circus

La loro musica è il risultato di numerose influenze, partendo da sonorità jazz per muoversi verso suoni blues e fusion, sfruttando l'improvvisazione e la psichedelia come elementi di raccordo per un suono in costante sviluppo. Questa è la ragione per cui il primo EP firmato Electric Circus (registrato al MetroRec Studio di Riva del Garda in novembre 2014) si intitola Evoluzione.

*Ore 20.30  
Ghirba - Biosteria della gabella.  
Via Roma, 76 - 800 mt - 052658490*



## RETE DEI SAPORI

### Visita all'acetaia San Giacomo

L'Acetaia San Giacomo è un luogo fortemente radicato nel territorio. Le botticelle e il nostro lavoro quotidiano sono ospitati nella Corte Faragosa, un casale della campagna emiliana che vede le sue origini a metà del 1500.

Attenzione però, non è un museo. E' un luogo di lavoro e, come tale, vivo e vissuto fino in fondo. A noi piace così, rustico e "sofferto". Speriamo sia anche di vostro gradimento.

*Oggi e domani dalle 15:00 alle 18:00  
Str. Pennella, 1, 42017 Novellara - 16km*



## LO SAPEVI CHE...

### Tecnopolo - Ex Reggiane

Le Officine Meccaniche Reggiane, sorte nel 1904 su un'area del Quartiere Santa Croce, rappresentano una delle più forti identità di Reggio Emilia, sul piano storico, sociale e urbano. L'estensione dell'ambito e la posizione strategica che occupano, assieme alla massiccia e versatile capacità produttiva che ne contraddistinsero la storia, le connotarono fin da subito quale rilevante punto di riferimento per l'intero ambito provinciale.

*Visita: Chiedi agli operatori dello IAT  
oppure vai sul sito: [www.spaziofarini/ondemand.com](http://www.spaziofarini/ondemand.com)*



I.A.T. - tourist information office  
Via Toschi 1/B, Reggio Emilia  
tel. 0039 0522 451152 - fax 0039 0522 436739  
e-mail: [iat@municipio.re.it](mailto:iat@municipio.re.it)

## Conclusioni

Gli antichi romani chiamavano *Genius loci* quel sistema complesso di valori che generano il senso di appartenenza delle persone al proprio territorio e la cultura della memoria collettiva e delle storie ancorate ai luoghi e ai vissuti della vita urbana.

Reggio Emilia può ripartire dalla presa di coscienza e dall'orgoglio della sua comunità verso i tesori che si nascondono nella storia e nell'anima della città: un patrimonio fatto di saperi, di competenze, di progettualità, di natura, di cibo di qualità, di spiritualità, di cultura... che rappresenta pienamente la dimensione umana più autentica e affascinante del territorio reggiano

Un vero e proprio "tesoro nascosto" quindi che può rivolgersi a un target raffinato e colto, diventando fortemente competitivo in ambito turistico.

Compito dello IAT diviene quindi quello di creare e alimentare una rete informale che abbia la capacità di promuovere il territorio autonomamente puntando su relazioni, passaparola e consigli dei cittadini derivanti dalla loro esperienza diretta, rendendo le persone stesse i più importanti promotori della propria città verso l'esterno.

## APPENDICE

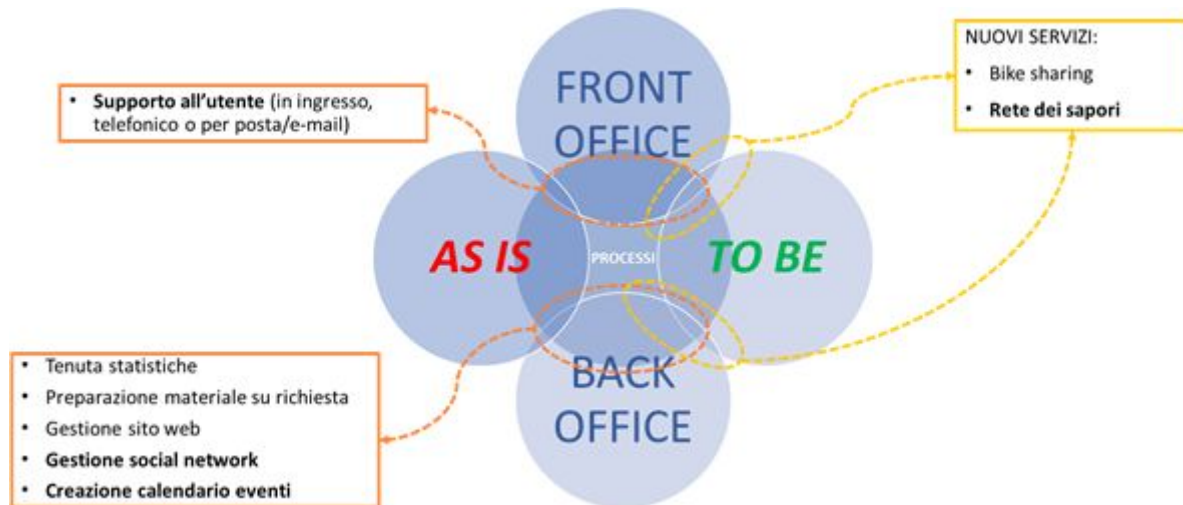
Per garantire l'implementazione adeguata dei nuovi servizi pensati è stata necessaria una riprogettazione dei processi interni esistenti e la progettazione di nuovi processi.

Durante una fase di ricerca iniziale condotta parallelamente alla fase di Needfinding, sono stati individuati i seguenti processi esistenti:

- Servizio di supporto all'utente, tramite front office, supporto telefonico e via e-mail.
- Gestione delle pagine social dell'ufficio;
- Creazione del calendario eventi;
- Gestione della sezione Turismo del sito web del Comune;
- Tenuta di statistiche relative al supporto fornito all'utente.

Sono stati successivi analizzati tra i processi esistenti solo quei processi determinanti nello sviluppo del processo e sui quali fosse possibile agire perché non vincolati da obblighi e procedure previste per legge (come ad esempio l'attività di gestione del sito web, sottoposta a vincoli regionali).

Sono stati inoltre ideati ulteriori strumenti e processi per poter dare implementazione ai nuovi servizi pensati.



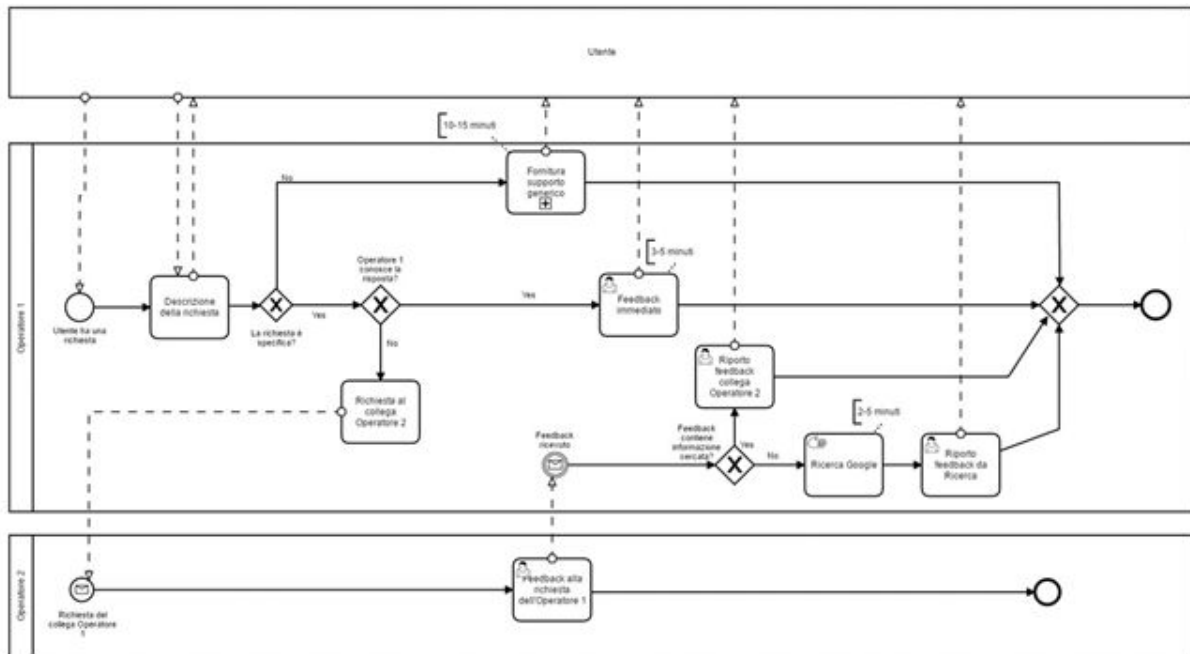
Nelle riprogettazione e nella definizione dei servizi sono stati considerati una serie di vincoli ad oggi esistenti:

- Definizione dei processi:
  1. Esistono forti differenze negli orari di apertura al pubblico tra estate ed inverno;
  2. Data una turnazione settimanale complessa nel periodo estivo, risulta difficile una definizione rigorosa delle funzioni giornaliere e il loro assegnamento puntuale agli operatori;
  3. In generale però il tempo non costituisce una variabile critica e dunque non richiede una rigorosa suddivisione dei compiti.
- Definizione dei servizi/strumenti:
  1. Vanno considerate le limitate conoscenze informatiche degli operatori;
  2. L'ufficio dispone del pacchetto LibreOffice per fogli di calcolo e di testo e di applicazioni online per le altre necessità: non sono possibili installazioni diverse.

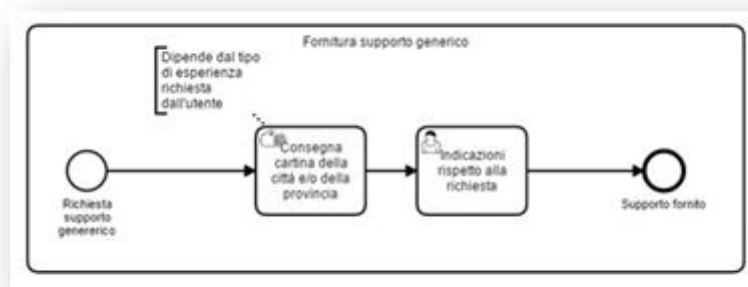
## **PROCESSI ESISTENTI E RIPROGETTAZIONE**

### **FRONT OFFICE**

L'analisi del processo di attività di supporto fornito all'utente si è focalizzato essenzialmente sul servizio all'utente in ingresso in ufficio ed è sintetizzabile tramite il seguente BPMN.



In relazione al tipo di richiesta dell'utente viene fornito un tipo diverso di supporto. La casistica che presenta maggiori criticità è quella di "supporto generico"; si tratta del classico caso in cui l'utente entra in ufficio e domanda vedere in città tipicamente durante la giornata stessa.



Il dettaglio evidenzia l'attività svolta dall'operatore e che tipicamente comprende la consegna di una cartina della città e l'indicazione dei monumenti principali; egli cerca anche di tenere in considerazione gli interessi espressi e il tempo a disposizione dell'utente. Il tempo richiesto da questo processo varia tra i 10 e i 15 minuti in media ma può essere anche più esteso. Considerando le statistiche raccolte dall'ufficio, i numeri di ingressi sono sintetizzati nella tabella seguente.

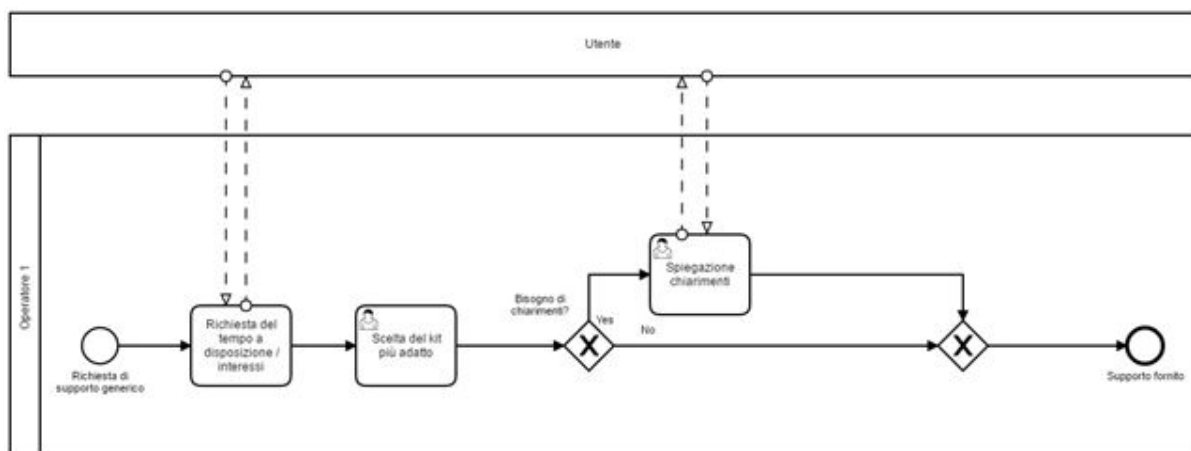
KPI	Frequenza consulenze
Inverno	3,87 [utenti/h]
Estate	4,56 [utenti/h]

Si è ritenuto opportuno analizzare i dati distinguendo i due diversi periodi dell'anno in ragione della diversa estensione dell'orario di apertura tra le due stagioni. Il calcolo è stato eseguito

considerando le medie mensili divise tra i due periodi del 2016 e supponendo che il supporto venga richiesto dal 100% dei forestieri e stranieri entrati e dal 50% dei reggiani.

La riprogettazione del processo si è focalizzata sull'attività critica di supporto generico sopra descritto e ha lo scopo di dare implementazione all'idea di "Città viva e accogliente".

L'obiettivo della riprogettazione è essenzialmente quello di standardizzare per quanto possibile l'attività, riducendo il tempo richiesto per la prestazione del servizio, ma soprattutto fornire all'utente un output chiaro e dettagliato.



Il nuovo processo prevede la consegna di materiale autoesplicativo all'utente per la scoperta della città. In particolare esso viene presentato sotto forma di kit; "Welcome to Reggio Emilia" è composto dai seguenti elementi:



- Cartina della città;
- Orari di apertura dei monumenti e musei;
- Calendario eventi della settimana o del giorno;
- Segnalazione delle aziende aperte da consultazione del calendario condiviso con i produttori;

- Percorsi tematici

definiti per «Bike sharing»

- Template di proposte del giorno: flyer giornaliero contenente 4 proposte su 4 diversi temi (sopra descritto).

Il contenuto del kit andrebbe parzialmente customizzato rispetto al tempo a disposizione e gli interessi dell'utente.

La tabella seguente stima i tempi richiesti ad oggi per il supporto e quelli ipotizzati a seguito della riprogettazione.

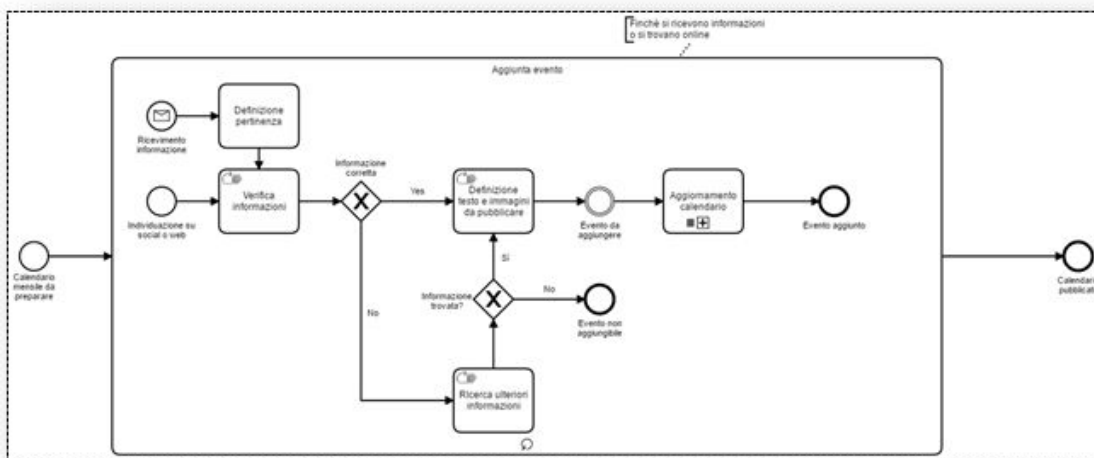
	Tempo medio richiesto/supporto per utente (*)	Inverno	Estate
AS IS	10 [min/utente]	39 [min/h]	46 [min/h]
TO BE	5 [min/utente]	19 [min/h]	23 [min/h]

I calcoli sono stati eseguiti assumendo che tutti gli utenti richiedono supporto generico e un solo operatore in ufficio.

### CREAZIONE DEL CALENDARIO EVENTI

L'attività della gestione del calendario eventi è una delle più corpose poiché richiede ricerche presso molte fonti eterogenee, la stesura di testi, la raccolta di immagini e la redazione del calendario. Uno dei tre operatori dedica gran parte del suo tempo lavorativo a questa attività. Ogni mese avviene la raccolta di tutte le informazioni relative agli eventi del successivo; la sua pubblicazione avviene sul sito Web e in formato cartaceo disponibile presso lo IAT. L'attività di calendarizzazione è una delle più apprezzate dal pubblico come evidenziato dal numero di visite alla pagina web (1 milione di visualizzazioni nel 2016) e il gran numero di copie distribuite presso l'ufficio.

Il processo è descrivibile tramite il seguente BPMN.



Esso permette di evidenziare le principali criticità del processo:

- La fase di ricerca è iterativa e prosegue fintanto che vengono ricevute o trovate informazioni. Si tratta di una fase molto complessa e dispendiosa in termini di tempo. Modificarla però significherebbe certamente compromettere il contenuto di un servizio

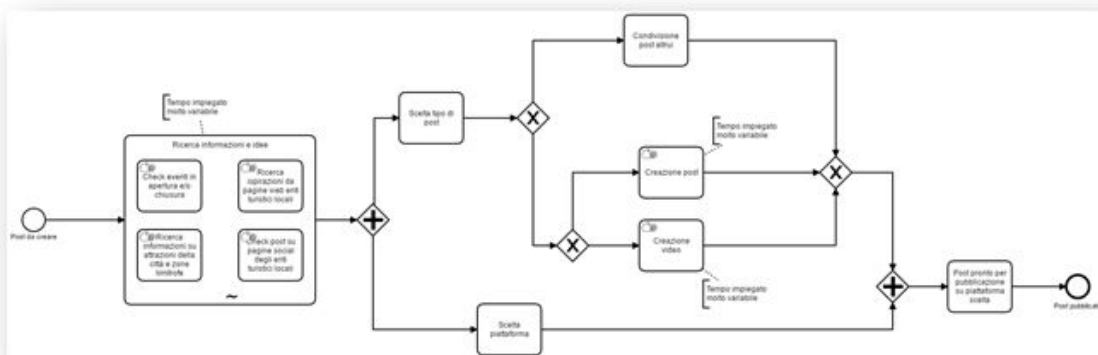
molto apprezzato e dover individuare modalità per modificare l'informazione alla fonte;

- I testi di descrizione tendono ad essere piuttosto lunghi;
- Gli output del processo sono semplici elenchi con date e descrizione, sia per la versione cartacea che per quella web.

La riprogettazione dell'intero processo risulta essere eccessiva in termini di tradeoff con l'effettiva necessità (essenzialmente con riferimento al tempo a disposizione). Si suggerisce pertanto l'ideazione di output più accattivanti e la creazione di un calendario Google condiviso tra gli operatori, di seguito descritto per l'implementazione di ulteriori processi, principalmente utile come strumento di coordinamento interno.

## GESTIONE DEI SOCIAL NETWORK

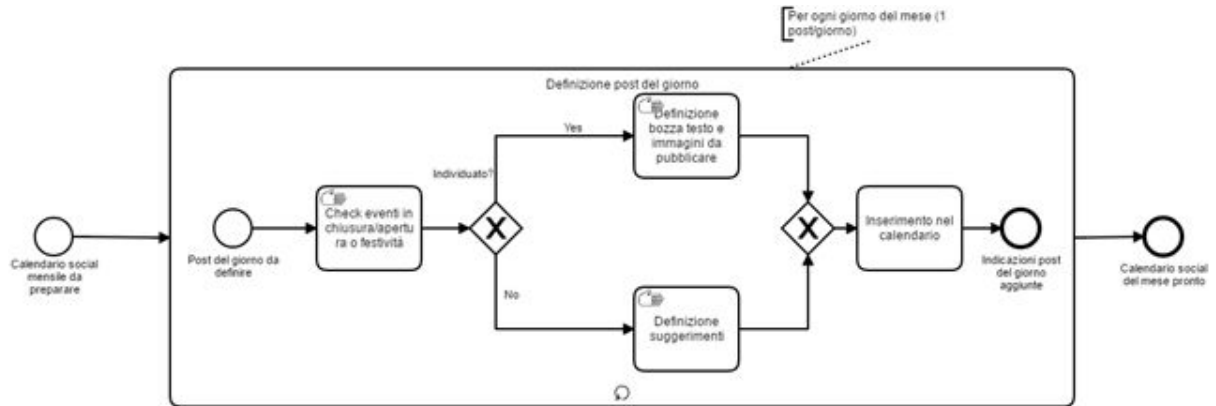
La gestione delle pagine Facebook, Instagram e Twitter richiede la ricerca di informazione quindi la scelta dei contenuti e la preparazione dei post. Il processo è sintetizzato dal seguente BPMN:



- La creazione del post richiede un tempo piuttosto variabile in tutte le sue fasi, soprattutto quando l'operatore si trova a cercare le informazioni o creare il post durante l'orario di front office, a causa di ingressi e uscite dall'ufficio e telefonate che distraggono;
- La fase di ricerca è essenzialmente un processo casuale e non formalizzato;
- Nella creazione dei post, la scelta dell'argomento, così come testo e immagini, è a completa discrezione dell'operatore che deve quindi autonomamente individuare le idee e spesso si occupa di fare le foto necessarie in città;
- La pubblicazione viene eseguita dall'operatore talvolta anche al di fuori dell'orario lavorativo (esempio di domenica); tipicamente vengono pubblicati 2-3 post al giorno.

La riprogettazione pensata prevede la definizione di un "Calendario Social".

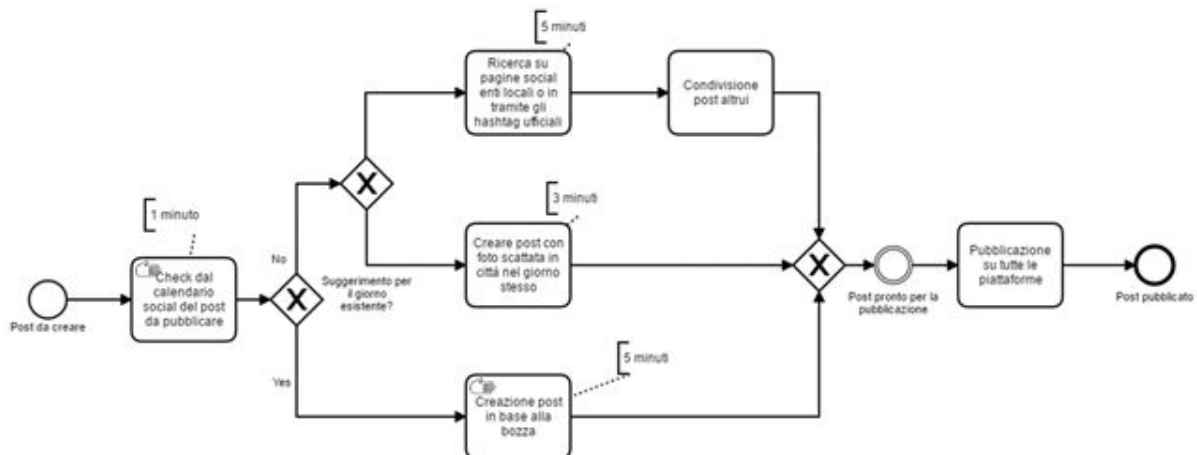
Questo implica la progettazione del nuovo processo ad esso associato che richiede un incontro mensile tra i diversi operatori per la stesura del calendario:



- Scegliere per ciascun giorno del mese, il “post del giorno”, considerando primariamente ricorrenze, eventi importanti in città e dintorni ed aperture al pubblico dei produttori locali (si veda “Viaggio reggiano: Rete dei sapori e dei saperi”);
- Definire una bozza del contenuto dei post e definizione di un elenco di pagine social e hashtag per il repost;
- Limitare il numero di post al giorno ad 1 o 2 al massimo.

L’implementazione del calendario potrebbe utilizzare Google Calendar e essere interconnesso a quelli richiesti per gli altri servizi, come verrà di seguito spiegato.

Il nuovo strumento determina una riprogettazione del processo giornaliero; esso è ora standardizzato e semplicemente basato sul check di quanto definito a livello di “Calendario Social”.



La riprogettazione permettere di passare da un tempo AS-IS indefinito ad un tempo complessivo a seguito dell’implementazione della soluzione di 2-3 ore/mese e 10-15 minuti al giorno per ciascuna pubblicazione.

## NUOVI PROCESSI

In relazione ai nuovi servizi che si intende offrire, è stato necessario definire nuovi processi e strumenti. In questo caso non verranno fornite schematizzazioni formali di nuovi processi in quanto non sono da considerarsi attività quotidiane (al più si tratta di check quotidiani) ma invece periodiche e quindi di marginale influenza sui tempi; si preferisce perciò suggerire strumenti considerati appropriati.

## RETE DEI

## SAPORI

Lo sviluppo della soluzione “Rete dei Sapori” richiede essenzialmente 3 processi che trovano implementazione tramite un semplice strumento Excel di supporto allo sviluppo durante lo sviluppo delle fasi della soluzione:

1. Censimento delle aziende disponibili, da eseguirsi completamente in fase iniziale e da rivedere periodicamente. A supporto è stato sviluppato uno strumento Excel con un'apposita scheda “Contatti”, anagrafica delle aziende censite e contenente anche persona di riferimento, prodotto dell'azienda e raggiungibilità rispetto al centro storico e una scheda “Visite”, contenente le informazioni sulle visite, compreso il tipo di preavviso richiesto generalmente dall'azienda;

Contatti										
Nome azienda	Prodotto	Indirizzo	CRTA	Provincia	CAPI	Raggiungibilità rispetto al centro storico	Persona di contatto	Qualifica contatto	Numero di telefono	Indirizzo posta elettronica
Consorzio Vacche Rosse	Parmigiano-Reggiano	Via xx. 22	Reggio Emilia	RE	42121	Con mezzi pubblici	Carlo Rossi	Presidente	052123456	consorziovaccherosse
Acetaia di Novellara	Aceto balsamico	Campo yy 888	Novellara	RE	42017	Con mezzo proprio	Maria Bianchi	Socio	05291733333	acetaia@acetaianovellara.it

Visite proposte					
Tipo di visita	Azienda	Descrizione	Tipo di programmazione	Numero max di partecipanti	Note aggiuntive
Produzione Parmigiano-Reggiano	Consorzio Vacche Rosse	Osservazione presso un caseificio di	Preavviso ravvicinato	4	
Produzione aceto	Acetaia di Novellara	Visita agli impianti di produzione e a	Calendarizzazione anticipata	30	
Percorso enogastronomico	Consorzio Vacche Rosse	Degustazione di prodotti tipici	Calendarizzazione anticipata	15	

2. Calendarizzazione delle disponibilità, la quale richiede una revisione continua e per la quale si suggerisce la creazione di un calendario condiviso (“Calendar IAT – Rete dei sapori e dei saperi” di seguito spiegato) con i produttori disponibili di modo che possa essere da loro direttamente aggiornato.
3. Gestione delle richieste, anch'essa continua e che renderebbe lo IAT collettore delle richieste; a supporto, è stata pensata la scheda “Adesione” nell'Excel Sheet, utile per tenere traccia del numero di posti prenotati rispetto a quelli disponibili ed estensibile per inserire i dati degli utenti che aderiscono.

## Adesioni

Data	Ora inizio	Ora fine	Tipo di visita	Disponibilità posti	Numero adesioni	Numero massimo
01/06/2017	14:30	15:30	Produzione aceto	Posti esauriti	30	30
02/06/2017	8:30	13:00	Produzione Parmigiano-Reggiano	Posti disponibili	4	6
02/06/2017	11:00	18:30	Percorso enogastronomico	Posti disponibili	10	15
03/06/2017	8:30	13:00	Produzione Parmigiano-Reggiano	Posti disponibili	0	6
04/06/2017	12:00	20:30	Percorso enogastronomico	Posti disponibili	0	15
05/06/2017						
06/06/2017						
07/06/2017						
08/06/2017						
09/06/2017						
10/06/2017						
11/06/2017						
12/06/2017						
13/06/2017						
14/06/2017						
15/06/2017						
16/06/2017						
17/06/2017						
18/06/2017						
19/06/2017						
20/06/2017						
21/06/2017						

## CALENDARIZZAZIONE

Un nuovo processo da considerare è pertanto quello legato alla calendarizzazione, da svolgersi essenzialmente su base settimanale. Lo strumento che si suggerisce di utilizzare è come sopra accennato Google Calendar; questo andrebbe strutturato in diverse sezioni condivisibili tra gli operatori, come supporto alla fornitura dei diversi servizi e/o come forma di coordinamento interno, oltre che con le aziende e i produttori locali coinvolti nelle diverse attività.

La struttura prevede:

- 1) IAT Calendar - Monumenti e Musei: calendario condiviso tra gli operatori per monitorare gli orari settimanali di apertura delle attrazioni in città;
- 2) IAT Calendar - Eventi: calendario condiviso tra gli operatori in cui vengono inseriti gli eventi presenti in città e nei dintorni durante il mese, affiancando e rinforzando l'attività di gestione e promozione del calendario eventi già svolta dallo IAT;
- 3) IAT Calendar - Rete dei sapori: calendario condiviso con le aziende coinvolte nell'iniziativa "Rete dei sapori e dei saperi" e da loro aggiornabile rispetto a disponibilità delle attività censite e



consultabile dagli operatori;

- 4) IAT Calendar – Calendario social: calendario condiviso tra gli operatori e da loro aggiornato una volta al mese con la schedulazione dei post da post da pubblicare giornalmente.

L'uso di Google Calendar garantisce la possibilità di switchare la visualizzazione dei diversi calendari e avere una visione rapida e completa giorno per giorno, settimana per settimana o mensilmente delle possibili attività offerte dalla città. Sono disponibili tra l'altro versioni stampabili che possono essere un comodo ed efficace output.

Reggio Emilia, 28/11/2017



Matteo Vignoli