

CONTEST

LA CITTA' TURISTICA DEL FUTURO E'

Concepire la **città turistica** come qualcosa di separato e distinto dalla città "ordinaria" è un'idea ormai priva di senso storico. La città contemporanea è diventata infatti un organismo cangiante e orientato a rispondere ad una molteplicità di funzioni, volte a **soddisfare una pluralità di utenti** che vi risiedono stabilmente o per un periodo limitato, che la utilizzano per lavoro, studio o altri motivi, o che soltanto la "visitano" per pochi giorni attratti da qualcuna delle sue qualità. L'esaurimento della città moderna (figlia della rivoluzione industriale) ha comportato infatti la fine della tradizionale separazione tra città della residenza e del lavoro e città del divertimento e del turismo e fatto sì che ogni città debba oggi pensarsi, anche, "turisticamente" per i propri abitanti come per tutti gli altri city users.

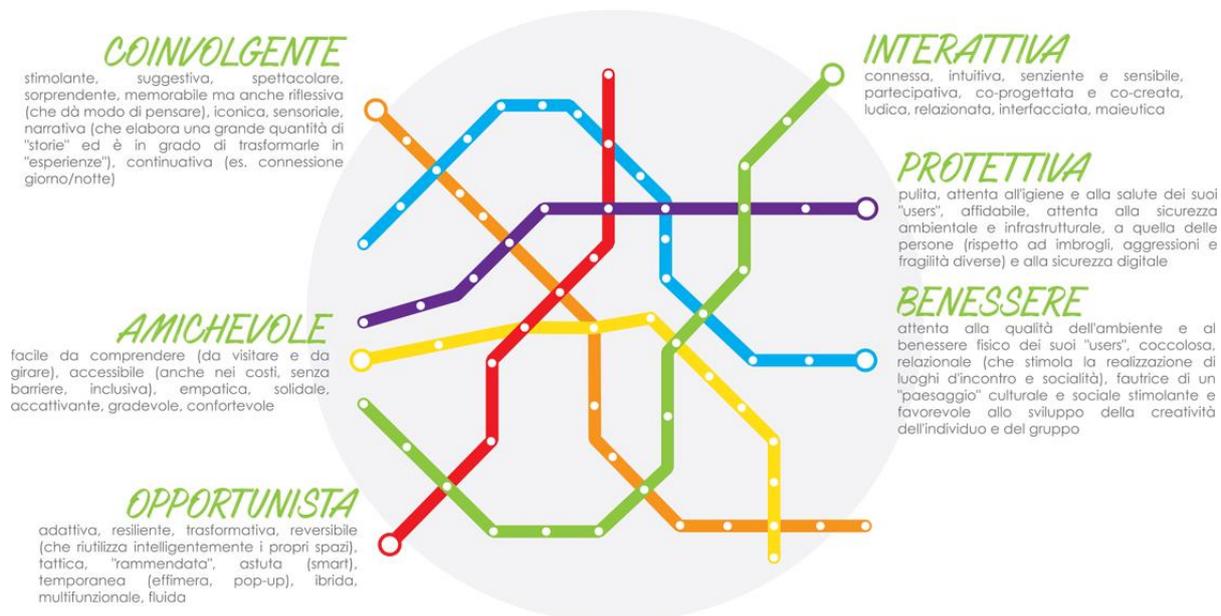
Ciascuno di questi individui è, per la sua parte, un "utilizzatore" di quella città (un *city user*) e come tale si aspetta di essere **interessato, coinvolto, reso partecipe e bene-accolto dalla città stessa**. Queste premesse hanno fatto sì che ai tradizionali "pianificatori" dello spazio urbano si siano affiancati una miriade di nuove figure sociali (rappresentate da associazioni, gruppi, nuclei d'intervento, communities) che promuovono un approccio bottom-up alla progettazione urbana. Un approccio molto vicino ai city users o addirittura generato dai city users stessi.

Come può una città stimolare l'interesse dell'utilizzatore, farlo sentire coinvolto, partecipe e bene-accolto?

Questo il tema della quarta edizione di Welcoming Cities, l'evento formativo internazionale ideato dal **Piano strategico di Rimini e del suo territorio** che attraverso un costante studio **sull'accoglienza turistica** individua e seleziona le più **innovative buone pratiche a livello internazionale**, offrendo un'importante occasione di riflessione, aggiornamento e confronto su un nuovo concetto di **accoglienza turistica delle città**.

Le 6 linee di sviluppo della Welcoming City

LA CITTÀ TURISTICA DEL FUTURO È...



IL CONTEST

LA CITTA' TURISTICA DEL FUTURO E' ...

Per l'edizione 2017, Welcoming Cities lancia un contest dedicato ad amministratori pubblici, operatori e professionisti della gestione, promozione e valorizzazione del territorio e dell'accoglienza turistica (comuni, enti ed associazioni di promozione territoriale, progettisti, agenzie di sviluppo locale e marketing territoriale etc) ai quali offre la possibilità di far conoscere la propria esperienza ed entrare a far parte delle buone pratiche di innovazione e accoglienza turistica che saranno presentate al pubblico di Welcoming Cities e Be-Wizard!

OGGETTO

Candidatura di pratiche innovative di promozione e accoglienza turistica riferibili alle linee di sviluppo della "Welcoming City":

- **COINVOLGENTE** = una città che gioca le numerose carte di cui dispone per affascinare i City Users e coinvolgerli nelle proprie trame : spettacolare e sorprendente, suggestiva ma anche iconica (sia nello sviluppo di *landmark* che di altri *segni urbani* caratteristici che la rendono immediatamente riconoscibile); una città che sa trasformare le proprie vicende in "storie" che avvincono il CU e che - volendo - possono trasformarsi in esperienze memorabili; una città "continua" (che non si ferma mai, nella quale il giorno e la notte si susseguono senza soluzione di continuità) ma anche "contigua", dove le tradizionali funzioni della produzione e del riposo, del divertimento e delle relazioni sociali sono accostate e non divise); una città vibrante ma che trova anche il modo per "rallentare" e riflettere su se stessa.
- **AMICHEVOLE** = una città che si propone con un atteggiamento di aperta disponibilità nei confronti dei propri City Users; una città facile da visitare e da comprendere perché parla la nostra lingua, perché le sue funzioni e le sue attività sono chiare e chiaramente illustrate; una città che fa della gradevolezza e del confort un punto d forza consapevole e non un semplice accessorio; una città empatica, che entra in sintonia con i propri CU sforzandosi di comprenderne esigenze e necessità e quindi anche accessibile, non solo dal punto di vista della mobilità ma anche di quello dell'inclusività e dalla fruibilità in senso lato; una città che afferma i valori della tolleranza e della solidarietà come pratica quotidiana e non semplice enunciazione.
- **INTERATTIVA** = una città che interagisce costantemente con i propri City User facendo leva sullo sviluppo di strumenti di connessione e comunicazione (ma anche di interfacce urbane) sempre più elaborati e pervasivi e su un modello relazionale ormai stabilmente bidirezionale; una città intelligente basata su un ecosistema tecnologico/sociale che attraverso il potenziamento della "sensibilità" (fisico-digitale) degli individui e l'utilizzo di sistemi informativi *open source* ristabilisce il concetto di partecipazione attiva alla cittadinanza definendo - allo stesso tempo - nuovi criteri di interazione tra persone e spazi e nuovi modelli di creazione e di progettazione partecipata della vita collettiva.

- **OPPORTUNISTA** = una città che sa trarre vantaggio dalle mille opportunità che le si presentano: astuta (ancor prima che “intelligente”) e tatticamente sapiente nell’utilizzo degli spazi e nella loro “usabilità” in relazione alle esigenze cangianti della vita urbana; anche per questo una città ibrida, in grado di modellarsi fluidamente (anche in maniera effimera) sulle molte e complesse funzioni che le vengono attribuite; una città resiliente che sa adattarsi alle trasformazioni e ai cambiamenti anche più rilevanti (da quelli climatici a quelli tecnologici a quelli sociali); una città reversibile che ha (re)imparato l’arte del “rammendo” urbano e quella del riuso e della rigenerazione degli spazi.
- **PROTETTIVA** = una città attenta alla sicurezza dei propri City Users nella loro sfera personale e “fisica” e nelle dinamiche collettive, nello sviluppo delle infrastrutture, nell’organizzazione degli spazi della mobilità, nella difesa da frodi, raggiri, alterazioni e violazioni di diversa natura (comprese quelle informatiche); analogamente attenta alla loro salute sia in termini preventivi (in virtù di un’adeguata attenzione alla pulizia ed all’igiene pubblica e di un ambiente salubre con spazi verdi commisurati alle necessità) che in termini di assistenza (pronta e facilmente accessibile); una città, quindi, complessivamente “affidabile” e attenta alla reputazione che ne deriva.
- **BENESSERE** = una città orientata al benessere dei propri City Users: benessere fisico (come attività complementare alla sua funzione “protettiva”) ma anche benessere culturale, sociale e “ambientale” in senso lato; una città dove ci si può sentire “cocolati” anche in virtù dell’esistenza di luoghi dedicati allo sviluppo di relazioni sociali ricche e soddisfacenti. Una città, quindi, che ha ben presente il valore della creatività dei propri City User, come patrimonio personale dei singoli e come patrimonio collettivo della comunità.

Ciascuna candidatura può riferirsi esclusivamente ad un massimo di 3 delle linee di sviluppo sopra descritte

A CHI SI RIVOLGE

Comuni, Unioni di Comuni, altre amministrazioni locali, agenzie di sviluppo locale e marketing territoriale, enti e associazioni di promozione turistica, Gruppi di Azione Locale, progettisti, aggregazioni culturali, city users e chiunque voglia segnalare una buona pratica di accoglienza turistica innovativa conosciuta in giro per il mondo.

COME PARTECIPARE

Le candidature vanno inviate compilando il form online sul sito www.welcomingcities.it alla pagina *contest*.

E’ possibile, e consigliabile, allegare file, immagini, video, presentazioni, brochure, flyer etc.

SCADENZA PER LA PRESENTAZIONE DELLE CANDIDATURE

15 MARZO 2017

MODALITA' DI SELEZIONE

Le proposte saranno valutate da una commissione tecnica appositamente costituita, in base ai seguenti criteri: **originalità, grado di innovazione socio-culturale, impatto turistico, impatto sulla qualità urbana, grado di partecipazione/coprogettazione, grado di innovazione tecnologica.**

Il 20 MARZO 2017 saranno comunicati i vincitori del concorso.

RICONOSCIMENTI

- **A tutti i proponenti partecipanti¹ al bando** sarà offerta la possibilità di partecipare gratuitamente all'evento formativo internazionale di Welcoming Cities 2017 che, attraverso la presentazione dei migliori casi di successo portati da speaker internazionali, consente di scoprire le sinergie vincenti tra territori e soluzioni innovative per il turismo e che si terrà presso il Palacongressi di Rimini il 31 marzo e il 1 aprile 2017, all'interno di Be-Wizard, l'evento formativo di eccellenza sul Digital Marketing.
- **Le buone pratiche di maggior rilevanza** saranno selezionate e pubblicate nel blog di Welcoming Cities (blog.welcomingcities.it) tra le migliori buone pratiche di accoglienza turistica innovativa.
- I proponenti delle **prime 10 migliori buone pratiche**, oltre all'ingresso gratuito all'evento formativo di Welcoming Cities 2017, potranno presentare dal vivo al pubblico di Welcoming Cities e di Rimini Innovation Square la buona pratica segnalata durante l'evento serale di premiazione, che si svolgerà il 31 marzo presso Innovation Square a Rimini durante la Pecha Kucha Night².
- I primi **3 vincitori** del contest saranno, inoltre, ospitati la notte del 31 marzo gratuitamente presso il prestigioso i-Suite hotel (www.i-suite.it) di Rimini e avranno la possibilità di presentare la propria buona pratica anche al pubblico di Welcoming Cities e di Be-Wizard sabato 1 Aprile 2017 presso il Palacongressi di Rimini.

TERMINI E CONDIZIONI

Il candidato partecipando al contest autorizza l'Agenzia Piano Strategico srl di Rimini ai sensi dell'art. 97 della legge in materia di diritto d'autore (legge n. 633 del 22 aprile 1941) a:

- utilizzare, pubblicare, diffondere o trasmettere i video, le slide, le presentazioni, le informazioni e qualsiasi materiale sarà consegnato ai fini della partecipazione al contest attraverso qualsiasi canale comunicativo e promozionale (televisivo, radiofonico, internet, audiovisivo, sito web ecc. in qualunque forma e con qualsiasi mezzo tecnico;

¹ Le buone pratiche segnalate, per essere ammesse al contest, dovranno comunque essere validate dalla Commissione.

² L'evento durante il quale si succederanno le presentazioni delle buone pratiche e verranno proclamati i vincitori.

Inoltre, dichiara

- di aver letto e accettato i termini e le condizioni di trattamento dei dati personali con le modalità e per le finalità indicate nell'informativa;
- di assumersi la piena responsabilità delle dichiarazioni rese sotto qualunque forma (audio, video, fotografici), che le stesse sono vere e non contengono alcun elemento avente natura o finalità pubblicitaria diretta, indiretta o subliminale o che possa provocare lesioni di diritti personali o patrimoniali di terzi, sollevando l'Agenzia Piano Strategico da qualsiasi pretesa e/o azione anche di terzi;
- di possedere la titolarità dei documenti e materiali (audio, video, fotografici) consegnati e che gli stessi non ledono i diritti personali e/o patrimoniali di terzi;

Informativa sulla Privacy ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. 196/03

In ottemperanza al disposto del D.lgs 196/03, con la presente l'Agenzia Piano Strategico di Rimini in qualità di Titolare del trattamento, La informa che i Suoi dati sono raccolti e trattati unicamente per le finalità in oggetto. Il trattamento avviene in piena conformità di quanto previsto dal D.Lgs 196/03. Titolare del trattamento è l'Agenzia Piano Strategico, con sede in piazza Cavour, 27 – Rimini, e ai sensi dell'art. 7 del D.Lgs. 196/2003, lei ha il diritto di accedere ai propri dati chiedendone la correzione, l'integrazione e, ricorrendone gli estremi, la cancellazione o il blocco.