



Terzo laboratorio pubblico – REPORT

Giovedì 29 gennaio 2026, ore 18.45-20.30



Istituto Marinelli, Samone di Guiglia (MO)

PARTECIPANTI

Cittadinanza 10 (4F; 6M)

Rappresentati di attività economiche 12 (4F; 8M)

Comune di Guiglia: 2 assessori (1F; 1M)

Facilitazione e report: Eubios

INTRODUZIONE

L'assessora Ornella Rosani apre l'incontro introduce i lavori con un intervento dedicato all'importanza del percorso partecipativo per lo sviluppo economico del territorio. Sottolinea come il processo in corso si affianchi a un percorso parallelo (Hub di Prossimità), strettamente collegato, e come entrambi siano finalizzati a convergere verso una visione integrata e condivisa dello sviluppo futuro di Guiglia.

Vengono quindi ripercorsi gli elementi salienti del percorso partecipativo e richiamati gli obiettivi dell'iniziativa "Novità in vetrina", soprattutto per le nuove persone presenti all'incontro. A conclusione di questa parte introduttiva, si riepilogano le attività svolte fino a quel momento, che hanno incluso il lavoro del Tavolo di Negoziazione, due laboratori pubblici e 8 interviste ad attori del territorio.

Viene inoltre ribadita l'importanza della compilazione del questionario e della sua diffusione al maggior numero possibile di persone, al fine di raccogliere un riscontro ampio e rappresentativo sui temi oggetto del percorso.

RADAR DEL FUTURO

Successivamente viene illustrata la metodologia di lavoro, ovvero **il radar del futuro**, uno strumento che ha l'obiettivo di:

- valutare la fattibilità degli obiettivi nel tempo
- individuare le principali tappe di avanzamento
- comprendere su quali elementi è possibile esercitare maggiore influenza

Grazie a una visione d'insieme, lo strumento consente di costruire un cronoprogramma mantenendo un forte collegamento tra la visione futura e le azioni concrete da intraprendere nel presente. Lo scopo infatti è creare una linea del tempo che evidenzia i passi da compiere e le azioni da mettere in atto per il raggiungimento dell'obiettivo prefissato.

Si chiede alle persone presenti di dividersi nei due gruppi **sinergie territoriali** (imprenditorialità, associazionismo e attività presenti sul territorio) e **servizi per il turismo e la popolazione**. L'interesse infatti è di riprendere gli elementi emersi durante il precedente laboratorio (15/01/2026) per sviluppare un piano d'azione, così da attualizzare le proposte emerse. A ciascun gruppo viene fornito un cartellone bianco e gli obiettivi/spunti di innovazione emersi durante l'incontro precedente.

Il gruppo **sinergie territoriali** parte dai tre obiettivi già definiti, ossia:

- comunicazione territoriale
- conoscersi e fare rete tra realtà economiche
- creare un gruppo di imprenditori/attività economiche che possano interloquire con la PA

Il gruppo **servizi per il turismo e la popolazione** dedica invece un primo momento all'individuazione del proprio obiettivo di gruppo, che risulta essere la creazione di un luogo di aggregazione identitario.

>> Gruppo servizi per il turismo e la popolazione

Il gruppo si dà come finalità la **creazione di un luogo di aggregazione identitario**, anche grazie all'investimento su prodotti locali tipici, sulla valorizzazione delle scuole e sull'incentivazione di trasporti pubblici. Le azioni individuate per la creazione di un luogo di aggregazione identitario sono:

1. Creazione di un gruppo whatsapp per un contatto diretto tra le persone interessate a lavorare su questo argomento;
2. Individuazione delle attività da svolgere all'interno dello spazio, andando ad identificare un calendario degli eventi;
 - 2.1. Una delle prime attività che saranno sviluppate è quella del gruppo di lettura. Per questo una partecipante si prende l'impegno di contattare il Comune e/o la biblioteca per iniziare a sviluppare questo percorso;
3. *Entro il 20 febbraio*: inviare una mail ai partecipanti al percorso per prendere parte al gruppo whatsapp, se interessati. [probabilmente questo verrà sostituito con un'iniziativa da parte dell'Amministrazione di creare un'unica chat dei partecipanti]
4. Individuare il luogo
 - 4.1. creare una lista dei luoghi possibili, ad oggi sono emersi: Istituto Marinelli; B&B Rose in collina; Castello; Sede CAR (Roccamatina); Alpini Roccamatina

- 4.2. Capire quante persone contiene ciascuno spazio
5. Chi gestisce il posto?
 - 5.1. Nuova associazione? ci si appoggia ad un'associazione già esistente?
6. Creare una rete di trasporti che permetta di raggiungere il luogo.
7. Per renderla economicamente sostenibile, sviluppare all'interno attività di ristorazione

>> Gruppo Sinergie territoriali (imprenditorialità, associazionismo e attività presenti)

Il gruppo, diversamente dal precedente, ha condiviso e discusso un insieme di **azioni da mettere in campo**, senza posizionarle su una linea temporale né individuare una priorità univoca, ma facendo emergere direzioni di lavoro e leve strategiche.

Ob 1_ Conoscersi e fare rete tra le realtà economiche

1.1 Spazi e occasioni di incontro

- Incontri conoscitivi e di confronto tra imprenditori, commercianti e artigiani.
- Incontrarsi:
 - 4/6 volte l'anno per conoscere il nostro potenziale;
 - 2/3 volte l'anno tra imprenditori per fare il punto della situazione.
- Incontri o eventi trimestrali, aperti anche a chiunque voglia partecipare allo sviluppo economico del territorio.
- Impiegare tempo privato per conoscersi e costruire fiducia reciproca.

1.2 Costruzione della rete

- Creazione di un gruppo di imprenditori, commercianti, artigiani e associazioni, anche informale.
- Coinvolgere imprenditori qualificati di vari settori, per avere competenze diverse.
- Condivisione di idee, bisogni e obiettivi, come base per collaborare e fare qualcosa insieme.

Ob 2_ Comunicazione territoriale

2.1 Strategia e identità

- Definizione di un'immagine distintiva, riconoscibile e condivisa da tutti.
- Comunicazione che arrivi anche a chi non usa i social o non è pratico di strumenti informatici.
- Ricordarsi che la comunicazione non è solo social, ma anche diretta (passaparola, bar, luoghi di incontro).

2.2 Strumenti informativi e canali

- Uso di tutti i canali possibili: social, comunicazione diretta, passaparola.
- Mappa delle realtà economiche e associative;
- Bacheca (fisica o digitale) che renda chiaro cosa avviene su e per il territorio.
- "Guiglia c'è!": piccola bacheca/social mensile suddivisa per aree di interesse.
- Pubblicazione di contenuti sulle realtà territoriali anche attraverso la pagina del Comune.

2.3 Contenuti

- Racconti e cronache del territorio: storie, testimonianze, conferenze.
- Giornalino territoriale mensile.
- Ricerche e riflessioni su:
 - perché Guiglia;
 - nuovi eventi a tema;
 - opportunità di sviluppo locale.

Ob 3_Creare un gruppo di imprenditori e attività economiche che dialoghino con la PA

3.1 Modalità di interlocuzione

- Portare idee giuste e sbagliate, parlando direttamente con l'Amministrazione, visto che è facile arrivarci.
- Non per forza creare un gruppo formale, ma perseguire un obiettivo comune..
- Costruire un dialogo continuo tra imprenditori e Pubblica Amministrazione.

3.2 Rappresentanza e coordinamento

- Individuazione di:
 - un referente/portavoce per tutti gli imprenditori;
 - un comunicatore carismatico.
- Capire come scegliere il referente (scelta personale o votazione).
- Valutazione di come mantenere nel tempo il comitato o il gruppo.
- Possibilità di avere un mediatore obiettivo, sopra le parti, che faccia da guida.

3.3 Strumenti operativi

- Creazione di un gruppo ristretto (rappresentativo) di commercianti, imprenditori e artigiani.
- Creazione di un gruppo WhatsApp dei vari imprenditori e attività economiche per organizzare incontri; scambiarsi idee; coordinarsi più velocemente.

Altri temi trasversali

- Recupero e riapertura dei vecchi sentieri come elemento identitario e di valorizzazione del territorio.
- Miglioramento dell'ambiente: pulizia, verde, fiori, piccole oasi, cura del territorio..

CONCLUSIONI

L'incontro si conclude con un momento di restituzione plenaria, durante il quale entrambi i gruppi condividono gli elementi principali emersi dal proprio gruppo.

Il prossimo appuntamento, indicativamente a metà febbraio, sarà dedicato alla presentazione del documento conclusivo del percorso (Docpp) al Tavolo di negoziazione, riunito in seduta aperta al pubblico.

ALLEGATO

[Slide presentate.](#)