

SCIENZA

Venerdì 13 Marzo 2015 20:16

Buy Maremma Online: due giorni di spunti e riflessioni su internet e Maremma



Grosseto - La due giorni, svoltasi all'Hotel Airone di Grosseto il 10 e l'11 marzo, ha avuto come tema il rapporto tra turismo, agroalimentare, arte e cultura digitale immaginando un'offerta integrata di servizi e produzioni di alta qualità.

L'evento, organizzato da Officina Turistica assieme al Comune di Grosseto, ha riscosso un ottimo successo di pubblico in entrambe le giornate registrando oltre 400 presenze. Trenta relatori si sono

alternati nei due giorni di lavori spaziando tra internet, turismo, storia, cultura e innovazione tecnologica.

“L'agroalimentare e le tradizioni sono gli elementi fondamentali del turismo in Maremma – afferma Luca Ceccarelli, assessore sviluppo rurale e turismo del Comune di Grosseto – proprio per questo motivo ci vuole una cooperazione tra i due settori. La forza del racconto, infatti, è fondamentale per spingere un turista a visitare la Maremma.”

Tra gli interventi che hanno riscosso maggiori consensi, molto apprezzata l'introduzione di Rodolfo Baggio, docente all'Università Bocconi di Milano, dedicata all'importanza dei dati e del loro rilascio a favore dei cittadini e degli operatori turistici

“La capacità di evidenziare fenomeni complessi combinando tutte le fonti di informazioni disponibili è un vantaggio enorme per chi è in grado di sfruttare fino in fondo le opportunità oggi disponibili. – Ribadisce Rodolfo Baggio, docente all'Università Bocconi di Milano - Tuttavia, al di là della sovrapposizione commerciale, un'analisi più attenta e neutra del fenomeno Big Data mette in evidenza una serie di problemi, alcuni dei quali sono ben noti in ambito accademico, ma potrebbero non essere pienamente familiari agli operatori del settore.”

Robi Veltroni di Officina Turistica, concordando con il professor Baggio, asserisce: “Un problema da non sottovalutare è la difficoltà di avere dati aggiornati per poter cercare di prevenire errori e problematiche relative agli operatori del settore –aggiunge, inoltre,- il problema della Maremma non è tanto la promozione, ma la distribuzione del prodotto sul mercato “

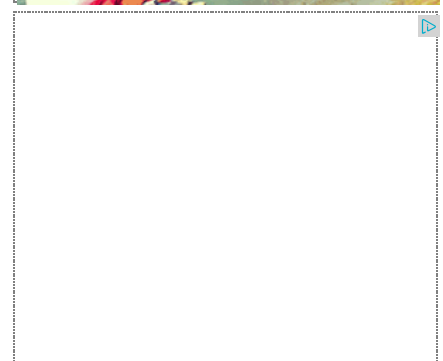
“Difendere il PIL di una destinazione” è leitmotiv di Buy Maremma Online, interpretato così da Antonio Pezzano: “Se si vuole puntare sul turismo culturale non basta la strategia della cultura diffusa sul territorio. Abbiamo bisogno di avere dei “siti/musei blockbuster” che sappiano attirare l'attenzione dei “mecenati” e offrire esperienze all'altezza dei “megabrand” mondiali. – Asserisce Antonio Pezzano, consulente per le destinazioni turistiche giunto in Maremma da Francoforte. - La differenza tra l'Italia e la Spagna sta nel turismo balneare che è ancora il cuore del mercato turistico europeo.”

La bellezza dell'Italia è una nota distintiva e va protetta e tutelata, questo è quanto emerge dalla presentazione del libro “Fondata sulla bellezza” di Emilio Casalini, giornalista di Report.

“La bellezza è la prima qualità dell'Italia, è la sua stessa essenza. – Evidenzia Emilio Casalini – tutto il mondo lo riconosce, ma non gli italiani che continuano a calpestare, umiliare, nascondere o distruggere l'immenso patrimonio ambientale, paesaggistico e artistico che hanno ereditato.”

Nel pomeriggio è stato presentato un interessante corso di formazione rivolto agli operatori per promuovere la destinazione turistica.

“Hospitality coach è un seminario per evolvere le competenze manageriali nell'ambito del turismo digitale, apprendere metodologie e strumenti di lavoro, imparare a pianificare risorse


Trovaci su Facebook



Qui Grosseto

Mi piace

Qui Grosseto piace a 5.079 persone.



Plug-in sociale di Facebook

e tempi – spiega Lidia Marongiu di Studio Giaccardi e Associati - cogliendo le opportunità dei social media senza perdere di vista gli obiettivi di business.”

Pasquale Stroia di Travel Appeal ha presentato Sentiment Maremma, uno studio che mette in evidenza la percezione dell’immagine digitale della destinazione Maremma svelandone l’appeal turistico. I numerosi interventi del pubblico sono stati mediati da Giancarlo Capecci.

“Il sentiment Maremma è un dato che riassume la percezione che la Maremma offre online.”

-Spiega Veltroni- “in assenza di altri riferimenti non possiamo fare molti raffronti ma l’indice generale appare leggermente insufficiente con valutazioni ottime per il food e buone a livello reputazione, perdiamo qualche punto sulle infrastrutture web analizzate nel campione e sull’utilizzo dei social network”.

Nella seconda giornata è stato affrontato il tema della produzione agricola e agro-alimentare come fattore caratterizzante della provincia di Grosseto, mettendo in evidenza il legame tra Cibo & Turismo come opportunità di sviluppo basata su internet. Queste sono state le tematiche affrontate da Giuseppe Giaccardi e Lidia Marongiu dello Studio Giaccardi e Associati.

Questi panel sono stati introdotti e moderati da Francesco Gentili, grande esperto del settore. C’è tanto da fare con l’offerta museale che, online, potrebbe migliorare la sua presenza. La ricerca affidata a Alessandro Fichera ha evidenziato qualche buona pratica e una presenza online molto migliorabile, in particolare si segnala la totale assenza di profili Twitter gestiti dai musei maremmani.

La seconda parte della giornata, denominata Storiming Maremma Digital Innovation, è stata all’insegna dei giovani e dei loro progetti innovativi che hanno come argomento fondante la Maremma e il digitale. La sessione è stata moderata da Nicola Carraresi di Officina Turistica, che ha imposto ai creatori dei progetti di presentarli con 10 slides e in 10 minuti. Ad aprire questo panel è stato Niccolò Falsetti, che ha presentato Altrove.

“Altrove (www.altrove.me) è un esperimento che si presenta sotto forma di gioco urbano. – Spiega Niccolò Falsetti - I protagonisti, i giocatori, sono dieci ragazzi che attraversano la città e il web non come luoghi da cui fuggire ma come situazioni da esplorare.”

Un altro intervento interessante è stato “Open space without wall”, progetto presentato dalla scuola primaria L. Santucci di Castel del Piano.

“L’obiettivo principale del Progetto Classe 2.0, “Open spaces without walls” è quello di realizzare ambienti di apprendimento che siano luoghi di crescita della persona attraverso le TIC, come supporto di tutte le attività curriculari – spiegano le maestre Antonella Coppia e Nicoletta Farneschi – potenziando, così, le capacità cognitive di ciascuno e valorizzando le intelligenze multiple.”

Durante la spiegazione sono intervenuti anche due bambini che hanno raccontato, con grande entusiasmo, la loro esperienza.

Il filo che ha unito tutto l’evento è stato quello di un interesse condiviso alla crescita del nostro territorio oltre alla necessità di creare momenti e soluzioni unitarie anche per la fase distributiva delle nostre eccellenze e dei nostri territori. Ecco perché il progetto BMO prosegue cambiando nome in “Join Maremma Online”. L’ambizione è quella di creare una piattaforma on e off line che unisca l’imprenditoria maremmana migliore per formare un’offerta solida e unica sulla rete. L’appuntamento è per il prossimo autunno in una località della Maremma ancora da definire, JMO diventa infatti, con la sua edizione autunnale, itinerante.

Ti potrebbero interessare anche:



Il maltempo fa vittime anche in Toscana, morte ieri due sorelle da Corriere Nazionale il Cittadino oggi



RCA Auto Quixa. Con Happy Polizza chi arriva prima risparmia di più. (4WNet)



L'Oman punta sull'Expo per presentarsi ai turisti italiani da Corriere Nazionale il Cittadino oggi



Franceschini: la crisi si supera investendo su turismo e cultura da Corriere Nazionale il Cittadino oggi



Fiaip: incerte prospettive 2015 per mercato immobiliare turistico da Corriere Nazionale il Cittadino oggi



Bit chiama Expo, è di scena il confronto da Corriere Nazionale

