



**MED-Routes**

**Interreg**  
Euro-MED



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"*

**Piani d'azione MED-Routes**

**DELIVERABLE 4.1.1.**



# SOMMARIO ESECUTIVO

Il presente documento introduce i piani d'azione dei diversi itinerari che fanno parte del progetto *Enhancing MED sustainable cultural tourism through the creation of eco-itineraries inside European Cultural Routes*.

Ricordiamo che l'obiettivo generale del progetto è quello di stabilire e diffondere un modello di turismo sostenibile a basso impatto e basato sul territorio attraverso le CR (Itinerari Culturali) nell'area MED (Mediterranea), in particolare per stabilire un modello specifico di "turismo lento" mediterraneo radicato nel patrimonio comune dei quattro Itinerari:

1. Destinazione Napoleone
2. La Rotta dei Fenici
3. Strada Europea della Ceramica
4. Le Rotte dell'Olio

Come formulato nella proposta, il progetto si basa sul principio del trasferimento bidirezionale:

- sono stati messi in atto meccanismi di trasferimento per incrociare i risultati più rilevanti e collaudati sul campo dei progetti INCIRCLE ed EMbleMatic per la progettazione di itinerari ecologici;
- i meccanismi di trasferimento sono ulteriormente incoraggiati attraverso l'applicazione dell'esperienza MED-Routes allo sviluppo di capacità e di networking istituzionale.

I piani d'azione presentati in questo documento costituiscono uno dei tre risultati del progetto, insieme alla *Strategia transnazionale per il turismo sostenibile e gli eco-itinerari nell'area MED* e al *Green Labek delle CR mediterranee per la certificazione degli eco-itinerari*.

I piani d'azione contenuti nel presente documento fanno riferimento ai singoli itinerari culturali e presentano gli approcci utilizzati per esaminare le principali sfide ed esigenze in materia di sostenibilità individuate negli stessi, gli obiettivi generali e specifici di ciascun piano e il loro pubblico di riferimento.

In tutti gli itinerari culturali – partner associati, le valutazioni di sostenibilità sono state raggiunte attraverso sondaggi, workshop partecipativi, analisi territoriali e valutazioni in loco per integrare i principi dell'economia circolare nello sviluppo del turismo culturale.

Destinazione Napoleone ha raccolto le autovalutazioni della propria rete e le ha arricchite con dati locali approfonditi provenienti dall'itinerario storico portoghese delle Linee di Torres, tra cui un laboratorio multistakeholder e un questionario sottoposto a 150 stakeholder per informare circa l'esistenza degli eco-itinerari. L'itinerario Strada Europea della Ceramica ha identificato le sfide strutturali, ha organizzato webinar e workshop sul turismo sostenibile, ha raccolto buone pratiche in materia di circolarità e ha realizzato iniziative educative e artistiche per valutare la produzione a basso impatto e migliorare i micro-itinerari sostenibili. L'itinerario la Rotta dei Fenici ha applicato una nuova metodologia denominata "Smart Ways", ponendo le comunità al centro della pianificazione turistica attraverso la mappatura degli stakeholder, lo sviluppo di competenze attraverso l'organizzazione di Capacity Building, rafforzando la cooperazione e raccogliendo valutazioni ambientali continue in linea con i principi del turismo rigenerativo. Le Rotte dell'Olio hanno integrato la sostenibilità attraverso il coinvolgimento degli stakeholder, la ricerca, gli studi ambientali, l'istruzione e i partenariati transnazionali, fungendo da laboratorio vivente in cui il patrimonio culturale, il turismo e le pratiche di economia circolare si rafforzano a vicenda.

Le quattro rotte hanno individuato sfide simili, con livelli diversi di capacità e successo nell'affrontarle. La gestione dei rifiuti emerge come una preoccupazione fondamentale, nonostante l'ampia conformità alle leggi sulla raccolta differenziata e la presenza di alcune pratiche esemplari. In particolare, ridurre l'uso di risorse come la plastica monouso nelle attività turistiche è ancora difficile. Anche la mobilità e l'accessibilità sono sfide di primaria importanza, che richiedono sforzi per promuovere viaggi attivi e sostenibili. La gestione dell'acqua e dell'energia emergono come sfide moderate ma in crescita, poiché gli itinerari sottolineano la necessità di formazione sull'uso sostenibile dell'acqua, in particolare nelle aree con risorse limitate, e di una più ampia adozione di energie rinnovabili e misure di efficienza nelle attività legate al turismo. Altre sfide diverse richiedono ulteriori progressi nonostante la loro riconosciuta importanza, tra questi l'eliminazione dell'uso di sostanze pericolose e la creazione di buoni canali di comunicazione e campagne. Gli ostacoli burocratici e le normative rigorose spesso ostacolano i progressi nell'installazione di infrastrutture sostenibili e alcuni itinerari evidenziano difficoltà nello stabilire una cooperazione tra le parti interessate a livello locale. Gli itinerari risultano interessati alle pratiche circolari, in particolare alla protezione del patrimonio locale e alla promozione dei prodotti e dei produttori locali, la maggior parte di essi riferisce di essere forte in questi campi, anche se la visibilità internazionale è motivo di preoccupazione. A questo proposito,

si osserva che la certificazione di sostenibilità rimane limitata, suggerendo il potenziale valore dell'introduzione del marchio MED-Routes Green Label.

Gli obiettivi dei piani d'azione si concentrano sul continuo investimento nel miglioramento della comunicazione con il pubblico e i visitatori, nella protezione del patrimonio locale e nella promozione del consumo di prodotti locali, sviluppando al contempo nuovi itinerari sostenibili su piccola scala che applicano i principi dell'economia circolare per un impatto ambientale ed economico positivo. Essi mirano a migliorare le strategie di comunicazione, a garantire che gli eco-itinerari della rete implementino il marchio MED-Routes Green Label, sostenendo al contempo le città socie nella promozione del trasporto sostenibile all'interno delle aree patrimoniali. I piani incoraggiano inoltre legami più forti tra visitatori, produttori locali e patrimonio culturale, rafforzando l'identità locale e sostenendo le piccole imprese. Infine, danno priorità al rafforzamento della collaborazione all'interno e tra le destinazioni per ridurre la frammentazione, migliorare la pianificazione coordinata e garantire pratiche di sostenibilità coerenti in tutta la rete.

I quattro itinerari identificano diversi tipi di pubblico come destinatari rispettivi. In tutti gli itinerari, i turisti/visitatori emergono come destinatari delle azioni da sviluppare. Ad eccezione del piano d'azione della Rotta dei Fenici, gli operatori del settore turistico sono anche destinatari dei restanti tre piani d'azione. Riconoscendo il loro ruolo nella promozione di strategie e politiche con una dimensione di sostenibilità, i responsabili politici sono inclusi come destinatari in tutti i piani d'azione. Anche le comunità locali sono considerate essenziali per promuovere pratiche di economia circolare su scala locale, all'interno dei rispettivi territori; solo la Strada della Ceramica non le include come destinatari. In questo contesto, sia le Rotte dell'Olio che la Rotta dei Fenici includono anche gli studenti/gli istituti scolastici come destinatari delle azioni da intraprendere, riconoscendo l'importanza dei programmi di sensibilizzazione e di altre iniziative di sensibilizzazione ambientale. Infine, la candidatura presentata dalla Strada Europea della Ceramica sottolinea anche la scelta di includere i restanti membri di questa Strada come parte del suo pubblico target.

I quattro piani d'azione includono indicatori chiave di prestazione (KPI) in diverse dimensioni: economica, sociale e ambientale. La metodologia di valutazione sottolinea l'uso di sondaggi e incontri, metriche di traffico digitale e il numero di partecipanti agli eventi e agli spazi chiave all'interno dei rispettivi itinerari. Nel caso specifico della dimensione ambientale, i piani d'azione sottolineano la necessità di utilizzare indicatori concreti che

consentano di valutare le misure relative alla riduzione del consumo di elettricità e acqua, alla promozione dell'uso di energie rinnovabili e al monitoraggio della percentuale di rifiuti riciclati. Per quanto riguarda le attività in presenza, i piani d'azione sottolineano l'importanza di misurare il flusso dei partecipanti agli eventi organizzati dai rispettivi itinerari.

Ciascun piano d'azione presenta inoltre un calendario per l'attuazione del piano, nonché strategie di monitoraggio specifiche per valutare il successo delle iniziative in corso.

Il presente documento è conforme a quanto delineato nella domanda di progetto, in particolare nell'ambito del pacchetto di lavoro 4, *"TRASFERIMENTO DI ECO-ITINERARI IN PROCESSI DECISIONALI STRUTTURE"*, e più specificamente con l'Attività 4.1, *Piani d'azione MED-Routes*, nonché con i requisiti stabiliti per il Deliverable 4.1.1.

La descrizione di questo risultato finale afferma esplicitamente che ogni Itinerario Culturale coinvolto nel progetto in qualità di Partner Associato ha prodotto un Piano d'Azione, delineando le azioni chiave per la traduzione della Strategia Interregionale nell'agenda di ciascun Itinerario Culturale. Ogni Piano d'Azione esprime quindi la visione specifica di un singolo IC su come migliorare la circolarità nel settore turistico in base alla sua area di intervento e attraverso un approccio transregionale e transnazionale.

## **Indice**

Sommario esecutivo .....	2
Piano d'azione – Destinazione Napoleone.....	7
Piano d'azione – Rotta dei Fenici .....	27
Piano d'azione – Strada Europea della Ceramica .....	45
Piano d'azione – Rotte dell'Ulivo .....	72



**MED-Routes**

**Interreg**  
Euro-MED



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"*

## Piano d'azione MED-Routes Destinazione Napoleone



Project Information	
Acronimo del progetto	MED-Routes
Titolo completo del progetto	"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"
Priorità del progetto	Mediterraneo più verde
Missione del progetto	Migliorare il turismo sostenibile
Obiettivo specifico	RSO2.6: Promuovere la transizione verso un'economia circolare ed efficiente sotto il profilo delle risorse
Tipo di progetto	Progetto di trasferimento (progetto tematico)
ID progetto	Euro-MED0200798
Data di inizio	1 gennaio 2024
Durata	27 mesi



## **INDICE**

I.1. NOME DELL'ITINERARIO .....	10
I.2. DESCRIZIONE DELL'ITINERARIO CULTURALE.....	10
I.3. SFIDE ED ESIGENZE RELATIVE ALL'ATTUAZIONE DEI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ E DI ECONOMIA CIRCOLARE NELLE ATTUALI PRATICHE DI PATRIMONIO CULTURALE LUNGO L'ITINERARIO CULTURALE.....	11
II.1 OBIETTIVI E FINALITÀ SPECIFICHE DELL'ITINERARIO CULTURALE IN RIFERIMENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE.....	20
II.2 TARGET DI RIFERIMENTO.....	24
III.1 CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE.....	24
III.2 STRATEGIE DI MONITORAGGIO.....	25

## I.1. NOME DELL'ITINERARIO

Indicare il nome dell'Itinerario
<i>Destinazione Napoleone</i>

## I.2. DESCRIZIONE DELL'ITINERARIO CULTURALE

Descrivere il tema dell'itinerario culturale, fornire una panoramica dei suoi itinerari principali e identificare le pratiche culturali, i prodotti o i servizi chiave che definiscono e sostengono tali itinerari.
<p><i>Destinazione Napoleone è un Itinerario Culturale certificato dal Consiglio d'Europa, gestito dalla Federazione Europea delle Città Napoleoniche (FECN). L'itinerario offre un'opportunità unica per riflettere sulle trasformazioni che hanno plasmato l'Europa moderna (culturali, urbane, giuridiche, amministrative e sociali) attraverso la lente dell'era napoleonica.</i></p> <p><i>Invece di operare come un unico percorso lineare, Destinazione Napoleone è strutturato come una rete di itinerari tematici e geograficamente diversificati, ciascuno ancorato a eventi storici specifici, sviluppi urbani o punti di riferimento simbolici legati alla presenza o all'influenza di Napoleone. Questi itinerari consentono ai visitatori di confrontarsi con la storia multiforme dell'Europa durante il XIX secolo e il suo impatto culturale duraturo.</i></p> <p><i>Gli itinerari e le pratiche più rilevanti includono:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li><i>• Patrimonio e commemorazione: città come Petrinja (Croazia) commemorano il loro passato napoleonico attraverso atti simbolici come la piantumazione di tigli geneticamente clonati dell'epoca delle Province Illiriche, collegando la sostenibilità ambientale alla memoria storica.</i></li><li><i>• Rievocazione storica e istruzione: siti come Coudekerque-Branche (Francia) e Pontivy (Francia) ospitano regolarmente rievocazioni storiche e attività didattiche per bambini e scuole, collegando le comunità locali alla loro storia napoleonica in modo coinvolgente e partecipativo.</i></li><li><i>• Storia militare e interpretazione del paesaggio: il percorso storico delle Linee di Torres Vedras (Portogallo) si distingue come un importante sistema difensivo napoleonico costruito per proteggere Lisbona dall'invasione francese. Questo itinerario comprende forti restaurati che fanno parte di una rete interpretativa con sentieri escursionistici, centri visitatori e pannelli didattici che illustrano sia il valore militare strategico che il paesaggio naturale.</i></li><li><i>• Produzione culturale e mediatica: a Jena (Germania), esperienze multimediali come Napoleon and the Stars of His Time offrono una narrazione innovativa utilizzando la tecnologia FullDome, mentre Torres Vedras (Portogallo) ha realizzato cortometraggi per mettere in luce le fortificazioni chiave legate alla guerra peninsulare.</i></li></ul>

- *Infrastrutture turistiche e promozione: in Francia, la FECN ha sviluppato linee guida comuni per la segnaletica, opuscoli e un passaporto dell'Itinerario Culturale per promuovere una visibilità coerente. In Spagna, l'itinerario è promosso tramite un'app nazionale dedicata agli itinerari culturali.*
- *Identità locale ed eventi: dal Festival Napoleonico a Bard (Italia) alla Journée Napoléonienne a Corte (Francia), al Festival della Mimosa a Herceg Novi (Montenegro), le città aderenti utilizzano festival ed eventi locali per mettere in risalto la risonanza culturale dell'epoca napoleonica, spesso fondendo temi storici con tradizioni contemporanee.*

*Queste pratiche sono supportate da servizi turistici, musei e centri interpretativi, che contribuiscono tutti a offrire ai visitatori un'esperienza articolata. Il percorso privilegia il valore educativo, la conservazione culturale e l'impegno civico, offrendo opportunità di riflessione sul patrimonio europeo condiviso, sulla complessità storica e sull'identità.*

*In questo quadro più ampio, la componente portoghese di Destinazione Napoleone è implementata attraverso l'Itinerario Storico delle Linee di Torres (RHLT), un percorso intercomunale che collega otto comuni tra il fiume Tago e la costa atlantica. Qui, gli itinerari ecologici si concentrano sul collegamento del patrimonio difensivo napoleonico con i paesaggi naturali, le attività all'aria aperta, la gastronomia locale e le piccole imprese, fornendo un laboratorio concreto per testare la sostenibilità e le pratiche di economia circolare all'interno dell'Itinerario*

### I.3. SFIDE ED ESIGENZE RELATIVE ALL'ATTUAZIONE DEI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ E DI ECONOMIA CIRCOLARE NELLE ATTUALI PRATICHE DI PATRIMONIO CULTURALE LUNGO L'ITINERARIO CULTURALE

Descrivere brevemente in che modo il percorso culturale identificato ha esaminato le principali sfide ed esigenze relative all'attuazione dei principi di sostenibilità ed economia circolare nelle sue pratiche (ad esempio: workshop con le parti interessate, sondaggi e questionari, valutazione dell'impatto ambientale, valutazioni in loco, altro).

La Federazione Europea delle Città Napoleoniche - Destinazione Napoleone ha condotto un sondaggio, distribuito nell'ottobre 2025, tra i suoi soci. Lo scopo è stato quello di identificare le attuali pratiche di sostenibilità, i meccanismi di sostegno esistenti, gli ostacoli principali e le aree desiderate di sviluppo delle capacità. Sono state ricevute in totale 14 risposte (su 42) da diversi soggetti interessati, tra cui comuni, uffici turistici e istituzioni culturali.

Il sondaggio includeva sia valutazioni quantitative che contributi qualitativi. I dati raccolti riflettono un'autovalutazione collettiva dell'intera rete e hanno guidato la selezione delle sfide prioritarie e degli obiettivi realizzabili.

Oltre al questionario somministrato ai membri di Destinazione Napoleone, sono stati condotti altri due processi di valutazione lungo il Percorso storico delle Linee di Torres (RHLT).

Il primo è stato un Laboratorio Partecipativo tenutosi il 2 ottobre 2024 a Vila Franca de Xira, che ha coinvolto 32 soggetti interessati provenienti dagli otto comuni del percorso, in rappresentanza di autorità locali, operatori turistici, organizzazioni per la tutela del patrimonio, associazioni ambientaliste, imprese locali, cittadini e istituzioni accademiche. Il workshop ha previsto un'analisi SWOT strutturata e un processo di votazione per identificare le pratiche sostenibili prioritarie per il percorso.

La seconda valutazione consisteva in un questionario sulla sostenibilità somministrato durante lo sviluppo degli itinerari ecologici, che copriva 150 stakeholder/siti storici ed è stato valutato attraverso 21 indicatori nei settori della mobilità, dell'energia, dell'acqua, dei rifiuti, dei prodotti locali, del coinvolgimento della comunità e della biodiversità.

Questi due processi consentono di arricchire le sfide individuate dall'indagine sull'itinerario culturale con approfondimenti a livello locale e dati misurabili sulla sostenibilità del territorio RHLT.

#### PERCORSO STORICO DELLE LINEE DI TORRES - MED-ROUTES ECO-ITINERARI

Per la componente portoghese di Destinazione Napoleone - Percorso storico delle Linee di Torres (RHLT) - sono stati sviluppati due micro-itinerari. Questi percorsi sono stati ideati sulla base delle caratteristiche del territorio e dei suoi stakeholder, nonché delle conoscenze acquisite durante il workshop tenutosi nell'ottobre 2024.

#### **Micro-itinerario 1: Fit and Green - "Mettiti in forma dove la storia diventa più verde"**

L'area coperta dalla RHLT è varia ed eterogenea. Questo micro-itinerario mira a mettere in evidenza questa diversità, cercando di presentare al turista paesaggi naturali che contrastano con gli ambienti urbani che caratterizzano le principali città della regione. L'itinerario è stato chiaramente progettato con l'intento di combinare il turismo sostenibile con la promozione della salute e del benessere.

Questo itinerario invita i partecipanti a esplorare i sentieri un tempo percorsi da soldati e civili durante le invasioni napoleoniche, immergendosi nella storia locale. A tal fine, il percorso comprende già una serie di progetti e attività interessanti che arricchiscono l'esperienza. Molte di queste iniziative sono legate alla sfida di esplorare specifici sentieri, offrendo esperienze all'aria aperta come escursioni a piedi, corsa e ciclismo, dove i visitatori possono scoprire i punti di riferimento storici e naturali della regione, riducendo al minimo l'impatto ecologico associato al trasporto motorizzato. L'idea è quella di creare un'esperienza che educi i turisti alla storia locale, promuovendo al contempo una cultura della mobilità sostenibile e del benessere fisico.

I partecipanti sono incoraggiati a rispettare la biodiversità locale, evitare gli sprechi e sostenere le imprese e le organizzazioni locali che seguono pratiche sostenibili dal

punto di vista ambientale. Inoltre, l'itinerario offre esperienze interattive, educando i visitatori sull'importanza ecologica delle fortificazioni storiche e su come i paesaggi naturali fossero utilizzati per strategie difensive, favorendo una comprensione più profonda del rapporto tra conservazione e patrimonio.

Questo itinerario è stato progettato per un pubblico eterogeneo, che comprende diversi profili socio- demografici. Le attività e i progetti disponibili includono opzioni più impegnative, come il ciclismo e l'atletica, ma anche alternative più leggere come lo yoga e le passeggiate. L'obiettivo è promuovere l'inclusione, rendendo l'itinerario accessibile a un ampio spettro di persone, a livello locale, nazionale e internazionale. Ciò che accomuna tutti i partecipanti è un impegno verso stili di vita sostenibili e il desiderio di entrare in contatto con la ricca storia e le tradizioni della regione.

### **Micro-itinerario 2: Bistrot Spree – "L'esperienza ultima al Palais"**

Il secondo itinerario si basa sull'idea che la cultura e la storia locali vanno ben oltre gli elementi più comuni che si trovano nelle destinazioni turistiche, come monumenti o punti di interesse legati a edifici o luoghi storici. Questo percorso mette in risalto la ricchezza culturale della regione invitando i partecipanti a immergersi nella gastronomia locale, offrendo un'esperienza davvero coinvolgente.

Basato su un concetto che valorizza la sostenibilità e l'economia circolare, questo itinerario include progetti e attività che vanno oltre la degustazione, tipicamente associata alla gastronomia. Invita inoltre i partecipanti a esplorare i processi che stanno dietro all'esperienza, offrendo una comprensione più approfondita delle pratiche e delle tradizioni che rendono la gastronomia locale così speciale. In questo modo, da un lato, l'itinerario si concentra sulla gastronomia locale sostenibile, fornendo un approccio sensoriale al patrimonio della regione, dove il turista o il visitatore è invitato a visitare mercati tradizionali, cantine e ristoranti storici, degustando piatti ispirati all'epoca delle Linee di Torres, con un'enfasi sugli ingredienti locali e sulle pratiche di produzione sostenibili. Dall'altro lato, i partecipanti sono invitati a prendere parte a progetti e attività volti a educare sui prodotti locali e sui piatti a cui sono associati, sottolineando il ruolo fondamentale delle filiere corte e il sostegno alla produzione alimentare locale e stagionale.

In questo itinerario, il territorio RHLT si rivela al di là del patrimonio fisico che caratterizza il percorso precedente. La cultura locale prende vita attraverso la gastronomia, che si fonde con la storia delle invasioni napoleoniche, utilizzando, ad esempio, tecniche di conservazione degli alimenti di quel periodo. In questo modo, un insieme ampio e diversificato di progetti e attività valorizzano la cultura e la storia della regione, allineando il patrimonio tangibile con quello immateriale. Inoltre, il patrimonio naturale è valorizzato sia come scenario per passeggiate che come fonte di prodotti locali, mettendo in risalto il suo potenziale multifunzionale. Questo micro-itinerario, che combina gastronomia e storia, offre un'opportunità unica per esplorare il patrimonio culturale e naturale della regione. Promuovendo

pratiche di economia circolare e turismo sostenibile, è accessibile a tutta la popolazione, compresi i turisti nazionali e internazionali.

Si prega di identificare le sfide e le esigenze principali del proprio itinerario culturale. I settori elencati di seguito derivano dalla serie iniziale di indicatori stabiliti da MED-Routes.

Si prega di compilare le informazioni solo se applicabili e di lasciare in bianco se non pertinenti.

Gestione del consumo idrico	<p>Il consumo idrico emerge come una sfida moderata, come indicato dal sondaggio FECN: sebbene alcuni stakeholder riferiscono di aver ridotto il loro utilizzo, solo pochi impiegano pratiche sistematiche di monitoraggio dell'acqua. Le intuizioni del Laboratorio Partecipativo mostrano inoltre che gli stakeholder riconoscono la necessità di migliorare l'efficienza idrica nelle strutture turistiche, proponendo misure quali sistemi di ricircolo dell'acqua calda, raccolta dell'acqua piovana e promozione di contenitori personali per l'acqua. Tuttavia, il questionario sull'eco-itinerario rivela che solo un numero limitato di stakeholder utilizza attualmente sistemi di raccolta dell'acqua piovana o delle acque grigie, dimostrando un livello generalmente basso di adozione di misure di risparmio idrico. In particolare, durante il workshop sono stati evidenziati i seguenti aspetti come particolarmente impegnativi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Installazione di un sistema di ricircolo dell'acqua calda nelle strutture ricettive turistiche</li><li>• Creazione di cisterne per i sistemi di irrigazione</li><li>• Promuovere l'uso di contenitori personali per l'acqua</li></ul>
Gestione del consumo elettrico	<p>La gestione energetica è identificata come un'azione ricorrente e una sfida moderata, come evidenziato dal sondaggio FECN: diversi stakeholder stanno già attuando iniziative per ridurre il consumo energetico, ma continuano a incontrare ostacoli in termini di orientamento e finanziamento. Le discussioni nel Laboratorio partecipativo hanno rafforzato queste esigenze, con i partecipanti che hanno individuato opportunità per migliorare l'efficienza energetica attraverso misure quali l'illuminazione a LED e un migliore isolamento degli edifici. Tuttavia, i risultati del questionario per la creazione del' Eco-Itinerario indicano che la maggior parte degli stakeholder non ha attuato strategie strutturate di efficienza energetica, con un'adozione generalmente limitata a miglioramenti di</p>

	<p>base. Nel loro insieme, questi risultati sottolineano la necessità di una guida più chiara, di un sostegno finanziario e di una più ampia diffusione di misure efficaci di efficienza energetica.</p>
Gestione dei rifiuti	<p>La gestione dei rifiuti rimane una sfida significativa: il sondaggio FECN indica che la maggior parte degli intervistati è impegnata in pratiche di base di raccolta differenziata e riduzione dei rifiuti, anche se le infrastrutture adeguate e le linee guida chiare per i visitatori sono ancora insufficienti. Le discussioni durante il Laboratorio partecipativo hanno ulteriormente evidenziato una serie di ostacoli, tra cui la mancanza di punti di raccolta dei rifiuti adeguati, lo scarso coordinamento con le aziende di gestione dei rifiuti, le limitate opzioni di compostaggio e la necessità di campagne di sensibilizzazione che affrontino sia le pratiche di gestione dei rifiuti che la conservazione del patrimonio. A complemento di ciò, il questionario sull'eco-itinerario mostra che, mentre alcune entità stanno iniziando a promuovere pratiche circolari, come la valorizzazione dei prodotti locali a base di rifiuti, i sistemi strutturati di gestione dei rifiuti rimangono scarsi. Nel loro insieme, questi risultati indicano la necessità di migliorare le infrastrutture, un più forte coordinamento istituzionale e una più ampia adozione di approcci sistematici alla gestione dei rifiuti.</p> <p>In particolare, durante il workshop sono stati evidenziati i seguenti aspetti come particolarmente impegnativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzo del letame per la fertilizzazione</li> <li>• Utilizzo dei rifiuti biodegradabili per il compostaggio o restituzione alla comunità (per fertilizzanti o riscaldamento)</li> <li>• Valorizzazione dei prodotti locali - economia circolare</li> <li>• Riduzione dei prodotti chimici</li> <li>• Migliore coordinamento con le aziende di raccolta rifiuti e di smaltimento dei rifiuti edili (dannosi per il paesaggio)</li> <li>• Più punti di raccolta</li> <li>• Kit del soldato, con oggetti di uso quotidiano per i visitatori (tazza, piatto e posate)</li> <li>• Riutilizzo dell'olio</li> <li>• Campagne di sensibilizzazione sulla gestione dei rifiuti e la conservazione del patrimonio rivolte alla popolazione locale</li> </ul>

Consumo di prodotti locali	<p>La promozione dei prodotti locali emerge come un'area di intervento importante. Secondo il sondaggio FECN, tali prodotti sono ampiamente pubblicizzati, anche se permangono delle difficoltà nel creare partnership strutturate e garantire una maggiore visibilità. Il Laboratorio Partecipativo ha confermato la rilevanza di questo tema, identificandolo come la priorità assoluta nell'esercizio di voto e dimostrando un forte consenso sulla necessità di promuovere i produttori, gli artigiani e i mercati locali. I risultati del questionario sull'eco-itinerario rafforzano ulteriormente questo punto di forza, con un gran numero di stakeholder che già acquista da fornitori locali o collabora con essi. Nel loro insieme, queste informazioni evidenziano una solida base su cui rafforzare ulteriormente le catene del valore locali e migliorare la visibilità della produzione locale produzione.</p>
Utilizzo di energie pulite	<p>L'energia rinnovabile appare come un'area di azione relativamente poco sviluppata. Il sondaggio FECN indica che raramente viene menzionata direttamente, con solo pochi stakeholder che fanno riferimento ad esempi come l'illuminazione intelligente, suggerendo un'implementazione limitata sul territorio. Durante il Laboratorio Partecipativo, gli stakeholder hanno tuttavia identificato opportunità per espandere le iniziative nel campo delle energie rinnovabili, tra cui potenziali partnership per stazioni fotovoltaiche locali e l'installazione di pannelli solari. A completamento di ciò, il questionario sull'Eco-Itinerario mostra che il numero di stakeholder che attualmente utilizzano energie rinnovabili rimane basso, con una diffusione limitata delle tecnologie solari termiche o fotovoltaiche. Nel complesso, i risultati rivelano un divario significativo tra le opportunità riconosciute e l'effettiva attuazione, evidenziando la necessità di ampliare l'adozione delle energie rinnovabili.</p> <p>In particolare, durante il workshop sono stati evidenziati i seguenti aspetti come particolarmente impegnativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Installazione di pannelli solari</li> <li>• Installazione di stazioni fotovoltaiche per alimentare gli edifici (partnership)</li> <li>• Miglioramento dell'efficienza energetica degli edifici (LED + doppi vetri)</li> </ul>
Conseguimento di un marchio ECOLABEL o del	<p>La certificazione di sostenibilità rimane un'area di progresso relativamente limitata all'interno del territorio. Il sondaggio FECN mostra che solo pochi</p>



<p>marchio verde MED-ROUTES</p>	<p>stakeholder attualmente possiedono marchi di qualità ecologica, mentre altri esprimono interesse o sono in procinto di ottenere la certificazione, ma devono affrontare notevoli lacune di conoscenza e ostacoli amministrativi. Il Laboratorio Partecipativo non ha generato riferimenti specifici alle procedure di certificazione, il che suggerisce che l'argomento non è ancora profondamente radicato nelle priorità operative degli stakeholder. Ciò è confermato dal questionario sull'eco-itinerario, che indica che solo un numero limitato di parti interessate possiede certificazioni di sostenibilità, riflettendo una bassa diffusione complessiva dei marchi di qualità ecologica. Questi risultati evidenziano la necessità di orientamenti più chiari, dello sviluppo di capacità e di procedure semplificate per sostenere una più ampia adozione della certificazione di sostenibilità.</p>
<p>Evitare l'uso di sostanze o prodotti pericolosi</p>	<p>Il tema delle sostanze pericolose non è prominente nei contributi raccolti. Nel sondaggio FECN non appare esplicitamente, anche se alcune azioni, come gli sforzi per ridurre la plastica monouso, vi sono indirettamente correlate. Durante il Laboratorio partecipativo, i partecipanti hanno osservato che la riduzione dell'uso di prodotti chimici è un'area che richiede maggiore attenzione, in particolare in relazione alla gestione dei rifiuti e alla protezione dell'ambiente. Il questionario sull'Eco-Itinerario aggiunge pochi dettagli, poiché non sono stati riportati dati significativi; nel complesso, le pratiche relative alle sostanze pericolose sembrano essere sviluppate solo in misura minima nel territorio.</p>
<p>Mostrare o fornire informazioni sul nostro Eco- itinerario al pubblico e ai visitatori</p>	<p>La comunicazione emerge come un'area chiave da migliorare. Il sondaggio FECN mostra che la maggior parte dei partner percepisce la necessità di messaggi più chiari e di una maggiore visibilità di pratiche sostenibili. Durante il Laboratorio Partecipativo, gli stakeholder hanno sottolineato le debolezze nella comunicazione pubblica e hanno sostenuto la necessità di un piano integrato di comunicazione sulla sostenibilità, che è stato classificato tra le misure prioritarie. Il Questionario sull'Itinerario Ecologico indica che, sebbene molti stakeholder utilizzino già strumenti di comunicazione digitale, le informazioni sulla sostenibilità e gli itinerari sono incoerenti e potrebbero beneficiare di una maggiore standardizzazione. Nel loro insieme, queste intuizioni evidenziano l'importanza di uno sforzo coordinato per</p>

	migliorare la chiarezza, la portata e la coerenza della comunicazione relativa alla sostenibilità.
Promuovere il coinvolgimento tra diversi attori pubblici e privati	<p>Il coordinamento e la collaborazione sono identificati come sfide significative in tutto il territorio. Il sondaggio FECN mostra che la maggior parte degli stakeholder chiede una maggiore collaborazione strutturata e comunicazione congiunta. Ciò è stato ribadito durante il Laboratorio Partecipativo, dove i partecipanti hanno sottolineato la necessità di un miglior coordinamento, consultazioni regolari e strutture di governance condivise. Secondo il questionario sugli eco-itinerari, molte entità collaborano già con fornitori locali o organizzazioni ambientali; tuttavia, il coordinamento pubblico-privato più ampio rimane incoerente. Nel complesso, questi risultati indicano la necessità di rafforzare i meccanismi a sostegno di una collaborazione sistematica e di una gestione condivisa efficace.</p> <p>In particolare, durante il workshop sono stati evidenziati i seguenti aspetti come particolarmente impegnativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Creazione di un piano di comunicazione integrato per il branding locale, che includa temi di sensibilizzazione del pubblico alla sostenibilità del percorso</li> <li>● Creazione di partnership per coordinare l'attuazione di soluzioni sostenibili</li> <li>● Consultazione pubblica regolare attraverso l'organizzazione di workshop annuali</li> <li>● Creazione di partnership per la raccolta e la gestione dei rifiuti</li> <li>● Partnership con aziende energetiche per l'utilizzo di energia verde</li> <li>● Formazione delle guide turistiche sulla fauna e la flora locali</li> <li>● Promozione dei prodotti locali</li> <li>● Promozione di artigiani e artisti locali</li> <li>● Creazione di un kit per soldati con merchandising locale</li> </ul>
Protezione del patrimonio locale	La conservazione del patrimonio emerge come tema dominante nelle risposte. Il sondaggio FECN indica un forte riconoscimento della sua importanza, spesso legata alla sostenibilità e al coinvolgimento della comunità. Durante il

	<p>Laboratorio Partecipativo, i partecipanti hanno evidenziato i potenziali rischi, tra cui il limitato interesse pubblico per la conservazione del patrimonio, le pressioni dello sviluppo urbano e industriale e le minacce legate al clima. Il questionario sull'eco-itinerario mostra che, sebbene diversi soggetti operino all'interno di paesaggi del patrimonio, non vengono segnalate misure specifiche per la protezione del patrimonio. Queste intuizioni suggeriscono la necessità di rafforzare sia la consapevolezza che le azioni concrete per salvaguardare il patrimonio all'interno del territorio.</p> <p>In particolare, durante il workshop sono stati evidenziati i seguenti aspetti come particolarmente impegnativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Riduzione delle attività turistiche durante i periodi stagionali di rischio climatico</li> <li>● Promuovere il rimboschimento con specie autoctone</li> <li>● Creazione di partnership per la sostenibilità</li> <li>● Piano di comunicazione integrato per sensibilizzare l'opinione pubblica</li> <li>● Incoraggiare la piantumazione di piante autoctone</li> <li>● Visite guidate e formazione sulla fauna e la flora locali</li> <li>● Creazione di tour enologici</li> <li>● Creazione di tour olfattivi</li> </ul>
Promozione della mobilità sostenibile	<p>La mobilità e l'accessibilità sono identificate come una delle sfide più importanti. Il sondaggio FECN evidenzia che questo tema è spesso citato insieme alle infrastrutture limitate e alla scarsa consapevolezza dei visitatori. Durante il Laboratorio Partecipativo, le parti interessate hanno sottolineato le preoccupazioni relative ai collegamenti limitati dei trasporti pubblici tra i siti del patrimonio, la necessità di opzioni di mobilità elettrica come autobus e biciclette e la fornitura di informazioni più complete sulla mobilità. Il questionario sull'eco-itinerario indica che, mentre la maggior parte dei siti è accessibile a piedi o in bicicletta, l'accesso tramite mezzi pubblici è significativamente inferiore, rivelando uno squilibrio nelle opzioni di mobilità disponibili. Questi risultati</p>

	<p>sottolineano la necessità di migliorare le soluzioni di trasporto sostenibile per aumentare l'accessibilità in tutto il territorio.</p> <p>In particolare, durante il workshop sono stati evidenziati i seguenti aspetti come particolarmente impegnativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Creazione di un autobus elettrico per visitare il forte</li> <li>● Miglioramento dell'offerta di trasporto pubblico (principali punti di interesse)</li> <li>● Maggiori informazioni sui trasporti pubblici</li> <li>● Internazionalizzazione del pubblico</li> <li>● Noleggio di biciclette elettriche</li> </ul>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## II.1 OBIETTIVI E FINALITÀ SPECIFICHE DELL'ITINERARIO CULTURALE IN RIFERIMENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE

*In questa sezione, ogni partner deve selezionare **tre sfide prioritarie** tra quelle elencate nella Sezione I.3 (sfide relative alla sostenibilità e all'economia circolare).*

*Per **ogni sfida selezionata**, definire **un obiettivo generale**, descrivendo il risultato desiderato.*

*Ogni obiettivo dovrebbe essere suddiviso in almeno **due obiettivi specifici**, che corrispondono a misure concrete e attuabili da implementare.*

Definire l'obiettivo e le finalità specifiche volti a integrare i principi dell'economia circolare, secondo la struttura riportata di seguito. Espandere la tabella come si ritiene opportuno..	
<b>Sfida prioritaria selezionata 1 (SPC1)</b>	Promuovere la mobilità sostenibile
Obiettivo generale per SPC1	<p>Sostenere le città aderenti nello sviluppo e nella promozione di opzioni di trasporto sostenibili all'interno delle loro aree di patrimonio culturale.</p> <p>Questo obiettivo riflette anche la necessità di migliorare la connettività dei trasporti tra i siti del patrimonio e rafforzare le alternative di mobilità a basse emissioni di carbonio,</p>

	dove le opzioni di trasporto convenzionali rimangono limitate
Obiettivo specifico 1A	Facilitare la promozione incrociata di opzioni di accesso sostenibili (ad esempio consigli di viaggio ecologici, collegamenti di trasporto regionale) attraverso i canali digitali e i materiali condivisi di Destinazione Napoleone. Questa azione aiuta le destinazioni a colmare le attuali lacune nelle informazioni sulla mobilità rivolte ai visitatori, aiutando i viaggiatori a identificare più facilmente le opzioni a basso impatto.
Obiettivo specifico 1B	Sviluppare linee guida condivise e kit di ispirazione per iniziative di mobilità dolce su misura per il turismo culturale (ad esempio percorsi a piedi, piste ciclabili, esperienze di mobilità elettrica).
<b>Sfida prioritaria selezionata 2 (SPC2)</b>	Protezione del patrimonio locale
Obiettivo generale per SPC2	Incoraggiare le città aderenti a mettere in contatto i visitatori con i produttori locali e il patrimonio, elementi essenziali per rafforzare l'identità locale, sostenere le piccole imprese e migliorare l'esperienza dei visitatori.
Obiettivo specifico 2A	Sviluppare una collezione condivisa di "Tesori locali" che metta in evidenza un prodotto o un'attività artigianale iconica di ciascuna città aderente, al fine di promuovere il valore locale.
Obiettivo specifico 2B	Replicare le buone pratiche dei soci di Destinazione Napoleone in altre città
<b>Sfida prioritaria selezionata 3 (SPC 3)</b>	Promuovere il coinvolgimento tra gli stakeholder pubblici e privati
Obiettivo generale per SPC3	Rafforzare la collaborazione all'interno e tra le destinazioni aderenti per promuovere valori e azioni condivisi in materia di sostenibilità valori e azioni di sostenibilità. Una migliore cooperazione è essenziale per affrontare l'attuale frammentazione,

	rafforzare la pianificazione coordinata e garantire pratiche di sostenibilità coerenti in tutte le destinazioni membri.
Obiettivo specifico 3A	Promuovere la replica e l'adattamento locale del modello di eco-itinerario sperimentato a Vila Franca de Xira in altre città che fanno parte di Destinazione Napoleone.
Obiettivo specifico 3B	Consentire ai membri di rafforzare la collaborazione attraverso strumenti e conoscenze condivise, sostenendo l'accesso ai finanziamenti e l'attuazione di iniziative congiunte di sostenibilità.

Obiettivo specifico 1A	
Azione da attuare <b>(A1A)</b>	Sviluppare una sezione dedicata sul sito web Destinazione Napoleone che metta in evidenza consigli di viaggio a basse emissioni di carbonio e metta in risalto le destinazioni accessibili con mezzi di trasporto ecologici.
Periodo di attuazione	Secondo trimestre 2026
Parti interessate da coinvolgere	Uffici turistici Destinazione Napoleone
Destinatari principali dell'azione	Turisti, sostenitori del turismo sostenibile
Obiettivo specifico 1B	
Azione da attuare <b>(A1B)</b>	Creare un "Pacchetto di ispirazione per la mobilità dolce" scaricabile che includa esempi di percorsi pedonali/ciclabili, modelli di segnaletica e risorse visive adattabili al contesto locale.
Periodo di attuazione	Secondo trimestre 2026
Parti interessate coinvolte	Agenti selezionati del percorso storico delle linee di Torres
Destinatari principali dell'azione	Uffici turistici locali, dipartimenti comunali, visitatori del percorso
Obiettivo specifico 2A	

Azione da attuare <b>(A2A)</b>	Lanciare un invito ai membri a presentare un prodotto o un produttore locale raccomandato (con una breve descrizione e un'immagine). Compilazione di questi dati in una brochure digitale intitolata "Taste C Craft along Destination Napoleon" (Gusti e artigianato lungo la Destinazione Napoleone), da utilizzare per la promozione e la divulgazione presso i visitatori.
Periodo di attuazione	Q1-Q3 2026
Parti interessate da coinvolgere	Destinazione Napoleone, camere di commercio, reti di produttori locali
Principale pubblico di riferimento dell'azione	Uffici turistici, visitatori interessati alla cultura locale
Obiettivo specifico 2B	
Azione da attuare <b>(A2B)</b>	Progetto pilota con i tigli clonati di Petrinja.
Periodo di attuazione	Quarto trimestre 2026
Parti interessate coinvolte	Comuni
Destinatari principali dell'azione	Turisti, residenti locali, piccole imprese
Obiettivo specifico 3A	
Azione da attuare <b>(A3A)</b>	Creare un "kit di avvio per itinerari ecologici" modulare basato sul modello VFX, che includa linee guida per la progettazione di itinerari, l'integrazione della sostenibilità, la segnaletica e strumenti di coinvolgimento del pubblico. Offerta di supporto a 2-3 città aderenti interessate alla sperimentazione, adattandola al singolo contesto.
Periodo di attuazione	Secondo trimestre 2026
Parti interessate da coinvolgere	Città aderenti interessate, uffici turistici locali, Vila Franca de Xira
Destinatari principali dell'azione	Membri di Destinazione Napoleone
Obiettivo specifico 3B	
Azioni da attuare <b>(A3B)</b>	Creare un "radar dei finanziamenti" trimestrale che riassume i bandi di gara, i consigli e le opportunità di ricerca di partner rilevanti in materia di sostenibilità.

Periodo di attuazione	Primo trimestre 2026
Parti interessate da coinvolgere	Percorso storico delle Linee di Torres e soci generali di Destinazione Napoleone
Destinatari principali dell'azione	Soggetti interessati pubblici/privati locali

## II.2 TARGET DI RIFERIMENTO

Identificate i principali destinatari delle azioni orientate alla sostenibilità del vostro itinerario culturale (ad esempio, turisti, comunità locali, studenti, responsabili politici) e descrivete in che modo l'itinerario risponde alle loro esigenze e ai loro interessi specifici. Compilate la tabella sottostante e specificate in che modo ciascuna azione prevista si rivolge a ciascun destinatario

<b>Pubblico chiave</b>	<b>Esigenze e interessi soddisfatti</b>
Turisti	Esperienze chiare, coinvolgenti e a basso impatto; soddisfatte tramite strumenti di mobilità dolce e itinerari ecologici.
Comunità locali	Vantaggi economici e orgoglio culturale; soddisfatti attraverso la promozione di prodotti ed eventi locali.
Responsabili politici	Impatto misurabile e replicabilità; trattati attraverso strumenti condivisi, reportistica e casi pilota.
PMI e produttori	Visibilità e accesso a nuovi mercati; trattati tramite toolkit, mappe ed eventi tematici dedicati al mercato.
Professionisti del turismo	Materiali pratici e promozione coordinata; affrontati tramite modelli, toolkit ed eventi condivisi.

## III.1 CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE

Diagramma di Gantt



	mesi 2026											
azione	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>A1A</b>												
<b>A1B</b>												
<b>A2A</b>												
<b>A2b</b>												
<b>A3A</b>												
<b>A3B</b>												

## III.2 STRATEGIE DI MONITORAGGIO

Azione	Descrivi gli strumenti e i metodi che il tuo itinerario culturale utilizzerà per monitorare i progressi e l'impatto delle azioni proposte in materia di sostenibilità ed economia circolare, quali indicatori chiave di prestazione (KPI), valutazioni periodiche, feedback della comunità o audit esterni. (Amplia la tabella come ritieni opportuno).
A1A	<p><i>Sezione dedicata all'accessibilità sostenibile sul sito web DN</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzare strumenti di analisi web di base (ad esempio Google Analytics) per monitorare le visualizzazioni delle pagine, la frequenza di rimbalzo e il tempo trascorso sulla pagina</li> </ul> <p><i>Facoltativo: breve sondaggio per i visitatori di siti selezionati in cui si chiede loro come sono venuti a conoscenza delle opzioni di viaggio</i></p>
A1B	<p><i>Pacchetto di ispirazione sulla mobilità dolce</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tracciare il numero di download dal sito web DN</li> </ul> <p><i>Richiedi rapporti di follow-up facoltativi o foto dell'implementazione locale dopo 12 mesi</i></p>
A2A	<p><i>Taste &amp; Craft nella Destinazione Napoleone Brochure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contare il numero di contributi ricevuti dai membri</li> </ul> <p><i>Tracciare i download digitali e le visualizzazioni delle pagine</i></p>
A2b	<p><i>Replicare le buone pratiche dei membri di Destinazione Napoleone</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitorare il numero di eventi organizzati e le città partecipanti</li> <li>- Stima della partecipazione dei visitatori e dei produttori</li> </ul> <p><i>Raccogliere dati sulla copertura mediatica/social media</i></p>
A3A	<p><i>Kit di avvio per itinerari ecologici</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di città che hanno manifestato interesse o sono impegnate nell'applicazione del modello</li> <li>- Numero di itinerari adattati pubblicati o sperimentati</li> </ul> <p><i>Statistiche di visibilità (traffico web, download, portata promozionale)</i></p>
A3B	<p><i>Newsletter Funding Radar</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitoraggio dei tassi di apertura delle e-mail e dei tassi di clic</li> <li>- Creare e aggiornare un elenco dei bandi di finanziamento e del numero di opportunità condivise</li> </ul> <p><i>Raccogliere feedback informali dai soci sull'utilità (ad esempio, risposte via e-mail, sondaggi nella newsletter)</i></p>



**MED-Routes**

**Interreg**  
Euro-MED



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"*

## Piano d'azione MED-Routes Rotta dei Fenici

Project Information	
Acronimo del progetto	MED-Routes
Titolo completo del progetto	"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"
Priorità del progetto	Mediterraneo più verde
Missione del progetto	Migliorare il turismo sostenibile
Obiettivo specifico	RSO2.6: Promuovere la transizione verso un'economia circolare ed efficiente sotto il profilo delle risorse
Tipo di progetto	Progetto di trasferimento (progetto tematico)
ID progetto	Euro-MED0200798
Data di inizio	1 gennaio 2024
Durata	27 mesi

## **INDICE**

I.1. NOME DELL'ITINERARIO .....	30
I.2. DESCRIZIONE DELL'ITINERARIO CULTURALE.....	30
I.3. SFIDE ED ESIGENZE RELATIVE ALL'ATTUAZIONE DEI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ E DI ECONOMIA CIRCOLARE NELLE ATTUALI PRATICHE DI PATRIMONIO CULTURALE LUNGO L'ITINERARIO CULTURALE.....	32
II.1 OBIETTIVI E FINALITÀ SPECIFICHE DELL'ITINERARIO CULTURALE IN RIFERIMENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE.....	36
II.2 TARGET DI RIFERIMENTO.....	40
III.1 CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE.....	41
III.2 STRATEGIE DI MONITORAGGIO.....	42

## I.1. NOME DELL'ITINERARIO

Indicare il nome dell'itinerario
La Rotta dei Fenici – Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa

## I.2. DESCRIZIONE DELL'ITINERARIO CULTURALE

Descrivere il tema dell'itinerario culturale, fornire una panoramica dei suoi itinerari principali e identificare le pratiche culturali, i prodotti o i servizi chiave che definiscono e sostengono tali itinerari.
<p>La Rotta dei Fenici è una Rete Internazionale inserita dal 2003 nel Programma degli Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa (settimo itinerario sui 45 attualmente riconosciuti, quindi uno dei più antichi). L'Itinerario Culturale è gestito attraverso un'Associazione senza scopo di lucro. Il tema principale della Rotta è il Dialogo Interculturale nel Mediterraneo, prendendo come riferimento le antiche civiltà mediterranee che, dall'epoca fenicia fino all'età repubblicana dell'Impero Romano, hanno contribuito a creare una koinè, una "comunità" culturale mediterranea, ponendo le basi di quella che sarebbe poi diventata la civiltà euro-mediterranea contemporanea. L'Itinerario Culturale "La Rotta dei Fenici" è un vettore di sviluppo culturale, economico e sociale su scala internazionale che opera in 3 continenti. I membri della Rotta sono enti istituzionali, territoriali e tematici, università, centri di ricerca e scuole, organizzazioni non profit, luoghi della cultura e operatori privati di diversi settori che sviluppano strategie condivise in 15 paesi euro-mediterranei. Per questo motivo, la Rotta si configura come un Innovation Hub, ovvero un laboratorio internazionale permanente sui temi della valorizzazione culturale e delle nuove forme di turismo e sviluppo locale.</p> <p>Luoghi geograficamente distanti tra loro sono uniti da un passato comune, puntando alla valorizzazione di tutte le città e i paesi che ne fanno parte, del loro patrimonio archeologico, paesaggistico e identitario, e delle loro produzioni di qualità. Si tratta quindi di uno strumento di marketing territoriale, ma anche di una selezione di destinazioni e istituzioni di eccellenza che perseguono progetti, programmi e strategie condivise.</p> <p>La Rotta dei Fenici favorisce lo sviluppo di attività innovative, in particolare elaborando modelli, metodologie e strumenti specifici come le Smart Ways, i Centri di Interpretazione del Patrimonio e gli Ecomusei. Le azioni di valorizzazione che la Rotta dei Fenici realizza insieme a tutte le città e gli altri partner producono effetti economici e culturali, anche attraverso forme di turismo responsabile, lento, creativo, sostenibile e basato sulle comunità. L'azione infatti parte dal basso, secondo un approccio <i>bottom-up</i>, aiutando i territori e gli operatori a migliorare la propria offerta, che viene poi promossa a livello internazionale.</p>

La strategia innovativa della Rotta dei Fenici – iniziativa di interesse anche per l'Organizzazione Mondiale del Turismo dal 2016, si basa sulle cosiddette “*Smart Ways*”, Progetti Integrati di Sviluppo.

Per “*Smart Way*” si intende un “percorso” che funge da collettore di patrimoni, comunità e singoli servizi, sviluppando un’offerta territoriale di qualità, innalzando gli standard dei servizi delle imprese e dei territori coinvolti, favorendo la cooperazione tra le diverse componenti della filiera e promuovendo attività di servizio alla fruizione non ancora realizzate. Ciò consente inoltre di individuare le risorse attrattive in termini di “Turismo Sostenibile” nelle aree interessate e di valorizzare i servizi esistenti attraverso attività di networking e una filiera turistica sostenibile e integrata. I principali stakeholder da coinvolgere sono operatori turistici e culturali, enti locali, scuole professionali, associazioni, giovani, comunità locali, gestori di siti culturali, musei. L’obiettivo è sviluppare un circuito territoriale volto a creare una maggiore integrazione tra “territorio” e “attrazioni”, includendo non solo elementi di “alta cultura”, ma anche i valori del paesaggio, della comunità locale, dell’artigianato, del folklore, dell’enogastronomia e dell’atmosfera del luogo. Lo sviluppo del tema della “*smart way*” è inteso come un itinerario da percorrere per tappe, con caratteristiche proprie e originali: una nuova modalità su cui si strutturano percorsi basati su un turismo lento, sostenibile, creativo, esperienziale, sociale, accessibile e responsabile. Un circuito tra realtà differenti, finalizzato ad aumentare le visite a siti e aree interessati da una minore affluenza.

Il Percorso è definito anche “*Smart*” perché verranno utilizzate e applicate le metodologie turistiche più innovative. Il percorso può essere più o meno lungo (tra i 100 e i 400 km). Il concetto non si basa sulla lunghezza, ma sulla qualità dell’offerta e sulle relazioni tra i vari operatori coinvolti. Le aree protagoniste beneficeranno di nuovi approcci al turismo e allo sviluppo, basati sulla creatività, sull’interpretazione del patrimonio e sulla partecipazione delle comunità locali e degli stakeholder.

L’approccio delle *Smart Ways* è uno strumento per rafforzare la cooperazione e la coesione territoriale attraverso il turismo, consentendo anche alle destinazioni meno sviluppate di diversificare i propri interessi economici. Le *Smart Ways* permettono di costruire nuovi prodotti basati sulle comunità, potenziando le comunità stesse (grazie alle attività di capacity building e alla creazione di centri di interpretazione), offrendo al tempo stesso una ulteriore opportunità economica. Infine, l’approccio delle *Smart Ways* si fonda su una metodologia e non su un modello precostituito, consentendo così grande flessibilità e la diffusione del suo utilizzo oltre le aree pilota.

### I.3. SFIDE ED ESIGENZE RELATIVE ALL'ATTUAZIONE DEI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ E DI ECONOMIA CIRCOLARE NELLE ATTUALI PRATICHE DI PATRIMONIO CULTURALE LUNGO L'ITINERARIO CULTURALE

Descrivere brevemente in che modo il percorso culturale identificato ha esaminato le principali sfide ed esigenze relative all'attuazione dei principi di sostenibilità ed economia circolare nelle sue pratiche (ad esempio: workshop con le parti interessate, sondaggi e questionari, valutazione dell'impatto ambientale, valutazioni in loco, altro).

La sostenibilità nella pianificazione turistica (e più precisamente nella pianificazione del turismo culturale) comporta l'adozione di un approccio di "reverse engineering". Invece di partire dall'aumento dei flussi turistici come obiettivo principale, pianificare lo sviluppo sostenibile di qualsiasi forma di turismo implica porre le comunità locali al centro del processo, rendendole motori dello sviluppo futuro, e questo è esattamente ciò che fa la metodologia delle Smart Ways della Rotta dei Fenici.

La partecipazione pubblica nei processi di pianificazione di qualunque progetto o attività turistica dovrebbe essere il punto di partenza per diffondere i principi dell'economia circolare, ma nessuna forma di partecipazione pubblica è possibile senza un percorso di *empowerment* delle comunità, ad esempio attraverso attività di capacity building.

Gli Itinerari Culturali si fondano sulla cooperazione tra territori differenti e tra diversi stakeholder all'interno della stessa regione o area. Sviluppare nuovi prodotti di turismo culturale basati su un Itinerario Culturale significa supportare e guidare ogni partner della rete nella costruzione della filiera del prodotto, e ciò implica adottare un nuovo approccio e una nuova metodologia (per il nostro Itinerario Culturale, le Smart Ways) basati su:

- L'analisi dello stato dell'arte sia delle risorse turistiche che degli asset territoriali e del loro utilizzo attuale, valutandone anche l'impatto socio-economico,
- L'identificazione dei punti di forza e di debolezza dell'attuale sviluppo turistico,
- La mappatura degli stakeholder locali di riferimento,
- La creazione di opportunità di incontro e di acquisizione di una conoscenza condivisa sugli asset principali del progetto di turismo culturale (attraverso azioni di capacity building),
- La capitalizzazione di competenze, conoscenze e risorse esistenti (lasciando che siano gli stessi stakeholder a identificarle),
- Il rafforzamento della cooperazione locale, prima di avviare quella transnazionale,
- L'utilizzo dei centri di interpretazione come strumento per sviluppare capitale culturale e come spazio pubblico, prima per le comunità e poi per i visitatori.

Inoltre, le valutazioni sulla sostenibilità vengono effettuate in tutte queste fasi: si realizzano sopralluoghi e studi di impatto ambientale per garantire un equilibrio tra sviluppo turistico e tutela del paesaggio e delle risorse naturali. Questo perché oggi si



parla di turismo rigenerativo, che, secondo l'UNWTO, è un approccio al turismo che mira a conferire alle destinazioni un impatto positivo, ripristinando attivamente gli ecosistemi e rafforzando le comunità locali, e non si limita a minimizzare semplicemente i danni. Questo approccio include politiche che supportano la rigenerazione ecologica, rafforzano le filiere locali e integrano la circolarità, oltre a soluzioni finanziarie innovative per costruire resilienza.

Si prega di identificare le sfide e le esigenze principali del proprio itinerario culturale. I settori elencati di seguito derivano dalla serie iniziale di indicatori stabiliti da MED-Routes.

Si prega di compilare le informazioni solo se applicabili e di lasciare in bianco se non pertinenti.

Gestione del consumo idrico	<p>Le attività di un Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa non includono specifiche azioni di monitoraggio e misurazione del consumo idrico.</p> <p>Sicuramente è possibile evidenziare la necessità di formare i partner locali e gli stakeholder sulle pratiche di gestione sostenibile dell'acqua, in particolare nelle aree con risorse idriche limitate.</p> <p>La Rotta dei Fenici ha avviato una serie di attività rivolte ai giovani e sta attualmente firmando un accordo con la Rete delle scuole blu europee per diffondere la consapevolezza sull'Ocean Literacy e promuovere una società attenta alla salvaguardia dell'oceano attraverso educazione, collaborazione e azione.</p> <p>Il Programma di Ocean Literacy dell'UNESCO-IOC promuove la comprensione globale dell'influenza dell'oceano sull'umanità e dell'influenza dell'umanità sull'oceano. Sensibilizzando sulle problematiche legate agli ecosistemi marini, alle pratiche sostenibili e al ruolo dell'oceano nel clima, nella salute e nei mezzi di sostentamento, il Programma consente a individui e società di prendere decisioni informate che salvaguardino le risorse marine. Tutto ciò è finalizzato alla costruzione di una società attenta all'oceano e capace di conservare e preservare l'oceano in modo sostenibile per le future generazioni.</p>
Gestione del consumo elettrico	
Gestione dei rifiuti	<p>All'interno della Rotta sono presenti destinazioni che rappresentano modelli di eccellenza nella gestione dei rifiuti e nel loro riciclo, sia in piccole comunità che in grandi località turistiche.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicuramente permane la necessità di educare i visitatori e i partner locali alle pratiche di gestione circolare dei rifiuti, anche attraverso attività di sensibilizzazione rivolte ai giovani. La Rotta dei Fenici collabora, ad esempio, con Legambiente, la più importante e diffusa associazione ambientalista in Italia, la cui missione principale è guidare l'economia verso nuovi modelli di economia verde e circolare.</li> </ul>
Consumo di prodotti locali	<p>I prodotti locali sono fondamentali per il turismo perché valorizzano l'identità di un territorio, offrono un'esperienza più autentica e genuina e sostengono l'economia locale. I turisti tendono sempre più a ricercare esperienze legate al cibo, al vino e alle tradizioni locali, considerando l'enogastronomia come un vero e proprio motore del viaggio, che va oltre il semplice consumo del prodotto per conoscere la storia e la cultura del luogo.</p> <p>La Rotta dei Fenici ha sempre sostenuto la necessità di creare sinergie locali con i produttori, e soprattutto collabora con altri Itinerari Culturali su questi temi specifici, come ad esempio con Iter Vitis per tutto ciò che riguarda il mondo del vino, e con l'Albero di Ulivo per il mondo dell'olio.</p> <p>Insieme a questi due Itinerari Culturali, la Rotta dei Fenici ha anche creato Centri di Interpretazione condivisi in varie destinazioni che sono considerate <i>crossroads</i>, incroci.</p>
Utilizzo di energie pulite	
Conseguimento di un marchio ECOLABEL o del marchio verde MED-ROUTES	<p>Riteniamo che, prima di tutto, si debba prevedere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; la creazione di standard comuni di sostenibilità, riferiti alle caratteristiche specifiche dei diversi territori coinvolti nei progetti degli Itinerari Culturali;</li> <li>&gt; supporto tecnico e orientamento per comprendere le procedure di certificazione richieste;</li> <li>&gt; assistenza nella presentazione delle domande;</li> <li>&gt; creazione di strumenti comuni di valutazione e certificazione.</li> </ul>
Evitare l'uso di sostanze o prodotti pericolosi	

Mostrare o fornire informazioni sul nostro Eco- itinerario al pubblico e ai visitatori	<p>Necessità di sviluppare materiale multilingua (sia in formato cartaceo che digitale) per promuovere gli eco-itinerari realizzati attraverso tutti i nostri canali.</p> <p>Possibilità di creare un marchio speciale o un “eco-passaporto” per i visitatori che partecipano ad attività sostenibili lungo gli Eco-Itinerari.</p>
Promuovere il coinvolgimento tra diversi attori pubblici e privati	<p>Promuovere il coinvolgimento tra attori pubblici e privati implica stabilire una comunicazione chiara, creare piattaforme inclusive per il dialogo e costruire fiducia attraverso trasparenza e obiettivi condivisi. Le strategie efficaci includono la definizione di una visione comune, la raccolta di feedback, l'utilizzo di molteplici canali di comunicazione e la costruzione di reti continue per la condivisione delle informazioni</p>
Protezione del patrimonio locale	<p>La tutela del patrimonio locale richiede un approccio complesso, che include la valorizzazione delle risorse tangibili e di quelle intangibili, come la salvaguardia dei paesaggi e delle tradizioni. È essenziale supportare le amministrazioni locali e le comunità per incrementarne la consapevolezza.</p> <p>Coinvolgimento della comunità: sensibilizzare la comunità e promuovere la conoscenza del patrimonio è fondamentale, anche attraverso la formazione.</p> <p>Finanziamenti e supporto ai progetti: individuare progetti che possano finanziare la conservazione delle competenze tradizionali e restituire siti storici a usi produttivi, creando un futuro sostenibile, anche attraverso l'impiego di nuove tecnologie.</p>
Promozione della mobilità sostenibile	<p>Stiamo lavorando, anche nell'ambito di altri progetti, per:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incoraggiare la mobilità attiva: sviluppare e migliorare le infrastrutture per camminare e andare in bicicletta, come piste ciclabili e aree pedonali, e offrire incentivi a chi utilizza questi mezzi per recarsi al lavoro,</li> <li>- Promuovere veicoli a emissioni zero: incentivare l'adozione di veicoli elettrici e a idrogeno ampliando le infrastrutture di ricarica e offrendo incentivi per l'acquisto e l'uso di tali veicoli,</li> <li>- Favorire l'adozione di politiche intelligenti nelle nostre destinazioni: introdurre misure come il prezzo del carbonio per internalizzare i costi dell'inquinamento e utilizzare dati e intelligenza artificiale per creare sistemi di trasporto più efficienti e integrati,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incoraggiare un cambiamento nel comportamento: usare la gestione della mobilità e le campagne di sensibilizzazione per far riflettere sulle proprie abitudini di trasporto e favorire la scelta di opzioni più sostenibili,</li> <li>- Supportare la mobilità alternativa e condivisa: promuovere servizi come il car-sharing e il bike-sharing per favorire la condivisione dei mezzi di trasporto e rendere il trasporto più accessibile.</li> <li>- Creare sistemi integrati: collegare i diversi mezzi di trasporto; lo stiamo facendo attraverso forme sostenibili di mobilità nautica, collegate a sistemi sostenibili a terra (turismo in bicicletta).</li> </ul>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## II.1 OBIETTIVI E FINALITÀ SPECIFICHE DELL'ITINERARIO CULTURALE IN RIFERIMENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE

*In questa sezione, ogni partner deve selezionare **tre sfide prioritarie** tra quelle elencate nella Sezione I.3 (sfide relative alla sostenibilità e all'economia circolare).*

*Per **ogni sfida selezionata**, definire **un obiettivo generale**, descrivendo il risultato desiderato.*

*Ogni obiettivo dovrebbe essere suddiviso in almeno **due obiettivi specifici**, che corrispondono a misure concrete e attuabili da implementare.*

Definire l'obiettivo e le finalità specifiche volti a integrare i principi dell'economia circolare, secondo la struttura riportata di seguito. Espandere la tabella come si ritiene opportuno..	
<b>Sfida prioritaria selezionata 1 (SPC1)</b>	(nome della sfida, come indicato nella Sezione I.3)
Obiettivo generale per SPC1	Mostrare o fornire informazioni sul nostro Eco-itinerario al pubblico e ai visitatori

Obiettivo specifico 1A	Promuovere e comunicare l'Eco-itinerario, nel nostro caso sviluppato a Cipro, per informare, sensibilizzare e coinvolgere attivamente in primis la comunità locale e gli operatori locali e successivamente i visitatori.
Obiettivo specifico 1B	<p>Includere questo Eco-Itinerario nella macro-strategia delle Smart Ways della Rotta dei Fenici;</p> <p>Organizzare eventi e attività di capacity building per illustrare nel dettaglio i principi dell'economia circolare;</p> <p>Ottenere il riconoscimento di ECOLABEL o del Green Label MED-ROUTES;</p> <p>Organizzare Educational Tour per tour operator al fine di promuovere l'Eco-Itinerario.</p>
<b>Sfida prioritaria selezionata 2 (SPC2)</b>	(nome della sfida, come indicato nella Sezione I.3)
Obiettivo generale per SPC2	Salvaguardare il patrimonio locale
Obiettivo specifico 2A	Promuovere la conservazione e la valorizzazione del patrimonio culturale (tangibile e intangibile) e naturale legato ai temi fondanti del nostro Itinerario Culturale, vale a dire le antiche civiltà del Mediterraneo.
Obiettivo specifico 2B	<p>Sensibilizzare sull'implementazione e sull'integrazione delle pratiche di economia circolare (riciclo dei materiali, sostenibilità dei materiali utilizzati per le ristrutturazioni, utilizzo responsabile delle risorse naturali, minimizzazione dei rifiuti, eliminazione della plastica, ecc.).</p> <p>Sviluppare attività educative e di sensibilizzazione rivolte a giovani e visitatori sul valore del patrimonio culturale, con l'obiettivo di tramandare conoscenze tra le generazioni.</p> <p>Sviluppare attività di sensibilizzazione dedicate al patrimonio archeologico subacqueo e al patrimonio marino correlato.</p>
<b>Sfida prioritaria selezionata 3 (SPC 3)</b>	(nome della sfida, come indicato nella Sezione I.3)
Obiettivo generale per SPC3	Consumare prodotti locali

Obiettivo specifico 3A	<p>Promuovere le filiere corte e rafforzare le economie locali.</p> <p>Incoraggiare i visitatori a diventare ambasciatori dei valori ambientali, portandoli con sé al rientro.</p> <p>Promuovere il turismo enogastronomico, collegato al turismo culturale, come strumento perfettamente in linea con il Green Deal dell'UE e con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite.</p>
Obiettivo specifico 3B	<p>Costruire reti di collaborazione tra regioni e paesi (tra agricoltori locali, artigiani, imprese tradizionali e attività ricettive).</p> <p>Creare Centri di Interpretazione condivisi con altri Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa che trattano questi temi (es. Iter Vitis, Rotta dell'Albero di Ulivo e Rotta Europea della Ceramica).</p>

Obiettivo specifico 1A	
Azione da attuare <b>(A1A)</b>	Piattaforma Digitale delle Smart Ways della Rotta dei Fenici con mappa interattiva, in cui inserire l'Eco-Itinerario sviluppato a Cipro.
Periodo di attuazione	<p>Fasi di preparazione e progettazione: gennaio – giugno 2026</p> <p>Sviluppo: luglio – dicembre 2026</p> <p>Lancio e aggiornamenti continui: a partire dal 2027</p>
Parti interessate da coinvolgere	Tutti i membri della Rotta dei Fenici (regioni, comuni, musei/siti archeologici, camere di commercio, associazioni culturali, fondazioni, stakeholder del turismo, ecc.) – raccolta dati e collaborazione
Destinatari principali dell'azione	Comunità locali

	Visitatori e viaggiatori Istituzioni educative (scuole e università) Stakeholder turistici e culturali
Obiettivo specifico 1B	
Azione da attuare <b>(A1B)</b>	
Periodo di attuazione	
Parti interessate coinvolte	
Destinatari principali dell'azione	
Obiettivo specifico 2A	
Azione da attuare <b>(A2A)</b>	Campagna di comunicazione e sensibilizzazione
Periodo di attuazione	Preparazione: febbraio 2026 Sviluppo: febbraio – dicembre 2026
Parti interessate da coinvolgere	Tutti i membri della Rotta dei Fenici (regioni, comuni, musei/siti archeologici, camere di commercio, associazioni culturali, fondazioni, stakeholder del turismo, ecc.)  Operatori della comunicazione Stakeholder della stampa
Principale pubblico di riferimento dell'azione	Comunità locali Giovani Istituzioni educative (scuole e università) Visitatori e viaggiatori Enti pubblici Stakeholder turistici e culturali
Obiettivo specifico 2B	
Azione da attuare <b>(A2B)</b>	
Periodo di attuazione	
Parti interessate coinvolte	
Destinatari principali dell'azione	
Obiettivo specifico 3A	

Azione da attuare <b>(A3A)</b>	Creazione di Centri di Interpretazione condivisi con altri Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa
Periodo di attuazione	Fasi di preparazione e progettazione: maggio – settembre 2026 Sviluppo: ottobre 2026 – dicembre 2027 Lancio e aggiornamenti continui: a partire da dicembre 2027
Parti interessate da coinvolgere	Altri Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa  Membri della Rotta dei Fenici (comuni, musei/siti archeologici, fondazioni, associazioni culturali, stakeholder del turismo, ecc.)
Destinatari principali dell'azione	Comunità locali Giovani Istituzioni educative (scuole e università) Visitatori e viaggiatori Enti pubblici Stakeholder turistici e culturali
Obiettivo specifico 3B	
Azioni da attuare <b>(A3B)</b>	
Periodo di attuazione	
Parti interessate da coinvolgere	
Destinatari principali dell'azione	

## II.2 TARGET DI RIFERIMENTO

Identificate i principali destinatari delle azioni orientate alla sostenibilità del vostro itinerario culturale (ad esempio, turisti, comunità locali, studenti, responsabili politici) e descrivete in che modo l'itinerario risponde alle loro esigenze e ai loro interessi specifici. Compilate la tabella sottostante e specificate in che modo ciascuna azione prevista si rivolge a ciascun destinatario

<b>Pubblico chiave</b>	<b>Esigenze e interessi soddisfatti</b>
------------------------	-----------------------------------------



Comunità locale	Attività di sensibilizzazione e promozione; supporto agli operatori locali nel campo della valorizzazione culturale e turistica.
Decisori politici	Consulenza economica, sociale e turistica per il territorio, attraverso iniziative di capacity building e branding dell'area, con particolare attenzione ai principi dell'economia circolare.
Studenti / Istituzioni nel campo della formazione	Opportunità di formazione nell'ambito dell'apprendimento culturale e ambientale. Sviluppo di competenze e comprensione delle pratiche sostenibili. Attraverso: workshop formativi, visite a siti archeologici e naturalistici/musei, programmi di sensibilizzazione sull'economia circolare e sullo sviluppo sostenibile, sviluppo di strumenti digitali e contenuti per una loro applicazione in aula.
Turisti	Miglioramento dei servizi e delle esperienze dei visitatori con un approccio sostenibile, rigenerativo, esperienziale e creativo. Questo obiettivo si realizza creando un'offerta di qualità coerente in tutte le nostre destinazioni e supportando i tour operator nella creazione di viaggi di qualità. Anche i viaggiatori hanno opportunità di sensibilizzazione e incontri durante il loro percorso.
Comunità locale	Attività di sensibilizzazione e promozione; supporto agli operatori locali nel campo della valorizzazione culturale e turistica.

## III.1 CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE

Diagramma di Gantt

	mesi 2026											
azione	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>A1A</b>												
<b>A1B</b>												
<b>A2A</b>												
<b>A2b</b>												
<b>A3A</b>												
<b>A3B</b>												

### III.2 STRATEGIE DI MONITORAGGIO

Azione	Descrivi gli strumenti e i metodi che il tuo itinerario culturale utilizzerà per monitorare i progressi e l'impatto delle azioni proposte in materia di sostenibilità ed economia circolare, quali indicatori chiave di prestazione (KPI), valutazioni periodiche, feedback della comunità o audit esterni. (Amplia la tabella come ritieni opportuno).
<b>A1A</b>	<p><b>Key Performance Indicators (KPIs)</b></p> <p>Indicatori sociali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visite alla piattaforma digitale e grado di interazione,</li> <li>- Partecipazione degli stakeholder locali alle attività preparatorie,</li> <li>- Partecipazione dei membri della Rotta dei Fenici alla raccolta dati.</li> </ul> <p>Indicatori economici:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di visitatori delle Smart Ways,</li> <li>- Creazione di nuove collaborazioni tra stakeholder culturali/turistici e imprese.</li> </ul> <p>Indicatori culturali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di siti culturali/naturalistici registrati e digitalizzati,</li> </ul> <p>Collaborazione con centri di ricerca per condurre studi sull'impatto ambientale, sociale ed economico.</p>
<b>A1B</b>	
<b>A2A</b>	<p><b>Key Performance Indicators (KPIs)</b></p> <p>Indicatori ambientali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Riduzione del consumo di acqua ed energia elettrica durante gli eventi,</li> <li>- Percentuale di rifiuti riciclati,</li> <li>- Utilizzo di fonti di energia rinnovabile</li> </ul> <p>Indicatori sociali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di partecipanti agli eventi,</li> <li>- Visite alla piattaforma digitale e grado di interazione,</li> <li>- Feedback della comunità (questionari e sondaggi online rivolti a visitatori, comunità locali e PMI),</li> </ul> <p>Monitoraggio dei commenti e dell'interazione sui social media come indicatori di interesse e impatto.</p>
<b>A2b</b>	

<b>A3a</b>	<p><b>Key Performance Indicators (KPIs)</b></p> <p>Indicatori sociali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipazione degli stakeholder locali e delle PMI alle attività preparatorie.</li> </ul> <p>Indicatori economici:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di visitatori ai Centri di Interpretazione,</li> <li>- Creazione di nuove collaborazioni tra stakeholder culturali/turistici e imprese.</li> </ul> <p>Indicatori ambientali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Riduzione del consumo di acqua ed energia elettrica nei Centri di Interpretazione,</li> <li>- Percentuale di rifiuti riciclati,</li> <li>- Utilizzo di fonti di energia rinnovabile</li> </ul>
------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



**MED-Routes**

**Interreg**  
Euro-MED



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"*

## Piano d'azione MED-Routes Strada Europea della Ceramica



Project Information	
Acronimo del progetto	MED-Routes
Titolo completo del progetto	"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"
Priorità del progetto	Mediterraneo più verde
Missione del progetto	Migliorare il turismo sostenibile
Obiettivo specifico	RSO2.6: Promuovere la transizione verso un'economia circolare ed efficiente sotto il profilo delle risorse
Tipo di progetto	Progetto di trasferimento (progetto tematico)
ID progetto	Euro-MED0200798
Data di inizio	1 gennaio 2024
Durata	27 mesi

## INDICE

I.1. NOME DELL'ITINERARIO .....	48
I.2. DESCRIZIONE DELL'ITINERARIO CULTURALE.....	48
I.3. SFIDE ED ESIGENZE RELATIVE ALL'ATTUAZIONE DEI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ E DI ECONOMIA CIRCOLARE NELLE ATTUALI PRATICHE DI PATRIMONIO CULTURALE LUNGO L'ITINERARIO CULTURALE.....	49
II.1 OBIETTIVI E FINALITÀ SPECIFICHE DELL'ITINERARIO CULTURALE IN RIFERIMENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE.....	64
II.2 TARGET DI RIFERIMENTO.....	68
III.1 CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE.....	70
III.2 STRATEGIE DI MONITORAGGIO.....	71

## I.1. NOME DELL'ITINERARIO

Indicare il nome dell'Itinerario
<i>Strada Europea della Ceramica</i>

## I.2. DESCRIZIONE DELL'ITINERARIO CULTURALE

Descrivere il tema dell'itinerario culturale, fornire una panoramica dei suoi itinerari principali e identificare le pratiche culturali, i prodotti o i servizi chiave che definiscono e sostengono tali itinerari.
<p>La Strada Europea della Ceramica è un Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa certificato dal 2012, dedicato alla valorizzazione e alla promozione del patrimonio culturale materiale e immateriale legato alla ceramica.</p> <p>L'Itinerario rappresenta una solida rete attorno al tema e al mondo della ceramica, in grado di valorizzare le tradizioni e le produzioni ceramiche come strumenti di sviluppo turistico, economico, culturale e sociale delle comunità europee coinvolte.</p> <p>L'idea di perseguire l'obiettivo di creare una Strada Europea della Ceramica è nata nel 2008, nell'ambito di un progetto europeo che prevedeva la mappatura e la promozione delle città ceramiche europee. Al termine del progetto, i partner hanno deciso di dare a questa esperienza l'opportunità di crescere e svilupparsi, includendo nuovi membri e diventando una rete europea del Consiglio d'Europa dedicata alla ceramica. La Strada ha ricevuto il primo marchio di certificazione nel 2012 e da allora la rete ha lavorato per aumentare le sue attività e realizzare una serie di azioni chiave, che le hanno permesso di espandersi e sviluppare ogni anno diversi progetti e attività.</p> <p>La Strada Europea della Ceramica mira a creare un'offerta turistica sostenibile e competitiva basata non solo sulle produzioni artistiche, sulle collezioni culturali, sui laboratori e sui musei, ma anche sull'intero sviluppo culturale e sociale legato al mondo della ceramica nel corso degli anni.</p> <p>Per raggiungere questo obiettivo, la Strada promuove la cooperazione tra i partner e realizza progetti europei che si concentrano su priorità chiave: sviluppo locale, turismo sostenibile legato al patrimonio ceramico, digitalizzazione dei beni culturali e promozione delle culture ceramiche europee.</p> <p>Tra le sue attività, la Strada Europea della Ceramica persegue la promozione della diversità europea nel campo dell'arte ceramica, ma anche dei contesti locali: lungo il percorso le persone hanno l'opportunità di conoscere le tradizioni culturali delle comunità, con particolare riferimento agli artisti e agli artigiani ceramisti, visitando i loro laboratori, visitando musei con collezioni permanenti o temporanee di ceramiche tradizionali e contemporanee e partecipando a residenze artistiche e fiere di mercato.</p> <p>La Strada Europea della Ceramica conta attualmente 28 partner, in rappresentanza di 17 paesi. Tra i soci fondatori figurano Faenza (Italia), Limoges (Francia), Höhr</p>



Grenzhausen (Germania) e il Museo Porzellanikon (Germania). Da quando Faenza ha assunto la guida dell'Itinerario, si sono aggiunti i seguenti soci (elencati in ordine di adesione): Aveiro (Portogallo), la Fondazione Iznik (Turchia), Bolesławiec (Polonia), Castellò de la Plana (Spagna), Gmunden (Austria), Manises (Spagna), Talavera de la Reina (Spagna), l'Agenzia statale per il turismo/Sheki (Azerbaijan), il Museo Telemark (Norvegia), il Museo nazionale di Hutsulshchyna e Pokuttia Folk Art Y. Kobrynskyi, Kosiv, (Ucraina), Modra (Slovacchia), Petrinja (Croazia), Deruta (Italia), Avanos (Turchia), la Fondazione Malta Crafts (Malta), il Museo Princessehof di Leeuwarden (Paesi Bassi), Onda (Spagna), Sifnos (Grecia), la Società per lo Sviluppo Educativo “Ploigos” di Creta (Grecia), il Centro per lo Studio della Ceramica Moderna - Fondazione della Famiglia G. Psaropoulos di Atene (Grecia), Kütahya (Turchia), Aubagne (Francia), Çanakkale (Turchia) e l'Espace Muséal d'Andenne (Belgio).

### I.3. SFIDE ED ESIGENZE RELATIVE ALL'ATTUAZIONE DEI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ E DI ECONOMIA CIRCOLARE NELLE ATTUALI PRATICHE DI PATRIMONIO CULTURALE LUNGO L'ITINERARIO CULTURALE

Descrivere brevemente in che modo il percorso culturale identificato ha esaminato le principali sfide ed esigenze relative all'attuazione dei principi di sostenibilità ed economia circolare nelle sue pratiche (ad esempio: workshop con le parti interessate, sondaggi e questionari, valutazione dell'impatto ambientale, valutazioni in loco, altro).

La Strada Europea della Ceramica ha esaminato le principali sfide e necessità relative all'attuazione dei principi di sostenibilità ed economia circolare attraverso una combinazione di attività partecipative, analisi e progetti collaborativi che hanno coinvolto i suoi partner e gli attori locali.

In primo luogo, la Strada ha individuato diverse sfide strutturali e contestuali attraverso consultazioni interne e analisi territoriali, tra cui la notevole distanza geografica tra i partner e la limitata disponibilità di mobilità sostenibile sia tra i loro territori che all'interno degli stessi. Questi risultati sono stati discussi attraverso scambi con comuni, musei, associazioni e agenzie turistiche, evidenziando la necessità di collegamenti urbani ed extraurbani più sostenibili.

Per affrontare queste sfide, nel 2020 la Strada ha organizzato una serie di **webinar e workshop tematici** sul turismo culturale sostenibile, coinvolgendo partner, operatori locali e studenti di turismo e beni culturali. Queste sessioni hanno presentato casi di studio e strumenti strategici per creare offerte turistiche più sostenibili, sottolineando il ruolo delle tecnologie digitali come strumenti inclusivi per promuovere i territori e le esperienze sostenibili.

Inoltre, la Strada ha avviato **analisi e raccolta dati sulle buone pratiche di economia circolare** applicate dagli operatori culturali e turistici locali, nonché dalle amministrazioni comunali. Queste valutazioni mirano a identificare e condividere approcci rispettosi dell'ambiente, come la riduzione dei rifiuti, il riciclaggio e il riutilizzo dei materiali, nell'ambito della produzione ceramica e delle pratiche artistiche.

La Strada promuove anche **valutazioni in loco e progetti educativi collaborativi**, come residenze artistiche incentrate sul riutilizzo di argille presenti in natura per ridurre al minimo l'impatto ambientale. Queste attività contribuiscono a valutare la sostenibilità dei processi di produzione locali e dell'utilizzo dei materiali.

Infine, partecipando come partner associato al **progetto MED-Routes**, cofinanziato dal programma Interreg-Euro Med, la Strada Europea della Ceramica contribuisce alla creazione e alla sperimentazione di modelli turistici locali a basso impatto attraverso micro-itinerari, rafforzando ulteriormente il suo obiettivo strategico di integrare i principi di sostenibilità ed economia circolare nelle pratiche della sua rete.

### **GLI ECO-ITINERARI MED-ROUTES**

Nell'ambito della Strada sono stati creati due eco-itinerari, uno nel territorio del Comune di Faenza, Italia (in qualità di membro dell'Unione Romagna Faentina - URF) e Castellón de la Plana, Spagna, i due membri della Strada Europea della Ceramica che sono anche partner del progetto Med-Routes.

#### **L'eco-itinerario della Romagna Faentina**

In linea con l'obiettivo di rendere la Strada più sostenibile, l'eco-itinerario sviluppato nell'area della Romagna Faentina si basa su un modello innovativo di turismo rigenerativo, progettato per rafforzare il legame tra patrimonio culturale, natura e comunità locali in modo sostenibile.

Per identificare le principali sfide e necessità legate all'attuazione dei principi di sostenibilità ed economia circolare, è stato avviato un **processo partecipativo** che ha coinvolto gli operatori turistici locali. Attraverso **workshop, discussioni e questionari**, agli operatori è stato chiesto di condividere le loro opinioni sugli ostacoli e le opportunità legati allo sviluppo di un'offerta turistica più sostenibile.

La consultazione ha rivelato diverse sfide chiave: la mancanza di una strategia unificata tra gli attori locali, infrastrutture limitate a sostegno delle pratiche sostenibili e un certo grado di resistenza al cambiamento. Le discussioni hanno anche evidenziato la necessità di sensibilizzare gli operatori sul fatto che investire nel turismo sostenibile rappresenta un investimento nel futuro a lungo termine del settore stesso.

Ulteriori analisi attraverso **sondaggi e questionari di autovalutazione** hanno permesso alla Strada di valutare il livello di sostenibilità degli operatori in settori quali la gestione delle risorse idriche, la mobilità, l'energia e i rifiuti. Gli operatori più sostenibili sono stati quindi selezionati per far parte dell'eco-itinerario.

L'itinerario risultante include un **catalogo di aziende e punti di interesse** che offrono esperienze autentiche e sostenibili. Sono state identificate e contrassegnate località specifiche in cui è possibile sperimentare pratiche in linea con la sostenibilità ambientale e la circolarità, come agriturismi che offrono ospitalità dal produttore al

consumatore, cantine che offrono degustazioni sostenibili e vendita diretta di prodotti locali e laboratori di ceramica a Faenza che preservano le tradizioni artigianali attraverso metodi responsabili.

Riconoscendo la sfida continua della mobilità sostenibile, l'itinerario promuove opzioni di viaggio a basso impatto attraverso una **mappa digitale** che evidenzia percorsi ciclabili, stazioni ferroviarie, noleggi di biciclette e collegamenti con i mezzi pubblici, incoraggiando i visitatori a esplorare il territorio in modo responsabile.

L'itinerario ha una struttura a “margherita”, costruita attorno a un percorso principale e tre diramazioni tematiche. Questa struttura permette di esplorare in profondità paesaggi, villaggi, conoscenze e comunità. Offre un'esperienza coinvolgente e autentica che riflette l'equilibrio tra la presenza umana e il mondo naturale.

Il suo collegamento con la **Strada Europea della Ceramica** conferisce all'itinerario una risonanza sia simbolica che internazionale. Faenza, centro di ceramica artistica riconosciuto a livello internazionale, diventa il punto di partenza di una narrazione che intreccia arte, materia, paesaggio e memoria, tracciando un percorso che collega luoghi e conoscenze condivise in tutta Europa.

#### **L'eco-itinerario di Castellón de la Plana**

**L'eco-itinerario di Castellón de la Plana** è stato concepito come un'iniziativa pilota volta a integrare efficacemente i principi della sostenibilità e dell'economia circolare in un territorio profondamente radicato nella ceramica, sia nella sua dimensione industriale che artigianale. Castellón è uno dei principali centri di produzione ceramica d'Europa, un luogo in cui l'innovazione tecnologica, la creazione artistica, la ricerca scientifica e la tradizione manuale convergono attorno a un unico materiale che ha plasmato l'identità, l'economia e il panorama culturale della regione. Questo contesto rende la città un luogo eccezionale per sperimentare nuove forme di turismo sostenibile basate sull'apprezzamento del patrimonio tangibile e intangibile, sulla partecipazione attiva degli attori locali e sull'interconnessione tra cultura, industria, gastronomia e ambiente.

La progettazione dell'itinerario ecologico ha seguito un **approccio partecipativo e intersettoriale**, coinvolgendo gli attori chiave dell'ecosistema locale in un dialogo aperto e costruttivo. Attraverso workshop partecipativi, incontri tematici e sondaggi, sono state raccolte le opinioni e le proposte di **imprenditori, artigiani, ricercatori, rappresentanti della pubblica amministrazione, residenti e potenziali visitatori**. Questo processo ha contribuito a costruire una visione condivisa del territorio e a identificare sia le sfide che le opportunità per promuovere un modello di turismo sostenibile basato sull'identità ceramica distintiva di Castellón.

L'**amministrazione pubblica**, guidata dal Comune di Castellón de la Plana, ha svolto un ruolo cruciale nel coordinamento istituzionale e nell'identificazione delle risorse patrimoniali più rappresentative del territorio, garantendo la coerenza con le strategie locali in materia di sostenibilità, mobilità verde e transizione energetica. Allo stesso tempo, il **settore imprenditoriale e i cluster ceramici**, rappresentati da organizzazioni come l'*Istituto di Tecnologia Ceramica (ITC)*, hanno contribuito con la loro esperienza in

materia di innovazione, efficienza energetica e gestione sostenibile delle risorse, dimostrando come i principi dell'economia circolare possano essere applicati nella pratica alla produzione industriale. La loro partecipazione ha contribuito a mettere in luce le dimensioni più contemporanee e creative del settore, trasformando l'industria ceramica in **un bene culturale e turistico di alto valore**, in grado di attrarre visitatori interessati a esplorare i processi, la tecnologia e l'estetica che definiscono l'eccellenza ceramica di Castellón.

Anche la comunità accademica ha svolto un ruolo decisivo. L'**Università Jaume I (UJI)**, attraverso i suoi gruppi di ricerca in materia di sostenibilità, turismo e gestione culturale, ha contribuito all'analisi dei dati, allo sviluppo di strumenti diagnostici e alla diffusione delle conoscenze scientifiche. Questa collaborazione ha rafforzato il legame tra ricerca applicata e sviluppo locale, sostenendo la formazione di studenti e professionisti in pratiche sostenibili e promuovendo il trasferimento di conoscenze alle aziende e ai laboratori artigianali.

Gli **artigiani ceramisti**, a loro volta, hanno occupato una posizione centrale come custodi del sapere ancestrale e come ambasciatori chiave dell'identità culturale del territorio. Attraverso interviste, incontri collaborativi e dimostrazioni dal vivo, hanno condiviso le loro prospettive sulla necessità di adattare l'artigianato tradizionale alle sfide contemporanee, integrando materiali riciclati, processi a basso impatto e nuove forme di espressione creativa. La loro partecipazione conferisce all'itinerario ecologico una dimensione distintamente umana e sensoriale, consentendo ai visitatori di osservare, imparare e assumere un ruolo attivo nel processo di creazione ceramica.

Il processo di consultazione e analisi ha rivelato diverse **sfide strutturali**, tra cui il collegamento limitato tra le reti industriali e turistiche, la necessità di rafforzare la formazione sulla sostenibilità e la difficoltà di integrare pienamente i principi dell'economia circolare nella gestione quotidiana delle attività turistiche. Tuttavia, ha anche messo in luce importanti **opportunità**, come l'esistenza di un tessuto industriale altamente innovativo, un'università fortemente impegnata nella ricerca applicata, un settore artigianale resiliente e un'identità locale profondamente radicata nella cultura ceramica.

L'**Eco-Itinerario di Castellón de la Plana** è stato infine strutturato come un percorso che intreccia i molteplici spazi in cui convergono **cultura, sostenibilità e ceramica**, creando un'esperienza integrata e coerente per il visitatore. Lungo l'itinerario, i visitatori possono esplorare **laboratori artigianali, strutture industriali aperte al pubblico, centri di interpretazione e musei**, nonché **locali gastronomici** che incorporano ceramiche di produzione locale nella presentazione e nel design delle loro offerte culinarie. La gastronomia diventa così un elemento sia simbolico che esperienziale, rafforzando il legame tra prodotto, territorio e sostenibilità. I ristoranti inclusi nell'itinerario promuovono l'uso di ingredienti locali e stagionali, adottando principi a chilometro zero e misure di riduzione degli sprechi alimentari, in piena sintonia con la filosofia circolare che sta alla base dell'intero progetto.

Particolare attenzione è stata dedicata alla **mobilità sostenibile**, considerata una componente fondamentale dell'esperienza turistica responsabile. L'itinerario integra una rete di percorsi a basso impatto che collegano i principali punti di interesse attraverso percorsi pedonali, piste ciclabili e trasporti pubblici, integrati da una mappa

digitale interattiva che aiuta i visitatori a pianificare viaggi rispettosi dell'ambiente. Questo approccio incoraggia una forma di turismo più lenta, consapevole e partecipativa, invitando i viaggiatori a riscoprire il territorio attraverso la vicinanza e la consapevolezza ambientale.

Il risultato è una proposta innovativa che non solo arricchisce l'offerta turistica della città, ma rafforza anche il suo tessuto sociale ed economico. **L'Eco-Itinerario di Castellón de la Plana** si propone come modello di **innovazione territoriale e turismo rigenerativo**, dove la ceramica - nelle sue dimensioni materiali, simboliche ed economiche - funge da filo conduttore di una narrazione che unisce tradizione e modernità, industria e artigianato, scienza e creatività. Grazie alla collaborazione tra pubblica amministrazione, mondo accademico, settore privato e comunità artigianale, il progetto promuove una vera e propria transizione verso un sistema circolare in cui i rifiuti vengono trasformati in risorse, la conoscenza viene condivisa e la cultura diventa un motore di coesione sociale. Nel quadro del **progetto europeo MED-Routes**, Castellón offre un esempio stimolante di come il patrimonio industriale e culturale possa essere ripensato come un'esperienza turistica sostenibile, in grado di generare identità, innovazione e benessere per le comunità locali.

Si prega di identificare le sfide e le esigenze principali del proprio itinerario culturale. I settori elencati di seguito derivano dalla serie iniziale di indicatori stabiliti da MED-Routes.

Si prega di compilare le informazioni solo se applicabili e di lasciare in bianco se non pertinenti.

Gestione del consumo idrico

**L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)**

Nell'URF è necessario istituire stazioni di ricarica dell'acqua lungo i percorsi e nelle aree di sosta per ridurre l'uso di bottiglie di plastica monouso. Questi punti di ricarica potrebbero essere segnalati sulle mappe per favorire un'idratazione sostenibile dei visitatori.

Un'altra esigenza riguarda l'educazione degli operatori e dei visitatori alle tecniche di conservazione dell'acqua, con suggerimenti per rubinetti a risparmio idrico e sistemi di irrigazione efficienti nelle strutture agrituristiche lungo i percorsi.

Infine, nelle aree idonee, è necessario implementare sistemi di trattamento delle acque reflue per irrigare gli spazi verdi, i giardini botanici e i parchi all'interno degli eco-itinerari.

**L'eco-itinerario di Castellón de la Plana**

	<p>A Castellón de la Plana, la gestione del consumo idrico rappresenta una sfida fondamentale, sia per le caratteristiche climatiche dell'ambiente mediterraneo sia per l'uso intensivo delle risorse idriche nell'industria ceramica e nei servizi legati al turismo. Nell'ambito dell'Eco-Itinerario, sono state individuate diverse esigenze per migliorare l'efficienza idrica, promuovere un consumo responsabile e rafforzare la consapevolezza sia degli operatori locali sia dei visitatori.</p> <p>In primo luogo, è necessario creare una mappa digitale interattiva che identifichi le stazioni di ricarica dell'acqua esistenti situate lungo i percorsi pedonali e ciclabili, negli spazi pubblici e vicino alle principali attrazioni culturali e turistiche. Questi punti di ricarica, già collegati alla rete idrica comunale e dotati di sistemi di informazione digitale, contribuiscono a ridurre l'uso di bottiglie di plastica monouso e a promuovere abitudini di idratazione sostenibili tra i visitatori</p> <p>In secondo luogo, è riconosciuta la necessità di formare e sensibilizzare gli operatori turistici, gli artigiani e le imprese ricettive in materia di risparmio idrico e pratiche di gestione efficiente. Molti degli spazi associati all'itinerario - come laboratori di ceramica, musei e ristoranti - sono disposti ad adottare misure sostenibili, ma spesso non dispongono delle conoscenze tecniche o delle indicazioni pratiche per farlo. Per questo motivo, si propone di organizzare sessioni di formazione e iniziative pilota incentrate sull'installazione di sistemi efficienti dal punto di vista idrico, come rubinetti con aeratori, WC a doppio scarico e tecnologie di irrigazione intelligenti per giardini, cortili e aree esterne aperte ai visitatori. La collaborazione con l'Università Jaume I (UJI) e i dipartimenti ambientali locali consentirebbe lo sviluppo di meccanismi di ricerca applicata e monitoraggio, offrendo raccomandazioni basate sui dati e adattate alle condizioni climatiche locali.</p> <p>Inoltre, è stata individuata l'opportunità di riutilizzare le acque reflue trattate per scopi non potabili, in particolare per l'irrigazione delle aree verdi, dei giardini botanici e dei parchi urbani inclusi nell'itinerario ecologico. Questa misura, in linea con le strategie di sostenibilità del comune, consentirebbe di progredire verso un modello di gestione circolare dell'acqua, riducendo la pressione sulle risorse naturali e fungendo da esempio di buone pratiche che potrebbero essere replicate in altre destinazioni turistiche.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Gestione del consumo elettrico

**L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)**

Nell'area URF, le barriere burocratiche e le rigide normative, in particolare quelle relative all'ospitalità e all'installazione di infrastrutture sostenibili, rendono difficile il miglioramento in questo settore. Tuttavia, vale anche la pena ricordare che alcuni operatori locali, come quelli del settore agricolo e turistico, hanno già iniziato ad attuare soluzioni ecologiche come i pannelli solari e altri sistemi di energia rinnovabile. Sebbene questi sforzi siano incoraggianti, il processo rimane lungo e impegnativo, soprattutto per le piccole imprese. Le regole complicate e i costi elevati di installazione delle tecnologie sostenibili spesso scoraggiano gli operatori più piccoli dall'agire. Per facilitare loro il compito, semplificare queste procedure e offrire sostegno finanziario potrebbe aiutare un maggior numero di imprese locali a partecipare alla transizione verso l'energia pulita.

**L'eco-itinerario di Castellón de la Plana**

A Castellón de la Plana, la gestione del consumo elettrico è una priorità sempre più importante a causa dell'**elevata domanda energetica dell'industria ceramica** e della **crescente elettrificazione dei servizi turistici**. L'Eco-Itinerario identifica diverse sfide e opportunità per promuovere l'efficienza energetica e l'integrazione delle energie rinnovabili nei siti culturali, industriali e turistici.

Uno dei principali ostacoli riguarda la **complessità delle procedure amministrative** per l'installazione di pannelli solari e altre infrastrutture rinnovabili nei siti storici o nelle aree urbane, che spesso scoraggiano le piccole imprese e gli operatori culturali dall'adottare soluzioni di energia pulita. La semplificazione di queste procedure e l'offerta di incentivi locali potrebbero aumentare in modo significativo la partecipazione di laboratori artigianali, musei e strutture ricettive agli sforzi di transizione energetica sostenibile.

Inoltre, è necessario **formare gli operatori turistici e culturali** sulle pratiche di efficienza energetica, compreso l'uso di illuminazione a LED, sistemi di monitoraggio intelligenti e strumenti di gestione dell'energia per ottimizzare il consumo quotidiano. La collaborazione con l'**Università Jaume I (UJI)** e i cluster di innovazione locali potrebbe favorire progetti pilota che

	<p>dimostrino come la tecnologia possa ridurre le emissioni e i costi operativi.</p>
Gestione dei rifiuti	<p><b><u>L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Nel territorio dell'URF, tutti gli operatori attuano già la raccolta differenziata dei rifiuti, come previsto dalla legge italiana.</p> <p>Ci sono diverse esigenze che richiedono ulteriori passi avanti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzare utensili e imballaggi compostabili durante le degustazioni e gli eventi culinari lungo i percorsi per ridurre al minimo i rifiuti non riciclabili e creare un'esperienza turistica a basso impatto.</li> <li>- Incoraggiare l'uso dei doggy bag nei ristoranti e nei luoghi di agriturismo per consentire ai visitatori di portare via gli avanzi e ridurre lo spreco alimentare.</li> <li>- Sviluppare un'app che consenta agli operatori locali di condividere le risorse non utilizzate, come cibo o materiali, contribuendo all'economia circolare e riducendo la quantità di rifiuti prodotti. L'app potrebbe anche includere opzioni per il compostaggio e il riciclaggio</li> </ul> <p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p>A Castellón de la Plana, la gestione dei rifiuti rappresenta un aspetto fondamentale della strategia di sostenibilità dell'Eco-Itinerario, in particolare a causa della combinazione di attività industriali, culturali e turistiche che coesistono nel territorio. La maggior parte degli operatori partecipanti applica già sistemi di raccolta differenziata dei rifiuti, in conformità con le normative spagnole e comunali, ma esistono ancora diverse opportunità di miglioramento per passare a un modello più circolare e a basso impatto.</p> <p>Una delle principali esigenze individuate è quella di ridurre la produzione di rifiuti non riciclabili durante gli eventi, i workshop e le attività gastronomiche legate all'itinerario. A tal fine, si propone di incoraggiare l'uso di utensili, contenitori e materiali compostabili o riutilizzabili, sostituendo gradualmente la plastica con alternative sostenibili, in particolare durante le degustazioni, le fiere e le dimostrazioni artigianali.</p> <p>Si propone inoltre di promuovere l'uso dei “doggy bag” nei ristoranti e nelle strutture turistiche, consentendo ai visitatori di portare con sé gli avanzi di cibo e</p>



	<p>contribuendo così a ridurre gli sprechi alimentari. Questa semplice misura rafforza la consapevolezza ambientale dei visitatori e dimostra l'impegno del settore ricettivo nei confronti della sostenibilità.</p> <p>Un'altra iniziativa chiave prevede lo sviluppo di una piattaforma digitale collaborativa che consenta agli operatori locali - come laboratori, musei, ristoranti e aziende - di condividere risorse inutilizzate o in eccedenza, tra cui cibo, materiali o prodotti ceramici, promuovendo così un'economia circolare basata sulla cooperazione territoriale. Questo strumento potrebbe anche fornire informazioni sui siti di compostaggio, sui punti di riciclaggio e sugli impianti speciali di raccolta dei rifiuti, garantendo la tracciabilità e la trasparenza nella gestione dei rifiuti.</p> <p>Inoltre, è essenziale installare contenitori per la raccolta differenziata lungo l'Eco-Itinerario, in particolare nelle aree di sosta, nei punti panoramici e nelle zone turistiche ad alto traffico. Queste strutture consentiranno una corretta separazione dei rifiuti e rafforzeranno l'impegno dei visitatori ad adottare un comportamento responsabile lungo tutto il percorso.</p>
Consumo di prodotti locali	<p><b><u>L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>A questo proposito, l'URF sta già compiendo progressi, poiché i prodotti locali sono una parte fondamentale dei suoi punti di forza, attirando molti turisti con un'offerta diversificata e di alta qualità. Tuttavia, nonostante questi numerosi prodotti locali eccellenti, la nostra regione manca ancora di una vera e propria catena di approvvigionamento turistica organizzata che si concentri sulla promozione dei prodotti locali. Sebbene disponiamo di molti prodotti eccezionali, spesso gli operatori lavorano individualmente e potrebbero non essere nemmeno a conoscenza delle offerte disponibili presso le aziende e i produttori vicini. L'Eco-Itinerario potrebbe certamente contribuire a creare un'immagine più unitaria, incoraggiando una maggiore collaborazione e condivisione delle conoscenze tra gli operatori locali. Ciò potrebbe portare a un'identità collettiva più forte, che verrebbe comunicata in modo più chiaro ai turisti e ai visitatori, aiutandoli a scoprire e apprezzare la ricchezza del territorio.</p>

	<p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'Eco-Itinerario di Castellón de la Plana promuove il consumo di prodotti locali come elemento chiave della sua strategia di sostenibilità. La città dispone di una solida rete di produttori agroalimentari, artigiani e piccole imprese legate alla ceramica e alla gastronomia, il cui coinvolgimento nell'itinerario rafforza l'economia locale e riduce l'impronta di carbonio.</p> <p>Il progetto incoraggia la collaborazione tra ristoranti, cantine e laboratori artigianali, promuovendo l'uso di ingredienti stagionali e prodotti a <i>chilometro zero</i> nel turismo e nelle esperienze gastronomiche. Integra inoltre la ceramica locale nella presentazione culinaria e negli spazi turistici, mettendo in risalto l'identità culturale e creativa del territorio.</p> <p>L'itinerario comprende anche azioni di sensibilizzazione per promuovere il consumo responsabile, incoraggiando visitatori e operatori a dare priorità ai prodotti di provenienza locale e alle pratiche sostenibili. In questo modo, il consumo di prodotti locali diventa una componente essenziale per generare valore economico, preservare l'identità e offrire esperienze turistiche autentiche e sostenibili.</p>
Utilizzo di energie pulite	<p><b><u>L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Nell'URF è necessario incoraggiare le strutture ricettive e i ristoranti locali ad adottare pannelli solari e sistemi di risparmio energetico. È stata suggerita una partnership con fornitori di energia verde per garantire che gli operatori partecipanti utilizzino fonti di energia rinnovabile.</p> <p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p><b>L'Eco-Itinerario di Castellón de la Plana</b> riconosce l'uso di energia pulita e rinnovabile come un passo fondamentale verso il raggiungimento di un modello turistico sostenibile e a basse emissioni di carbonio. La forte base industriale del territorio, in particolare nel settore ceramico, offre l'opportunità di mostrare come l'innovazione e la transizione energetica possano lavorare insieme per ridurre l'impatto ambientale.</p> <p>Diversi operatori locali hanno già iniziato ad adottare <b>sistemi di energia solare</b> negli impianti di produzione, nei musei e nelle strutture ricettive, contribuendo a</p>

	<p>ridurre le emissioni e ad aumentare l'efficienza energetica. L'itinerario mira a mettere in evidenza questi esempi come buone pratiche che possono ispirare altri attori nei settori turistico e culturale.</p> <p>Inoltre, cresce l'interesse per l'<b>integrazione di soluzioni di energia rinnovabile</b>, come pannelli fotovoltaici per l'autoconsumo e illuminazione a LED alimentata da energia pulita, lungo gli spazi pubblici e i centri visitatori del percorso. La collaborazione con l'<b>Università Jaume I (UJI)</b> e i cluster di innovazione locali sostiene la ricerca e le azioni pilota incentrate sul miglioramento della gestione energetica e sulla promozione della consapevolezza tra i visitatori sui vantaggi dell'energia rinnovabile.</p>
Conseguimento di un marchio ECOLABEL o del marchio verde MED-ROUTES	<p><b><u>L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Considerando le difficoltà che gli operatori locali di piccole dimensioni possono incontrare nell'ottenere il marchio ECOLABEL, l'introduzione del marchio MED-Routes Green Label per gli operatori può attrarre visitatori attenti all'ambiente e promuovere un impegno costante verso pratiche eco-compatibili.</p> <p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'<b>Eco-Itinerario di Castellón de la Plana</b> identifica il perseguimento di certificazioni ambientali, come il <b>marchio Ecolabel UE</b> o il <b>marchio MED-Routes Green Label</b>, come un passo fondamentale per rafforzare il proprio impegno verso la sostenibilità e la trasparenza. Queste certificazioni contribuirebbero a riconoscere gli sforzi degli operatori locali - hotel, ristoranti, musei e laboratori artigianali - che già attuano pratiche eco-compatibili relative all'efficienza energetica, alla riduzione dei rifiuti e alla gestione delle risorse idriche. L'iniziativa mira a <b>incoraggiare la partecipazione degli attori del settore turistico e culturale</b>. L'ottenimento di questi marchi non solo migliorerebbe la visibilità delle imprese sostenibili, ma rafforzerebbe anche la reputazione della destinazione come modello turistico responsabile e innovativo nella regione mediterranea.</p>
Evitare l'uso di sostanze o prodotti pericolosi	<p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p>Nell'ambito dell'<b>Eco-Itinerario di Castellón de la Plana</b>, evitare l'uso di sostanze e prodotti pericolosi è una priorità fondamentale per garantire la salute sia dell'ambiente che della comunità. Ciò è particolarmente</p>

	<p>rilevante in un territorio in cui <b>l'industria ceramica e la produzione artigianale</b> svolgono un ruolo centrale nell'economia locale e nell'identità culturale.</p> <p>L'itinerario promuove la <b>sostituzione progressiva di sostanze chimiche nocive</b>, come alcuni smalti, solventi e detergenti, con <b>alternative eco-certificate, atossiche e biodegradabili</b>. I laboratori e gli studi di ceramica che partecipano al progetto sono incoraggiati ad attuare questi cambiamenti attraverso sessioni di formazione e supporto tecnico forniti in collaborazione con <b>l'Università Jaume I (UJI)</b> e le autorità ambientali locali.</p> <p>Inoltre, sono in fase di sviluppo campagne di sensibilizzazione per <b>informare gli operatori turistici e i visitatori</b> sull'importanza di utilizzare materiali sicuri nelle attività di manutenzione, decorazione e pulizia lungo il percorso. Questi sforzi contribuiscono a ridurre al minimo l'inquinamento, a migliorare la salute sul lavoro e a rafforzare l'immagine di Castellón come destinazione sostenibile in cui arte, industria e ambiente coesistono in modo responsabile.</p>
Mostrare o fornire informazioni sul nostro Eco- itinerario al pubblico e ai visitatori	<p><b><u>L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Nell'URF ci sono certamente alcune sfide da superare, come i problemi di connettività dovuti alla copertura cellulare limitata, che possono influire sull'accesso alle mappe digitali e alle informazioni sui percorsi di ecoturismo. Inoltre, la mancanza di un calendario degli eventi unificato ostacola attualmente la visibilità e la promozione integrata della regione. Tuttavia, queste sfide rappresentano preziose opportunità di crescita e miglioramento. L'area vanta già un ricco patrimonio culturale e naturale che ha il potenziale per attirare un maggior numero di visitatori se promosso in modo più coordinato. Affrontando queste questioni, come la creazione di un calendario degli eventi unificato e il miglioramento dell'accesso digitale, l'URF potrebbe migliorare l'esperienza dei visitatori, fornendo informazioni più chiare e un più forte senso di connessione con l'offerta eco-turistica della regione. Lo sviluppo di una rete più interconnessa di operatori locali, insieme a migliori strumenti di comunicazione, potrebbe aumentare notevolmente l'attrattiva della regione, favorendo una maggiore collaborazione e consapevolezza sia tra le imprese locali che tra i turisti.</p>

	<p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'Eco-Itinerario di Castellón de la Plana attribuisce grande importanza alla comunicazione e alla diffusione dei propri valori, obiettivi ed esperienze sostenibili sia alla comunità locale che ai visitatori. Garantire la visibilità e l'accessibilità delle informazioni è essenziale per rafforzare la consapevolezza del pubblico e la partecipazione dei cittadini al progetto.</p> <p>A tal fine, l'itinerario prevede il miglioramento dei pannelli informativi esistenti e della segnaletica specifica nei principali punti di interesse - come monumenti, musei, centri culturali e aree verdi - fornendo dettagli sulle pratiche di sostenibilità, sul patrimonio locale e sui principi dell'economia circolare applicati lungo il percorso.</p> <p>Inoltre, la promozione della piattaforma digitale e della mappa interattiva guiderà i visitatori lungo tutto l'itinerario, mettendo in evidenza gli operatori partecipanti, le opzioni di mobilità sostenibile e le raccomandazioni per un turismo responsabile. I canali dei social media e la collaborazione con i media locali sostengono ulteriormente questa attività di sensibilizzazione, garantendo un'ampia visibilità al pubblico.</p> <p>Il progetto promuove inoltre iniziative di comunicazione collaborativa attraverso istituti scolastici, uffici turistici ed eventi culturali, favorendo un senso condiviso di orgoglio e appartenenza all'identità sostenibile di Castellón. In questo modo, l'Eco-Itinerario diventa non solo un percorso da esplorare, ma anche uno strumento di educazione, sensibilizzazione e partecipazione collettiva alla transizione verso un modello turistico più sostenibile e inclusivo.</p>
<p>Promuovere il coinvolgimento tra diversi attori pubblici e privati</p>	<p><b><u>L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Nell'URF, un'esigenza importante individuata dagli operatori riguarda lo sviluppo di una rete locale tra gli operatori stessi, la creazione di percorsi integrati, l'introduzione di certificazioni di sostenibilità per gli operatori e l'offerta di formazione a sostegno di pratiche eco-compatibili. Una sfida è rappresentata dalle barriere linguistiche (mancanza di guide in lingua inglese) che ostacolano ulteriormente l'accesso ai turisti internazionali.</p>

	<p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'Eco-Itinerario di Castellón de la Plana si basa su un modello di governance collaborativa che promuove attivamente il coinvolgimento tra istituzioni pubbliche, aziende private, enti educativi e organizzazioni culturali. Questa cooperazione è essenziale per garantire la sostenibilità e l'efficacia a lungo termine del progetto.</p> <p>L'iniziativa favorisce il dialogo regolare e la pianificazione congiunta tra il Comune, l'Istituto di Tecnologia Ceramica (ITC), l'Università Jaume I (UJI), gli operatori turistici e il settore artigianale, creando una rete di responsabilità condivisa nella promozione di pratiche sostenibili e circolari.</p> <p>Workshop collaborativi, incontri tematici e progetti pilota incoraggiano lo scambio di conoscenze e l'innovazione, allineando le strategie locali agli obiettivi più ampi del programma MED-Routes. Queste sinergie contribuiscono a collegare l'industria ceramica, il turismo e la cultura, trasformando l'Eco-Itinerario in una piattaforma dinamica in cui gli attori pubblici e privati progettano e realizzano congiuntamente azioni per lo sviluppo sostenibile di Castellón.</p>
Protezione del patrimonio locale	<p><b><u>L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Nell'URF, i turisti sono molto interessati alle esperienze locali uniche, come i percorsi ceramici e il patrimonio enogastronomico. Attività come degustazioni, laboratori artigianali e visite a musei e giardini storici sono considerate attraenti per il mercato dell'ecoturismo. È stata individuata la necessità di promuovere pacchetti all-inclusive che combinino esperienze locali come tour delle cantine, escursioni nella natura e corsi di cucina.</p> <p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p>L'Eco-Itinerario di Castellón de la Plana considera la protezione del patrimonio locale come un pilastro fondamentale della sua strategia di sostenibilità e sviluppo territoriale. Con il suo profondo retaggio ceramico, l'architettura tradizionale e gli spazi urbani legati alla storia dell'artigianato, Castellón è concepita come una vera e propria "città museo", un luogo in cui il patrimonio non si limita agli edifici o alle collezioni, ma si estende al paesaggio, alle strade, ai laboratori e alla memoria collettiva dei suoi abitanti.</p>

	<p>L'itinerario promuove una visione viva e inclusiva del patrimonio, nella consapevolezza che la conservazione deve andare di pari passo con l'interpretazione attiva e l'accessibilità al pubblico. In questo senso, il progetto sostiene il recupero e la reinterpretazione degli spazi storici legati alla tradizione ceramica, integrandoli in percorsi culturali e turistici che consentono ai visitatori di scoprire l'evoluzione del territorio, dalle sue radici artigianali all'innovazione contemporanea.</p> <p>L'iniziativa incoraggia anche l'installazione di cartelli interpretativi in punti significativi del patrimonio culturale, come vecchi forni, laboratori tradizionali, edifici storici e siti urbani emblematici, trasformando la città in una narrazione aperta che racconta la storia della ceramica di Castellón attraverso i suoi stessi spazi.</p>
Promozione della mobilità sostenibile	<p><b><u>L'eco-itinerario dell'Unione della Romagna Faentina (URF)</u></b></p> <p>Nel territorio dell'URF, gli operatori locali hanno individuato la necessità di installare stazioni di ricarica per biciclette elettriche e auto, nonché punti di assistenza per i ciclisti lungo i percorsi principali, al fine di facilitare la mobilità ecologica e promuovere il turismo in bicicletta.</p> <p><b><u>L'eco-itinerario di Castellón de la Plana</u></b></p> <p>La <b>mobilità sostenibile</b> è uno dei pilastri fondamentali dell'<b>Eco-Itinerario di Castellón de la Plana</b>, progettato per ridurre l'impatto ambientale degli spostamenti e promuovere un modo più responsabile, sano e accessibile di scoprire la città.</p> <p>Castellón è una <b>città pianeggiante con oltre 300 giorni di sole all'anno</b>, il che la rende un ambiente ideale per il trasporto sostenibile all'aperto. La città dispone di una <b>vasta rete di piste ciclabili</b> che collega quasi tutta l'area urbana e i suoi dintorni, consentendo ai visitatori di spostarsi comodamente, in sicurezza e in modo piacevole lungo il percorso. Inoltre, Castellón offre un <b>servizio di noleggio biciclette pubblico a un costo molto basso</b>, con stazioni distribuite in tutta la città, incoraggiando sia i residenti che i turisti a utilizzare questa opzione di trasporto sostenibile.</p> <p><b>L'Eco-Itinerario è completamente collegato alla rete di trasporto pubblico</b>, che collega i principali siti culturali, storici e naturali inclusi nel percorso. Questa infrastruttura consente di spostarsi facilmente tra le</p>

	<p>diverse aree dell'itinerario senza ricorrere a veicoli privati, contribuendo alla riduzione delle emissioni e alla promozione della mobilità a basse emissioni di carbonio.</p> <p>L'itinerario è stato inoltre progettato per <b>garantire l'accessibilità universale</b>, incorporando sezioni e strutture adattate alle persone con mobilità ridotta, in modo che tutti possano godere dell'esperienza in modo equo.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## II.1 OBIETTIVI E FINALITÀ SPECIFICHE DELL'ITINERARIO CULTURALE IN RIFERIMENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE

*In questa sezione, ogni partner deve selezionare **tre sfide prioritarie** tra quelle elencate nella Sezione I.3 (sfide relative alla sostenibilità e all'economia circolare).*

*Per **ogni sfida selezionata**, definire **un obiettivo generale**, descrivendo il risultato desiderato.*

*Ogni obiettivo dovrebbe essere suddiviso in almeno **due obiettivi specifici**, che corrispondono a misure concrete e attuabili da implementare.*

Definire l'obiettivo e le finalità specifiche volti a integrare i principi dell'economia circolare, secondo la struttura riportata di seguito. Espandere la tabella come si ritiene opportuno..	
<b>Sfida prioritaria selezionata 1 (SPC1)</b>	Proteggere il patrimonio locale
Obiettivo generale per SPC1	<b>Creare nuovi itinerari sostenibili su piccola scala</b> che promuovano una gestione efficiente del patrimonio culturale, con un impatto positivo sia sull'ambiente che sull'economia locale, integrando i principi dell'economia circolare nelle pratiche turistiche.
Obiettivo specifico 1A	<b>Finanziare alcuni membri selezionati</b> dell'Itinerario Europeo della Ceramica (ERC) per sviluppare itinerari sostenibili su piccola scala basati sulla metodologia Med-Routes, garantendo l'allineamento con l'economia circolare e le pratiche di turismo sostenibile.
Obiettivo specifico 1B	<b>Attuare lo sviluppo di nuovi itinerari ecologici all'interno della Strada,</b>



	assicurando che ciascuno di essi incorpori i principi dell'economia circolare, quali la riduzione dei rifiuti, il riutilizzo delle risorse e le opzioni di trasporto a basse emissioni di carbonio.
<b>Sfida prioritaria selezionata 2 (SPC2)</b>	Mostrare o fornire informazioni sui nostri itinerari ecologici
Obiettivo generale per SPC2	<b>Migliorare le strategie di comunicazione</b> relative agli itinerari ecologici sviluppati nell'ambito della Strada Europea della ceramica, aumentando la visibilità delle iniziative di turismo sostenibile e promuovendo i valori dell'economia circolare presso un pubblico più ampio.
Obiettivo specifico 2A	<b>Rafforzare la comunicazione interna</b> tra i membri della Strada facilitando lo scambio di esperienze, buone pratiche e risultati derivanti dallo sviluppo di itinerari ecologici, consentendo ai membri di condividere approfondimenti sui modelli di turismo sostenibile, incoraggiare la collaborazione e costruire una rete di soggetti interessati che promuovono attivamente il turismo ceramico con particolare attenzione alla sostenibilità.
Obiettivo specifico 2B	<b>Migliorare la comunicazione esterna</b> sviluppando campagne mirate che informino i turisti, gli stakeholder locali e il pubblico internazionale sugli itinerari ecologici, sottolineando i vantaggi del turismo sostenibile, delle pratiche di economia circolare e del significato culturale unico del patrimonio ceramico, incoraggiando scelte turistiche eco-consapevoli.
<b>Sfida prioritaria selezionata 3 (SPC 3)</b>	Ottenere il marchio MED-Routes Green Label
Obiettivo generale per SPC3	<b>Monitorare e garantire che gli itinerari ecologici sviluppati all'interno della rete ERC implementino il marchio MED-Routes Green Label</b> , certificando la loro conformità agli standard di sostenibilità e ai principi dell'economia circolare.
Obiettivo specifico 3A	<b>Garantire il rispetto</b> dei criteri del marchio MED-Routes Green Label da parte di tutti gli operatori inclusi negli itinerari ecologici, verificando che gli operatori aderiscano a pratiche di sostenibilità quali la gestione dei rifiuti, l'efficienza energetica e la promozione di

	esperienze turistiche a basso impatto ambientale.
Obiettivo specifico 3B	<b>Comunicare efficacemente il marchio Green Label</b> ai turisti e alle parti interessate, assicurandosi che tutti gli operatori espongano in modo ben visibile la certificazione e ne promuovano l'importanza.

Obiettivo specifico 1A	
Azione da attuare <b>(A1A)</b>	<b>Assegnare finanziamenti a membri selezionati della Strada Europea della Ceramica</b> per lo sviluppo di itinerari sostenibili su piccola scala secondo la metodologia Med-Routes, garantendo l'integrazione dei principi dell'economia circolare e delle pratiche di turismo sostenibile.
Periodo di attuazione	2026
Parti interessate da coinvolgere	Membri della Strada Europea della Ceramica
Destinatari principali dell'azione	Membri della Strada Europea della Ceramica
Obiettivo specifico 1B	
Azione da attuare <b>(A1B)</b>	<b>Sviluppare e implementare nuovi itinerari ecologici all'interno della Strada</b> , assicurando che ciascuno di essi integri i principi dell'economia circolare, tra cui la riduzione dei rifiuti, il riutilizzo delle risorse e l'uso di mezzi di trasporto a basse emissioni di carbonio.
Periodo di attuazione	Dal 2026 in poi
Parti interessate coinvolte	Membri della Strada Europea della Ceramica, operatori locali nel settore turistico e culturale, attori politici locali
Destinatari principali dell'azione	Turisti, operatori locali nei settori turistico

	e culturale, attori politici locali
Obiettivo specifico 2A	
Azione da attuare <b>(A2A)</b>	<b>Migliorare la comunicazione interna tra i membri della Strada</b> facilitando lo scambio di esperienze, buone pratiche e risultati derivanti dallo sviluppo di itinerari ecologici, consentendo ai membri di condividere approfondimenti sui modelli di turismo sostenibile, promuovere la collaborazione e creare una rete di soggetti interessati che promuovono il turismo ceramico con particolare attenzione alla sostenibilità.
Periodo di attuazione	In corso
Parti interessate da coinvolgere	Membri della Strada Europea della Ceramica
Principale pubblico di riferimento dell'azione	Membri della Strada Europea della Ceramica
Obiettivo specifico 2B	
Azione da attuare <b>(A2B)</b>	<b>Migliorare la comunicazione esterna</b> sviluppando campagne mirate che informino i turisti, gli stakeholder locali e il pubblico internazionale sugli itinerari ecologici, sottolineando i vantaggi del turismo sostenibile, delle pratiche di economia circolare e del significato culturale unico del patrimonio ceramico, incoraggiando scelte turistiche eco-consapevoli. Ciò avverrà attraverso il sito web e i canali social della Strada Europea della Ceramica e la nuova piattaforma Clarmony della Strada. Inoltre, i membri che sviluppano i nuovi itinerari ecologici li promuoveranno sui propri siti web e canali social.
Periodo di attuazione	In corso
Parti interessate coinvolte	Turisti, operatori locali nel settore turistico e culturale, attori politici locali, membri

	della Strada Europea della Ceramica
Destinatari principali dell'azione	Turisti, operatori locali nel settore turistico e culturale, attori politici locali, membri della Strada Europea della Ceramica
Obiettivo specifico 3A	
Azione da attuare <b>(A3A)</b>	<b>Garantire il rispetto dei criteri del marchio MED-Routes Green Label</b> da parte di tutti gli operatori inclusi negli itinerari ecologici, verificando che aderiscano a pratiche di sostenibilità quali la gestione dei rifiuti, l'efficienza energetica e la promozione di esperienze turistiche a basso impatto ambientale.
Periodo di attuazione	In corso
Parti interessate da coinvolgere	Operatori locali nei settori turistico e culturale
Destinatari principali dell'azione	Operatori locali nei settori turistico e culturale, attori politici locali, turisti
Obiettivo specifico 3B	
Azioni da attuare <b>(A3B)</b>	<b>Comunicare efficacemente il marchio Green Label ai turisti e alle parti interessate</b> , assicurando che tutti gli operatori esponano in modo ben visibile la certificazione e ne promuovano attivamente il significato.
Periodo di attuazione	In corso
Parti interessate da coinvolgere	Operatori locali nei settori turistico e culturale
Destinatari principali dell'azione	Operatori locali nei settori turistico e culturale, attori politici locali, turisti

## II.2 TARGET DI RIFERIMENTO

Identificate i principali destinatari delle azioni orientate alla sostenibilità del vostro itinerario culturale (ad esempio, turisti, comunità locali, studenti, responsabili politici) e descrivete in che modo l'itinerario risponde alle loro esigenze e ai loro

interessi specifici. Compilate la tabella sottostante e specificate in che modo ciascuna azione prevista si rivolge a ciascun destinatario

Pubblico chiave	Esigenze e interessi soddisfatti
Membri della Strada Europea della Ceramica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supporto allo sviluppo e all'implementazione di itinerari ecologici in linea con le pratiche di sostenibilità e economia circolare.</li> <li>- Condivisione delle migliori pratiche, esperienze e conoscenze relative al turismo sostenibile e alle iniziative di economia circolare.</li> <li>- Opportunità di networking per migliorare la collaborazione e la cooperazione nell'implementazione di pratiche turistiche eco-compatibili.</li> </ul>
Operatori locali nei settori turistico e culturale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accesso a formazione e risorse su pratiche sostenibili quali gestione dei rifiuti, efficienza energetica e turismo a basso impatto.</li> <li>- Opportunità di aderire alla rete di itinerari ecologici e beneficiare delle tendenze del turismo eco-consapevole.</li> <li>- Supporto all'ottenimento di certificazioni di sostenibilità quali il marchio MED-Routes Green Label per aumentare la visibilità delle offerte di turismo sostenibile.</li> </ul>
Attori politici locali	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informazioni e strategie per promuovere il turismo sostenibile e sostenere i principi dell'economia circolare nelle politiche locali.</li> <li>- Strumenti per aiutare a integrare le pratiche di sostenibilità nelle strategie turistiche locali.</li> <li>- Impegno in progetti regionali e internazionali che rafforzano lo sviluppo sostenibile locale e migliorano il benessere della comunità.</li> </ul>

Turisti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accesso a informazioni su itinerari ecologici che offrono opzioni di viaggio sostenibili e responsabili.</li> <li>- Opportunità di sperimentare la cultura e il patrimonio locale autentici attraverso attività turistiche eco-compatibili e a basso impatto ambientale.</li> <li>- Informazioni sui vantaggi ambientali dei viaggi sostenibili e su come ridurre l'impronta di carbonio apprezzando il turismo culturale.</li> </ul>
Membri della Strada Europea della Ceramica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supporto allo sviluppo e all'implementazione di itinerari ecologici in linea con le pratiche di sostenibilità e economia circolare.</li> <li>- Condivisione delle migliori pratiche, esperienze e conoscenze relative al turismo sostenibile e alle iniziative di economia circolare.</li> <li>- Opportunità di networking per migliorare la collaborazione e la cooperazione nell'implementazione di pratiche turistiche eco-compatibili.</li> </ul>

## III.1 CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE

Diagramma di Gantt

	Mesi (Espandi il diagramma di Gantt come ritieni opportuno.)											
Azione	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	...
<b>A1A</b>												
<b>A1B</b>												
<b>A2A</b>												
<b>A2b</b>												

<b>A3A</b>												
<b>A3B</b>												

## III.2 STRATEGIE DI MONITORAGGIO

<b>Azione</b>	Descrivi gli strumenti e i metodi che il tuo itinerario culturale utilizzerà per monitorare i progressi e l'impatto delle azioni proposte in materia di sostenibilità ed economia circolare, quali indicatori chiave di prestazione (KPI), valutazioni periodiche, feedback della comunità o audit esterni. (Amplia la tabella come ritieni opportuno).
<b>A1A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di richieste di finanziamento ricevute in risposta all'invito a presentare proposte</li> <li>- Controlli regolari dell'erogazione e dell'utilizzo dei finanziamenti da parte dei membri</li> </ul>
<b>A1B</b>	- Monitoraggio del numero di itinerari ecologici creati
<b>A2A</b>	- Riunioni periodiche e condivisione dei rapporti tra i membri della Strada
<b>A2b</b>	- Sondaggi tra i turisti, traffico sul sito web e coinvolgimento sui social media
<b>A3A</b>	- Riunione annuale di valutazione
<b>A3B</b>	- Sondaggi, interviste e feedback da parte di turisti e stakeholder



**MED-Routes**

**Interreg**  
Euro-MED



Co-funded by  
the European Union

# MED-Routes

*"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"*

## Piano d'azione MED-Routes Rotte dell'Ulivo





Project Information	
Acronimo del progetto	MED-Routes
Titolo completo del progetto	"Migliorare il turismo culturale sostenibile nell'area MED attraverso la creazione di eco-itinerari all'interno degli Itinerari Culturali europei"
Priorità del progetto	Mediterraneo più verde
Missione del progetto	Migliorare il turismo sostenibile
Obiettivo specifico	RSO2.6: Promuovere la transizione verso un'economia circolare ed efficiente sotto il profilo delle risorse
Tipo di progetto	Progetto di trasferimento (progetto tematico)
ID progetto	Euro-MED0200798
Data di inizio	1 gennaio 2024
Durata	27 mesi

## **INDICE**

I.1. NOME DELL'ITINERARIO .....	75
I.2. DESCRIZIONE DELL'ITINERARIO CULTURALE.....	75
I.3. SFIDE ED ESIGENZE RELATIVE ALL'ATTUAZIONE DEI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ E DI ECONOMIA CIRCOLARE NELLE ATTUALI PRATICHE DI PATRIMONIO CULTURALE LUNGO L'ITINERARIO CULTURALE.....	75
II.1 OBIETTIVI E FINALITÀ SPECIFICHE DELL'ITINERARIO CULTURALE IN RIFERIMENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE.....	78
II.2 TARGET DI RIFERIMENTO.....	84
III.1 CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE.....	86
III.2 STRATEGIE DI MONITORAGGIO.....	87

## I.1. NOME DELL'ITINERARIO

Indicare il nome dell'itinerario
<i>Rotte dell'Ulivo</i>

## I.2. DESCRIZIONE DELL'ITINERARIO CULTURALE

Descrivere il tema dell'itinerario culturale, fornire una panoramica dei suoi itinerari principali e identificare le pratiche culturali, i prodotti o i servizi chiave che definiscono e sostengono tali itinerari.
<p>Le “Rotte dell'Ulivo” sono percorsi di dialogo interculturale e sviluppo sostenibile, incorniciati da eventi e attività culturali che ruotano attorno al Mediterraneo dell'olivo. Le principali pratiche culturali sono:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Promuovere la civiltà dell'olivo a beneficio delle economie locali.</li><li>- Rafforzare i legami tra il patrimonio culturale dell'olivo, il turismo e lo sviluppo sostenibile.</li><li>- Catalogare il patrimonio dell'olivo nelle regioni produttrici, promuovendolo e valorizzandolo attraverso attività culturali.</li><li>- Costruire un “ponte” tra i paesi del Mediterraneo grazie all'olivo, simbolo di pace, amicizia e prosperità.</li><li>- Incoraggiare il dialogo interculturale per la pace e lo sviluppo sostenibile.</li></ul> <p>Le attività sono realizzate dalla Rete e dalla Fondazione Culturale Rotte dell'Ulivo, un'organizzazione non governativa senza scopo di lucro con sede in Grecia, che mette in pratica un'espressione culturale innovativa per lo sviluppo sostenibile: la promozione del patrimonio culturale dell'olivo su scala internazionale e la creazione di “sinergie” tra patrimonio, turismo e sviluppo sostenibile a beneficio delle economie locali.</p>

## I.3. SFIDE ED ESIGENZE RELATIVE ALL'ATTUAZIONE DEI PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ E DI ECONOMIA CIRCOLARE NELLE ATTUALI PRATICHE DI PATRIMONIO CULTURALE LUNGO L'ITINERARIO CULTURALE

Descrivere brevemente in che modo il percorso culturale identificato ha esaminato le principali sfide ed esigenze relative all'attuazione dei principi di sostenibilità ed
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

economia circolare nelle sue pratiche (ad esempio: workshop con le parti interessate, sondaggi e questionari, valutazione dell'impatto ambientale, valutazioni in loco, altro).	
<p>Il percorso culturale “Rotte dell’Ulivo” ha incorporato i principi della sostenibilità e dell'economia circolare attraverso una serie di pratiche e strumenti che rispondono alle principali sfide della loro attuazione. In sintesi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coinvolgimento delle parti interessate: vengono organizzati workshop, conferenze e incontri con produttori locali, istituzioni culturali, agenti turistici e fondazioni governative locali per rafforzare la cooperazione e lo scambio di buone pratiche nella gestione sostenibile.</li> <li>- Ricerca e documentazione: vengono condotte ricerche e inventari del patrimonio culturale e naturale dell'olivo con l'obiettivo di promuovere e preservare le risorse locali, ma anche di valutare l'impatto socio-economico delle azioni.</li> <li>- Valutazioni di sostenibilità: vengono effettuate valutazioni in loco e studi di impatto ambientale per garantire un equilibrio tra lo sviluppo turistico e la protezione del paesaggio e delle risorse naturali.</li> <li>- Educazione e sensibilizzazione: attività culturali, programmi educativi e laboratori artistici vengono utilizzati per sensibilizzare l'opinione pubblica sui temi ambientali e promuovere la gestione circolare dei materiali e delle risorse.</li> <li>- Networking e partnership: vengono create sinergie tra attori di diversi paesi del Mediterraneo per promuovere un modello comune di sviluppo culturale sostenibile basato sul patrimonio dell'olivo.</li> </ul> <p>In questo modo, il percorso funge da laboratorio per l'applicazione della sostenibilità, collegando cultura, turismo e sviluppo locale con pratiche di economia circolare e responsabilità ambientale</p>	

<p>Si prega di identificare le sfide e le esigenze principali del proprio itinerario culturale. I settori elencati di seguito derivano dalla serie iniziale di indicatori stabiliti da MED-Routes.</p> <p>Si prega di compilare le informazioni solo se applicabili e di lasciare in bianco se non pertinenti.</p>	
Gestione del consumo idrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difficoltà nel monitoraggio e nella misurazione del consumo idrico durante i percorsi e le attività culturali, specialmente nelle zone rurali.</li> <li>- Mancanza di infrastrutture per il risparmio idrico (ad esempio, sistemi di raccolta dell'acqua piovana o di riutilizzo delle acque grigie).</li> <li>- Necessità di formare i partner locali e le parti interessate sulle pratiche di gestione sostenibile delle risorse idriche, specialmente nelle zone con risorse idriche limitate.</li> </ul>

Gestione del consumo elettrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infrastrutture inadeguate per il riciclaggio e la gestione dei rifiuti nei comuni rurali e di piccole dimensioni in cui si svolgono le attività.</li> <li>- Difficoltà nel ridurre la plastica monouso durante gli eventi.</li> <li>- Necessità di educare i visitatori e i partner locali alle pratiche di gestione circolare dei rifiuti.</li> </ul>
Gestione dei rifiuti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infrastrutture inadeguate per il riciclaggio e la gestione dei rifiuti nei comuni rurali e di piccole dimensioni in cui si svolgono le azioni.</li> <li>- Difficoltà nel ridurre la plastica monouso durante gli eventi.</li> <li>- Necessità di educare i visitatori e i partner locali sulle pratiche di gestione circolare dei rifiuti.</li> </ul>
Consumo di prodotti locali	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nonostante l'enfasi sui prodotti locali (olio d'oliva, derivati dell'oliva), è difficile collegare tutti i produttori locali al turismo culturale.</li> <li>- Promozione limitata dei piccoli produttori a livello internazionale.</li> <li>- Necessità di creare sinergie locali e “mercati della cultura e del gusto” per incrementare il consumo dei prodotti locali.</li> </ul>
Utilizzo di energie pulite	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mancanza di infrastrutture per le energie rinnovabili nei luoghi in cui si svolgono gli eventi.</li> <li>- Vincoli finanziari sugli investimenti nel fotovoltaico o in altre tecnologie pulite.</li> <li>- Necessità di rafforzare le partnership con i comuni e le agenzie energetiche per le applicazioni pilota.</li> </ul>
Conseguimento di un marchio ECOLABEL o del marchio verde MED-ROUTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conoscenza limitata dei criteri e delle procedure di certificazione richiesti.</li> <li>- Mancanza di supporto tecnico e assistenza per la presentazione delle domande.</li> <li>- Necessità di creare standard comuni di sostenibilità adeguati alle caratteristiche specifiche del Mediterraneo.</li> </ul>
Evitare l'uso di sostanze o prodotti pericolosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mancanza di norme uniformi per l'uso di fertilizzanti e pesticidi negli oliveti..</li> <li>- Difficoltà nel controllare i fornitori che non dispongono di certificazioni ambientali.</li> <li>- Necessità di creare “guide agli acquisti ecologici” per i partner della rete.</li> </ul>

Mostrare o fornire informazioni sul nostro Eco- itinerario al pubblico e ai visitatori	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessità di sviluppare materiale multilingue (cartaceo e digitale) che spieghi il legame tra cultura e ambiente.</li> <li>- Possibilità di creare un'etichetta speciale o un “passaporto ecologico” per i visitatori che partecipano ad attività sostenibili.</li> </ul>
Promuovere il coinvolgimento tra diversi attori pubblici e privati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessità di rafforzare la cooperazione intersettoriale (cultura-turismo-ambiente-istruzione).</li> <li>- Difficoltà nel coordinare i diversi livelli di governance (locale, nazionale, internazionale).</li> <li>- Necessità di creare una “piattaforma di cooperazione” per lo scambio di esperienze e il coordinamento delle azioni.</li> </ul>
Protezione del patrimonio locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risorse limitate per la manutenzione dei frantoi tradizionali, dei magazzini e dei monumenti agricoli.</li> <li>- Rischio di commercializzazione del patrimonio culturale attraverso forme di turismo non sostenibili.</li> <li>- Necessità di programmi educativi che avvicinino i giovani all'identità culturale dell'olivo.</li> </ul>
Promozione della mobilità sostenibile	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risorse limitate per la manutenzione dei frantoi tradizionali, dei magazzini e dei monumenti agricoli.</li> <li>- Rischio di commercializzazione del patrimonio culturale attraverso forme di turismo non sostenibili.</li> <li>- Necessità di programmi educativi che avvicinino i giovani all'identità culturale dell'olivo.</li> </ul>

## II.1 OBIETTIVI E FINALITÀ SPECIFICHE DELL'ITINERARIO CULTURALE IN RIFERIMENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE

*In questa sezione, ogni partner deve selezionare **tre sfide prioritarie** tra quelle elencate nella Sezione I.3 (sfide relative alla sostenibilità e all'economia circolare).*

*Per **ogni sfida selezionata**, definire **un obiettivo generale**, descrivendo il risultato desiderato.*

Ogni obiettivo dovrebbe essere suddiviso in almeno **due obiettivi specifici**, che corrispondono a misure concrete e attuabili da implementare.

Definire l'obiettivo e le finalità specifiche volti a integrare i principi dell'economia circolare, secondo la struttura riportata di seguito. Espandere la tabella come si ritiene opportuno..	
<b>Sfida prioritaria selezionata 1 (SPC1)</b>	
Obiettivo generale per SPC1	Mostrare o fornire informazioni sul nostro Eco-itinerario al pubblico e ai visitatori.
Obiettivo specifico 1A	Rafforzare la promozione e la comunicazione dell'«Eco-itinerario» con l'obiettivo di informare, sensibilizzare e coinvolgere attivamente i visitatori nei principi dello sviluppo sostenibile.
Obiettivo specifico 1B	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppo di una piattaforma digitale e di una mappa interattiva del percorso, che presenti pratiche sostenibili, “punti verdi” e organizzazioni locali che collaborano al progetto.</li> <li>- Creazione di un “Eco-passaporto” cartaceo e digitale per i visitatori, che premierà la partecipazione ad azioni con un impatto ambientale positivo (ad esempio, utilizzo di prodotti locali, mobilità dolce, riciclaggio).</li> <li>- Organizzazione di eventi educativi e giornate informative per presentare i principi dell'economia circolare al pubblico e ai partner.</li> </ul>
<b>Sfida prioritaria selezionata 2 (SPC2)</b>	
Obiettivo generale per SPC2	Proteggere il patrimonio locale.
Obiettivo specifico 2A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantire la protezione e l'uso sostenibile del patrimonio culturale e naturale legato alla coltivazione dell'olivo, degli strumenti e dei monumenti, con l'obiettivo di creare una banca dati aperta sul patrimonio culturale.</li> <li>- Attuazione di programmi per il riutilizzo e il restauro di siti tradizionali (ad esempio, vecchi frantoi) a fini culturali ed educativi, incorporando pratiche di economia circolare</li> </ul>

	<p>(riciclaggio dei materiali, uso delle risorse naturali).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppo di attività educative per i giovani e i visitatori sul valore dell'olivo e del suo patrimonio culturale, con l'obiettivo di trasferire le conoscenze tra le generazioni.</li> </ul>
Obiettivo specifico 2B	
<b>Sfida prioritaria selezionata 3 (SPC 3)</b>	
Obiettivo generale per SPC3	Consumare prodotti locali.
Obiettivo specifico 3A	Promuovere il consumo di prodotti locali e tradizionali come mezzo per rafforzare l'economia locale e applicare i principi dell'economia circolare.
Obiettivo specifico 3B	<p>Creare sinergie tra organizzazioni culturali, produttori locali e aziende ricettive per vendere prodotti locali (ad esempio olio d'oliva, saponi, alimenti tradizionali) durante eventi e nei negozi lungo il percorso.</p> <p>Organizzazione di “Mercati locali dell'oliva” o “Giornate gastronomiche” che collegheranno attività culturali con la gastronomia sostenibile e la riduzione dell'impatto ambientale.</p> <p>Creazione di un marchio “Eco &amp; Local Product Partner” per i partner impegnati in pratiche di produzione e distribuzione sostenibili.</p>

Obiettivo specifico 1A	
Azione da attuare <b>(A1A)</b>	<p><b>“Piattaforma digitale eco-itinerario e mappa interattiva delle Rotte dell'Ulivo”</b></p> <p>Sviluppo di una <b>piattaforma digitale</b> multilingue e di una <b>mappa interattiva</b> che presentano le Rotte dell'Ulivo come itinerario culturale sostenibile. La piattaforma metterà in evidenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Siti storici chiave, musei, frantoi e produttori locali che adottano pratiche sostenibili;</li> <li>● Percorsi “verdi” per escursioni a piedi, in bicicletta e eco-mobilità;</li> <li>● Prodotti locali ed eventi legati alla cultura dell'olivo;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Materiale didattico e buone pratiche relative alla sostenibilità e all'economia circolare.</li> </ul> <p>Lo strumento fungerà sia da <b>canale di comunicazione</b> che da <b>strumento di sensibilizzazione</b> per i visitatori e le comunità locali.</p>
Periodo di attuazione	<p><b>Fase di preparazione e progettazione:</b> gennaio – giugno 2026</p> <p><b>Sviluppo e test pilota:</b> luglio – dicembre 2026</p> <p><b>Lancio e aggiornamenti continui:</b> dal 2027 in poi (espansione continua verso nuove regioni del Mediterraneo)</p>
Parti interessate da coinvolgere	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Fondazione e rete Rotte dell'Ulivo</b> – coordinamento del progetto e supervisione dei contenuti</li> <li>- <b>Organizzazioni culturali e turistiche locali</b> (comuni, musei, associazioni culturali) – raccolta dati e collaborazione</li> <li>- <b>Università e centri di ricerca</b> – documentazione e valutazione della sostenibilità</li> <li>- <b>Aziende IT e GIS</b> – sviluppo della piattaforma e degli strumenti di mappatura</li> <li>- <b>Produttori locali e aziende ricettive</b> – partecipazione come “eco-partner”</li> <li>- <b>ONG e organizzazioni educative</b> – supporto alle attività di sensibilizzazione e formazione</li> </ul>
Destinatari principali dell'azione	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Visitatori e viaggiatori</b> interessati al turismo sostenibile e culturale</li> <li>● <b>Comunità locali e produttori</b> coinvolti nel percorso</li> <li>● <b>Istituzioni educative</b> (scuole e università) che promuovono l'educazione ambientale</li> <li>● <b>Enti di gestione turistica e culturale</b> che intendono adottare pratiche sostenibili e circolari</li> </ul>
Obiettivo specifico 1B	
Azione da attuare <b>(A1B)</b>	

Periodo di attuazione	
Parti interessate coinvolte	
Destinatari principali dell'azione	
Obiettivo specifico 2A	
Azione da attuare <b>(A2A)</b>	<p><b>“Digitalizzazione e restauro sostenibile dei siti del patrimonio olivicolo”</b></p> <p>Sviluppo di un programma per documentare, digitalizzare e restaurare il patrimonio culturale e naturale legato all'ulivo.</p> <p>Il progetto comprenderà:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La registrazione digitale dei frantoi tradizionali, degli strumenti e degli edifici storici;</li> <li>- Il restauro sostenibile dei siti storici, applicando i principi dell'economia circolare (riutilizzo dei materiali, costruzioni a basso impatto ambientale, manutenzione eco-compatibile);</li> </ul> <p>Attività didattiche e laboratori per trasferire le conoscenze sul patrimonio olivicolo alle giovani generazioni e ai visitatori.</p>
Periodo di attuazione	<p><b>Documentazione e pianificazione:</b> gennaio – giugno 2026</p> <p><b>Digitalizzazione e lavori pilota di restauro:</b> luglio 2026 – dicembre 2027</p> <p><b>Attività di gestione e formazione continue:</b> dal 2028 in poi</p>
Parti interessate da coinvolgere	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondazione e rete “Rotte dell’Ulivo” – coordinamento e supervisione.</li> <li>- Comuni locali e associazioni culturali – accesso ai siti e supporto.</li> <li>- Università e centri di ricerca – documentazione e digitalizzazione del patrimonio.</li> <li>- Imprese di restauro ed esperti di conservazione – lavori di riabilitazione sostenibile</li> <li>- Scuole, ONG e comunità locali –</li> </ul>

	partecipazione alle attività educative
Principale pubblico di riferimento dell'azione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turisti culturali e visitatori</li> <li>- Comunità locali e custodi del patrimonio</li> <li>- Studenti e istituti scolastici</li> <li>- Responsabili politici e gestori culturali che promuovono pratiche sostenibili nel campo del patrimonio culturale</li> </ul>
Obiettivo specifico 2B	
Azione da attuare <b>(A2B)</b>	
Periodo di attuazione	
Parti interessate coinvolte	
Destinatari principali dell'azione	
Obiettivo specifico 3A	
Azione da attuare <b>(A3A)</b>	<p><b>“Promozione e integrazione dei prodotti locali a base di olive nell'itinerario ecologico”</b></p> <p>Sviluppo di iniziative volte ad <b>aumentare l'uso e la visibilità dei prodotti locali</b> tra i visitatori e le comunità, collegando patrimonio, gastronomia e sostenibilità.</p> <p>Le attività comprenderanno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborazione con i produttori locali per rifornire eventi, negozi e ristoranti lungo il percorso;</li> <li>- Organizzazione di “Mercati dell'olivo” e giornate gastronomiche che mettono in risalto i prodotti locali ed ecocompatibili;</li> <li>- Lancio di un <b>marchio Eco &amp; Local Product Partner</b> per le aziende che adottano pratiche di produzione sostenibile ed economia circolare.</li> </ul>
Periodo di attuazione	<p><b>Coinvolgimento degli stakeholder e pianificazione:</b> gennaio – marzo 2026</p> <p><b>Eventi pilota e integrazione dei prodotti:</b> aprile – dicembre 2026</p>

	<b>Piena attuazione e promozione continua:</b> dal 2027 in poi
Parti interessate da coinvolgere	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondazione e rete Rotte dell'Ulivo – coordinamento e promozione.</li> <li>- Produttori locali, cooperative e PMI – fornitura di prodotti locali.</li> <li>- Comuni e associazioni culturali – organizzazione di eventi e logistica.</li> <li>- Operatori turistici e ristoranti – integrazione dei prodotti nei servizi.</li> <li>- ONG e organizzazioni educative – promozione della sostenibilità e sensibilizzazione.</li> </ul>
Destinatari principali dell'azione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitatori e turisti alla ricerca di esperienze locali autentiche.</li> <li>- Produttori e aziende locali.</li> <li>- Scuole e istituti scolastici per attività didattiche e di sensibilizzazione.</li> <li>- Responsabili culturali e turistici che mirano ad attuare pratiche sostenibili.</li> </ul>
Obiettivo specifico 3B	
Azioni da attuare <b>(A3B)</b>	
Periodo di attuazione	
Parti interessate da coinvolgere	
Destinatari principali dell'azione	

## II.2 TARGET DI RIFERIMENTO

Identificate i principali destinatari delle azioni orientate alla sostenibilità del vostro itinerario culturale (ad esempio, turisti, comunità locali, studenti, responsabili politici) e descrivete in che modo l'itinerario risponde alle loro esigenze e ai loro interessi specifici. Compilate la tabella sottostante e specificate in che modo ciascuna azione prevista si rivolge a ciascun destinatario

<b>Pubblico chiave</b>	<b>Esigenze e interessi soddisfatti</b>
------------------------	-----------------------------------------

<p>Turisti / visitatori</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ricerca di esperienze autentiche che combinino cultura, natura e prodotti locali.</li> <li>- Accesso a informazioni sulle pratiche sostenibili e sulle opzioni eco-compatibili.</li> </ul> <p>Come viene affrontato: attraverso la piattaforma digitale e la mappa interattiva (Eco-itinerario), materiali cartacei e digitali, un eco-passaporto per partecipare ad attività sostenibili, promozione dei prodotti locali e percorsi escursionistici/ciclistici “verdi”.</p>
<p>Comunità / produttori locali</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sostegno economico e sociale per il territorio locale.</li> <li>- Conservazione e promozione del patrimonio culturale e delle tradizioni locali.</li> </ul> <p>Come viene affrontato: collaborazione con i produttori locali, partecipazione a eventi e mercati, sostegno alle pratiche di produzione sostenibile, creazione di una rete di “eco-partner” e formazione sui principi dell'economia circolare.</p>
<p>Studenti / istituzioni educazionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opportunità formative nell'ambito dell'apprendimento culturale e ambientale.</li> <li>- Sviluppo di competenze e comprensione delle pratiche sostenibili.</li> </ul> <p>Come viene affrontato: workshop formativi, visite a siti storici e frantoi, programmi di sensibilizzazione sull'economia circolare e lo sviluppo sostenibile, strumenti digitali e contenuti per l'uso in classe.</p>
<p>Decisori politici / autorità locali</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strumenti per la progettazione di politiche sostenibili e strategie culturali.</li> <li>- Supporto nella gestione del patrimonio culturale e del turismo a basso impatto ambientale.</li> </ul> <p>Come viene affrontato: fornitura di dati</p>

	provenienti da inventari e valutazioni, documentazione di buone pratiche, partecipazione a eventi di networking e workshop sullo sviluppo sostenibile e l'economia circolare..
Operatori culturali e turistici	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Miglioramento dei servizi e delle esperienze dei visitatori con un approccio sostenibile.</li> <li>- Sviluppo di partnership e promozione di pratiche innovative.</li> </ul> <p>Come viene affrontato: Linee guida per le pratiche di sostenibilità, marchi ecologici per le imprese, partecipazione a programmi di formazione e sensibilizzazione, sviluppo di percorsi tematici che collegano cultura e sostenibilità.</p>

## III.1 CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE

Diagramma di Gantt

	Mesi (Espandi il diagramma di Gantt come ritieni opportuno.)											
Azione	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	...
<b>A1A</b>												
<b>A1B</b>												
<b>A2A</b>												
<b>A2b</b>												
<b>A3A</b>												
<b>A3B</b>												

## III.2 STRATEGIE DI MONITORAGGIO

Azione	<p>Descrivi gli strumenti e i metodi che il tuo itinerario culturale utilizzerà per monitorare i progressi e l'impatto delle azioni proposte in materia di sostenibilità ed economia circolare, quali indicatori chiave di prestazione (KPI), valutazioni periodiche, feedback della comunità o audit esterni. (Amplia la tabella come ritieni opportuno).</p>
A1A	<p><b>Indicatori chiave di prestazione (KPI) Indicatori ambientali:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riduzione del consumo di acqua ed elettricità durante gli eventi.</li> <li>• Percentuale di rifiuti riciclati.</li> <li>• Utilizzo di fonti di energia rinnovabile.</li> </ul> <p><b>Indicatori sociali:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero di partecipanti ai workshop formativi.</li> <li>• Visite alla piattaforma digitale e livelli di coinvolgimento.</li> <li>• Partecipazione dei produttori locali alle attività.</li> </ul> <p><b>Indicatori economici:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento delle vendite e promozione dei prodotti locali.</li> <li>• Creazione di nuove collaborazioni tra attori culturali e imprese.</li> </ul> <p><b>Indicatori culturali:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero di siti storici registrati e digitalizzati.</li> <li>• Partecipazione a programmi di protezione e restauro del patrimonio storico.</li> </ul>
A1B	<p><b>Valutazioni periodiche</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relazioni interne annuali sui progressi compiuti che documentano l'attuazione e valutano gli indicatori chiave di prestazione (KPI).</li> <li>• Valutazione biennale dell'impatto che copre i risultati sociali, economici e ambientali.</li> <li>• Valutazione comparativa (benchmarking) con altri itinerari culturali che applicano pratiche sostenibili</li> </ul>
A2A	<p><b>Feedback della comunità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Questionari e sondaggi online rivolti a visitatori, comunità locali e produttori.</li> <li>• Workshop e incontri pubblici per discutere questioni, esigenze e suggerimenti di miglioramento.</li> <li>• Monitoraggio dei commenti e del coinvolgimento sui social media come indicatori di interesse e impatto</li> </ul>



<b>A2b</b>	<b>Audit esterni / Certificazioni</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ispezione da parte di organizzazioni indipendenti (ad esempio ECOLABEL, MED- ROUTES Green Label).</li> <li>• Collaborazione con centri di ricerca per condurre studi di impatto ambientale, sociale ed economico.</li> <li>• Certificazioni di prodotti e servizi attraverso il marchio “Eco &amp; Local Product Partner”.</li> </ul>
<b>A3A</b>	<b>Gestione integrata dei dati</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema centralizzato di gestione dei dati per raccogliere tutti i risultati del monitoraggio.</li> <li>• Visualizzazione dei progressi tramite dashboard e grafici.</li> <li>• Progettazione e implementazione di azioni correttive in tempo reale per migliorare l'efficacia.</li> </ul>
<b>A3B</b>	