



The global shift is possible



*nel turismo:*

# ONMEST2 project

*Open Network for Mediterranean Sustainable Tourism*

*Chi sa dov'è*

**Ragalna, Ghar el Meleh, Jbeil, Didymoticho, la  
valle di Ricote, Umm Qais, Bani Naim?**

Chi andrebbe a farvi una vacanza? Chi si muoverebbe  
dall'Italia per visitarle?

**ONMEST2**

ha sviluppato proprio quelle!

# Chi l'ha realizzato



Comune di Ispica - Applicant



UNFemmes Tunisiennes resp.  
componente femminile



Ruoli  
trasversali

# *Gli Associates: il supporto tecnico*

			<b>VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO</b>
			<b>LOGICA DEL PROGETTO E PROGETTAZIONE ITINERARI</b>
			<b>ACCOGLIENZA</b>
			<b>VALUTAZIONE SOSTENIBILITA' E CUSTOMER SATISFACTION</b>
			<b>ORGANIZZAZIONE DEI CENTRI DI CULTURA LOCALE</b>

*E qui sono incominciate le difficoltà:*

**il prodotto!**

Dov'è il **vantaggio competitivo** di Ragalna nei confronti di :Taormina, Siracusa, Palermo, Agrigento?

*dove sta la novità?*

# *Il fattore competitivo: community based tourism*

- **Relazione con persone**
- **Ospitalità e accoglienza:** padrone di casa/ospite
- **Partecipazione:** full immersion nella cultura locale
- **Una cultura fatta di vita della “gente normale”**
- **“Oggetti parlanti”** di vita, storia, arte del territorio.
- Un turismo personalizzato, **di confronto di esperienze**
- Coinvolgimento **full time**

## *Quindi*

i visitatori devono poter confrontarsi con le **proprie esperienze** di rapporti sociali, status economico, government, eventi storici, etica sociale. Ma allora sono necessari:

- Pre-informativa degli ospitanti
- Preparazione degli ospiti
- Personalizzazione dell'accoglienza
- Mediatori culturali
- Una diversa professionalità dei nuovi operatori: donne, giovani.

## *Ma le cose più difficili ...*

- **Organizzazione** strutturata dell'accoglienza
- Turismo gestito da ex "dilettanti", ora i "**nuovi professional**" che devono:
  - acquisire una mentalità "**open-to-stranger**"
  - coprire i **ruoli**: coordinamento all'interno, con le altre comunità, con i tour operator, formazione, R&D dei "prodotti", gestione IT, coinvolgimento comunità, comunicazione



*e soprattutto:*

coinvolgere i gruppi di interesse della comunità  
ma anche del territorio nella creazione e struttura  
di un:

**Centro di Cultura Locale (CLC)**

*Che cosa abbiamo realizzato?*

# *I risultati*

	OGGI	FINE ANNO
ITINERARI:	<b>28</b>	<b>39</b>
CENTRI DI CULTURA LOCALE	<b>30</b>	<b>36</b>
TOUR OPERATOR	<b>12</b>	<b>12</b>

# *Gli strumenti*

- Sistema di **e-learning** (Moodle)
- **Comunicazione a distanza** (WebEx)
- **Website**
- **12 corsi** di formazione innovativa tagliata su ONMEST2
- Modello di sensibilizzazione di scuole e comunità di valorizzazione del territorio (**TURISMO 2.0**)
- Modello PLEF di **sviluppo valori immateriali del territorio**
- Modello AREGAI di **valutazione sostenibilità**
- Modello di Mulino della Torre di presentazione di una ricetta come **risultato culturale**

## *Le proposte*

- **Itinerari** disegnati che incrociano CLC
- **I CLC** come innovazione di itinerari altrui
- **Sviluppo imprenditoriale autonomo** dei CLC

Non abbiamo ancora risolto il problema di base:

**come generare un flusso turistico consistente  
che assicuri un ritorno dell'investimento?**

*Quali i destinatari*

*E come arrivarci?*

ONMEST2 non punta a un turismo di quantità ormai praticamente imbattibile come rapporto costo/prestazioni, ma a

## **turismo di nicchia**

**sensibile a “questo” tipo di turismo sostenibile.**

Come fare ad attirare turisti nazionali e stranieri in quantità tale da attivare un flusso almeno adeguato ai costi?

# *Il mercato: a chi sono diretti?*

IL PRODOTTO E' UN **B2B** DESTINATO A:

- Tour Operator
- Associazioni che organizzano viaggi in proprio

NON

~~UN **B2C** DESTINATO AL PUBBLICO~~

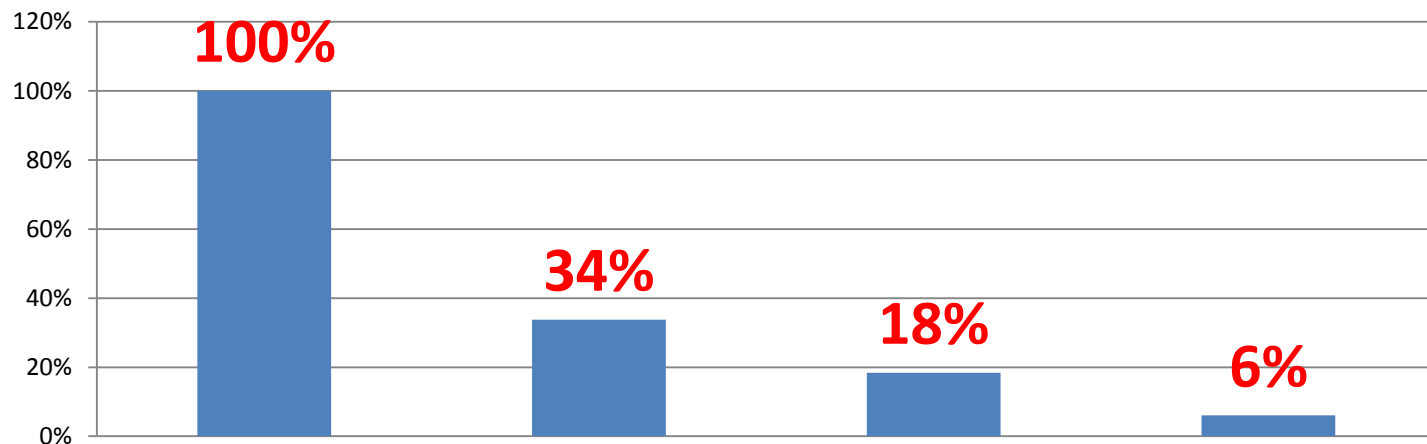
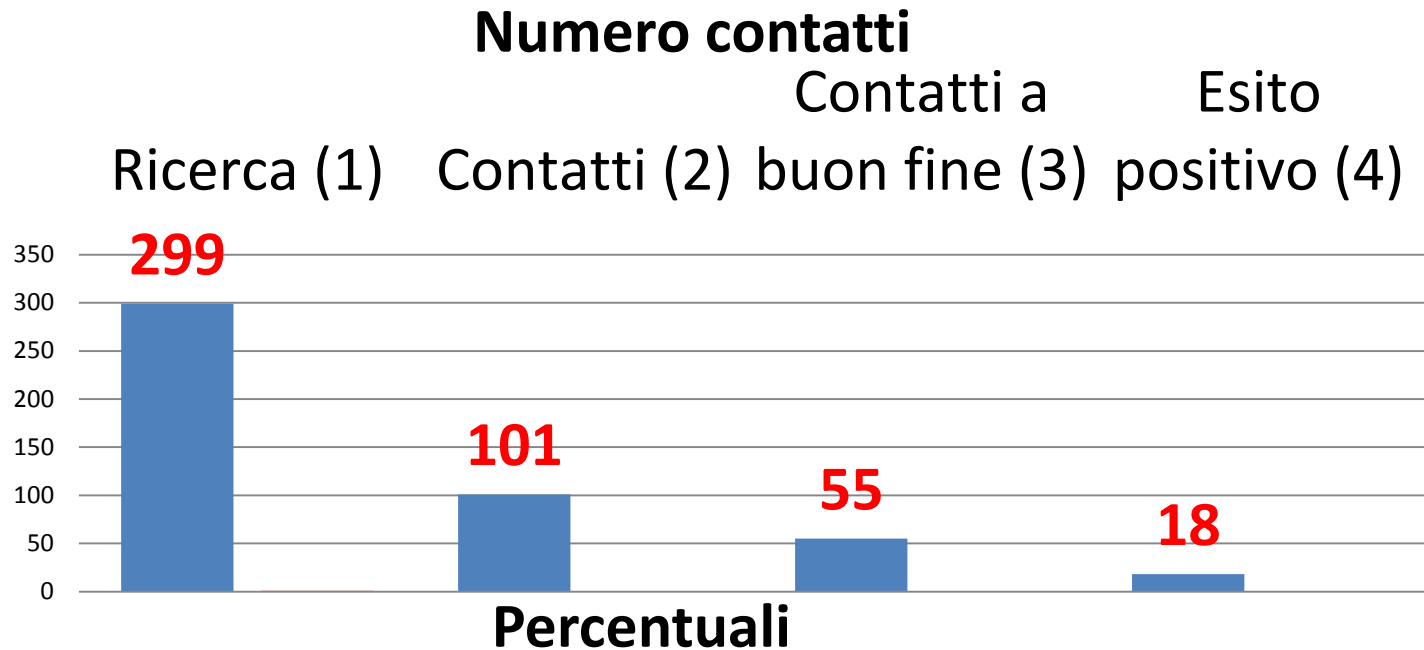


*Quindi le modalità di approccio*

## **CONTATTI DIRETTI**

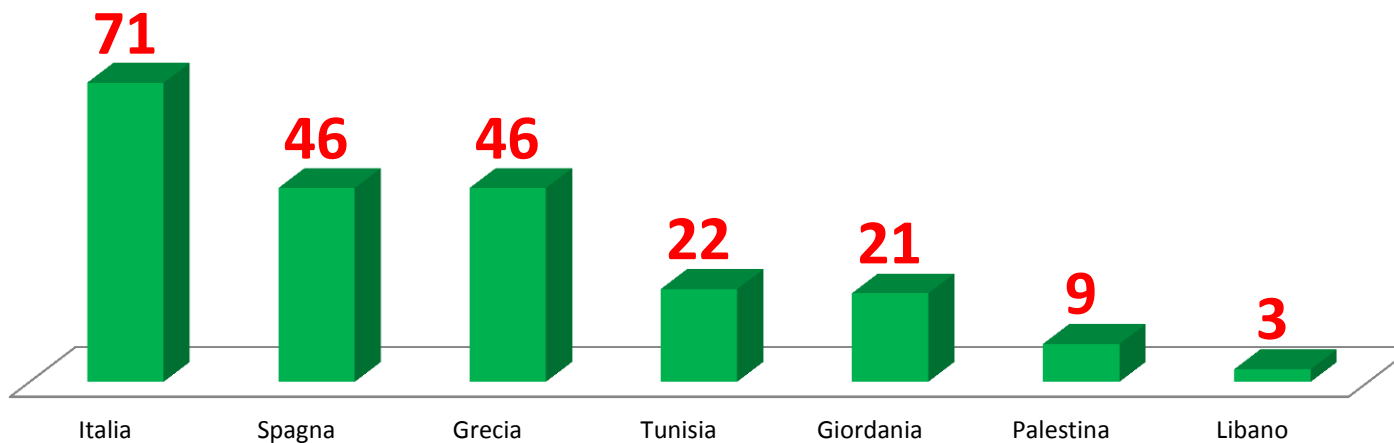
<b>DOVE</b>	<b>CHI</b>
<b>PARTNER COUNTRIES</b>	<b>Local partner and TOs</b>
<b>OTHER EUROPEAN COUNTRIES</b>	<b>CCUP (Central Coordination Unit of the Project)</b>
<b>NOT EUROPEAN COUNTRIES</b>	<b>CCUP (Central Coordination Unit of the Project)</b>
<b>ARABIC COUNTRIES</b>	<b>Arabic partners</b>

# I primi risultati: grado di successo

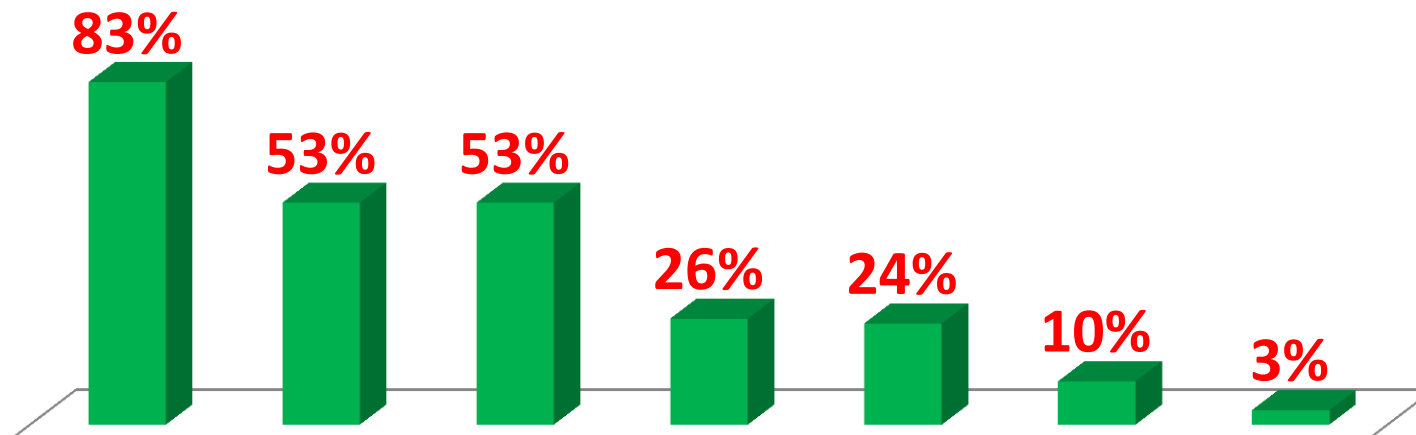


# Presenza nei cataloghi

Presenza nei cataloghi



Presenza nei cataloghi (%)



*Ma allora*

**Come concretizzare gli approcci?**

**È un progetto solo Europeo?**

**Quali azioni per estendere l'impatto al  
SUD Mediterraneo?**

# *Il futuro*

*dopo il 31 dic 2015 termine del  
progetto cofinanziato*

## *Linee di sviluppo*

- Approccio **diverso** per i paesi del SUD del Mediterraneo
- Consolidare il ONMEST2 **nei territori attuali**
- Estendere il progetto ad **altri Paesi non necessariamente Mediterranei**
- Estendere il progetto a **altre Regioni Italiane**

*E per far questo abbiamo bisogno di*

# **Far network con TO, Associazioni, Comunità Locali**



**PARTICIPATION**

*nel turismo:*

# ONMEST2 project

*Itineraries, Centres of Local Culture and Tour Operators*



**LOCAL COMMUNITY**



**TRAINING**



**MAJOR AND MINOR DESTINATIONS**



**GETTING TOGETHER**



**EXPERIENCING**



**EVENTS**