



PIANO ESECUTIVO

ADDENDUM ALL' ACCORDO DI PROGRAMMA

Tra

**MINISTERO DEI BENI CULTURALI E DELLE ATTIVITA'
CULTURALI E DEL TURISMO**

E

REGIONE ABRUZZO

Per conto della

**COMMISSIONE SPECIALE TURISMO E INDUSTRIA
ALBERGHIERA**

Roma 27 marzo 2018

1. Anagrafica

Regione (Capofila) delle azioni n. 2 e 4: Regione Abruzzo
Regione (Capofila) delle azioni n. 1 e 4: Regione Piemonte
Regione (Capofila) dell'azione n. 3: Regione Emilia Romagna
Regione (Capofila) dell'azione n. 2: Regione Veneto

Responsabile dell'attuazione dell'Accordo:

Recapiti:



9618846b



Premessa

Il Piano Strategico del Turismo, approvato dal Consiglio dei Ministri nella seduta del 17 febbraio 2017, ha l'obiettivo di dotare l'Italia del turismo e della cultura di una visione unitaria, ponendo il settore turistico al centro delle politiche di sviluppo del Paese.

Ne è seguita l'adozione del Piano Attuativo Annuale 2017-2018, per mezzo del quale sono state raccolte e selezionate numerose azioni coerenti con le strategie e gli obiettivi del PST.

Il PST, caratterizzato da un orizzonte temporale di sei anni (2017-2022), ed il conseguente Piano Attuativo annuale si caratterizzano per un metodo aperto e partecipato, che ha declinato a livello nazionale un nuovo "sistema organizzato" per il miglioramento della competitività turistica dell'Italia: le Amministrazioni competenti, centrali e regionali, e tutti gli operatori del turismo italiano, pubblici e privati, hanno contribuito alla definizione del Piano e alle sue fasi successive.

L'orizzonte temporale di sei anni (2017-2022) ha reso necessario avviare le attività previste dal Piano Strategico del Turismo in coerenza anche con il piano attuativo annuale.

Dal Piano è scaturita anche la scelta delle tematiche oggetto del presente accordo, comprova della sua coerenza con il Piano stesso.

L'Accordo di Programma sottoscritto lo scorso 29 dicembre 2016 tra il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (di seguito Mibact) e la Regione Abruzzo, in qualità di Coordinatrice della Commissione Speciale Turismo e Industria Alberghiera, che ha messo a disposizione del Coordinamento la somma di € 600.000,00, ha risposto a questa esigenza ed ha avuto ad oggetto le seguenti iniziative specifiche: **Azione 1.** Predisposizione del Catalogo delle destinazioni e dei prodotti turistici; **Azione 2.** Predisposizione dell'Atlante dei cammini; **Azione 3.** Predisposizione della Guida dei paesaggi italiani; **Azione 4.** Ottimizzazione dei metodi di raccolta delle informazioni statistiche in materia turistica; **Azione 5.** Armonizzazione dei data base relativi alle guide turistiche ed alle imprese ricettive.

In coerenza con quanto già finanziato ed ancor prima con il PST, è seguita la sottoscrizione nello scorso 30 dicembre 2017 di un addendum al precedente A.d.P. tra il MiBACT e la Regione Abruzzo, in qualità di Coordinatrice interregionale del turismo, per perseguire le seguenti specifiche iniziative:

- **Azione 1.** Valorizzazione delle risorse enogastronomiche;
- **Azione 2.** Strutturazione e implementazione di una Piattaforma per l'interoperabilità digitale che preveda un DMS (*Destination Management System*);
- **Azione 3.** Sviluppo e valorizzazione dei borghi italiani e dei cammini come luoghi del turismo lento, dell'autenticità e qualità della vita;
- **Azione 4.** Incremento del turismo montano attraverso il miglioramento della fruibilità della montagna estiva ed invernale.

In virtù di tale *addendum*, è stata messa a disposizione della Regione Abruzzo, nella sua qualità di Regione Coordinatrice, la somma di € 510.000,00 (cinquecentodiecimila/00) per l'attuazione delle iniziative indicate.

Azione 1. Valorizzazione delle risorse enogastronomiche

Su disposizione del Mibact, l'anno 2018 è dedicato al cibo italiano, allo scopo di investire sul patrimonio immateriale nazionale e sulla valorizzazione delle eccellenze dei prodotti agroalimentari e



della cucina italiana, tanto da adottare una Direttiva Ministeriale con cui il Ministero ha inteso costituire il Comitato nazionale del cibo italiano (Direttiva Ministeriale del 29 dicembre 2017).

In un'ottica di condivisione e corrispondenza degli obiettivi del presente Piano Esecutivo con il PST, si evidenzia che nell'ambito della Macro-Iniziativa del Piano Attuativo 2017-2018 "Grandi e nuove azioni" rientra l'azione n. 8 "2018 Anno del cibo italiano" e nella Macro-Iniziativa "Marketing e Brand Italia" è contemplata l'azione n. 39 "settimana della cucina italiana".

Il patrimonio conoscitivo che si acquisirà con questa azione è funzionale e di supporto alle Linee di intervento del PST, in particolare alla Linea di intervento C.1.2 "promozione integrata del Made in Italy e delle sue filiere di eccellenza".

Non si dimentichi che nel 2018 si terrà per la prima volta nell'Europa meridionale, e precisamente nella Regione Piemonte, l'evento internazionale *Bocouse d'Or*, in coincidenza con l'anno del cibo.

Obiettivo dell'*addendum* e quindi della presente azione è creare una presentazione uniforme e di respiro nazionale - soprattutto a favore del turista straniero - avente ad oggetto il tema della "enogastronomia".

Si rende opportuno dare rilievo in modo unitario alla cultura enogastronomica del nostro Paese, mettendo in risalto le tradizioni culinarie di ciascun territorio regionale, gli itinerari turistici di settore, i prodotti agroalimentari tipici (a partire da quelli certificati con IGP, DOC e DOP o marchi e riconoscimenti come *Slow Food*), i ristoranti (scelti facendo riferimento a 3 o 4 guide principali, quali ad esempio la guida *Michelin*, *Gambero Rosso*, *Touring Club*) e le ricette tradizionali; anche prevedendo eventualmente la creazione di un'APP.

Per l'individuazione di ristoranti e piccole trattorie si potrebbe anche proporre il modello già adottato in alcune realtà regionali (come ad esempio nelle Regioni Toscana, Marche, Valle d'Aosta o nella Provincia Autonoma di Trento), concentrato sulla promozione dei marchi. Potranno così esser promossi prodotti tipici che contemplano anche ricette proprie della cucina tradizionale. I ristoranti potranno essere individuati anche per il tramite di disciplinari, come già avviene ad esempio nelle Regioni Friuli Venezia Giulia e Sardegna.

Si concorda sul principio di riusare un impianto informatico già esistente e funzionante che abbia dato buona prova di sé, cui conferire nuova vita e di cui sviluppare nuovi ambiti funzionali, quale una forma più evoluta di "Borghi Viaggio Italiano" ovvero - su suggerimento del Mibact - nel prendere in considerazione la pagina del Mibact o quella di Isnart, su cui il Mibact ha già investito risorse pubbliche, purché se ne possa implementare i contenuti.

Il portale dev'essere considerato quale punto di atterraggio alternativo ai portali regionali/provinciali, al fine di intercettare il turista straniero che potrebbe non conoscere la singola Regione o Provincia Autonoma, ma l'Italia nella sua interezza.

Una sezione del progetto sarà dedicata all'iniziativa "La dolce vita", che si concentra sulla tradizione dolciaria italiana, eccellenza *Made in Italy*, cui accostare i vini abbinabili ai dolci. Si rappresenterà la produzione dolciaria di ciascuna Regione e Provincia Autonoma in tutte le sue declinazioni, allo scopo di riscoprire i valori culturali suoi propri, gli itinerari di turismo *slow*, le esperienze che vi conferiscono visibilità, le pasticcerie ed i caffè storici. Anche in tal caso si partirà dall'esistente, mappando tutti i prodotti e gli eventi regionali/provinciali, per definire una guida di ricette, evidenziare la storia ed i luoghi di provenienza, i vini da abbinare, i *workshop* e gli eventi, le attività di comunicazione. L'iniziativa si concluderà con un evento finale da tenersi a Roma dal titolo "La dolce vita".

In sintesi, poiché il PST richiede una presentazione uniforme e nazionale con un taglio turistico del patrimonio enogastronomico italiano, si partirà dal censimento dell'esistente. La presentazione contemplerà: i ristoranti tipici (individuati per il tramite dell'indicazione di tre guide di rilievo internazionale e dei disciplinari ove esistenti nelle Regioni e Province Autonome); le ricette tradizionali (che dovranno essere ricollegate alla storia regionale/provinciale) ed i prodotti tipici in un numero predefinito ed individuati per mezzo di marchi, guide e certificazioni.



Il materiale raccolto sarà presentato per il tramite di un portale *Made in Italy*, realizzato facendo ricorso all'implementazione di quelli già esistenti di cui si è fatto cenno, con i quali sarà interoperabile.

Linee di intervento:

- A) Interventi di ricognizione di prodotti agricoli ed agroalimentari di eccellenza, ricette della cultura alimentare e culinaria dei territori italiani, circuiti ed itinerari di offerta enogastronomica, eccellenze di conoscenze e sapere in campo enogastronomico, i ristoranti tipici
- B) Piattaforma informativa sugli interventi di valorizzazione effettuati nell'ambito dell'Anno del Cibo: Portale *Made in Italy*
- C) Azioni, eventi e servizi di comunicazione, analisi, promozione e marketing finalizzati a valorizzare e far conoscere il cibo italiano

Modalità operative

Per procedere allo sviluppo del tema enogastronomico sarà attivato un apposito gruppo di lavoro, sotto il coordinamento della Regione Piemonte, che si impegnerà a definire a condurre il monitoraggio e a definire la relativa scheda progettuale.

Per procedere all'elaborazione semplificativa delle schede di rilevazione, all'individuazione della metodologie delle indagini e per lo sviluppo delle attività previste dalle tre linee di intervento si opera per il tramite di un gruppo di lavoro interdisciplinare.

Saranno previsti limiti minimi e massimi per conferire omogeneità alle informazioni rese al turista, fatta eccezione per DOC e DOP per i quali non può prevedersi un limite predefinito.

Sarà importante valorizzare i prodotti italiani di eccellenza, come fatto ad esempio con i progetti di eccellenza conclusi nel 2017.

Piano finanziario

| VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE ENOGASTRONOMICHE | IMPORTI |
|---|------------------|
| Linea di intervento A | € |
| Linea di intervento B | € |
| Linea di intervento C | € |
| Totale azione | € 120.000 |

Fermo restando l'importo totale dell'azione, le somme indicate per ogni singola linea di intervento potranno essere modificate in relazione alle attività e agli sviluppi operativi.

Azione 2. Strutturazione e implementazione di una Piattaforma per l'interoperabilità digitale che preveda un DMS (Destination Management System)

In un'ottica di condivisione e corrispondenza degli obiettivi del presente Piano Esecutivo con il PST, si evidenzia che nell'ambito della Macro-Iniziativa del Piano Attuativo 2017-2018 "Grandi e nuove azioni" rientra l'azione n. 17 "Standard nazionali di informazione e accoglienza turistica" e nella Macro-Iniziativa "Competitività, innovazione e digitalizzazione" è contemplata l'azione n. 21 "Italia Destination Management System".

Il patrimonio conoscitivo che si acquisirà con questa azione è funzionale e di supporto alle Linee di intervento del PST, in particolare:

- alla Linea di intervento A.3.4, volto all'armonizzazione degli standard degli IAT attraverso standard condivisi delle modalità di gestione integrata delle funzioni di informazione, acco-



glienza, promozione e commercializzazione degli uffici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) ed

- alla Linea di intervento, inerente l'interoperabilità digitale DMS, poiché con il DMS unico nazionale, il sistema turistico italiano potrà gestire in modo integrato l'informazione, la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica nazionale, attraverso la completa integrazione dei servizi privati con quelli pubblici (*ticketing* dei musei, eventi, biglietti di viaggio), attraverso specifiche operative condivise che possono condurre alla standardizzazione degli elementi informatici (descrizioni, informazioni e transazioni operative e commerciali).

Il DMS è un tema particolarmente sentito dal Ministero dal punto di vista sia della *governance* sia dell'innovazione del prodotto, per come evidenziato nel PST. Si renderà, quindi, fondamentale condividere gli obiettivi ed i percorsi tanto tra Mibact e Regioni e Province Autonome quanto con la filiera privata. Il Mibact, inoltre, sta lavorando con le principali cinque città turistiche in un apposito tavolo, alla cui attenzione porterà tale tematica.

Questo percorso si innesta con una serie di altre iniziative ad esso collegate a vario titolo e già in corso di definizione, quali:

1. la costituzione di un sistema certo di raccolta dei dati statistici;
2. l'organizzazione delle giornate degli Ecosistemi Digitali, già alla terza edizione annuale: per il Mibact il DMS è la parte operativa di questo sistema;
3. la definizione del Catalogo dei Prodotti e delle Destinazioni;
4. la trattazione dei temi dei borghi, dei cammini e del cibo, connessi peraltro al *Digital Travel Library*, che opera di concerto con il DAF della Presidenza del Consiglio dei Ministri;
5. la definizione della classificazione alberghiera.

Obiettivo della presente azione è pervenire ad una progettazione condivisa del DMS, a partire dalla verifica dello stato dell'arte dei DMS regionali già esistenti in Italia, che prelude ad un confronto con quelli adottati da Paesi esteri, come ad esempio in Austria (che si concentra sulla permanenza, piuttosto che sul prezzo) e prossimamente in Spagna, Paesi membri in cui si prevede un solo DMS diffuso e prevalente, ma poi anche un *booking* aggregatore.

Si tratta, in altri termini, di un nuovo sistema di competitività nazionale ed Enit è chiamata a svolgere la sua parte.

Sarà adottata una sperimentazione a geometria variabile, cui potranno aderire fin da subito coloro che sono già pronti, mentre potranno aderirvi anche successivamente coloro che ancora non lo dovessero essere.

Partire con il DMS significa, infatti, dotare il mondo del turismo italiano di un nuovo modo di lavorare. Ciò non comporta, tuttavia, che si debba avere un'unica etichetta, quindi un unico fornitore; significa piuttosto dotarsi di un aggregatore unico di informazioni.

I turisti stranieri cercano l'Italia quale una delle destinazioni turistiche più ambite, quindi è fondamentale mettere a sistema i dati e intendersi sulla definizione di DMS per aggregarli al meglio.

Delineate le motivazioni della scelta strategica del DMS come momento attuativo del PST, bisogna capire quali esigenze vada a coprire il DMS e renderlo strumento tale da stimolare la creazione di destinazioni territoriali.

Dal punto di vista operativo, si potrebbero individuare le linee guida per due capitoli:

- 1) l'uno per l'individuazione di un *Destination Management System* volto alla gestione integrata delle destinazioni turistiche (dall'informazione, all'accoglienza, dalla promozione, alla commercializzazione), con funzioni quindi di *data-base* di eventi, gestione di funzioni *back-office/front-office* nella risposta alle informazioni turistiche, l'interoperabilità tra uffici IAT e tra diversi livelli di destinazione, le funzioni di *booking* e *dynamic packaging*;
- 2) l'altro per l'individuazione di un motore aggregatore che consenta di estrarre proposte ed offerte commerciali da diversi sistemi di prenotazione/*booking* e *dynamic packaging (meta-search)*, ma puntando sulla diffusione di un DMS prevalente (modello austriaco)



<https://www.austria.info/it/alloggi>), condividendo con le Associazioni di Categorie i criteri di estrazione (mix prezzo/recensioni/altro).

L'alternativa potrebbe consistere nell'adozione a livello nazionale di un DMS per il portale italiano che interagisca con altri sistemi già esistenti a livello regionale o di destinazioni attraverso *Channel Manager*.

Anche grazie ad una forte collaborazione con le Associazioni di Categoria e, quindi, con il coinvolgimento diretto del territorio in una logica *bottom up*, si potrà facilitare la definizione di pacchetti turistici esperienziali. La piattaforma comune dev'essere di raccordo per facilitare la possibilità di vivere esperienze in tutta Italia.

Linee di intervento:

- A) Mappatura dell'esistente
- B) Capitolato per l'individuazione di un *Destination Management System* volto alla gestione integrata delle destinazioni turistiche, interoperabile con altri DMS o sistemi equiparabili già esistenti
- C) Capitolato per l'individuazione di un motore aggregatore
- D) Definizione di una piattaforma interoperabile

Modalità operative

Per procedere all'individuazione del DMS sarà attivato un apposito gruppo di lavoro, sotto il coordinamento delle Regioni Abruzzo e Veneto, che opererà d'intesa con il Mibact.

Piano finanziario

| STRUTTURAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI UNA PIATTAFORMA PER L'INTEROPERABILITÀ DIGITALE CHE PREVEDA UN DMS (DESTINATION MANAGEMENT SYSTEM) | IMPORTI |
|--|------------------|
| Linea di intervento A | € |
| Linea di intervento B | € |
| Linea di intervento C | € |
| Linea di intervento D | € |
| Totale azione | € 150.000 |

Fermo restando l'importo totale dell'azione, le somme indicate per ogni singola linea di intervento potranno essere modificate in relazione alle attività e agli sviluppi operativi.

Azione 3. Sviluppo e valorizzazione dei borghi italiani e dei cammini come luoghi del turismo lento, dell'autenticità e qualità della vita

Uno dei principi trasversali del PST e delle politiche regionali in materia di turismo è quello della "sostenibilità", in tutte le sue accezioni: ambientale, economica e sociale.

Pertanto, l'anno 2016 sui "Cammini d'Italia" è stato dedicato agli itinerari escursionistici pedonali o fruibili con altre forme di mobilità dolce sostenibile; mentre l'anno 2017 sui "Borghi" ha mirato alla diversificazione dei flussi turistici rispetto alle destinazioni maggiori, in un'ottica di sostenibilità.

In un'ottica di condivisione e corrispondenza degli obiettivi del presente Piano Esecutivo con il PST, si evidenzia che nell'ambito della Macro-Iniziativa del Piano Attuativo 2017-2018 "Grandi e nuove azioni" rientrano le azioni n. 9 "Valorizzazione dei borghi italiani" e n. 13 "Atlante dei cammini e



delle ciclovie e guida dei paesaggi"; nella Macro-Iniziativa "Competitività, innovazione e digitalizzazione" sono contemplate le azioni n. 26 "sistema nazionale delle ciclovie turistiche" e n. 27 "Cammini".

Il patrimonio conoscitivo che si acquisirà con questa azione è funzionale e di supporto alle Linee di intervento del PST, in particolare alle Linee di intervento: A.2.3 "Sostegno allo sviluppo turistico di destinazioni emergenti, come le città d'arte e i Borghi" e B.2.2 "Progetti strategici per la mobilità a fini turistici (ciclovie nazionali, cammini, servizi ferroviari turistici, mobilità slow)".

In una logica di proseguo e di sviluppo delle iniziative intraprese in forza del primo Accordo di Programma tra Mibact e Regione e Abruzzo dello scorso anno, il progetto "Borghi Viaggio Italiano" può diventare "Viaggio italiano tra borghi e cammini". Nell'ottica di valorizzare quanto già fatto con successo nel recente passato, si intende dar seguito ad un'iniziativa cui hanno già aderito 18 delle 21 Regioni e Province Autonome italiane, considerati i dovuti approfondimenti e sviluppi.

Sarà rivolta particolare attenzione al "turismo lento", valorizzando borghi e cammini, ricordando anche il cicloturismo e la camperistica, considerato anche che il prossimo anno sarà dedicato per l'appunto al "turismo lento".

Si evidenzia nuovamente l'importanza del riuso delle piattaforme già esistenti e della messa a sistema di tutte le iniziative.

Ogni Regione e Provincia Autonoma che lo desidera può ospitare il touch screen (ove sarà consultabile la mappa dell'Italia, consultabile anche per Regione), ed anche l'Enit potrebbe utilizzarlo negli aeroporti.

In sintesi, il Progetto è finalizzato a proporre ai tanti turisti "in cammino" alla ricerca di angoli di natura, cultura e spiritualità, un'esperienza completa alla scoperta non solo di itinerari, ma anche - tra le tante tappe che i turisti incontrano lungo il cammino - di Borghi che sapranno accoglierli con una dimensione dell'ospitalità che farà vivere loro un'esperienza autentica dei territori attraversati. **Obiettivo generale del progetto**, quindi, è quello di continuare a sviluppare una visione di livello nazionale del sistema dei percorsi - storici, naturalistici, culturali e religiosi - e della rete dei borghi testimoni di cultura, arte e identità, al fine di:

- valorizzare la rete dei Cammini d'Italia (già riportati nell'Atlante dei cammini del Mibact), unendoli alla rete dei Borghi riportata nella mappa di Viaggio Italiano;
- fornire dettagliate informazioni sulle interconnessioni tra i percorsi (i Cammini) e le località attraversate (i Borghi) e illustrare le specificità di riferimento dei relativi sistemi territoriali;
- favorire, nella promozione turistica, la promozione del brand "Borghi e Cammini italiani" con l'integrazione tra le peculiarità ambientali, culturali e sociali dei territori coinvolti, in modo coordinato a livello nazionale, e rafforzare la competitività sul mercato turistico;
- fornire con sempre maggiore efficacia motivazioni per un viaggio alla scoperta di un'Italia ancora poco conosciuta;
- contribuire allo sviluppo economico dei Borghi ed alla nascita di nuove imprese turistiche.

Linee di intervento:

- A) Implementazione progetto "Viaggio italiano tra borghi e cammini"
- B) Realizzazione di materiale promozionale per singola Regione e Provincia autonoma, ma coordinato a livello nazionale
- C) Organizzazione di manifestazione promozionale di livello nazionale
- D) Attivazione di azioni informative

Modalità operative

Per procedere allo sviluppo ed alla valorizzazione dei borghi e dei cammini italiani come luoghi del turismo lento sarà attivato un apposito gruppo di lavoro, di cui è Capofila la Regione Emilia Romagna.



Commissione speciale turismo e industria alberghiera Piano esecutivo | 2018

Gli *output* di questa azione dovranno concernere: implementazione sito e mappa Borghi e Cammini; realizzazione materiale promozionale coordinato; organizzazione manifestazione di livello nazionale.

Piano finanziario

| SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEI BORGHİ ITALIANI E DEI CAMMINI COME LUOGHI DEL TURISMO LENTO, DELL'AUTENTICITÀ E QUALITÀ DELLA VITA | IMPORTI |
|--|------------------|
| Linea di intervento A | € |
| Linea di intervento B | € |
| Linea di intervento C | € |
| Linea di intervento D | € |
| Totale azione | € 100.000 |

Fermo restando l'importo totale dell'azione, le somme indicate per ogni singola linea di intervento potranno essere modificate in relazione alle attività e agli sviluppi operativi.

Azione 4. Incremento del turismo montano attraverso il miglioramento della fruibilità della montagna estiva ed invernale

In un'ottica di condivisione e corrispondenza degli obiettivi del presente Piano Esecutivo con il PST, si evidenzia che nell'ambito della Macro-Iniziativa del Piano Attuativo 2017-2018 "Marketing e Brand Italia" è contemplata l'azione n. 44 "Montagna italiana".

Il patrimonio conoscitivo che si acquisirà con questa azione è funzionale e di supporto alle Linee di intervento del PST, in particolare alla Linea di intervento C.2.3 che nell'ambito di un programma di promozione delle destinazioni turistiche mature e promozione di esperienze integrate di territori, intende promuovere "azioni di rilancio del turismo montano italiano, invernale ed estivo, per una corretta pianificazione e promozione dei prodotti turistici in ottica di sostenibilità".

La ripartizione dei lavori, nell'ambito dell'unico obiettivo di valorizzazione del turismo montano nella sua interezza, si caratterizza di due ambiti territoriali di riferimento afferenti le Alpi e gli Appennini.

Si sottolinea l'importanza di valorizzare al massimo il "Prodotto Italia", che possa poi confluire in un sistema informatico unico, avente la finalità di comunicare in modo unitario al turista - soprattutto straniero - informazioni di diversa natura, quali: le caratteristiche degli impianti sciistici, gli itinerari esistenti, l'enogastronomia, i borghi, i parchi; è importante in altri termini mettere a sistema tutte le ricchezze turistiche che caratterizzano le montagne italiane per fornire al turista un'informazione adeguata e quanto più esaustiva possibile.

Diversi, peraltro, sono i contributi già forniti da Regioni e Province Autonome a riprova del loro interesse, a partire dalla scheda consegnata dalla Commissione Turismo al Mibact in occasione del Comitato permanente del turismo 28 luglio 2017, ma anche la Carta Bianca della Montagna proposta dall'Emilia Romagna con riferimento al turismo montano invernale. Così come - quanto alla sezione dedicata alle Alpi - si richiama l'attenzione sulla via delle Alpi (www.via-alpina.org/it); insieme di itinerari turistici per l'appunto dell'arco alpino, volto alla valorizzazione della rete escursionistica alpina fruibile tutto l'anno; si tratta di una rete escursionistica che attraversa otto Paesi europei e che ha tracciato cinque itinerari già identificati con logo.



Sarà implementata, quindi, un'unica piattaforma informativa ove sarà presentata - con la possibilità di prevedere traduzioni in una o più lingue straniere - che contempra una visione armonica di tutte le realtà regionali, realizzata attraverso una mappatura dell'esistente, pensata principalmente per prodotti piuttosto che per territori.

È importante concentrare l'attenzione sulla valorizzazione del turismo montano legato alla neve, partendo da una mappatura degli impianti sciistici esistenti e delle scuole di sci, con un'attenzione particolare rivolta alle persone diversamente abili. Sarà, tuttavia, opportuno valorizzare la montagna per renderla fruibile al turista in ogni stagione dell'anno e non solo nei mesi invernali. La valorizzazione della montagna è strettamente legata agli sport, quali: il *rafting*, gli sci, il *trekking*, ecc.

Si suggerisce, inoltre, la definizione di attività mirate su Paesi specifici, dove focalizzare l'attenzione interregionale.

Si rende opportuno partire dalla verifica dell'effettiva fruibilità degli itinerari, indicandone le caratteristiche attraverso la descrizione dei posti per singole tappe, migliorandone la segnaletica, individuando interventi strutturali ed i prodotti promozionali ed infine definendo corsi di formazione.

Il punto di partenza dev'essere la mappatura dell'esistente che possa confluire in una piattaforma comune, dotando così il nostro Paese di un prodotto informatico da utilizzare nelle fiere soprattutto internazionali. Si può anche pensare ad un eventuale evento finale di promozione.

Tematiche che possono interessare i turisti potrebbero essere le seguenti: le zone montane, ma pensate soprattutto in termini di prodotto, le attività *outdoor* (lo sci alpino, quindi gli impianti, lo sci di fondo, le ciaspole, lo *snowkite* ed il *rafting*, a titolo esemplificativo), gli itinerari (quelli accessibili e quelli che lo possono diventare) purché siano itinerari esistenti, non dimenticandosi dell'azione sulle DMS che permetterà di prenotare strutture e attività.

Si pensa ad una sorta di Atlante, articolato in più lingue straniere, contenente: i servizi esistenti, gli itinerari e le escursioni, le regole di eco-sostenibilità, le emergenze, l'enogastronomia, gli elementi identitari, i parchi - le aree protette - le grotte con annesso visite speleologiche - le riserve idriche e più in generale naturalistiche, gli eremi, l'impiantistica invernale con la segnalazione delle caratteristiche tecniche ed i servizi annessi, elementi identitari (artigianato e tradizioni). Si potrà pensare, quindi, ad altri aspetti fondamentali per il presente progetto quali la formazione per maestri di sci ed operatori, la segnaletica e l'accessibilità.

Linee di intervento:

- A) Implementazione di una piattaforma informativa
- B) Mappatura dell'esistente

Modalità operative

Per procedere alla elaborazione di tale azione si attiveranno due gruppi di lavoro di cui saranno Capofila la Regione Piemonte per quanto concerne la valorizzazione turistica delle Alpi e la Regione Abruzzo per la valorizzazione turistica degli Appennini.

A tal fine si rende necessario strutturare una scheda per una raccolta ragionata di informazioni.

Piano finanziario

| INCREMENTO DEL TURISMO MONTANO ATTRAVERSO IL MIGLIORAMENTO DELLA FRUIBILITÀ DELLA MONTAGNA ESTIVA ED INVERNALE | IMPORTI |
|--|---------|
| Linea di intervento A | € |
| Linea di intervento B | € |



Commissione speciale turismo e industria alberghiera Piano esecutivo | 2018

| | |
|---------------|-----------|
| Totale azione | € 140.000 |
|---------------|-----------|

Fermo restando l'importo totale dell'azione, le somme indicate per ogni singola linea di intervento potranno essere modificate in relazione alle attività e agli sviluppi operativi.



Commissione speciale turismo e industria alberghiera Piano esecutivo 2018

Piano finanziario complessivo Accordo di Collaborazione

| AZIONI | IMPORTI |
|----------------------------------|----------------------|
| Risorse enogastronomiche | € 120.000 |
| DMS | € 150.000 |
| Turismo Lento (borghi e cammini) | € 100.000 |
| Turismo montano | € 140.000 |
| Totale generale | € 510.000,00* |

Il 10% dell'importo stanziato per la realizzazione di ciascuna azione potrà essere riservato alle attività di coordinamento tecnico-amministrativo a cura del soggetto depositario delle attività amministrativo-contabili.

Gantt di progetto azioni

| SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITÀ | | | 2019 | | | |
|---|-------------|------------|------|----|-----|----|
| Descrizione | Data inizio | Data fine | I | II | III | IV |
| Valorizzazione delle risorse enogastronomiche | 27/03/2018 | 30/10/2019 | x | x | x | x |
| Strutturazione e implementazione di una Piattaforma per l'interoperabilità digitale che preveda un DMS (<i>Destination Management System</i>) | 27/03/2018 | 30/10/2019 | x | x | x | x |
| Sviluppo e valorizzazione dei borghi italiani e dei cammini come luoghi del turismo lento, dell'autenticità e qualità della vita | 27/03/2018 | 30/10/2019 | x | x | x | x |
| Incremento del turismo montano attraverso il miglioramento della fruibilità della montagna estiva ed invernale | 27/03/2018 | 30/10/2019 | | x | x | x |

