



Il Piano Strategico per lo Sviluppo del Turismo: una strategia sostenibile

Renato D'Alessandro - Sviluppo Italia Molise S.p.A.

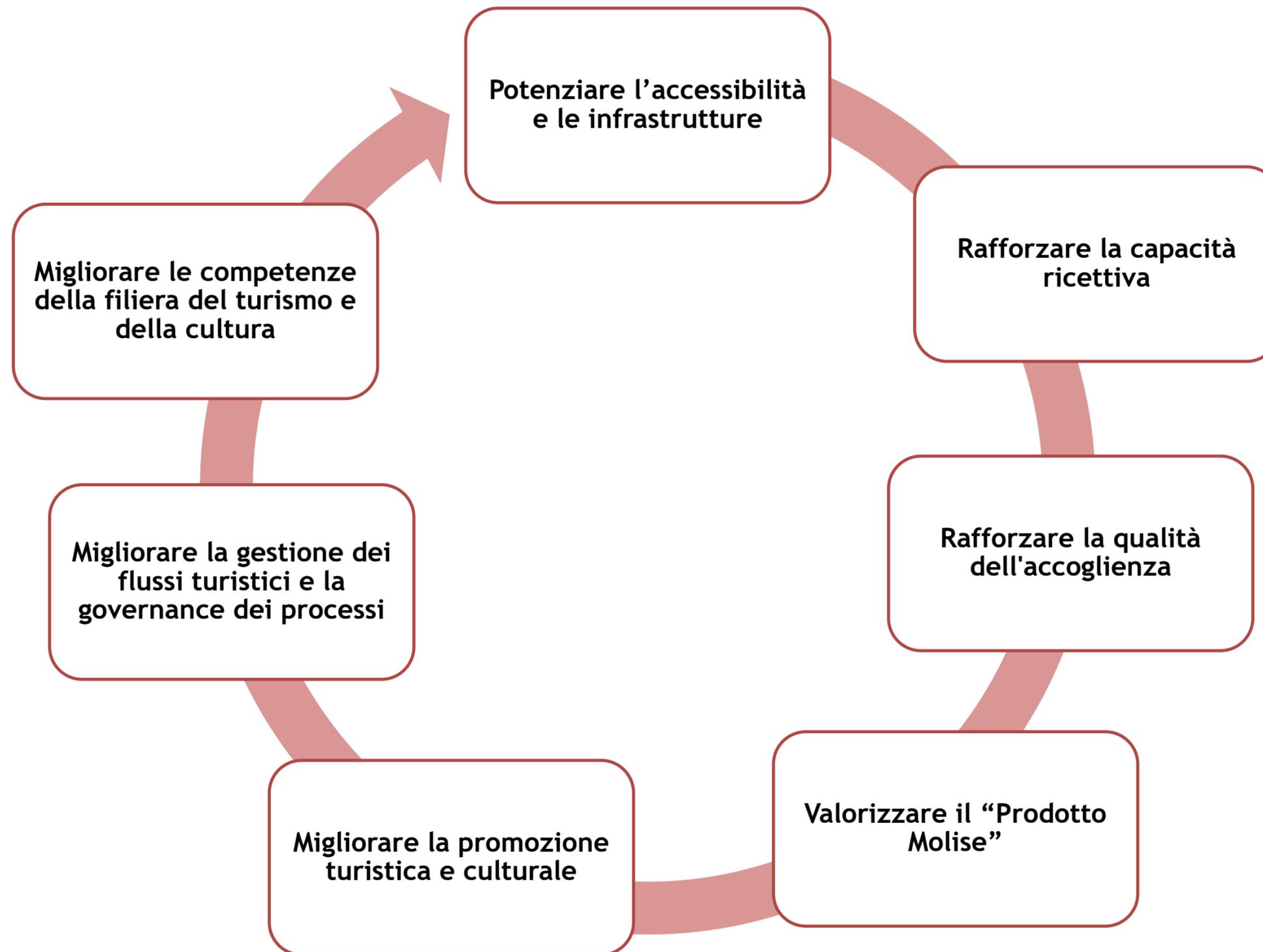
STATI GENERALI DEL TURISMO - I TAVOLI TEMATICI



1 Evento di apertura (Kick off)	7 Tavoli tematici di riflessione e confronto	9 sessioni di lavoro in plenaria
2 sessioni di brainstorming	43 Sessioni di lavoro articolate in tavoli specifici	1 sessione di lavoro di validazione del documento di restituzione
210 rappresentanti delle Istituzioni	233 rappresentanti delle Imprese	240 rappresentanti delle Associazioni e community
305 Input dei tavoli analizzati	150 ore di lavoro partecipato	8 mesi di lavoro dal kick off alla consegna del piano
	936 Partecipanti	

Gli incontri sono stati organizzati così da coprire il territorio nel modo più ampio possibile: dopo il kick-off formale avvenuto a Termoli il 27 novembre 2018, i tavoli tematici si sono svolti a Pozzilli (IS), Jelsi (CB), Campobasso, Capracotta (IS), Larino (CB), Colle D'Anchise (CB), Montenero di Bisaccia (CB), Castelpetroso (IS).

ORIENTAMENTI EMERSI DAI TAVOLI TEMATICI



LA VISION



Sviluppare la capacità del territorio e dei suoi abitanti di porsi accanto al turista, dalla sua parte, in termini di “vicinanza”, rendendolo partecipe della propria storia e della propria identità, al fine di costruire una “Destinazione Molise” che sia

Innovativa;

Sostenibile;

Riconoscibile;

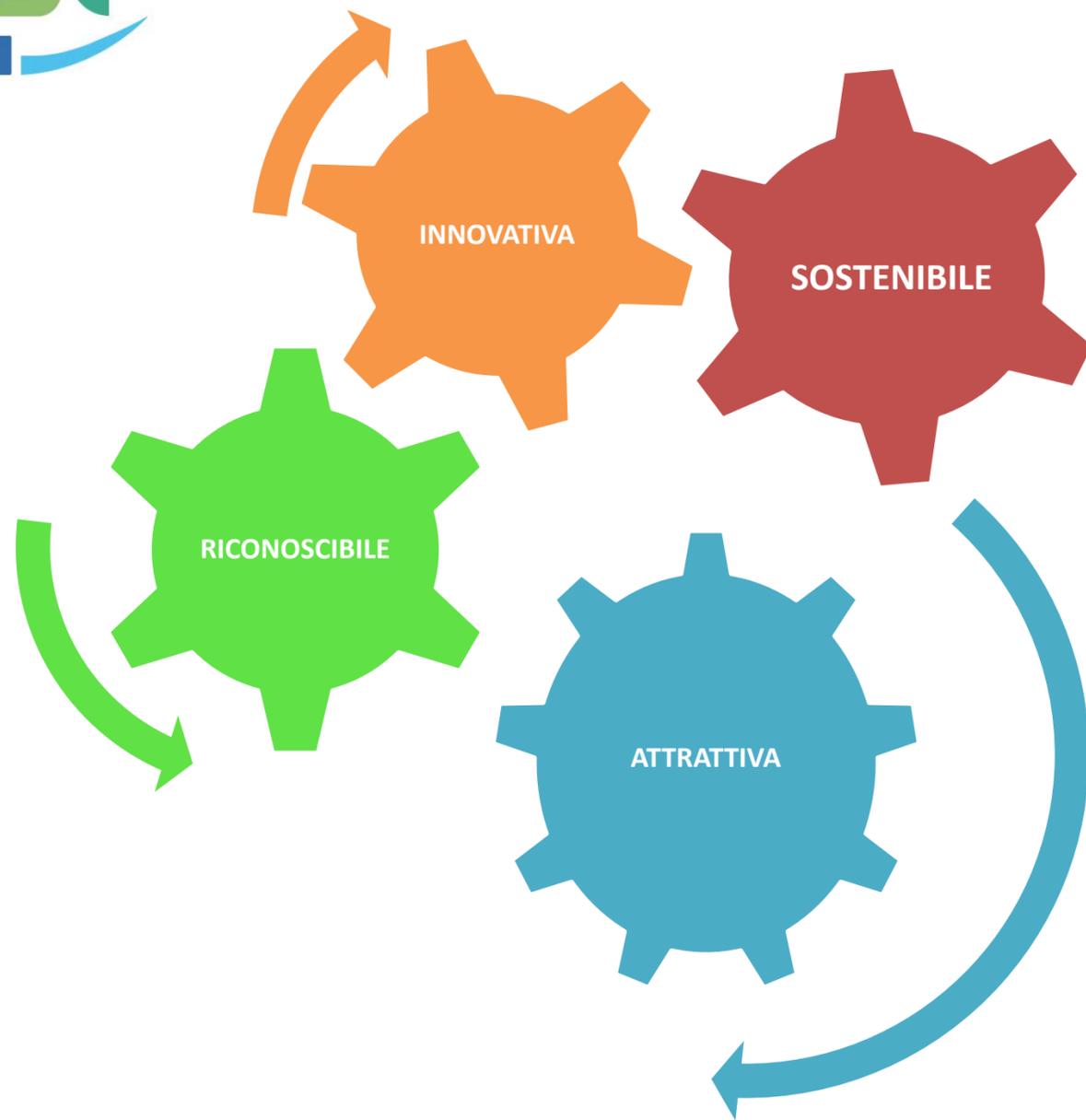
Attrattiva.

Conservare, allo stesso scopo, i caratteri di genuinità ed accoglienza, preservando il patrimonio fatto di stili di vita, cultura, natura.



MUTAMENTI DELLO SCENARIO GLOBALE

- Movimenti per la tutela dell'ambiente;
- Impegni geopolitici (ONU 2030)
- Attenzione media
- Pandemia
- Nuove tecnologie
-



LA STRATEGIA DI SPECIALIZZAZIONE INTELLIGENTE PER LA RICERCA (2015)

«.. La strategia di sviluppo per il futuro del Molise è sintetizzabile nell'aggettivo green ...»

DRIVER DI SVILUPPO

AMBIENTE

CREATIVITA'

BENESSERE

Gli obiettivi



Obiettivi, concreti, misurabili e confrontabili, a cui tende il Piano Strategico

Presenze turistiche

Baseline: Media
Rilevazioni ISTAT
2015-2019

Obiettivo 3 anni: +10%
Obiettivo 5 anni +15%

Stagionalità

Baseline: Percentuale
di presenze nei mesi
non estivi (ISTAT)

Obiettivo 3 anni: +10%
Obiettivo 5 anni: + 5%

V.A. comparto turistico

Baseline: Media
variazioni percentuali
sull'anno precedente
(rilevazioni ISTAT
2015-2019)

Obiettivo 3 anni: +10%
Obiettivo 5 anni +15%

Addetti comparto turistico

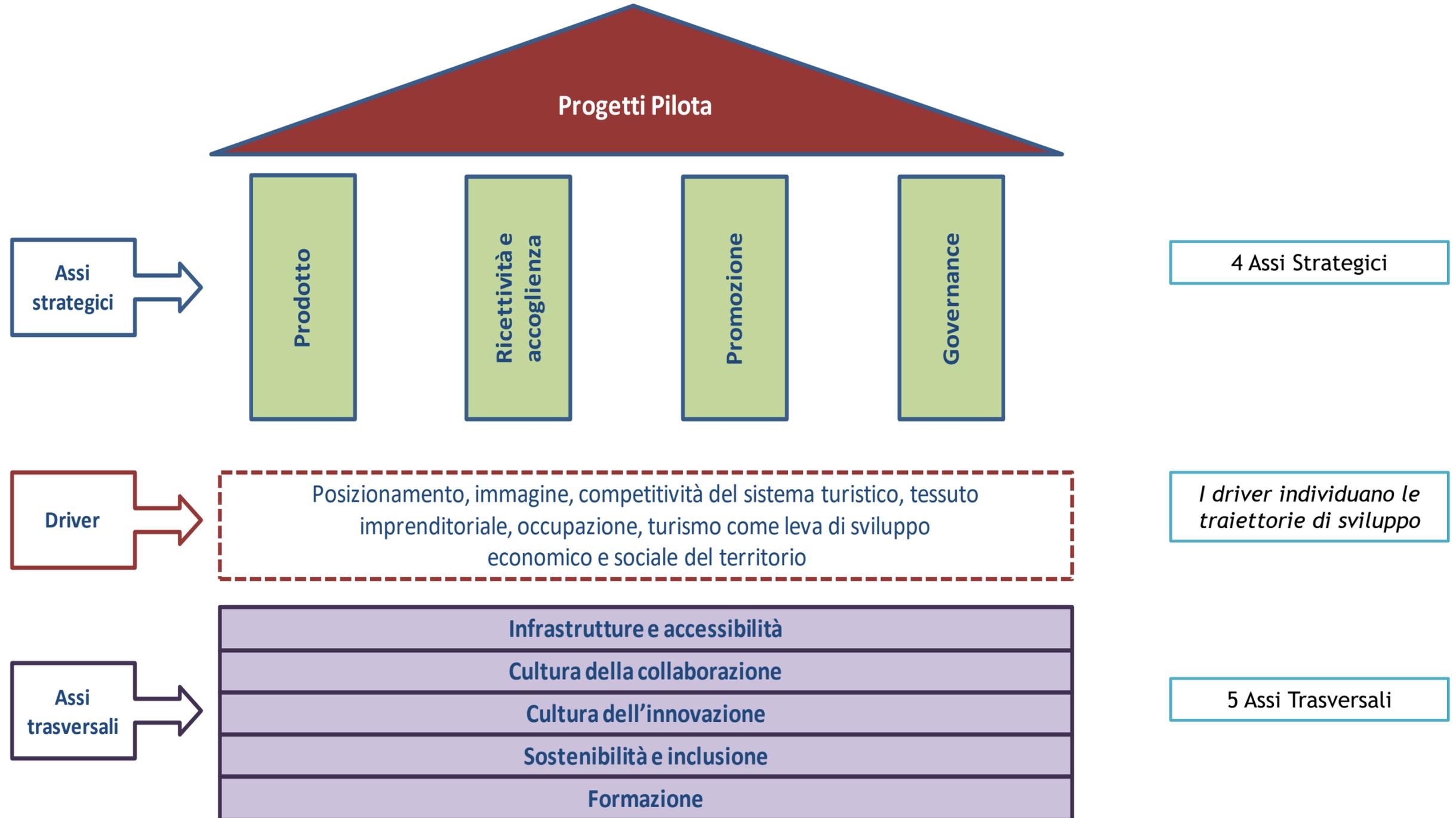
Baseline: Rilevazioni
ISTAT 2019

Obiettivo 3 anni: +10%
Obiettivo 5 anni +20%



LE AZIONI

il modello di riferimento





Asse 1 – Prodotto

Obiettivo

Valorizzare le risorse regionali per costruire una offerta competitiva: integrata, riconoscibile, fortemente identitaria e smart

Azione

Azione 1.8 Oasi Molise

Descrizione

L'azione punta alla valorizzazione di alcune fondamentali peculiarità ed eccellenze del Molise: **biodiversità, ricchezze naturalistiche ed ecologiche e disponibilità di prodotti a km zero**. Il Molise “sconosciuto” diviene un’OASI che, una volta raggiunta e scoperta, offre, attraverso i suoi punti di forza e specificità, un’esperienza esclusiva e personalizzata. Attraverso la fruizione di spazi naturalistici incontaminati e facendo leva sulle peculiarità culinarie, la visita in Molise garantisce effetti benefici sul benessere e la salute. **In tal modo è possibile tutelare la natura e la vocazione verde del territorio, nonché stimolare percorsi virtuosi di crescita che garantiscano effetti significativi soprattutto in termini ambientali ed occupazionali. Ambiente, salute, biodiversità ed eccellenza culinaria sono alcuni dei tematismi sui cui costruire e definire un'offerta integrata di beni e servizi.** L'azione mira dunque a coinvolgere diverse filiere intorno ad un unico brand/obiettivo: Università e/o start-up lavorano ad un progetto di schedatura/identificazione della biodiversità del Molise; le strutture ricettive sono attori fondamentali che, ad esempio, rilanciano orti e propongono esperienze e percorsi esperienziali, con interventi mirati in cui il turista possa avere un ruolo attivo (piantare alberi, tornare a coltivare vecchie colture, ecc.); i ristoranti offrono pacchetti di degustazioni mirate che offrono esperienze uniche; l'agricoltura recupera antiche colture o alimenti/ortaggi. L'azione mira ad aumentare l'attrattività turistica, a favorire lo sviluppo e la riscoperta di filiere, a creare nuove occasioni di occupabilità, a **raggiungere certificazioni “verdi” per il territorio anche in un ottica di forte abbattimento della produzione di Co2, a promuovere investimenti in ricettività completamente sostenibile e green.** Anche quest’azione sarà fortemente concentrata sul concetto di salute-cura-benessere individuale, sempre più sentito dopo lo scoppio della pandemia Covid 19, e si lega a quello della cura della comunità sociale anche come eco-sistema biologico.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE