



# STRATEGIA TRANSNAZIONALE PER IL TURISMO DURANTE TUTTO L'ANNO NELLE DESTINAZIONI INSULARI DEL MEDITERRANEO

2021 - 2026



Project co-financed by the European  
Regional Development Fund

Il progetto **WINTER MED**  
è cofinanziato dal  
**Programma Interreg  
MED**, attraverso il Fondo  
europeo di sviluppo  
regionale (European  
Regional Development  
Fund - **ERDF**)

Il Programma Interreg  
MED riunisce **13 Paesi  
europei** della riva nord  
del **Mediterraneo** che  
lavorano per una **crescita  
sostenibile** nella regione

**WINTER MED** promuove  
la transizione dal turismo  
delle **3S (Sea-Sun-Sand -  
Mare, Sole, Sabbia)** delle  
destinazioni turistiche  
insulari durante l'estate  
all'uso **alternativo,  
sostenibile e per tutto  
l'anno** di tali territori

Fornisce **strumenti per  
modificare e aggiornare**  
uno dei settori chiave  
dell'area del  
Mediterraneo

## Strategia transnazionale per il turismo durante tutto l'anno nelle destinazioni insulari del Mediterraneo - 3



Copyright WINTER MED

**Team di editing:** ANCI Toscana, Associazione Nazionale  
Comuni Italiani - Association of Tuscan Municipalities  
Viale Giovine Italia, n. 17, 50122 - Firenze

**E-mail:** [wintermed@ancitoscana.it](mailto:wintermed@ancitoscana.it)

**Autore:** Dr. Nagore Espinosa Uresandi

**Toscana, settembre 2021**



**Il presente documento  
rappresenta uno dei risultati  
del progetto WINTER MED  
cofinanziato dal programma  
Interreg MED.**

# INDICE

## Parte I

Contesto .....(6-22)

## Parte II

Strategia .....(23-24)

Visione - Missione - Valori .....(25-31)

Obiettivi principali .....(32-37)

Assi strategici .....(38-54)

Assi strumentali .....(55-70)

Calendario e priorità .....(71)

## Parte III

Allineamento con gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) 2030, le direttive e i regolamenti UE.....(72-79)

# PARTE I

# CONTESTO

# CONTESTO | IMPATTO DEL COVID-19 SUL TURISMO

La strategia attuale deve essere vista dalla prospettiva dell'impatto che il COVID-19 ha avuto sul turismo.



**GLOBAL ECONOMY COULD LOSE OVER \$4 TRILLION DUE TO COVID-19 IMPACT ON TOURISM**

ALL REGIONS | 30 JUN 21

*Economic losses are mounting in developing countries due to the absence of widespread COVID-19 vaccinations.*




Country	Sim 1	Sim 2	Sim 3	Region	Sim 1	Sim 2	Sim 3
Turkey	-9,1	-6,3	-7,8	Central America	-11,9	-7,5	-9,9
Ecuador	-9,0	-5,5	-7,5	East Africa	-9,3	-6	-7,9
South Africa	-8,1	-5,5	-6,9	South East Asia	-8,4	-5,6	-7,1
Ireland	-5,9	-4,1	-5	North Africa	-7,5	-5	-6,4
Switzerland	-4,3	-3	-3,6	Rest of SACU	-6,3	-4,4	-5,3
Republic of Korea	-3,8	-2,7	-3,3	Rest of Asia	-5,8	-4,1	-3,1
Australia/New Zealand	-3,7	-2,7	-3,2	East European Union	-4,7	-3,3	-3,7
United Kingdom	-3,2	-2,3	-1,6	West Africa	-4,6	-3,1	-3,9
France	-3,2	-2,3	-2,7	Rest of the World	-3,9	-2,7	-3,2
Norway	-2,5	-1,8	-2,1	East and Central Europe	-3,5	-2,5	-3
Argentina	-2,4	-1,7	-2	Middle East	-3,1	-2,2	-2,5
Germany	-2,4	-1,7	-1,3	Rest of South Asia	-2,8	-2	-2,4
Colombia	-2,3	-1,7	-2	North European Union	-2,7	-1,9	-1,9
United States of America	-2,1	-1,5	-1,1	Caribbean	-2,5	-1,8	-2
China/Hong Kong SAR	-2,0	-1,4	-1,7	Mediterranean Europe	-2,3	-1,6	-1,4
India	-1,9	-1,4	-1,7	Rest of South America	-1,9	-1,4	-1,5
Canada	-1,9	-1,4	-1	<b>World</b>	<b>-2,7</b>	<b>-1,9</b>	<b>-2</b>
Mexico	-1,6	-1,2	-1,3				
Russian Federation	-1,5	-1,1	-1,3				
Japan	-1,0	-0,7	-0,8				
Brazil	-0,6	-0,5	-0,6				
Nigeria	-0,3	-0,2	-0,2				

Fonte: UNWTO E UNCTAD (2021)

## CONTESTO | IMPATTO DEL COVID-19 SUL TURISMO

PERIODO DI  
LOCKDOWN

PERIODO DI  
APERTURA  
SENZA VACCINO

- Gravi perdite per tutti i settori turistici
- Danno ai brand delle destinazioni turistiche
- Gli impatti di lunga durata della crisi provocano una perdita da medio a lungo termine della clientela
- Elevato livello di perdite di posti di lavoro, con un basso tasso di recupero nel breve termine
- Chiusura definitiva di aziende
- Gravi perdite per tutte le aziende che fanno affidamento su modelli commerciali che dipendono da elevati volumi di vendite
- Perdite moderate per le aziende che fanno affidamento su volumi ridotti / prezzi più alti
- Investimenti necessari per adattare le aziende quando le situazioni finanziarie sono al punto più basso possibile
- Perdita di dipendenti altamente qualificati nel lungo termine
- Regolamenti non armonizzati da parte di autorità locali, regionali, nazionali ed europee, complessità nella comprensione delle procedure, quindi ritardi nelle opportunità di credito / finanziamento
- Le competenze digitali scarseggiano e questo aspetto è ancora più critico quando le aziende devono distinguersi dalla massa per dimostrare l'implementazione dei protocolli e comunicare esperienze sicure e di grande livello
- Le norme sulla capacità ricettiva mettono in pericolo la redditività
- Chiusure definitive di aziende
- Investimenti aggiuntivi sostenuti da aziende locali per rispettare le misure sanitarie

## CONTESTO | IMPATTO DEL COVID-19 SUL TURISMO

RIAPERTURE  
CONTEMPORANEE  
ALLA RAPIDA  
DIFFUSIONE DELLA  
VACCINAZIONE

CONVIVENZA CON  
IL COVID-19

- Riprendono i flussi turistici, perdite da gravi a moderate per tutte le aziende che fanno affidamento su modelli commerciali che dipendono da elevati volumi di vendite
- Le aziende di trasporto sono caute riguardo a itinerari e frequenza con l'impatto che ciò produce sulle destinazioni locali, soprattutto sulle isole
- Necessità di far fronte alla forte domanda di godersi il sole e la sabbia nell'estate del 2021
- Grande incertezza con le nuove mutazioni del virus e l'attuale protezione fornita dal vaccino
- Tassi di vaccinazione non omogenei nel mondo
- Regolamenti non armonizzati da parte di autorità locali, regionali, nazionali ed europee/internazionali, complessità nella comprensione delle procedure, quindi ritardi nelle opportunità di credito / finanziamento
- **Incerteza riguardo alla durata degli anticorpi, nuovi ceppi del virus e capacità dei vaccini di proteggere la popolazione**
- **Gestione della domanda a questa incertezza riguardante l'intenzione di viaggiare durante l'inverno / la primavera**
- **Il passaggio all'home-office, cioè al lavoro da casa, e il relativo impatto sulla riduzione, forse permanente, dei viaggi di lavoro e degli eventi in presenza**
- **Modifiche della domanda: cambiamenti dei modelli di viaggio, delle destinazioni preferite, del tipo di sistemazione, del tipo di attività da svolgere...**
- **Impatti sul lato dell'offerta: non tutta la catena di valore potrebbe adattarsi**
- **Riposta politica ai mutamenti del settore turistico e al cambiamento climatico verso una maggiore sostenibilità e inclusività**
- **Investimenti aggiuntivi sostenuti da aziende locali per rispettare le misure sanitarie**

# CONTESTO TENERE CONTO DEGLI EFFETTI DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO SULL'OFFERTA TURISTICA

## Cambiamento climatico e relativi impatti:

- Il livello del mare aumenta, rendendo gli insediamenti umani e le strutture turistiche altamente vulnerabili
- Aumento della frequenza e dell'intensità degli eventi estremi, con relativo impatto in termini di danni significativi, perdite, costi assicurativi crescenti o perfino la perdita della possibilità di avere una copertura assicurativa, interruzione delle attività, costi di evacuazione, costi di ricostruzione, impatto sull'immagine della destinazione e sul marchio.
- Cambiamenti della temperatura: estati ed inverni più caldi, con un impatto sulla domanda e, di conseguenza, sull'offerta.
- Aumento delle temperature della superficie dei mari che influenza il metabolismo, la distribuzione e la fenologia delle specie marine
- I cambiamenti dei modelli delle precipitazioni possono, da un lato, ridurre l'approvvigionamento idrico e aumentare il rischio di siccità, ma dall'altro possono anche aumentare la quantità stessa delle precipitazioni, causando inondazioni, e quindi vanno ad impattare in entrambi i casi sulla domanda.
- Intrusione di acqua salata in falde acquifere di acqua dolce

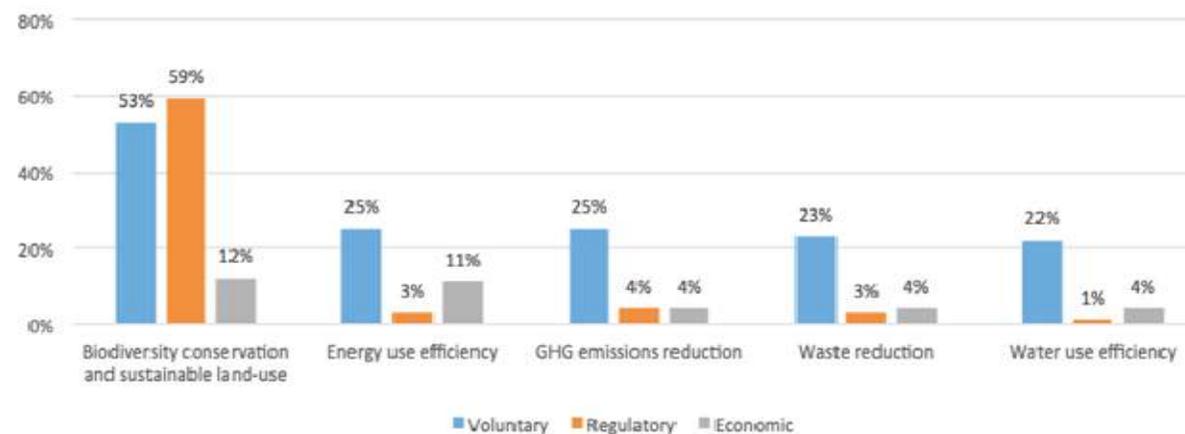
## CONTESTO

# È NECESSARIO FARE DI PIÙ PER UN TURISMO CIRCOLARE

Tutti i Paesi stanno progredendo verso una produzione e un consumo sostenibili. Tuttavia, gran parte degli sforzi sono concentrati su strumenti politici volontari. Ci sono margini di miglioramento per quanto riguarda gli strumenti economici e normativi utili per promuovere ulteriori progressi.



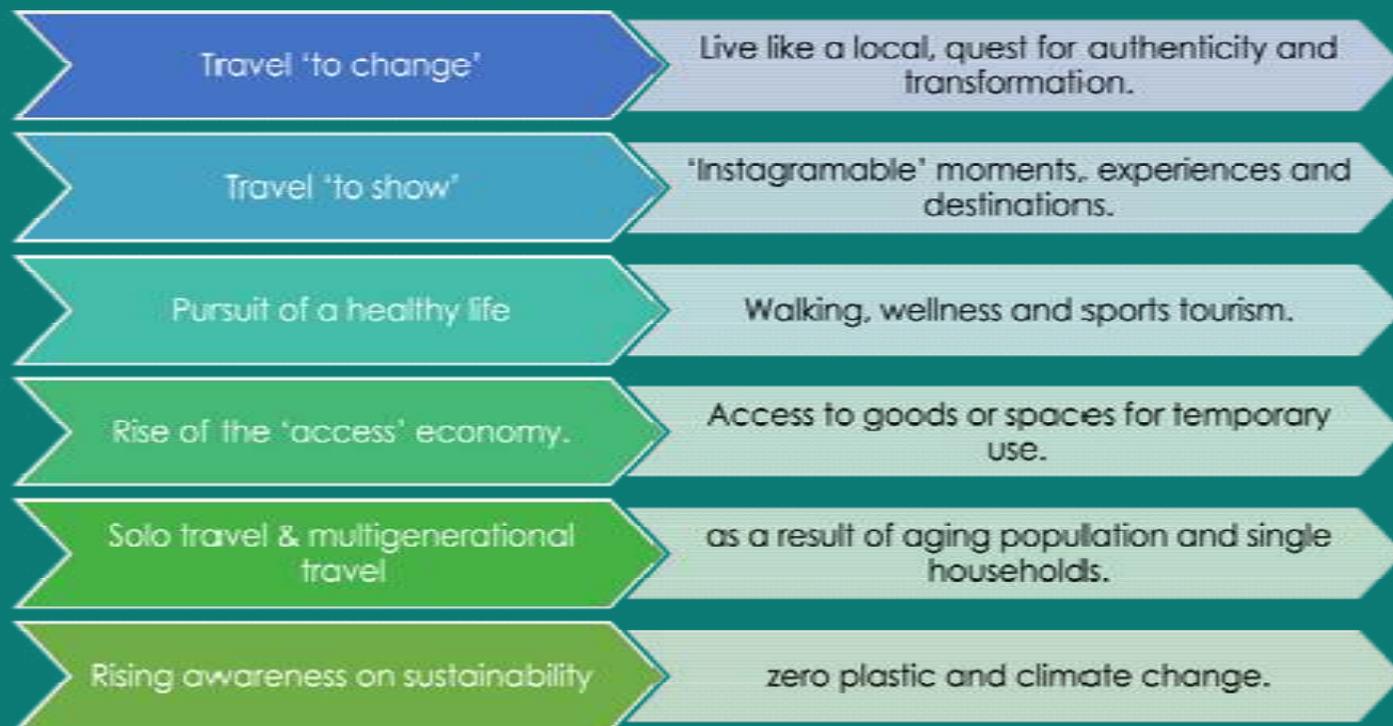
Figure 3.16. Nature of policy instruments by "SCP impact area"



Fonte: UNWTO E UNEP (2019)

# CONTESTO TREND INTERNAZIONALI DELLA DOMANDA

In questa pubblicazione, l'Organizzazione mondiale del turismo (UNWTO) presenta le tendenze internazionali di viaggio dei consumatori importanti durante lo sviluppo di prodotti e la relativa comunicazione. Quando l'attenzione è rivolta alla sostenibilità, le buyer personas incluse nella categoria "viaggiare per cambiare" sono profili particolarmente importanti da approfondire.



Fonte: UNWTO (2020)

## CONTESTO | GREEN DEAL EUROPEO

La Commissione europea propone la trasformazione della società e dell'economia UE per soddisfare le ambizioni relative al clima. Il 14 luglio 2021, la Commissione europea ha adottato una serie di proposte per rendere le politiche dell'UE sul clima, l'energia, i trasporti e la tassazione adatte a ridurre le emissioni nette di gas serra di almeno il 55% entro il 2030, rispetto ai livelli del 1990.

Raggiungere questi livelli di riduzione delle emissioni nel prossimo decennio è fondamentale per l'Europa, che diventerà il primo continente al mondo a impatto climatico zero entro il 2050, facendo così del Green Deal europeo una realtà.

**Il turismo, in quanto settore economico, non può essere estraneo a questo processo e deve contribuire notevolmente a un'Europa e un Mediterraneo più verdi.**

### I VANTAGGI DEL GREEN DEAL EUROPEO

- Aria fresca, acqua pulita, terreno sano e biodiversità
- Edifici rinnovati ed efficienti dal punto di vista energetico
- Cibi sani e a prezzi accessibili
- Più trasporto pubblico
- Energia più pulita e innovazione verso tecnologie pulite e all'avanguardia
- Prodotti di maggiore durata che possano essere riparati, riciclati e riutilizzati
- Professioni a prova di futuro e formazione sulle competenze per la transizione
- Industria resiliente e competitiva a livello globale

**IL TURISMO DEVE CONTRIBUIRE IN MANIERA SIGNIFICATIVA.**

## CONTESTO | BLUE ECONOMY SOSTENIBILE

La "Crescita blu" è la strategia della Commissione europea per la ripresa dell'economia in Europa. Tale strategia incoraggia gli investimenti e l'innovazione tecnologica nelle aree correlate all'economia marittima, o Blue Economy, identificando i fattori chiave e le azioni necessarie per promuovere l'occupazione e la crescita economica in modo sostenibile

La spinta alla "Crescita blu" fa parte della sfida sociale per la sicurezza alimentare, l'agricoltura e la silvicoltura sostenibili, la ricerca di fonti idriche interne, marine e marittime e la bioeconomia.

### UN NUOVO APPROCCIO PER UNA BLUE ECONOMY SOSTENIBILE NELL'UNIONE EUROPEA – TRASFORMARE LA BLUE ECONOMY DELL'UE PER UN FUTURO SOSTENIBILE

- Raggiungere gli obiettivi di neutralità climatica e inquinamento zero
- Economia circolare e prevenzione degli sprechi
- Biodiversità e investimento nella natura
- Resilienza costiera
- Sistemi alimentari responsabili
- Conoscenza degli oceani
- Ricerca e innovazione
- Investimenti
- Professioni e competenze legate alla Blue Economy
- Pianificazione dello spazio marittimo
- Coinvolgimento dei cittadini e Ocean Literacy
- Bacini marittimi, cooperazione regionale e supporto per le regioni costiere
- Sicurezza marittima
- Promozione di una Blue Economy sostenibile all'estero

IL TURISMO MARITTIMO È UNO DEI SETTORI CHIAVE DELLA STRATEGIA DELLA "CRESCITA BLU". IL TURISMO HA, QUINDI, UNA RESPONSABILITÀ IMPORTANTE NELL'AGIRE DI CONSEGUENZA.

# CONTESTO

## IMPORTANZA DEL MEDITERRANEO COME DESTINAZIONE TURISTICA

- Il Mediterraneo genera quasi UN QUARTO DEI PROVENTI MONDIALI DERIVANTI DAL TURISMO.
- È la destinazione NUMERO UNO.
- A LIVELLO MONDIALE, un turista SU TRE SI RECA NEL MEDITERRANEO.
- Le entrate equivalgono al 12% DEL TOTALE DELLE ESPORTAZIONI.

## CONTESTO | CARATTERISTICHE DELLE ISOLE DEL MEDITERRANEO

**0,2% del  
volume  
oceanico  
mondiale**

**0,7% della  
superficie  
oceanica  
mondiale**

**Profondità  
media 1.500  
m**

**Profondità  
massima  
5.267 m**

**21 Paesi  
rivieraschi**

**190 isole  
popolate  
(circa)**

**10.000 isolotti  
(circa)**

**518 grandi  
canyon  
sottomarini**

**2.274  
montagne  
sottomarine**

**8  
grandi delta**

**Circa 17.000  
specie marine**

**20% di specie  
endemiche**

**Specie  
emblematiche**

**18,5 milioni di  
ettari di zone  
umide**

**Una delle 25 regioni più ricche di biodiversità al  
mondo (Myers et al., 2000)**

**Collegate all'Atlantico dallo Stretto di Gibilterra, al Mar di  
Marmara dallo Stretto dei Dardanelli e al Mar Rosso dal Canale  
di Suez.**

# CONTESTO PRESSIONI SULLE ISOLE DEL MEDITERRANEO



*Prima  
destinazione  
turistica al  
mondo*

*Microplastiche e  
rifiuti di plastica  
galleggianti*

*L'85% delle risorse ittiche è sfruttato  
oltre i limiti biologici sostenibili*



*150 milioni di  
persone che  
vivono sulle  
coste*

*487 milioni  
vivono in 21 Paesi  
rivieraschi*

*1/3 del traffico marittimo  
mondiale passa  
attraverso il bacino del  
Mediterraneo*



*I contratti di prospezione  
di petrolio e gas coprono il  
44% del bacino del  
Mediterraneo*

*18% del traffico  
mondiale di  
greggio*

*Più del 50% delle acque  
reflue ricevute non viene  
trattato*



*Pratiche di  
pesca fantasma*

*Maggiore  
acidificazione  
rispetto agli oceani*

*Il 70% dei rifiuti  
marini finisce sul  
fondale*



*Aumento  
approssimativo del  
livello del mare: 4  
mm/anno in media*

*Insicurezza e instabilità  
crescenti*



# CONTESTO SFIDE RIGUARDANTI LE ISOLE DEL MEDITERRANEO

- **SCARSA INTEGRAZIONE** con le reti nazionali elettriche e di telecomunicazioni
- **BASE PRODUTTIVA LIMITATA** e popolazioni/economie stagionali
- **Numero ridotto di mercati di esportazione e fornitori che effettuano l'importazione**
- **ISOLAMENTO GEOGRAFICO E COSTI PIÙ ELEVATI**
- **VULNERABILITÀ AL CAMBIAMENTO CLIMATICO** e rischi naturali
- **Politiche insufficienti per PROMUOVERE LO SVILUPPO NELLE ISOLE** e migliorarne la competitività.
- **SCARSA COORDINAZIONE INTERGOVERNATIVA, INTERGIURISDIZIONALE E INTERSETTORIALE**
- **RISORSE FINANZIARIE limitate**
- **LOGISTICA COMMERCIALE complessa**
- **Elevata dipendenza dall'energia e dai combustibili fossili importati**
- **SCARSA PROTEZIONE della biodiversità e dell'ambiente insulari**
- **PROBLEMI complessi DI PIANIFICAZIONE TERRITORIALE**

Fonti: CPMR Islands Commission, 2021; CPMR Islands Commission, 2019;  
OCSE, 2018



# CONTESTO SFIDE RIGUARDANTI LE ISOLE DEL MEDITERRANEO

- **QUESTIONI DELICATE DI GESTIONE AMBIENTALE** ad es. rifiuti, acqua e sanificazione
- **INVECCHIAMENTO DELLA POPOLAZIONE** E "FUGA DEI CERVELLI"
- **CAPACITÀ ISTITUZIONALE LIMITATA** e distanza dalle capitali
- **DISECONOMIE DI SCALA** (costi unitari più elevati per infrastrutture e servizi)
- **ELEVATA DIPENDENZA** dalla qualità del governo per la definizione delle strategie di investimento
- Pratiche **NORMATIVE, DI APPROVVIGIONAMENTO** e **PIANIFICAZIONE DELLE SPESE INAPPROPRIATE** per il territorio
- **DIMENSIONI RIDOTTE DELL'ECONOMIA, DELLA POPOLAZIONE E DELLA SUPERFICIE.**
- **Scarso sviluppo di energie marine rinnovabili** che favoriscano la transizione energetica.
- **SCARSA QUALITÀ** dei trasporti, dal punto di vista dell'efficienza, dell'affidabilità, della sostenibilità e della resilienza
- **CAPACITÀ DI RISPOSTA LIMITATA** riguardo alle esigenze di trasporto, a causa delle relative infrastrutture e delle attrezzature portuali.

Fonti: CPMR Islands Commission, 2021; CPMR Islands Commission, 2019; OCSE, 2018

## CONTESTO

## SFIDE RIGUARDANTI LE ISOLE DEL MEDITERRANEO



# CONTESTO OPPORTUNITÀ PER LE ISOLE

- **Elevate possibilità di PROPORRE UN'OFFERTA TURISTICA DIFFERENZIATA**
- **PRODUZIONE ALIMENTARE di alta qualità**
- **Elevato potenziale di SVILUPPO DELLA CATENA DI FORNITURA LOCALE**
- **Solida tradizione di COMMERCIO E IMPRENDITORIALITÀ**
- **Elevato potenziale di GENERAZIONE DI ENERGIE MARINE RINNOVABILI**
- **Elevato potenziale di SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ RELATIVE ALLA COSIDDETTA "CRESCITA BLU", RISTRUTTURAZIONE DEI PORTI E FORMAZIONE E OCCUPAZIONE CORRELATE AL MARE**
- **Elevati livelli di ATTRATTIVE TURISTICHE – COSTIERE E PAESAGGISTICHE**
- **FORTI COMUNITÀ LOCALI e ASSISTENZA RECIPROCA**
- **Elevato livello di CAPACITÀ ATTRATTIVA**

# CONTESTO OPPORTUNITÀ PER LE ISOLE

- **Grande BIODIVERSITÀ e SERVIZI AMBIENTALI**
- **Elevato livello di AREE NATURALI PROTETTE**
- **PATRIMONIO STORICO e CULTURALE UNICO**
- **Elevato potenziale di IMPLEMENTAZIONE DI SOLUZIONI INNOVATIVE E TECNOLOGIA DIGITALE, soprattutto nei campi della transizione energetica, della Blue Economy, della pianificazione urbana e della gestione dei rifiuti**
- **LABORATORI PER LA "TRANSIZIONE VERDE" e pratiche di economia circolare**
- **Elevato potenziale di SOLUZIONI INNOVATIVE DI PIANIFICAZIONE URBANA**
- **Elevato potenziale di IMPLEMENTAZIONE DI SOLUZIONI DI MOBILITÀ PULITA**

# PARTE II

## LA STRATEGIA

- VISIONE - MISSIONE - VALORI
- OBIETTIVI PRINCIPALI
- ASSI STRATEGICI
- ASSI STRUMENTALI
- CALENDARIO E PRIORITÀ

# LA STRATEGIA STRATEGIA TRANSNAZIONALE PER IL TURISMO DURANTE TUTTO L'ANNO NELLE DESTINAZIONI INSULARI DEL MEDITERRANEO



Visione



Missione



7

Valori



3

Obiettivi principali



6

Assi strategici



5

Assi strumentali



# PARTE II

## LA STRATEGIA

- **VISIONE - MISSIONE - VALORI**
- OBIETTIVI PRINCIPALI
- ASSI STRATEGICI
- ASSI STRUMENTALI
- CALENDARIO E PRIORITÀ



## **VISIONE – MISSIONE – VALORI**

Le destinazioni insulari del Mediterraneo sono mantenute e gestite in modo tale da essere riconosciute a livello internazionale come destinazioni preferite durante tutto l'anno da visitatori attenti e responsabili per il loro folklore e la loro cultura antica, la raffinata cucina e le emozionanti attività all'aperto che offrono.

Le destinazioni insulari del Mediterraneo operano in modo integrato a livello regionale, con una crescente resilienza e titolarità del turismo, così da continuare ad essere luoghi meravigliosi in cui vivere e da visitare per le generazioni future.



## VISIONE – MISSIONE – VALORI

Guidare lo sviluppo del turismo sostenibile in modo collaborativo e integrato, promuovere il dialogo, la proprietà, la crescita, l'innovazione e l'azione, aiutare le destinazioni ad essere vivibili adesso e per le generazioni future.

# VISIONE MISSIONE VALORI

Il settore del turismo nelle  
destinazioni insulari del  
Mediterraneo include e  
rispetta tutti questi valori.



*Sostenibilità*



*Sicurezza*



*Inclusività*



*Parità di genere*



*Elevata qualità*



*Competitività*



*Digitalizzazione*

# VISIONE MISSIONE VALORI

Il settore del turismo nelle destinazioni insulari del Mediterraneo include e rispetta tutti questi valori.

## SOSTENIBILITÀ

- Coesistenza ambientale e sociale
- Sviluppo economico innovativo ed equilibrato

La sostenibilità è un valore fondamentale per raggiungere un equilibrio tra lo sviluppo proficuo e competitivo dell'attività turistica, la coesistenza con la società e la tutela dell'ambiente, da una governance con un approccio olistico e una catena di valore rafforzata.

## INCLUSIVITÀ

Un'offerta inclusiva provvede alle esigenze dei residenti e alla domanda in modo inclusivo. Evitare le discriminazioni non basta, sostenere la diversità vuole dire rendere inclusive le destinazioni

## SICUREZZA

Per quanto riguarda la salute e la sicurezza, le nostre destinazioni devono essere ed essere percepite come sicure.

# VISIONE MISSIONE VALORI

Il settore del turismo nelle destinazioni insulari del Mediterraneo include e rispetta tutti questi valori.

## PARITÀ DI GENERE

Quando le esperienze e i servizi turistici vengono progettati, è necessario considerare le esigenze di tutti. Inoltre, è necessario raggiungere la parità di genere anche nell'occupazione nel settore turistico.



## COMPETITIVITÀ

Occorre bandire la pratica della competizione basata esclusivamente sul prezzo. L'innovazione, sia essa incrementale o radicale, deve essere centrale nella pratica quotidiana delle nostre isole; in questo modo saremo in grado di competere basandoci sulla diversità, concentrandoci sulla nostra singola identità, i nostri valori, le nostre innovazioni e pratiche, in un processo continuo e infinito.

# VISIONE MISSIONE VALORI

Il settore del turismo nelle destinazioni insulari del Mediterraneo include e rispetta tutti questi valori.

## DIGITALIZZAZIONE

La domanda è ampiamente digitale, ma l'offerta non lo è ancora. Dobbiamo raggiungere l'obiettivo prima possibile per rafforzare in modo efficiente la nostra catena di valore e per mantenere competitiva la nostra offerta.

## ELEVATA QUALITÀ

Poiché è richiesta un'occupazione di elevata qualità, ciò che dobbiamo offrire è un servizio di elevata qualità. Non vi è alternativa all'essere sostenibili e competitivi, la qualità elevata è fondamentale per raggiungere l'obiettivo.



# PARTE II

# LA STRATEGIA

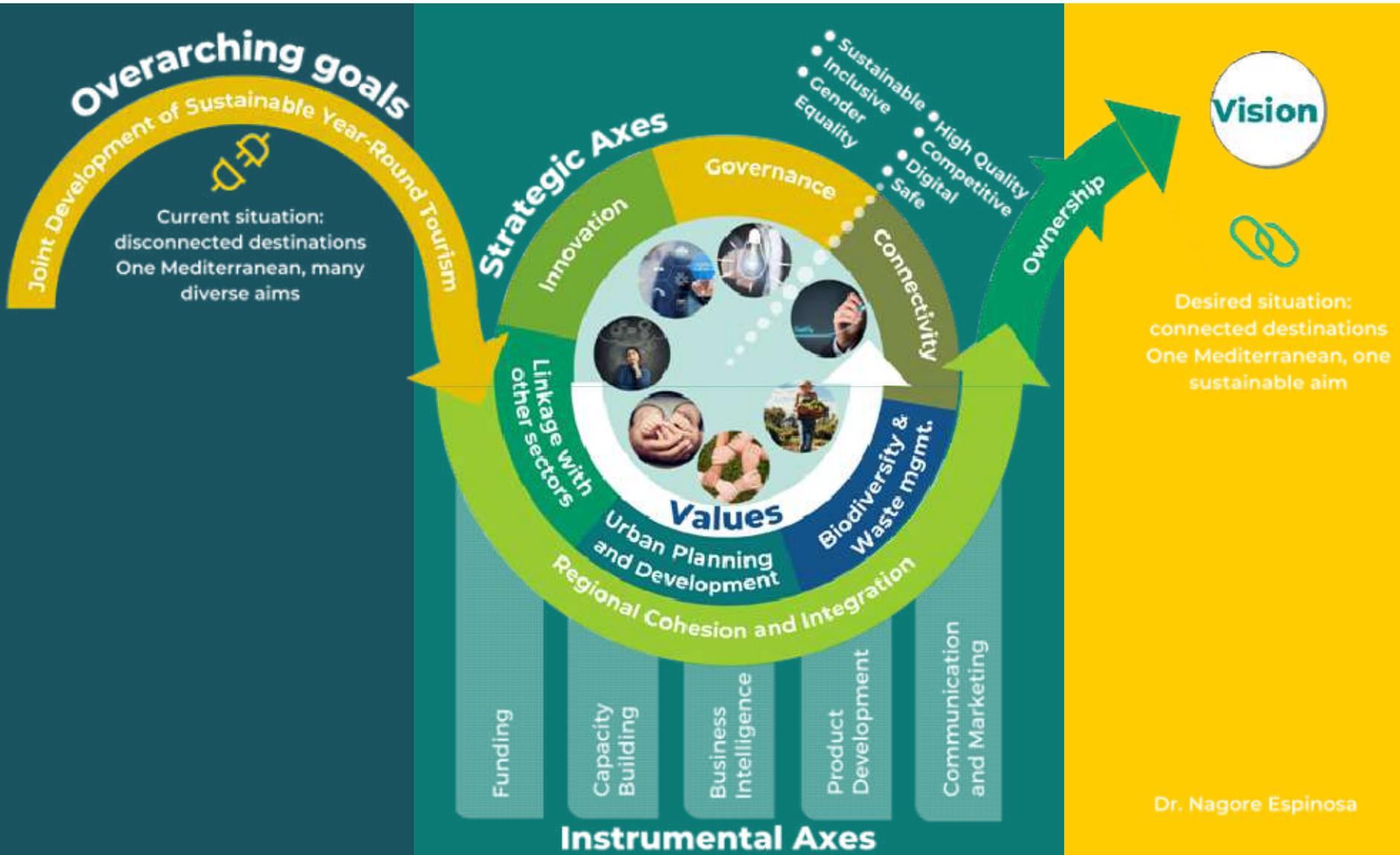
- VISIONE - MISSIONE - VALORI
- **OBIETTIVI PRINCIPALI**
- ASSI STRATEGICI
- ASSI STRUMENTALI
- CALENDARIO E PRIORITÀ



# SIAMO UN UNICO MAR MEDITERRANEO



**SIAMO UN UNICO MAR MEDITERRANEO**



Dr. Nagore Espinosa

# OBIETTIVI PRINCIPALI

## GLI OBIETTIVI PUNTANO A DARE ALLA STRATEGIA UNA PROSPETTIVA TRANSNAZIONALE

Questa strategia intende passare dalla situazione attuale, in cui il Mediterraneo riunisce destinazioni scollegate con obiettivi diversi, a una nuova situazione in cui le destinazioni insulari del Mediterraneo lavorano insieme come un unicum.

Se alcune destinazioni passano al turismo sostenibile, aumentando il valore creato e il prezzo, e altre non lo fanno, lo squilibrio nel Mediterraneo continuerà a danneggiare tutte le destinazioni. Pertanto, la soluzione è migliorare la qualità delle destinazioni a livello collettivo e transnazionale.



# OBIETTIVI PRINCIPALI

## SVILUPPO CONGIUNTO DI UN TURISMO SOSTENIBILE TUTTO L'ANNO NEL MEDITERRANEO

Sviluppo congiunto, collaborazione e coordinamento tra le diverse destinazioni nel Mediterraneo sono necessari per promuovere i flussi di domanda durante tutto l'anno e il rafforzamento dell'offerta in modo da adattarsi alla domanda desiderata.

## INTEGRAZIONE E COESIONE REGIONALE

Integrazione e coesione regionale sono necessarie per alzare l'asticella, in modo da evitare la competizione basata sui prezzi e concentrarsi invece sull'impegno, sui valori inclusivi e sostenibili, sulle competenze informatiche, l'innovazione e la qualità.

## PROPRIETÀ

Gli abitanti delle isole del Mediterraneo riconoscono che il turismo è sviluppato su una base inclusiva. Sono in vigore quadri di riferimento transnazionali per facilitare lo sviluppo delle competenze e gli investimenti di capitale necessari per prodotti di proprietà nazionale, dando ai residenti la possibilità di trarre vantaggio dalle opportunità turistiche, e favorendo la proprietà nazionale nel Mediterraneo.

# PARTE II

## LA STRATEGIA

- VISIONE - MISSIONE - VALORI
- OBIETTIVI PRINCIPALI
- **ASSI STRATEGICI**
- ASSI STRUMENTALI
- CALENDARIO E PRIORITÀ

# ASSI STRATEGICI

## IL RAGGIUNGIMENTO DI UN TURISMO CHE DURI TUTTO L'ANNO IMPLICA L'ESECUZIONE DI AZIONI DEGLI ASSI STRATEGICI E STRUMENTALI

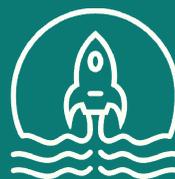
Il turismo in tutte le stagioni è fondamentale per la sostenibilità delle destinazioni insulari del Mediterraneo, per l'occupazione, il reddito diretto, indiretto e indotto, che durino per tutto l'anno, oltre che per il perseguimento annuale dell'equilibrio sociale, economico e ambientale. Tutto questo non verrebbe raggiunto senza l'implementazione di una prospettiva transnazionale. Gli assi strategici contribuiscono a rafforzare i legami nella governance con altri settori, a sostenere la biodiversità, ad occuparsi della gestione dei rifiuti, della pianificazione urbana e a generare una connettività e un'innovazione sufficienti per attrarre la domanda tutto l'anno.



## ASSI STRATEGICI



**GOVERNANCE**



**INNOVAZIONE**



**CONNETTIVITÀ**



**BIODIVERSITÀ E  
GESTIONE DEI RIFIUTI**



**PIANIFICAZIONE E  
SVILUPPO URBANO**



**COLLEGAMENTO CON  
ALTRI SETTORI**

# ASSE STRATEGICO

## GOVERNANCE



## Obiettivi

- **Le isole e i relativi governi nazionali annunciano la priorità trasversale dello sviluppo di un turismo sostenibile nelle politiche e nei bilanci dei rispettivi Paesi. Nello specifico, ci si riferisce alle politiche e ai bilanci riguardanti il turismo e non solo: trasporto, energia, occupazione, istruzione, ricerca e sviluppo, salute, ecc.**
- **Adottare azioni coordinate e basate sulle evidenze nel settore privato e in quello pubblico, sia internamente nelle isole/nei Paesi che a livello transnazionale.**
- **Assicurare la capacità sostenibile e sufficiente delle isole e dei Paesi di gestire uno sviluppo sostenibile del turismo.**
- **Implementare azioni che dimostrino l'impegno verso un turismo sostenibile, inclusivo, digitale, di alta qualità, innovativo ed equilibrato in termini di parità di genere.**

# ASSE STRATEGICO

## GOVERNANCE



## Misure

- 1) Identificare gli stakeholder principali e i relativi metodi di comunicazione per promuovere il dialogo, la pianificazione e l'implementazione della strategia transnazionale.
- 2) Sfruttare al meglio il comitato creato per affrontare la crisi pandemica, al fine di stabilire un sistema di governance reattivo ed efficace per la gestione dei problemi all'interno del settore turistico, facilitando la gestione e la cooperazione con gli attori chiave dei settori pubblico e privato.
- 3) Definire e attuare un processo partecipativo agile e inclusivo per includere i diversi stakeholder pubblici e privati nell'ambito del turismo e non solo, e i residenti.
- 4) Modificare / Adattare e implementare il quadro di riferimento legislativo in modo da consentire una collaborazione trasversale e transnazionale efficace verso lo sviluppo di un turismo sostenibile.
- 5) Definire piani operativi agili per isola/Paese al fine di implementare in modo coordinato le azioni concordate verso lo sviluppo di un turismo sostenibile.
- 6) Implementare sistemi di gestione della conoscenza e buone pratiche per promuovere l'implementazione e la condivisione delle informazioni chiave.

## ASSE STRATEGICO

GOVERNANCE



**Entità incaricata** *Governo delle isole/dei Paesi*

**Calendario** *2021-2026*

2021 2022 2023 2024 2025 2026

**Livello**

**di priorità**

**Elevato**

## Indicatori

- 1) Numero degli stakeholder e dei rappresentanti dei residenti che partecipano al processo e/o al comitato
- 2) Numero delle azioni transnazionali compiute
- 3) Tasso di feedback positivo degli stakeholder pubblici e privati del settore turistico e dei residenti in merito alle azioni transnazionali compiute
- 4) Tasso di feedback positivo degli stakeholder pubblici e privati del settore turistico e dei residenti in merito al processo decisionale e partecipativo transnazionale e per isola/Paese

# ASSE STRATEGICO

## Obiettivi

- **Rafforzamento della catena di valore dei sistemi innovativi delle isole e dei Paesi.**
- **Inclusione del turismo nei sistemi innovativi delle isole e dei Paesi in quanto settore trasversale.**
- **Implementazione dell'innovazione tra le isole, includendo diverse aree, al fine di promuovere un turismo sostenibile, inclusivo, digitale, di alta qualità ed equilibrato in termini di parità di genere.**

## INNOVAZIONE



## Misure

- 1) Formulare progetti chiari ed efficaci per raggiungere traguardi tecnici allineati con le esigenze del mercato desiderato e con la strategia turistica transnazionale, allo scopo di promuovere un turismo sostenibile per tutto l'anno.
- 2) Assicurare continui finanziamenti, ricerca, sviluppo delle capacità e cooperazione transnazionale per condividere e sviluppare congiuntamente capacità tecniche e tecnologiche nelle isole e nelle nazioni.
- 3) Formulare e implementare politiche che avvantaggino e incoraggino le azioni delle aziende, l'ottenimento delle risorse e il consolidamento dei programmi di: rafforzamento commerciale, sviluppo tecnologico, accesso alle fonti di finanziamento e sviluppo dei prodotti che inquadrano il territorio come destinazione di un turismo sostenibile.
- 4) Monitorare l'implementazione dell'innovazione, gli strumenti con cui viene raggiunta, le ulteriori capacità necessarie, le esigenze dei residenti, della domanda e dell'offerta e i risultati ottenuti.

## ASSE STRATEGICO

INNOVAZIONE



**Entità incaricata** *Governo delle isole/dei Paesi*

**Calendario** *2022-2026*

2021 2022 2023 2024 2025 2026

**Livello**

**di priorità**

**Medio**

## Indicatori

- 1) Numero di progetti implementati
- 2) Volume dei fondi ottenuti
- 3) Numero delle aziende che beneficiano dei progetti innovativi
- 4) Tasso di feedback positivo degli stakeholder pubblici e privati e dei residenti in merito agli impatti dei progetti di innovazione

# ASSE STRATEGICO Obiettivi

- **Implementare mezzi di trasporto sostenibili a livello ambientale e duraturi sia per i residenti, che per i visitatori e per le merci, in modo da rendere fattibile il turismo tutto l'anno.**
- **Realizzare collegamenti di trasporto insulari efficaci, efficienti dal punto di vista energetico e ad emissioni zero, all'interno delle isole, tra le isole e tra i mercati di origine e le isole, rendendo fattibile il turismo sostenibile e facilitando la qualità della vita e lo sviluppo della comunità ospitante.**

## CONNETTIVITÀ



## Misure

- 1) Formare gli stakeholder su capacità di negoziazione congiunte: ciò assicurerebbe lo sviluppo del trasporto terrestre, marittimo e aereo, e ridurrebbe le emissioni di gas serra e l'impatto ecologico, considerando sia le risorse umane ed intellettuali che quelle economiche e ambientali. La negoziazione congiunta implicherebbe di lavorare totalmente a livello di Mediterraneo, per impedire il ricorso alla forza da parte delle aziende.
- 2) Implementare negoziati transnazionali con corrieri per ampliare il potere contrattuale.
- 3) Implementare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) a tutti i mezzi di trasporto, unitamente a campagne di comunicazione in modo tale che tutti, dalle popolazioni giovani ai più anziani, possano beneficiare di tali tecnologie ICT quando viaggiano all'interno delle isole, tra le isole e al di fuori.
- 4) Investire in manutenzione e infrastrutture ottimali per una maggiore sicurezza tenendo in considerazione il genere, l'accesso universale (persone con disabilità, anziani, infortunati, donne incinte...), l'efficienza energetica e la riduzione delle emissioni di gas serra.

## ASSE STRATEGICO

CONNETTIVITÀ



Entità incaricata *Governo delle isole/dei Paesi*

Calendario *2021-2022*

2021 2022 2023 2024 2025 2026

Livello

di priorità

Elevato

## Indicatori

- 1) Numero di risultati ottenuti a seguito delle negoziazioni congiunte
- 2) Tasso di feedback da parte degli utenti e della loro esperienza in merito alle soluzioni ICT implementate
- 3) % di aumento della connettività tramite mezzi di trasporto durante i periodi fuori stagione anno dopo anno
- 4) % di riduzione dell'energia
- 5) % di riduzione delle emissioni
- 6) % di aumento della connettività tramite mezzi di trasporto più sostenibili
- 7) % di aumento della percezione di sicurezza da parte dei viaggiatori di sesso femminile (residenti e visitatori)

## ASSE STRATEGICO

## BIODIVERSITÀ E GESTIONE DEI RIFIUTI



### Obiettivi

- Implementare un sistema di gestione coordinato per: rifiuti, energia e acqua, oltre alla protezione, alla conservazione e alla promozione della biodiversità.
- Ridurre la produzione di rifiuti e implementare pratiche circolari transnazionali.
- Ridurre la necessità di importare energia e acqua, diminuendone il consumo e aumentandone la produzione sostenibile.
- Ripristinare gli ecosistemi degradati.
- Implementare misure di ricerca efficaci per affrontare gli impatti attuali del cambiamento climatico e per prevedere ulteriori impatti.
- Assicurarsi che il settore turistico e i suoi rappresentanti partecipino al processo decisionale riguardante le questioni ambientali a tutti i livelli.

## ASSE STRATEGICO

## BIODIVERSITÀ E GESTIONE DEI RIFIUTI



### Misure

- 1) Riconoscimento ufficiale e protezione e conservazione efficaci delle restanti aree di integrità naturale, sia terrestri che marine.
- 2) Monitoraggio delle specie minacciate e di altre attività necessario per stabilire se la capacità ricettiva di destinazioni o siti specifici sia stata superata.
- 3) Aumentare la consapevolezza in merito alla produzione sostenibile di energia, alle pratiche circolari e alla riduzione del consumo di acqua ed energia tra gli intermediari dell'offerta turistica e della domanda potenziale e attuale e la comunità ospitante.
- 4) Implementare misure efficaci per cambiare il comportamento di residenti e aziende turistiche: limitazione del controllo degli accessi, commissioni, sanzioni, sussidi soggetti alla dimostrazione di determinate azioni prioritarie, ecc.
- 5) Spostare residenti e aziende dalla costa, modificando le infrastrutture in modo tale che siano resilienti e meno esposte.

## ASSE STRATEGICO

## BIODIVERSITÀ E GESTIONE DEI RIFIUTI



### Entità incaricata

Governo delle isole/dei Paesi in collaborazione con l'Autorità turistica di ogni isola

### Calendario 2021-2026

2021 2022 2023 2024 2025 2026

### Livello

di priorità

Elevato

### Indicatori

- 1) Numero di aree con una protezione speciale maggiore implementata
- 2) Numero di siti per cui è stata misurata la capacità ricettiva e sono state implementate azioni a seguito della misurazione
- 3) Numero di sanzioni emesse a residenti, aziende, autorità anno dopo anno
- 4) Numero di progetti implementati per aumentare la resilienza verso il cambiamento climatico o per prevenire disastri

## ASSE STRATEGICO

## PIANIFICAZIONE URBANA



### Obiettivi

- **Considerare le aziende turistiche, i residenti e i visitatori e i loro bisogni quando si procede allo sviluppo e alla pianificazione urbana.**
- **Considerare i flussi inclusivi e sostenibili desiderati quando si procede allo sviluppo e alla pianificazione urbana.**
- **Progettare uno schema di azioni di sviluppo urbano sulle isole, che consenta il collegamento dei processi e della pianificazione urbana e territoriale, tenendo conto della situazione ambientale, del relativo ecosistema, del territorio nel suo insieme e delle sue condizioni urbane, ambientali e culturali uniche.**
- **Adattare leggi e norme nell'ottica di garantire un passaggio efficace verso un turismo sostenibile.**

### Misure

- 1) Nei processi di pianificazione urbana vengono creati comitati trasversali comprendenti le autorità turistiche, le aziende turistiche, i rappresentanti dei residenti e gli esperti.
- 2) Definire e implementare progetti pilota congiunti per testare le metodologie.
- 3) Coinvolgere i residenti e le aziende nel processo di pianificazione, di prova e di sviluppo del progetto.
- 4) Implementare leggi e norme revisionate in modo tale che si abbia un mantenimento dell'equilibrio nello sviluppo sostenibile.

## ASSE STRATEGICO

## PIANIFICAZIONE URBANA



### Entità incaricata

L'autorità di ogni isola (o Paese) che intraprende la pianificazione urbana

### Calendario 2022-2025

2021 2022 2023 2024 2025 2026

### Livello

di priorità

Medio

### Indicatori

- 1) Numero di regolamenti modificati verso lo sviluppo sostenibile
- 2) Numero di sanzioni emesse verso i trasgressori della pianificazione urbana sostenibile
- 3) Numero di progetti implementati
- 4) Tasso di feedback da parte dei residenti, delle aziende turistiche, delle autorità del turismo sulla loro partecipazione e se le loro esigenze/proposte sono state prese in considerazione

## ASSE STRATEGICO

## COLLEGAMENTO CON ALTRI SETTORI



### Obiettivi

- **Rafforzare il tessuto economico delle isole collegando ulteriormente il turismo con i settori primario, secondario e terziario.**
- **Unire le forze per sviluppare nuovi prodotti, nuovi eventi, per ricercare e innovare, per aumentare la consapevolezza sulla circolarità e sul consumo inclusivo e sostenibile.**
- **Aumentare l'occupazione durante tutto l'anno.**
- **Accertarsi che le comunità traggano effettivo vantaggio dai collegamenti con il turismo.**

### Misure

- 1) Svolgere una ricerca esaustiva e continua per individuare le opportunità al fine di rafforzare i collegamenti inter-settoriali con le isole e a livello transnazionale.
- 2) Stabilire un quadro di riferimento istituzionale, comitati, fondi e un calendario di incontri tra stakeholder pubblici e tra stakeholder pubblici e privati di diversi settori economici per promuovere l'identificazione e l'implementazione dei collegamenti.
- 3) Identificare e sviluppare mercati di nicchia interessati a servizi ibridi (turismo legato alla salute, agriturismo, ecc.) e rafforzare il lato dell'offerta degli stessi.

## ASSE STRATEGICO

## COLLEGAMENTO CON ALTRI SETTORI



### Entità incaricata

Autorità turistica di ogni isola

### Calendario 2021-2023

2021 2022 2023 2024 2025 2026

### Livello

di priorità

Elevato

### Indicatori

- 1) Numero di RISULTATI (prodotti, servizi, regolamenti, etc.) in seguito all'implementazione dei collegamenti
- 2) Percezione dei benefici da parte dei residenti
- 3) Numero di lavori a tempo indeterminato

# PARTE II

## LA STRATEGIA

- VISIONE - MISSIONE - VALORI
- OBIETTIVI PRINCIPALI
- ASSI STRATEGICI
- **ASSI STRUMENTALI**
- CALENDARIO E PRIORITÀ



# ASSI STRUMENTALI

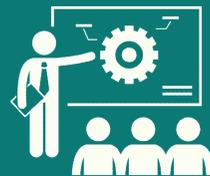
**IL RAGGIUNGIMENTO DI UN TURISMO  
CHE DURI TUTTO L'ANNO IMPLICA  
L'ESECUZIONE DI AZIONI DEGLI ASSI  
STRATEGICI E STRUMENTALI**

Gli assi strumentali mirano a generare un cambiamento transnazionale nelle questioni strutturali: finanziamento, sviluppo delle capacità e business intelligence. Inoltre, per favorire un turismo che duri tutto l'anno, insieme agli assi strategici, sono fondamentali anche lo sviluppo dei prodotti, la comunicazione e il marketing.

## ASSI STRUMENTALI



**FINANZIAMENTO**



**SVILUPPO DELLE  
CAPACITÀ**



**BUSINESS  
INTELLIGENCE**



**SVILUPPO PRODOTTI**



**COMUNICAZIONE E  
MARKETING**

## ASSE STRUMENTALE

## FINANZIAMENTO



# Obiettivi

### PROGETTARE E ATTUARE FORMULE DI FINANZIAMENTO CONGIUNTO CHE:

- **facilitino tutti gli assi strategici**
- **promuovano lo sviluppo di prodotti e marchi, l'attrazione e il mantenimento di capitale umano specializzato e fondamentale nella catena di valore**
- **facilitino le risorse per il capitale circolante, l'avviamento, i costi operativi e fissi delle aziende nelle varie fasi del loro ciclo di vita**

### IMPLEMENTARE AZIONI CONGIUNTE PER:

- **trovare risorse, investitori nazionali e internazionali e sviluppare meccanismi intelligenti per il capitale che consentano la circolazione delle risorse**
- **gestire le risorse in modo che l'economia diventi più dinamica e promuova la creazione, lo sviluppo, la crescita, l'organizzazione e il consolidamento del tessuto imprenditoriale finché non diventi un vantaggio competitivo per il territorio, rendendo possibili progetti turistici sostenibili di alto impatto.**

## ASSE STRUMENTALE

## FINANZIAMENTO



### Misure

- 1) Implementare regolamenti in modo tale che i fondi da parte di enti pubblici e privati siano obbligati a fornire prove di pratiche sostenibili, inclusive, digitali, di alta qualità, innovative ed equilibrate in termini di parità di genere.
- 2) Raggiungere accordi tra Paesi per finanziare progetti congiunti.
- 3) Cercare finanziamenti tra enti multilaterali e inviti a presentare progetti europei/internazionali.
- 4) Utilizzare mezzi innovativi per ottenere la sponsorizzazione di aree protette, progetti, ecc.
- 5) Fornire ulteriore formazione agli impiegati statali e alle aziende turistiche sulle modalità per accedere ai finanziamenti privati e a quelli europei.

## ASSE STRUMENTALE

## FINANZIAMENTO



### Entità incaricata

Autorità turistica di ogni isola

### Calendario 2021-2026

2021 2022 2023 2024 2025 2026

### Livello

di priorità

Elevato

### Indicatori

- 1) Numero di enti che accedono ai fondi poiché sono qualificati in base ai prerequisiti sostenibili
- 2) % di aumento dei fondi ottenuti e per quale scopo
- 3) Numero di impiegati statali e aziende del settore privato sottoposti a formazione

## ASSE STRUMENTALE

### Obiettivi

- **Formulare e implementare un piano congiunto per lo sviluppo professionale di talenti nel settore turistico, come strategia di sviluppo delle capacità che aumenti la catena di valore dal punto di vista tattico e strategico.**
- **Creare e rafforzare un ecosistema transnazionale che promuova la ricerca e lo sviluppo, lo scambio di conoscenze, la ricerca di sinergie, le migliori prassi.**

## SVILUPPO DELLE CAPACITÀ



### Misure

- 1) Condurre ricerche di mercato per identificare e caratterizzare le esigenze del pubblico target (impiegati statali, DMO, aziende turistiche, ecc.) e le capacità tecniche che dovrebbero rispondere a tali esigenze e ai residenti in maniera bilanciata e sostenibile.
- 2) Implementare lo sviluppo delle capacità in diverse formule, cercando di capire il pubblico a cui sono destinate e adattando continuamente il contenuto. Tale sviluppo deve coprire le questioni principali: sviluppo prodotti, business intelligence, sostenibilità, inclusività, tecnologie informatiche, e-commerce, circolarità, parità di genere, gestione della qualità, modello di business e competitività.
- 3) Condurre ricerche applicate e di base, sviluppo e innovazione dei prodotti, processi, strutture organizzative e modelli di business.
- 4) Investire sull'adozione di innovazioni esistenti e buone pratiche.

## ASSE STRUMENTALE

## SVILUPPO DELLE CAPACITÀ



### Entità incaricata

Autorità turistica di ogni isola

### Calendario 2021-2025

2021 2022 2023 2024 2025 2026

### Livello

di priorità

Medio

### Indicatori

- 1) Numero di aziende e autorità turistiche (e altri stakeholder pertinenti) formate per argomento anno dopo anno
- 2) Numero di progetti di ricerca applicata, implementati nelle isole
- 3) Tasso di feedback positivo dei beneficiari finali dei progetti e sessioni di sviluppo delle capacità

## ASSE STRUMENTALE

### Obiettivi

- **Implementare e coltivare una Cultura dei Dati transnazionale nel settore turistico e non solo**

## BUSINESS INTELLIGENCE



### Misure

- 1) Gli stakeholder hanno domande fondamentali a cui devono rispondere per poter agire. Di conseguenza, è necessario implementare soluzioni e strumenti tecnologici. Ciò deve incoraggiare l'adozione di decisioni per raggiungere obiettivi commerciali, facilitando l'implementazione di aree che richiedono miglioramenti.
- 2) Promuovere la collaborazione tra stakeholder chiave, raccogliendo, organizzando e analizzando dati, trasformandoli in fonti di informazioni e conoscenza importanti. Tali informazioni devono essere di facile accesso, utilizzando statistiche ufficiali, metodologie tradizionali e Big Data, rendendo possibile l'automazione dei processi, avendo una visione ampia e concreta del territorio, sia dal punto di vista dei punti deboli che delle opportunità.

## ASSE STRUMENTALE

## BUSINESS INTELLIGENCE



### Misure

- 3) Identificare tendenze e comportamento dei visitatori, che contribuiscono a un processo decisionale basato sulle informazioni derivate dall'analisi dei dati che lo stesso territorio e l'insieme dei territori generano.
- 4) Valutazione dell'applicazione delle strategie delle isole e dei Paesi.

- 5) Misurare la capacità ricettiva dei siti e delle destinazioni per far fronte al sovraffollamento turistico, per gestirlo e aiutare quelli che sono sprovvisti di tali capacità a prevenirlo.
- 6) Monitorare l'implementazione delle attività di innovazione, la loro performance, i traguardi, le buone pratiche e le lezioni apprese per catalizzarne l'impatto economico e promuovere la qualità di vita dei residenti e la qualità dei viaggi dei visitatori nel Mediterraneo.

## ASSE STRUMENTALE

## BUSINESS INTELLIGENCE



### Entità incaricata

L'Autorità turistica di ogni isola in collaborazione con le associazioni delle imprese turistiche

### Calendario 2021-2025

2021 2022 2023 2024 2025 2026

### Livello

di priorità

Medio

### Indicatori

- 1) Numero di aziende che condividono regolarmente i dati
- 2) Numero di aziende che accedono ai dati regolarmente (dagli osservatori sulle destinazioni e le statistiche ufficiali)
- 3) Tasso di feedback positivo da aziende e autorità turistiche sull'importanza dei dati per il loro processo decisionale strategico
- 4) Numero di destinazioni che hanno adottato misure dopo aver valutato la propria capacità ricettiva

## ASSE STRUMENTALE

## SVILUPPO PRODOTTI



### Obiettivi

- **Sviluppare prodotti sostenibili inclusivi, innovativi, di alta qualità e basati sulla parità di genere per la domanda sostenibile identificata e desiderata per tutto l'anno.**
- **I visitatori responsabili riconoscono le isole del Mediterraneo per le esperienze coinvolgenti, sostenibili, inclusive, innovative e basate sulla parità di genere che le stesse offrono.**

### Misure

- 1) **Promuovere politiche e incentivi, imposte, che riconoscano e catalizzino gli sforzi di attori i cui prodotti/la qualità dei servizi offerti riflettono il territorio, contribuendo a fare del territorio stesso una destinazione turistica sostenibile nella mente dei visitatori e attraendo il pubblico desiderato.**
- 2) **Creazione congiunta di unità di R&D che promuovano lo sviluppo di esperienze turistiche memorabili basate sull'identità del luogo, supportate da diverse fonti di finanziamento, programmi di sostegno per le piccolissime e medie imprese e dalla prioritizzazione di progetti strategici come strategia transnazionale con indicatori, risorse e tempistiche per la realizzazione.**
- 3) **Implementare tecnologie che aumentino il valore delle risorse turistiche gestite in modo pubblico e privato**

## ASSE STRUMENTALE

## SVILUPPO PRODOTTI



**Entità incaricata** Autorità turistica di ogni isola

**Calendario** 2021, 2023, 2025

**Livello**

2021 2022 2023 2024 2025 2026

di priorità

Elevato

## Indicatori

- 1) Differenza anno dopo anno nelle esperienze di pagamento più richieste nella stagione di punta e fuori stagione
- 2) % della varianza della spesa giornaliera per visitatore nelle attività turistiche
- 3) % della varianza dei prodotti/servizi turistici con marchio di qualità ecologica offerti

## ASSE STRUMENTALE

## COMUNICAZIONE E MARKETING



### Obiettivi

- Isole del Mediterraneo posizionate all'interno della domanda desiderata nel più breve tempo possibile, con il minor numero di risorse e rischi; ottenere l'attenzione, l'interesse, il desiderio e l'acquisizione di prodotti turistici da parte del visitatore
- **STABILIRE UN CRITERIO CONGIUNTO:**
  - articolato con gli altri assi;
  - per una comunicazione chiara ed efficace che consenta di attrarre i mercati desiderati;
  - supportato da nuove tecnologie che facilitano l'accesso alle informazioni sui prodotti turistici e sulla destinazione;
  - da qualsiasi parte del mondo;
  - con qualsiasi dispositivo e lingua chiave;
  - che dia energia all'economia nel corso dell'anno e con elevati standard di conversione delle strategie di marketing.

## ASSE STRUMENTALE

## COMUNICAZIONE E MARKETING



### Misure

- 1) Condurre ricerche permanenti delle caratteristiche desiderate dei visitatori, degli schemi di viaggio, degli interessi, ecc. dei viaggi durante la stagione di punta e fuori stagione con un atteggiamento responsabile.
- 2) Garantire un adeguato allineamento con le caratteristiche dei prodotti, la definizione dei messaggi chiave, gli indicatori, oltre alla valutazione delle misure e alla definizione e implementazione dei miglioramenti che potenziano l'acquisizione e la lealtà del mercato target in vari momenti del viaggio del cliente.
- 3) Progettare e implementare campagne di comunicazione per le isole del Mediterraneo che portino a un innalzamento comune del livello
- 4) riguardo all'impegno sostenibile da parte dell'offerta e alle aspettative dell'andamento della domanda. Ad esempio, implementando campagne congiunte e continue sulle isole del Mediterraneo.
- 4) Le singole campagne di comunicazione delle isole devono essere in linea con quella congiunta seguendo i principi della presente strategia.
- 5) Implementare campagne di comunicazione che invitino a essere più di un semplice visitatore verso le isole del Mediterraneo, a contribuire alla loro conservazione e godimento, ad essere ambasciatori di tali isole.

## ASSE STRUMENTALE

## COMUNICAZIONE E MARKETING



**Entità incaricata** Autorità turistica di ogni isola

**Calendario** 2022-2026

2021 2022 2023 2024 2025 2026

**Livello**

di priorità

Medio

## Indicatori

- 1) Risultati dell'impatto delle campagne
- 2) Numero di visitatori che hanno visitato le isole in base ad appositi sondaggi che si adattano al profilo della domanda desiderata
- 3) Numero di aziende turistiche che comunicano in conformità con gli scopi sostenibili
- 4) Variazione anno dopo anno degli arrivi e dei pernottamenti fuori stagione rispetto a quelli nella stagione di punta



# PARTE III

# ALLINEAMENTO



# ALLINEAMENTO CON GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDG) 2030, I REGOLAMENTI E LE DIRETTIVE



**AGENDA UN 2030**

**17 obiettivi di sviluppo  
sostenibile**



**STRATEGIE,  
REGOLAMENTI E  
DIRETTIVE UE**

**13 documenti  
fondamentali**

## ASSI STRATEGICI



## ALLINEAMENTO CON GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDG) 2030

### Governance



### Innovazione



### Connettività



### Biodiversità e gestione dei rifiuti



### Pianificazione e sviluppo urbano



### Collegamento con altri settori



## ASSI STRUMENTALI



## ALLINEAMENTO CON GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDG) 2030

### Finanziamento



### Sviluppo delle capacità



### Business intelligence



### Sviluppo prodotti



### Comunicazione e marketing



## ASSI STRATEGICI



### ALLINEAMENTO CON strategia UE 2020-2038 per il turismo sostenibile

#### Governance

**RIMETTERE A FUOCO** - politica di governance all'interno del quadro di riferimento dell'Unione

**RAFFORZARE** - transizione verso un turismo sostenibile, responsabile e intelligente

**RIPENSARE** - pianificare il futuro del settore turistico

#### Innovazione

**RAFFORZARE** - transizione verso un turismo sostenibile, responsabile e intelligente

#### Connettività

**RIMETTERE A FUOCO** - politica di governance all'interno del quadro di riferimento dell'Unione

**RAFFORZARE** - transizione verso un turismo sostenibile, responsabile e intelligente

#### Biodiversità e gestione dei rifiuti

**RIPENSARE** - pianificare il futuro del settore turistico

#### Pianificazione e sviluppo urbano

**RAFFORZARE** - transizione verso un turismo sostenibile, responsabile e intelligente

#### Collegamento con altri settori

**RIMETTERE A FUOCO** - politica di governance all'interno del quadro di riferimento dell'Unione

**RAFFORZARE** - transizione verso un turismo sostenibile, responsabile e intelligente

## ASSI STRUMENTALI



## ALLINEAMENTO CON strategia UE 2020-2038 per il turismo sostenibile

### Finanziamento

*RICOSTRUIRE* - piani di risposta all'impatto del COVID-19

*RAFFORZARE* - transizione verso un turismo sostenibile, responsabile e intelligente

*RIPENSARE* - pianificare il futuro del settore turistico

### Sviluppo delle capacità

*RIPENSARE* - pianificare il futuro del settore turistico

### Business intelligence

*RAFFORZARE* - transizione verso un turismo sostenibile, responsabile e intelligente

### Sviluppo prodotti

*RAFFORZARE* - transizione verso un turismo sostenibile, responsabile e intelligente

*RIPENSARE* - pianificare il futuro del settore turistico

### Comunicazione e marketing

*RIPENSARE* - pianificare il futuro del settore turistico

## Direttive, linee guida e regolamenti UE con cui è allineata la strategia transnazionale per il turismo durante tutto l'anno nelle destinazioni insulari del Mediterraneo 2021 – 2026

- *Risoluzione del Parlamento europeo del 25 marzo 2021 sulla definizione di una strategia dell'UE per il turismo sostenibile (2020/2038(INI))*  
[https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109_EN.pdf)
- *Green Deal europeo COM(2021) IP/21/2341: sviluppare un'economia blu sostenibile nell'Unione europea*  
[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_2341](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_2341)
- *COM(2021) 240 - Blue Economy per un futuro sostenibile* <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2021:240:FIN>
- *Strategia dell'UE sulla biodiversità 2020*  
<https://ec.europa.eu/environment/nature/info/pubs/docs/brochures/2020%20Biod%20brochure%20final%20lowres.pdf>
- *Direttiva UN su MSP/Protocollo della Convenzione di Barcellona su ICZM* <https://ec.europa.eu/environment/iczm/barcelona.htm>
- *Pilastro 4 EUSAIR: diversificazione dell'offerta turistica e gestione del turismo responsabile e sostenibile* <https://www.adriatic-ionian.eu/about-eusair/pillars/red-pillar>
- *COM (2014) 86 – Strategia europea per una maggiore crescita e occupazione nel turismo costiero e marittimo* <https://www.eea.europa.eu/policy-documents/a-european-strategy-for-more>
- *Direttiva che istituisce un quadro per la pianificazione dello spazio marittimo (2014/89/UE)* <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32014L0089>
- *COM (2010) 352 Europa: prima destinazione turistica al mondo* <https://www.eea.europa.eu/policy-documents/european-commission-communication-com-2010>
- *Direttiva quadro sulla strategia per l'ambiente marino (MSFD) (2008/56/CE)* <https://www.eea.europa.eu/policy-documents/2008-56-ec>
- *Convenzione sulla Conservazione della vita selvatica e degli habitat naturali in Europa (Convenzione di Berna)*  
<https://www.eea.europa.eu/policy-documents/convention-on-the-conservation-of>
- *Rete Natura 2000 e direttive comunitarie sulla conservazione degli uccelli selvatici (2009/147/CEE) e sugli habitat (92/43/CEE)*  
[https://ec.europa.eu/environment/nature/legislation/habitatsdirective/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/nature/legislation/habitatsdirective/index_en.htm)
- *Direttiva quadro sulle acque (2000/60/CE)* [https://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index\\_en.html](https://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index_en.html)

# Strategia transnazionale per il turismo durante tutto l'anno nelle destinazioni insulari del Mediterraneo



Project co-financed by the European  
Regional Development Fund

