

Eventi della cultura e dell'arte per
valorizzare l'identità'

ESERCIZI DI STILE

ESERCIZI DI STILE



Micaela Vettori – Responsabile Relazioni con il Territorio – Fondazione Bruno Kessler (TN)

ESERCIZI DI STILE

Il Trentino degli eventi culturali il 30 maggio 2008

52 Mostre

8 Musica

3 Teatro

2 Danza

19 Cinema

26 convegni



ESERCIZI DI STILE

Gli organizzatori

La Provincia autonoma

223 Comuni

555 Associazioni culturali

25 Musei provinciali

28 sedi espositive

4 ecomusei

3 parchi naturali



ESERCIZI DI STILE

E ancora

86 biblioteche comunali

35 punti di lettura

35 biblioteche speciali e
di conservazione

1 Conservatorio su 2
sedi

14 scuole musicali



ESERCIZI DI STILE

ESERCIZI DI STILE

ESERCIZI DI STILE

Questioni di stile

Turismo: esempio di complessita'

1. molteplici agenti
2. sensibilita' al contesto
3. dipendenza da condizioni esterne
4. multiprodotto
5. competitivita' globale
6.

Questioni di stile

Il turismo e'

- **Economia:**
 - prodotti e produttori
 - comunicazione
 - competizione
 - concorrenza
- **Cultura:**
 - ambiente
 - architetture
 - paesaggio: naturale, culturale, urbano
 - iniziative

Questioni di stile

Destinazione TRENINO

Applicando lo zoom:

Europa
↓
Alpi
↓
Italia

Nord-est

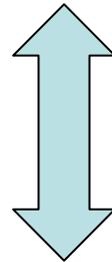
Trentino

Val di Non – *Terza Sponda*

Maddalene

Questioni di stile

Competizione

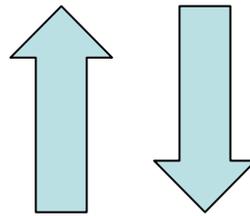


Concorrenza

Dove cominciano?

Questioni di stile

La competizione esiste a tutti i livelli



La concorrenza esiste dentro ogni singolo
livello



Questioni di stile

Per vincere nella competizione:

1. Conoscere il prodotto

- Ambiente naturale
- Momumenti
- Prodotti tipici

2. Conoscere il cliente

- I Target
- Le aspettative

Questioni di stile

Il territorio e' il prodotto

Per essere competitivo deve essere
originale

Per essere soddisfacente deve essere
autentico

Per essere remunerativo originalita' e
autenticita' devono riflettersi in ogni
aspetto e dettaglio e diventare **stile**

Questioni di stile

Originalita'

Nella complessita' globale dell'offerta, l'originalita' fa scattare l'interesse e rende meno importante il prezzo

Autenticita'

Solo l'autenticita' conferma l'aspettativa emotiva che e' la vera scommessa del fascino turistico di una destinazione

Questioni di stile

L'importanza della **cultura** **come conoscenza**

- del territorio
- della storia
- dei prodotti
- delle tradizioni
- delle memorie

Questioni di stile

la conoscenza che diventa
segno
riconoscibile e comunicabile
e' all'origine dello
stile

Questioni di stile

Cosa cerca il turista cliente:

- Storia locale, memorie visibili
- Lingua e dialetti usati dai residenti
- Tradizioni e folklore
- Artigianato
- Arte e musica
- Lo stile del vestiario
- Costruzioni tipiche
- Metodi e sistemi di formazione
- Religione e sue manifestazioni
- Divertimenti
- Gastronomia e ricette
- Eventi della cultura e dello spettacolo

Questioni di stile

Il prodotto turistico e' la somma delle risposte alle aspettative del cliente

Il potenziale economico e' proporzionale alla quantita' di aspettative divenute prodotto

La redditivita' dei prodotti e' legata al loro stile

Questioni di stile

LO STILE

SONO I SEGNI DELL'IDENTITA'

Questioni di stile



Questioni di stile

IDENTITA' TERRITORIO PRODOTTO

- Definire l'identità significa essere in grado di isolare e poi descrivere tratti caratteristici di quel solo territorio e della comunità che lo abita
- Perché l'identità sia percettibile quei tratti vanno resi visibili e riconoscibili
- Perché l'identità sia condivisa deve essere autentica e percepita come propria

Questioni di stile

PARTIRE DA SE'

- Ritrovare le fonti: gli anziani, le memorie, le ricerche...
- Interpretare i segni dell'identità nelle applicazioni quotidiane: gli ambienti, gli arredi, gli oggetti, le ricette, gli ingredienti, gli abiti, i racconti, ...
- Reinterpretare le fonti perché diventino "prodotto"
- Comunicare l'identità territoriale:
 - macro se per il lontano,
 - sempre più puntuale se rivolta al vicino

Questioni di stile

La grande

Q

La qualita' e' il risultato di particolari
eccellenti

Questioni di stile

COMUNICAZIONE è anche:

- creare il messaggio
- pensare al destinatario
- scegliere lo strumento

Questioni di stile

MAI DIMENTICARE

Il turista viaggia alla ricerca di suggestioni