

***Destinazione Firenze:
accoglienza e gestione dei visitatori
nel centro storico di Firenze***

Schede Azione

(gennaio 2014)

Coordinamento progetto

Giulio Mondini (SiTI), Sara Levi Sacerdotti (SiTI), Carlo Francini (Ufficio UNESCO del Comune di Firenze)

Gruppo di lavoro

Andrea Bruno (SiTI), Francesco Carota (SiTI), Marco Cavallero (SiTI),
Massimiliano Coda Zabetta (SiTI), Emanuela Gasca (SiTI), Andrea Isabella (SiTI)

Antonella Chiti (Ufficio UNESCO del Comune di Firenze), Giulia Cotta (Ufficio UNESCO del Comune di Firenze),
Valentina Ippolito (Ufficio UNESCO del Comune di Firenze), Manuel Marin (Ufficio UNESCO del Comune di Firenze)

Sommario

Premessa.....	4
Schede Azione.....	6
SCHEDA N. 0 – Comitato di Pilotaggio.....	7
SCHEDA N. 1 – “Unità nella molteplicità”: Firenze Sito Patrimonio Mondiale come destinazione unitaria.....	9
SCHEDA N.2 – Valorizzazione turistica delle Ville e Giardini Medicei della Toscana.....	11
SCHEDA N.3 – <i>Greenway</i> Oltrarno Firenze.....	13
SCHEDA N. 4 – Applicazione “Florence Heritage”.....	15
SCHEDA N.5 – Bus turistici e <i>City Sightseeing</i>	16
SCHEDA N. 6 - Formazione professionale e culturale per l'accoglienza turistica.....	18
SCHEDA N. 6 – Destinazione Firenze: Turismo per tutti.....	20
SCHEDA N. 8 - Gestione dei dati museali, culturale e turistici per un turismo sostenibile.....	22

Premessa

L'appartenenza del Centro storico della città di Firenze alla World Heritage List dell'Unesco determina un approccio particolare per qualunque progetto di analisi si intenda sviluppare sul territorio. Diventa infatti imprescindibile l'assunzione della consapevolezza del concetto di patrimonio dell'umanità. Il termine racchiude una molteplicità di significati e di valori che vanno al di là della sua accezione comune: non un patrimonio definito e congelato in una forma immutabile che appartiene solo alla città che lo contiene e ne è parte, ma un patrimonio vivo, denso di valori materiali e immateriali. Tali valori si consolidano con il progredire della storia ma rimangono tuttavia fragili e in continua necessità di azioni che garantiscano la loro esistenza in un progetto di valorizzazione complessa in cui tutti sono chiamati ad intervenire: amministratori, tecnici, studiosi, abitanti e utenti a vario titolo, come i turisti stessi. E' proprio sulla base di questo concetto di proprietà di tutti che devono essere indirizzati i dati derivati dalle analisi e dagli studi in modo da offrire delle linee guida aggiornate e più idonee alla tutela, conservazione, diffusione del valore del patrimonio Firenze.

Il progetto costruito dal Centro Unesco di Firenze con SiTi è stato sviluppato secondo questa finalità, rapportando continuamente le fasi analitiche relative alla gestione turistica con l'unicità di un luogo di visita privilegiato e complesso proprio perché non solo luogo ma incontro di più valenze che ne determinano il grado di patrimonio.

L'incrocio dei dati risultati dalle analisi¹ effettuate nel progetto "Destinazione Firenze" unitamente all'applicazione della metodologia del Visitor Management, evidenzia diversi punti di contatto che possono essere ricondotti a delle macro-categorie in modo da rendere più evidenti le linee d'azione da considerare per la stesura di un piano strategico. Le problematiche emerse si possono quindi riassumere secondo tre forti direttrici: Formazione, Comunicazione e Valorizzazione, che fungono da contenitori di criticità diverse, le quali però possono trovare delle proposte di soluzione attingendo al "contenitore" in cui sono inseriti. E' importante sottolineare come questi tre "contenitori" non siano dei comparti separati e autonomi ma siano invece in costante interscambio in modo da intervenire sulla soluzione dei problemi con più incisività e completezza.

La FORMAZIONE oltre a tendere al miglioramento di servizi offerti dagli attori, quali la conoscenza di più lingue straniere, soprattutto di quelle emergenti in ambito turistico (es. russo, cinese), o delle tecnologie informatiche più innovative, deve puntare anche sulle figure dei turisti che dovrebbero raggiungere la meta Firenze con una conoscenza più ampia delle opportunità che la città offre al di là di quelle consolidate che generano affollamento sull'asse che dal duomo conduce a Palazzo Pitti. A questo tipo di formazione collegata direttamente con i beni culturali presenti nel tessuto del centro storico, andrebbe ugualmente collegata una formazione volta alla conoscenza delle realtà turistiche (culturali, ricettive, artigianali, gastronomiche) disseminate nel territorio limitrofo alla città. Appare evidente che in queste azioni l'aspetto della COMUNICAZIONE e della VALORIZZAZIONE intervengano con pari importanza al processo formativo.

COMUNICAZIONE attraverso strategie mirate di marketing, di informazione telematica ma anche più fisiche ed incisive sul territorio in modo da rendere palesi e appetibili nuovi percorsi di visita verso destinazioni interne o esterne al centro storico. Un intervento per la creazione di una segnaletica turistica coerente e più evidente

¹ Analisi della domanda turistica, Analisi pilota sulla Firenze card, Mystery client, Analisi del posizionamento di Firenze nel panorama culturale internazionale e locale, Analisi dei luoghi sotto fruiti nelle guide turistiche, Focus group. Analisi percettiva

appare di grande utilità, unitamente alla valorizzazione dello stato di fatto e della qualità urbana delle nuove mete che si intendono svelare ai turisti.

Una riflessione a parte va fatta per la Firenze card che va rimodulata a seconda delle tipologie di fruitori e soprattutto va rafforzata nella comunicazione verso gli stessi. La card, come rilevato dalle analisi specifiche, non è conosciuta da una notevole percentuale di turisti. Gli stessi costi andrebbero differenziati per fasce di offerta, consentendo così l'accesso anche ai residenti, meno interessati a beni che conoscono per nascita ma forse incentivati nel frequentare mostre temporanee o altri eventi di natura non permanente organizzati nella propria città.

FORMAZIONE e COMUNICAZIONE interagiscono ancora nell'ambito dell'informazione affidata alle guide turistiche in cui appare fondamentale una maggiore immissione di dati riferiti a quelle zone o beni sotto fruiti che attualmente soffrono di un forte squilibrio di informazioni sulle pagine delle guide cartacee e nelle versioni su web delle stesse a livello sia nazionale sia internazionale.

L'aspetto della VALORIZZAZIONE coinvolge diverse azioni a diverso livello. Il termine genera per la sua stessa natura un equivoco di base per cui valorizzare spesso è inteso con un intervento strettamente legato al restauro o la manutenzione architettonica. Sicuramente quest'accezione e la sua messa in atto sono degli obiettivi da perseguire e monitorare con costanza, ma in aggiunta ad essi vanno innescate una serie di azioni che includono la valorizzazione della qualità dei contesti, la creazione di attrattori "serventi" il bene o l'area di interesse (artigianato, eno-gastronomia, punti di accoglienza....) in modo da rendere l'esperienza del turista più coinvolgente e soprattutto più personale (il turista percepisce un senso di familiarità nella visita, sentendosi coinvolto non solo dall'aspetto culturale ma anche da quello della quotidianità fiorentina e di riflesso anche il residente/commerciante si sente parte attiva del processo di scambio). Un tema particolarmente sentito e che si può ricondurre alla strategia di VALORIZZAZIONE riguarda la regolamentazione degli autobus turistici, che attualmente incidono in maniera negativa sulla percezione e sulla conservazione del centro storico, e che invece con uno studio di nuovi percorsi e l'allestimento di punti di sbarco attrezzati nelle aree Oltrarno potrebbero concorrere a realizzare quella ricucitura tra centro e oltre fiume tanto auspicata. Anche in questo caso bisognerebbe operare cercando di rendere questi punti di sosta e sbarco dei turisti come luoghi che partecipano all'esperienza della visita con infobox dedicati alla zona o altri servizi utili. La stessa azione dovrebbe essere compiuta nella area della stazione ferroviaria insistendo su una visibilità del punto di informazione turistica e del bike sharing ben più marcata rispetto allo stato attuale che genera una sensazione di smarrimento nel visitatore appena sceso dal treno che magari incontra Firenze per la prima volta.

Le analisi hanno resa palese anche una grande disparità di numero di visitatori tra i musei più noti e quelli meno conosciuti per diverse motivazioni. Una possibile linea di azione per attrarre i turisti verso questi musei "minori" potrebbe essere il lancio di un'iniziativa "Il museo adotta un museo" ovvero una strategia in cui i musei con maggior successo di visita si facciano promotori, all'atto dell'acquisto del biglietto e con piccole installazioni nelle biglietterie, di raccomandare una delle altre istituzioni espositive meno frequentate, secondo una sorta di gemellaggio culturale che rappresenta anche un ulteriore metodo di COMUNICAZIONE.

In sintesi le linee che si possono intraprendere per uno sviluppo strategico della fruizione turistica ma anche di una gestione più efficace dei flussi devono tenere conto di queste tre grandi categorie che vanno scandagliate di volta, in volta sulla base di un piano unitario e non secondo piccoli interventi puntuali.

Schede Azione

Le schede che seguono sono definite schede azione poiché la maggior parte ha un risvolto concreto e fattibile. Le schede contengono voci descrittive omogenee: parole chiave contenute nella scheda, da quale degli studi elaborati si riferisce, descrizione dell'attività, degli attori coinvolgibili, delle categorie di finanziamento, le previsioni temporali di realizzazione ed infine degli indicatori di monitoraggio che possono essere utilizzati nel corso del tempo per valutare l'andamento dell'azione in itinere ed un eventuale valutazione dell'impatto dell'azione rispetto alla situazione antecedente.

Le schede non hanno un ordine casuale la prima funge da contenitore in termini di governance, ossia estende alcune funzioni dell'esistente *Comitato di pilotaggio* che attraverso i tavoli di lavoro dovrebbe monitorare le azioni del Piano di Azione, previsto dal Piano di Gestione. E' da sottolineare che alcune delle azioni proposte sfruttando un buon coordinamento fra gli attori e alcuni progetti già esistenti possono essere a costo zero.

Unità nella molteplicità è una scheda di visione rispetto a come viene pensata Firenze turistica e patrimonio UNESCO nei prossimi anni relativamente al rapporto abitanti /turisti. E quindi attraverso quali indirizzi si pensa di operare per raggiungere taluni obiettivi di decongestione turistica da una parte e di attrazione di "nuovo turismo" dall'altra.

La *valorizzazione turistica delle ville medicee* è un'azione complessa di analisi di visitor management per le ville medicee a partire da Boboli e Petraia che va esattamente nella direzione di policy sopra citata: ossia la decongestione dei flussi e la fruizione di luoghi alternativi per cittadini e turisti. Per arrivare a questo è necessaria un'accurata analisi sull'accessibilità, l'informazione e accoglienza delle Ville Medicee oltre all'offerta di un sistema omogeneo.

La *greenway oltrarno* rientra nella policy della decongestione dei flussi e asse di congiunzione fra centro storico/Ville medicee è un'idea concreta da strutturare urbanisticamente che può aprire nuovi assi turistici.

A questo blocco di schede azione è aggiunta l'application *florence heritage* che può essere modificata e indicare percorsi alternativi studiali dal Comitato di Pilotaggio.

Un discorso importante merita la scheda sulla mobilità relativa ai *bus turistici e city sightseeing*. La scheda contiene sia un'analisi comparata di città turistiche come Firenze sulla gestione dei bus turistici e dei City sightseeing e fornisce delle idee tecnico-operative alcune delle quali possono essere utilizzate nell'immediato.

Una scheda che va in una direzione operativa ma al contempo di policy, dove però ci sono già lavori avviati è la quella relativa al *turismo per tutti*. Ossia il turismo accessibile a tutte le categorie di turisti anche quelle definite dall'unione europea come turismo debole nel programma Calypso.

Le altre schede contengono indicazioni decisamente più tecniche e con tempi di realizzazione medio/brevi. Le schede in questione sono quelle relative alla *formazione professionale* e la *gestione dei dati cartografici*.

La ricerca svolta al fine di dare una continuità non solo operativa per i policy makers ma anche da un punto di vista dell'innovazione metodologica, verrà **divulgata in incontri e conferenze nazionali** ed internazionali favorendo così la condivisione dei risultati con altri soggetti che si dedicano di questo tema.

SCHEDA N. 0 – Comitato di Pilotaggio

Attività: **CREAZIONE DEL COMITATO DI PILOTAGGIO**

Sottotitolo: Implementazione della struttura di coordinamento che si occupa dell'identificazione e dello sviluppo di linee strategiche in materia di turismo e cultura nel medio – lungo periodo.

Key words: *tourism management*, coordinamento, coinvolgimento attori del territorio.

Descrizione:

Ripercorrendo l'esperienza dei *focus group* del 2013 e le esigenze del territorio, è nata l'esigenza di strutturare un sistema di monitoraggio, **flessibile** e **costante** nel tempo, dei progetti previsti dal Piano di Azione.

Quanto proposto in queste pagine predispone uno studio di fattibilità per la strutturazione di una struttura di coordinamento volta all'identificazione di linee guida in materia di turismo e cultura.

Di seguito si illustrano nello specifico le attività preliminari fondamentali per la strutturazione della *Cabina di Regia*.

1. AZIONI DESK (opzionale)

- Analisi delle *best practices* e lettura critica delle esperienze nazionali e internazionali già consolidate in materia di sviluppo turistico di grandi città d'arte. A tal proposito si potranno analizzare le esperienze di coordinamento strutturate per i Piani Strategici che più si avvicinano alle modalità attuabili su questo territorio.

2. AZIONI PROGETTUALI

- Analisi e selezione dei soggetti del territorio che potrebbero essere coinvolti in questo processo.
- Strutturazione delle modalità operative attraverso le quali strutturare il processo.

3. AZIONI OPERATIVE

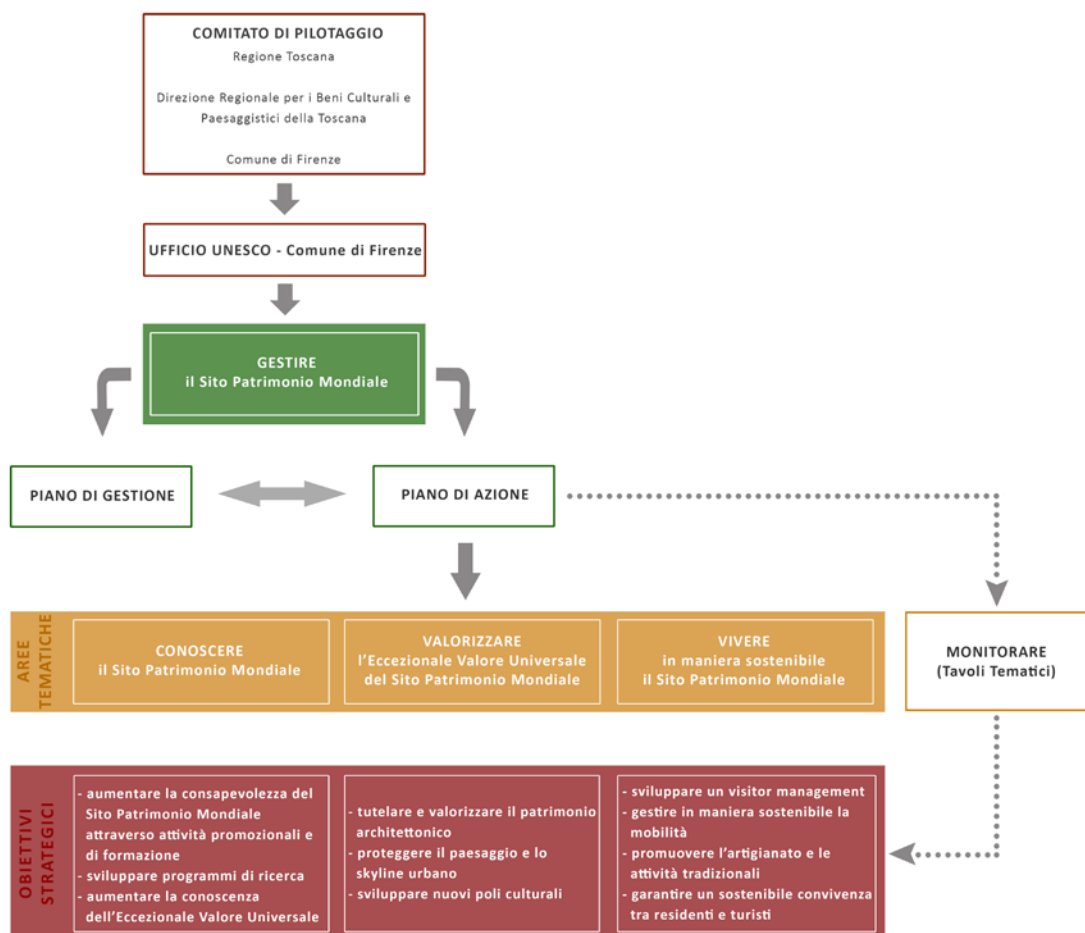
- Strutturazione dei gruppi di concertazione con gli attori proposti in seguito.

Attori Coinvolgibili:

- *Comitato di Pilotaggio* del Sito UNESCO Centro Storico di Firenze.
Assessorato al Turismo, Comune di Firenze
Assessorato alla cultura, Comune di Firenze
Centro Storico UNESCO; Comune di Firenze
Quartiere 1 Centro Storico
Musei Civici Fiorentini - Direzione Cultura, Turismo e Sport, Comune di Firenze
Soprintendenza per i Beni Architettonici e Ambientali di Firenze
Struttura di coordinamento Uffici del Turismo
Camera di Commercio
Fondazioni Bancarie
Fondazioni private
Istituti di ricerca

- *Tavoli Tematici n. 1, n. 2, n. 3 (Cultura, Accoglienza e Mobilità):* attori coinvolti durante i focus group di maggio 2013 e quelli coinvolti durante i tavoli di lavoro avviati dall'Ufficio UNESCO.
- *Tavolo Tematico n. 4 Fundraising:* istituti di ricerca e alcuni membri della Comitato di Pilotaggio
- *Tavolo Tematico n. 5 Monitoraggio:* istituti di ricerca e alcuni membri della Comitato di Pilotaggio

La *Figura 1* illustra a chi e come è affidata la gestione del Centro Storico di Firenze Sito Patrimonio Mondiale. Il Comitato di Pilotaggio e l'Ufficio UNESCO del Centro Storico di Firenze coordinano le attività e i tavoli di lavoro previsti dal Piano di Gestione.



Categorie di finanziamento: da discutere

In questo caso comunque prima di procedere all'identificazione di finanziamenti, è utile strutturare un documento di condivisione tra gli attori coinvolti. Tale documento potrebbe configurarsi come un **Protocollo di Intesa** che identifica le attività e le fasi del processo e i soggetti territoriali interessati.

Previsione temporale: lungo periodo. La proposta è che i diversi gruppi si incontrino 1/2 volte all'anno.

SCHEMA N. 1 – “Unità nella molteplicità”: Firenze Sito Patrimonio Mondiale come destinazione unitaria

Attività – **ARMONIZZARE L’IMMAGINE E LA COMUNICAZIONE DELLA CITTÀ DI FIRENZE**

Sottotitolo – **Promozione coordinata dell’offerta turistica cittadina orientata ad attrarre un turismo di qualità**

Parole chiave – *Comunicazione, marketing, digital media*

Descrizione – Rispetto a un fenomeno turistico all’interno delle città d’arte che ha assunto dimensioni di massa, è importante disporre di un’adeguata comunicazione della destinazione, che tenga conto soprattutto della fragilità e delicatezza degli attrattori culturali e paesaggistici. Inoltre è necessario porre l’accento su una promozione del territorio condotta in modo sistematico, unitario, coordinato e all’interno di un vero e proprio sistema turistico di dimensione più ampia rispetto alla ristretta prospettiva cittadina. Una rinnovata comunicazione della città permetterebbe a Firenze di compiere un passo non breve verso l’obiettivo della decongestione dei flussi turistici all’interno del Centro Storico.

La maggior parte dei turisti che raggiungono il territorio, si informano sul soggiorno, acquistano le soluzioni prescelte e si interfacciano alla destinazione senza intermediari. Questo è il segmento di domanda turistica più interessante e verso il quale è più semplice per l’amministrazione instaurare un dialogo proficuo. I siti web che promuovono l’offerta di Firenze verso i turisti italiani e internazionali sono vari e collegati tra loro, ma danno un’idea troppo frammentata e magmatica dell’offerta culturale e turistica cittadina e necessitano, quindi, di un intervento di armonizzazione e di integrazione.

In particolare, lo sforzo da compiere è “a monte” e sta nella capacità di comunicare **Firenze come una destinazione unitaria** tramite l’integrazione e la messa in rete delle sue molteplici vocazioni turistiche: artistica, universitaria, moda, artigianato locale, enogastronomia. Attribuendo a ognuna di esse lo stesso peso nel determinare l’immagine complessiva della destinazione. In questo modo la città di Firenze potrà **liberarsi dallo stereotipo di “città cartolina” di cui è prigioniera**, e nel quale cerca di fissarla anche la guida internazionale, quello di culla e capitale dell’arte e della cultura rinascimentale. Disporre di un’immagine tanto forte e radicata è senza dubbio un punto di forza della destinazione, che rischia però di diventare un limite con cui è inevitabile scontrarsi nel momento in cui si tenta di rimodulare il fenomeno turistico interno alla città: Firenze deve avere il coraggio di rimettersi in gioco e **superare la tentazione di porsi soltanto quegli obiettivi che sa già di poter raggiungere** senza fatica e senza quindi una reale crescita in termini di maturità e capacità di gestione turistica.

A questo proposito per diffondere la conoscenza del territorio fiorentino nel suo complesso è necessario predisporre un importante **piano di comunicazione e marketing** non solo relativamente alle caratteristiche del prodotto turistico ma anche a modalità di fruizione e costi, gestendo la comunicazione e la promozione attraverso i **digital media**, in modo da raggiungere in maniera mirata i segmenti prioritari della domanda diversa da quella più comune. Non bisogna tuttavia trascurare la comunicazione *in situ*, magari organizzando una rete di punti informativi situati presso le principali arterie turistiche cittadine che siano chiaramente visibili e attrezzati.

Firenze deve insomma puntare a diventare la porta d’accesso a tutto il territorio circostante, obiettivo che passa obbligatoriamente e in maniera prioritaria attraverso il potenziamento del sito web dell’Agenzia Per il Turismo.

In generale, la città dovrebbe rivolgere la propria attenzione verso tre tipologie di turismo, nella consapevolezza che non è il numero di turisti, sia che essi costituiscano nuovi arrivi o *repeater*, a determinare il successo delle politiche di marketing territoriale promosse e la sostenibilità economica di una destinazione. L'indicatore primario che permette di misurare il successo delle iniziative che vengono intraprese è invece l'indotto che queste ultime contribuiscono a creare.

Le categorie di turisti verso le quali è prioritario rivolgersi sono:

- *Turisti di prossimità* - creare un **calendario di eventi** a supporto del turismo a cadenza annuale o pluriennale in grado di fornire chiare ragioni di ritorno ai turisti di prossimità in modo da stimolare questa categoria di visitatori a inserire **Firenze all'interno di un itinerario** che tocchi altre località della provincia, rafforzando così il legame tra la città e il suo territorio. Tali eventi devono essere pianificati con **anticipo** in modo tale da permettere al turista di organizzare il proprio viaggio e alla città di darne adeguata comunicazione. Essi, inoltre, possono contenere in sé anche una funzione "**educativa**" verso il turista collegandosi ai valori di Firenze come patrimonio dell'umanità.
- *Turisti di settore* - puntare su segmenti di **domanda di qualità** (appassionati di sport minori, amanti della lirica,...) in modo da attrarre specifici target di visitatori **disposti a pagare** per un servizio di alto livello e che si trattengano sul territorio anche per pochi giorni e al tempo stesso completare e consolidare il valore di patrimonio dell'umanità.
- *Una combinazione dei precedenti* - Si può ad esempio pensare a un **turismo "frammentato"**, basato su un'**offerta di dimensione provinciale**, sia di tipo **culturale** (musei, castelli, Ville Medicee) con particolare riguardo per le realtà minori, sia legata al **tessuto economico** (artigianato, moda, enogastronomia) che sono attualmente poco visibili o escluse dai consueti itinerari turistici.

Attori Coinvolgibili – Sarebbe opportuna la partecipazione delle istituzioni pubbliche almeno fino al livello provinciale, nonché il coinvolgimento degli assessorati dei settori produttivi, Camera di Commercio e Associazioni di Categoria. In particolare l'associazionismo locale potrebbe avere un ruolo centrale nel coinvolgimento dei turisti di prossimità e di settore. È necessario in particolare un **approccio coordinato** tra tutti gli attori coinvolti nonché un **lavoro collaborativo** tra pubblico e privato, istituendo tavoli di lavoro permanenti a livello politico e tecnico in modo da aggiornare periodicamente la strategia e la direzione nella quale procedere verso un **progetto turistico** per la città di Firenze che sia **condiviso**.

Categorie di finanziamento – Affinché i progetti di rilancio dell'immagine cittadina possano avere successo è necessario che vengano attivati piani di realizzazione pluriennali dotati di adeguate risorse economiche. Ai tavoli di lavoro potrà anche essere affidato il compito di individuare fondi strutturali europei a supporto del progetto.

Previsione temporale – Medio periodo.

Indicatori di monitoraggio – Essendo questa una scheda di "visione" dell'intero studio non è possibile individuare indicatori di monitoraggio.

SCHEMA N.2 – Valorizzazione turistica delle Ville e Giardini Medicei della Toscana

Attività: VALORIZZAZIONE TURISTICA DELLE VILLE E GIARDINI MEDICEI DELLA TOSCANA

Sottotitolo: Proposte di azioni per migliorare la fruizione turistica delle ville medicee, in un'ottica di decongestione del centro storico di Firenze

Parole chiave: censimento, analisi, comunicazione, accessibilità, informazione, patrimonio

Descrizione: Il progetto "Destinazione Firenze: accoglienza e gestione dei visitatori nel centro storico di Firenze" ha dimostrato la necessità di decongestionare le aree più visitate del centro storico: piazza del Duomo, piazza della Signoria e Ponte Vecchio.

Le azioni proposte sono funzionali all'elaborazione di studi di fattibilità che hanno come obiettivo principale l'introduzione delle Ville medicee nei percorsi di visita.

L'inserimento nella lista del Patrimonio Unesco delle 12 ville medicee e dei due giardini è un'opportunità per favorire la decongestione del centro storico verso aree meno conosciute e frequentate. La presenza dei giardini di Boboli e la Petraia nella lista è importante perché permette di trovare una congiunzione tra il centro storico e le altre Ville Medicee. Si può ipotizzare una campagna di promozione dell'intero circuito delle Ville presso il giardino di Boboli. Si possono ipotizzare diversi percorsi turistici che colleghino le diverse Ville:

- Percorso nord: dal Museo Stibbert verso le Ville e i Giardini: Villa di Careggi, Villa della Petraia, Villa di Castello, Giardino di Pratolino, Castello del Trebbio e Villa di Cafaggiolo.
- Percorso sud: Dai Giardini di Boboli alla Villa di Poggio Imperiale, attraverso la *Green way* (vedi scheda numero 3 "*Greenway Oltrarno Firenze*")

Prioritariamente è necessario indagare e sviluppare il potenziale turistico delle Ville Medicee favorendo il passaggio dei flussi dal centro storico congestionato alle ville sotto utilizzate.

In fase preliminare è necessario attivare il **tavolo di coordinamento con tutti gli attori** che si sono occupati della candidatura a Patrimonio Mondiale dell'UNESCO delle Ville e dei Giardini Medicei, a partire dalla Regione Toscana e Ufficio UNESCO. Questo tavolo avrà come nuovo obiettivo la creazione di un'offerta coordinata tra gli attori per proporre un prodotto turistico completo.

La metodologia applicata in questa proposta di lavoro deriva dal Visitor Management e si concentra su tre caratteristiche: informazione, accessibilità ed accoglienza.

Le fasi analitiche proposte indagano, in particolare, questi tre aspetti.

1. Analisi trasversali di inquadramento.

- a. Censimento delle ville studiando la fruibilità turistica della struttura, la proprietà, il sistema di gestione².

² Si segnalano a questo proposito alcuni esempi virtuosi:

- a. Castelli e Giardini prussiani a Berlino e nel Brandeburgo: http://www.spsg.de/media/de/SPSG_Infolyer-ital.pdf
- b. Le Residenze Reali di Torino e del Piemonte: <http://www.residenzereali.it/index.php/it/>
- c. Atlante dei Castelli del Piemonte

- b. Analisi *preliminare dei principali dati statistici / turistici* (ad oggi solo 4 delle 14 Ville Medicee hanno una rilevazione strutturata degli ingressi);
- c. Preliminare *analisi della domanda turistica* effettuata su una delle Ville come test di progetto.

2. **Analisi dell'informazione.**

Analisi della capacità di comunicazione del sistema delle ville, con particolare attenzione alla comunicazione online e sui social network, un'analisi delle guide turistiche e la predisposizione di un piano di marketing turistico per la promozione del prodotto turistico "Ville Medicee, patrimonio mondiale dell'umanità".

3. **Analisi dell'accessibilità.**

Analisi dell'accessibilità interna (tra le ville / giardini) e l'accessibilità esterna (da Firenze alle Ville / giardini) e di suggerire interventi puntuali per migliorare la fruibilità turistica dei beni.

4. **Analisi dell'accoglienza.**

Censimento dei servizi turistici presenti presso le Ville o nei dintorni di esse, si predispongono dei questionari per verificare la soddisfazione dei visitatori, un mystery client per verificare la qualità di servizi.

Dai risultati di queste analisi si creeranno un insieme di azioni puntuali per il miglioramento della fruibilità: es. un catalogo turistico dettagliato sulle ville, pacchetti turistici ad hoc, predisposizione di campagne di promozione all'interno dei principali musei fiorentini e ogni altro strumento di marketing territoriale da accostare come nuovo prodotto ai percorsi conosciuti riorganizzazione della mobilità per esempio attraverso nuovi percorsi dei bus turistici (City Sightseeing).

Attori Coinvolgibili:

- Ufficio UNESCO del Piano di Gestione – Comune di Firenze
- UNESCO
- MiBACT
- Regione Toscana
- Provincia di Firenze
- Provincia di Prato
- Provincia di Pistoia
- Provincia di Lucca
- I comuni interessati
- Camera di Commercio
- Privati

Categorie di finanziamento: MiBACT, UNESCO, Regione Toscana, Camera di Commercio

Previsione temporale: lungo periodo

Indicatori di monitoraggio: numero di visitatori delle Ville Medicee / numero di attività commerciali aperte / numero di corse di trasporto pubblico attivate / numero di passeggeri dei servizi di city sightseeing dedicato

SCHEDA N.3 – Greenway Oltrarno Firenze

Attività: **GREENWAY OLTRARNO FIRENZE**

Sottotitolo: Proposta di identificazione e sviluppo di una *greenway* in Oltrarno nell'area del Centro Storico UNESCO di Firenze

Parole chiave: *best practices, greenways* in Europa, *tourism management*, accessibilità disabili.

Descrizione:

La scheda mira a predisporre uno studio di fattibilità per l'identificazione, la realizzazione e la valorizzazione di una *greenway* che connetta a livello territoriale e di contenuto, le emergenze storico – paesaggistiche della zona Oltrarno all'interno del Centro Storico UNESCO di Firenze.

Di seguito si illustrano nello specifico le attività preliminari fondamentali per la strutturazione di proposte operative.

1. AZIONI DESK

- Analisi delle *best practices* e lettura critica delle esperienze nazionali e internazionali già consolidate in particolare di quelle maggiormente comparabili con la realtà di Firenze.
- Analisi dei parametri tecnici dettati dalla normativa nazionale e internazionale in materia di *greenway*.
- Comparazione e verifica dell'esistenza di corrispondenze tra questi parametri definiti e condivisi e quelli presenti nell'area dell'Oltrarno.

2. AZIONI OPERATIVE SUL TERRITORIO

- Identificazione della **parte di territorio** e del **percorso** ideale di sviluppo della *greenway*.
- Censimento degli attrattori culturali e naturalistici all'interno dell'area precedentemente definita.
- Censimento degli attrattori turistici (punti informativi, strutture di accoglienza e di ristorazione, aree attrezzate di sosta) presenti nell'area identificata al punto 1.

3. AZIONI DI NETWORK

- Identificazione di network nazionali e internazionali che si occupano del tema ai quali si potrebbe aderire (es. *Associazione Italiana Greenways onlus* – livello nazionale, *European Greenways Association* – livello internazionale).
- Iscrizione ai network nazionali e internazionali

Attori Coinvolgibili:

- *Scala Internazionale e Nazionale:* attori presenti nei network precedentemente citati;
- *Scala Locale:*
 - Ufficio UNESCO del Piano di Gestione – Comune di Firenze
 - Assessorati di competenza del Comune di Firenze
 - Musei Civici Fiorentini - Direzione Cultura, Turismo e Sport, Comune di Firenze
 - Soprintendenza per i Beni Architettonici e Ambientali di Firenze
 - Soprintendenza del Polo Museale Fiorentino
 - Presidente Quartiere 1
- *Fondazione Parchi Monumentali Bardini e Peyron*
- *Associazioni di quartiere (Oltrarno, etc..)*

Si propone il coordinamento del progetto alla Fondazione Bardini in quanto ha già sviluppato uno studio per la *greenway*. La *greenway* servirà anche da collegamento tra il centro storico di Firenze e il sistema della Ville Medicee.

Categorie di finanziamento: finanziamenti privati, bandi europei, finanziamenti regionali e comunali.

Previsione temporale: lungo periodo.

Indicatori di monitoraggio: numero di passaggi nel sistema *greenway*, guide turistiche e pubblicazioni, numero di download Florence Heritage

SCHEMA N. 4 – Applicazione “Florence Heritage”

Attività: VALORIZZAZIONE DI ALCUNE AREE DELLA CITTA' ATTRAVERSO APPLICAZIONI TECNOLOGICHE

Sottotitolo: Proposte di valorizzazione delle aree poco conosciute e frequentate del centro storico attraverso l'implementazione dell'app Florence Heritage su *smartphone*.

Parole chiave: applicazioni tecnologiche, valorizzazione patrimonio culturale.

Studio di riferimento: “*Firenze nel panorama locale, nazionale e internazionale*”, “*Analisi della domanda*” e **Video**

Descrizione: L'attività mira a valorizzare i percorsi poco fruiti dai turisti con **soluzioni tecnologiche user – friendly per i turisti**. L'attività potrebbe essere sviluppata attraverso l'implementazione di un progetto pilota in un'area specifica del Centro Storico all'interno dell'applicazione “Florence Heritage”. Questa implementazione sarebbe utile nell'identificazione degli attrattori “minori” verso i quali poter indirizzare i visitatori e successivamente guidarli sul luogo attraverso la funzione di navigatore. Il target di riferimento dell'applicazione è un turista che conosce Firenze, avendola visitata più di una volta, che è interessato ad approfondire beni culturali poco conosciuti e che è dotato di alta capacità di spesa.

La *app* potrebbe inoltre essere valorizzata con contenuti aggiuntivi quali informazioni sulla fruizione del bene, la possibilità di prenotare una visita guidata oppure la vicinanza di ristoranti al luogo di interesse. Sarà fondamentale integrare in questa applicazione le soluzioni proposte in questo progetto per la decongestione del Centro Storico. In particolare saranno valorizzati i percorsi alternativi, la *greenway* e i percorsi verso le Ville Medicee ed i Giardini.

Attori Coinvolgibili:

- Ufficio UNESCO del Piano di Gestione – Comune di Firenze;
- soggetto che si occupa dell'identificazione dei punti di interesse e della strutturazione delle schede di fruizione (in affiancamento all'Ufficio UNESCO);
- soggetto che si occupa della messa in rete dell'applicazione tecnologica.

Categorie di finanziamento: Il progetto è a costo zero. Aggiornamento dell'app. esistente secondo le linee di policy date dal Comitato di Pilotaggio per l'identificazione delle aree che si vogliono mettere in maggiore evidenza.

Previsione temporale: breve periodo

Indicatori di monitoraggio: numero di download

SCHEMA N.5 – Bus turistici e *City Sightseeing*

Sottotitolo: studio sulla mobilità dei bus turistici e del servizio di City Sightseeing nel Centro Storico di Firenze

Parole chiave: analisi, City Sightseeing , accessibilità, bus turistici, trasporti

Descrizione:

La scheda mira ad elaborare delle proposte di **riassetto del sistema di ricezione dei bus turistici e di ridisegno delle attuali linee del servizio di City Sightseeing**, previa analisi di buone pratiche in città europee e italiane. Seguono, suddivise per i due ambiti, le azioni proposte.

1. Riorganizzazione bus turistici

Sono state condotte analisi di benchmark su realtà italiane ed europee, nonché un'analisi sullo stato attuale di Firenze. L'analisi ha evidenziato alcuni **casi virtuosi**, quali Strasburgo e Nîmes. Al fine di disporre degli elementi conoscitivi necessari per definire e dimensionare il nuovo sistema, emerge la necessità di effettuare **un'analisi della domanda in arrivo con bus turistici, l'analisi della rete TPL e l'identificazione dei principali nodi turistici da servire**, nonché l'individuazione, in area centrale, di **aree adibite al carico e scarico dei turisti** che usufruiscono dei bus turistici. Previa effettuazione di tali attività si propone quanto segue:

1. l'individuazione di **parcheggi al cordone** ubicati in aree più periferiche (per esempio: Oltrarno) **in cui sia consentita la sosta dei bus turistici**, nonché l'eventuale salita e discesa dei turisti.
2. la definizione di **regole comportamentali** (e.g.: uso corretto degli stalli)
3. l'identificazione di **percorsi-tipo per i bus turistici all'interno del Centro Storico**
4. la realizzazione di **un sito web** contenente indicazioni sugli stalli liberi, materiale turistico, mappe fermate di carico/scarico turisti e attrazioni raggiungibili da tali punti con tempo impiegato a piedi e con servizi urbani di trasporto pubblico (*info pre trip*). Dovrebbe essere prevista la **possibilità di prenotare gli stalli**
5. l'installazione di **pannelli a messaggio variabile** che indirizzino i bus turistici agli stalli liberi
6. l'istituzione di un sistema di **logistica dei bagagli** – servizio di facchinaggio con mezzi a basso impatto ambientale e di dimensioni ridotte
7. l'installazione di **infobox** in corrispondenza delle fermate di interscambio tra i parcheggi dei bus turistici e i bus di linea (*info on trip*)
8. la distribuzione di **materiale turistico** per coloro che prenotano lo stallo.
A tali azioni andrebbe associata una continua **attività di controllo** che garantisca il rispetto delle norme adottate e il buon funzionamento del sistema.

2. Riorganizzazione linee City Sightseeing

Sono state condotte analisi di benchmark su una realtà significativa italiana, nonché un'analisi sullo stato attuale di Firenze. L'analisi di benchmark e l'analisi della realtà fiorentina hanno consentito di elaborare proposte di intervento, così articolate:

1. **analisi** preliminare della **domanda**
2. modifica di tracciato delle attuali linee di City Sightseeing, al fine di ampliare il numero di attrattori turistici serviti e liberare dalla congestione vie dalla sezione limitata. Il Centro Storico risulterebbe servito tangenzialmente da tali servizi: **servizi tangenziali**
3. istituzione nuovi percorsi a servizio del Centro Storico impiegando mezzi di dimensioni ridotte (si veda a fianco l'esempio di Napoli nella zona Spaccanapoli): **link centrali**
4. individuazione di **nodi di interscambio**: l'interscambio tra le linee tangenziali e quelle centrali andrebbe individuato in corrispondenza di nodi posizionati nei pressi di attrattori turistici, in modo tale da alleviare l'attesa dei turisti in trasbordo
5. **revisione e integrazione degli orari**: gli orari dei servizi tangenziali e di quelli centrali dovrebbero essere il più possibile integrati, al fine di contenere le attese nei nodi di interscambio
6. ripristino **collegamento City Sightseeing con le Ville Medicee**: il servizio dovrebbe il più possibile essere integrato con le altre linee di CitySightseeing ed essere accompagnato da un'adeguata attività di promozione, al fine di coinvolgere il più possibile il target di nicchia di riferimento.

Attori Coinvolgibili:

- UNESCO
- MiBAC
- Ufficio UNESCO del Piano di Gestione – Comune di Firenze;
- Regione Toscana: gruppo di lavoro per la candidatura Unesco
- Provincia di Firenze
- Provincia di Prato
- Provincia di Pistoia
- Provincia di Lucca
- I comuni interessati
- City Sightseeing

Categorie di finanziamento: Città di Firenze, Unesco, Regione Toscana...

Previsione temporale:

Riorganizzazione bus turistici: Medio-lungo periodo (attuabile a fasi)*
Ville Medicee: ripristino collegamento City Sightseeing: Breve periodo^
Riorganizzazione linee City Sightseeing: Medio periodo*

* Rif.: Comitato di pilotaggio – Tavolo Mobilità

^ Rif.: Comitato di pilotaggio – Tavolo Mobilità e Tavolo Cultura

Evidenziamo la necessità di studiare il target di riferimento e di attuare un'adeguata campagna promozionale

Indicatori di monitoraggio: numero di permessi di sosta rilasciati ai bus turistici / numero di accessi ai sistemi informativi online / numero di persone che usufruiscono del servizio di facchinaggio (logistica bagagli) / numero di passeggeri su City Sightseeing ville Medicee / numero di passeggeri sulle nuove linee di City Sightseeing
Nel caso in cui gli indicatori presentino valori di allarme, sarà necessario effettuare un'indagine a campione sul gradimento dei nuovi servizi offerti per valutare gli aspetti su cui intervenire.

SCHEMA N. 6 - Formazione professionale e culturale per l'accoglienza turistica

Attività: **FORMAZIONE PROFESSIONALE E CULTURALE PER L'ACCOGLIENZA TURISTICA**

Parole chiave: Formazione professionale, accoglienza, lingue straniere, cultura, ospitalità

Descrizione:

La formazione è un elemento fondamentale per il sistema turistico della Città di Firenze considerata la grande importanza della capacità di accoglienza degli operatori turistici. Le analisi svolte hanno evidenziato la necessità di migliorare l'efficienza del sistema ricettivo fiorentino favorendo lo scambio tra i diversi attori (pubblici e privati).

Questa attività si divide in tre tipologie di intervento: la formazione professionale, il sostegno all'imprenditorialità e la formazione culturale dei cittadini.

1. Formazione professionale

Questa azione si dovrebbe dividere in diverse fasi:

- a) censimento dei corsi professionali per il turismo attivi nell'area fiorentina.
- b) azioni per favorire l'orientamento all'interno delle scuole con uno scambio continuo tra gli istituti professionali e le imprese del terziario fiorentino. In questa fase si prevede l'attivazione di un programma di scambio continuo tra le scuole e le imprese turistiche della città di Firenze: visite alle imprese, seminari.³
- c) organizzazione di corsi professionali innovativi che si affiancano ai corsi di formazione tradizionale (lingue straniere, normativa per i siti Unesco, sicurezza, contabilità, marketing, comunicazione, etc): sostenibilità ambientale, risparmio energetico, uso dei social network.⁴

2. Sostegno all'imprenditorialità

Questa azione prevede di creare un percorso speciale all'interno del servizio "Nuove Imprese" (<http://www.nuovaimpresaintoscana.it/>) per favorire la nascita di imprese innovative nel settore turistico fiorentino. Questo servizio di supporto alla creazione di imprese/attività di lavoro autonomo è formato da un insieme di azioni volte a diffondere una cultura imprenditoriale e a stimolare la nascita di attività in proprio. Le azioni previste sono:

- Azione 1: Supporto all'imprenditorialità e al lavoro autonomo (interventi di sistema)
- Azione 2: Consulenza per la creazione d'impresa/lavoro autonomo (assistenza ex ante)
- Azione 3: Servizi di tutoraggio e consulenza (assistenza ex post)

Questi interventi dovranno favorire l'emergere di nuove nicchie di attrazione turistica per pubblici interessati non solo al turismo tradizionale: "Firenze insolita", artigianato fiorentino, enogastronomia, Ville Medicee.

³ Come esempio si può citare il progetto "Savon@appeal" della Confcommercio di Savona: <http://www.confcommerciosavona.it/index.php?idinfo=767>

⁴ Nella Provincia di Firenze sono già attivi molti corsi professionali "tradizionali" orientati al turismo: <http://www.formazione-firenze.it/>

3. Formazione culturale dei cittadini

La presenza di diverse associazioni di promozione culturale della “fiorentinità” permette di preparare un piano di sensibilizzazione e formazione per i cittadini. Lo scopo, in questo caso, è quello di sensibilizzare la collettività in merito alle peculiarità del proprio territorio, alle dinamiche turistiche e ai progetti di sviluppo turistico attivi approfondendo la conoscenza del proprio patrimonio culturale, ambientale e storico in riferimento ai criteri di determina di luogo inserito nella lista del patrimonio mondiale dell’Unesco.

Le associazioni locali che si occupano di promozione culturale e turistica della città parteciperanno ai tavoli tematici organizzati dall’ufficio UNESCO del Comune di Firenze.

Attori Coinvolgibili:

- Comune di Firenze – Centro di formazione professionale
- Provincia di Firenze
- Camera di Commercio di Firenze
- Associazioni di categoria (Confcommercio, Confesercenti, Confindustria, CNA etc..)
- Ente bilaterale turismo toscano
- Ente bilaterale del commercio di Firenze
- Formaimpresa Firenze Surl
- Cosefi (Confindustria firenze)
- Cescot Firenze
- Scuole secondarie superiori

Categorie di finanziamento: la formazione professionale in Italia dipende in larga misura dai fondi europei del Fondo Sociale Europeo (POR FSE 2007-2013). Tra le altre forme di finanziamento si possono ricordare: FOR.TE (Fondo paritetico per la formazione continua dei dipendenti delle imprese che operano nel Terziario), FON.TER (fondo paritetico interprofessionale nazionale per la formazione continua del terziario), FORMATEMP (Fondo per la formazione dei lavoratori in somministrazione con contratto a tempo determinato), FONDIIMPRESA (Fondo interprofessionale per la formazione continua di Confindustria CGIL CISL e UIL), FONDIRIGENTI (Fondo Interprofessionale per la Formazione Continua dei dirigenti).

Previsione temporale: medio / lungo periodo

Indicatori di monitoraggio: numero di corsi innovativi attivati / numero di richieste per il servizio “nuova imprenditorialità” / numero di imprese innovative attivate nel settore turistico / numero di partecipanti agli incontri rivolti alla formazione per i cittadini

SCHEDA N. 6 – Destinazione Firenze: Turismo per tutti

Attività: *DESTINAZIONE FIRENZE: un turismo per tutti*

Sottotitolo: Proposta di studio, identificazione e sviluppo di itinerari per un turismo accessibile nell'area del Centro Storico di Firenze Patrimonio Mondiale dell'UNESCO.

Parole chiave: *best practices, ACCESSIBLE TOURISM, tourism management, Progetto Calypso.*

Descrizione:

La scheda mira a predisporre uno studio di fattibilità per l'identificazione, la realizzazione di itinerari per un turismo accessibile all'interno del Centro Storico di Firenze Patrimonio Mondiale dell'UNESCO. Il turismo accessibile ha un'importanza sempre maggiore considerate le ricadute economiche di questo particolare settore. Di seguito si illustrano nello specifico le attività preliminari fondamentali per la strutturazione di proposte operative.

1. AZIONI DESK

- Analisi delle *best practices* e lettura critica delle esperienze nazionali e internazionali già consolidate in particolare di quelle maggiormente comparabili con la realtà di Firenze.
- Analisi dei parametri tecnici dettati dalla normativa nazionale e internazionale in materia di *accessibilità dei diversamente abili* nei centri storici e nelle strutture museali.
- Analisi della relazione esistente tra **accessibilità museale e standard museali** della Regione Toscana.

2. AZIONI DI NETWORK

- Censire la presenza in territorio fiorentino di **Associazioni che si occupano del tema**. Per esempio About Florence Firenze Accessibile.
- Implementare una cabina di regia partendo dal progetto esistente "Firenze contagiosa bellezza" degli uffici che si occupano di turismo debole.

3. AZIONI OPERATIVE SUL TERRITORIO

- Censimento delle strutture culturali accessibili alle categorie previste dal programma europeo Calypso: anziani, diversamente abili, famiglie, giovani definito con l'acronimo *STEER – Social Tourism European Exchanging Platform*).
- Censimento di itinerari nel centro storico accessibili ai diversamente abili e alle diverse categorie di turismo debole.
- Identificazione su cartografie del grado di accessibilità delle diverse strutture culturali.
- Strutturazione di un Flyer divulgativo che contenga le informazioni precedentemente raccolte (es: *Accessible Florence Civic Museums*).

A questo proposito si riporta in allegato (si veda anche Figura 1) un primo esempio di censimento sulle strutture culturali che potrebbe essere sviluppato. Questa prima raccolta riguarda **104 musei del territorio** della città di Firenze per i quali, oltre a dati sulla fruizione (orari e giorni di apertura, costo, indirizzo) sono state raccolte informazioni sull'accessibilità.

Civico	Prezzo		Appartenenza a Firenze card	Accessibilità			Gratuità		Prenotazione obbligatoria	Attualmente chiuso	LUN				
	Intero	Ridotto		Accessibilità disabili	Percorso tattile	Disabile	Disabile+accompagnatore	< 9.00			09.00-11.00	11.00-13.00	13.00-15.00	15.00-17.00	17.00-19.00
11	0	0		SI											SI
1	3,5	3,5					SI				SI	SI	SI	SI	
34	6	4		SI			SI			SI	SI	SI	SI	SI	SI
	0	0		SI						SI	SI	SI	SI	SI	
	3,5	2,5					SI			SI	SI	SI	SI	SI	
31	5	5								SI	SI	SI	SI	SI	SI
9				NO						SI	SI	SI	SI	SI	SI
6	6	6		NO			SI			SI	SI	SI	SI	SI	SI

Figura 1. Estratto della proposta di organizzazione dati sviluppata per Destinazione Firenze (elaborazione: SiTI, 2013)

Attori Coinvolgibili:

- *Scala Internazionale e Nazionale*: attori presenti nei network precedentemente citati;
- *Scala Locale*:
 - Ufficio UNESCO del Piano di Gestione – Comune di Firenze
 - Assessorati di competenza del Comune di Firenze
 - Musei Civici Fiorentini - Direzione Cultura, Turismo e Sport, Comune di Firenze
 - Soprintendenza per i Beni Architettonici e Ambientali di Firenze
 - Soprintendenza del Polo Museale Fiorentino
 - Presidente Quartiere 1
- *Collaborazioni esterne con istituti di ricerca*
- *Fondazione Serono (consultare progetto "A ruota Libera", guida turistica di Firenze*
<http://www.fondazione-serono.org/disabilita/ultime-notizie-disabilita/a-ruota-libera-guida-di-firenze-per-disabili/>)

Categorie di finanziamento: da discutere (es. Progetto Calypso)

Queste prime analisi si potrebbero sviluppare in vista della partecipazione del **Access City Award** nell'autunno del 2015. Questo premio che viene assegnato alla città europea maggiormente impegnata nelle politiche a favore dell'**accessibilità urbana** per i disabili.

Previsione temporale: medio / lungo periodo

Indicatori di monitoraggio: Presenza negli itinerari cittadini degli elementi che caratterizzano la "città ospitale" secondo i parametri definiti dalla Presidenza Consiglio dei Ministri; numero musei accessibili alle categorie deboli; numero musei gratuiti per il disabile e eventuale accompagnatore.

SCHEDA N. 8 - Gestione dei dati museali, culturali e turistici per un turismo sostenibile

Attività: **OMOGENIZZAZIONE DEI DATI MUSEALI, CULTURALI E TURISTICI**

Sottotitolo: Proposte di omogeneizzazione delle informazioni culturali provenienti da diversi soggetti della realtà locale e nazionale.

Parole chiave: benchmarking analysis, omogeneizzazione informazioni cartografiche e statistiche, dati qualitativi e quantitativi.

Descrizione: Le azioni derivanti dallo studio potrebbero mirare alla creazione di un percorso di concertazione tra gli enti per **sviluppare un modello standardizzato di flusso dei dati culturali: un metodo strutturato di raccolta, memorizzazione, elaborazione e rappresentazione dei dati**. Nello specifico l'attività potrebbe essere declinata nelle seguenti azioni:

1. Azioni di GOVERNANCE

- 1.1 Organizzazione di un tavolo tematico, coordinato dall'Ufficio UNESCO del Centro Storico di Firenze, che coinvolga gli attori che a vario titolo si occupano di offerta turistica e culturale con un gruppo dedicato agli OpenData e al SIT:
 - Identificazione degli attori da coinvolgere;
 - Primo incontro con gli attori: presentazione dell'azione di omogeneizzazione di dati del progetto "Destinazione Firenze" e definizione delle attività del gruppo di lavoro;
 - Definizione delle modalità di collaborazione (es. protocollo di intesa, *cfr. Categorie di finanziamento*)

2. Azioni OPERATIVE

- 2.1 Delineare con i responsabili dei musei privati delle metodologie condivise di raccolta dati;
- 2.2 Definire con i responsabili dei diversi sistemi gestionali museali e con il MIBAC, modalità/standard di raccolta e di diffusione dei dati tra i vari enti.
- 2.3 Creazione di un dataset strutturato per raccolta dei dati relativi agli ingressi museali da condividere con gli enti del territorio
- 2.4 Sviluppo di una *struttura condivisa del DB di raccolta* dati che andrà poi condiviso con gli uffici SIT;
- 2.5 Sviluppo e popolamento del database;
- 2.6 Messa in rete del DB e sviluppo di strumenti web/applicazioni tecnologiche per la consultazione e il download dei dati.

Attori Coinvolgibili:

- *Scala Nazionale:* MiBAC Ufficio Studi
- *Scala Locale:*
 - Ufficio UNESCO del Piano di Gestione – Comune di Firenze
 - Musei Fiorentini
 - Direzione Cultura, Turismo e Sport, Comune di Firenze
 - Soprintendenza per i Beni Architettonici e Ambientali di Firenze
 - Soprintendenza del Polo Museale Fiorentino

Presidente Commissione Cultura Quartiere 1
Linea Comune S.p.A. (come soggetto rappresentante della Firenze Card)
Sistemi Informativi, Comune di Firenze
OpenData, Comune di Firenze

Categorie di finanziamento: la tipologia di sviluppo del progetto potrebbe essere un **Protocollo di Intesa** tra gli enti partecipanti in vista dell'identificazione di risorse economiche pubbliche e private e/o di strumenti di finanziamento regionali e/o europei per lo sviluppo del progetto. Le fonti di finanziamento potrebbero essere:

- Horizon 2020;
- Programma COST per lo sviluppo di network;
- Bandi regionali e/o provinciali;
- Bandi tematici (verificare con Uffici SIT e OpenData).

Previsione temporale: lungo periodo

Progetti in sviluppo: Contestualmente alle azioni operative proposte nella pagina precedente, l'azione potrebbe sviluppare linee strategiche nazionali e internazionali che, sulla base dello studio "*Dati culturali, museali e turistici: progetto di omogeneizzazione dei dati cartografici*" sviluppato in "*Destinazione Firenze*", potrebbero concretizzarsi in progetti pilota oppure nella partecipazione a network nazionali ed internazionali.

Si riporta ad esempio:

1. Sviluppo di una scheda turistica di censimento dei musei della Città di Firenze

Censimento delle caratteristiche di fruizione dei Musei Fiorentini Edizione 0: progetto pilota di rilevazione di un segmento dei musei fiorentini (es. Musei Civici) e proposta di una scheda di censimento dei musei che poi potrà essere condivisa con le altre strutture museali. La scheda potrebbe contenere informazioni su: indirizzo, numero di telefono, soggetto referente, orari di apertura, indirizzo, accessibilità ai disabili.

2. Identificazione di modalità condivise per la raccolta dei dati sugli ingressi

Iscrizione e partecipazione a network internazionali sui dati statistici dei musei al fine di condividere a livello europeo una modalità di raccolta dati esportabile poi in territorio fiorentino.

Es: **EGMUS – European Group on Museums Statistics**⁵. Attraverso l'Egmus al quale i diversi enti che amministrano i musei potrebbero aderire al fine di scambiare conoscenze e di fruizione reciproca dei dati statistici.

Indicatori di monitoraggio: Numero di dataset presenti sulla piattaforma OpenData relativi alla fruizione del patrimonio culturale/ Numero di dataset/shape del Sistema Informativo Territoriale relativi alla fruizione del patrimonio culturale/ Numero di schede di metadato relativa al punto precedente/

⁵ **EGMUS – European Group on Museums Statistics:** The collection, comparison, analysis and harmonization of Europe-wide museum statistics is EGMUS' main concern. The Experts working in the museum field, statistical and scientific institutions as well as Ministries of Culture work closely together with Eurostat (fonte: EGMUS http://www.egmus.eu/en/about_egmus/).