

PROGETTI ●

DISEGNARE INSIEME LE ESPERIENZE TURISTICHE DI DOMANI

Secondo evento di Co-progettazione

expirit
L'ITALIA AUTENTICA

PROGETTI ●

**RIPRENDIAMO DOVE CI
SIAMO LASCIATI...**

DOVE VOGLIAMO ARRIVARE?

Costruire una nuova offerta per attrarre viaggiatori a Montecreto e nel Frignano e migliorare il benessere della nostra comunità

Per farlo vogliamo dare vita a una rete territoriale, costituita da persone, appassionati, professionisti, imprese, istituzioni ed associazioni consapevoli e uniti da principi e obiettivi comuni, con cui condividere dei valori e una strategia d'azione, tali da posizionare Montecreto come una destinazione attraente e ospitale.

OBIETTIVO: Generare un insieme di Valori raccolti in modo strutturato e uniforme, da mettere in discussione, prioritizzare e finalizzare all'ultimo laboratorio al fine di costituire, infine, il **Manifesto dei Valori di Montecreto**.

La Carta dei valori è un documento che contiene un insieme di promesse, proposte, credenze elaborate da vari operatori ed attori rivolto agli utenti finali, generali o specifici.

- Definisce l'**immagine più grande** (Big Picture) **a cui tendere**; risponde al *perché*;
- **Non** definisce il *come* (i.e. offerte, servizi, azioni concreti);
- Ogni Valore riporta una **Vision**; è una promessa, spinta verso il futuro che rimane **vaga abbastanza da abbracciare varie possibilità** di sviluppo ed implementazione, ma al tempo stesso specifica per valorizzare e contraddistinguere la **destinazione Montecreto come meta ideale per i viaggiatori**.



CARTA DEI VALORI

1 Puntiamo alla qualità prima della quantità

La crescita costante e lineare del turismo, che ha caratterizzato la nostra destinazione negli ultimi anni, non è un obiettivo in sé da perseguire all'infinito. Per questo motivo, ci impegneremo a ragionare in termini di valore: non ci baseremo più sul volume (numero di arrivi e presenze), ma privilegeremo la qualità dell'esperienza del turista e i benefici per la comunità locale.

2 Guardiamo in primis al lungo termine

Ci proponiamo di mantenere sempre una visione orientata al futuro, senza farci distrarre da logiche di breve termine e vantaggi immediati. Le scelte a livello di destinazione saranno sempre guidate da una prospettiva di benessere della comunità nel lungo periodo.

3 Aspiriamo a diventare season-free

Siamo tutti consapevoli che, in futuro, il turismo di montagna non potrà più dipendere principalmente dall'inverno. Per questo motivo, aspiriamo a diventare "season free", valorizzando il nostro territorio 365 giorni l'anno e non solo in determinati picchi stagionali, per creare una destinazione capace di esprimere il proprio potenziale durante tutto l'anno.

4 Vogliamo che il turismo funzioni per tutta la comunità

Crediamo che il turismo debba essere in equilibrio con il territorio e le persone, in modo da offrire opportunità per una vita migliore e prospera a tutta la collettività. Inoltre, sarà sempre la nostra comunità ad avere l'ultima parola su come costruire e sviluppare le prospettive future.

5 Vogliamo essere una destinazione tourism powered

Proprio perché riconosciamo l'immenso valore del turismo per la nostra comunità, non vogliamo esserne totalmente dipendenti. La nostra ambizione è di essere una destinazione che governa consapevolmente il fenomeno turistico, utilizzandone gli insegnamenti e i benefici per far crescere e prosperare anche gli altri settori dell'economia locale.

6 Costruiamo una relazione di valore tra ospiti, territorio e residenti

Il turismo non può ridursi ad una semplice transazione economica tra visitatori e aziende locali. Visitatori e organizzazioni devono condividere valori, idee e esperienze per un turismo che evolve e cresce in armonia con l'ambiente e la comunità, contribuendo a migliorare la qualità della vita nella destinazione.

7 Le future generazioni dovranno essere i nostri pionieri e innovatori

Crediamo nell'importanza di ridurre il divario generazionale, eliminando gli ostacoli che le nuove generazioni possono incontrare per affermarsi in loco. Invece di guardare ai giovani come mera "forza lavoro", dobbiamo vederli come i futuri leader, innovatori, imprenditori e creare le condizioni per facilitare il loro percorso di crescita.

8 Puntiamo a diventare una destinazione a clima neutrale

Siamo consapevoli della responsabilità che abbiamo e comprendiamo la necessità di fare la nostra parte nell'affrontare il cambiamento climatico e assicurarci che il turismo evolva in modo sostenibile. Ciò significa non solo innovare la nostra offerta a livello locale, ma anche fungere da esempio verso l'esterno e rappresentare un modello di sviluppo sostenibile.

9 Preserviamo il nostro patrimonio e rafforziamo il nostro senso di appartenenza

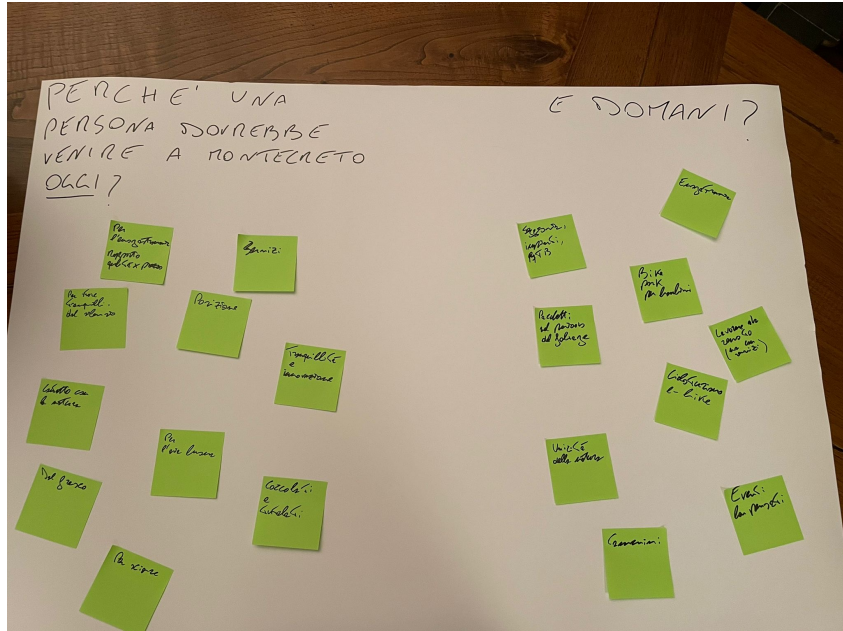
Crediamo che Dolomiti Paganella sia qualcosa "in più" di una destinazione o l'insieme di diversi Comuni. Siamo una comunità di persone le cui vite sono modellate dalle montagne - la nostra identità è legata a questo ancora prima che al turismo - e si traduce in uno stile di vita dove adattabilità, innovazione e tradizione diventano i valori condivisi tra passato, presente e futuro.

10 Consideriamo sempre le persone come la nostra risorsa più importante

Sappiamo che tutto parte dalle persone - abitanti qui da sempre, visitatori che condividono la nostra casa o ancora nuovi arrivati che iniziano un capitolo della loro vita qui. Per questo, vediamo lo sviluppo turistico strettamente correlato alla creazione di un luogo che sia attraente per i residenti, i visitatori e per nuovi talenti che arrivano da fuori regione, o anche da fuori dall'Italia, e che comprendendo la visione interiore della comunità desiderano costruire il proprio futuro qui.

PROGETTI

PERCHÈ UNA PERSONA DOVREBBE VENIRE A MONTECRETO OGGI? E DOMANI?



- Enogastronomia
- Tranquillità, frescura ed aria buona
- Contatto con la natura
- Innovazione
- Sport invernali
- Per essere coccolati e tutelati
- Enogastronomia (valorizzazione tipicità ed esperienzialità)
- Frescura, tranquillità e aria buona + Contatto con la natura (benessere olistico)
- Innovazione (hub di formazione e crescita professionale)
- Sport invernali (+ resilienza)

- Unicità della Natura (tutte e 4 le stagioni)
- Impianti
- Bike (E-bike, MTB, Bike park per i bambini, ...)
- Lavorare da remoto
- Calendario eventi tutto l'anno
- Cammini

PROGETTI ●



**FORMAZIONE
ESPERIENZIALE**



**TURISMO
ENOGASTRONOMICICO**

**NICCHIE DI
OFFERTA**



**TURISMO FUORI
STAGIONE**

(NOMADISMO DIGITALE, TURISMO CULTURALE,
TURISMO DELLE RADICI ETC.)



**TURISMO DEL
BENESSERE**



CICLOTURISMO

expir.it
L'ITALIA AUTENTICA

INTERESSI E PASSIONI

Amanti della natura, motociclisti, trekker, biker, amanti del teatro, viaggiatori culturali, sportivi, camperisti, matrimoni, spiritualità, formazione, enogastronomia, amanti della fotografia

BISOGNI DI VIAGGIO O SPOSTAMENTO

Relax, ricerca di nuovi stimoli, benessere fisico, benessere mentale, staccare la spina, accrescimento personale, arricchimento del bagaglio culturale, svago, sport, professionale

TEMPISTICHE DI SOGGIORNO

Escursione senza pernottamento, una sola notte, più notti

Permanenza Media a Montecreto: 2,86 notti

ESIGENZE DA TENERE SEMPRE CONTO

disabilità, allergie, soggetti "fragili", preferenze alimentari

PREFERENZE NELLA MODALITÀ DI ORGANIZZAZIONE

Improvvisata, programmata autonomamente (on line, off line, mix), affidata a tour operator e agenzie, informazione diretta o per passaparola

MODALITÀ DI VIAGGIO

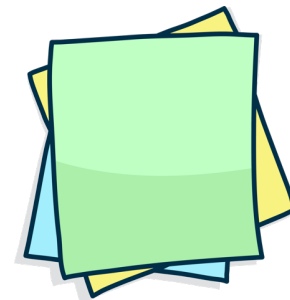
Coppie, in solitaria, famiglia, piccoli gruppi, grandi gruppi, con amici, con animale domestico

CARATTERISTICHE ANAGRAFICHE

Fasce d'età, provenienza geografica, etc.

PROGETTI ●

**CHI È IL VIAGGIATORE OGGI A
MONTECRETO?**



**CHE TIPO DI VIAGGIATORI VORRESTE NEL
VOSTRO TERRITORIO DOMANI?**

**CHI DESIDERATE AVERE COME VICINI DI
CASA TEMPORANEI?**

QUANDO VOGLIAMO ACCOGLIERE I VIAGGIATORI?



**COSA ASSICURIAMO COME COMUNITÀ A CHI
CI SCEGLIE?**

**SU QUALI VALORI VOGLIAMO COSTRUIRE LA
NOSTRA MONTECRETO?**

expir.it
L'ITALIA AUTENTICA

BEFFE BALOM
LELE TINTORI
SCAGLIANI ELISABETH
MAURIZIO BORTOLINI
STEFANO ANTONI
LORENZO ANTONI

TURISMO
ENO-
GASTRONOMIA

CHI SONO:
FAMIGLIE

CHI VORRANO
DOMANI
- STRANIERI

VALORI
- COME A CASA
TUA, FORSE
ANCHE
MEGLIO

DA DOVE
VENGONO
- CITA'
DELE REGIONI
LIMITROFE

DA DOVE
EUROPA, ORIENTE,
AMERICA

E' INTORNO
AL TAVOLO
CHE NASCONO
LE MIGLIORI
IDEE

FAMIGLIE
CON BABINI
Piccoli

TEMPORICHE
ALMENO
1 SETTIMANA

MODALITA' DI
ORGANIZZAZIONE
AUTONOMAMENTE,
CANALI SOCIAL

TEMPORICHE
1 giorno
MAX 2

X POTERE
ACQUISTO
ED
APPREZZAZIONE
TO
DELLE
SPECIALITA'

COSA FANNO?
- MANGIANO
+ MOMENTI
LELAX
(USCITA FUORI
PORTA)

QUANDO:
ANCHE IN
BASSA
STAGIONE

CICLOTURISMO

MATTEO
GIACOPO.
DELPHINE

SMART
BOX
MONTAGNANA

SPORTIVO
Piste pulite
- EBike/HireBike
- GARAGE custodito
- ADESSUALITA'

AMATORE
SERVIZI APTENI
- NOLO
- RIENTRATA
- RACK
- OFFICINA
- SEGNALATICA

UOMO 20/50
- ITALIA
- EUROPA
1 GIORNO

COPIE
SINGOLE
FAMIGLIE
TOSCANA/EMILIA
+ GIORNI

COLLEGAMENTI AD
ALTRI PAESI

PASS-
COPPIA
SU
RICORRENZE
2 ANNI
ALTO POTENZIO
SPESSE
SERVIZI

BENESSERE
DELLE
STAGIONI

STRANIERI
PENSIVANTI
CORSE LUNGO FIORI
STAGIONE APERTA
MONTAGNANA MACILLO
MARE, CUCINA

TURISTI
- TAVOLI
- ABBIGLIAMENTO
- CUCINA
- OFFICINA

+ STRANIERI
- TAVOLI
- CUCINA
- OFFICINA
- CUCINA
- OFFICINA

Famiglie con
bambini x vacanze
e coppie x ricreare

STRANIERI
30-50 ANNI
ARRIVATA SU PICO GIORNI
10. INCANONATI SU GIORNI
CASA
LUNGO GIORNI
CUCINA
OFFICINA
MONTAGNANA

NATURA
BHOZONI FORMI

NATURA
ACCogliENZA
SERVIZI DEDICATI

COOPERANTICO
ANIMA VERDE
- VIENI A VIVERE
LA TUA FAVOLA

IRENE
ELISABETH
ANTO
ANISSA
MONICA
MORGAN

OGGI

"FUORI STAGIONE"

NATURA
CHE CERCHIAMO
ATTIVITA'
APERTO
ESPERIENZE
E SERVIZI
FUNZIONALI...

NOMADI
DIGITALI
- chetano
- orche
- quello

TRANQUILLITA'
(PACE - SILEZIO)

35-55
ANNI
- NO BO ZO
- AUTONOMI

+ STRANIERI
(# PERIODI
DI VACANZA)

CULTURA

+ GIOVANI

AMANTI
delle
MONTAGNANE
CONSERVATI DI
DOVE VIVONO
E VACANZANO

FAMIGLIE
↓
PARLA CHAVE
SICUREZZA

MANUELA
RICCARDO
MARIO

GRUPPO	TURISMO ENOGASTRONOMICO (Beppe, Lele, Elisabetta, Maurizio, Stefano, Loris)		CICLOTURISMO (Jacopo, Matteo, Delphine)		BENESSERE DELLE STAGIONI (Irene, Elisabetta, Anto, Anissa, Monica, Morgan)		FUORI STAGIONE (Manuela, Riccardo, Matteo)	
CHI? (caratteristiche anagrafiche, interessi e passioni, bisogni, tipo di organizzazione, modalità di viaggio, tempistiche di soggiorno)	OGGI	DOMANI	OGGI	DOMANI	OGGI	DOMANI	OGGI	DOMANI
	<p>- Famiglie con bambini provenienti da zone limitrofe, si organizzano autonomamente e prendono informazioni tramite i social, soggiornano 1-2 giorni, attività: mangiano, hanno momenti di relax con uscite e passeggiate.</p>	<p>- Stranieri provenienti da Europa, Asia, Americhe, pernottano almeno 1 settimana anche in bassa stagione, hanno un alto potere di acquisto e apprezzano le specialità.</p>	<p>- Sportivo: Uomo 20-50 anni, proveniente dall'Italia o dal resto dell'Europa, sosta 1 giorno; bisogni/motivazioni: piste pulite, bike di qualità, garage custodito, adrenalina. - Amatore: coppie/famiglie, provenienti da Toscana/Emilia, pernottano più giorni; bisogni/motivazioni: noleggio, ricarica, rack, officina, segnaletica.</p>	<p>- Atleti professionisti; - Gruppi di amici - Expo operatori; - Turismo nelle stagioni morte; + giorni + stranieri + collegamenti</p>	<p>- Coppie che pernottano un paio di notti per ricorrenze, hanno un'alta capacità di spesa e ricercano determinati servizi; bisogno di riconnettersi con la natura. - Famiglie con bambini per staccare</p>	<p>- Stranieri pensionati: alloggiano in bassa stagione (maggio, ottobre), frequentano corsi di: natura, benessere, arte, cucina, etc.; - Stranieri 30-50 anni; pernottano per periodi lunghi (10gg.), frequentano corsi immersivi su: lingua, cucina di montagna, arte, potatura dei castagni, realizzazione di muretti, etc.</p>	<p>- Amanti della natura che praticano attività all'aperto: bikers, trekkers, fungaioli - Nomadi digitali amanti della natura che ricercano pace e silenzio. - Entrambe le personas: 35-55 anni, provenienti da Modena, Lucca, Bologna, che si organizzano autonomamente.</p>	<p>- Amanti della cultura - Amanti della montagna e consapevoli di dove sono. + Stranieri + Giovani</p>
VALORI	<p>COME A CASA TUA, FORSE ANCHE MEGLIO</p> <p>E' INTORNO AL TAVOLO CHE NASCONO LE MIGLIORI IDEE</p>		<p>NATURA EMOZIONI FORTI</p> <p>NATURA, ACCOGLIENZA, SERVIZI DEDICATI</p>		<p>CUORE ANTICO, ANIMA VERDE</p> <p>VIENI A VIVERE LA TUA FAVOLA</p>		<p>FAMIGLIE -> PAROLA CHIAVE SICUREZZA</p>	


Gli elementi cardine di un'esperienza

Di cosa si tratta e a chi si rivolge

- Titolo
- Sottotitolo
- Destinatari
- Lingue in cui è disponibile



Contenuti specifici

- Dove
 - Quando
 - Cosa (descrizione estesa)
 - Accessibilità per persone con disabilità
 - Ammissibilità di animali da compagnia
 - Limitazione alla partecipazioni (ad es. età, condizioni, etc.)
 - Come (il programma)
 - Prezzo
 - Il prezzo cosa comprende e cosa non comprende
 - Per quanti (num. min. e max.)
 - Contatti e booking
 - Istruzioni per l'uso
 - Spunti di viaggio
 - Punti di forza (2-3 p. di forza che caratterizzano l'esperienza)
- 

Aspetti organizzativi interni

- Partner e soggetti da coinvolgere
- Autorizzazioni e assicurazioni
- Costi e ricavi
- Chi incassa
- Canali e strumenti comunicativi
- Relazione pre e dopo l'esperienza



Alcuni spunti

Esperienze legate ai prodotti tipici

Esperienze legate a una tradizione

Esperienze legate all'artigianato tipico

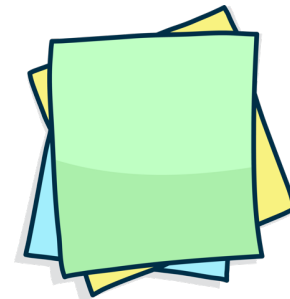
Esperienze legate a libri / film, etc.

Esperienze legate ai Cammini

Legate all'outdoor (trekking, bike, bird watching, etc.)

All'interno di luoghi unici

In periodi del giorno particolari, in periodi dell'anno particolari...



SCEGLIERE LA PERSONAS

Rivediamo le personas individuate, scegliamo una personas arricchendola con maggiori dettagli

5'

Compiliamo insieme

Caratt. Socio-
demografiche

Caratt. Della vacanza

- Aspettative
- Bisogni
- Esigenze
- Preoccupazioni
- Passioni
- Organizzazione tipo

Comportamento di acquisto

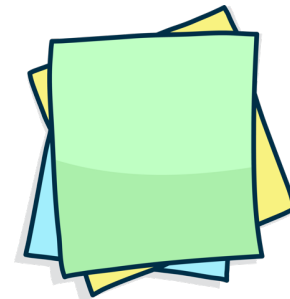
- Canali
- Influenze
- Azioni reali

- Provenienza
- Formazione e lavoro
- Disponibilità di spesa

Keyword

Brand di riferimento

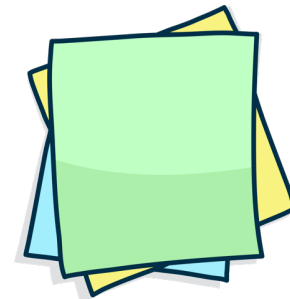
PROGETTI ●



COSTRUIAMO ESPERIENZE UNICHE E MEMORABILI

Costruiamo un'esperienza turistica sulla base della personas individuata e sulla base dei servizi che la propria attività può offrire.

20'

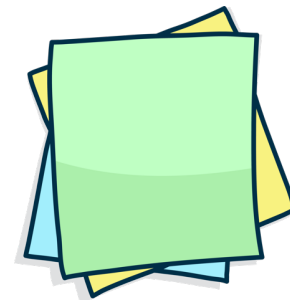


COSTRUIAMO PACCHETTI UNICI E MEMORABILI

Costruiamo un pacchetto sulla base della personas individuata e aggregando i servizi che la propria attività può offrire.

20'

COSTRUIAMO PACCHETTI UNICI E MEMORABILI



20'

Informazioni da indicare:

- Titolo e sottotitolo
- Intro emozionale
- descrizione approfondita;
- il programma (giorno 1; giorno 2, etc.)
- cosa è incluso e cosa non è incluso
- disponibilità (calendario, fascia oraria)
- dettagli utili: modalità di prenotazione, lingue in cui è disponibile, punto di incontro,
- attrezzatura / abbigliamento consigliato, etc.
- sistema di prenotazione
- venduto da
- politiche di cancellazione
- attori coinvolti
- Altre info utili

PROGETTI ●

OPPORTUNITA' DA NON PERDERE

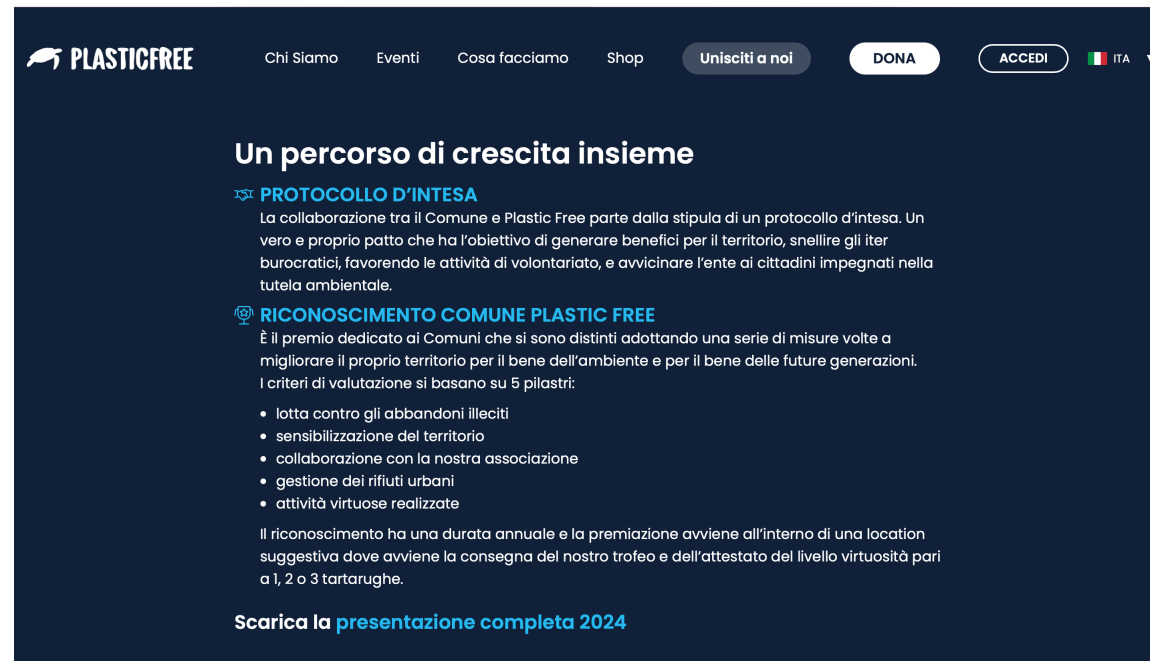
PROGETTI ●

COMUNI PLASTIC FREE



Comuni Plastic Free

La collaborazione tra le istituzioni e i cittadini è alla base di un reale cambiamento per il bene del pianeta.



SCARICA LA
PRESENTAZIONE DEL
PROGETTO

expir.it
L'ITALIA AUTENTICA

PROGETTI ●

VIENI A VIVERE E LAVORARE IN MONTAGNA

vieni a vivere
e lavorare
in montagna



VIENI A VIVERE E
LAVORARE IN
MONTAGNA

La mission del portale

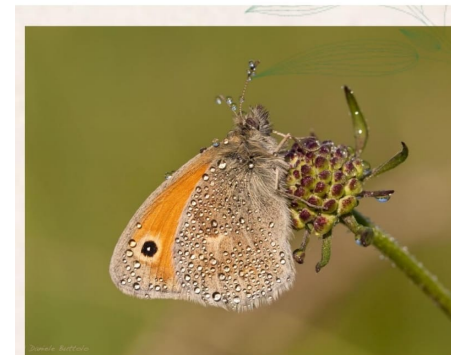
Benvenuti sul sito di "Vieni a vivere e lavorare in montagna", un'iniziativa, finanziata dalla [Fondazione Friuli](#) e attuata dalla [Cooperativa Cramars](#), in collaborazione con alcuni Comuni della Montagna Friulana.

Il portale è pensato per tutte quelle persone che ricercano uno stile di vita all'insegna della qualità, a stretto contatto con la natura, lontano dai grossi centri urbani e basato sull'appartenenza ad una piccola comunità accogliente.



VAI ALLA PAGINA
DEL PROGETTO

vieni a vivere
e lavorare
in montagna



I territori accoglienti

Le aree che partecipano al progetto possiedono una comunità viva, disponibile, organizzata e soprattutto ospitale. Le persone interessate che parteciperanno alla Call di ricerca dei nuovi abitanti, verranno affiancati da persone del luogo (ciceroni) che li aiuteranno a conoscere il territorio e le possibilità che offre: dal lavoro ai servizi, dal sistema scolastico a quello assistenziale, alla mobilità ed alla reperibilità di ogni altra informazione ritenuta utile e di interesse, per poter giungere alla decisione.



expir.it
L'ITALIA AUTENTICA

BONUS SMART WORKING: ESONERO CONTRIBUTIVO PER CHI VIVE E LAVORA IN MONTAGNA, LE NOVITÀ IN ARRIVO

In arrivo dei bonus per favorire lo smart working nei comuni di montagna. Si prevede un esonero contributivo totale per i datori di lavoro che promuovono il lavoro agile. Questa una delle novità nel nuovo DDL per la promozione delle zone montane



INFO

Il **Passaporto delle Radici** è una sorta di **carta di servizi/loyalty card** digitale che permetterà di ottenere sconti, agevolazioni e servizi erogati da aziende, strutture ed enti che aderiranno.

A cosa serve?

A Le iniziative del progetto hanno il **principale obiettivo** di valorizzare i piccoli borghi e le zone rurali d'Italia attraverso azioni ispirate all'ecosostenibilità, alla digitalizzazione e al sostegno all'occupazione giovanile.

Chi potrà ottenerlo?

Chiunque abbia intenzione di partecipare a un viaggio delle radici in Italia e ne faccia richiesta attraverso il portale che sarà dedicato al turismo delle radici, accessibile anche da italia.it

Principali attività previste nel progetto:

- creazione di una rete di operatori turistici specializzati;
- creazione di itinerari ad hoc, a cui abbinare esperienze personalizzate;
- creazione di una piattaforma dedicata ai servizi turistici per i viaggiatori delle radici;
- creazione di una rete dei musei dell'emigrazione;
- organizzazione di esperienze di working holidays presso le aziende agricole, agrituristiche e dell'artigianato locale;
- lancio di una campagna di comunicazione con l'ausilio di partner specializzati;

...

In quali ambiti sarà operativo il passaporto?

- ricettività turistica
- guida e accompagnamento
- cultura e intrattenimento
- servizi culturali
- ristorazione
- enogastronomia
- commercio
- artigianato
- trasporti
- educazione e formazione
- mediazione culturale

ADESIONI



VAI ALLA PAGINA
DEL PROGETTO

expir.it
L'ITALIA AUTENTICA

PROSSIMI PASSI

- Discussione delle esperienze e dei pacchetti progettati
- Evento di formazione comunicazione turistica **lunedì 4 dicembre**
- Evento di Co-progettazione comunicazione turistica **martedì 5 dicembre**

PROGETTI ●

**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**

expir.it
L'ITALIA AUTENTICA