



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



Ministero
dell'Università
e della Ricerca

BANDO DI ATENEO PER IL FINANZIAMENTO DI PROGETTI COMPETITIVI COERENTI CON GLI AMBITI DI RICERCA E INNOVAZIONE E AREE DI INTERVENTO DEFINITI DAL PNR 2021-2027



**RIGENERARE I PAESAGGI CULTURALI DELLE
AREE INTERNE IN UNA PROSPETTIVA PEOPLE
CENTERED**

**Borghi storici e territori rurali del
Casentino come laboratorio di creatività e
innovazione**

REACT - CUP B55F21007810001

WORKSHOP FOCUS GROUP REACT

6-7-8 giugno 2024

Organizzazione e facilitazione a cura di:

MOCA – Future designers

ARCO – Action Research for CO-development

Workshop Focus Group REACT

Date: 6 giugno 16.00-18.00; 7 giugno 10.00-12.00 e 16.00-18.00; 8 giugno 10.00-12.00

Luogo: Nuova sede dell'Unione dei Comuni del Casentino, Piazza Francesco Folli, Poppi (ex Ospedale)

Partecipanti:

- 6 attori locali minimo per ogni focus group (almeno 15 invitati per gruppo).
- 1 moderatore
- 2 rapporteur
- 3 osservatori "discreti"

Quattro Focus Group

- giovedì 6 giugno 16.00-18.00 "Focus group su tradizioni e pratiche sociali in Casentino" (AT2)
- venerdì 7 giugno 10.00-12.00 "Focus group sul patrimonio agro-alimentare e forestale e sull'artigianato locale in Casentino" (AT1)
- venerdì 7 giugno 16.00-18.00 "Focus group su insediamenti ed edifici del Casentino" (AT4)
- sabato 8 giugno 10.00-12.00 "Focus group su paesaggio e territorio del Casentino" (AT3)

Obiettivo

Validare le SWOT "Strategiche-Ricognitive" dei tematismi riferiti alla specifica Area Tematica, emerse nei Metaplan, e ottenere i primi elementi utili alla futura elaborazione della SWOT "Strategica-Propositiva" da parte dei ricercatori di REACT.

Attività propedeutiche

Le domande-stimolo (tre-quattro) per ciascuno dei quattro focus group, corrispondenti alle quattro Aree Tematiche REACT, saranno definite sulla base delle risultanze dei Metaplan.

Modalità di conduzione

Il Focus group è una tecnica consolidata di ricerca. Obiettivo del focus group è promuovere una relazione non solo tra gli intervistati e il ricercatore, come nelle interviste, ma anche un'interazione tra i partecipanti stessi. A differenza di una tecnica di partecipazione, come il World caffè, tuttavia, il moderatore non ha solo il compito di favorire l'attivazione di tutti i partecipanti, il rispetto delle regole e il mantenimento del focus. È colui che condivide delle domande e degli stimoli per portare i partecipanti a confrontarsi sui temi che costituiscono gli obiettivi conoscitivi del confronto. In altre parole, il Focus Group è una tecnica che favorisce una modalità interattiva e che prevede che i partecipanti reagiscano anche agli stimoli degli interventi altrui, ma che mantiene nelle mani dei ricercatori il 'controllo' degli obiettivi e dell'impostazione del confronto.

Il moderatore è coadiuvato da un rapporteur, che si occupa di tenere traccia della discussione, e può prevedere la partecipazione "discreta" di un numero ridotto di osservatori, membri del gruppo di ricerca, che non prendono attivamente parte alla discussione.

È prevedibile che molti dei partecipanti si conoscano tra di loro. È comunque buona norma avviare il confronto con una condivisione degli obiettivi e la costruzione di un clima informale e spontaneo, che non faccia percepire moderatori e osservatori come un corpo estraneo. La fase

di restituzione e validazione degli esiti della fase precedente di ricerca e avvio della fase propositiva, sarà anticipata da una fase di 'riscaldamento', in cui i partecipanti saranno chiamati a condividere una propria *vision* sul tema oggetto della discussione.

Il moderatore avrà particolare cura nel:

- Contenere i partecipanti più esuberanti e stimolare l'attivazione dei partecipanti meno proattivi.
- Evitare monopolizzazioni – anche involontarie – per esempio da parte di personalità particolarmente conosciute e/o autorevoli.
- Condurre la discussione d'accordo con la sequenza di domande-stimolo individuate in precedenza, al tempo stesso con una flessibilità rispetto a come il filo argomentativo si sviluppa (si cerca un equilibrio tra flessibilità e direttività).

Il focus group non dovrebbe superare le due ore e si deve evitare che si concluda quando una parte del gruppo si è già allontanata.

È utile che il moderatore disegni una mappa dei partecipanti al tavolo, con i loro nomi, per rivolgersi ai partecipanti chiamandoli per nome.

Può essere utile che un membro del gruppo di ricerca faccia un breve intervento introduttivo (10 minuti), che sintetizzi gli elementi emersi nell'Area Tematica oggetto della discussione – da valutare anche in base all'incidenza di partecipanti già intervistati o che si incontrano per la prima volta.

Partecipanti

Attori del territorio che hanno un'expertise significativa sul tema affrontato.

Struttura dei focus group

Il focus group, a partire da una fase di riscaldamento con un taglio di tipo più prospettico e ideale, si propone di fare emergere approcci e *vision*, creare collettivamente una SWOT Analysis "Strategica-Propositiva" e di raccogliere e condividere i primi elementi propositivi.

Scaletta

- Benvenuto e introduzione a REACT – 5'
- Breve introduzione su area tematica e su cosa ci aspettiamo dal FG – 5'
- 'Riscaldamento' – domanda informale sulla *vision* – 10'
 - Tre parole per descrivere il presente del Casentino in riferimento all'area tematica
 - Tre parole per descrivere il Casentino tra X anni in riferimento all'area tematica
- Presentazione su concetti / elementi chiave emersi (non in ottica SWOT) – 5'
- 2-3 Domande stimolo – da adattare a ciascun focus group in base a SWOT dei tematismi – 60'
 - Nb. prestando attenzione a questi elementi di inquadramento / filigrana
 - 1. opportunità in relazione all'Area Tematica
 - 2. analisi delle strategie in essere, distinguendo tra di successo e "deboli"
 - 3. strategie e azioni future per rafforzare/correggere le strategie in essere (in questo modo aprendo sul futuro)
- Aspettative, desideri, speranze ('Bacchetta magica') – 10'

Output

Raccolta di riflessioni per la validazione e integrazione delle SWOT "Strategiche-Ricognitive" dei tematismi e ottenimento di primi elementi utili alla futura elaborazione della SWOT "Strategica-Propositiva" da parte dei ricercatori di REACT.

Tali elementi prospettici-propositivi saranno utili anche a definire le domande stimolo per il World caffè

Preparazione / allestimento degli spazi e materiali utili

- Un tavolo con 12 sedie
- Acqua, bollitore, caffè solubile e thè, qualche snack.
- Materiali per facilitazione (poster Metaplan, post-it, pennarelli, fogli bianchi per appunti)
- Liberatorie

Materiali propedeutici

- Risultanze delle SWOT analysis “Ricognitive-Strategiche” derivanti dai Metaplan
- Domande stimolo condivise con il Gruppo di Coordinamento Territoriale.