

PRIMO INCONTRO DEL GRUPPO DI LAVORO  
“VERSO UNA NUOVA OFFERTA TURISTICA DELLA MONTAGNA”

# VERSO UNA NUOVA OFFERTA TURISTICA DELLA MONTAGNA

*Il problema, le opportunità, le  
sfide, le soluzioni*



# IL PIANO STRATEGICO.

## **Dove vogliamo andare, come vogliamo arrivarci**

Un documento fondamentale per la nostra destinazione. Raccoglie idee, riflessioni emerse dagli incontri di co-progettazione e da ogni singolo momento d'ascolto che abbiamo svolto in maniera frontale con operatori, enti, associazioni, istituzioni e singoli cittadini di tutto il Frignano.

Detta la linea per gli interventi che realizzeremo insieme sul territorio, a partire da questi tavoli di lavoro tematici.



# PREMESSA.

## La Carta dei valori

Definisce l'immagine più grande a cui tendere, risponde al “**perché**” e non definisce il come. Fornisce una visione chiara e condivisa dell'identità e della direzione che la destinazione intende seguire.

La motivazione di viaggio non si costruisce solo con il “cosa”, bensì con l'insieme dei valori personali che incontrano quelli del territorio. Ogni Valore rappresenta una promessa, una spinta verso il futuro, in grado di rappresentare il territorio e ispirare i viaggiatori.



# LA CARTA DEI VALORI.



**Natura come  
Maestra di vita**



**Radici  
e Ali**



**Il gusto  
del tempo**



**È a tavola  
che nascono  
le migliori idee**



**Bella e unica  
tutto l'anno**



**Oasi di  
benessere**



**Il piacere  
delle relazioni**

# PREMESSA.

## SFIDA

Valorizzazione del patrimonio immobiliare sottoutilizzato

Adattamento dell'offerta turistica ai cambiamenti

Evoluzione dei servizi della montagna e dell'imprenditorialità



## TAVOLO DI LAVORO

Ospitalità diffusa

Verso una nuova offerta turistica della montagna

Commercio, imprenditorialità e nuovi servizi



# IL RUOLO DEI TAVOLI DI LAVORO.

- Spazio dove poter condividere idee e spunti di sviluppo in riferimento alla sfida affrontata;
- Fare rete tra operatori con esigenze simili al fine di allineare gli obiettivi e trovare soluzioni comuni;
- Luogo dove poter avviare collaborazioni e programmare azioni sul territorio e/o presso la propria attività.
- Attivare processi reali di cambiamento. collaborando insieme :-)



# LA SFIDA DI QUESTO GRUPPO.

Come adattiamo l'offerta turistica ai cambiamenti?



# LA SFIDA DI QUESTO GRUPPO.

Quali cambiamenti?



**CAMBIAMENTI  
CLIMATICI**



**CAMBIAMENTI DELLA  
DOMANDA TURISTICA**



# CONOSCIAMOCI MEGLIO.

Iniziamo a rompere il ghiaccio:

**Presentatevi brevemente e diteci  
perchè siete qui questa sera :)**





# ANALISI DEL PROBLEMA.

Flussi turistici invernali  
sempre più “aleatori”

Alta stagione sempre più corta

# GLI OBIETTIVI DEL TAVOLO.

- **Aumentare** le presenze e gli arrivi
- **De-stagionalizzare** il flusso turistico di Montecreto lavorando sull'offerta delle stagioni oggi definite "basse"
- **Trasformare** Montecreto in una destinazione ideale per ciascuno dei mercati individuati durante gli incontri di co-progettazione



# I MERCATI INDIVIDUATI.



# I MERCATI INDIVIDUATI.

**CICLOTURISMO**



**TURISMO ENOGASTRONOMICO**



**TURISMO EDUTAINMENT**



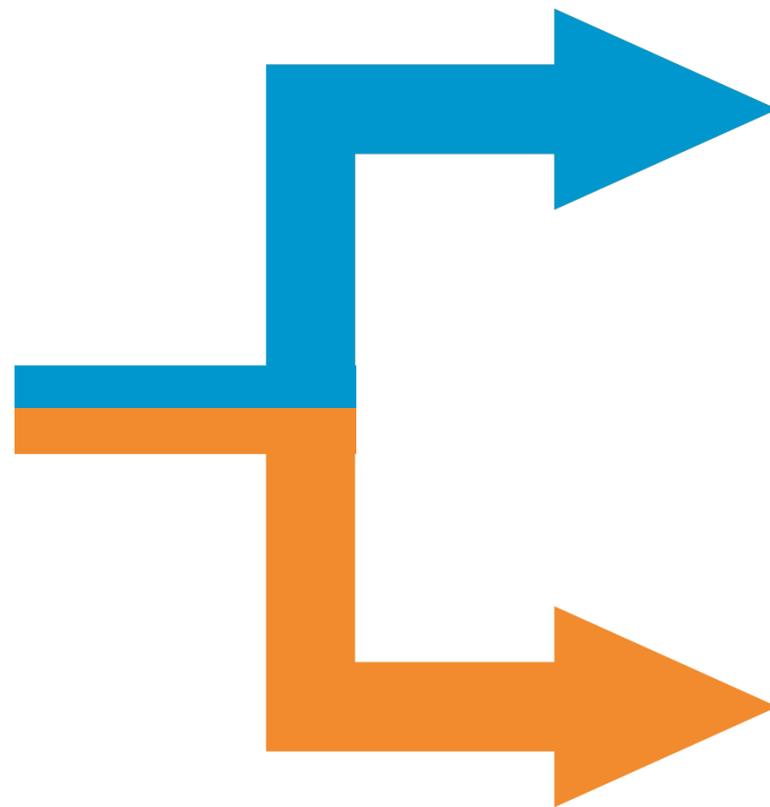
**SMART WORKING & TEAM BUILDING**



**TURISMO DELLE RADICI**



# CICLOTURISMO.



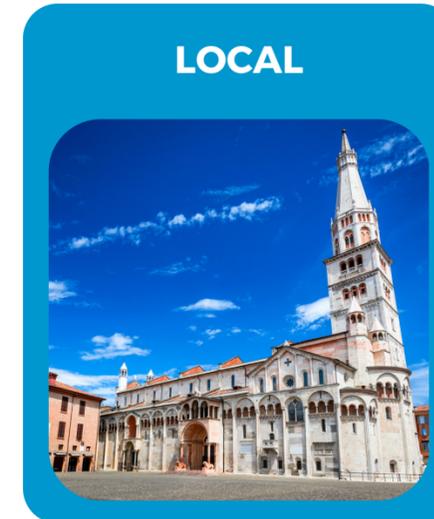
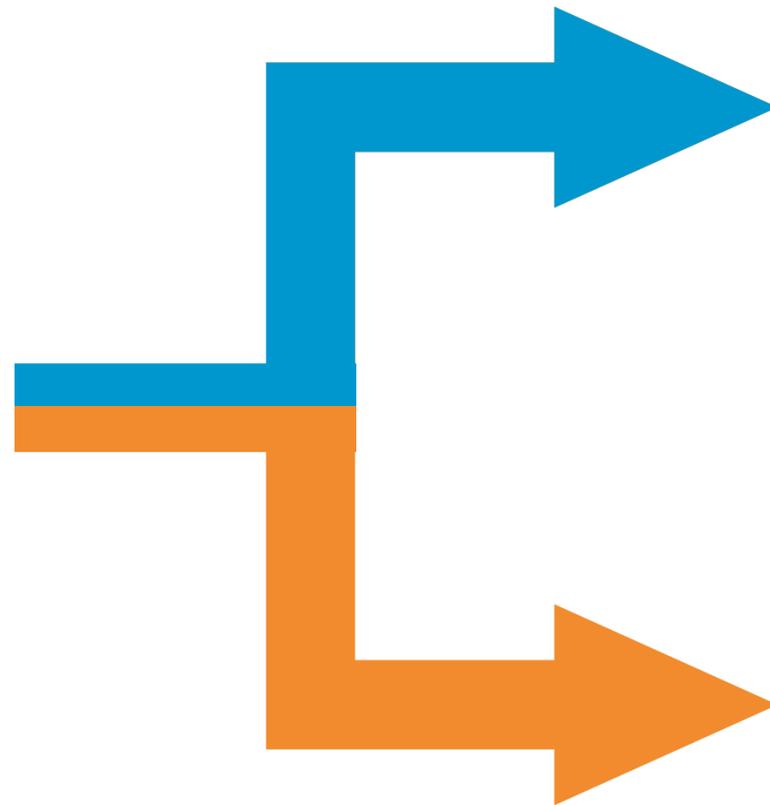
**Provenienza:** Italiano o straniero;  
**Età:** 25-35 anni;  
**Passioni:** natura e sostenibilità; e-bike  
**Cerca:** relax, divertimento e avventura, destinazioni eco-compatibili, esperienze all'aperto, eco-lodge, agriturismi, glamping;  
**Viaggia:** con gli amici o in famiglia; nei weekend lunghi in primavera, in estate e in autunno



**Provenienza:** Italiano;  
**Età:** 20-45 anni;  
**Passioni:** downhill; MTB; enduro  
**Cerca:** adrenalina; divertimento e avventura, strutture bike-friendly;  
**Viaggia:** da solo o con gli amici; nei weekend lunghi in primavera, in estate e in autunno



# TURISMO ENOGASTRONOMICO.



**Provenienza:** Provincia di Modena / Regione Emilia-Romagna  
**Età:** 30 - 70  
**Passioni:** giornata fuori porta; fuga dalla città; passeggiate in natura  
**Cerca:** materie prime di qualità; mangiare bene al giusto prezzo  
**Viaggia:** con amici; in famiglia (in giornata, max 1 notte)



**Provenienza:** Nord Italia (Milano); Toscana  
**Età:** 30 - 60  
**Passioni:** tradizioni culinarie  
**Cerca:** mercati locali; partecipare a degustazioni e cooking class; conoscere la storia di piatti e ingredienti  
**Viaggia:** in famiglia (Weekend)



# EDUTAINMENT.



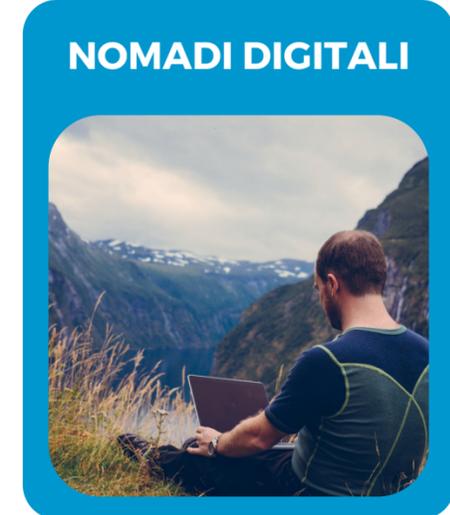
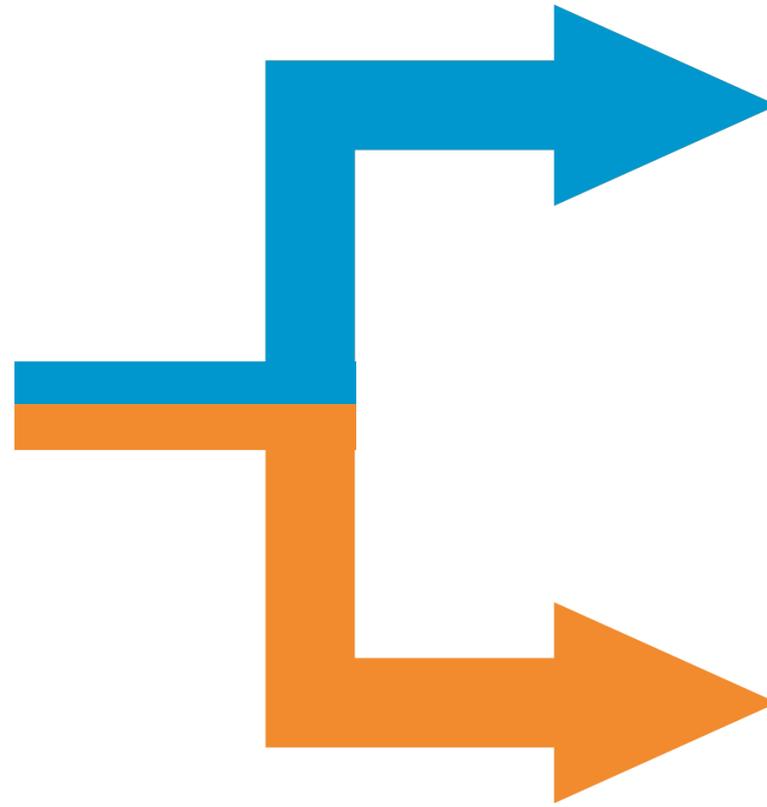
**Provenienza:** Provincia di Modena, Toscana.  
**Età:** 8-17 anni (studenti)  
**Passioni:** robotica e materie STEM (innovazione e ricerca)  
**Cerca:** nuove amicizie  
**Viaggia:** con altri amici o da soli; periodi extra-scolastici (Vacanza invernali e estive)



**Provenienza:** Provincia di Modena, Toscana.  
**Età:** 30 - 70  
**Passioni:** natura; enogastronomia  
**Cerca:** esperienze di relax; immersione nella natura; scoperta del territorio  
**Viaggia:** in famiglia; periodo di ferie invernale o estivo



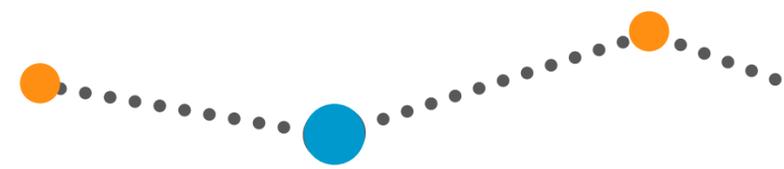
# RITIRI AZIENDALI & SMART WORKING.



**Provenienza:** Emilia-Romagna; Nord Europa (Slowmads)  
**Età:** 25 - 50  
**Passioni:** natura; escursioni; enogastronomia  
**Cerca:** luogo ispirazionale; concentrazione; attività significative per il tempo libero; scoperta del territorio; immersione nella natura; assistenza in loco  
**Viaggia:** in coppia (partner); con amici; da solo; tutto l'anno (principalmente weekend lungo gli italiani; periodi più lunghi gli stranieri))



**Provenienza:** Emilia-Romagna (focus: Provincia di Modena); Regioni limitrofe  
**Attività:** brainstorming; workshop; attività di rilassamento; escursioni; gite culturali; esperienze gastronomiche locali  
**Cerca:** luogo ispirazionale; attività che uniscono crescita personale e professionale  
**Viaggia:** con la propria azienda; tutto l'anno (2-4 gg)

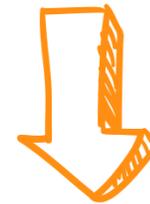


# I MERCATI INDIVIDUATI.

## TURISMO DELLE RADICI



- **Profilo di Mary Rossi:** Insegnante di matematica a Chicago, di origini italiane, desiderosa di esplorare le sue radici legate a Montecreto e al Frignano.
- **Motivazioni del Viaggio:** Cerca di ristabilire un legame emotivo con le sue radici visitando luoghi significativi per la sua famiglia.
- **Passione per la Cucina Italiana:** Ama cucinare piatti tipici modenesi e desidera vivere esperienze che la riavvicinino alle tradizioni italiane.



- **Turismo delle Radici a Montecreto:** Montecreto potrebbe offrire esperienze personalizzate legate alla storia delle migrazioni e alla ricerca delle proprie origini.
- **Proposta di Pacchetto Turistico:** Creazione di un'offerta per ospitare reunion familiari, con Montecreto come fulcro e esperienze in tutta la provincia/regione.



# LABORATORIO.

Per ogni segmento di mercato rispondiamo a queste domande:

1. **Cosa c'è**
2. **Cosa manca**
3. **Come risolvere il gap**

**Obiettivo:** definire azioni, tempistiche, budget, soggetti attuatori, team leader



# OFFERTA TURISTICA.



# OFFERTA TURISTICA.

## EVENTI



Iniziative una tantum,  
con un alto grado  
di complessità organizzativa

## ESPERIENZE



Attività replicabili con  
una certa facilità che si svolgono  
nell'arco di poche ore

## PACCHETTI



Viaggi (solitamente di più giorni)  
frutto di una combinazione  
di più servizi



# CLUB DI PRODOTTO.

**È una forma di aggregazione tra imprese finalizzata  
alla creazione di un prodotto turistico specifico  
destinato ad un mercato specifico**



# IL METODO.

Come sviluppare al meglio  
l'offerta per questi club?



**1 SQUADRA DI  
ESPERTI /  
APPASSIONATI**



**1 REFERENTE  
PER GRUPPO**



**1 STRATEGIA  
CONDIVISA**



# I REFERENTI.

- Esperti di uno specifico settore tra quelli individuati
- Profondi conoscitori del territorio
- Dedicano tempo ed energie per concretizzare insieme alla squadra le azioni sopra definite e guidare la destinazione verso una nuova offerta turistica coerente e attrattiva.



# I REFERENTI.

CICLOTURISMO



Matteo  
Baldissarri

RITIRI AZIENDALI /  
TEAM BUILDING



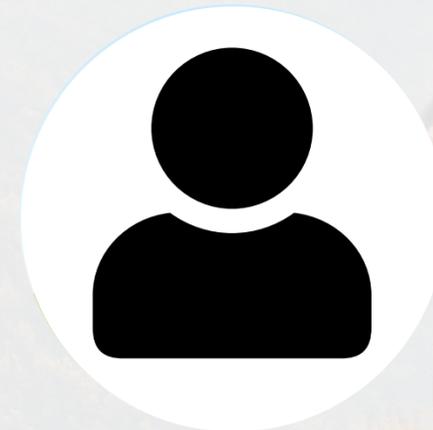
Benedetta  
Forni

EDUTAINMENT



Makerdojo

ENOGASTRONOMIA



???

TURISMO DELLE  
RADICI



???

# PROMO-COMMERCIALIZAZIONE.



# PORTALI E TOUR OPERATOR.

## GENERALISTI

**Tour operator che promuovono un territorio e le attività che si svolgono in esso.**

## VERTICALI

**Tour operator specializzati in attività specifiche.**

(Es. Bike, turismo delle radici, turismo enogastronomico, pet friendly...)



# PARTNER DI “DESTINAZIONE MONTECRETO 2030”.

**modenatur**  
incoming tour operator & DMC

PRESENTAZIONE PARTNER

REQUISITI PACCHETTI



# PACCHETTI TURISTICI.

OBIETTIVO:

**Sviluppare attività e proposte per ogni periodo occasione dell'anno**



# GLI ATTORI E I MONDI COINVOLTI.

Aziende  
Agricole

**NATURA**

Micologo

**ENOGASTRONOMIA**

**STORIA**

Museo  
di comunità

**TRADIZIONI**

Compagnia  
teatrale

Maneggio

Tour  
Operator

Guide  
Escursionistiche

**CULTURA /  
ARTE**

Strutture  
Ricettive

**EDUCAZIONE/  
FORMAZIONE**

Ristoranti

Fattorie  
Didattiche

**RELAX /  
BENESSERE**

Associazioni  
locali

Agenzie di  
Viaggio

**SPORT /  
OUTDOR**

**expirit**  
L'ITALIA AUTENTICA





# EVERGREEN

**MERCATI E OFFERTE SEMPRE DISPONIBILI**



# EVENTI DI MONTECRETO SU CUI LAVORARE.



## INVERNO

- Villaggio di Babbo Natale
- Festa di S. Geminiano Magrignana



## PRIMAVERA



## ESTATE

- Palio degli Asini
- Festa della Birra
- Simposio del Legno



## AUTUNNO

- Festa della Castagna

# COSA CI OFFRONO LE STAGIONI.



## INVERNO

- **Natale** (24-25-26)
- **Capodanno** (30-31-1)
- **Epifania**
- **Neve** (quando c'è)



## PRIMAVERA

- **Risveglio della Natura e fioriture** (trekking, gita con botanico/guida naturalistica)
- **25 aprile**
- **1 maggio**
- **2 giugno**



## ESTATE

- **Festival** (culturali, artistici, musicali...)
- **Attività sportive** (ritiri sportivi, tornei, preparazioni atletiche, gare, raduni...)
- **Summer Camp**
- **Ferragosto**



## AUTUNNO

- **Foliage**
- **Castagna** (festa dedicata, esperienze di raccolta e lavorazione, cooking class, degustazione...)
- **Funghi / Tartufi**
- **31 ottobre / 1 novembre** (borghi abbandonati)

# ORGANIZZAZIONE.

## Individuali

Coppie  
Singoli  
Famiglie



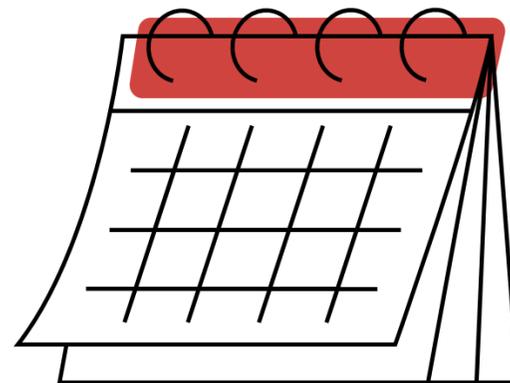
**expir.it**  
L'ITALIA AUTENTICA

## Gruppi

Gruppi medi e grandi  
(Es. Ritiri Sportivi;  
Ritiri Aziendali; Gite scolastiche)



# PACCHETTI TURISTICI.



## CALENDARIO EVENTI E ESPERIENZE



SPAZIO AL DIBATTITO.



# IL METODO.

Come sviluppare al meglio  
ciascun progetto?



**1 SQUADRA DI  
ESPERTI /  
APPASSIONATI  
PER PROGETTO**



**1 REFERENTE  
PER PROGETTO**



**1 STRATEGIA  
CONDIVISA**



# REFERENTI DI PROGETTO.

## Chi sono:

- Esperti di uno specifico settore tra quelli individuati;
- Profondi conoscitori del territorio;
- Dedicano tempo ed energie per concretizzare insieme alla squadra le azioni di uno specifico progetto e guidare la destinazione verso il raggiungimento dei rispettivi obiettivi.



# LA PAROLA A VOI.

**Qual è il contributo che  
posso dare a questo tavolo?**



# PROSSIMI STEP.

- Creazione di un gruppo Whatsapp dedicato per ciascun club di prodotto;
- Incontri di gruppo online (tramite Google Meet);
- Affiancamento a cura di Expirit per la creazione di esperienze e pacchetti unici;
- Sviluppo dei club di prodotto per ogni mercato (priorità, responsabilità, ruoli, cronoprogramma, budget).

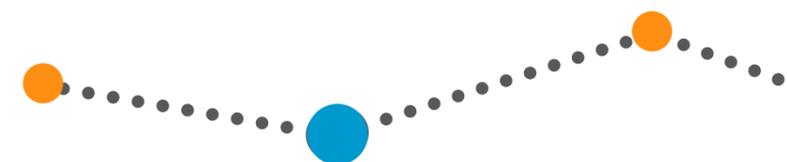


# ISCRIZIONE AL GRUPPO.

COMPILA IL QUESTIONARIO CHE

TROVI QUI

PER ENTRARE A FAR PARTE DI  
QUESTO GRUPPO



# PROGETTUALITÀ.



Partecipazioni



[Accedi](#)

Home

Processi

Spazi di collaborazione

Aiuto

## L'ECO di Montecreto

#ECOdiMontecreto

· Un percorso verso lo sviluppo ecologico di comunità



FASE 1 DI 3

**RICERCA E PROMOZIONE**

12/04/2024 - 15/06/2024

[Visualizza le fasi](#)

IL PROCESSO



# L'ECO di Montecreto - Un percorso verso lo sviluppo ecologico di comunità

**L'ECO di Montecreto** è un percorso partecipativo il cui obiettivo è il coinvolgimento attivo di tutti gli abitanti, sia stabili che temporanei, nella creazione della **Mapa di Comunità**.

La mappa è il primo tassello del processo costitutivo di un **museo diffuso** che abbraccia l'intero territorio, ricomponendo i patrimoni presenti attraverso sentieristica e narrazioni collettive, rende l'abitante custode di quei beni comuni di cui ci sentiamo eredi, se pensiamo al passato, e antenati, se pensiamo al futuro.



**InStabile 19 APS** - Ente proponente



**Comune di Montecreto** - Ente decisore



**Regione Emilia-Romagna** - Ente finanziatore e supervisore (Legge 15/2018 sulla partecipazione)

## *Mappa di Comunità*

**La Mappa di Comunità** è uno strumento con cui gli abitanti di un luogo hanno la possibilità di rappresentare il patrimonio, il paesaggio, i saperi in cui si riconoscono e che desiderano trasmettere alle nuove generazioni.

*Cosa fa essere Montecreto il luogo che è?*

*Ecomuseo: cos'è?*

	<b>Museo</b>	<b>Ecomuseo</b>
<b>Spazio</b>	Edificio	Territorio
<b>Focus</b>	Collezioni	Patrimoni
<b>Competenze</b>	Disciplinari	Interdisciplinari
<b>Pubblici</b>	Visitatori	Abitanti *
<b>Governance</b>	Il museo e i suoi organi	La collettività e i suoi organi

\* **Abitante** che diventa un po' **turista**

**Turista** che diventa un po' **abitante**

# L'ECO DI MONTECRETO.



[L'ECO di Montecreto](#)

[Presentazione completa](#)

[ecodimontecreto@gmail.com](mailto:ecodimontecreto@gmail.com)

# OPPORTUNITÀ DA NON PERDERE.

Scadenza: 31 Maggio  
Massimo 10mila€ per Comuni  
e Unioni di Comuni

## FINANZIAMENTI E-R RETE ESCURSIONISTICA



# OPPORTUNITÀ DA NON PERDERE.

## INFORMATIVA PUBBLICA

Avvio mappatura delle  
professionalità per  
l'incontro tra la domanda  
e l'offerta del territorio



**OPPORTUNITÀ DA NON PERDERE.**

# QUESTIONARIO OPERATORI

Compila il questionario  
ed entra a far parte del  
gruppo di lavoro  
“**Destinazione  
Montecreto 2030**”.



# OPPORTUNITÀ DA NON PERDERE.

## QUESTIONARIO TURISTI

Fate compilare il questionario ai vostri ospiti. Scopriamo cosa si aspettano da Montecreto e cosa apprezzano di più.



# GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Da soli si va ~~veloci~~ si sopravvive, insieme si va lontano



expirrit  
L'ITALIA AUTENTICA