

Emblematic **M**editerranean **M**ountains
As **C**oastal destinations of excellence
(EMbleMatic)

Project Ref:594 | 1MED15_3.1_M12_272

Manuale di progetto 1
“Risultati del progetto”

Deliverable D 235
WP2 – Communication
Attività A2.3 Comunicazione dei risultati di progetto

Ultima Versione, 30/07/2019

SOMMARIO

Il Manuale 1 sui risultati del progetto costituisce il documento di riferimento che descrive gli elementi di differenziazione della rete Emblematic Montagne del Mediterraneo che porta alla creazione di nove eco-itinerari, uno per ogni montagna coinvolta. Il processo include la definizione dei 10 criteri comuni, la presentazione del *marketing brief* e dei 30 attributi che un eco-itinerario emblematico dovrebbe rispettare.

È stato prodotto come sinossi dei risultati specifici del progetto compilati da Pieriki Anaptixiaki e CETT-UB.

Autori:

PierikiAnaptixiaki S.A.-O.L.A.
CETT-UB
Syndicat Canigó Grand Site
ETAM S.A.

E-mail: pieriki@otenet.gr

Partners coinvolti:

Konstantinos Zapounidis, PP4 PierikiAnaptixiaki S.A.-O.L.A.
Ramon Serrat Mulà, PP8 CETT-UB Barcelona: School of Tourism, Hospitality and Gastronomy
Alexis Sancho Reinoso, PP8 CETT-UB Barcelona: School of Tourism, Hospitality and Gastronomy
Alain Gensane, LP1 Syndicat Mixte Canigó Grand Site

The author(s) are solely responsible for this publication. It does not represent the opinion of the European Community and the European Community is not responsible for any use that might be made of data appearing therein. Access to and use of the contents in this publication is at

the user's own risk. Damage and warranty claims arising from missing or incorrect data are excluded. The authors bear no responsibility or liability for damage of any kind, also for indirect or consequential damages resulting from access to or use of this publication.

Project Ref: 594 | 1MED15_3.1_M12_272

SOMMARIO

INTRODUZIONE – LA RETE EMM ED IL PROGETTO INTERREG MED EMBLEMATIC.....	5
EMM: IL NETWORK DELLE MONTAGNE EMBLEMATICHE DEL MEDITERRANEO	5
1. I CRITERI CHE COSTITUISCONO LA DIMENSIONE EMBLEMATICA DELLA RETE EMM	8
2. MARKETING BRIEF	10
3. CRITERI DI RIFERIMENTO PER GLI ECO-ITINERARI EMM	14
1. THE EMBLEMATIC ECOJOURNEYS – A NEW SUSTAINABLE TOURISM OFFER	18

Introduzione – La rete EMM ed il progetto Interreg Med EMbleMatic

EMM: il network delle Montagne Emblematiche del Mediterraneo

La rete delle "**Montagne Emblematiche del Mediterraneo**" (EMM) risale al periodo 2013-2015 nell'ambito di un'iniziativa nell'ambito del programma di sviluppo rurale Leader. Oggi la rete è composta da 9 membri sparsi in 5 paesi europei (Francia, Grecia, Italia, Spagna e Albania) che partecipano al progetto di cooperazione Interreg Med EMbleMatic.

Ogni membro della rete rappresenta un'area di montagna "emblematica", cioè una montagna ben nota a livello regionale, nazionale e persino internazionale, che è una destinazione turistica consolidata vicino alla costa mediterranea, come si vede nella mappa qui sotto:



Ogni montagna è un **ambiente vivente complesso**, risultato di un **lavoro congiunto di uomo e natura**, che nasce dal passato ed è proiettato verso il futuro. Il carattere visibile e **tangibile** di ciascuna montagna si esprime attraverso un **tratto distintivo unico ed iconico**. Il carattere invisibile e **intangibile** risiede nell'esperienza unica di vivere in un paesaggio emblematico. Esso è parte **dell'identità collettiva**, una questione di **riconoscimento condiviso e specchio della gente del posto**.

Tutti e nove i territori condividono sfide comuni che sono fondamentali per la rete. Queste sfide comuni sono la conservazione del patrimonio natural ed umano dalle minacce endogene ed esogene, la condivisione di esperienze positive e buone pratiche, l'aumento della "riconoscibilità" a livello internazionale.

L'ambizione della rete è quella di diventare più ampia nell'area del Mediterraneo purché i suoi nuovi valori siano pienamente rispettati dai nuovi aderenti.

Infatti, dal periodo 2013-2015 la Rete è impegnata in una dinamica di costante miglioramento mettendo in atto i propri principi etici ed i suoi valori per condividerli e trasmetterli, promuovendo nel contempo l'interesse pubblico.

Tutti i valori del Network sono chiari e ben definiti sin dal 2013.

- Prima di tutto, un **approccio sostenibile** volto alla conservazione del patrimonio culturale e natural che è ancora uno dei pilastri principali.
- Inoltre, viene data particolare importanza al costante orientamento **a riaffermare e preservare la fragilità del patrimonio naturale** dalle minacce endogene ed esogene, nonché a preservare le **risorse immateriali**.
- **Oltre alla condivisione ed alla responsabilità della popolazione locale di sostenere e trasmettere il patrimonio ereditato alle generazioni future, le montagne sono aperte ai visitatori nel rispetto di determinati valori e regole.**
- Ultimo ma non meno importante, **il costante miglioramento, lo sviluppo controllato ed equilibrato** che protegge il paesaggio e la qualità dell'esperienza, è il fulcro di uno **sviluppo locale** che promuove **l'interesse pubblico**, valorizzando l'immagine e ispirando l'attaccamento al luogo.

EMbleMatiC: il progetto di cooperazione Interreg Med da vita al network

Tra il 2016 e il 2019, i membri della rete EMM sono supportati dal programma Interreg Med per cooperare attivamente nell'ambito del progetto intitolato EMbleMatiC: "Montagne Emblematiche del Mediterraneo come destinazioni costiere di eccellenza".

L'obiettivo generale del progetto è quello di creare e testare una nuova offerta turistica radicalmente diversa in base alle caratteristiche delle 9 montagne e di fornire un'alternativa alle tipiche vacanze al mare.

La partnership comprende cinque Paesi, nove montagne e una università (CETT-UB Barcelona)

- Syndicat Canigó Grand Site – Francia / LRMP
- Métropole Aix Marseille- Ste Victoire Grand Site – Francia / PACA
- Development agency of Berguedà – Spain / Catalogna
- Consell Insular de Mallorca – Spain / Isole Baleari
- Gal Terre dell'Etna e dell'Alcantara – Italia / Sicilia

- Gal Gran Sasso Velino – Italia / Abruzzo
- Pieriki Anaptixiaki – Grecia /Central Macedonia
- Akomm-Psiloritis – Grecia/ Crete
- Himara Municipality – Albania



- CETT-UB - School of Tourism, Hospitality and Gastronomy – Spagna /Catalogna

IL progetto è incentrato intorno a **tre obiettivi strategici**:

- **riequilibrare l'intensità dei flussi turistici** tra mare e montagna, **prolungare la stagione** e migliorare i **ritorni economici** per i territori;
- costruire e sperimentare **un'offerta di turismo lento** situata nell'area montuosa costiera dell'entroterra attraverso la creazione di **9 eco-itinerari** basati sulle **caratteristiche** emblematiche di ciascun territorio;
- migliorare il **riconoscimento internazionale** delle singolarità con azioni di **comunicazione** condivise per guidare i territori verso la definizione di un marchio ombrello basato su un approccio di turismo sostenibile e responsabile.

In pratica, e come presentato nei seguenti capitoli di questo Manuale, la rete EMM ha implementato nove diversi eco-itinerari (chiamati "ecojourneys" - vedi capitolo 4) nelle nove montagne coinvolte intorno al Mar Mediterraneo, basati su criteri comuni (vedi capitolo 1), un "marketing brief" comune (vedi capitolo 2) e gli stessi attributi che ogni "eco-itinerario" deve contenere (vedi capitolo 3).

1. I criteri che costituiscono la dimensione emblematica della rete EMM

Il principale risultato del processo dello studio condotto nell'ambito del progetto Interreg MED EMbleMatiC è stato la definizione di un set di fattori unici e di differenziazione che caratterizzano le montagne della rete. Le singolarità, o fattori unici, sono quegli elementi emblematici rari e assolutamente particolari. L'insieme complesso di tutti gli elementi mette in risalto la dimensione emblematica dei territori dell'entroterra. Queste unicità si riferiscono alle caratteristiche rare, a beni che hanno rilevanza universale, ad elementi straordinari, a "qualcosa di unico e raro". Si riferiscono anche ai siti protetti e certificati, al patrimonio materiale e immateriale, a tutte le caratteristiche indimenticabili e "impareggiabile" e, inoltre, alla bellezza, all'estetica ed all'autentico carattere mediterraneo. Le unicità delle montagne come sistema integrato di caratteristiche rare e non rare corrispondono anche a caratteristiche distintive e funzionali al posizionamento turistico. Riassumendo questi fattori di differenziazione e le caratteristiche altamente apprezzabili delle montagne, sono stati elaborati 10 criteri (C1 - C10) che caratterizzano la dimensione EMbleMatiCa comune a tutti i territori montani e che presentiamo di seguito:

C1 Orgoglio delle popolazioni locali

Questo primo criterio mette in risalto il livello di identificazione delle persone con la montagna, la passione e l'amore per il luogo, l'orgoglio per l'origine e le caratteristiche emblematiche. L'orgoglio corrisponde a un senso di appartenenza al territorio, così come l'orgoglio di detenere una leadership globale e che la montagna sia il segno distintivo del territorio.

C2 Riconoscimento istituzionale

Il riconoscimento istituzionale della montagna e/o parti della montagna può riferirsi, ad esempio, a designazioni IUCN come Riserve Naturali, Aree Naturali o Parchi Nazionali, Patrimonio Mondiale dell'UNESCO, Rete Mondiale delle Riserve della Biosfera e Geoparchi e premi come Destinazione Europea di Eccellenza, Diploma europeo di area protetta e Natura 2000.

C3 Reputazione

Il terzo criterio mette in risalto il valore universale, la reputazione nazionale o regionale del territorio montano.

C4 Leggende e miti

Questo criterio valuta la mitologia e gli elementi come la presenza divina, i poteri sconosciuti e i fenomeni soprannaturali, le interazioni spirituali e simboliche, i risultati eroici e le storie popolari.

C5 Potere dell'ispirazione

Il potere dell'ispirazione è valutato rispetto alla creatività come le belle arti e altre espressioni artistiche, ad es. letteratura, pittura, film, danza, musica, fotografia ecc.

C6 Paesaggio pittoresco

Per questo criterio ciò che viene valutato è la forma, le caratteristiche geologiche eccezionali e gli elementi come i ripidi pendii e le caratteristiche topografiche, le parti pittoresche e sorprendenti del paesaggio, il godimento estetico e la bellezza visiva, nonché il paesaggio culturale e le straordinarie caratteristiche umane.

C7 Ecosistema particolare

Con il criterio 7 viene valutata l'integrità dei sistemi naturali, i biotopi e i geotopi, la biodiversità e l'endemismo, gli ecosistemi acquatici, la diversità delle foreste, la quiete naturale, lo stato di conservazione di habitat, specie e aree vulnerabili.

C8 Identità culturale mediterranea

Il criterio valuta l'identità **culturale mediterranea** che si rivela attraverso valori e opere della società locale, costumi, musica e danza, festival, tradizioni gastronomiche, prodotti di qualità, mentalità e temperamento della gente locale, religione e luoghi sacri, opere architettoniche e elementi di natura archeologica.

C9 Sostenibilità e ambiente antropogenico

Il criterio prede in considerazione l'impronta dell'intervento umano, l'impatto ambientale dell'attività umana, il lavoro qualitativo svolto in relazione alla conservazione e gestione dell'area, nonché le scene "urbane", le caratteristiche architettoniche e l'estetica degli insediamenti, le antichità e le notevoli opere pubbliche del passato, il patrimonio industriale e l'autenticità dell'ambiente antropogenico.

C10 Luoghi storici

L'ultimo criterio valuta elementi come luoghi e risorse preistorici e storici, elementi storici significativi e campi di battaglia, personalità emblematiche, città e distretti storici, nonché percorsi tradizionali e storici.

2. Marketing Brief

Che cosa è il Marketing Brief?

Il marketing brief è uno strumento per elaborare un quadro comune per la quantificazione dei prodotti turistici della rete EMM in un solo marchio comune da posizionare come prodotto unico sul mercato. Questo documento funge da "termini e condizioni" per l'implementazione locale delle attività pilota, ovvero un modello tecnico per il prodotto turistico adattabile localmente, che ogni partner ha elaborato e utilizzato per la propria attività pilota, ovvero la creazione di proprio eco-itinerario. Per concludere, il marketing brief conduce all'implementazione del turismo lento nelle montagne costiere del Mediterraneo.

Il marketing brief è principalmente un documento di "carattere interno", inteso come guida e orientamento per i partner EMbleMatiC ed è anche il risultato di sforzi collettivi all'interno della comunità MED del programma INTERREG. Pertanto, potrebbe essere interessante per altri progetti all'interno della comunità del turismo sostenibile di Interreg Med e persino per attori esterni coinvolti in attività di promozione turistica.

I punti in comune dei partner EMM:

Facendo parte di una rete, tutti i singoli prodotti turistici sono realizzati in base ad una serie di attributi comuni che consentono alla rete di immettere nel mercato tutti come un solo prodotto, ovvero unificato. Questi attributi comuni sono stati studiati nel contesto del progetto EMbleMatiC, come precedentemente dettagliato nel capitolo 1 di questo manuale.

Alla base di tutto c'è un insieme di valori che la rete condivide:

- applicare un approccio sostenibile, tenendo presente la prospettiva a lungo termine di ogni tipo di processo di carattere naturale e/o culturale e le connessioni tra i diversi livelli, da quelli locali fino a quelli globali.
- preservare il patrimonio culturale e naturale, considerando sia la dimensione tangibile sia quella non tangibile degli elementi del patrimonio, dando particolare rilievo agli aspetti di pianificazione, compresa la pianificazione turistica, spaziale ed economica.
- rimanere un'area di montagna "aperta", mettendo in risalto il valore delle persone del territorio e tenendo presente che solo un approccio basato su uno scambio intenso tra gente del posto e visitatori può assicurarne "l'apertura".

Dichiarazione degli obiettivi

Il marketing brief ha un triplice **obiettivo**: (1) riequilibrare i flussi turistici tra mare e montagna, estendere la stagione e migliorare i ritorni economici per i territori; (2) costruire e sperimentare un'offerta di turismo lento situata nell'area montuosa costiera dell'entroterra attraverso la creazione di 9 eco-itinerari basati sulle singolarità emblematiche di ciascun territorio; e (3) migliorare la riconoscibilità internazionale delle singolarità con azioni di comunicazione

condivise per guidare i territori verso la definizione di un marchio ombrello basato su un turismo sostenibile e responsabile.

Azioni di marketing

Gli obiettivi di marketing sopra enunciati diventano reali solo quando vengono eseguite azioni di marketing concrete, ben definite (sia in termini di tempo che di attività) e personalizzate. Le seguenti sette azioni sono organizzate tematicamente in sette aspetti:

Profilo del target: i nostri prodotti sono concepiti per un ampio spettro di visitatori. Tutti sono invitati a visitare le nostre aree e poiché gli itinerari forniti sono di bassa difficoltà, si pensa che il prodotto attiri vari tipi di clienti. Tuttavia, il profilo del visitatore ideale:

- è un adulto di età compresa tra 30 e 55 anni con uno status socioeconomico medio.
- Lui / lei può viaggiare in coppia o in famiglia.
- Viene dall'estero o visita le aree del proprio paese / regione.
- Ama viaggiare in piccoli gruppi di amici e / o famiglie.
- È un amante della natura che apprezza ugualmente il patrimonio e gli eventi culturali.
- Gli piace muoversi in *modo sostenibile*, preferendo percorrere i sentieri della zona.

Posizionamento: i tre argomenti principali che presentiamo di seguito differenziano potenzialmente la nostra offerta dal resto situato in aree con caratteristiche simili e / o con attività simili:

1. Siamo **emblematici**, questo è ciò che ci differenzia dagli altri. L'esperienza che proponiamo differisce da altri prodotti ecoturistici nel senso che raccoglierà un insieme di valori e caratteristiche che renderanno questa esperienza esemplare e unica
2. Siamo **mediterranei**, cioè vicini a un mare che influenza la nostra e natura: appartenere al mare più rappresentativo del mondo e ai suoi paesaggi, tradizioni, patrimonio condiviso, senso di comunità, musica e gastronomia. Intriso della brezza del Mediterraneo, il nostro prodotto simboleggia anche il nostro impegno per migliorare e preservare il patrimonio comune.
3. Siamo montagne, questo è il nostro profilo e nostra unicità legata al territorio e paesaggio. Essere montagne è la nostra principale singolarità geografica, ciò che descrive il nostro territorio, dando senso e identità alla nostra rete. La nostra esperienza è concepita per e intorno alla montagne, sfruttando tutta le loro potenzialità e, allo stesso tempo, essendo consapevoli della fragilità dei loro ecosistemi umani e naturali.

I tre argomenti precedenti sono intimamente correlati a un gruppo di attributi che caratterizzano la rete e sono elencate di seguito:

- *Siamo europei*
- *Offriamo guida e benvenuto*

- • *Stimoliamo le (ri)scoperte*
- • *Promuoviamo la produzione locale*
- • *Generiamo un basso impatto*
- • *Promuoviamo il turismo lento*
- • *Favoriamo le attività tradizionali*
- • *Siamo una rete*
- • *Apprezziamo i paesaggi viventi*
- • *Scommettiamo su un domani migliore*

Storytelling: Mentre ogni partner ha avuto il compito di sviluppare il proprio storytelling (che viene adattato ad ogni caso), la rete aveva bisogno di uno storytelling comune per il suo prodotto. Questo testo commune a tutti ha fornito le basi per la narrazione individuale, che non sono altro che i principali pilastri di posizionamento annunciati nella sezione precedente "posizionamento":

Dall'Olimpo all'Etna, ammira e senti, in modo emblematico, nove delle Montagne che sono punto di orientamento e riparo per i popoli del Mediterraneo che ne hanno attraversato la storia. Un viaggio attraverso nove paesaggi che conservano ancora le impronte e lo spirito delle loro antiche culture e natura meravigliosa. Percorri una viaggio passo per passo, fatto di persone, opere e tradizioni. Divertiti mentre contribuisce a trasmettere questo inestimabile patrimonio alle generazioni future.

Brand: La rete EMM è caratterizzata da montagne che offrono accoglienza e forniscono una sorta di bussola. Le montagne EMM orientano i visitatori, mostrando loro un certo modo di avvicinarsi alla montagna mediterranea e, contemporaneamente, ospitandoli con la accoglienza propria delle aree di montagna, aprendosi ad accogliere visitatori vecchi e nuovi. Questa doppia funzione di "Guida & Accoglienza" doveva essere simboleggiata da un elemento che collegava mare e montagna e proiettava una specie di luce, che si trattasse di un faro, una lanterna, una un rifugio ... D'altro canto, la dimensione di benvenuto poteva essere associata alla figura di un guardiano, di una torre di guardia, di un rifugio.

Il modo in cui i prodotti si concretizzano sul mercato è una sequenza di punti (corrispondenti alle principali attrazioni) collegati tra loro in modo che ci sia un filo conduttore tra essi. Una tale sequenza avrebbe potuto ricevere nomi diversi, tra cui itinerario (che era quello utilizzato dalla rete nella proposta di progetto), percorso, scoperta, traccia, esperienza, passeggiata, prodotto, viaggio, giorni. Dopo un lungo confronto collettivo, siamo arrivati alla parola journey, che è stata adottata aggiungendo il prefisso "eco" (che sintetizza il precedente posizionamento "emblematico"). Ecojourney è, quindi, il nome del nostro prodotto.

Il marchio suggerito è Mediterranean Mountains – Your Emblematic Ecojourney- Montagne Méditerranée – Il tuo viaggio emblematico

E il logo del marchio adottato è il seguente:



Prodotto: Gli Emblematic Ecojourneys sono nove percorsi di turismo lento esperienziale attraverso le aree dell'entroterra delle regioni montuose del Mediterraneo europeo. Godendo di questi viaggi, i visitatori hanno la possibilità di esplorare i caratteri unici delle aree e le attività offerte a livello locale. Un viaggio in cui natura e cultura si incontrano e l'esperienza con il corpo e l'anima è tale da trasmettere generosamente il carattere emblematico del territorio.

Esperienza: gli Emblematic Ecojourneys sono pensati per le persone che sono desiderose di vivere in modo sostenibile mentre vivono il senso del luogo: non sentirsi costretti a compiere esperienze esaustive ma, piuttosto, a godere di scoperte esclusive che richiedono tempo, tra cui incontrare persone, luoghi, paesaggi ... che potrebbero ispirarli nelle proprie vite ... o forse ad apportare qualche modifica. Questo è esattamente ciò che troveranno nei nostri Ecojourneys emblematici.

Prezzo e qualità: sebbene gli standard di qualità siano simili, poiché la nostra rete include molteplici aree situate in paesi con caratteristiche diverse, i prodotti della rete rientrano in una fascia di prezzo relativamente ampia. D'altro canto, gli Eco-itineari possono essere commercializzati come parte di un pacchetto turistico o solo individualmente. Pertanto, i prezzi possono variare all'interno dello stesso Ecojourney, a seconda dell'esperienza scelta dal visitatore.

3. Criteri di Riferimento per gli eco-itinerari EMM

Introduzione

Come enunciato nei capitoli precedenti, ogni membro della Rete delle Montagne Emblematiche del Mediterraneo rappresenta un'area montana in cui viene promosso un prodotto basato sul concetto di Slow tourism. Questi prodotti sono eco-itinerari collocati nelle zone dell'entroterra montano e sono chiamati Eco-itinerari. Sono stati pensati in modo da condividere una serie di caratteristiche comuni che consentono alla rete di immettere nel mercato tutti loro come un unico prodotto, unificato.

Anche se i valori e i criteri comuni della rete erano stati precedentemente stabiliti nel precedente progetto (vedere rispettivamente i capitoli 1 e 2), dall'inizio tutti i partner hanno lavorato insieme per concordare un elenco di 30 attributi comuni che ciascuno ha dovuto rispettare durante l'ideazione e l'implementazione del proprio **eco-itinerario**.

L'obiettivo era garantire a qualsiasi visitatore che venisse a sperimentare diversi o tutti e nove gli **eco-itinerari** godesse di un'esperienza che trasmetta qualità e caratteristiche anche se i componenti di ciascuna offerta locale saranno specifici per il profilo del territorio visitato.

Un elenco di 30 attributi è stato strutturato attorno a 5 argomenti: caratteristiche di base dell'itinerario, servizi associati, etica e sostenibilità, gestione e governance, marketing.

Per garantire la conformità di ogni eco-itinerario con ciascuno dei 30 attributi, il nostro partner, l'Università CETT, ha stilato un elenco di 30 **"prove di supporto"** che i partner hanno dovuto presentare per dimostrare la loro conformità a ciascuno degli attributi concordati.

La tabella seguente mostra gli attributi e le prove corrispondenti. Sono raggruppati nei cinque argomenti sopra menzionati.

1. Caratteristiche di base

#	Attributi comuni EMbleMatiC	Esempi sulle prove da produrre
1	Situato ai piedi della montagna	Mappa & descrizione dell'eco-itinerario
2	Da bassa a media difficoltà	Mappa & descrizione dell'eco-itinerario
3	Accessibilità per tutto l'anno (tranne che per eventi atmosferici severi quali neve o rischio incendi)	Calendario delle aperture dell'itinerario
4	Segnalato in maniera adeguata (con frecce direzionali/cartelli o strumenti digitali)	Segnaletica di progetto, supportata da foto o video
5	Compresi punti panoramici correttamente	Mappa dell'itinerario, descrizione dei luoghi

	indicati	selezionati
6	Favorire i punti non saturi	Mappa e descrizione dell'itinerario che spiegano come l'itinerario proposto evita i punti più saturi
7	Ottimizzazione delle infrastrutture esistenti	Catalogo dei beni esistenti

2. Servizi associati

#	Attributi comuni EMbleMatiC	Esempi sulle prove da produrre
8	Compresi servizi/strutture di guida ed educazione ambientale e paesaggistica	Breve descrizione delle strutture e servizi esistenti e/o previsti
9	Comprese visite a monumenti, siti ed al patrimonio culturale in generale	Breve descrizione delle attività pianificate per l'itinerario
10	Compreso contenuti relative al patrimonio intangibile	Breve descrizione delle attività pianificate per l'itinerario (può essere incluso un calendario)
11	Offerta di servizi di guide locali	Elenco dei servizi di guida coinvolti, descrivendo il loro rapporto con l'area in questione
12	Offerta delle attività ricreative eco-friendly (attività sportive, salute e benessere, birdwatching ...)	Lista delle attività facoltative
13	Offerta della gastronomia locale	Elenco di ristoranti e servizi di catering e (se applicabile), certificazioni corrispondenti (ad es. Slow food, Km.0, biologico, altro)
14	Offerta della possibilità di incontrare i produttori locali con l'opzione di acquistare i loro prodotti nell'area (cooperative, mercati ...)	Elenco dei produttori locali e loro relazione con l'itinerario.
15	Nell'offrire picnic da asporto, promuovere servizi sostenibili ed ecologici	Linee guida per Picnic

3. Etica & sostenibilità

#	Attributi comuni EMbleMatiC	Esempi sulle prove da produrre
16	Opzioni per raggiungere la destinazione con i mezzi pubblici e incoraggiare i visitatori nella <i>carbon offsetting</i>	Descrizione delle possibilità di trasporto pubblico esistenti e informazioni per i visitatori su come compensare volontariamente la loro <i>carbon footprint</i>

17	Promuovere la mobilità ecologica all'interno del percorso	Mappa e descrizione dell'itinerario. I percorsi su gomma dovrebbero prevedere le azioni per attuare la mobilità ecologica.
18	Promuovere l'interazione tra visitatori e gente del posto	Breve descrizione delle possibili interazioni tra le persone del luogo ed i visitatori (ad es. Attraverso l'alloggio, attività di svago ...)
19	Dare priorità agli alloggi appratnenti alle persone del luogo (ad es. Attraverso accordi di qualità locali)	Elenco degli immobili/strutture ricettive da includere nella futura guida di viaggio.
20	Fornire ai visitatori informazioni visive e chiare sul comportamento corretto nell'area	Regole per i visitatori
21	Sensibilizzare le parti interessate sulle migliori pratiche di turismo responsabile	Linee guida sulle migliori pratiche ambientali (BEP)

4. Gestione & Governance

#	Attributi comuni EMbleMatiC	Esempi sulle prove da produrre
22	Implementazione di strumenti di monitoraggio per migliorare le prestazioni sostenibili della destinazione	Piano d'azione
23	Involving local stakeholders participating in the itinerary (i.e. accommodation, restaurants, travel agencies, activities providers...) Coinvolgere gli stakeholders locali nella partecipazione all'itinerario (ad esempio alberghi e B&B, ristoranti, agenzie di viaggio, fornitori di servizi turistici ...)	Elenco degli stakeholder database, incluso il loro ruolo nella ideazione dell'ecoitinerario
24	Raccolta di indicatori per monitorare e gestire l'impatto dell'itinerario	Elenco di indicatori da utilizzare in futuro
25	Condividere periodicamente esperienze con altri partner della rete	Programma di incontri faccia a faccia o altri tipi di comunicazioni periodiche
26	Fornire materiale informativo in almeno lingue locali e inglese	List of materials to be produced (both in local language(s) and English) Elenco dei materiali da produrre (nella lingua locale ed inglese)

5. Aspetti relativi al marketing

#	Attributi comuni EMbleMatiC	Esempi sulle prove da produrre
27	Informare sui servizi locali disponibili	Elenco dei servizi da includere nella guida sull'itinerario
28	Messaggio rivolto sia ai visitatori della montagna che a quelli che sostano al mare come attività complementare o alternative al mare	Marketing brief (cfr il Capitolo 2 del presente Manuale di Progetto)
29	Messaggio orientate ad un target group comune	Marketing brief (cfr il Capitolo 2 del presente Manuale di Progetto)
30	Promozione della strategia di Marketing e marchio comune	Marketing brief (cfr il Capitolo 2 del presente Manuale di Progetto)

1. Gli Eco-itinerari EmbleMatiC– Una nuova offerta di turismo sostenibile

Come già descritto, uno dei risultati del progetto Interreg MED "EMbleMatiC" realizzato dalla rete Emblematic Mediterranean Mountains è stata la creazione di nove diversi eco-itinerari. Tutti i membri della rete hanno lavorato insieme per offrire un'esperienza di viaggio intensa, autentica e sostenibile. Ogni visitatore può godere di queste esperienze attraverso nove distinti Eco-itinerari, al fine di scoprire con tutti i sensi, le gemme nascoste che giacciono intorno ad alcune delle montagne più belle del bacino del Mediterraneo.

Ogni eco-itinerario offre un percorso o un gruppo di percorsi nell'entroterra di queste montagne. Mentre si godono questo viaggio a piedi, in bicicletta o in sella, o usando i mezzi pubblici, i visitatori hanno la possibilità di esplorare le singolarità delle aree e scoprire attività, creazioni e feste offerti dalla gente del posto. Tutti i percorsi sono perfettamente integrati in paesaggi che conservano ancora le impronte e lo spirito delle loro antiche culture e natura meravigliosa.

Di seguito una breve presentazione dei nove eco-itinerari.

Ai piedi del Canigó

Canigó, Francia

Vieni ad esplorare, ad assaggiare e a meravigliarti nel godere di una vista in continuo mutamento sulla montagna sacra dei catalani! Ai piedi del Canigó, la promessa di una camminata lenta e curiosa piena di profumi naturali.

www.canigo-grandsite.fr



Dagli altipiani di Çika alla spiaggia

Çika, Albania

Un percorso panoramico che corre parallelamente alla cresta di Çika, arricchito da un ventaglio di 5 percorsi che variano da terrazze a passaggi, esaltando il patrimonio naturale e culturale, la calda accoglienza delle persone locali, il cuore di questo viaggio.

<http://himara.gov.al/>



Le sette facce del monte Pedraforca

Pedraforca, Spagna

Le sette facce di Pedraforca è una nuova esperienza turistica che ti porterà alla scoperta di tutti i segreti nascosti da questa montagna magica.

Da un giorno a sette giorni per impregnarti!

www.elbergueda.cat / www.visitbergueda.cat



Il Gran Sasso, una montagna di santi e guerrieri

Gran Sasso, Italia

Salite dalla valle del Tirino al Gran Sasso, la vetta più alta dei Monti Appennini. Godetevi un viaggio emozionante tra natura, antiche tradizioni, paesaggi e gustosi prodotti locali.

www.galgransassovelino.it / www.yesgransasso.com



"Olympios Zeus", itinerario culturale

Olimpo, Grecia

Un percorso mitico che unisce un ambiente grandioso a notevoli monumenti storici in un'armonia unica. Infrastrutture e servizi organizzati offrono un'esperienza che vale davvero la pena visitare!

www.pieriki-anaptixiaki.gr



Un eco-itinerario attraverso i sentieri dell'Etna, i Campi fioriti di "Ginesta" e vigneti

Etna, Italia

Scopri tradizioni che non sono cambiate per centinaia di anni. Vivi con la gente del posto, vivi la loro cultura e il loro stile di vita quotidiano mentre ti innamori di questa parte molto speciale del mondo

www.galetnaalcantara.org



Il sentiero del conte Mal

Serra de Tramuntana, Spagna

Sotto il riparo del maestoso Monte Galatzó, che si erge sul mare, vagherai su una terra di leggende, attraverso uno straordinario paesaggio culturale, plasmato nel corso dei secoli da orgogliosi abitanti locali.

<https://caminsdepedra.conselldemallorca.cat/en/-/la-ruta-del-comte-mal>



Sui sentieri del mito

(Psiloritis) Ida, Grecia

Attraverso l'eco-itinerario sul Monte Ida (Psiloritis) i visitatori possono scoprire i Percorsi di Miti, Storia, Patrimonio culturale e Ricchezza naturale per incontrare il lato originale e il valore senza tempo di Creta.

www.psiloritisgeopark.gr/Home/2/1.html



Nello spirito di Sainte-Victoire

Sainte-Victoire, Francia

Vogliamo mostrarti l'inattesa Sainte-Victoire e condividere il suo spirito autentico. Sperimenta il nostro stile di vita locale e incontra persone che rappresentano l'essenza del nostro territorio vivente.



Seguendo i valori EMM e gli attributi ToR che sono stati presentati nei capitoli precedenti, tutti gli eco-itinerari evidenziano le problematiche legate alla sostenibilità in un modo particolare, tali che ...

- ☐ ... si trovano in zone interne che sono al di fuori dei soliti (e sovraffollati) itinerari turistici;
- ☐ ... sono stati concepiti e sviluppati principalmente utilizzando e valorizzando infrastrutture già esistenti;
- ☐ ... sono il risultato di processi partecipativi con parti interessate locali consapevoli delle buone pratiche ambientali relative al consumo di acqua ed energia, gestione dei rifiuti, promozione di prodotti locali e stagionali e ottenimento di marchi ecologici;
- ☐ ... sono concepiti per favorire l'interazione con la popolazione e i produttori locali;
- ☐ ... permetteranno ai visitatori di vivere per un po' l'essenza di una montagna mediterranea, la sua natura, la sua cultura, i suoi abitanti e le sue tradizioni.