



# Progetto MIST

Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile



# MANUALE

# IL PROGETTO IN BREVE



|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>ACRONIMO TITOLO</b>      | MIST<br>Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile   |
| <b>FINANZIAMENTO DURATA</b> | ERASMUS+, Azione chiave 2, Piccola scala Gennaio 2024 - Dicembre 2024   |
| <b>OBIETTIVO GENERALE</b>   | L'obiettivo generale del MIST è quello di contribuire allo sviluppo della condivisione delle conoscenze e dello sviluppo delle capacità tra gli attori del settore turistico in tutta Europa.   |
| <b>OBIETTIVI SPECIFICI</b>  | Gli obiettivi specifici sono: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Promuovere l'attuazione di strategie di turismo sostenibile nelle micro-destinazioni che apportino benefici sia ai visitatori che alle comunità locali.</li><li>2. Per aumentare la comprensione e le competenze relative allo sviluppo sostenibile di micro-destinazioni per decisori politici e pianificatori. Queste competenze includono la comprensione interdisciplinare degli impatti sul turismo sostenibile nella micro-destinazione nel suo complesso, dalle decisioni e dalle politiche adottate nelle sue parti.</li><li>3. Per aumentare la consapevolezza degli approcci basati sulla comunità per la creazione di luoghi e lo sviluppo di micro-destinazioni, un'area in cui la conoscenza e la ricerca accademica raramente incontrano la realtà</li></ol> |
| <b>ATTIVITÀ</b>             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Raccolta e benchmarking delle buone pratiche</li><li>• Seminario transnazionale per promuovere lo sviluppo sostenibile e responsabile delle micro-destinazioni.</li><li>• Manuale che raccoglie le pratiche per promuovere lo sviluppo sostenibile e responsabile delle micro-destinazioni</li></ul>  |
| <b>COORDINATORE</b>         | Visita Halland (SE)   |
| <b>PARTNER</b>              | SERN, SveDest (SE); Ufficio informazioni turistiche della regione di Liepāja (LV); Ente turistico della regione del Quarnero (HR)   |
| <b>SITO WEB</b>             | <a href="https://mist-project.eu/">https://mist-project.eu/</a>   |

**VISITHALLAND.COM**  
*Coastal Living*

**Liepāja**

 SVENSK  
DESTINATIONS  
UTVECKLING

  
TURISTIČKA ZAJEDNICA  
KVARNERA  
Raznolikost je lijepa

  
**SERN**

# SOMMARIO

|  |       |
|--|-------|
| Il progetto Mist   | p. 4  |
| I Partner del progetto MIST  | p. 5  |
| • Regione Halland, Svezia  | p. 5  |
| • Regione Quarnaro, Croazia  | p. 6  |
| • Liepāja, Lettonia  | p. 6  |
| • SERN e Borgotaro, Italia   | p. 7  |
| Introduzione   | p. 9  |
| Attività 1 - Focus group e Analisi dei GAP Analysis                  | p. 9  |
| I. Riepilogo dei Focus group   | p. 9  |
| II. Riepilogo dell'Analisi dei Gap                                   | p. 10 |
| III. Approfondimenti e risultati dell'attività 1 di MIST             | p. 11 |
| • Regione Halland  | p. 11 |
| • Regione del Quarnero   | p. 12 |
| • Liepāja  | p. 13 |
| • Borgotaro  | p. 14 |
| IV. Approfondimenti sul progetto in generale                         | p. 15 |
| Attività 2 - Seminario Transnazionale                                | p. 16 |
| Aree di intervento e raccolta di buone pratiche                      | p. 17 |
| Le Buone Pratiche  | p. 18 |
| • Regione Halland  | p. 18 |
| • Regione del Quarnero   | p. 22 |
| • Liepāja  | p. 33 |
| • Borgotaro  | p. 36 |
| Identificazione delle aree chiave e dei bisogni                      | p. 41 |
| Conclusioni  | p. 42 |
| Annex 1 - I Report sui Workshop Locali del progetto MIST per partner | p. 43 |

*Finanziato dall'Unione Europea. I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.  
[Numero di progetto 2023-2-SE01-KA210-VET-000181128 ]*



# IL PROGETTO MIST

Con i viaggi sempre più accessibili, l'emergere delle microdestinazioni è diventato sempre più evidente. Definite come località più piccole e meno note con un fascino turistico distinto, le microdestinazioni offrono ai visitatori attrazioni culturali, naturali e storiche uniche che spesso contrastano con i luoghi turistici tradizionali. Le microdestinazioni hanno quindi un potenziale significativo per lo sviluppo e il mantenimento del turismo locale. Tuttavia, sono anche vulnerabili agli impatti negativi del turismo, poiché risorse e conoscenze limitate possono ostacolare gli sforzi per creare strategie turistiche sostenibili. Senza un'attenta pianificazione, le microdestinazioni spesso affrontano sfide come l'iperstagionalità, oscillazioni tra sovra- e sotto-turismo, degrado ambientale e mercificazione culturale.

L'obiettivo principale del progetto è stato quello di colmare le lacune di conoscenza sul turismo sostenibile utilizzando le competenze e le risorse di un consorzio eterogeneo di partner, tra cui municipalità, organizzazioni turistiche, membri della comunità, mondo accademico, governo locale e stakeholder del settore pubblico, per creare un quadro di sviluppo sostenibile specificamente per le microdestinazioni. La regione Halland ha svolto il ruolo di coordinatore del progetto, assieme agli altri partner tra cui Svensk Destinationsutveckling AB, SIA Liepājas Reģiona Tūrisma Informācijas Birojs, SERN (Sweden Emilia Romagna Network) e Turistička zajednica Primorsko-goranske županije.

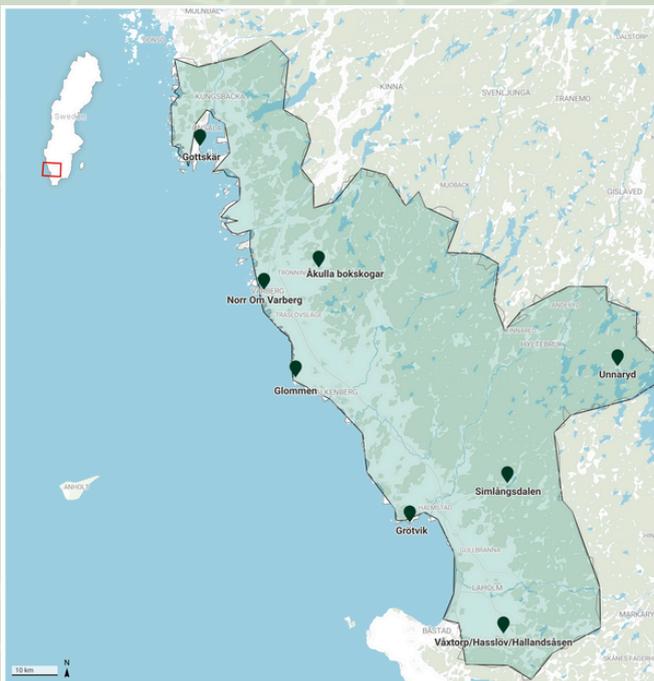
Gli sforzi collaborativi tra questi partner sono culminati nella produzione di un manuale. Questo manuale consolida le buone pratiche identificate attraverso una serie di attività, come il benchmarking di strategie di successo e l'organizzazione di un seminario transnazionale in Svezia. La risorsa è progettata per supportare strategie di sviluppo sostenibile per le microdestinazioni presentando approcci efficaci per affrontare sfide comuni come la gestione delle fluttuazioni stagionali, la promozione dell'integrità culturale e la protezione degli ecosistemi locali.

# PARTNER DEL PROGETTO MIST

## **Regione Halland, Svezia**

Visit Halland è il dipartimento turistico della regione Halland. Halland è una contea situata sulla costa sud-occidentale della Svezia. Ci sono sei comuni e circa 350.000 abitanti. Halland come destinazione è famosa per il suo splendido paesaggio costiero con città costiere più piccole, che in combinazione con l'entroterra offre una varietà di esperienze in una piccola area. Lavorano in stretta collaborazione con i comuni e le aziende di Halland per sviluppare l'industria turistica nella regione. Il lavoro di Halland ha un chiaro focus internazionale e si concentra principalmente nel settore del marketing territoriale, analisi, sviluppo delle competenze e sviluppo della destinazione turistica. La sua visione è quella di rendere Halland una destinazione sostenibile con esperienze accessibili e attraenti per i visitatori durante tutto l'anno. L'obiettivo è che Halland raddoppi in modo sostenibile il numero di visitatori internazionali entro il 2030 e che sia costantemente tra le cinque regioni più visitate in Svezia.

Le micro destinazioni partecipanti al progetto sono:



- Micro-destinazione Våxtorp/Hasslöv/Hallandsåsen, situata nell'entroterra dell'Halland meridionale.
- Micro-destinazione Grötvik, situata sulla costa nel sud dell'Halland.
- Micro-destinazione Simlångsdalen, situata nell'entroterra dell'Halland meridionale.
- Micro-destinazione Unnaryd, situata nell'entroterra, nel mezzo dell'Halland.
- Micro-destinazione Glommen, situata sulla costa nel mezzo di Halland.

- Micro-destinazione Åkulla bokskogar, situata nell'entroterra, nel mezzo dell'Halland.
- Micro-destinazione NorrOmVarberg, situata nell'entroterra dell'Halland settentrionale.
- Micro-destinazione Gottskär, situata sulla costa nel nord dell'Halland.

## **Regione del Quarnero, Croazia**

Kvarner Region Tourist Board è il dipartimento turistico della Regione del Quarnero in Croazia. La Regione del Quarnero in Croazia, che ospita circa 300.000 abitanti, è un'accattivante miscela di bellezza costiera, isole affascinanti come Krk e Lošinj e rigogliosi parchi nazionali come Risnjak. Nota per le sue città storiche come Rijeka e Opatija, offre un ricco patrimonio culturale e un'architettura austro-ungarica. I turisti possono godersi spiagge incontaminate, vela, escursioni e turismo benessere in lussuose spa. La regione è anche un paradiso gastronomico, con pesce fresco, olio d'oliva e vini locali. Il mix di fascino mediterraneo e influenze alpine del Quarnero lo rende una fuga perfetta per il relax e l'avventura. Le attività dell'Ente per il turismo della regione del Quarnero sono incentrate principalmente sul miglioramento delle condizioni generali relative al soggiorno dei turisti nella regione, sulla promozione del prodotto turistico della regione del Quarnero, sulla sensibilizzazione sull'importanza degli effetti economici, sociali e di altro tipo del turismo, nonché sulla necessità e sull'importanza di preservare e migliorare tutti gli elementi del prodotto turistico, con particolare attenzione alla tutela dell'ambiente.



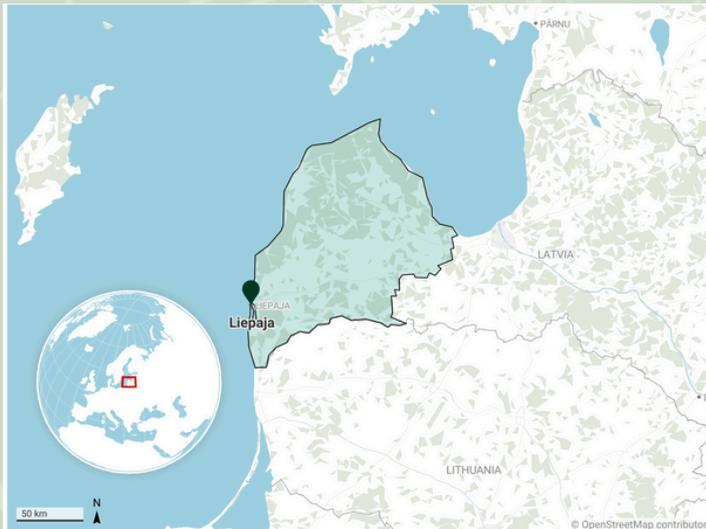
Mošćenička Draga e Crikvenica sono le due microdestinazioni scelte situate nella regione del Quarnero. Mošćenička Draga è un piccolo e affascinante comune costiero con una popolazione di circa 1.500 residenti, noto per le sue spiagge di ciottoli e il ricco patrimonio di pesca. Crikvenica è una città con circa 10.000 abitanti, ha una ricca storia ed è famosa per le sue spiagge sabbiose, il turismo medico e le attività per le famiglie. Entrambe le destinazioni mettono in risalto la bellezza naturale e il patrimonio culturale della regione.

## **Liepaja, Lettonia**

Liepāja è la terza città più grande della Lettonia e la decima più grande degli Stati Baltici. Circa 70.000 persone considerano Liepāja la loro casa, il loro luogo di studio e di lavoro. È diventata una città moderna con una prospettiva globale, ma allo stesso tempo mantiene i comfort tipici di una piccola città.

Liepāja è una meta turistica molto apprezzata, che attrae molti con le sue attrazioni turistiche uniche. Incanta le persone con un centro città ricco di tesori culturali e architettonici, oltre a essere allettante con la sua spaziosa spiaggia dove i bagnanti si godono

*Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile*

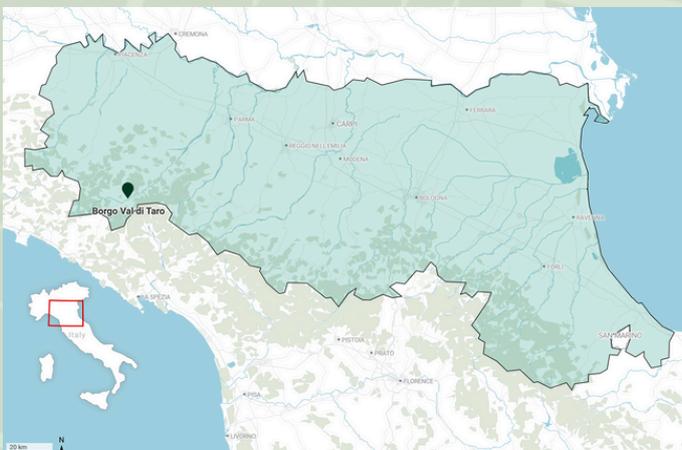


la sabbia bianca insolitamente fine. Nonostante le sue dimensioni compatte, la città combina tutto il necessario per una vacanza completa e memorabile. Liepāja ha una ricca storia di cultura, arte e sport. Ci sono eventi che si svolgono durante tutto l'anno e che soddisfano tutti i gusti: dalle mostre di artisti locali alle esibizioni di artisti riconosciuti a livello internazionale, dai concerti di musica classica a

alle grandi feste sulla spiaggia, dalle competizioni sportive amatoriali ai campionati mondiali.

### **SERN and Borgotaro, Italy**

Sweden Emilia Romagna Network (SERN) è un'organizzazione senza scopo di lucro di attori svedesi e italiani creata nel 2005 con l'obiettivo di promuovere la cooperazione nord-sud tra Italia e Svezia. Riunisce più di 60 membri, principalmente attori pubblici locali e regionali, che collaborano alla creazione di comunità più digitalizzate, verdi, sostenibili e inclusive. SERN è una rete multilivello poiché le sue attività si estendono su diverse aree politiche e coinvolgono diversi livelli di governo e diversi tipi di attori (organizzazioni sia private che pubbliche) come istituti di istruzione, cooperative e ONG. Nel corso degli anni SERN ha acquisito una vasta esperienza nel lavoro sul turismo sostenibile implementando con successo progetti incentrati sul miglioramento dell'attrattività e della competitività dei comuni europei nel campo del turismo.



In questo progetto, SERN ha deciso di concentrarsi sulla Microdestinazione del Comune di Borgotaro che è anche partner associato del progetto MIST. La partecipazione al progetto MIST da parte del Comune di Borgotaro è essenziale in quanto consente di interrogarsi e riflettere sull'impatto del turismo a livello di microdestinazione, sottolineando i punti di forza del territorio per mantenerli, rafforzarli ed individuare

le criticità e le possibili soluzioni necessarie per muoversi nel settore turistico in modo dinamico e tempestivo di fronte alle nuove richieste del mercato.

*Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile*



Il comune di Borgo Val di Taro, che conta 6.783 abitanti, vanta diversi asset importanti, che nel corso degli anni sono diventati sempre più preponderanti nelle priorità dei turisti. Un patrimonio enogastronomico di assoluta rilevanza, inserito in un contesto promozionale ancora più ampio e rilevante come il territorio della Provincia di Parma. Un territorio slow, geograficamente collocato al confine di tre regioni di grande attrattività come Liguria, Toscana ed Emilia Romagna. Infatti, grazie alla sua posizione geografica e a un territorio profondamente radicato nella natura e nella biodiversità, il Comune ha sempre manifestato una forte vocazione turistica. Per lo speciale riconoscimento attribuito al fungo porcino IGP, che funge da primario motore economico e turistico, ogni anno Borgotaro ospita la Fiera del Fungo Porcino, evento di fama internazionale e fiera leader del settore.

---

# INTRODUZIONE

Il turismo è uno dei settori in più rapida crescita al mondo e un'importante fonte di valuta estera e occupazione, pur essendo strettamente legato al benessere sociale, economico e ambientale di molti paesi. L'Organizzazione mondiale del turismo (UNWTO) definisce il turismo sostenibile come "turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, affrontando le esigenze dei visitatori, del settore, dell'ambiente e delle comunità ospitanti". Le micro destinazioni, parti più piccole di una destinazione più grande, si adattano alla descrizione UNWTO ma raramente si adattano alla struttura di governance locale di una destinazione. La traduzione UNWTO degli obiettivi in un contesto turistico è riferita a livello nazionale, ma è a livello di micro destinazione che gli effetti del turismo si manifestano più urgentemente per la comunità locale. Gli effetti positivi e negativi del turismo sono in bilico e finché tale equilibrio non sarà incluso in una struttura di governance, sorgeranno problemi locali che rimarranno irrisolti.

Gli sforzi sostenibili a livello micro hanno un impatto diretto sulla vita nelle comunità locali e possono avere un impatto positivo o negativo su molti degli Obiettivi di sostenibilità globali. Il turismo può portare opportunità di scambio economico e culturale, ma può anche essere fonte di stress economico, indebolimento della comunità locale ed effetti negativi sull'ambiente.

Se si immagina il turismo come una bilancia in cui si mettono grandi pesi su entrambi i lati per bilanciare il turismo regionale, la bilancia è molto più piccola a livello micro e i pesi, ovvero la capacità della micro destinazione, devono essere gestiti con molta più cura. Troppo di una cosa buona potrebbe causare danni irreversibili. D'altro canto, il turismo può aiutare a mettere in risalto le usanze locali, rafforzare i sistemi alimentari locali e la resilienza se le sfide delle micro destinazioni possono essere identificate e affrontate dai sistemi di governance locali.

---

## Attività 1 – Focus group, workshop con stakeholder locali e analisi dei gap

### 1. RIEPILOGO DEI FOCUS GROUP

La prima attività prevista dal progetto MIST è stata l'implementazione di Focus group locali con i principali stakeholder dell'ecosistema turistico locale.

Lo scopo principale dei Focus Group tenutosi a livello locale era identificare, con l'aiuto degli stakeholder locali, le sfide che ogni microdestinazione affronta nel campo dello sviluppo turistico sostenibile. Inoltre, l'incontro dei Focus Group è stato fondamentale per confrontare le migliori pratiche per lo sviluppo sostenibile di microdestinazioni consolidate ed emergenti tra i membri partecipanti.

Attraverso questo processo, sono state raccolte e identificate le pratiche più adatte per il trasferimento in altri contesti europei e che avrebbero potuto essere successivamente incluse nel manuale finale.

Gli incontri dei focus group si sono svolti in estate, tra luglio e settembre 2024, in loco o online, nonché attraverso interviste individuali con gli stakeholder locali, in base alle preferenze del partner.

Durante il focus group, ogni partner ha cercato di fornire risposte collaborative alle seguenti domande guida, elaborate da Svedest:

- 1. Qual è la cosa migliore della nostra micro-destinazione?*
- 2. In che modo il turismo influisce sulla vita quotidiana nella nostra micro-destinazione?*
- 3. Quali sono alcune delle sfide che dovete affrontare nella vostra micro-destinazione?*
- 4. Descrivi una soluzione a una sfida di cui sei orgoglioso.*

I risultati ottenuti dai focus group locali sono stati raccolti e inclusi nel presente manuale nell'allegato 1.

## **II. RIEPILOGO DELL'ANALISI DEI GAP**

Attraverso un'analisi approfondita, i partner del progetto hanno identificato specifiche lacune, esigenze insoddisfatte e potenziali aree di miglioramento per ciascuna micro-destinazione. Questa valutazione fornisce una base per identificare pratiche personalizzate volte a colmare queste lacune, assicurando che ciascun partner possa massimizzare il proprio impatto e contribuire al successo complessivo del progetto. Affrontando queste lacune, i partner hanno creato un approccio coerente che favorisca la crescita, la collaborazione e il raggiungimento di obiettivi condivisi in tutta la rete MIST.

La tipologia di attori soggetti all'analisi GAP condotta nell'ambito del progetto MIST sono: enti regionali che si occupano di definire le policy, allocare i finanziamenti e garantire un solido coordinamento intercomunale per iniziative di turismo sostenibile; i comuni che sono direttamente responsabili delle infrastrutture locali, del coinvolgimento della comunità e dell'integrazione del turismo con i servizi comunali; le organizzazioni di gestione delle destinazioni (DMO) che si concentrano sulla gestione delle destinazioni, sul marketing, sullo sviluppo del marchio, sulla strategia turistica e sulla creazione di relazioni, spesso lavorando a stretto contatto con aziende locali e le comunità.

Ciascuno degli attori sopra menzionati presenta differenti sfide nelle attuali pratiche e strategie legate al turismo sostenibile. In effetti, le Regioni riscontrano una coerenza limitata tra le politiche dei comuni, che si traduce in strategie frammentate per il turismo sostenibile.

Le Regioni infatti necessitano di creare un quadro per supportare pratiche sostenibili in tutti i comuni, insieme alla raccolta di dati per informare le politiche. Invece, i Comuni lottano per allineare i diversi dipartimenti e bilanciare il turismo con le esigenze locali. Hanno bisogno di formazione sugli impatti del turismo sostenibile e sui metodi per integrare il turismo nei piani di sviluppo turistico locale senza compromettere la qualità della vita dei residenti.

Infine, le Destination Management Organization (DMO) hanno risorse limitate per supportare in tutti gli aspetti del turismo sostenibile, in particolare per il lavoro a livello delle microdestinazioni, nel marketing e nel coinvolgimento degli stakeholder. Hanno bisogno di supporto nella sensibilizzazione della comunità e di finanziamenti per sviluppare capacità di promozione interna e sviluppo di pratiche di turismo sostenibile, gestendo al contempo la capacità di carico delle micro destinazioni.

### III. APPROFONDIMENTI E RISULTATI CHIAVE DELL'ATTIVITÀ 1 DI MIST

Nei paragrafi seguenti vengono presentate le principali intuizioni e i confronti emersi dall'analisi dei gap e dai workshop dei focus group locali per ciascun partner del progetto.

#### **REGIONE HALLAND**

##### **Approfondimenti chiave**

Halland sottolinea lo sviluppo di micro-destinazioni di base e a lungo termine. Le sfide includono la percezione del turismo come un settore a bassa priorità e il coordinamento interdipartimentale all'interno dei comuni. Anche l'incoraggiamento del turismo sostenibile e incentrato sulla comunità e l'equilibrio tra i ruoli regionali e l'autonomia locale sono considerate delle priorità.

Pertanto, sono state individuate le seguenti lacune per Halland:

- **Bassa priorità del turismo nei piani municipali:** il turismo è spesso visto come un settore secondario nella pianificazione municipale, con un focus su altre aree di sviluppo. Ciò si traduce in investimenti a lungo termine e allocazione delle risorse insufficienti, limitando la crescita del turismo e il suo potenziale impatto economico sulla regione. Ciò è particolarmente vero per le micro destinazioni in cui è difficile per un comune giustificare un'attenzione speciale ad alcune aree del suo territorio.
- **Comunicazione interna e coordinamento:** Halland affronta sfide nell'allineamento dei diversi dipartimenti municipali sugli obiettivi turistici. Priorità contrastanti o mancanza di collaborazione interdipartimentale possono ritardare o complicare l'implementazione di iniziative di turismo sostenibile, riducendo l'efficacia degli sforzi per creare una strategia turistica coerente.
- **Sfide nel dimostrare il valore del turismo:** Halland fatica a trasmettere il valore del turismo ai residenti e ai decisori locali, il che porta a un limitato supporto della comunità e alla percezione che il turismo non sia essenziale. Senza l'adesione della comunità, le iniziative di turismo sostenibile potrebbero non avere le basi sociali necessarie per un successo a lungo termine.

- **Supporto a lungo termine per il turismo:** molti progetti turistici a Halland sono finanziati con fondi a breve termine, il che non è in linea con le esigenze a lungo termine delle micro-destinazioni. Le iniziative turistiche di base richiedono un supporto costante e incrementale e la mancanza di finanziamenti stabili interrompe la continuità di questi progetti, limitando il loro potenziale nel contribuire allo sviluppo sostenibile.

### **Caratteristiche uniche della micro destinazione a Halland**

Halland adotta un approccio regionale in cui il supporto alle micro-destinazioni si limita a definire la loro identità e ad aiutare a coinvolgere i visitatori in cerca di autenticità.

### **Somiglianze con altri partner**

Problemi di sostenibilità, coinvolgimento della comunità e mancanza di risorse a lungo termine per lo sviluppo di micro-destinazioni.

## **REGIONE DEL QUARNERO**

### **Approfondimenti chiave**

Il sovraffollamento durante le stagioni di punta, gli impatti ambientali e la "apartmentizzazione" (conversione di alloggi in affitti turistici) sono problemi importanti. Alcune città affrontano sfide con un coinvolgimento limitato degli stakeholder e un'implementazione della strategia. Le pratiche sostenibili di successo includono la riduzione dei rifiuti e iniziative di trasporto eco-compatibili.

Pertanto sono state individuate le seguenti lacune per la regione del Quarnero:

- **Sovraffollamento durante l'alta stagione:** l'elevato afflusso di visitatori durante la stagione estiva travolge le infrastrutture locali, causando congestione, uso eccessivo di risorse e pressione sui servizi pubblici come la gestione dei rifiuti e l'approvvigionamento idrico. Ciò influisce sulla qualità della vita dei residenti e riduce l'esperienza dei visitatori, rischiando di avere percezioni negative della destinazione.
- **Gestione dell'impatto ambientale:** Kvarner lotta per gestire il degrado ambientale causato dal turismo, in particolare nelle aree naturali sensibili. I problemi includono inquinamento, perdita di biodiversità e danni al paesaggio. Risorse limitate e misure di conservazione creano un divario nella mitigazione di questi impatti negativi, minacciando la sostenibilità delle risorse naturali che attraggono i visitatori.
- **"Apartmentizzazione" degli alloggi:** molte proprietà residenziali vengono convertite in affitti a breve termine, riducendo la disponibilità di alloggi a prezzi accessibili per i residenti. Questa tendenza interrompe anche la coesione della comunità e crea conflitti tra residenti e operatori turistici, poiché la gente del posto potrebbe sentirsi sostituita dall'afflusso di turisti.

- **Coordinamento tra comuni:** ogni città e comune del Quarnero ha il proprio approccio alla gestione del turismo, che si traduce in uno sviluppo frammentato e in esperienze di visitatori incoerenti. Senza una strategia coordinata, gli sforzi per uno sviluppo sostenibile sono meno efficaci e possono portare a mancate opportunità di sinergia regionale.

### **Caratteristiche uniche della micro destinazione nel Quarnero**

Concentrarsi su progetti di sostenibilità come rifiuti zero e mobilità elettrica, e sulla salvaguardia della cultura locale nonostante la pressione del turismo.

### **Somiglianze con altri partner**

Sfide nella gestione di un numero elevato di visitatori, del turismo sostenibile e del coordinamento tra le parti interessate.

## **LIEPĀJA**

### **Approfondimenti chiave**

Gli stakeholder apprezzano un panorama culturale forte e un'atmosfera vibrante. Le sfide principali includono stagionalità, coordinamento tra i fornitori di servizi turistici e trasporti sostenibili. Anche il mercato degli affitti di appartamenti non regolamentato è una preoccupazione. Gli stakeholder hanno sottolineato la necessità di pacchetti turistici coesi e un approccio unificato per aumentare l'attrattiva fuori stagione.

Pertanto, sono state individuate le seguenti lacune per Liepāja:

- **Dipendenza dalla stagionalità:** la destinazione fa molto affidamento sul turismo estivo, con conseguenti bassi numeri di visitatori durante l'autunno, l'inverno e la primavera. Ciò crea instabilità economica e limita le opportunità di impiego durante tutto l'anno, poiché molte attività turistiche non riescono a sostenere le operazioni durante le stagioni di bassa stagione.
- **Collaborazione frammentata tra le parti interessate:** gli operatori turistici e le entità culturali di Liepāja spesso lavorano in modo indipendente, senza un approccio unificato allo sviluppo turistico. Questa lacuna riduce l'efficacia del marketing della destinazione e limita la capacità di creare esperienze coordinate che potrebbero attrarre e trattenere più visitatori.
- **Mercato degli alloggi non regolamentato:** la crescita degli affitti informali di appartamenti (ad esempio, Airbnb) crea una concorrenza sleale per i fornitori di alloggi autorizzati, rendendo difficile far rispettare gli standard di qualità e i requisiti normativi. Questo mercato non regolamentato ha anche un impatto sulla convenienza degli alloggi per i residenti, causando tensioni tra gente del posto e turisti.
- **Opzioni di trasporto sostenibile:** Liepāja ha limitate alternative di trasporto sostenibile (come il trasporto pubblico ecologico), il che limita l'accessibilità per i visitatori che preferiscono opzioni a basse emissioni di carbonio. Questo divario non solo influisce sull'accessibilità, ma limita anche l'attrattiva della destinazione per i viaggiatori attenti all'ambiente.



---

## **Caratteristiche uniche della micro destinazione a Liepaja**

Un'offerta culturale diversificata e un paesaggio urbano storico-moderno. La stagionalità e la collaborazione frammentata tra le parti interessate pongono diverse sfide.

### **Somiglianze con altri partner**

Problemi legati alla stagionalità, ai trasporti e al desiderio di incrementare il turismo fuori stagione.

## **BORGOTARO**

### **Approfondimenti chiave**

Questa micro-destinazione affronta un turismo stagionale e "mordi e fuggi", in particolare con i turisti interessati a raccogliere funghi. Gli obiettivi principali includono la diversificazione delle offerte turistiche durante tutto l'anno e il miglioramento della collaborazione tra gli operatori locali. Enfasi sull'utilizzo di risorse culturali e naturali locali, come la creazione di un Ecomuseo, per estendere il coinvolgimento dei visitatori.

Pertanto per Borgotaro sono state individuate le seguenti lacune:

**Turismo stagionale "mordi e fuggi":** Borgotaro attrae turisti principalmente durante la stagione della raccolta dei funghi, spesso per brevi visite di un giorno. Questo turismo transitorio limita i benefici economici per le attività commerciali locali, poiché i visitatori non rimangono abbastanza a lungo per interagire con altre attrazioni o servizi, riducendo le entrate complessive per la destinazione.

**Collaborazione con gli operatori locali:** c'è una mancanza di partnership e networking tra gli operatori turistici, le aziende locali e il comune, il che ostacola la capacità di creare un'esperienza olistica per i visitatori. Questa lacuna limita il potenziale del turismo di creare un'offerta coesa e coinvolgente che incoraggi soggiorni più lunghi e visite ripetute.

**Risorse culturali sottoutilizzate:** Borgotaro ha preziose risorse culturali e naturali (come la sua biodiversità e il patrimonio locale), ma queste non sono completamente integrate nelle sue offerte turistiche. La promozione e l'utilizzo limitati di queste risorse significano che la destinazione perde opportunità di diversificare le sue attrazioni e attrarre un pubblico più ampio.

**Presenza digitale limitata:** investimenti insufficienti in marketing e promozione digitale limitano la visibilità della destinazione ai potenziali visitatori, in particolare per esperienze uniche e fuori stagione. Questa mancanza di coinvolgimento digitale ostacola la sua competitività nel mercato turistico e limita la consapevolezza di ciò che Borgotaro può offrire oltre alle attrazioni stagionali.

## **Caratteristiche uniche della micro destinazione a Borgotaro**

Attenzione specifica al "turismo dei funghi" e strategie per convertirlo in pernottamenti. Recente miglioramento nella collaborazione intercomunale e nell'organizzazione di festival.

### **Somiglianze con altri partner**

Sfide legate alla stagionalità, necessità di collaborazione tra le parti interessate e attenzione alle pratiche turistiche sostenibili.

## IV. APPROFONDIMENTI GENERALI SUL PROGETTO

### SOMIGLIANZE TRA I PARTNER

- **Stagionalità:** tutte le destinazioni soffrono del turismo fuori stagione e richiedono strategie per attrarre visitatori durante tutto l'anno.
- **Pratiche sostenibili:** un'attenzione condivisa alla sostenibilità, che comprende la riduzione dell'impatto ambientale e la promozione di trasporti eco-compatibili.
- **Collaborazione:** enfasi sul coordinamento delle parti interessate e sulla condivisione delle conoscenze tra le regioni.
- **Identità culturale e coinvolgimento locale:** i partner concordano sull'importanza di preservare e promuovere la cultura locale per migliorare le esperienze dei visitatori.

### SFIDE UNICHE

- **Appartamentizzazione nel Quarnero e a Liepaja:** la conversione degli alloggi ad uso turistico è un problema particolare in queste regioni, che ha un impatto sulla convenienza e sulla disponibilità degli alloggi locali.
- **Tipologie specifiche di turismo:** tipologie specifiche di turismo in tutte le micro-destinazioni, anche all'interno della stessa regione, pongono sfide e opportunità specifiche per collegare il turismo allo sviluppo del territorio.

### RIEPILOGO DELLE LACUNE COMUNI TRA I PARTNER

Questa sezione riassume le lacune comuni identificate dai partner, evidenziando le aree chiave in cui sono necessari una maggiore collaborazione e miglioramenti per raggiungere obiettivi condivisi.

- **Stagionalità:** ogni partner lotta con un turismo stagionalmente concentrato, che porta a instabilità economica e sottoutilizzo delle risorse locali al di fuori dei periodi di punta. Questo divario influisce sulla sostenibilità di posti di lavoro, servizi e attività commerciali in ogni destinazione.
- **Capacità di carico:** senza misure adeguate per proteggere le risorse naturali e gestire gli impatti sociali e ambientali del turismo, i partner corrono il rischio di sradicare i loro beni, risorse uniche su piccola scala come la cultura locale e la biodiversità, che sono spesso centrali per il loro appeal turistico.
- **Coordinamento degli stakeholder:** la collaborazione frammentata tra gli stakeholder limita il potenziale per uno sviluppo integrato della destinazione. Le lacune nel coordinamento ostacolano gli sforzi per creare esperienze turistiche coese e pratiche sostenibili.
- **Integrazione della comunità:** coinvolgere le comunità locali nella pianificazione del turismo è spesso limitato. Questo divario influisce sugli impatti sulla comunità locale e può portare a resistenze, riducendo la fattibilità a lungo termine del turismo.
- **Marketing e branding:** risorse di marketing insufficienti e sforzi di branding frammentati rendono difficile per le micro-destinazioni distinguersi, in particolare quando competono con destinazioni più grandi. Una presenza digitale limitata e la chiarezza del marchio riducono la loro capacità di attrarre segmenti di visitatori diversi, ma riducono i rischi di rompere la capacità di carico se hanno troppo successo.

## Attività 2 – Seminario transnazionale

Dal 15 al 17 ottobre Visit Halland ha ospitato il seminario transnazionale ad Halmstad. La seconda delle due attività del progetto MIST. Il seminario di tre giorni mirava a promuovere lo sviluppo sostenibile e responsabile delle micro-destinazioni attraverso presentazioni, discussioni e scambi di conoscenze, competenze ed esperienze tra i partner partecipanti. I partecipanti erano tutti i rappresentanti dei partner di progetto, ovvero SERN, SveDest, l'ufficio informazioni turistiche della regione di Liepaja, l'Ente turistico della regione di Kvarner e Visit Halland, il partner principale del progetto e l'ospite del seminario. Inoltre, un gruppo di rappresentanti delle micro-destinazioni svedesi locali della regione di Halland ha partecipato all'incontro e ha mostrato le proprie pratiche per rendere sostenibile la propria micro-destinazione.

Durante il workshop di due giorni in Svezia, la partnership si è impegnata a condividere approfondimenti e lezioni apprese dai workshop e dalle discussioni precedenti con gli stakeholder. I partecipanti hanno esplorato i fattori di successo e le sfide nello sviluppo delle destinazioni attraverso un dialogo mirato. È stato tenuto un workshop dedicato alle micro-destinazioni e allo sviluppo del territorio per approfondire la comprensione e promuovere la condivisione delle conoscenze. Gli stakeholder hanno attivamente scambiato esperienze e buone pratiche, promuovendo la collaborazione e rafforzando le strategie per uno sviluppo sostenibile del territorio.

Grazie a queste intuizioni tratte dall'Attività 1, dall'Analisi dei gap e dalla discussione tra i partner, i filoni più promettenti da utilizzare per il seminario di tre giorni ad Halland sono stati i seguenti.

- **Mappatura e creazione di reti:** facilitare uno spazio collaborativo in cui i partner possano condividere approfondimenti su problemi comuni, il che aiuterà ciascuno a comprendere le lacune e le soluzioni efficaci.
- **Approfondimenti basati sui dati per il turismo:** prendere in considerazione la raccolta di dati sui modelli di visitatori, in particolare fuori stagione, per informare le strategie, misurare il successo e condividere queste informazioni.
- **Condivisione di buone pratiche:** presentazioni di tutti i partner che forniscono maggiori approfondimenti sull'impostazione delle micro destinazioni e danno vita alle sfide. Con somiglianze e caratteristiche uniche, ciò darebbe ai partner la possibilità di riflettere sul proprio lavoro osservando il lavoro degli altri.

### **Aree di intervento e raccolta di buone pratiche dai partner MIST**

Traendo spunto dagli insight del workshop di Halland, i Partner hanno identificato almeno dieci aree di intervento in cui gli stakeholder all'interno delle micro-destinazioni necessitano di un supporto mirato. Queste aree rappresentano aspetti essenziali dello sviluppo sostenibile, della gestione efficace e del coinvolgimento della comunità che sono vitali per il successo

*Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile*

dei partner MIST. Affrontare queste esigenze non solo rafforzerà le capacità dei singoli stakeholder, ma favorirà anche la resilienza complessiva e l'attrattiva delle micro-destinazioni.

Le principali aree di intervento individuate sono le seguenti:

- 1** **GESTIONE DELLE MICRO DESTINAZIONI**  
Modalità di gestione del microlivello e di interazione con le parti interessate a un livello in cui i modelli di governance non sono applicabili.
- 2** **GESTIONE DELLA STAGIONALITÀ**  
Strategie per attrarre turisti tutto l'anno, riducendo la dipendenza dalle stagioni di punta.
- 3** **IMPEGNO DELLA COMUNITÀ**  
Maggiore coinvolgimento delle comunità locali nei processi decisionali per preservare l'integrità culturale e promuovere il sostegno locale.
- 4** **COLLABORAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE**  
Miglioramento del coordinamento tra gli attori locali per unificare le strategie e le offerte turistiche.
- 5** **TRASPORTO SOSTENIBILE**  
Sviluppo di opzioni di trasporto ecocompatibili per affrontare le sfide del *last minute mile*, ridurre l'impronta di carbonio e supportare l'accessibilità.
- 6** **RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE**  
Attuazione di misure di gestione dei rifiuti, conservazione delle risorse idriche e controllo dell'inquinamento.
- 7** **FINANZIAMENTI E RISORSE**  
Sostegno finanziario e risorse per implementare pratiche turistiche sostenibili, soprattutto nelle destinazioni rurali o più piccole.
- 8** **DIVERSIFICAZIONE DEL TURISMO**  
Espansione dell'offerta turistica oltre alle attività ad alta richiesta, includendo attrazioni culturali e fuori stagione.
- 9** **SVILUPPO DI CONOSCENZE E CAPACITÀ**  
Formazione rivolta agli stakeholders sulle pratiche turistiche sostenibili e sulla pianificazione strategica.
- 10** **MARKETING DIGITALE E BRANDING**  
Assistenza nel branding, nell'impegno digitale e nella promozione di micro-destinazioni in un mercato competitivo.

## Identificazione e descrizione di almeno 2 buone pratiche per partner

Ogni partner ha dimostrato pratiche efficaci che si allineano con gli obiettivi del turismo sostenibile e possono corrispondere alle aree di intervento sopra menzionate. Nella sezione seguente viene riportata una descrizione dettagliata delle pratiche in cui sono inclusi il tempo, le risorse, gli attori coinvolti e i risultati per ciascuna pratica. Inoltre, i partner spiegano in basso il loro potenziale di replicabilità.



### IL COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITÀ COME FATTORE CHIAVE DEL SUCCESSO

Le micro-destinazioni di successo si fondano sul coinvolgimento della comunità locale, dove gli stakeholder locali lavorano per raggiungere obiettivi comuni.

4 COLLABORAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE

#### **Descrizione della pratica**

Abbiamo scoperto che le micro destinazioni di maggior successo prosperano grazie alla partecipazione attiva e all'impegno della comunità locale. Coinvolgendo gli stakeholder locali, come residenti, aziende e organizzazioni, e allineando i loro sforzi verso obiettivi condivisi, queste destinazioni creano una solida base per una crescita e uno sviluppo sostenibili. Questo approccio collaborativo garantisce che tutti abbiano un interesse personale nel successo della destinazione, promuovendo un senso di appartenenza e orgoglio all'interno della comunità.

#### **Tempo necessario**

Il tempo necessario per l'implementazione della pratica varia ampiamente a seconda dell'attuale coinvolgimento e collaborazione locale nella micro destinazione. Nel progetto, abbiamo scoperto che alcune micro destinazioni collaborano già in modo abbastanza efficace, lavorando verso una visione condivisa e obiettivi comuni, il che significa che non sarebbe necessario altro tempo per implementare questa pratica. Tuttavia, altre micro destinazioni non hanno né una visione unificata né solidi quadri di collaborazione, il che presenta la necessità di un lavoro di base per stabilire questi elementi. A seconda della composizione degli stakeholder della micro destinazione e delle sue condizioni di coinvolgimento, questo può richiedere da 6 mesi a un anno per essere raggiunto. Un primo passo importante sarebbe valutare lo stato attuale del coinvolgimento della comunità, identificare gli stakeholder chiave e comprendere le esigenze dei diversi stakeholder nella micro destinazione. Il secondo passo per implementare la pratica sarebbe avviare workshop per stabilire obiettivi e scopi condivisi per la micro destinazione.



### Risorse necessarie

Di nuovo, a seconda della natura della micro destinazione sono necessarie risorse diverse. Per la micro destinazione che non ha una visione condivisa, obiettivi e quadri di collaborazione sono necessarie risorse diverse, sia umane che finanziarie, insieme a investimenti di tempo e conoscenze.



### Attori coinvolti nell'implementazione della pratica

Stakeholder locali nella micro destinazione, municipalità, responsabili di progetto, facilitatori/moderatori. A seconda del sistema attuale della destinazione, potrebbero essere coinvolte anche le DMO regionali.



### Risultati / Impatto della pratica

Il risultato più importante della pratica è:

- Relazioni più forti e fiducia tra gli stakeholder locali.
- Un senso di scopo unificato e orgoglio per la destinazione.
- Maggiore disponibilità a lavorare insieme su sfide e opportunità condivise.



### Potenziale di replicabilità

Questa pratica ha un elevato potenziale di essere replicata in altre destinazioni.

## SUPPORTO DELLA COMUNITÀ PER LE MICRO-DESTINAZIONI

Sostegno comunale a progetti turistici promossi a livello locale, senza controlli gravosi e con un supporto finanziario appena sufficiente.

**3** IMPEGNO DELLA  
COMUNITÀ



### Descrizione della pratica

Abbiamo scoperto che un modo efficace per i nostri comuni di supportare progetti turistici locali, come lo sviluppo di micro destinazioni, prevede di fornire un sostegno/finanziamento necessario ma limitato, per evitare un controllo o un intervento eccessivo. Questo approccio crea un equilibrio, offrendo risorse finanziarie e assistenza logistica appena sufficienti per consentire agli stakeholder locali di dare forma al proprio sviluppo turistico. Il ruolo del comune è quello di facilitare e incoraggiare gli sforzi locali, offrendo guida e finanziamenti limitati quando necessario, ma consentendo alla comunità di segnare la strada nella creazione di esperienze turistiche autentiche e sostenibili che siano in linea con i valori e le esigenze locali.



### Tempo necessario

Il tempo necessario dipende dallo stato attuale della collaborazione tra autorità municipali e comunità locali, nonché dal livello di preparazione all'interno del comune per adottare tale approccio. Ad Halland, questo varia molto tra i diversi comuni.

Se non c'è una collaborazione attuale, il primo passo sarebbe naturalmente quello di stabilirla. Una volta stabilita la collaborazione, il passo successivo sarebbe quello di valutare le esigenze di supporto finanziario delle micro destinazioni. Dopodiché, se non esiste già, è necessario creare un sistema di supporto finanziario municipale, incluso un quadro di finanziamento chiaro. Per implementare con successo la pratica, saranno importanti anche le azioni per aumentare la conoscenza in merito al finanziamento sostenibile nelle micro destinazioni, inclusi modelli di finanziamento alternativi. La conoscenza sarà importante per creare uno sviluppo finanziario sostenibile nelle micro destinazioni, assicurandosi che non dipendano dal supporto finanziario dei comuni.

### **Risorse necessarie**

Sono necessarie risorse di vario tipo, sia umane che finanziarie, oltre a investimenti di tempo e conoscenze.

### **Attori coinvolti nell'implementazione della pratica**

Micro destinazioni, comuni, DMO regionali.

### **Risultati / Impatto della pratica**

Il risultato dell'implementazione del supporto della comunità per le micro destinazioni è un ecosistema turistico più sostenibile e resiliente, in cui le comunità locali sono autorizzate a guidare il proprio sviluppo. Fornendo il giusto livello di supporto finanziario e guida, senza una supervisione pesante, i comuni aiutano a promuovere un senso di appartenenza tra gli stakeholder locali. Ciò porta a una comunità più coesa e collaborativa con una visione condivisa per il turismo che riflette i valori e le priorità locali. Nel tempo, le micro destinazioni diventano meno dipendenti dai finanziamenti comunali poiché adottano modelli di finanziamento alternativi e sostenibili, garantendo la loro fattibilità a lungo termine.

### **Potenziale di replicabilità**

Questa pratica ha un elevato potenziale ad essere replicata in altre destinazioni.

## **COLLABORAZIONE INTERDIPARTIMENTALE**

Modalità di collaborazione con una micro-destinazione studiate per migliorare la collaborazione e l'allineamento tra i dipartimenti comunali per il supporto alle micro-destinazioni.



### **Descrizione della pratica**

Una delle nostre principali conclusioni del progetto è stata l'importanza della collaborazione tra i diversi dipartimenti. Ciò significa creare modi strutturati di lavorare insieme per migliorare la comunicazione e il coordinamento sia all'interno dei dipartimenti municipali che con i partner regionali, il tutto per supportare le micro-destinazioni. Lavorando insieme, le parti interessate possono creare una strategia unificata per aiutare le micro-destinazioni a crescere e prosperare in modo sostenibile.

Condividendo risorse, conoscenze ed esperienza, questi gruppi possono coordinare gli sforzi e garantire che le iniziative turistiche locali siano integrate in politiche regionali e municipali più ampie. Questo quadro collaborativo aiuta a semplificare il processo decisionale, aumentare l'impatto e garantire che le esigenze delle micro-destinazioni siano pienamente soddisfatte, dalla pianificazione delle infrastrutture al coinvolgimento della comunità e al marketing.

### **Tempo necessario**

Il tempo necessario per implementare un interdipartimento a Halland varierebbe ampiamente tra i comuni. La maggior parte dei comuni ha già una qualche forma di collaborazione in atto, anche se non riguarda le micro destinazioni. Per implementarla, il primo passo sarebbe quello di garantire il coinvolgimento dei dipartimenti pertinenti e degli stakeholder regionali, assicurandosi che lo sviluppo della micro destinazione sia una priorità per l'intero comune e la regione. Per raggiungere questo obiettivo, dovrebbe essere creata una rete di stakeholder pertinenti. Da questa, dovrebbero essere creati una visione condivisa e obiettivi comuni. Ciò implicherebbe l'organizzazione di riunioni e workshop con gli stakeholder, il che potrebbe essere un processo che richiede molto tempo. Dopo aver creato una visione condivisa, sarebbe importante definire ruoli e responsabilità per ogni stakeholder. Naturalmente, alcuni dipartimenti sarebbero più coinvolti di altri.

### **Risorse necessarie**

Sono necessarie risorse di vario tipo, sia umane che finanziarie, oltre a investimenti di tempo e conoscenze.

### **Attori coinvolti nell'implementazione della pratica**

Diversi dipartimenti dei comuni e attori regionali.

### **Risultati / Impatto della pratica**

Creare una buona collaborazione tra dipartimenti municipali e stakeholder regionali è fondamentale per uno sviluppo di successo e sostenibile delle micro destinazioni. Non solo assicura che tutti gli aspetti della destinazione siano allineati e lavorino verso obiettivi comuni, rendendolo un approccio più unificato, coordinato ed efficace allo sviluppo delle micro destinazioni, ma consente anche di affrontare l'intera gamma di esigenze di una micro destinazione, dall'infrastruttura al marketing e tutto il resto.

### **Potenziale di replicabilità**

A seconda del sistema di stakeholder, la pratica può essere replicata. Tuttavia, se il sistema di stakeholder differisce molto da Halland, potrebbe essere necessario un altro approccio.

## CENTRI DI ECCELLENZA: ECOMUSEO MOŠĆENIČKA DRAGA

Modalità di collaborazione con una micro-destinazione studiate per migliorare la collaborazione e l'allineamento tra i dipartimenti comunali per il supporto alle micro-destinazioni.



### Descrizione della pratica

L'Ecomuseo Mošćenička Draga, fondato nel 2012, funge da modello esemplare per lo sviluppo sostenibile nelle micro-destinazioni, preservando e promuovendo il patrimonio marittimo. Le attività dell'Ecomuseo enfatizzano l'inclusione della comunità locale, promuovendo un senso collettivo di appartenenza e partecipazione alle pratiche turistiche sostenibili. Questo coinvolgimento assicura che lo sviluppo sia in linea con le esigenze della comunità, migliorando la resilienza e l'attrattiva di Mošćenička Draga come destinazione turistica.

Le attività principali includono workshop sulla pesca tradizionale e la costruzione navale, il festival annuale e la regata di barche a vela tradizionali e programmi educativi interattivi per tutte le fasce d'età. Queste iniziative non solo attraggono i visitatori, ma coinvolgono anche i residenti, rafforzando il legame della comunità con il proprio patrimonio.

L'approccio sostenibile dell'Ecomuseo è rafforzato dalla sua partecipazione a numerosi progetti finanziati dall'UE, che forniscono un sostegno finanziario cruciale per l'implementazione delle sue iniziative. Questo finanziamento facilita lo sviluppo di risorse e programmi che affrontano le sfide comuni affrontate dalle destinazioni più piccole, come la gestione delle fluttuazioni stagionali, la promozione dell'integrità culturale e la protezione dell'ambiente locale. L'appartenenza all'Associazione dei musei marittimi del Mediterraneo (AMMM) e premi come lo SKAL International Sustainable Tourism Award 2016 e il Destination of Sustainable Cultural Tourism Awards 2022 sottolineano la sua efficacia e il suo impatto.

Preservando sia il patrimonio culturale tangibile che quello intangibile, l'Ecomuseo assicura la trasmissione della conoscenza alle generazioni più giovani, promuovendo un modello di turismo sostenibile che integra istruzione, tradizione e tutela ambientale. Attraverso questi sforzi concertati, Mošćenička Draga esemplifica come le piccole destinazioni rurali possano raggiungere una crescita sostenibile, sfruttando le risorse locali e il coinvolgimento della comunità per creare una micro-destinazione equilibrata e fiorente.



## Tempo necessario

1. Pianificazione iniziale (6 mesi): costituire partnership, ottenere finanziamenti (ad esempio sovvenzioni UE) e delineare obiettivi e attività.
2. Coinvolgimento della comunità (3 mesi): organizzare sessioni informative per coinvolgere le parti interessate locali e promuovere il sostegno della comunità.
3. Fase di sviluppo (12 mesi): creare un'infrastruttura per workshop, programmi educativi e mostre.
4. Programmi pilota (6 mesi): lancio di workshop ed eventi iniziali per testare e perfezionare gli approcci.
5. Attuazione completa (in corso): organizzare regolarmente eventi, workshop e attività di conservazione del patrimonio monitorandone i risultati.



## Risorse necessarie

- Finanziari: finanziamenti di progetti UE, sovvenzioni degli enti locali.
- Risorse umane: esperti del patrimonio, educatori, artigiani locali, coordinatori di eventi e volontari.
- Materiali: Materiali tradizionali per la costruzione di imbarcazioni, materiale didattico, risorse di marketing.
- Strutture: spazi per laboratori, eventi, deposito/mostre di reperti.
- Risorse tecnologiche: apparecchiature audiovisive per presentazioni, strumenti promozionali online e sistemi di archiviazione digitale.



## Attori coinvolti nell'implementazione della pratica

- Enti locali e municipalità: fornire supporto e allineamento delle politiche.
- Personale dell'Ecomuseo: gestisce le operazioni, sviluppa programmi e supervisiona gli eventi.
- Comunità locale: partecipare a workshop, condividere conoscenze e fare volontariato.
- Istituzioni educative: collaborare ai programmi educativi.
- Organizzazioni culturali regionali e dell'UE: offrono supporto finanziario e tecnico.
- Associazioni (ad esempio AMMM): offrono opportunità di networking e condivisione delle conoscenze.



## Risultati / Impatto della pratica

- Tutela culturale: rinnovato interesse per le pratiche marittime e tradizionali.
- Coinvolgimento della comunità: maggiore orgoglio e partecipazione al patrimonio locale.
- Crescita economica: incremento del turismo e dei relativi flussi di entrate.
- Vantaggi educativi: trasferimento di conoscenze alle generazioni più giovani e ai turisti.
- Premi e riconoscimenti: Numerosi riconoscimenti sottolineano il successo dell'Ecomuseo.

## Potenziale di replicabilità

Questa pratica ha un potenziale significativo per essere replicata in altre microdestinazioni rurali e costiere. I principali fattori di successo includono la garanzia di finanziamenti iniziali, la promozione del coinvolgimento della comunità e la valorizzazione delle tradizioni locali. L'integrazione dell'Ecomuseo di istruzione culturale e turismo sostenibile può fungere da modello per altre regioni che cercano di bilanciare la conservazione del patrimonio con lo sviluppo economico.



## PROGETTO RIFIUTI ZERO (ISOLA DI KRK)

Le iniziative di successo per la riduzione dei rifiuti stabiliscono uno standard per il turismo sostenibile

### Descrizione della pratica

L'isola di Krk nel Quarnero ha raggiunto un traguardo rivoluzionario come prima isola Rifiuti Zero in Croazia e seconda al mondo, un riconoscimento conferito da Zero Waste Europe. Questo risultato è il culmine di anni di collaborazione dedicata tra le sette unità di autogoverno locale dell'isola. Implementando strategie innovative di gestione dei rifiuti e passando a un'economia circolare, Krk si è affermata come leader nello sviluppo sostenibile per le microdestinazioni.

**6** RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

L'iniziativa Zero Waste di Krk affronta le sfide comuni nelle microdestinazioni, come le fluttuazioni stagionali della popolazione, promuovendo pratiche efficaci di riduzione e gestione dei rifiuti. L'isola ha raggiunto un tasso di raccolta differenziata del 58% dei rifiuti, ha ridotto i rifiuti indifferenziati del 22% pro capite rispetto alla media nazionale e ha investito in infrastrutture cruciali, tra cui un impianto di smistamento, un impianto di compostaggio e sette impianti di riciclaggio. Questi sforzi hanno ridotto significativamente l'impatto ambientale del turismo, garantendo elevati standard di qualità della vita per i residenti e promuovendo una cultura di sostenibilità tra i visitatori.

Una componente chiave dell'iniziativa è il coinvolgimento della comunità. Attraverso campagne educative e la partecipazione attiva alla gestione dei rifiuti, i residenti di Krk e le aziende locali hanno adottato pratiche sostenibili. Sondaggi recenti confermano alti livelli di soddisfazione tra i residenti, sottolineando il successo dell'iniziativa nel migliorare la qualità della vita e nel proteggere l'ambiente locale.

Questa pratica innovativa dimostra come le microdestinazioni possano armonizzare turismo, benessere della comunità e conservazione ambientale. Il percorso Zero Waste di Krk è una testimonianza del potere dell'azione locale nel raggiungimento degli obiettivi globali di sostenibilità.



### **Tempo necessario**

Valutazione e pianificazione (1-2 anni):

- Effettuare valutazioni di base della produzione e della gestione dei rifiuti.
- Sviluppare una strategia Rifiuti Zero, che comprenda la pianificazione delle infrastrutture e il coinvolgimento della comunità.

Sviluppo delle infrastrutture (2-3 anni):

- Costruire strutture quali impianti di smistamento, unità di compostaggio e centri di riciclaggio.
- Istituire sistemi di raccolta per flussi di rifiuti separati.

Coinvolgimento e formazione della comunità (in corso):

- Avviare campagne educative rivolte a residenti e turisti per promuovere la raccolta differenziata e la riduzione dei rifiuti.
- Aggiornare regolarmente e coinvolgere la comunità nel processo decisionale.

Implementazione e monitoraggio (in corso):

- Avviare le operazioni di raccolta e gestione dei rifiuti.
- Monitorare costantemente i flussi di rifiuti, i tassi di separazione e il feedback della comunità.
- Adattare le strategie in base ai parametri di prestazione.



### **Risorse necessarie**

- Risorse finanziarie: finanziamenti per progetti dell'UE, sovvenzioni degli enti locali e sponsorizzazioni.
- Risorse umane: personale qualificato per le operazioni di gestione dei rifiuti, coordinatori della comunità per guidare le attività di istruzione e sensibilizzazione, esperti ambientali per orientare la pianificazione strategica.
- Risorse tecniche: veicoli e attrezzature per la raccolta dei rifiuti, sistemi digitali per il monitoraggio e la comunicazione dei dati sui rifiuti, risorse per alternative rinnovabili ed ecologiche (ad esempio, sacchetti compostabili).

## **Attori coinvolti nell'implementazione della pratica**

- Unità di autogoverno locale: sette comuni di Krk hanno collaborato per attuare e gestire la strategia Rifiuti Zero.
- Azienda municipale di servizi: Ponikve Eko Otok Krk d.o.o. ha svolto un ruolo centrale nello sviluppo delle infrastrutture e nelle operazioni di smaltimento dei rifiuti.
- Comunità locale: residenti e aziende hanno partecipato attivamente alle iniziative di separazione e riduzione dei rifiuti.
- Organizzazioni non governative: organizzazioni come Green Action hanno fornito supporto strategico e competenza.
- Settore turistico: gli enti turistici e le aziende locali hanno allineato le proprie pratiche ai principi del turismo sostenibile.
- Organismi internazionali: Zero Waste Europe e Mission Zero Academy (MiZA) hanno supportato la certificazione e l'affinamento della strategia.

## **Risultati / Impatto della pratica**

1. Riduzione dell'impatto ambientale:
  - Il 58% dei rifiuti viene differenziato per il riciclaggio.
  - I rifiuti indifferenziati pro capite sono inferiori del 22% rispetto alla media nazionale.
2. Turismo sostenibile:
  - Posizionare Krk come modello di turismo responsabile, attraendo visitatori attenti all'ambiente.
3. Miglioramento della qualità della vita:
  - I residenti segnalano elevati livelli di soddisfazione dovuti a un ambiente più pulito e a una governance partecipativa.
4. Riconoscimento:
  - Krk ha ottenuto riconoscimenti internazionali per i suoi successi.

## **Potenziale di replicabilità**

L'iniziativa Rifiuti Zero a Krk dimostra una forte replicabilità per altre microdestinazioni grazie ai seguenti fattori:

- Framework scalabile: l'approccio può essere adattato alle diverse dimensioni e capacità delle comunità locali.
- Strategia e linee guida chiare: organizzazioni come Zero Waste Europe forniscono risorse e competenze alle comunità che intendono replicare il modello.
- Approccio incentrato sulla comunità: il modello enfatizza la partecipazione attiva, promuovendo la proprietà locale e pratiche sostenibili.
- Integrazione del turismo: la strategia è in linea con i principi del turismo sostenibile, rendendola adatta alle destinazioni con fluttuazioni stagionali.

Tuttavia, una replicazione di successo richiede strategie di personalizzazione in base ai contesti locali, tra cui strutture di governance, dinamiche culturali e risorse disponibili. Il framework collaborativo, basato sui dati e inclusivo dell'iniziativa offre un modello solido per altre regioni che cercano di promuovere obiettivi di sostenibilità.



## ARCA ADRIATICA VIRTUAL MUSEUM

Offre un tour virtuale che mette in risalto il patrimonio marittimo in Italia e Croazia, migliorando la promozione del patrimonio culturale e naturale

10 MARKETING DIGITALE E  
BRANDING

2 GESTIONE DELLA  
STAGIONALITÀ

### Descrizione della pratica

Il Virtual Museum Arca Adriatica rappresenta un approccio innovativo alla conservazione e alla promozione del patrimonio marittimo adriatico attraverso strumenti digitali e la collaborazione transfrontaliera tra partner croati e italiani. Sviluppato come parte del progetto UE Arca Adriatica, il museo mette in mostra il ricco patrimonio marittimo affrontando al contempo le sfide comuni affrontate dalle microdestinazioni, come le fluttuazioni stagionali del turismo e la necessità di conservazione culturale.

*Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile*

Il museo offre un tour virtuale immersivo del patrimonio marittimo dell'Adriatico, che comprende diverse categorie come architettura marittima, strumenti di navigazione, manufatti culturali e storici, siti commemorativi e patrimonio sottomarino. Sfruttando la tecnologia all'avanguardia, il museo offre accessibilità globale tramite Internet e applicazioni mobili, fungendo al contempo da risorsa per esposizioni multimediali nei centri di interpretazione.

Il Virtual Museum Arca Adriatica supporta il turismo sostenibile riducendo lo stress ambientale del turismo fisico e promuovendo al contempo l'integrità culturale. Il suo formato digitale garantisce la conservazione del patrimonio marittimo senza la necessità di infrastrutture ad alta intensità di risorse. Evidenziando storie e tradizioni locali, rafforza l'identità delle microdestinazioni e incoraggia un impegno sostenibile con il patrimonio culturale.

Il museo virtuale funge da gateway digitale, attraendo turisti culturalmente curiosi e offrendo una piattaforma di coinvolgimento per tutto l'anno. Integrando applicazioni mobili e strumenti online, il progetto assicura una promozione e una visibilità continue, rafforzando l'attrattiva culturale della destinazione.

Il Museo Virtuale Arca Adriatica è un modello esemplare di come l'innovazione digitale possa guidare lo sviluppo sostenibile nelle microdestinazioni, proteggendo il patrimonio culturale e coinvolgendo il pubblico globale



### **Tempo necessario**

#### 1. Pianificazione e collaborazione (1-2 anni):

- Individuare i principali stakeholder e partner oltre confine.
- Sviluppare un quadro strategico per la catalogazione, la digitalizzazione e la struttura museale.

#### 2. Raccolta dati e catalogazione (1 anno):

- Misurare, registrare e catalogare i reperti del patrimonio marittimo.
- Condurre ricerche sul campo per documentare gli elementi culturali in loco e subacquei.

#### 3. Sviluppo dell'infrastruttura digitale (1-2 anni):

- Procurarsi e installare le attrezzature tecniche necessarie.
- Progettare e programmare la piattaforma virtuale, comprese le app mobili e un database di facile utilizzo.

#### 4. Creazione e caricamento dei contenuti (6 mesi):

- Digitalizzare reperti e creare contenuti interattivi per il museo.
- Incorpora funzionalità multimediali per esperienze coinvolgenti.

#### 5. Test e lancio (3-6 mesi):

- Eseguire test tecnici della piattaforma.
- Lanciare il museo virtuale con una campagna di marketing per garantirne la visibilità



### **Risorse necessarie**

- Risorse finanziarie: finanziamenti per progetti UE
- Risorse tecniche: apparecchiature di registrazione digitale di alta qualità (ad esempio scanner, telecamere, strumenti di registrazione subacquea), strumenti di programmazione per la creazione di database e lo sviluppo di app, server e storage cloud per ospitare l'ampio catalogo del museo.

- Risorse umane: coordinatori di progetto ed esperti del patrimonio culturale per la catalogazione e la pianificazione, specialisti IT per la progettazione della piattaforma, la manutenzione e lo sviluppo delle app, stakeholder locali, tra cui storici, artigiani e membri della comunità, per la narrazione e la raccolta dati.

### **Attori coinvolti nell'implementazione della pratica**

- Istituzioni capofila: partner di progetto croati e italiani.
- Comunità e parti interessate locali: residenti ed esperti locali hanno contribuito con manufatti, storie e approfondimenti culturali.
- Team tecnici: programmatori e creatori di contenuti digitali per la piattaforma virtuale.
- Collaborazione transfrontaliera: partner provenienti da Croazia e Italia hanno collaborato per garantire una rappresentazione completa del patrimonio marittimo.
- Istituzioni educative: scuole e università hanno contribuito alla ricerca e sono state coinvolte nella sperimentazione pilota della piattaforma.

### **Risultati / Impatto della pratica**

#### 1. Conservazione culturale:

- Tutela il patrimonio marittimo creando un archivio digitale accessibile in tutto il mondo.

#### 2. Opportunità educative:

- Offre uno strumento di apprendimento interattivo per studenti, ricercatori e appassionati.

#### 3. Turismo e branding:

- Promuove le microdestinazioni nella regione adriatica, attraendo visitatori virtuali durante tutto l'anno.

Rafforza l'identità e l'attrattiva delle comunità locali nel mercato globale.

#### 4. Coinvolgimento della comunità:

- Coinvolge i residenti nella narrazione e nella salvaguardia del patrimonio, promuovendo orgoglio e senso di responsabilità.

#### 5. Benefici ambientali:

- Riduce l'impatto ecologico associato al turismo fisico offrendo alternative virtuali.

### **Potenziale di replicabilità**

Il Virtual Museum Arca Adriatica è altamente replicabile per altre regioni o destinazioni che cercano di preservare e promuovere il loro patrimonio culturale. I fattori chiave che contribuiscono alla sua replicabilità includono:

#### 1. Framework adattabile:

- La piattaforma digitale può essere adattata a diverse tipologie di patrimonio, come monumenti storici, tradizioni popolari o conservazione ecologica.

#### 2. Sensibilizzazione conveniente:

Un museo virtuale può attrarre un pubblico globale senza richiedere grandi infrastrutture fisiche.

#### 3. Tecnologia scalabile:

- Gli strumenti e i metodi utilizzati per la catalogazione e la digitalizzazione possono essere applicati ad altre destinazioni con tematiche patrimoniali simili.

#### 4. Modello di collaborazione transfrontaliera:

- Il progetto dimostra il valore delle partnership tra regioni, incoraggiando la condivisione delle conoscenze e la promozione reciproca.

Con finanziamenti adeguati e il coinvolgimento degli stakeholder, l'approccio di Arca Adriatica può fungere da modello per le microdestinazioni di tutto il mondo, al fine di proteggere il loro patrimonio e, al contempo, promuovere il turismo sostenibile e l'impegno della comunità.



### ISOLA DI MALI LOŠINJ - TOP100 STORIE DI PRATICHE SOSTENIBILI

Offre un tour virtuale che mette in risalto il patrimonio marittimo in Italia e Croazia, migliorando la promozione del patrimonio culturale e naturale

**9<sup>V</sup> SVILUPPO DI CONOSCENZE E CAPACITÀ**

#### **i** Descrizione della pratica

Il riconoscimento di Mali Lošinj come parte delle "Green Destinations Top 100 Stories 2024" celebra il suo approccio innovativo e sostenibile nell'affrontare le sfide ambientali, promuovendo al contempo lo sviluppo di una microdestinazione. Attraverso il progetto "A New Perspective on the Lošinj Underwater World" del Blue World Institute, la destinazione unisce istruzione, tecnologia e impegno della comunità per promuovere il turismo sostenibile e la conservazione ambientale.

*Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile*

Il progetto enfatizza la salvaguardia dell'ecosistema marino di Lošinj, dimora di specie protette come i delfini e altre forme di vita marina vulnerabili. Integrando tecnologie all'avanguardia, come la realtà aumentata (AR) e la realtà virtuale (VR), aumenta la consapevolezza delle minacce ambientali come l'inquinamento acustico sottomarino e il suo impatto sugli organismi marini. Elementi interattivi, tra cui materiali didattici abilitati tramite codice QR (Scan the Island) ed esperienze VR, consentono agli utenti di comprendere la fragilità dell'ecosistema marino e l'importanza della sua protezione.

Inoltre, l'iniziativa introduce infrastrutture eco-compatibili, come nuovi pannelli informativi che diffondono conoscenze sulla biodiversità marina e sulle pratiche di sostenibilità. Queste misure sono in linea con gli obiettivi di gestione dei rifiuti, conservazione delle acque e controllo dell'inquinamento, contribuendo a una strategia più ampia per la protezione ambientale.

Lošinj si è evoluta in un esempio leader di microdestinazione sostenibile. La partecipazione alla Green Destinations Top 100 Stories dal 2016 sottolinea il suo impegno per una gestione responsabile della destinazione. Il progetto "Nuova prospettiva sul mondo sottomarino di Lošinj" rafforza ulteriormente questa reputazione rendendo la destinazione attraente tutto l'anno, non solo durante le stagioni turistiche di punta. L'integrazione della tecnologia AR e VR offre un modo moderno e interattivo per coinvolgere i visitatori, aggiungendo profondità alla loro esperienza e promuovendo soggiorni più lunghi.

### **Tempo necessario**

#### 1. Pianificazione e collaborazione (6–12 mesi):

- Coinvolgere le parti interessate, definire gli obiettivi del progetto e garantire i finanziamenti.
- Sviluppare partnership con organizzazioni ambientaliste e turistiche.

#### 2. Sviluppo di strumenti e infrastrutture digitali (1–2 anni):

- Progettare e implementare esperienze di realtà aumentata e virtuale, tra cui il modulo Scan the Island e display acustici per realtà virtuale.
- Installare pannelli informativi e creare materiale didattico.

#### 3. Coinvolgimento e formazione della comunità (6–12 mesi):

- Organizzare workshop e sessioni di formazione per gli stakeholder locali.
- Informare i residenti e gli operatori turistici sulla salvaguardia dell'ambiente marino.

#### 4. Test e lancio (6–12 mesi):

- Sperimentare strumenti ed esperienze digitali.
- Organizzare eventi pubblici per presentare il progetto alla popolazione locale e ai visitatori.

#### 5. Monitoraggio e promozione continui (continui):

- Monitorare l'impatto ambientale e il coinvolgimento dei visitatori.
- Promuovere il progetto attraverso piattaforme globali come la Green Destinations Top 100 Stories.

### **Risorse necessarie**

- Risorse finanziarie: finanziamenti per progetti dell'UE, sovvenzioni degli enti locali e sponsorizzazioni.
- Risorse tecniche: strumenti di programmazione e registrazione digitale di alta qualità per esperienze immersive, infrastrutture per sistemi di codici QR, display virtuali e pannelli informativi.

- Risorse umane: biologi marini ed esperti di conservazione per la creazione di contenuti, esperti di tecnologia per sviluppare e gestire strumenti digitali, educatori per formare i partecipanti locali.
- Risorse fisiche: strutture per ospitare workshop, come il Centro di educazione marina di Lussino, attrezzature per il monitoraggio degli ambienti sottomarini e la registrazione di dati acustici.

### **Attori coinvolti nell'implementazione della pratica**

- Principali stakeholder: Blue World Institute, in qualità di organizzazione capofila del progetto, Ente turistico di Lussino per la promozione e il branding.
- Comunità locali e operatori turistici: residenti e aziende attivamente coinvolti in iniziative di conservazione marina.
- Team di tecnologia e progettazione: sviluppatori di moduli AR/VR e contenuti didattici.
- Organizzazioni ambientaliste: partner e consulenti che contribuiscono alla salvaguardia della biodiversità.
- Piattaforme di riconoscimento globale: organizzazioni come Green Destinations.

### **Risultati / Impatto della pratica**

#### 1. Conservazione ambientale:

- Maggiore consapevolezza della biodiversità marina e delle minacce come l'inquinamento acustico sottomarino.
- Sono state intraprese azioni concrete per proteggere gli habitat delle specie in via di estinzione, tra cui i delfini.

#### 2. Sviluppo della comunità:

- Maggiore coinvolgimento della popolazione locale negli sforzi di turismo sostenibile e conservazione.
- Maggiore orgoglio locale e maggiore conoscenza dell'ambiente marino.

#### 3. Turismo e branding:

- Affermare Lussinpiccolo come località leader nel turismo sostenibile e nell'innovazione.
- Adatto a viaggiatori attenti all'ambiente e turisti digitali tutto l'anno.

#### 4. Istruzione e consapevolezza:

- Strumenti avanzati per educare le generazioni future sugli ecosistemi marini.
- Contenuti didattici accessibili a un pubblico globale tramite codici QR e piattaforme VR.

### **Potenziale di replicabilità**

Il successo del progetto "Una nuova prospettiva sul mondo sottomarino di Lošinj" dimostra il suo forte potenziale di replicabilità in altre microdestinazioni. Gli elementi chiave che lo rendono adattabile includono:

1. Soluzioni digitali scalabili: le tecnologie AR e VR possono essere personalizzate per mettere in mostra altre caratteristiche del patrimonio naturale o culturale.
2. Approccio incentrato sulla comunità: la formazione e il coinvolgimento degli stakeholder locali garantiscono un impatto a lungo termine e il sostegno della comunità.

3. L'istruzione come pilastro della sostenibilità: l'attenzione all'istruzione crea un valore duraturo sia per le popolazioni locali che per i visitatori.

4. Quadro di riconoscimento globale: la partecipazione a iniziative come Green Destinations Top 100 Stories motiva altre destinazioni ad adottare strategie simili.

Combinando innovazione tecnologica, coinvolgimento della comunità e tutela ambientale, il progetto offre un modello replicabile per lo sviluppo sostenibile del turismo e delle microdestinazioni.



## TURISMO CULTURALE BASATO SUGLI EVENTI: PIATTAFORMA DI CALENDARIO EVENTI DIGITALE

Coordinamento tra luoghi culturali locali ed enti del turismo per creare un programma culturale diversificato durante tutto l'anno.

2 GESTIONE DELLA STAGIONALITÀ

4 COLLABORAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE

### **i** Descrizione della pratica

Considerando l'ampia gamma di eventi fuori stagione, il comune ha deciso di offrire a tutti gli organizzatori di eventi un'unica piattaforma in cui, quando presenta il loro evento, il comune può anche pubblicizzarlo sui suoi canali di comunicazione. In questo modo, il centro informazioni turistiche, le amministrazioni culturali e sportive hanno uno strumento comodo in cui ottenere informazioni sugli eventi che si svolgono in città e sugli organizzatori degli eventi, oltre alle opportunità pubblicitarie gratuite.

## Tempo necessario

Circa 3 mesi per lo sviluppo della programmazione e del design.

## Risorse necessarie

5 000 € e personale per l'amministrazione

## Attori coinvolti nell'implementazione della pratica

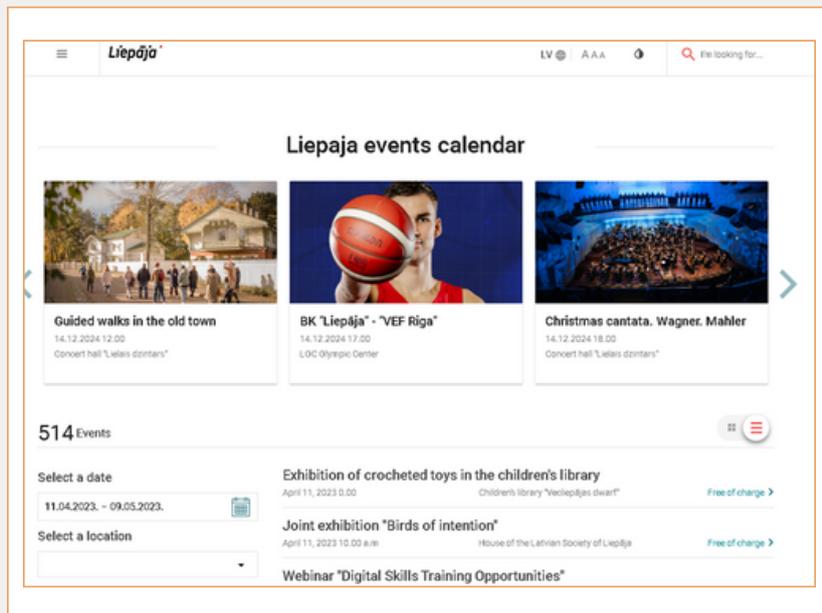
Comune, dopo che la piattaforma è stata creata – organizzatori dell'evento che hanno messo in atto tutti i loro eventi.

## Risultati / Impatto della pratica

Un unico strumento per la promozione di tutti gli eventi.

## Potenziale di replicabilità

Nella nostra città non c'è bisogno di un altro strumento simile, ma auspichiamo che siano disponibili strumenti simili a livello regionale e nazionale, per avere uno strumento di marketing per una regione più ampia quando necessario nelle presentazioni di destinazioni internazionali in tutto il mondo.



The screenshot shows the 'Liepāja events calendar' website. At the top, there is a navigation bar with the Liepāja logo, language options (LV), accessibility icons (AAA), and a search bar. Below the navigation, the main heading is 'Liepāja events calendar'. There are three event cards displayed: 'Guided walks in the old town' (14.12.2024 12:00), 'BK 'Liepāja' - 'VEF Rīga'' (14.12.2024 17:00), and 'Christmas cantata. Wagner. Mahler' (14.12.2024 18:00). Below these cards, it says '514 Events'. There are filters for 'Select a date' (11.04.2023. - 09.05.2023.) and 'Select a location'. Below the filters, there are three event listings: 'Exhibition of crocheted toys in the children's library' (April 11, 2023 0:00), 'Joint exhibition "Birds of intention"' (April 11, 2023 10:00 a.m.), and 'Webinar "Digital Skills Training Opportunities"'. Each listing includes the date, time, location, and a 'Free of charge' tag.



### Christmas concert program

The contemporary Latvian a cappella group "Latvian Voices" and the virtuoso guitarist Kaspars Zemītis invite you to the Christmas concert program "SNOW", which is both a wintry play on words and a sincere intention of the artists to give the most beautiful musical performance to their listeners.

Human voices, listeners and guitar sounds come together in this program.

## BUONO REGALO DELLA CITTÀ DI LIEPĀJA

Implementazione di una carta regalo unica per tutti i prodotti e servizi degli imprenditori del turismo.

4 COLLABORAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE

### Descrizione della pratica

Poiché il Liepāja Tourism Information Center è un'azienda municipale, l'Ufficio di revisione contabile statale della Lettonia, il Consiglio per la concorrenza e l'Ufficio per la lotta alla corruzione non consentono di evidenziare e promuovere una sola azienda tra tutte. Possono essere promosse solo tutte insieme. Per trovare una soluzione per la vendita unificata delle aziende turistiche, evidenziando i migliori prodotti di ogni azienda in modo legale, è stata creata la gift card Liepāja. Gli imprenditori stessi possono decidere di parteciparvi e sono consigliate solo quelle aziende che desiderano essere incluse nella gift card.

### Tempo necessario

1 mese.

### Risorse necessarie

5000 € per la progettazione e la stampa delle carte.

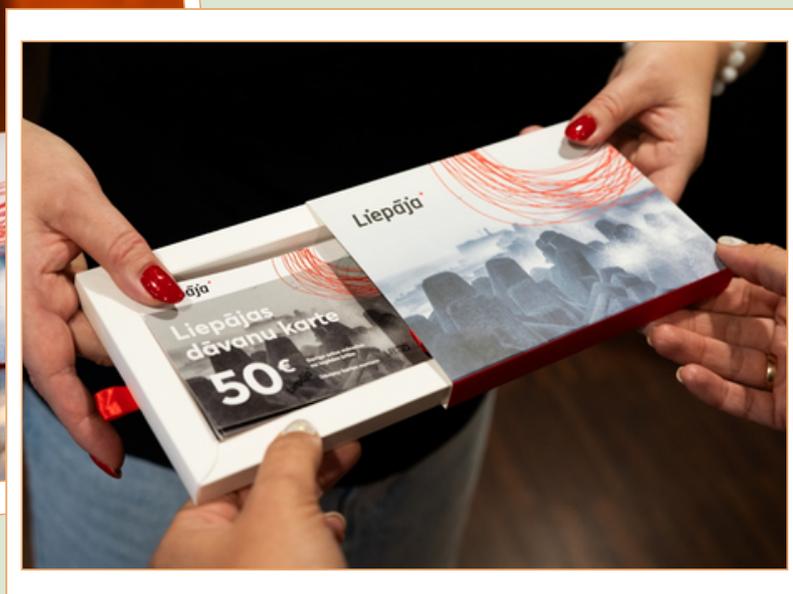
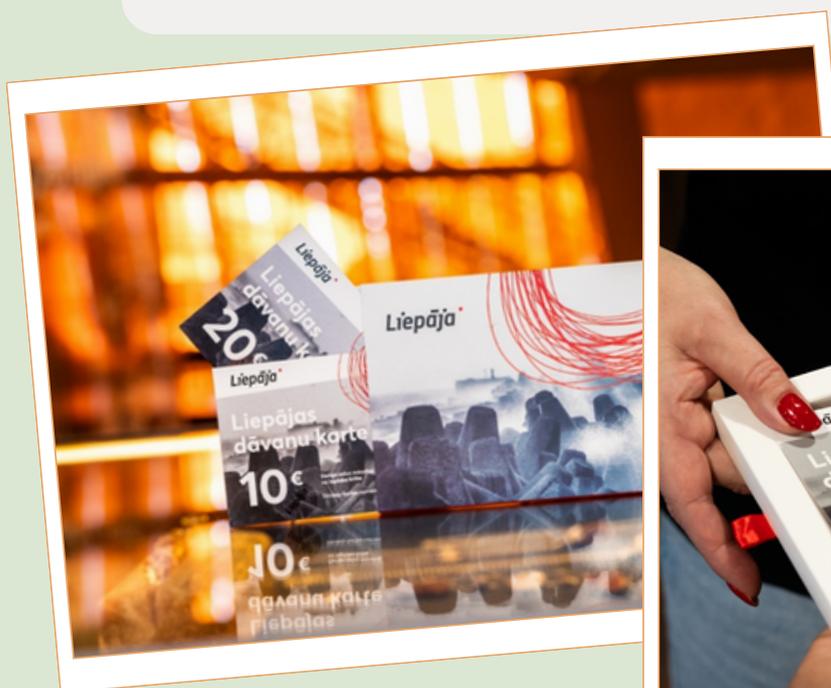
Attori coinvolti nell'implementazione della pratica: comune e oltre 100 imprenditori turistici

### Risultati / Impatto della pratica

Questo è diventato il regalo più popolare per tutte le occasioni, non solo a Liepāja, ma in tutta la Lettonia, perché era un'idea unica.

### Potenziale di replicabilità

Non da una prospettiva locale, ma è già stato replicato in un'altra città della regione.



# **Borgotaro**

## **UTILIZZO DI PRODOTTI TIPICI LOCALI PER POTENZIARE L'OFFERTA TURISTICA - GESTIONE DEL FUNGO PORCINO E ATTIVITÀ CONNESSE**

Mettere in mostra la biodiversità e il patrimonio locale, come il fungo porcino, per invogliare i visitatori a soggiornare più a lungo.

**1** GESTIONE DELLE MICRO DESTINAZIONI

**3** IMPEGNO DELLA COMUNITÀ

**4** COLLABORAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE

### **Descrizione della pratica**

La gestione del Fungo Porcino di Borgotaro rappresenta il principale asset e motore economico/turistico della Valle, di Borgo Val di Taro, e più in generale della Valle. Noto in tutta Italia, il territorio conosce, valorizza, lavora e propone il prodotto da centinaia di anni. Dal 1996 gode del riconoscimento del marchio I.G.P., unico fungo in Europa e nel mondo a godere di questa importante certificazione. Ciò ha portato negli anni ad un importante incremento di turisti interessati alla gastronomia, alla ricerca e alla raccolta del prodotto. Il raccoglitore può recarsi in Valle, acquistare presso qualsiasi bar/ristorante ed esercizio commerciale un tagliando giornaliero che autorizza la raccolta. La gestione e il rilascio dei tagliandi è affidata alle Comunalie, ovvero "demani collettivi" le cui proprietà sono inalienabili e indivisibili; tali proprietà, di ampia estensione, sono godute collettivamente dai legittimi proprietari. Nel mese di settembre si segnala una media di circa 16.000 tagliandi acquistati e distribuiti sul territorio.

### **Tempo necessario**

L'ottenimento della certificazione non è quantificabile. È certamente un progetto a lungo termine. Anche la stessa attrattiva dell'apparato di raccolta e dell'accesso nelle aree interessate è il risultato di un passaparola che ha origine fin dal lontano 1606.

### **Risorse necessarie**

Un organismo super partes in grado di gestire, amministrare e regolamentare il disciplinare I.G.P. un consorzio di tutela e verifica. Collaborazione con amministrazioni e forze dell'ordine per controlli ed eventuali sanzioni su condotte scorrette e comportamenti dannosi.

### **Attori coinvolti nell'implementazione della pratica**

Municipalities of Alta Valtaro, Consorzio di tutela Fungo Porcino I.G.P., Comunalie, Union of Municipalities, Emilia Romagna Region, Province of Parma, Strada del Fungo Porcino

### **Risultati / Impatto della pratica**

L'impatto di questa pratica è fondamentale per il tessuto sociale ed economico di Borgotaro. Rappresenta la principale risorsa economica della valle. La maggior parte dei turisti della zona è attratta proprio da questo fenomeno, accanto al quale è stata sapientemente sviluppata un'offerta incentrata sulle attività all'aria aperta e nella natura.

## Potenziale di replicabilità

Il fenomeno è replicabile con altri asset, anche se non può certo essere una pratica replicabile nel breve periodo. Il valore aggiunto di questa attrattività è dato proprio sia dalla bontà del prodotto, ma anche da tutte quelle competenze maturate e sviluppate in secoli di esperienza di una popolazione a strettissimo contatto con quel determinato asset.



## CORSI DI GUIDA AMBIENTALE ED ESCURSIONISTICA (CORSI AIGAE)

Corsi di accompagnamento ambientale ed escursionistico (Corsi AIGAE): Corsi di formazione professionale per lo sviluppo delle competenze delle guide locali sulla narrazione del cibo e della biodiversità di Borgotaro

1 **GESTIONE DELLE MICRO DESTINAZIONI**

2 **GESTIONE DELLA STAGIONALITÀ**

4 **COLLABORAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE**

8 **DIVERSIFICAZIONE DEL TURISMO**

9 **SVILUPPO DI CONOSCENZE E CAPACITÀ**

## Descrizione della pratica

Uno degli aspetti più interessanti e che ha prodotto effetti concreti sulla ricchezza del territorio della Valtaro, specie non nel periodo in cui si verifica il fenomeno del sovraturismo, è dato dai corsi di formazione organizzati dall'ente Forma Futuro. La sede di Borgotaro, infatti, organizza da anni corsi inerenti principalmente la sfera del mondo Outdoor (corsi di micologia, guide ambientali escursionistiche, accompagnatori turistici e accompagnatori turistici enogastronomici). Lo scopo di queste tipologie di corsi, è quello di far conoscere il territorio a figure professionali competenti, in grado di raccontare in modo consapevole il territorio. Fornendo servizi di qualità, si mira a un target di pubblico altrettanto eccellente. Geologi, soccorritori, biologi e professionisti dell'enogastronomia si alternano insieme a tante altre figure di spicco nei rispettivi settori per offrire il pacchetto più completo e di eccellenza possibile. Si tratta di una strategia molto concreta per ridistribuire gli accessi turistici evitando i picchi di sovraturismo, differenziando le varie offerte in base alla personale predisposizione di ogni singolo accompagnatore, sotto il comune denominatore di competenze, qualifiche e giuste informazioni per un turista consapevole e propositivo. L'innegabile qualità dei corsi erogati ha consentito, in tempi molto rapidi,

anni, per avere risonanza nazionale. In questo periodo partono circa due corsi all'anno per ogni "disciplina" con classi mai inferiori alle 20/25. A conferma di ciò, i dati di provenienza indicano una presenza diffusa su tutto il territorio nazionale. Molto numerosa la presenza dal centro e dal sud Italia, paradossalmente superiore alla domanda locale. La qualità e la serietà dell'offerta è confermata anche dal ruolo di prim'ordine svolto dall'istituzione in collaborazione con la Regione Emilia-Romagna per la creazione e la specializzazione di accompagnatori turistici in ambito enogastronomico. Questo progetto ha svolto il ruolo di "modello" e capofila di percorsi inerenti al settore. È importante sottolineare come questa realtà sia in sintonia e valorizzi l'offerta turistica e il brand comunicativo locale. I continui dialoghi e collaborazioni con, ad esempio, la strada dei funghi, e con tutte le altre realtà operanti nei settori outdoor ed enogastronomico sono un ottimo esempio di cooperazione virtuosa ed efficace.

### **Tempo necessario**

Il corso di guida ambientale prevede un corso di studio di 4-5 mesi. Le lezioni si tengono online una/due volte a settimana e durano 3 ore ciascuna. Circa una/due volte al mese, le lezioni in presenza e sul campo si tengono dalle nove del mattino alle diciotto ore.

Il corso per accompagnatore turistico ha meno ore, è più breve, ma la modalità degli incontri e delle lezioni rimane la stessa.

### **Risorse necessarie**

L'Ente assegna le varie classi a professionisti che hanno raggiunto l'eccellenza nei rispettivi campi. In primis, le risorse a cui attingere sono proprio i tutor e i docenti. Dopodiché entra in gioco la rete di contatti e di cooperazione tra enti quali, come detto sopra, la strada dei funghi, la latteria e la cooperativa di servizi turistici Sigeric. Ciò avviene al fine di far conoscere alle future guide le realtà eccellenti del territorio, in un'ottica di networking e dialogo di tutte le realtà rilevanti all'interno dell'apparato turistico.

### **Attori coinvolti nell'implementazione della pratica**

Gli attori coinvolti nella curatela del corso sono l'ente formativo, la Regione Emilia Romagna, i soggetti economici e le attività coinvolte (ad esempio, Caseificio Sociale di Borgotaro, Guide Turistiche Sigeric, Museo del Fungo Porcino, ecc.) e, in misura minore, i Comuni.

### **Risultati / Impatto della pratica**

L'impatto non è di poco conto. Innanzitutto i corsi richiamano ogni tre o quattro mesi classi di almeno 25 persone (spesso partono più classi) che giungono sul territorio in quel periodo. In secondo luogo vengono formate localmente persone che hanno buone probabilità di operare anche sul territorio. Le competenze insegnate come l'enogastronomia, passando per il riconoscimento di piante e arbusti, fino all'orientamento, alla prima sicurezza e al riconoscimento delle rocce, permettono un'offerta turistica di assoluta qualità, capace di attrarre un target medio-alto sempre attento all'eccellenza dell'offerta turistica.



### Potenziale di replicabilità

È possibile attivare corsi di formazione per guide ambientali ed escursionistiche orientati al territorio, con particolare attenzione alla flora e alla fauna dell'ecosistema locale, così da offrire nuove opportunità di lavoro ai residenti, valorizzando e divulgando il patrimonio ambientale, storico e culturale della micro-destinazione.



### COLLABORAZIONE INTERCOMUNALE PER EVENTI: TAROCENOROCK FESTIVAL

Festival come TAROCENOROCK, che uniscono le risorse di diversi comuni per attrarre visitatori durante tutto l'anno.

2

GESTIONE DELLA  
STAGIONALITÀ

8

DIVERSIFICAZIONE DEL  
TURISMO



### Descrizione della pratica

Il comune di Borgotaro è considerato il capoluogo della Valtaro. Per questo motivo la comunicazione e l'interconnessione con i comuni limitrofi sono costanti e in crescita. Uno degli esempi più virtuosi e funzionali di collaborazione tra comuni limitrofi è il TAROCENOROCK FESTIVAL. Un evento iniziato nel 2022, a cui è seguito un interesse, un coinvolgimento e una partecipazione sempre crescenti. Anno dopo anno si è cercato di coinvolgere altri comuni e zone limitrofe.

Questo festival fa parte del circuito culturale estivo ad ingresso gratuito 'Musica in Castello', nato nel 2003 dalla volontà di promuovere eventi musicali, artistici, culturali, teatrali, comici e di danza ad ingresso gratuito nei comuni ospitanti. Una comunicazione integrata che consente anche alle micro-località di avere una visibilità non trascurabile su tutto il territorio regionale toccato dall'evento.

### **Tempo necessario**

Nel periodo febbraio-marzo i comuni, la direzione artistica e tutti gli attori coinvolti si incontrano per definire il budget, individuare gli artisti e stilare un programma armonioso e collettivo.

Nel caso specifico di Valtaro, va aggiunta anche la finalità benefica: grazie all'aiuto dei vigili del fuoco locali, impegnati a fornire un aiuto concreto per le varie serate, sono state effettuate diverse donazioni ai vigili del fuoco e alla stazione locale. Un ulteriore aspetto positivo è il fatto che, per promuovere il più possibile gli eventi e il circuito, dovrebbe essere creata una pagina Instagram dedicata alle varie serate, agli artisti e alla loro promozione. Un contributo positivo per aumentare visibilità, partecipazione e interesse attorno all'evento

### **Risorse necessarie**

Ad oggi, infatti, la rassegna coinvolge anche i comuni della vicina Val Ceno, segno che la manifestazione e, più in generale, la collaborazione tra comuni funziona e cresce. Bardi, Compiano, Borgo Val di Taro e Bedonia, questi i comuni coinvolti, in un'ottica di cooperazione e programmazione coordinata di medio-lungo periodo. L'attività è finanziata dai Comuni coinvolti e con l'utile raccolto dalla precedente e con gli utili generati dall'organizzazione della rassegna dell'anno precedente.

### **Attori coinvolti nell'implementazione della pratica**

Gli attori coinvolti nell'organizzazione sono gli assessori, la direzione artistica e, concretamente, tutti gli operatori e i tecnici coinvolti nella logistica. In alcuni casi, gli assessori collaborano direttamente con sindaci e forze dell'ordine.

### **Risultati / Impatto della pratica**

L'impatto economico è significativo. Le serate degli eventi esistenti portano una grande affluenza di un pubblico piuttosto mirato e di qualità. Le attività di supporto come bar e ristoranti ne traggono vantaggio grazie a un maggiore afflusso di spettatori.

### **Potenziale di replicabilità**

Il potenziale di replicabilità è molto alto poiché è possibile applicare questa metodologia di collaborazione a ogni tipo di evento. Il fattore di successo di questa iniziativa è la stretta collaborazione con i comuni limitrofi per cui un dialogo profondo è fondamentale.



## Identificazione delle aree chiave di necessità per lo sviluppo sostenibile nelle micro-destinazioni

Il progetto ha individuato diverse aree cruciali per promuovere lo sviluppo sostenibile nelle micro-destinazioni:

- Bilanciare crescita e capacità di carico: attuare pratiche sostenibili che prevengano il degrado sociale e ambientale dovuto alle attività turistiche.
- Turismo basato sulla comunità: creare opportunità per la popolazione locale di partecipare ad attività turistiche, rafforzando l'identità culturale.
- Miglioramenti delle infrastrutture: investimenti nella gestione dei rifiuti, nei trasporti e negli alloggi per accogliere i turisti in modo sostenibile senza sovraccaricare le risorse locali.
- Gestire la stagionalità: monitorare e gestire il turismo per prevenire il sovraffollamento e la pressione sulle risorse durante i mesi ad alta intensità.
- Supporto per opzioni turistiche a basso impatto: promozione dell'ecoturismo, del turismo culturale e del turismo del benessere come alternative alle attività ad alto impatto.

*Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile*

# CONCLUSIONI

Le micro destinazioni non sono "una cosa sola" e quindi una moltitudine di micro destinazioni porterà a un livello apparentemente elevato di sfide uniche. Queste sfide si verificano in luoghi in cui il divario tra governance e intervento è più ampio. Ciò accresce il senso di impotenza dal punto di vista della micro destinazione e di disperazione dal punto di vista della governance.

Tuttavia, le buone pratiche dimostrano che attraverso l'impegno con la comunità locale della regione e del comune, questi problemi possono essere affrontati in un modo che non solo allevia gli impatti negativi del turismo, ma rafforza anche il senso locale del luogo, le tradizioni culturali, l'ambiente e le condizioni di vita. Non come un effetto di ricaduta, ma piuttosto al centro, dove la ricaduta è qualcosa di cui i turisti possono godere. C'è qualcosa che è assolutamente al centro dello sviluppo delle micro destinazioni ed è che non ci sono soluzioni rapide. Rafforzare gli aspetti ambientali, sociali ed economici di un luogo richiede tempo se si vuole che sia considerato sostenibile.

Quando una micro destinazione supera costantemente la capacità di carico, c'è ben poco spazio per sfruttarne i benefici, perché tutta l'attenzione è rivolta a minimizzare l'impatto negativo. Ciò è ulteriormente complicato dal fatto che la capacità di carico non è un numero oggettivamente verificabile, ma piuttosto qualcosa che si basa sull'esperienza vissuta dalla comunità locale. Gli impatti negativi del turismo sono sempre presenti, ma quando la micro destinazione opera appena al di sotto della capacità di carico, è più facile sfruttare anche i benefici ambientali, sociali ed economici, migliorando così l'esperienza vissuta nel processo.

Il progetto ha individuato alcuni indicatori principali che hanno un impatto sull'esperienza vissuta, che possono essere inclusi per informare le strategie e offrire una misura del successo ridefinita e più granulare.

Le dieci aree primarie di intervento identificate offrono agli attori regionali, municipali e DMO la base per una pianificazione a lungo e breve termine. Lavorare con queste dieci aree primarie richiede una collaborazione inter-organizzativa a livello strategico, tattico e operativo, ma dipende dall'apertura di un posto al tavolo per la voce e la natura emergente della micro destinazione.



Squadra MIST

# ANNEX 1 Rapporti del workshop locale MIST per partner

## Halland

|  |
|--|
| <b>DATA E LUOGO</b>  |
| 10 giugno 2024, Falkenberg Strandbad.  |
| <b>SELEZIONE DELLE PARTI INTERESSATE</b>   |
| Il focus principale del workshop era la prospettiva della micro destinazione. Abbiamo invitato i rappresentanti delle DMO di sei comuni di Halland, ai quali a loro volta è stato chiesto di invitare i rappresentanti delle loro varie micro-destinazioni. Al workshop sono state rappresentate 8 diverse micro destinazioni, insieme ai rappresentanti delle DMO di quattro comuni.  |
| <b>MODALITÀ</b>  |
| Workshop di 2 ore con discussioni in gruppi più ristretti e condivisione delle intuizioni principali con l'intero gruppo.  |
| <b>ORDINE DEL GIORNO</b>   |
| <p><b>Introduzioni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Breve introduzione di Visit Halland e del progetto.</li> <li>Ognuno si presenta. Quale micro destinazione rappresenta e qual è la cosa migliore della sua micro destinazione?</li> </ul> <p><b>Parte 1: Una prospettiva di micro-destinazione.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prospettive sullo sviluppo delle micro destinazioni dalle micro destinazioni. Quali sono le cose che noi, in quanto stakeholder regionali, non dobbiamo dimenticare?</li> </ul> <p>Breve pausa fika.</p> <p><b>Parte 2: Sfide e opportunità.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Quali sfide specifiche dovete affrontare nella vostra micro-destinazione?</li> <li>Quali opportunità vedi nello sviluppo della tua micro-destinazione?</li> </ul>  |
| <b>META-ANALISI DEGLI STAKEHOLDER</b>  |
| <p><b>1. Quali metodi utilizziamo per interagire con le parti interessate?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Discussioni di gruppo.</li> </ul> <p><b>2. Quali metodi utilizziamo per raccogliere i loro input?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ascoltare i loro pensieri e le loro discussioni, prendere appunti.</li> </ul> <p><b>3. Quali problemi ti aspettavi si verificassero?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing e branding.</li> <li>Mancanza di risorse (tempo e denaro).</li> <li>Sfide nella collaborazione. Prospettive diverse su come le cose dovrebbero essere fatte, opinioni diverse su come sviluppare i luoghi.</li> <li>Sfide nei contatti con il comune.</li> </ul> <p><b>4. Quali problemi sono emersi che non ti aspettavi?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Questa volta durante le discussioni non sono emerse vere sorprese.</li> </ul> |

## DOMANDE INTRODUTTIVE PER GLI STAKEHOLDER (RACCOLTA DELLE RIFLESSIONI DEGLI STAKEHOLDER)

### 1. Qual è la cosa migliore della nostra micro-destinazione?

- Non abbiamo preso appunti su questa domanda. Era più un'apertura, per conoscerci, ecc.

### 2. In che modo il turismo influisce sulla vita quotidiana nella nostra micro-destinazione?

Non abbiamo discusso esplicitamente questa questione; tuttavia, è stata trattata in parti delle altre domande discusse, vale a dire:

- Prospettive sullo sviluppo delle micro destinazioni dalle micro destinazioni. Quali sono le cose che noi, in quanto stakeholder regionali, non dobbiamo dimenticare?
- Quali sfide specifiche dovete affrontare nella vostra micro-destinazione?
- Quali opportunità vedi nello sviluppo della tua micro-destinazione?

### 3. Riepilogo: "Cose che non dobbiamo dimenticare"

- Il ruolo delle associazioni e delle associazioni non-profit è centrale, ma avviene con ritmi diversi rispetto alle aziende.
- Molti di coloro che sono coinvolti nei cluster lavorano a tempo pieno con altre cose. Tempo ed energia non sono sempre sufficienti.
- Talvolta lo sviluppo è ostacolato dai confini comunali e dalla burocrazia.
- È importante trovare un equilibrio tra sviluppo economico e sviluppo sociale.
- Preservare le caratteristiche uniche del sito e il patrimonio culturale.
- È necessario un marketing efficace e l'utilizzo delle reti esistenti
- Ci sono persone che hanno paura dello sviluppo e non vogliono svilupparsi.
- Rispetto per tutti: dovrebbe esserci spazio sia per le piccole che per le grandi entità.
- La prospettiva di base è importante. Importante con la curiosità del pubblico. Non dobbiamo entrare come regione o municipalità e prendere il sopravvento e rimuovere creatività o impegno
- Utilizzare reti esistenti quando si creano progetti da una prospettiva municipale e regionale. Cosa è già in atto? Non avviare nuovi gruppi.
- Soluzioni su misura: non esiste una "taglia unica" nelle micro-destinazioni: è necessario personalizzare l'aspetto dello sviluppo sostenibile nelle varie micro-destinazioni. Trovare una soluzione per quella destinazione specifica.

### 4. Quali sono alcune delle sfide che affronti nella tua micro-destinazione?

- a. Mancanza di tempo e risorse umane: Difficoltà nel trovare volontari e mantenere l'impegno. Necessità di project manager.
- b. Mancanza di risorse finanziarie: il marketing a livello locale e internazionale è una sfida per le piccole entità.
- c. Difficoltà nel trovare collaborazioni: è difficile trovare partner con cui collaborare.
- d. Allungare la stagione: come farlo e coinvolgere gli altri?
- e. Sviluppare un luogo: da dove iniziare? Chi contattare?

### 5. Descrivi una soluzione a una sfida di cui sei orgoglioso.

Non abbiamo discusso esplicitamente questa questione; tuttavia, abbiamo parlato delle opportunità nello sviluppo di una micro-destinazione:

- Riepilogo: "Opportunità"
- Collaborazione e scambio di conoscenze: tra micro-destinazioni per sincronizzare gli sforzi e fare cose insieme quando ciascuna è troppo piccola da sola.
- Collaborazione: incontri frequenti tra cluster in Halland. Ascoltare le basi.
- Celebrare gli sforzi e la comunità: galà aziendali per celebrare i contributi e creare una direzione comune.
- Accogliere e dare spazio alle nuove forze (giovani)
- Creando dei cluster puoi avere l'opportunità di attrarre nuovi imprenditori.

## Quarnero

### DATA E LUOGO

Il sondaggio è stato inviato il 3 settembre 2024, a seguito di un workshop di persona tenutosi il 12 giugno 2024 con i direttori degli enti turistici della regione del Quarnero

- Durante il workshop è stato concordato quali stakeholder sarebbero stati inclusi nel sondaggio
- Il motivo per cui abbiamo inviato il sondaggio e raccolto i dati in questo modo è che, durante la stagione turistica, non siamo stati in grado di tenere un workshop in loco con le parti interessate, poiché erano tutte molto impegnate con il loro lavoro.

Posizione: Regione del Quarnero, Croazia

### MODALITÀ

Il rapporto si basa su un sondaggio condotto tra dieci località della regione del Quarnero. Il sondaggio è stato distribuito elettronicamente, raccogliendo input dagli stakeholder che rappresentano le città e i comuni di Krk, Punat, Lopar, Ičići, Čavle, Lovran, Matulji, Kraljevica, Mali Lošinj e Rab.

### SELEZIONE DELLE PARTI INTERESSATE

Gli stakeholder coinvolti in questa analisi sono rappresentanti locali direttamente impegnati nella gestione del turismo nelle rispettive micro-destinazioni (membri dell'ente turistico locale in collaborazione con i rappresentanti dell'Ecomuseo Mošćenička Draga, rappresentanti dei ristoranti locali, organizzatori di eventi marittimi a rifiuti zero e fornitori di alloggi privati). Questi individui sono stati selezionati per i loro ruoli nella supervisione dell'impatto del turismo sulle comunità locali e per le loro responsabilità nella promozione di pratiche turistiche sostenibili.

### META-ANALISI DEGLI STAKEHOLDER

#### 1. Quali metodi utilizziamo per interagire con le parti interessate?

Il metodo principale di coinvolgimento degli stakeholder è stato tramite un sondaggio elettronico. Ciò ha consentito agli enti del turismo di riflettere su sfide e opportunità specifiche nelle loro aree. Gli stakeholder sono stati invitati a contribuire con le loro intuizioni sugli effetti del turismo sull'ambiente, l'economia e la cultura locale. Le domande aperte li hanno incoraggiati a esprimere i loro pensieri sullo sviluppo sostenibile e sulle sfide legate al turismo.

#### 2. Quali metodi utilizziamo per raccogliere i loro input?

L'input è stato raccolto tramite sondaggi strutturati, progettati per raccogliere dati sia qualitativi che quantitativi. Il sondaggio includeva nove domande aperte che coprivano vari aspetti del turismo, tra cui il suo impatto sulla comunità locale, le sfide alla sostenibilità e le pratiche implementate per gestire il turismo in modo sostenibile.

#### 3. Quali problemi ti aspettavi si verificassero?

Tra i problemi previsti che si sono presentati rientravano:

- Sovraffollamento e pressione sulle infrastrutture: molti soggetti interessati hanno evidenziato preoccupazioni circa l'elevato volume di turisti, in particolare durante le stagioni di punta, che mette a dura prova le infrastrutture locali (ad esempio, approvvigionamento idrico, gestione dei rifiuti e trasporti).
- Degrado ambientale: gli enti turistici di Lopar e Punat hanno sollevato questioni relative all'impatto ambientale, come l'inquinamento e la perdita di biodiversità, che erano previste come preoccupazioni importanti.
- Sovraurbanizzazione e "appartamentizzazione": la costruzione incontrollata e la conversione di alloggi locali in alloggi turistici sono stati citati come problemi comuni nella maggior parte delle destinazioni.

*Potenziare le micro destinazioni per un turismo sostenibile*

#### 4. Quali problemi sono emersi che non ti aspettavi?

Tra i problemi inaspettati emersi figurano:

- Mancanza di strategie coese: alcuni enti del turismo (ad esempio, Punat e Matulji) hanno notato che, nonostante siano in atto documenti strategici, spesso non si riesce a implementare efficacemente questi piani. Anche la mancanza di coordinamento tra le parti interessate è emersa come un ostacolo significativo al turismo sostenibile.
- Necessità di un maggiore coinvolgimento locale: diversi enti del turismo, tra cui Ičići e Matulji, hanno sottolineato la necessità di un maggiore coinvolgimento delle comunità locali nei processi decisionali relativi allo sviluppo del turismo. Hanno espresso preoccupazione per il fatto che la popolazione locale non viene sempre presa in considerazione quando si definiscono le politiche turistiche.

## Liepāja

### DATA E LUOGO

28 agosto, 11 settembre. Consiglio comunale di Liepāja

### MODALITÀ

Colloquio individuale

### SELEZIONE DELLE PARTI INTERESSATE

Sono stati identificati 6 stakeholder tra:

- Partner a livello nazionale - Agenzia per gli investimenti e lo sviluppo della Lettonia (organizzazione governativa)
- Partner a livello regionale – Associazione turistica Kurzeme (organizzazione senza scopo di lucro)
- Livello di municipalità locale – Amministrazione centrale di Liepaja (municipio cittadino)
- Capitale europea della cultura nell'anno 2027 - Fondazione "Liepaja 2027" Società senza scopo di lucro - Comunità di luoghi culturali locali "Liepaja Music" (Ltd.)
- Imprenditore del turismo – il più grande hotel, catena alberghiera a 5 stelle "Promenade Hotel" e "Art Hotel Roma"

### META-ANALISI DEGLI STAKEHOLDER

#### 1. Quali metodi utilizziamo per interagire con le parti interessate?

Riunioni regolari per generare idee e condividere esperienze

#### 2. Quali metodi utilizziamo per raccogliere i loro input?

Catturare tutte le idee sulle linee guida per una strategia di destinazione turistica sostenibile, riassumendo cosa corrisponde tra le parti interessate e cosa no e perché

#### 3. Quali problemi ti aspettavi si verificassero?

- La sfida principale è la stagionalità, così come la cooperazione tra imprenditori.
- Legislazione non organizzata degli appartamenti, ciò che è stato offerto ai turisti in modi non legali.

#### 4. Quali problemi sono emersi che non ti aspettavi?

Non esiste un modo per arrivare a destinazione in modo sostenibile, non tutti i sistemi di trasporto sono climaticamente neutri.

### DOMANDE INTRODUTTIVE PER GLI STAKEHOLDER (RACCOLTA DELLE RIFLESSIONI DEGLI STAKEHOLDER):

1. Qual è la cosa migliore della nostra micro-destinazione?
2. In che modo il turismo influisce sulla vita quotidiana nella nostra micro-destinazione?
3. Quali sono alcune delle sfide che dovete affrontare nella vostra micro-destinazione?
4. Descrivi una soluzione a una sfida di cui sei orgoglioso.

Karlis Beihmanis, Responsabile del progetto (problemi di cambiamento climatico ed efficienza energetica), Amministrazione centrale di Liepāja.

1. Apprezzo la varietà di eventi e di opzioni di ristorazione, nonché l'atmosfera tranquilla, senza grandi congestioni e folle.
2. L'ambiente vivace incoraggia i turisti a impegnarsi di più e aumenta il loro comfort e divertimento.
3. Sono preoccupato per l'impatto della stagionalità e per gli inconvenienti degli spostamenti in auto.
4. Sono entusiasta dell'introduzione di un servizio di bike sharing in città.

Irita Kaleja, Membro del Consiglio di Amministrazione delle comunità dei luoghi culturali locali "Liepaja Music", Ltd.

1. Un'offerta culturale sufficientemente diversificata, che comprende sia grandi sale concerti che piccoli locali privati che offrono musica accademica, jazz, pop, rock e alternativa. La città vanta una street art colorata e stilisticamente distinta, murales che consentono di passeggiare ed esplorare la città da diversi punti di vista storici e contemporanei. Naturalmente, la spiaggia, che nella stagione estiva non solo vi affascina con la sua splendida natura, ma vi consente anche di godervi i suoi vari caffè. La città è un mix stretto di storico e moderno. Liepaja offre un'ampia varietà di attività ricreative attive ed espressioni culturali.
2. È un contributo e una crescita decisivi per l'economia locale, una forza trainante per gli imprenditori per sviluppare, introdurre nuovi servizi e offerte. I beneficiari sono sia i residenti locali che i visitatori della città.
3. Come attrarre e trattenere i turisti a soggiornare a Liepaja fuori stagione, per diversi giorni. Immagino che ogni luogo di intrattenimento, ospitalità, svago e cultura dovrebbe avere opuscoli informativi, dove il turista, il visitatore e il residente locale di Liepaja possano ottenere informazioni aggiornate e interessanti. Noi stessi non sappiamo tutto, quindi non possiamo informare completamente il pubblico interessato. COOPERAZIONE! Questa è la parola chiave in tutto.
4. La sfida è offrire un programma così ampio e vario durante tutto l'anno che le persone vogliano tornare a Liepaja ancora e ancora e consigliarlo a coloro che non ci sono mai stati prima. Questo non è un problema in estate, le sfide sorgono in autunno, inverno e primavera. La soluzione? Riunire tutti gli operatori turistici allo stesso tavolo, concordare sulla creazione di pacchetti turistici e sulla loro consegna. Sì, ci sono dei rischi, questo potrebbe non essere sempre conveniente nella fase iniziale, ma a lungo termine può avere un impatto positivo. Sia gli operatori dell'ospitalità che quelli del tempo libero devono essere in grado di concordare. Ognuno di noi ha qualcosa da dare, ma non siamo stati uniti. Forse non c'è stata la volontà e la necessità. Al momento, a mio avviso, siamo troppo frammentati, sia nella cultura che in tutti gli altri ambiti. E anche, trovare per ogni luogo che è legato al turismo - un "uovetta" speciale e unico che sorprenderà, attirerà e manterrà il pubblico di riferimento.

Inese Zidele, Direttore Generale della catena alberghiera locale a 5 stelle "Promenade Hotel" e "Art Hotel Roma"

1. Mix di prodotti turistici: persone (che amano la loro città e creano opportunità per mostrarla agli altri), cultura (teatri, sale concerti, musei, gallerie, spazi creativi), sport (tutti i tipi di attività sportive), natura (parchi, spiagge, laghi, case della natura), architettura (architettura urbana, Carastas, moli, forti), cucina (un'ampia gamma da semplice a gourmet, mercati, bazar), affari (esistenza, accessibilità e sviluppo dell'ambiente imprenditoriale) - tutti questi si completano a vicenda e, attraverso le numerose connessioni, possono essere raggruppati insieme per diversi interessi, per il tempo libero, per le sfide, per lo sport e il miglioramento, per la conoscenza e la creatività...
2. Il turismo ha un impatto positivo sulla vita a Liepaja. È importante non sconvolgere l'equilibrio tra sviluppo turistico e afflusso di massa: vorrei riuscire a mantenere l'equilibrio che siamo felici di accogliere i turisti in modo che il loro afflusso non crei un'esperienza negativa per la gente del posto.
3. La sfida più grande è la stagione invernale: come attrarre più turisti nella stagione invernale, Produttività delle persone che lavorano nel settore turistico e loro interesse a lavorare nel settore dei servizi. Legislazione sul lavoro non organizzato.

Ogni anno queste sfumature della legislazione del lavoro hanno un impatto crescente sulle attività dell'azienda. Affitto non organizzato di appartamenti per scopi turistici, che crea concorrenza sleale. L'approccio del comune nel gestire varie situazioni, che non tiene conto delle esigenze delle imprese turistiche ma agisce in conformità con le proprie regole procedurali. A livello globale, una destinazione sicura, così sia. Al momento, ci sono alcuni turisti che hanno paura di venire da noi.

4. Penso che la sfida più grande sia la mancanza di utilizzo delle infrastrutture per il turismo. Ad esempio, l'aeroporto c'è ma gli aerei non volano, il porto c'è ma è sottosviluppato per le esigenze dei passeggeri, la ferrovia c'è ma il traffico è ancora più scarso.

Inta Sorīņa, Presidente del Consiglio di Amministrazione della Fondazione "Liepaja 2027" – Capitale Europea della Cultura nell'anno 2027

1. Natura, ospitalità e offerta culturale di qualità in ogni periodo dell'anno.

2. A seconda della stagione. Durante le vacanze estive, la presenza di ospiti è più pronunciata nelle strade, nei ristoranti, nelle attrazioni turistiche; in altre stagioni, il turismo culturale, il segmento aziendale sono più pronunciati. Con un settore dell'ospitalità attivo, c'è una crescente opportunità di crescita economica, espansione della rete, carico di lavoro, sviluppo di collegamenti di trasporto verso altre destinazioni. Il turismo può anche rafforzare il marchio complessivo della città, che attrae professionisti, potenziali residenti, vari partner in altri settori. È vero anche il contrario: con il calo del fatturato di persone e denaro, la sfida è nei settori dell'ospitalità, dei collegamenti di trasporto, ecc.

3. Carico fiscale (IVA elevata), carenza di manodopera e risorse umane, stagionalità.

4. Le sfide più grandi sono legate alle soluzioni delle sfide a livello nazionale: connettività dei trasporti, che deve essere affrontata a livello nazionale - aumentare il traffico ferroviario e aereo, creare collegamenti con Klaipeda, aeroporto di Palanga. Lo stesso vale anche per rafforzare la cooperazione con l'esecutore della campagna di marketing a livello nazionale - l'Agenzia per lo sviluppo degli investimenti della Lettonia, assicurando l'inclusione delle informazioni sulla città in varie attività di marketing. Miglioramento del settore turistico - soluzioni per la legalizzazione degli appartamenti, riduzione dell'IVA nel settore della ristorazione, ecc. Naturalmente, anche la comunicazione interna è importante - flusso di informazioni nell'area dell'ospitalità, comunicazione con il grande evento, i responsabili del calendario degli eventi, ecc.

Ingrīda Smuskova, Presidente del Consiglio di Amministrazione, Kurzeme Tourism Association

1. I comuni e il settore pubblico della città stanno lavorando per attrarre persone, non solo per il bene dei residenti di Liepaja, ma anche per attrarre visitatori lettoni e stranieri, sia di giorno (a un concerto o a teatro la sera) sia per la notte (teatro la sera = museo la mattina dopo). E questa attrazione è sia nel turismo che negli investimenti e viceversa. In altre città, tuttavia, questo non è proprio il caso della Lettonia. Oppure Liepaja è brava nelle pubbliche relazioni. E naturalmente, c'è molto da offrire di cui approfittare, sia da vedere che da fare, sia attivamente che intellettualmente. C'è un servizio sufficiente, sia in quantità che in qualità.

2. A mio parere, positivo. E i pochi eventi, i periodi del calendario in cui potrebbe esserci un sovraffollamento turistico, sono solo temporanei, il che offre anche un'opportunità agli imprenditori fuori città di fare soldi.

3. Non sono un imprenditore del turismo in città, ma penso che a Liepaja come imprenditore non dovresti "tirare le somme" (il che è molto positivo) - devi essere sempre in tono, con un'offerta di buona qualità e aggiornata. Fai attenzione alla routine - nel turismo è come un coltello affilato negli affari. Oggi puoi essere in cima, domani puoi essere in fondo.

4. Liepaja come piccola destinazione turistica è su scala europea. In Lettonia non la definirei così. La sfida sarebbe quella di migliorare gli hub di trasporto, per far funzionare meglio l'aeroporto e il porto. E poi il turismo internazionale sarebbe ok.

Kristine Mickane, Senior project manager, Agenzia per gli investimenti e lo sviluppo della Lettonia

1. Liepaja è una destinazione molto spaziosa con un'offerta turistica molto ampia e variegata, a partire dall'ampia spiaggia con tutte le sue infrastrutture adatte a viaggiatori di diverse età ed esigenze, continuando con la più ampia offerta culturale regionale (teatro, sala concerti, gallerie, festival, eventi sportivi, ecc...)

Liepaja è meravigliosa perché può offrire sia brevi soggiorni in città, con offerte gastronomiche e culturali di qualità per brevi viaggi di pochi giorni basati sul turismo degli eventi (festival, concerti, spettacoli, eventi sportivi), sia lunghe vacanze che estendono l'intera regione.

2. A mio avviso, il turismo sta attualmente avendo solo un impatto positivo, poiché non ha raggiunto proporzioni di sovrafflusso turistico e ha un impatto positivo sull'economia e sull'occupazione.

3. A mio parere, una delle sfide più grandi a Liepaja è bilanciare il tasso di occupazione durante tutto l'anno, nonché promuovere la diversità nei flussi del mercato turistico, per ridurre la quota del turismo lituano. La seconda è impedire che le proprietà della regione, non solo quelle di Liepāja, siano ulteriormente possedute da stranieri che le utilizzano per brevi periodi, come case estive ecc., ma non forniscono un contributo economico stabile e regolare all'economia locale, sia sotto forma di tasse che di manodopera.

4. Naturalmente, il problema principale di tutta la nostra regione è la bassa stagione turistica. Sicuramente se ci fosse una soluzione facile a questo, sarebbe già in atto. Comprensibilmente, promuovere il turismo in bassa stagione, senza un'infrastruttura turistica invernale, non è un compito facile, e come unica soluzione vedo che Liepaja dovrebbe continuare intenzionalmente sulla strada intrapresa, promuovendo lo sviluppo del turismo culturale.

## Borgotaro

### DATA E LUOGO

25/07/2024, Borgotaro Municipality

### MODALITÀ

ON SITE

### SELEZIONE DELLE PARTI INTERESSATE

La selezione è avvenuta in collaborazione con il partner associato Comune di Borgotaro, che ha selezionato i soggetti ritenuti più rilevanti in termini di esperienza, conoscenza del territorio e interesse per il tema dello sviluppo turistico sostenibile a Borgotaro.

### META-ANALISI DEGLI STAKEHOLDER

#### 1. Quali metodi utilizziamo per interagire con le parti interessate?

Abbiamo coinvolto gli stakeholder in specifici Focus Group per identificare le sfide, le opportunità e le dinamiche che vanno oltre le iniziative turistiche svolte a Borgotaro.

#### 2. Quali metodi utilizziamo per raccogliere i loro input?

Durante il workshop abbiamo incoraggiato la discussione in gruppi di 5 e abbiamo utilizzato poster e una presentazione in PowerPoint. I partecipanti hanno letto la domanda visualizzata sulla presentazione, hanno avviato una discussione tra loro mentre scrivevano le risposte sui poster, quindi un portavoce ha redatto il resoconto finale di quanto discusso nel gruppo.

#### 3. Quali problemi ti aspettavi si verificassero?

Tra gli aspetti critici previsti, e poi confermati nel corso dell'incontro, c'erano quelli relativi ai trasporti, che poco facilitano gli spostamenti, e un'unità di intenti e di lavoro di squadra che è ancora in una fase molto embrionale. Questo secondo aspetto rappresenta una sfida chiave a nostro avviso.

#### **4. Quali problemi sono emersi che non ti aspettavi?**

Tra le criticità emerse e non anticipate, la difficile gestione non solo collettiva ma anche individuale degli attori in quei periodi definiti di overbooking. Inoltre, dalla discussione è emersa la questione, e la conseguente finalità, di trasformare un turismo “mordi e fuggi” come quello legato alla raccolta funghi, in un soggiorno di almeno una notte, per attivare tutto il circuito dell'ospitalità e dei servizi turistici correlati.

### **DOMANDE INTRODUTTIVE PER GLI STAKEHOLDER (RACCOLTA DELLE RIFLESSIONI DEGLI STAKEHOLDER)**

#### **1. Qual è la cosa migliore della nostra micro-destinazione?**

I collegamenti con i servizi a Borgotaro sono migliori rispetto ad altri comuni: ha infatti una posizione strategica (ad esempio Borgotaro si trova al confine di tre regioni Liguria, Toscana ed Emilia Romagna) con una breve distanza dal Mar Mediterraneo. Essendo una zona di confine, riceve influenze culturali, storiche e culinarie da tre diverse regioni (Liguria, Toscana ed Emilia Romagna). Rispetto ai comuni limitrofi, il sistema di trasporti è ottimo in quanto Borgotaro è l'unico con accesso all'autostrada e gode della presenza della stazione ferroviaria. L'offerta turistica legata alla montagna è aperta a tutte le categorie di turisti, non solo agli specialisti della montagna; vengono organizzati eventi durante tutto l'anno; La produzione e la vendita di prodotti IGP come il Fungo IGP (Borgotaro è la patria del fungo) attrae turisti da tutta Italia durante la fiera del fungo di Borgotaro. È anche meta di pellegrinaggi e turismo religioso.

#### **2. In che modo il turismo influisce sulla vita quotidiana nella nostra micro-destinazione?**

Impatto positivo: crescita della ricchezza del territorio (fatturato) e incremento dei posti di lavoro, grazie al turismo è stato possibile preservare e valorizzare il patrimonio storico e culturale di Borgotaro: sono stati recuperati e riqualificati a fini turistici edifici inesplorati; è stato inoltre possibile dare nuova vita a borghi poco valorizzati; stimolo a preservare e raccontare meglio il patrimonio storico e culturale di Borgotaro.

Impatto negativo: aumento dell'inquinamento atmosferico e ambientale, soprattutto nei periodi di maggiore affluenza turistica; turismo mordi e fuggi (1 giorno senza usufruire del turismo locale; un giorno senza usufruire dei servizi locali); turismo rapina: i turisti si recano in valle solo alla ricerca di funghi da raccogliere e portare via senza alcuna ricaduta economica sugli operatori turistici locali; turismo stagionale, ovvero in estate e durante la stagione dei funghi; aumento del traffico; maggiori oneri per il Comune, costretto a offrire più servizi per soddisfare le esigenze di residenti e turisti, ma tutto a discapito dei cittadini, che vedono aumentare le tasse (ad esempio più rifiuti e quindi più operatori per la raccolta dei rifiuti); deturpamento del patrimonio immobiliare dovuto alla scarsa conoscenza dei luoghi del Comune, scarsa promozione del territorio attraverso i social media, la promozione turistica si affida spesso a improbabili influencer che forniscono ai potenziali turisti informazioni sbagliate.

#### **3. Quali sono alcune delle sfide che affronti nella tua micro-destinazione?**

Il flusso turistico è elevato solo durante l'estate e la stagione dei funghi: la sfida è attrarre turisti 365 giorni all'anno; i tour operator non fanno rete e non collaborano con le iniziative comunali; sono scarsi nell'accoglienza dei turisti; non c'è collaborazione

tra Borgotaro e le altre località della valle; mancano partnership strategiche con il privato; fidelizzazione del turista: il turista è contento e poi torna; incremento delle strutture ricettive a disposizione dei turisti e delle attività turistiche; Possibili soluzioni individuate: diversificare l'offerta: promuovere non solo il fungo porcino di Borgotaro, che si raccoglie in autunno, ma anche altre tipologie di funghi presenti in valle tutto l'anno; spostare l'attenzione dai funghi ad altre tipologie di elementi di interesse turistico; mettere a sistema l'offerta legata alle escursioni e alla conoscenza della biodiversità e dell'ecosistema della valle (creazione di un Ecomuseo) che raccolga tutte le informazioni turistiche e indirizzi i turisti; formazione degli operatori turistici: creazione di tavoli di lavoro operativi volti al miglioramento dell'offerta turistica; maggiore flessibilità degli operatori, aumentando gli orari di apertura di ristoranti ed esercizi commerciali; creazione di un portale di valle in grado di raccogliere tutte le informazioni su luoghi, attività ed eventi turistici della valle; organizzazione di eventi non solo gastronomici ma anche di carattere storico-culturale (rievocazioni storiche) valorizzando il patrimonio medievale di Borgotaro.

#### **4. Descrivi una soluzione a una sfida di cui sei orgoglioso.**

Negli ultimi anni le amministrazioni locali della Val Taro hanno rafforzato la collaborazione tra i comuni. Ciò ha permesso un migliore coordinamento tra l'organizzazione del settore turistico e l'offerta: un aspetto che va sottolineato e considerato come un auspicabile punto di partenza. Mentre in precedenza le realtà locali tendevano a lavorare in autonomia, negli ultimi anni la tendenza è stata invece quella di guardare al futuro con una visione d'insieme. Nel 2022 è nato il Valtaro Rock Festival in tre comuni, che quest'anno ha visto anche l'ingresso del comune di Bardi, divenuto festival TAROCENOROCK: il festival ha visto la partecipazione di ospiti internazionali nell'ambito della rassegna Musica in Castello, che copre gran parte della Regione.





POTENZIARE LE MICRO  
DESTINAZIONI PER UN  
TURISMO SOSTENIBILE

[WWW.MIST-PROJECT.EU](http://WWW.MIST-PROJECT.EU)

**VISITHALLAND.COM**  
*Coastal Living*

**Liepāja**

 SVENSK  
DESTINATIONS  
UTVECKLING

  
TURISTIČKA ZAHRAĐKA  
KVARNERA  
Raznolikost je lijepa

  
**SERN**