

Proposta Progettuale

EcoMeDmo: verso un modello mediterraneo di Destination Management Organization sostenibile

Le sfide

I principali problemi che le destinazioni europee devono affrontare in questa epoca sono legati a: Eccesso di turismo - Impatto ambientale sulle località - Gentrificazione - Perdita di identità - Squilibrio nella localizzazione territoriale delle attrazioni e dei servizi turistici, e tra visitatori, comunità e ambiente - Sicurezza e salubrità dei luoghi (inquinamento dell'aria, del mare, del suolo, ecc.) - Qualità dell'ospitalità diffusa - Accessibilità e targeting dell'ospitalità (classi sociali, e diversità per età, genere, etnia/razza, orientamento sessuale, disabilità, ecc.) - Congestione del traffico per la mobilità interna - Stagionalità dell'offerta - Mancanza di cultura ecologica tra gli operatori - Scarsa diffusione di prodotti biologici locali per la creazione di sistemi alimentari sostenibili in grado di arrestare la perdita di biodiversità, rendere l'agricoltura sostenibile e duratura e ridurre anche i tassi di obesità - Mancanza di allineamento tra la comprensione dei concetti di ecoturismo, eco-bioturismo, bioagriturismo e turismo rurale - Mancanza di collegamento con le industrie culturali e creative (ICC): Turismo creativo - Carenza di profili professionali per il presidio diffuso della sostenibilità dell'offerta e della sua fruizione - Carenza nei metodi/linguaggi di narrazione del territorio e delle esperienze tipiche locali - Sottovalutazione del valore dell'economia circolare come driver per le attività turistiche identitarie - Mancanza di banche dati di supporto alle decisioni per la filiera (istituzioni, imprese, stakeholder, consumatori/turisti e visitatori, residenti, ecc.) - peso preponderante delle attrazioni enogastronomiche a scapito di quelle culturali e naturali

Il progetto

EcoMeDmo - Verso un modello mediterraneo di Destination Management Organization sostenibile

La DMO consente alle destinazioni di gestire meglio le proprie risorse, gli investimenti in formazione e istruzione e il proprio capitale sociale, che consiste in relazioni, fiducia e cooperazione (Volgger & Pechlaner, 2014). Attraverso un'attenta gestione delle relazioni, azioni per incoraggiare la partecipazione degli stakeholder e un chiaro scambio di dati e informazioni, la DMO mira a rafforzare la competitività e la sopravvivenza della destinazione. Inoltre, facilita l'avvio di nuove attività economiche, migliora la capacità di innovazione e rafforza e valorizza l'identità del territorio. Nel corso del tempo, il ruolo della DMO si è evoluto da organizzazione di destination marketing, focalizzata sullo sviluppo di strategie e azioni di marketing coerenti per il territorio, a entità fortemente orientata al coordinamento di tutte le attività di destination management (Presenza et al., 2005). Nonostante ciò, manca ancora un'entità territoriale focalizzata sullo sviluppo di una destinazione partendo dal benessere della comunità locale e dalla tutela dell'ambiente. Le attuali DMO, infatti, non hanno ancora sufficienti competenze e conoscenze sulle migliori azioni strategiche per promuovere il coinvolgimento e la collaborazione degli attori territoriali nell'affrontare le problematiche derivanti dal cambiamento climatico in modo coordinato e coerente con le peculiarità locali (MacEachern et al., 2024). È sempre più necessario che la DMO si concentri anche sulla creazione di imprese e valore sostenibili, e che valorizzi, salvaguardi e riproduca il patrimonio di risorse territoriali (naturali, ambientali, paesaggistiche, insediative e socioculturali) come asset distintivi su cui fondare le basi per un turismo che sostenga processi di crescita sostenibile per l'intero territorio.

Sulla base di queste considerazioni, l'obiettivo del progetto è quello di definire un modello sperimentale di DMO sostenibile che promuova e faciliti la progressiva transizione ecologica nelle destinazioni turistiche euro-mediterranee più attraenti. In particolare, la nuova DMO include tra i suoi obiettivi principali la transizione ecologica nel contesto della domanda, considerando le mutate motivazioni e i comportamenti di turisti, visitatori e residenti, e una transizione ecologica nel contesto dell'offerta, tenendo conto della necessità di rivedere le attività e i servizi che supportano i cambiamenti nei comportamenti organizzativi, l'integrazione e la specializzazione dei servizi e le modalità di erogazione dell'intera filiera locale.

Un modello di DMO "sostenibile" dal punto di vista ambientale, sociale ed economico, che supporti i decisori politici nell'affrontare le specifiche sfide e problematiche ambientali, assumendo funzioni specifiche in base al peso di queste problematiche nelle diverse destinazioni euromediterranee.

Le funzioni individuate per affrontare le problematiche ambientali contribuiranno a definire le caratteristiche del modello di DMO. Esso sarà successivamente testato attraverso varie azioni pilota, per arrivare progressivamente a un modello condiviso utile a migliorare e/o generare politiche pubbliche di “cultura mediterranea”.

In questo modo, il ruolo della DMO diventa indispensabile per guidare le destinazioni mediterranee verso un turismo più sostenibile. Questo ruolo è complementare alle caratteristiche principali di una DMO e alla sua capacità di coordinare e coinvolgere gli attori locali:

- Convocatore, facilitatore e collegamento di attività turistiche comunitarie: coinvolgere la comunità su questioni specifiche, promuovere il dialogo e la discussione su temi comuni che riguardano la destinazione e i suoi stakeholder nel loro complesso. La DMO agirà come facilitatore nella preparazione di piani di marketing per la destinazione, con azioni e iniziative specifiche per i diversi mercati target. La DMO fungerà anche da collegamento tra i visitatori e la destinazione, tra l'industria turistica e il governo e tra i visitatori e il governo, facilitando la comunicazione tra questi gruppi.

- Catalizzatore di iniziative collaborative: attraverso le iniziative di coinvolgimento, cercherà di stimolare la discussione sulle strategie a lungo termine per rendere più facile e chiaro l'impegno a partecipare ai processi di risoluzione dei problemi della comunità.

- Sostenitore dell'industria turistica: sostiene l'industria turistica diffondendo informazioni sull'importanza del turismo e sul suo impatto sul territorio e sull'economia locale; agisce inoltre come progettista di interventi per la riqualificazione dei servizi turistici.

Organizzatore di campagne di marketing della destinazione: conduce attività di marketing per la destinazione, coinvolgendo il maggior numero possibile di partner nel processo decisionale della destinazione. Queste attività spesso includono la ricerca continua di azioni e idee promozionali volte ad attrarre e mantenere la partecipazione di organizzazioni e individui a livello di destinazione. Comunicatore multimediale dell'immagine/marchio di una destinazione (genius loci plus) e, con il supporto dell'IA, fornisce, ad esempio, l'addestramento "umanistico" di robot-cobot.

- Finanziatore di attività di marketing collettivo: sostiene le azioni di marketing collaborativo fornendo supporto e fondi supplementari, in particolare per il marketing e la promozione della destinazione.

- Partner e team builder: garantire che i partner condividano i rischi, le responsabilità, le risorse e le ricompense degli sforzi di marketing, promuovendo il rispetto reciproco, costruendo relazioni di fiducia, comprendendo le motivazioni e le aspettative di ciascuno, nonché le problematiche, per offrire opportunità agli altri stakeholder coinvolti nel processo. Promotore dell'inclusività e delle pari opportunità di accesso/godimento per tutti i target di popolazione.

- Organizzatore della gestione della rete: coordina la rete di attori turistici, legittimando le sue azioni di marketing.

- Scouting delle risorse storico-culturali, naturali e ambientali meno conosciute dell'area e pianificazione del loro uso efficiente.

- Bilanciatore dell'offerta turistica (per i territori meno conosciuti e per specifici target di pubblico) e controllore della qualità/vivibilità dei luoghi e dei livelli di sovraffollamento/inquinamento.

- Incubatore di cooperative di comunità e delle connesse Industrie Culturali e Creative (ICC) in grado di facilitare alleanze generazionali sulle vocazioni-tradizioni dell'identità locale e sulla loro spettacolarizzazione, legate al turismo e riferite al design, all'artigianato, ai prodotti digitali, alle arti visive e musicali, alla TV e alla radio, ai festival, alla moda, all'editoria, ai musei e alle gallerie, al software, ai videogiochi ma anche alla gioielleria, ai profumi e ai cosmetici, alla pellicceria.

Obiettivo del progetto e selezione dei territori

L'obiettivo generale del progetto, in coerenza con l'OS 2.7 del Programma Euromed, è quello di promuovere, testare e scambiare conoscenze ed esperienze in relazione alla definizione di un nuovo modello di DMO. Questo modello di DMO sosterrà ed espanderà l'adozione di una gestione delle destinazioni guidata dai dati a sostegno delle destinazioni turistiche in tutta l'UE, fornendo un hub di conoscenze ben strutturato e aggiornato che supporterà le destinazioni sulle tendenze del mercato, le fonti di dati, gli sviluppi normativi sulla politica e l'uso dei dati, con collegamenti attivi per la condivisione delle informazioni con i meccanismi di supporto a livello europeo per il percorso di transizione del turismo.

Più in dettaglio, servirà per:

- fornire alle destinazioni orientamenti e informazioni sulla gestione dei dati, nonché informazioni commerciali su come trovare e utilizzare i dati e su come applicare le informazioni ad alta intensità di dati per affrontare le azioni e le strategie politiche;
- sostenere le destinazioni nello sviluppo e nell'attuazione di competenze e strategie di gestione e condivisione dei dati con una prospettiva a lungo termine, in linea con le priorità politiche a livello UE e con il lavoro svolto dagli uffici statistici regionali e nazionali, anche in collaborazione con Eurostat
- stabilire una cooperazione transfrontaliera/transnazionale tra le organizzazioni e gli attori rilevanti nell'ecosistema di destinazione per sostenere la creazione e il trasferimento di conoscenze e buone pratiche nella gestione e condivisione dei dati.

Risultati principali

1. Una struttura organizzativa e funzionale come centro di competenza;
2. Un set di dati che aggrega le informazioni delle destinazioni supportate sulla sostenibilità del turismo in modo da consentire il confronto tra destinazioni di regioni diverse e fornire elementi che potrebbero essere utilizzati per integrare le statistiche ufficiali regionali.
3. Sintesi delle misure di generazione, accesso, utilizzo e gestione dei dati adottate dalle destinazioni come risultato del lavoro del centro di competenza; - attività di comunicazione e divulgazione intraprese con indicatori di impatto sulla loro portata alle destinazioni tra i vari Paesi e tipi di destinazioni; - attività di comunicazione e divulgazione intraprese con indicatori di impatto sulla loro portata alle destinazioni.
4. Risorse online, da tenere costantemente aggiornate durante il periodo di finanziamento da parte del beneficiario, in una forma che possa essere sfogliata e facilmente accessibile, che riassume le principali lezioni apprese.
5. Un piano che presenti un modello di business sostenibile per mantenere il centro di competenza e garantire la continuità dei suoi servizi dopo il periodo di finanziamento.

Partnership

Il CNR-ISMed, soggetto pubblico, ha individuato i Partner del progetto, tutti rientranti nella tipologia di Soggetti Pubblici, attraverso un processo strategico che si sostanzia nel perseguimento di interessi comuni in ragione dell'analisi di fabbisogni e la condivisione di tipologie di problematiche omogenee relative alle destinazioni turistiche. Ciò allo scopo di garantire il successo delle attività e l'unicità degli intenti, assicurata anche dalla pregressa esperienza maturata grazie alla collaborazione su tematiche affini.

I partner hanno le competenze necessarie per raggiungere gli obiettivi proposti: i partner scientifici sono in grado di supportare la costruzione di un modello concettuale efficace e trasferire le conoscenze adeguate a tutti i partner, per consentire loro di testare il modello nelle destinazioni individuate. Tutti i partner hanno una visione condivisa, un adattamento culturale e capacità di comunicazione.

Ruoli e responsabilità sono stati chiaramente definiti per garantire chiarezza ed evitare sovrapposizioni. I partner sono stati coinvolti anche nella definizione degli obiettivi e delle attività principali, per garantire l'allineamento dei valori, dell'impegno e delle successive procedure amministrative coerenti con le rispettive normative nazionali ed europee.

Durata e budget

Il Progetto ha una durata 27 mesi e prevede un budget di circa 1.800.000,00 euro, secondo la ripartizione fra i partner - elaborata in base alle ore uomo e alle WP (unità di lavoro del progetto) - indicata nella tabella seguente che evidenzia anche le collaborazioni pregresse per dare evidenza della capacità dei soggetti individuati.

COUNTRY	Name	ROLE	Previous collaboration	Ripartizione del budget
----------------	-------------	-------------	-------------------------------	--------------------------------

ITALY	REGIONE CAMPANIA	LEAD PARTNER and Test Model and DMO Driver in Italy	Il CNR ha sviluppato per la Regione Campania lo studio "Servizio di analisi della situazione pregressa ed attuale, riferita alla raccolta dei dati di interesse turistico in Campania e elaborazione delle linee guida per la progettazione della piattaforma "Destination Management System" della Regione Campania, finanziato dal POC Campania 2014-2020.	365.000,00
ITALY	CNR_ISMED	Partner scientifico per la progettazione della metodologia e la progettazione e elaborazione del modello		261.000,00
CIPRUS	ANETEL - Government Agency for the Development of Larnaca and Famagusta Districts	Partner. Test del modello in contesto locale, feedback e definizione delle linee guida	Ha partecipato con il CNR-ISMed alla proposta di partecipazione al progetto Horizon 2020 'Midas' Partecipa con il CNR al Progetto Horizon 'BeCulture'	178.700,00
ALBANIA	European University of Tirana	Partner per la progettazione della metodologia e elaborazione del modello	Ha partecipato con il CNR_ISMED alla presentazione di progetti COSME e ad un progetto Horizon in fase di valutazione	120.281,00
ALBANIA	Municipality of Gjirokastrër	Partner. Test del modello in contesto locale, feedback e definizione delle linee guida	Identificato da European University of Tirana	160.970,00
Malta	Mediterranean Academy of Culture, Technology and Trade	Partner per la progettazione della metodologia e elaborazione del modello	Collabora con il CNR-ISMed nell'ambito di ricerche sul turismo sostenibile	117.220,00
Malta	Visit Malta	Partner. Test del modello in contesto locale,	Identificato da MACTT	178.700,00

		feedback e definizione delle linee guida.		
SPAIN	Catalan Tourist Board	Partner. Test del modello in contesto locale, feedback e definizione delle linee guida	Identificato da MACTT	251.500,00
MONTENEGRO	Venn Tour DMC	Partner Test del modello in contesto locale, feedback e definizione delle linee guida	Identificato dal CNR-ISMED. Precedenti collaborazioni nell'ambito dell'attività di ricerca sul turismo sostenibile	152.750,00
				1.786.121,00

ITALIA

Capofila - Autorità regionale con competenze relative al turismo: Regione Campania - Assessorato al turismo e alla Semplificazione Amministrativa - Direzione Generale per le Politiche Culturali e il Turismo

Consiglio nazionale della Ricerca - CNR - ISMED - Istituto Studi MEDiterraneo

CIPRO

ANETEL - Government Agency for the Development of Larnaca and Famagusta Districts

ANETEL - Agenzia governativa per lo sviluppo dei distretti di Larnaca e Famagosta - è un partner attivo e un sostenitore del settore pubblico e privato e opera in una combinazione razionale di servizio alla comunità, imprenditorialità e gestione dei requisiti di alto livello dello sviluppo integrato con trasparenza ed efficienza. Anetel è nell'elenco delle organizzazioni che mirano a cooperare nei programmi Interreg (<https://www.interregeurope.eu/community/larnaca-and-famagusta-districts-development-agency>).

ALBANIA

L'Università Europea di Tirana -EUT- è un centro di competenza nel campo degli studi sociali, delle scienze umane, del diritto, dell'economia e delle tecnologie dell'informazione in Albania. Mira a diventare un importante centro e punto di riferimento nazionale/regionale nell'ambito della cooperazione accademica nell'istruzione superiore, della ricerca, dell'attività editoriale e della promozione dello sviluppo civico e dei valori dell'istruzione superiore. L'EUT si impegna a sviluppare progetti internazionali, partenariati strategici e a facilitare le richieste di borse di studio per la ricerca.

Ha inoltre istituito la rete Next Europe per riunire le principali università e centri di ricerca in Europa con competenze e interessi di ricerca nella regione.

EUT condivide fortemente le finalità e gli obiettivi principali del progetto, e ha partecipato - e partecipa - a diversi progetti volti a migliorare la sostenibilità e l'economia circolare in molti settori (<https://uet.edu.al/en/active-projects/>).

Comune di Gjirokastrë. Gjirokastrë è una città dell'Albania meridionale e il suo centro storico è inserito nella lista del patrimonio mondiale dell'Unesco. Il Comune mira a sviluppare strategie di gestione delle destinazioni in linea con le strategie del governo nazionale e locale per lo sviluppo del turismo sostenibile e ha partecipato a diversi programmi dell'UE. È nell'elenco delle organizzazioni

che intendono cooperare nei programmi Interreg
<https://www.interregeurope.eu/community/municipality-of-gjirokaster>.

MALTA

L'Accademia Mediterranea di Cultura, Tecnologia e Commercio (MACTT) è un istituto di istruzione superiore che vuole essere all'avanguardia nel contesto dell'attuale euro-med, cercando di dare risposte alle sfide e alle visioni del nostro tempo. Ha già collaborato con il CNR-ISMed in progetti sul turismo sostenibile, e si propone di diventare promotore di iniziative per implementare la collaborazione accademica e scientifica tra università, istituti e centri di ricerca e stabilire collaborazioni con le autorità locali e nazionali come centro di ricerca e consulenza. Il MACTT è nell'elenco delle organizzazioni che mirano a cooperare nei programmi Interreg (<https://www.interregeurope.eu/community/mediterranean-academy-of-culture-technology-and-trade>).

Visit Malta è gestito da Malta Tourism Authority, che mira a rafforzare il partenariato pubblico e privato nel settore del turismo attraverso una maggiore e più diretta partecipazione del settore privato alla pianificazione nazionale e allo sviluppo dell'industria.

Malta Tourism Authority (MTA), in collaborazione con il Ministero del Turismo, è costantemente impegnata in progetti il cui obiettivo è migliorare il prodotto turistico. Negli ultimi anni l'MTA ha intrapreso una serie di progetti con l'obiettivo principale di migliorare l'esperienza del visitatore e di incentivare il turismo sostenibile (<https://www.mta.com.mt/en/projects-and-initiatives>).

MONTENEGRO

Venn Tour Balkan DMC è una destination management company per la regione balcanica con sede in Montenegro. Condivide fortemente gli obiettivi del progetto, in quanto rappresenta le comunità locali che agiscono per un turismo più sostenibile: propone esperienze e tour realizzati con il coinvolgimento della comunità locale e promuove il Montenegro come destinazione ecologica.

SPAGNA

L'Ente Catalano per il Turismo (Generalitat de Catalunya - Agència Catalana de Turisme) è il più importante e potente strumento di promozione turistica della Catalogna. È stato istituito dal governo della Catalogna ed è responsabile dell'attuazione delle politiche di promozione turistica del governo. Il CTB è nell'elenco delle organizzazioni che mirano a cooperare nei programmi Interreg (<https://www.interregeurope.eu/community/generalitat-de-catalunya-0>).

Articolazione progettuale

FASE 1 ANALISI: M1-M9

WP 1- QUADRO TEORICO E IDENTIFICAZIONE DEL MODELLO

Studio delle destinazioni selezionate:

Caratteristiche generali

Analisi Swot

Dati sul turismo
Migliori pratiche
Esperienze precedenti

Lo studio è condotto attraverso un background bibliografico e una ricerca empirica, utilizzando fonti secondarie e fonti primarie, ricavate da interviste, focus group, analisi degli stakeholder, ecc.

Principali risultati: studi di caso; database sulle destinazioni, primi elementi della DMO

FASE 2 DI SPERIMENTAZIONE M6- M24

WP 2 CAPACITY AND COMMUNITY BUILDING

Le azioni mirano a responsabilizzare, guidare e omogeneizzare l'intera catena del valore del turismo mediterraneo secondo obiettivi sostenibili).

A tal fine, saranno organizzati gruppi di lavoro e il progetto svilupperà processi di clustering, lavori tematici collettivi (indagini, revisione di documenti, fornitura di esempi, ecc.), attività di capacity building: partecipazione allo sviluppo di contenuti e o partecipazione a processi di formazione/mentoring/supporto offerti dal TCP

I risultati finali saranno azioni specifiche per la sostenibilità delle DMO nei partner di destinazione.

WP3 - SPERIMENTAZIONE LOCALE DELLA DMO

Una volta identificato il modello di DMO sostenibile per la regione euromediterranea, esso deve essere applicato alle specifiche destinazioni selezionate per il test. L'attenzione si concentra sull'adattamento delle attività, dei servizi e delle politiche alle caratteristiche uniche di ciascuna destinazione, con l'obiettivo di migliorarne la sostenibilità. In questo modo si garantisce che le esigenze e gli attributi specifici della destinazione siano affrontati in modo efficace. Le metodologie di verifica per queste attività sono sviluppate in modo collaborativo e condivise tra tutti i partner coinvolti, favorendo un approccio unificato ed efficiente alla gestione della destinazione.

FASE 3: ELABORAZIONE DEL MODELLO FINALE E DELLE LINEE GUIDA M16 - M27

WP4 DEFINIZIONE E VALUTAZIONE DEL MODELLO FINALE

I partner sono coinvolti nell'identificazione e nella condivisione degli indicatori di performance relativi all'implementazione del modello. I risultati chiave e i principali impatti sono alla base delle linee guida utili per replicare il modello. Questo processo è caratterizzato dall'impegno a garantire che le pratiche di gestione siano in linea con standard di alta qualità e con gli obiettivi di sostenibilità. L'obiettivo è monitorare e migliorare continuamente le prestazioni della destinazione, affrontando sia i risultati immediati che gli impatti a lungo termine sull'ambiente, sulla comunità e sull'economia locale.

FASE 4 NETWORKING E LEGACY DEL PROGETTO

GESTIONE DEL PROGETTO

(Coordinamento, monitoraggio, identità digitale, piattaforma collaborativa/sito web, riunione di avvio, controllo di qualità, reportistica periodica)

COMUNICAZIONE E DIVULGAZIONE

(docufilm sulle destinazioni mediterranee, eventi collettivi e locali, riunione di follow-up, linee guida)

Attività di networking (oltre all'evento congiunto obbligatorio): partecipare a eventi per la diffusione collettiva, il trasferimento e i processi di integrazione **OBBLIGATORIO**

RISULTATI PRINCIPALI: WEB, RETE E STRATEGIA DI SCALING UP, ECC.