

„ROMIT“ – ROMAN ITINERARIES

**Progettazione di un itinerario culturale dei siti archeologici
romani basato sulla “Tabula Peutingeriana”**



Verbale del Focus Group

Indagine svolta dal 25 Gennaio al 4 Febbraio 2005

Moderatrice del Focus Group:
Evelyn Ludwig

Agenda

Ora	Argomento
14:00-14:15	Benvenuto
14:15-14:25	Presentazione di "ROMIT"
14:25-14:45	Presentazione dei partecipanti
14:45-15:30	Discussione
15:30-15:45	Coffee Break
15:45-16:30	Discussione
16:30-16:50	Conclusioni
16:50-17:00	Valutazione

Partecipanti

Dr. Christof Flügel	Landesstelle für die Nichtstaatlichen Museen in Bayern, Fachbereich Naturwissenschaftliche, archäologische Museen
Professor Dr. Gerhard Waldherr	Lehrstuhl für Alte Geschichte, Universität Regensburg
Dr. Martin Boss	Antikensammlung, Universität Erlangen
Dr. Eva Bayer-Niemeier	Museum Quintana, Künzing
Helmut Drieger	Heimatverein Vetoniana Pfünz e.V.
Dr. Tobias Springer	Abt. Vor- und Frühgeschichte, Germanisches Nationalmuseum Nürnberg
Winfried Fink	Historische Römergruppe POPVLARES VINDELICENSES
Jürgen Plaumann	Historische Römergruppe POPVLARES VINDELICENSES
Klaus Siegl	Historische Römergruppe POPVLARES VINDELICENSES
Dr. Klaus Dornisch	Bildungszentrum Stadt Nürnberg, Fachbereich Kulturgeschichte, Archäologie, Bildende Kunst, Studienreisen

Informazioni supplementari da e-mail e riunioni:

Dr. Martin Boss	Antikensammlung, Universität Erlangen
Peter Sponsel	Volkshochschule Stadt Erlangen

Indice dei contenuti

1. PERCHÉ SIETE VENUTI OGGI?	5
1.1. Nuove possibilità di cooperazione.....	5
1.2. Maggiore visibilità.....	5
1.3. Nuove opportunità di trasferimento di conoscenze.....	5
1.4. Conservazione e sviluppo del patrimonio culturale.....	5
1.5. Continuità progettuale.....	5
1.6. Accesso ad aiuti economici.....	5
2. QUAL'È LO SCOPO DI UN ITINERARIO CULTURALE DEI SITI ARCHEOLOGICI ROMANI?	5
2.1. Rilanciare l'interesse per l'archeologia presso il grande pubblico.....	5
2.2. Piattaforma per informazioni, cooperazione e uso di risorse comuni.....	6
3. CHE COSA COMPRENDE UN ITINERARIO CULTURALE DEI SITI ARCHEOLOGICI ROMANI?.....	6
3.1. Cultura romana.....	6
3.2. Cultura non romana.....	6
4. QUALI SONO I DESTINATARI DI UN ITINERARIO CULTURALE ROMANO?.....	7
4.1. Scopo della visita.....	7
4.2. Grado di interesse per la cultura romana.....	7
4.3. Livello di istruzione.....	7
4.4. Mezzi di trasporto.....	7
4.5. Età.....	7
4.6. Modalità di organizzazione del viaggio.....	8
5. COSA SI ASPETTANO I VISITATORI DA UN ITINERARIO CULTURALE DEI SITI ARCHEOLOGICI ROMANI?	8
5.1. Progettazione di offerte formative interessanti.....	8
5.1.1. Apprendimento online.....	8
5.1.2. Apprendimento in loco.....	9
5.2. Divertimento.....	9
5.3. Socializzazione.....	9
5.4. Gastronomia.....	9
5.5. Incentivi alla visita di numerosi siti dell'itinerario culturale.....	9
5.6. Accesso per specifici gruppi di visitatori.....	9
6. COME LANCIARE SUL MERCATO L'ITINERARIO CULTURALE DEI SITI ARCHEOLOGICI ROMANI?.....	10
6.1. Rilanciare l'interesse per la storia romana in Baviera.....	10
6.2. Itinerario culturale e sistema modulare.....	10
6.3. Promozione.....	10
6.4. Immagine coordinata.....	11
6.5. Sponsorizzazione.....	11
6.6. Effetti sinergici.....	11
6.7. Delimitazione da altri concetti.....	11
7. DI QUALI RISORSE NECESSITA UN ITINERARIO CULTURALE DEI SITI ARCHEOLOGICI ROMANI?.....	12
7.1. Risorse finanziarie.....	12
7.2. Risorse umane.....	12

8. QUALI POSSIBILITÀ E RISCHI INTRAVEDETE ?	12
8.1. Possibilità.....	12
8.2. Rischi	12
8.3. Possibili soluzioni.....	12
9. CONCLUSIONI DEL FOCUS GROUP	13

1. Perché siete venuti oggi?

All'inizio della discussione i partecipanti sono stati invitati a spiegare le ragioni del loro interesse per il progetto ROMIT e a manifestare le loro aspettative nei confronti del focus group.

Sono stati menzionati i seguenti motivi di interesse:

1.1. Nuove possibilità di cooperazione

- L'idea di un itinerario culturale *transnazionale* è interessante.
- Può essere vantaggioso per i piccoli musei e associazioni lavorare insieme.

1.2. Maggiore visibilità

- Grazie al progetto, i piccoli musei situati in regioni economicamente sottosviluppate, potrebbero *accrescere la loro visibilità* e il *numero dei loro visitatori*.
- Associazioni per la promozione della storia romana si aspettano che il progetto contribuisca ad accrescere i loro *contatti* e i loro *incarichi* in Baviera.

1.3. Nuove opportunità di trasferimento di conoscenze

- Grazie ai nuovi itinerari ed escursioni archeologiche si aprono interessanti possibilità di *apprendimento in loco*.
- Si creano nuove opportunità di trasferimento di conoscenze e di esercitazioni pratiche, *sia in loco nei musei che virtualmente sui siti web archeologici*.

1.4. Conservazione e sviluppo del patrimonio culturale

- Desto interesse la prospettiva di un'*accorta conservazione* del patrimonio culturale e lo sviluppo di un *turismo consapevole*.

1.5. Continuità progettuale

- Si spera che il *progetto duri nel tempo*, contrariamente a quanto avviene per le singole forme di cooperazione e gli sforzi promozionali isolati di alcuni siti archeologici.

1.6. Accesso ad aiuti economici

- E' utile promuovere i *piccoli musei e associazioni*.

2. Qual'è lo scopo di un itinerario culturale dei siti archeologici romani?

2.1. Rilanciare l'interesse per l'archeologia presso il grande pubblico.

Un itinerario culturale può contribuire a rilanciare *l'interesse per l'archeologia* presso il grande pubblico. A questo proposito si prestano bene le tematiche "romane", per le seguenti ragioni:

- I Romani hanno lasciato numerose *strutture edilizie*. Ciò soddisfa le esigenze archeologiche.
- I comuni sono *molto attivi* quando si tratta di creare musei e aprire siti archeologici romani.

- La conoscenza della cultura romana è garantita in maniera più *autentica* da iniziative di tipo transnazionale che non da singole iniziative. Infatti anche gli antichi Romani pensavano in modo “globale” e vivevano “in rete”.
- Un itinerario culturale gestito in rete offre numerosi spunti per una archeologia comparata.
- Un itinerario culturale offre numerose *possibilità di insegnamento*, ad esempio sottoforma di viaggi-studio nell’ambito dell’educazione agli adulti.

2.2. Piattaforma per informazioni, cooperazione e uso di risorse comuni.

La creazione di un itinerario culturale romano può facilitare lo sviluppo di una piattaforma per *l'informazione* e la *cooperazione*. Sarebbe la prima piattaforma di questo tipo in Baviera! La piattaforma può essere usata

- *dai siti archeologici per comunicare tra loro* (per esempio per richiamare l'attenzione gli uni sugli altri, per scambiare materiale come mappe romane, questionari, idee per quiz ecc.
- *Dai siti archeologici e dalle istituzioni educative* (per esempio per lo scambio di materiali didattici come sagome per disegni e costruzioni, ricette di cucina romana ecc.) e per organizzare unità didattiche in un museo romano (nota: soprattutto se si considera la riforma scolastica che prevede che gli insegnanti debbano ricorrere al museo come *nuovo luogo di apprendimento*).
- *Dai siti archeologici e dagli organizzatori di eventi romani* (come le associazioni per la promozione della storia romana, arti e mestieri romani, gastronomia romana ecc.)

Lo scambio di informazioni e materiali si potrà basare su motori di ricerca e/o su gruppi discussione virtuali ospitati sul sito web di ROMIT.

3. Che cosa comprende un itinerario culturale dei siti archeologici romani?

3.1. Cultura romana

- Un itinerario culturale romano deve comprendere i *monumenti, i musei e le strade* romane più visibili.
- Le associazioni per la promozione della storia romana potrebbero arricchire l’itinerario culturale romano con le loro vivide rappresentazioni, in grado di rendere visibile ciò che non esiste più.
- Bisogna fare attenzione affinché l’itinerario culturale non sia semplicemente “qualcosa di aggiunto” ai musei e ai siti. Al contrario bisogna identificare e mettere in evidenza, a livello nazionale e transnazionale *le connessioni ed i legami* che intercorrono tra musei e siti archeologici.

3.2. Cultura non romana

- Diversamente da quanto avviene in Italia, i siti ed i musei archeologici in Baviera non hanno solo a che vedere con la cultura romana. Perciò l’itinerario culturale deve focalizzarsi sugli *aspetti romani dei musei*, ma anche tenere in considerazione gli altri ambiti dell’archeologia non romani. In questo senso sarà opportuno far vedere le influenze della cultura romana sulla cultura del luogo (ad esempio l’influenza dei romani sui Bavari).

4. Quali sono i destinatari di un itinerario culturale romano?

I turisti ai quali si rivolge l'iniziativa possono essere suddivisi gruppi differenziati in base a:

4.1. Scopo della visita

I gruppi di visitatori possono essere divisi tra quelli che

- Capitano casualmente nel sito archeologico
- Sono venuti appositamente perché desiderano visitare il sito

4.2. Grado di interesse per la cultura romana

I gruppi di visitatori interessati alla cultura romana, si dividono in

- Turisti internazionali (con destinazioni come Roma e Napoli)
- Turisti nazionali (con destinazioni come Trier, Xanten, Mainz)
- Turisti locali (con destinazioni limitate a siti locali)

Nota: Il turismo internazionale e nazionale si trova solo nei maggiori centri di cultura romana. I piccoli musei e siti archeologici, che sono i destinatari del progetto ROMIT, sono spesso visitati in misura minore.

4.3. Livello di istruzione

Dal punto di vista del livello di istruzione, i visitatori possono essere suddivisi in

- Ragazzi delle scuole (ad esempio escursioni nell'ambito dell'insegnamento di Storia Locale, Geografia, Latino, Archeologia (corsi base ed intensivi), gite scolastiche.
- Studenti universitari (escursioni nell'ambito dei corsi di Archeologia)
- Partecipanti ad iniziative di formazione per adulti (ad esempio viaggi-studio)

Deve essere messo in evidenza il fatto che i piccoli musei e siti archeologici possono trovare supporto nel mercato dell'educazione, indipendentemente dal mercato turistico. Le *Istituzioni Educative* possono fare un *uso mirato* delle offerte di un itinerario culturale romano, ad esempio trovando e visitando il "prossimo accampamento romano" .

4.4. Mezzi di trasporto

I gruppi di visitatori possono essere distinti in base al mezzo di trasporto adottato:

- Escursionisti a piedi
- Escursionisti su due ruote
- Automobilisti

Nota: sono stati espressi dei dubbi sugli "escursionisti a due ruote". Questi visitatori spesso fanno soste troppo brevi in uno stesso luogo per consentire la visita ad un museo o ad un evento di un'associazione per la promozione della storia romana. Presumibilmente i musei ed i gruppi romani potranno ottenere un valido supporto dagli "escursionisti su due ruote" solo se questi ultimi resteranno almeno un intero giorno e visiteranno almeno un museo o assisteranno almeno ad un evento al giorno.

4.5. Età

I gruppi di visitatori possono essere classificati in base all'età:

- Bambini fino ai tredici anni
- Adolescenti e giovani tra i 14 e 24 anni
- Adulti tra i 25 e 35 anni
- Persone di mezza età e di età avanzata

Nota: è difficile attirare nei musei i giovani e gli adulti fino ai 35 anni. Probabili ragioni di ciò: i giovani hanno uno scarso interesse nei musei, mentre gli adulti tra i 25 e 35 anni non visitano i musei a causa delle loro condizioni di vita (famiglie con bambini piccoli)

4.6. Modalità di organizzazione del viaggio

I visitatori si possono suddividere in

- Turisti "tutto compreso" (spesso persone anziane)
- Turisti individuali (spesso giovani)

Nota: Nel centro di formazione degli adulti (VHS) Erlangen, è stata osservata la tendenza secondo la quale i partecipanti ai viaggi studio diventano sempre più anziani. Probabile ragione di ciò: il più alto livello dei prezzi e l'immagine 'antiquata' dei viaggi studio (programma rigidamente organizzato, mancanza dell'elemento "edutainment" ecc). Inoltre le persone più giovani sono in grado e vogliono organizzare da sé i propri viaggi. Perciò il progetto ROMIT può rivolgersi espressamente ai turisti individuali più giovani.

5. Cosa si aspettano i visitatori da un itinerario culturale dei siti archeologici romani?

Indipendentemente dal tipo di destinatari, i visitatori e turisti desiderano trovare interessanti *offerte formative* nel campo dell'archeologia combinate con elementi di *divertimento*, *socializzazione* e *buon cibo*.

5.1. Progettazione di offerte formative interessanti

Per la realizzazione di *offerte formative attraenti*, sono state fatte le seguenti proposte:

5.1.1. Apprendimento online

L'opportunità di apprendimento online può essere utilizzata in preparazione alla visita sul posto. Il visitatore che prima abbia avuto a che fare virtualmente con il sito archeologico

1. Sarà incoraggiato a visitare il sito archeologico dal vero
2. Apprenderà molto di più dalla visita al sito di uno che non abbia avuto alcuna preparazione ("Si vede solo ciò che si conosce già")

A questo scopo, si potrebbero sviluppare le seguenti offerte formative "virtuali":

- *Materiali*. Si potrebbero mettere sul sito ROMIT in formato .pdf materiali come ricette di cucina o sagome per disegni o costruzioni (per esempio i torrioni del Limes). In questo modo i visitatori potrebbero preparare la loro escursione ad un sito archeologico in maniera "sensoriale".
- *Si potrebbero offrire visite virtuali a siti archeologici restaurati*. Svantaggio: Richiede un grande impiego di mezzi tecnologici => Probabilmente sarebbe più economico mettere on line dei disegni piuttosto che predisporre un tour virtuale.
- Riguardo al tema "virtualizzazione" si raccomanda di studiare gli atti della conferenza CAA (*Computer Applications in Archaeology*).

5.1.2. Apprendimento in loco

- La *visualizzazione* facilita l'accesso dei visitatori alle tematiche romane. Ad esempio, le terme Romane di Xanten sono visualizzate su plexiglass colorato. Qualcosa di simile potrebbe essere escogitato per i siti archeologici dell'itinerario culturale di ROMIT, soprattutto per quelli che sono poco visibili.
- *Trasmissione di esperienze*: una vetrina con oggetti esposti di per sé non è fonte di esperienza per il visitatore. L'esperienza viene generata esclusivamente dalla viva combinazione di materiali illustrativi. A questo scopo, le associazioni per la promozione della storia romana potrebbero rappresentare alcuni aspetti della vita quotidiana romana (per esempio far indossare ai visitatori corazze a maglia, elmi ecc).
- *Incentivare un modo di pensare "per itinerari"*
 - Disegno di una *moderna mappa* basata sulla Tabula Peutingeriana
 - Comparazione della Tabula Peutingeriana con una mappa satellitare nella quale sono tracciati i percorsi della Tabula Peutingeriana.

La mappa sarà presentata in maniera "sensoriale" e divertente e potrà essere acquistata.

- *Conferenze e / o visite guidate* per arricchire e animare i siti archeologici.
- In ogni sito archeologico dovrebbe essere esplicitamente consigliata la visita alle altre tappe dell'itinerario culturale. Dovrebbero essere inoltre fornite informazioni aggiuntive per illustrare le *connessioni* tra le differenti tappe dell'itinerario. Dovranno inoltre essere appositamente concepite delle guide turistiche.

5.2. Divertimento

E' stata espressa la tesi che "la gente vuole una Disneyland Romana". Tuttavia, non si è discusso ulteriormente fino a che punto questa tesi sia valida e cosa esattamente voglia dire l'espressione "Disneyland Romana".

5.3. Socializzazione

Per soddisfare il bisogno di socializzare dei visitatori, è stato suggerito di offrire visite guidate ai siti archeologici. In questo modo, da un lato si favorirebbe la conoscenza, dall'altro il visitatore sarebbe integrato in un gruppo di altri visitatori.

5.4. Gastronomia

I siti romani potrebbero collaborare con la gastronomia/ristorazione locale. Gli operatori del settore potrebbero offrire una varietà di pasti "romani".

5.5. Incentivi alla visita di numerosi siti dell'itinerario culturale

Un'offerta accattivante per i visitatori e i turisti potrebbe essere per esempio quella di un "*Roman Rally*". Il visitatore potrebbe ricevere un timbro sul proprio carnet di bonus per ogni visita ad un sito archeologico appartenente all'itinerario culturale. Quando il carnet è completo, al visitatore sarà sottoposto ad un piccolo "test romano". Quindi potrà essere premiato, ad esempio con un pasto romano gratuito in un locale convenzionato.

5.6. Accesso per specifici gruppi di visitatori

Per rendere attraente l'itinerario culturale rispetto a specifici gruppi di visitatori, sono state avanzate le seguenti proposte:

- Fornire una brochure con *informazioni specifiche* per
 - Escursionisti a piedi
 - Escursionisti su due ruote
 - Automobilisti
- Possibilità di chiedere, tramite il sito web di ROMIT, informazioni stradali individuali per la visita ai siti archeologici.
- Possibilità di ottenere informazioni stradali su ricevitori GPS, ovvero fruibili tramite i sistemi di navigazione assistita delle automobili.

6. Come lanciare sul mercato l'itinerario culturale dei siti archeologici romani?

6.1. Rilanciare l'interesse per la storia romana in Baviera

Un importante aspetto del marketing consiste nel rilanciare l'interesse per la storia romana in Baviera. E' poco risaputo che la *Baviera è un'antica provincia romana*. Invece, il tipico turista collega alla Baviera "aria fresca, acqua pura e cristallina, escursioni a piedi, pasti rustici e musica popolare bavarese".

6.2. Itinerario culturale e sistema modulare

Similmente al Cammino di Santiago, dovrebbe essere possibile visitare l'itinerario culturale dei siti archeologici romani per tappe. Le diverse tappe dell'itinerario possono essere definite come "moduli". Ad ogni tappa dell'itinerario i turisti individuali dovrebbero venire indirizzati agli altri moduli.

I moduli possono essere differenziati in molti modi

- regionale
- tematico
- storico (ad esempio periodo di occupazione, estensione del Limes, periodo delle fortificazioni romane)

Se l'itinerario culturale fosse differenziato a livello regionale, per ciascuna regione dovrebbe essere creata una *guida escursionistica*, che potrebbe essere pubblicata sul sito ROMIT in formato .pdf o stampata come opuscolo. Nota: Il costo di un opuscolo stampato si aggira sui 16.000 euro.

6.3. Promozione

L'itinerario culturale potrebbe essere pubblicizzato attraverso:

Sito web ROMIT

- persone da contattare competenti
- un calendario di eventi (con informazioni sui festival romani ecc.)
- un *route planner* per la richiesta di itinerari individuali ai siti archeologici
- *Link ai siti romani*, per lo scambio di informazioni e materiali e per entrare in contatto con gli organizzatori di eventi romani
- *Link ai più diffusi siti web di archeologia e musei*

Diffusori

- Organizzazioni turistiche locali
- Promotori di pullman turistici, l'ADAC, centri di formazione degli adulti (VHS)
- Stampa, radio, TV
- Volantini pubblicitari di infrastrutture alberghiere
- Uso delle indicazioni stradali della commissione tedesca del Limes o del progetto "Via Claudia". (Nota: Non è possibile disegnare un itinerario completamente nuovo, perché esistono già parecchi percorsi di questo tipo).
- Collaborazione con aziende di riproduzione di opere d'arte (per esempio Ars Mundi)

6.4. Immagine coordinata

I siti che partecipano all'itinerario culturale dovrebbero

- Stampare un opuscolo comune
- Impiegare un logo comune
- Usare un'unica segnaletica
- Usare gli stessi elementi grafici di base.

6.5. Sponsorizzazione

- Città e territorio potrebbero sovvenzionare i musei.
- Probabilmente si potrebbe individuare uno sponsor per una gamma di prodotti uniformi aventi a che fare con l'itinerario culturale dei siti archeologici romani (ad esempio Ars Mundi).

6.6. Effetti sinergici

- Quanti più luoghi sono coinvolti nell'itinerario culturale tanto più facilmente l'intera regione potrà essere presentata come "*regione storica*".
- Una giornata di mercato locale potrà essere affiancata ad un evento romano.
- *La collaborazione tra siti archeologici e gastronomia/ ristorazione locale* potrà soddisfare l'esigenza di combinare cultura e cibo romani. Nota: Probabilmente sarà difficile far comprendere questo concetto agli operatori del settore gastronomico. In questo caso si potrebbe creare una domanda artificiale. Esempio 1: Ordinare un menu romano per un "Museum Day" con 100 visitatori. Esempio 2: I promotori di pullman turistici potrebbero includere nel programma un pasto romano.

6.7. Delimitazione da altri concetti

- *Delimitazione da altri concetti turistici*: in Baviera, esistono vari scenari museali romani. Emerge la questione di capire fino a che punto l'itinerario culturale romano dovrebbe collaborare con gli altri concetti esistenti.
- *Differenziare la storia romana dalla storia locale*: in Baviera, sovente i musei non sono esclusivamente romani, ma soprattutto *preistorici*. Di conseguenza, i visitatori dovrebbero essere incoraggiati a considerare che non esiste una storia romana "separata", ma che questa è parte integrante di un contesto locale e culturale. Le connessioni tra la cul-

tura romana e la storia locale dovrebbero essere esplicitamente evidenziate. Ogni località coinvolta dovrebbe trovare e manifestare la propria caratteristica locale. Inoltre dovrebbero essere messe in luce le connessioni non regionali storiche con l'epoca moderna (ad esempio l'influenza del diritto romano sulla nostra moderna legislazione).

7. Di quali risorse necessita un itinerario culturale dei siti archeologici romani?

7.1. Risorse finanziarie

Risorse finanziarie sono essenziali per assicurare continuità e sostenibilità dell'iniziativa.

7.2. Risorse umane

Un itinerario culturale romano necessita di :

- Una consulenza esperta e competente in materia fatta da un archeologo specializzato in archeologia romana o uno storico specializzato in storia antica
- Un aggiornamento continuo del sito ROMIT da parte di personale specializzato
- Personale incaricato delle pubbliche relazioni e del marketing

8. Quali possibilità e rischi intravedete ?

8.1. Possibilità

- Idea interessante
- Effetti sinergici del "fare rete"
- Possibilità di promozione
- Il pubblico vuole nuovi itinerari culturali (comparare ad esempio il Dürerweg, il cammino di Santiago, l'interesse crescente per i viaggi studio)

8.2. Rischi

- Rischio che musei e comuni entrino in competizione per avere il maggiore numero di visitatori
- Rischio di un pensare localistico invece che "in rete"
- Riserve da parte dei manager turisti, se i nuovi programmi culturali si sovrappongono a quelli già esistenti
- Rischio di non avere sufficienti risorse economiche ed umane.
- Rischio di non riuscire a dare continuità al progetto (confronto con il progetto "Via Danubia": terminò dopo l'installazione della segnaletica e la pubblicazione della brochure)

8.3. Possibili soluzioni

Le varie idee ed approcci suggeriti dal focus group possono essere suddivise in *obiettivi a breve, medio e lungo termine*.

- A breve e medio termine, per assicurarne la continuità, il progetto potrebbe essere portato avanti dall'università (per esempio da un ricercatore).

- Per il medio e lungo termine, la realizzazione degli obiettivi di progetto non dovrebbe essere basata sulle singole iniziative di ciascun sito archeologico. Ma l' "esperienza di un itinerario romano" dovrebbe essere garantita da *un'organizzazione culturale superiore*. Tale organizzazione dovrebbe basarsi su due obiettivi: la *conservazione* dell'eredità culturale e la sua *diffusione* presso il pubblico.
- Impiegare in modo permanente personale con competenze professionali e organizzative che si prenda cura dell'itinerario culturale e mantenga alto nel pubblico l'interesse per esso grazie ad un'azione di marketing. Le competenze del personale possono essere descritte come segue: impegno relativo alle tematiche del periodo romano, conoscenza personale delle regioni e dei luoghi toccati dall'itinerario culturale, informazioni relative a persone da contattare nella regione.
- Finanziamenti: trovare sponsor e possibilità di promozione. Parte dei fondi possono essere forniti da una tassa d'iscrizione.
- Sostenibilità: è importante misurare l'uso dell'itinerario culturale in ogni sito (per esempio in un piccolo museo si potrebbe chiedere al visitatore: "Come sei venuto a sapere di quest'iniziativa?")

9. Conclusioni del focus group

Alla fine dei lavori del focus group i partecipanti hanno espresso il loro grande interesse per lo sviluppo di un itinerario culturale dei siti archeologici romani in Baviera. Per il futuro svolgimento del progetto essi hanno fatto le seguenti proposte:

- FIM informerà regolarmente gli esperti sull'andamento del progetto
- FIM contatterà ulteriori persone relativamente ad altri siti archeologici e riceverà utili informazioni dagli esperti.
- Dopo aver sviluppato tutte le idee e messo in pratica i successivi passi, gli esperti saranno invitati ancora alla fine del 2005 per un altro focus group.

FIM-NewLearning ringrazia molto tutti i partecipanti al focus group per i ricchi e molteplici stimoli offerti.