



Elaborazione del piano strategico per la valorizzazione del Parco naturale transfrontaliero dell'Isonzo — Soča

GECT GO – EZTS GO

2017 – 2018

Report B Proposta Progettuale

*Il Direttore
dott.ssa Sandra Sodini
Il Responsabile Unico del Procedimento
dott. arch. Fabiana Pieri*

*Progettisti
capogruppo Stradivarie Architetti Associati
mandanti Di Dato & Meninno Architetti Associati
Locus prostorske informacijske resistve d.o.o
consulente Ljubica Knežević Cvelbar*

O

G

T

C

E

G

Gruppo Europeo di Cooperazione Territoriale "Territorio dei comuni: Comune di Gorizia (I), Mestna občina Nova Gorica (Slo) e Občina Šempeter-Vrtojba (Slo)"

Programma di Cooperazione territoriale Interreg V-A Italia-Slovenia 2014-2020



Elaborazione del piano strategico per la valorizzazione del Parco naturale transfrontaliero dell'Isonzo – Soča

REPORT B – PROPOSTA PROGETTUALE

*Progettisti
capogruppo
mandanti*

Stradivarie Architetti Associati
Di Dato & Meninno Architetti Associati
Locus prostorske informacijske resistve d.o.o
Ljubica Knežević Cvelbar

consulente

OGSTNE

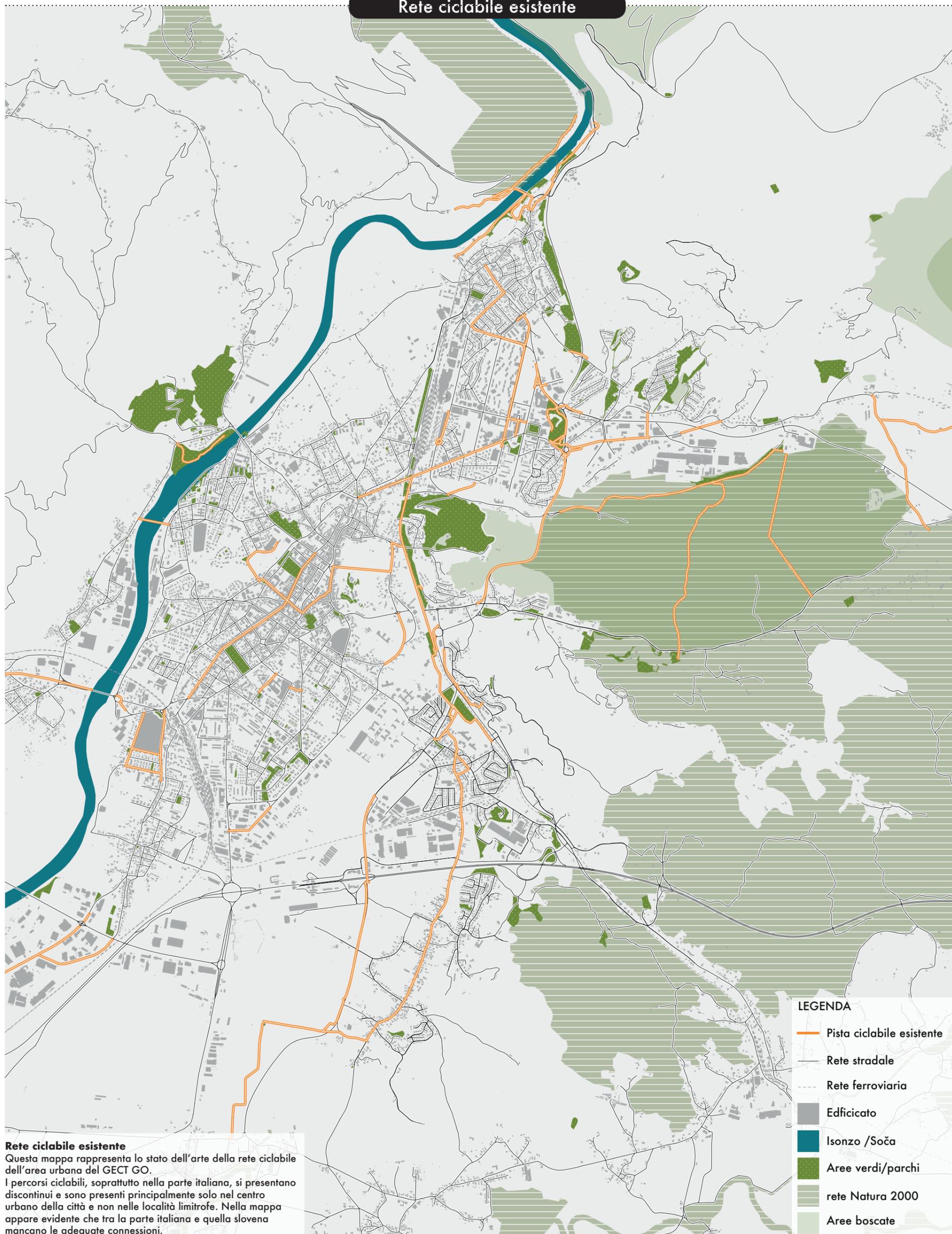
Report B Proposta progettuale Indice

1	La proposta progettuale: il RING ciclabile	05
1.1	Rete ciclabile esistente e di previsione	06
1.2	Concept e planimetria generale del RING ciclabile	09
2	Le risorse del RING ciclabile	15
2.1	La linea di confine	17
	<i>Ambiente</i>	
	<i>Accessibilità</i>	
	<i>Accoglienza</i>	
	<i>Attrattività</i>	
2.2	La ciclabile del fiume	23
	<i>Ambiente</i>	
	<i>Accessibilità</i>	
	<i>Accoglienza</i>	
	<i>Attrattività</i>	
2.3	La linea Gorizia – Nova Gorica	29
	<i>Ambiente</i>	
	<i>Accessibilità</i>	
	<i>Accoglienza</i>	
	<i>Attrattività</i>	
3	Piano d'azione	33
3.1	Visione	34
3.2	Obiettivi strategici	35
3.3	Sviluppo dei prodotti turistici transfrontalieri	36
3.4	Altri settori di sviluppo	42
3.5	Piano d'azione	44
4	Il processo partecipato	47
4.1	Riconoscimento degli stakeholders	49
4.2	Definizione degli opinion leaders	52
4.3	Modello del questionario conoscitivo	53
4.4	Cronoprogramma del processo partecipato	55

1 La proposta progettuale: il Ring ciclabile

1.1 Rete ciclabile esistente e di previsione

Rete ciclabile esistente



Rete ciclabile esistente

Questa mappa rappresenta lo stato dell'arte della rete ciclabile dell'area urbana del GECT GO.

I percorsi ciclabili, soprattutto nella parte italiana, si presentano discontinui e sono presenti principalmente solo nel centro urbano della città e non nelle località limitrofe. Nella mappa appare evidente che tra la parte italiana e quella slovena mancano le adeguate connessioni.

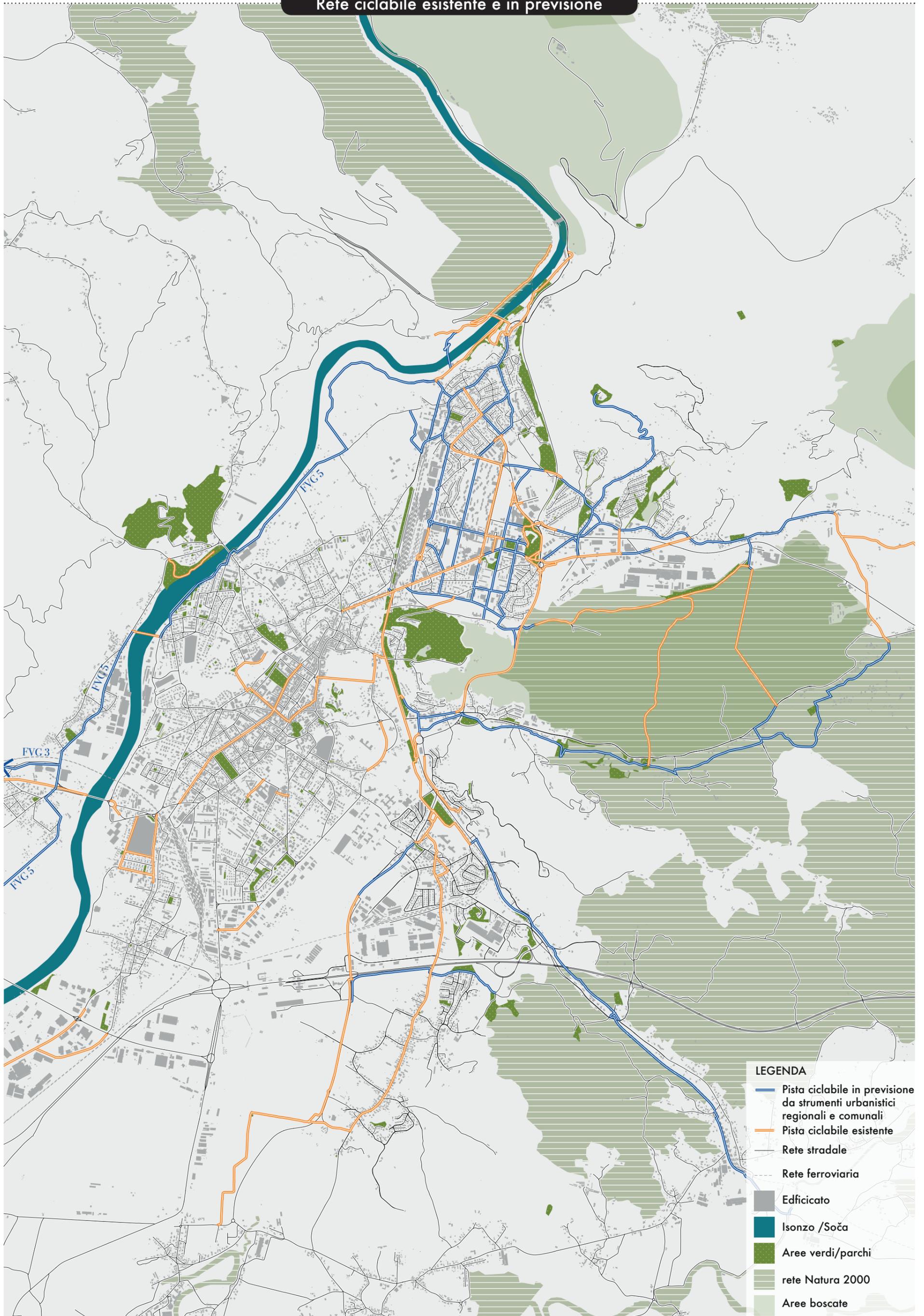
Rete ciclabile in previsione



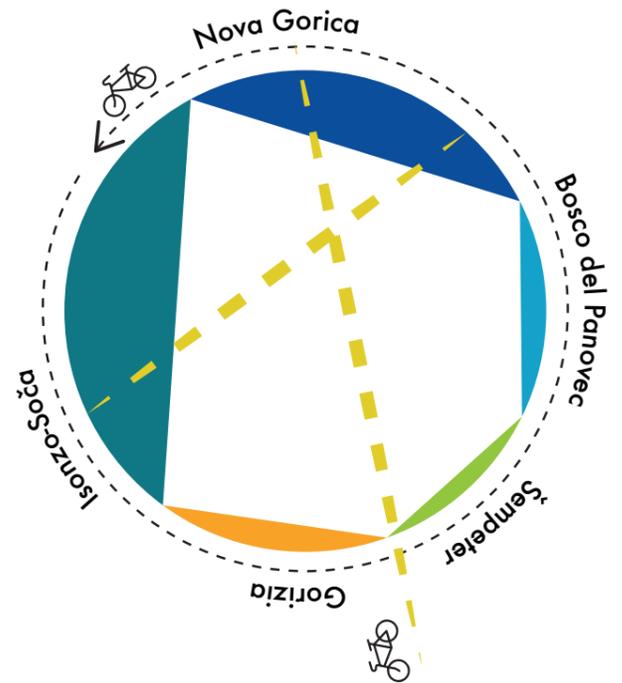
Rete ciclabile in previsione
Questa mappa illustra la rete ciclabile prevista dagli strumenti urbanistici italiani e sloveni. Come si evince la rete slovena in previsione è ampia e prevede oltre al completamento della rete ciclabile in ambito urbano anche la realizzazione di connessioni ciclabili con i centri limitrofi e le risorse ambientali presenti. Nel territorio italiano sono, invece, in previsione, la realizzazione di due ciclovie che fanno parte della Rete delle Ciclovie di Interesse Regionale (ReCIR): la FVG 5 - "Ciclovia dell'Isonzo" (attualmente in fase di progettazione - studio di fattibilità e progetto preliminare) e la FVG 3 - "Ciclovia pedemontana e del Collio". Anche per i percorsi ciclabili in previsione si riscontra dunque la mancanza di una visione d'insieme e di una progettualità comune tra Italia e Slovenia.

- LEGENDA**
- Pista ciclabile in previsione da strumenti urbanistici Regionali e comunali
 - Rete stradale
 - Rete ferroviaria
 - Edificato
 - Isonzo /Soča
 - Aree verdi/parchi
 - rete Natura 2000
 - Aree boscate

Rete ciclabile esistente e in previsione



1.2 Concept e planimetria generale del RING ciclabile



Concept

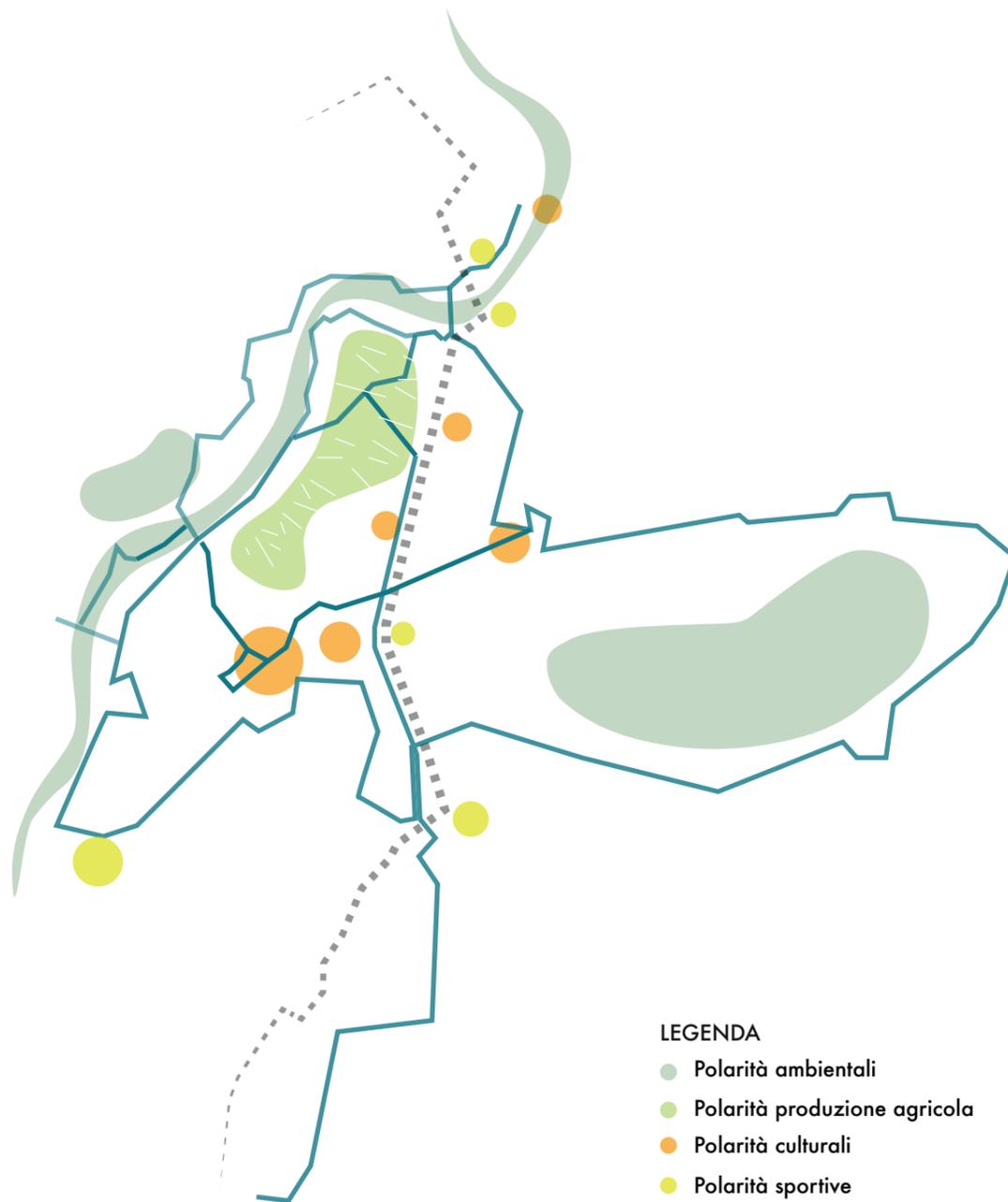
Da una lettura critica delle analisi condotte durante questo lavoro, ma anche da una conoscenza del territorio, che va oltre il sapere tecnico, il team di progettazione, in accordo con il GECT GO, ha deciso di puntare sulla bicicletta per rilanciare questo territorio.

Il piano strategico per la valorizzazione dell'area GECT GO prevedrà la progettazione e successiva realizzazione di numerosi progetti e dispositivi, ognuno dei quali sarà però atto a sviluppare l'idea del "RING CICLABILE". Ciò che proponiamo non è dunque la realizzazione di una semplice pista ciclabile bensì la realizzazione di una "tangenziale della bicicletta" che collegherà Italia e Slovenia, attraverso gli elementi di pregio, ma anche i principali servizi al cittadino presenti nel territorio del GECT GO.

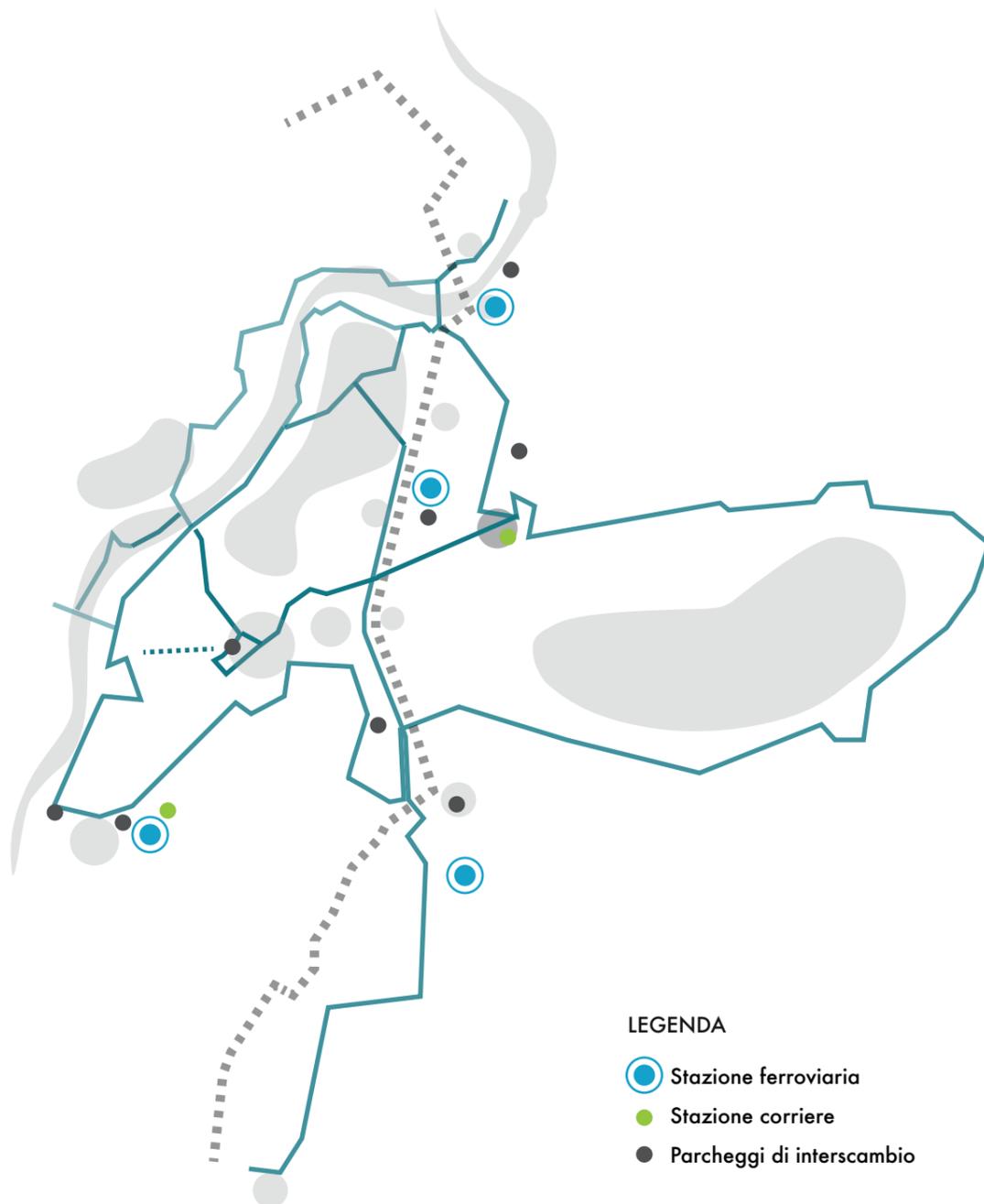
Per sviluppare un piano di sviluppo e promozione di un territorio è necessario, infatti, pensare a un'opera vasta in grado di comunicare la volontà di questo territorio di differenziarsi rispetto ad altri per la propria coscienza ecologica e la propria volontà di puntare tutto sulla mobilità sostenibile (sviluppando idee che negli ultimi anni hanno già preso piede e si sono dimostrate efficaci).

Il progetto del RING CICLABILE è stato sviluppato cercando di utilizzare le piste ciclabili già esistenti o comunque in previsione, pur sempre con l'obiettivo di collegare e attraversare i diversi poli attrattori e turistici dell'area GECT GO, permettendo in questo modo al turista di scoprire il territorio e ai cittadini di potersi muovere liberamente in bicicletta tra Gorizia, Nova Gorica e Šempeter-Vrtojba.

Connessione delle polarità turistiche dell'area urbana del GECT GO



Principali punti di interscambio modale (automobile - treno - TPL)



Planimetria generale

Il tracciato del ring partendo dal ponte di Solkan, prosegue lungo le aree agricole dell'Isonzo, il centro storico di Gorizia, il centro di Šempeter pri Gorici, il bosco del Panovec, il centro di Nova Gorica e si conclude nei pressi del Soča Fun Park di Salcano. Il ring esterno è tagliato da due assi con direzione nord-sud e est-ovest che permettono di suddividere il ring esterno in quattro anelli ciclabili minori. Il primo denominato "linea di confine" che, sviluppandosi lungo il confine tra Italia e Slovenia, attraversa i luoghi simbolo della storia passata e presente e connette il tracciato ciclabile Salcano - Plave che costeggia l'Isonzo con l'area in cui è in progetto il camping nel Comune di Šempeter-Vrtojba.

Il secondo asse, che si sviluppa in direzione est-ovest, si sviluppa dal Parco Piuma al Parco Borov gozdiček nel centro di Nova Gorica permettendo la connessione ciclabile del centro di Gorizia e Nova Gorica con la rete ciclabile del Collio e con gli itinerari FVG 5 e FVG3.

Tali assi, tagliando in quattro parti il ring permettono al cittadino una maggiore libertà di spostamento in bicicletta e al turista di scoprire il territorio.

L'anello ciclabile di progetto tocca i principali punti di interscambio (parcheggi scambiatori, stazione ferroviaria e stazione delle corriere) così da garantire l'accessibilità al percorso.

In tali punti si dovrà prevedere l'installazione di attrezzature di servizio alla ciclabile e la creazione di punti di informazione turistica atti a promuovere l'offerta turistica dell'Isonzo.

Il ring, nella sua interezza, presenta una lunghezza complessiva di 51,5 km di cui, 34 km riguardano l'anello centrale (con 27 km da realizzare e i restanti che invece si possono sviluppare su piste ciclabili esistenti) e 17,5 km riguardano gli assi trasversali.

2 Le risorse del Ring ciclabile

Nelle pagine seguenti si evidenziano, in dettaglio, le relazioni che le tre componenti del RING CICLABILE - la "linea di confine" (il tracciato ciclabile che costeggia l'Isonzo nella parte italiana), la "linea Gorizia - Nova Gorica" (il tracciato che va dal Parco Piroma al confine) e il tracciato della linea "Gorizia - Nova Gorica", sono in grado di innescare con i temi legati all'ambiente, l'accessibilità, l'accoglienza e l'attrattività.

Il lavoro effettuato ha un duplice scopo: da un lato verificare l'attendibilità del tracciato e il suo livello di servizio e, dall'altro, far emergere le risorse, i luoghi suggestivi e i servizi che sono presenti lungo il tracciato stesso.

Ambiente

Il percorso ciclabile lungo 12 km ha inizio in un contesto naturale caratterizzato dalla presenza del fiume Isonzo/Soča, prosegue lungo l'area urbana di Nova Gorica e Šempeter-Vrtojba per poi continuare in direzione del Carso attraversando un paesaggio rurale.

L'elemento caratterizzante del percorso è la presenza del confine di Stato tra Slovenia e Italia. Il percorso in territorio sloveno attraversa il confine di Stato per un breve tratto solo nella zona di Salcano. Nella parte più a nord il percorso rappresenta la continuazione della ciclovia nazionale slovena Salcano - Plave.

Oltre all'area del fiume Isonzo a Salcano, gli elementi di maggiore pregio lungo il percorso sono la Piazza della Transalpina, il tratto che attraversa la galleria della Castagnevizza, la pista tra il confine e la linea ferroviaria nel tratto Nova Gorica-Šempeter e il paesaggio rurale della piana di Vrtojba.

Un tratto dalle buone potenzialità di sviluppo è anche quello tra le vie Kolodvorska cesta e Ulica IX. korpusa. Il percorso ciclabile interseca in due punti il Ring previsto, vale a dire a Salcano e Šempeter.

Accessibilità

La linea intercetta diversi punti di interscambio modale: sono presenti parcheggi scambiatori in cui il ciclista può lasciare l'autovettura. In tali punti si dovrà prevedere l'installazione di servizi al ciclista (quali rastrelliere, punti di assistenza ecc...) e infopoint di promozione del sistema ciclabile.

La linea inoltre tocca la stazione della Transalpina e la nuova stazione di Šempeter.

Accoglienza

Lungo il percorso sono presenti alcuni esercizi di ristorazione, quali bar e ristoranti. Tali esercizi si concentrano principalmente nel Comune di Nova Gorica mentre sono scarsamente presenti nella parte sud del percorso.

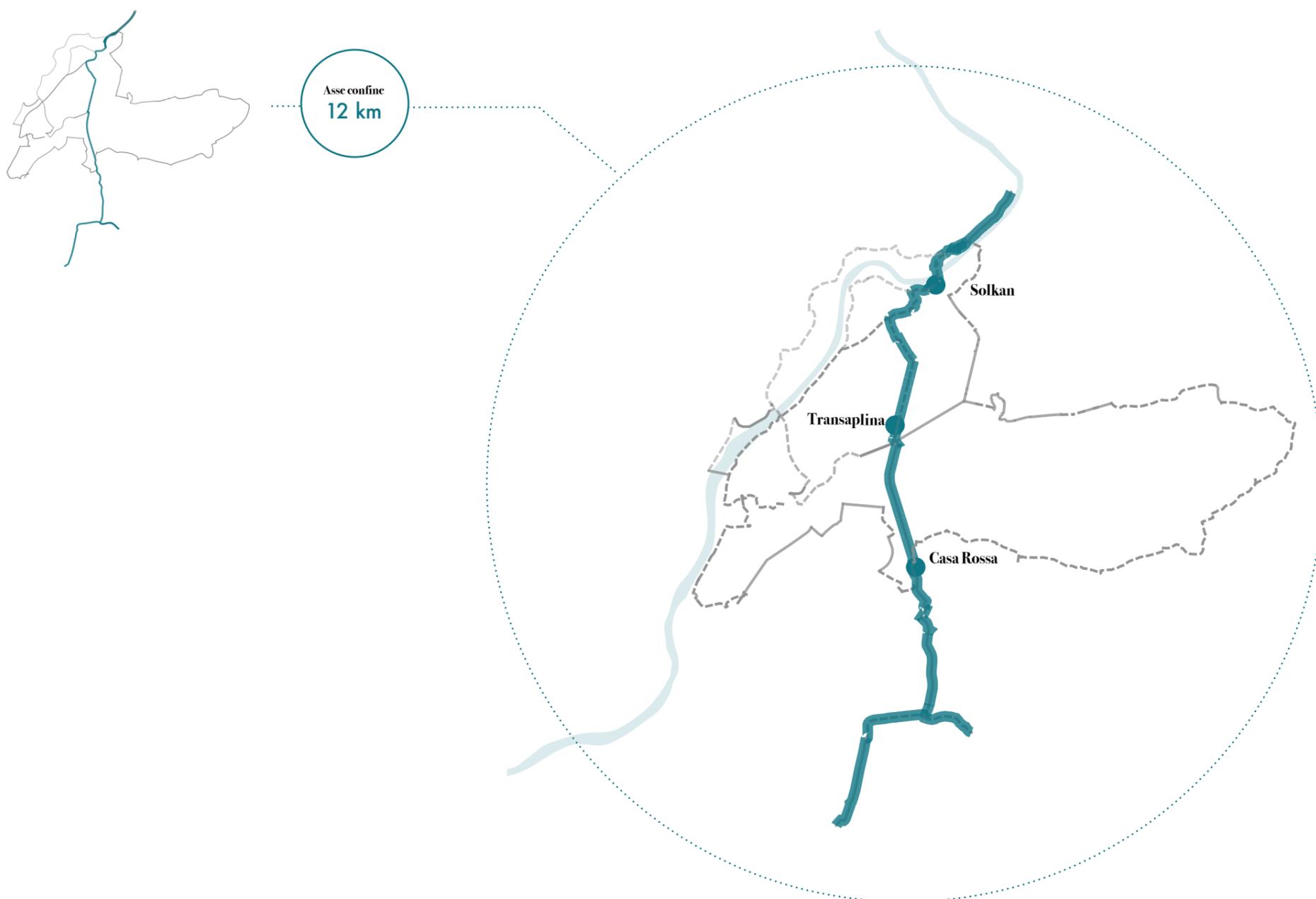
Attrattività

Lungo il percorso della ciclabile si riscontra una grande varietà di punti di attrazione culturali, tra cui spiccano in particolare il ponte di Solkan, la Piazza della Transalpina e una serie di mini musei.

L'area è caratterizzata anche dalla presenza di svariati luoghi di interesse sportivo e ricreativo, quali il Kayak center, il Soča Fun Park e il Parco sportivo di Šempeter, inoltre a distanza di 10-20 minuti sono raggiungibili tutti gli altri poli di attrazione dell'area.

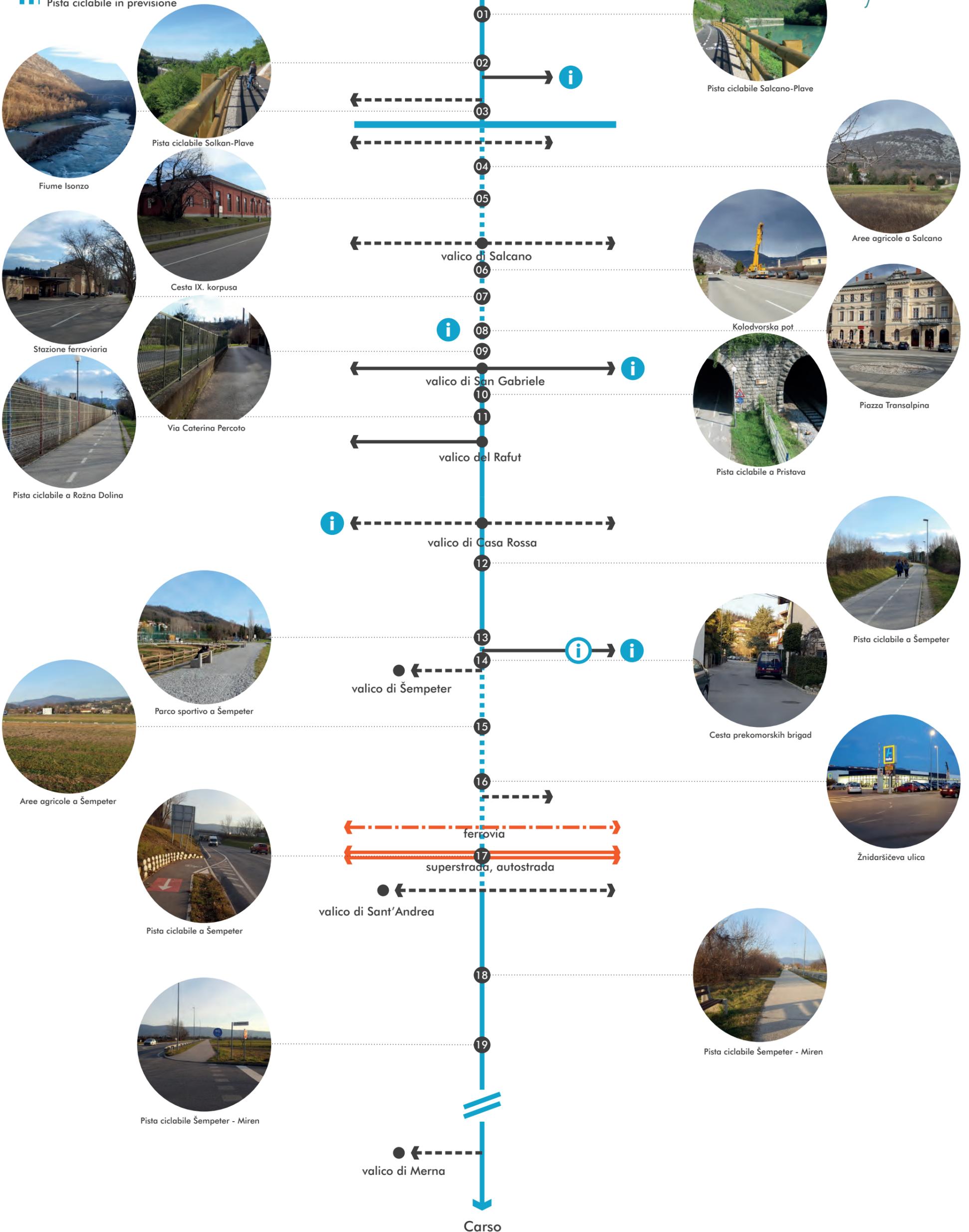
2.1 La linea di confine

Dati anagrafici - Ring - linea di confine

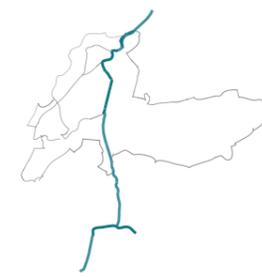


La ciclabile del confine: ambiente

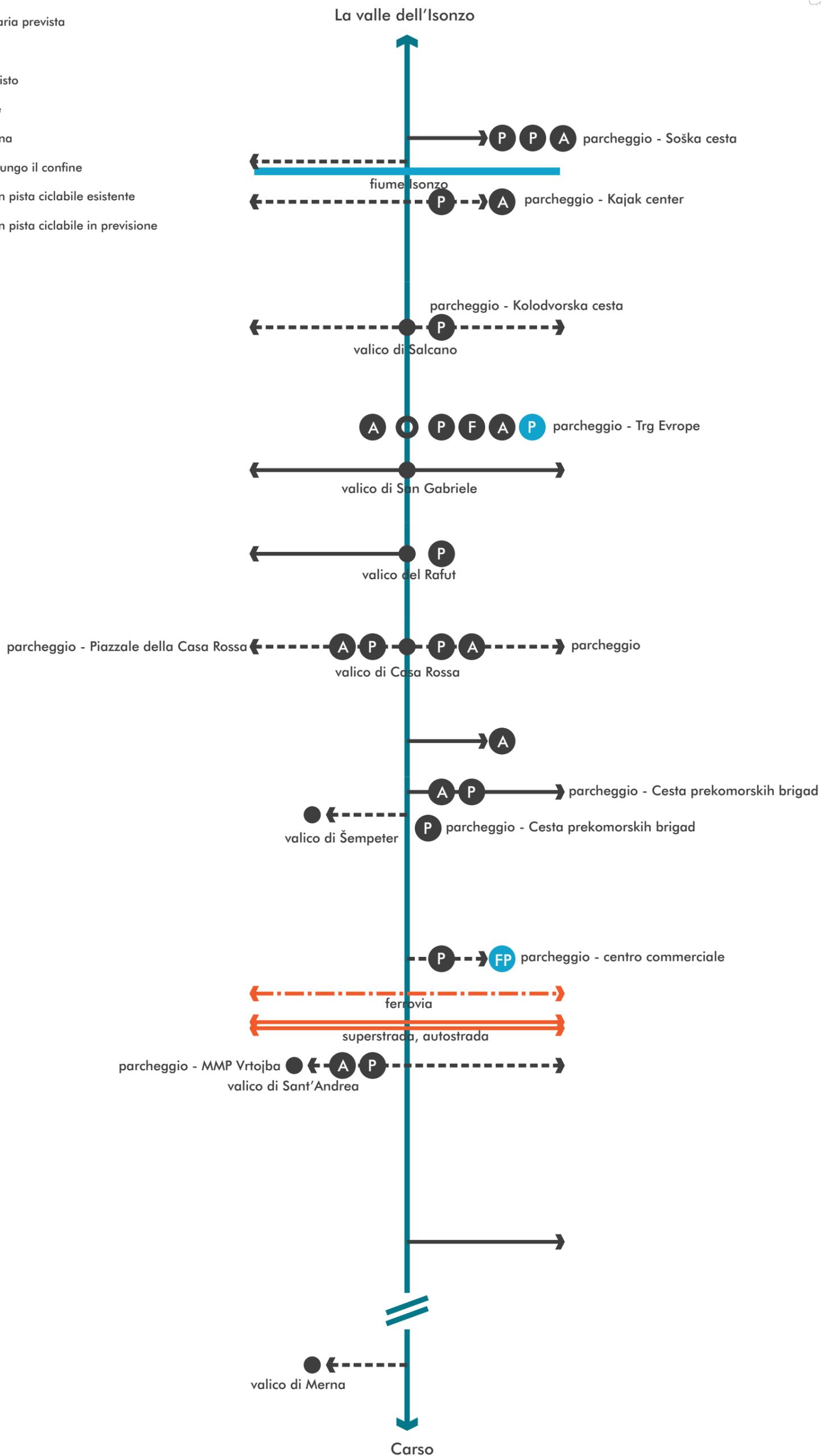
-  Infopoint esistente
-  Infopoint di progetto
-  Pista ciclabile esistente
-  Pista ciclabile in previsione



La ciclabile del confine: **Accessibilità**



- A** Fermata dell'autobus
- F** Stazione ferroviaria
- FP** Stazione ferroviaria prevista
- P** Parcheggio
- P** Parcheggio previsto
- Valico di confine
- Piazza Transalpina
- Pista ciclabile - lungo il confine
- Connessione con pista ciclabile esistente
- - - Connessione con pista ciclabile in previsione



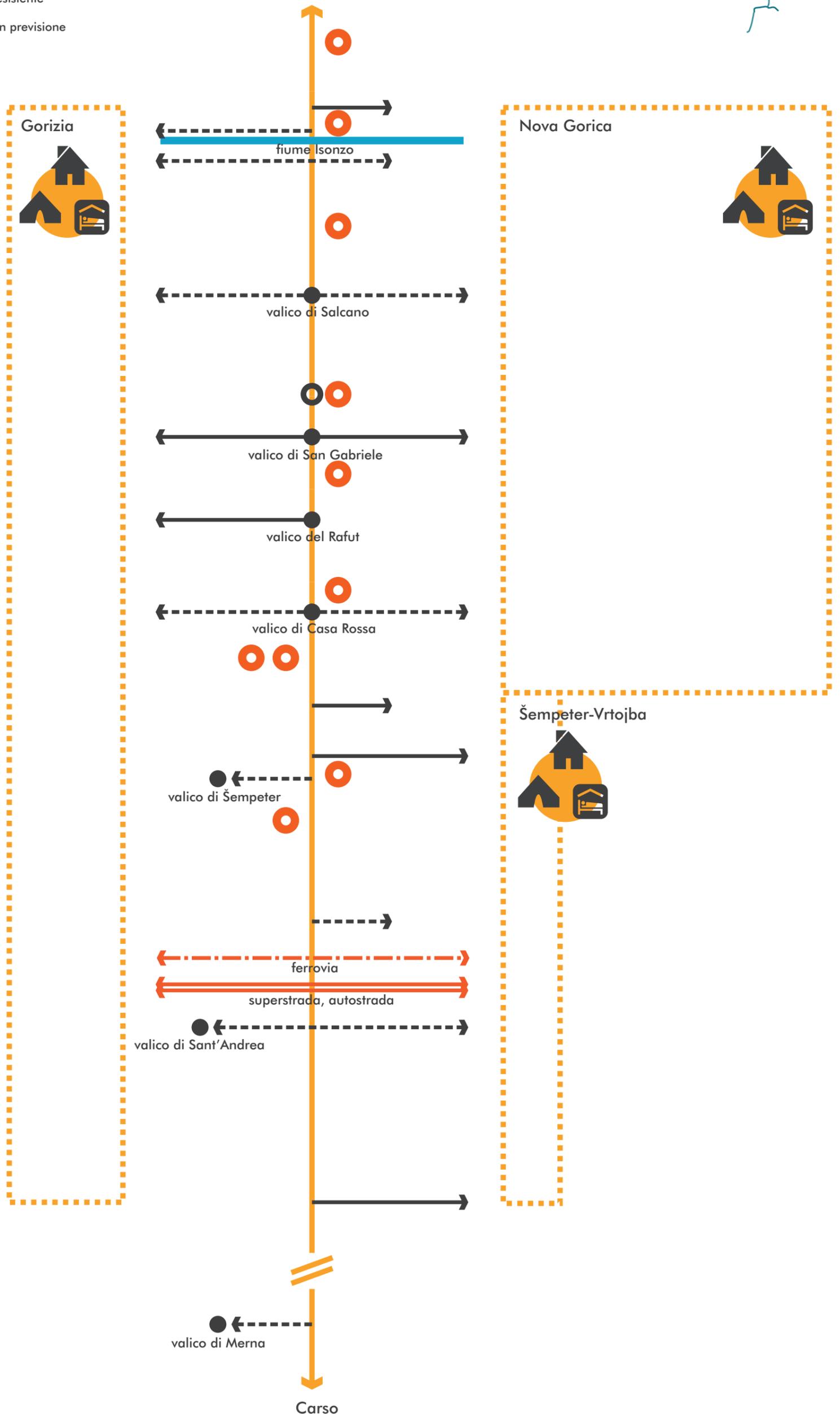
La ciclabile del confine: **Accoglienza**

 bar/ristorante

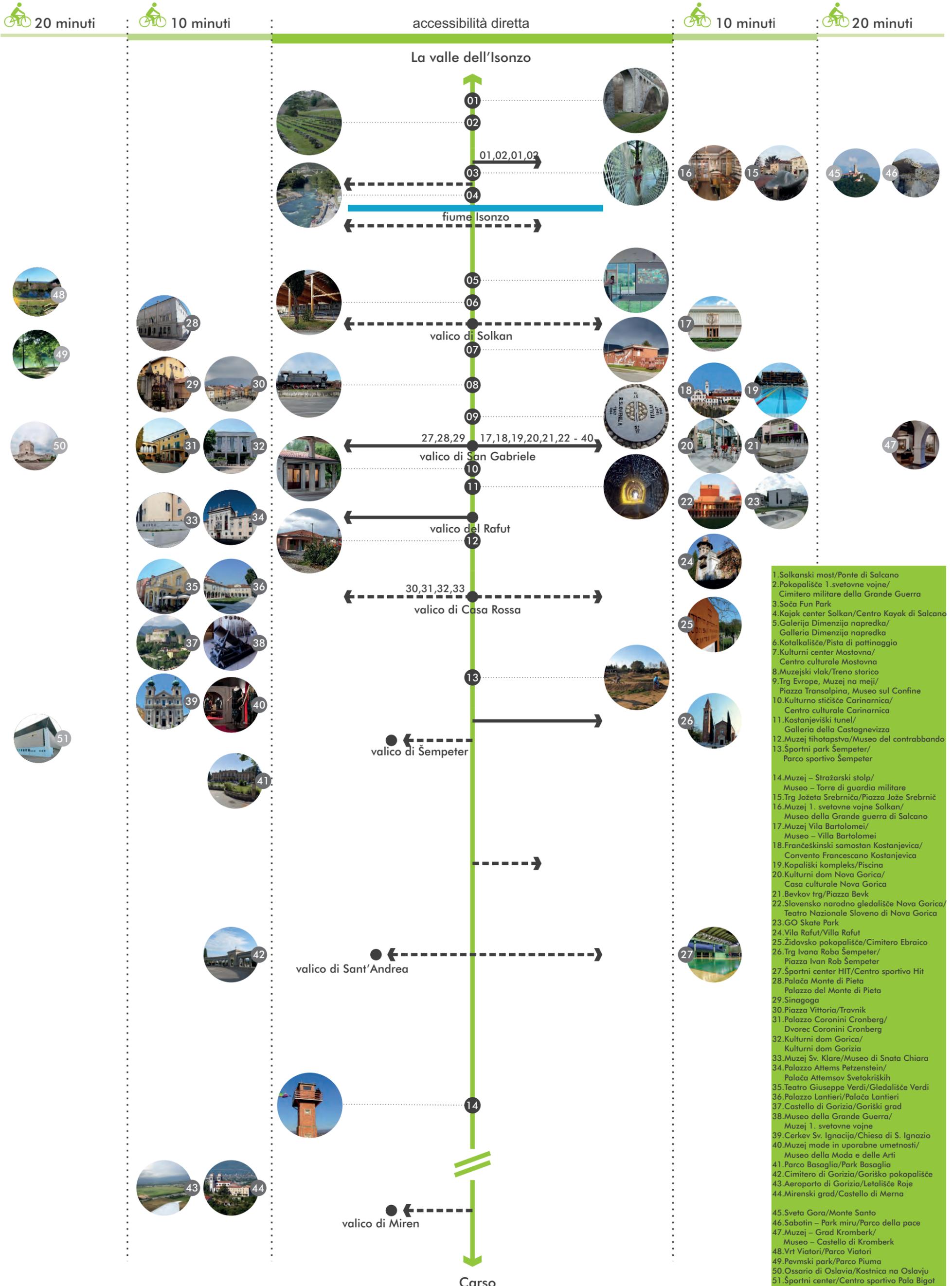
 L'offerta di posti letto

 Connessione con pista ciclabile esistente

 Connessione con pista ciclabile in previsione



La ciclabile del confine: **Attrattività**



1. Solkanski most/Ponte di Salcano
2. Pokopališče 1. svetovne vojne/ Cimitero militare della Grande Guerra
3. Soča Fun Park
4. Kajak center Solkan/Centro Kayak di Salcano
5. Galerija Dimenzija napredka/ Galleria Dimenzija napredka
6. Kotalkališče/Pista di pattinaggio
7. Kulturni center Mostovna/ Centro culturale Mostovna
8. Muzejski vlak/Treno storico
9. Trg Evrope, Muzej na meji/ Piazza Transalpina, Museo sul Confine
10. Kulturno stičišče Carinarnica/ Centro culturale Carinarnica
11. Kostanjeviški tunel/ Galleria della Castagnevizza
12. Muzej tihotapstva/Museo del contrabbando
13. Športni park Šempeter/ Parco sportivo Šempeter
14. Muzej – Stražarski stolp/ Museo – Torre di guardia militare
15. Trg Jožeta Srebrnič/Piazza Jože Srebrnič
16. Muzej 1. svetovne vojne Solkan/ Museo della Grande guerra di Salcano
17. Muzej Vila Bartolomei/ Museo – Villa Bartolomei
18. Frančeškinski samostan Kostanjevica/ Convento Franciscano Kostanjevica
19. Kopalniški kompleks/Piscina
20. Kulturni dom Nova Gorica/ Casa culturale Nova Gorica
21. Bevkov trg/Piazza Bevk
22. Slovensko narodno gledališče Nova Gorica/ Teatro Nazionale Sloveno di Nova Gorica
23. GO Skate Park
24. Vila Rafut/Villa Rafut
25. Židovsko pokopališče/Cimitero Ebraico
26. Trg Ivana Roba Šempeter/ Piazza Ivan Rob Šempeter
27. Športni center HIT/Centro sportivo Hit
28. Palača Monte di Pieta Palazzo del Monte di Pieta
29. Sinagoga
30. Piazza Vittoria/Travnik
31. Palazzo Coronini Cronberg/ Dvorec Coronini Cronberg
32. Kulturni dom Gorica/ Kulturni dom Gorizia
33. Muzej Sv. Klare/Museo di Snata Chiara
34. Palazzo Attems Petzenstein/ Palača Attems Svetokriških
35. Teatro Giuseppe Verdi/Gledališče Verdi
36. Palazzo Lantieri/Palača Lantieri
37. Castello di Gorizia/Goriški grad
38. Museo della Grande Guerra/ Muzej 1. svetovne vojne
39. Cerkev Sv. Ignacija/Chiesa di S. Ignazio
40. Muzej mode in uporabne umetnosti/ Museo della Moda e delle Arti
41. Parco Basaglia/Park Basaglia
42. Cimitero di Gorizia/Goriška pokopališče
43. Aeroporto di Gorizia/Letališče Roje
44. Mirenski grad/Castello di Merna
45. Sveta Gora/Monte Santo
46. Sabotin – Park miru/Parco della pace
47. Muzej – Grad Kromberk/ Museo – Castello di Kromberk
48. Vrt Viatori/Parco Viatori
49. Pevmski park/Parco Piuma
50. Ossario di Oslavia/Kostnica na Oslavju
51. Športni center/Centro sportivo Pala Bigot

Ambiente

Nel tratto in esame il tracciato attraversa nella parte nord l'area agricola di via degli Scogli in cui ancora oggi il terreno viene coltivato a ortaggi, elemento per noi ritenuto di valore ai fini anche di una promozione dei prodotti stessi a chilometro zero. Nella parte centrale, il percorso ciclabile attraversa il ponte del Torrione e la centrale idroelettrica di Straccis.

Accessibilità

Lungo il tratto in esame sono presenti diversi punti di interscambio modale: in particolare si segnala la presenza di diverse aree a parcheggio che si concentrano soprattutto nella parte del sud del percorso, la connessione con il parcheggio dedicato ai Camper in via Virgilio e il centro intermodale passeggeri situato nei pressi della stazione di Gorizia.

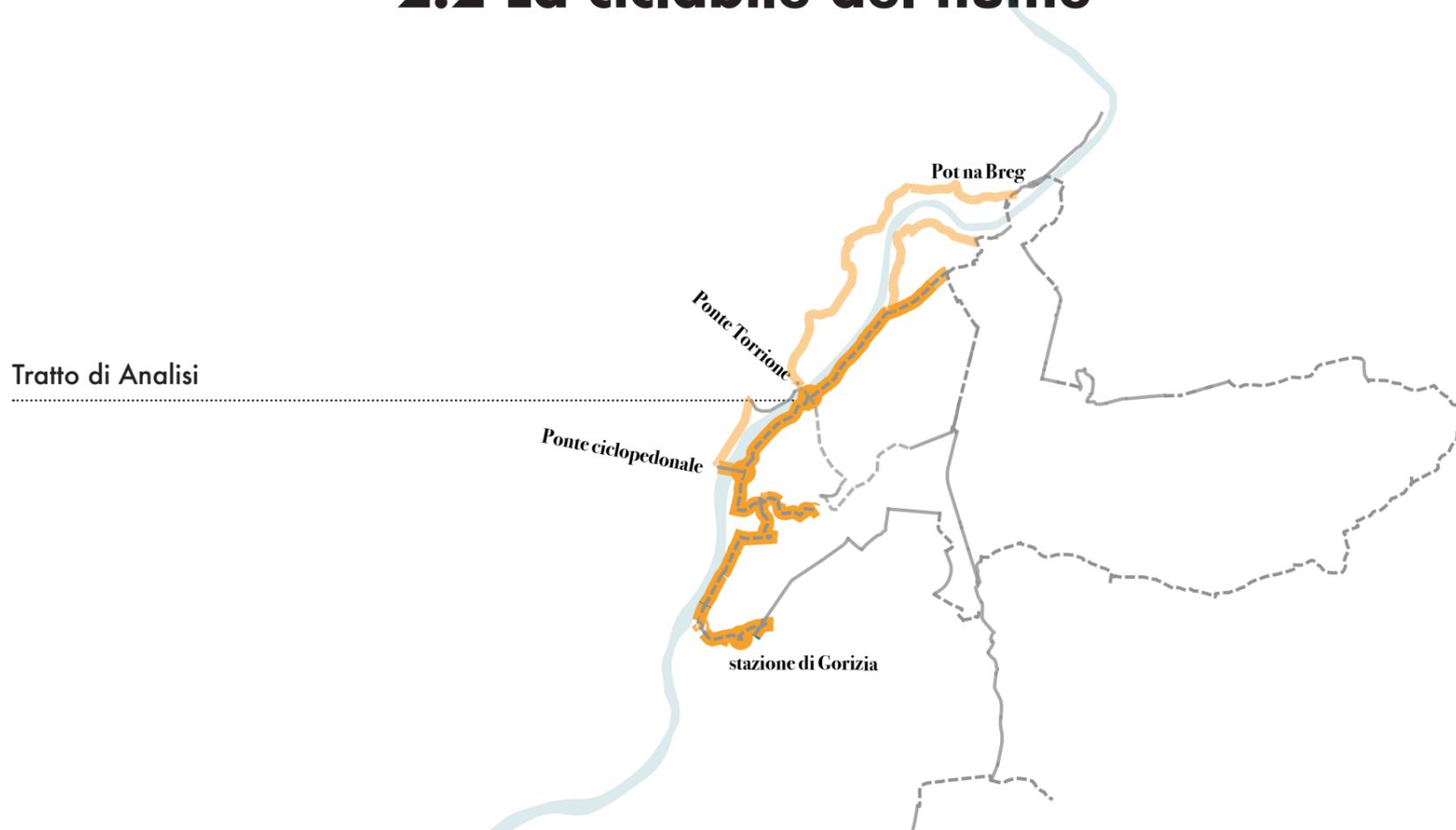
Accoglienza

Lungo il percorso sono presenti alcuni esercizi di ristorazione, quali bar e ristoranti. Tali esercizi si concentrano principalmente in prossimità della parte terminale del tracciato in esame lungo le vie limitrofe della stazione di Gorizia.

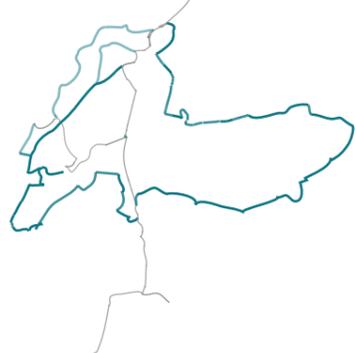
Attrattività

Lo schema in pagina individua i principali poli di attrazione situati lungo il tratto in esame e quelli raggiungibili in bicicletta in dieci e venti minuti. Nella parte più a nord si possono fare delle deviazioni che portano verso la Stazione Transalpina, il Soča Fun park, il ponte di Salcano e Montesanto (quest'ultimi 2 con una deviazione sul percorso calcolata in 20 min). Nella parte centrale il percorso tocca l'ambito agricolo, il parco Piuma. Successivamente il percorso si snoda lungo la sponda dell'Isonzo permettendo anche la connessione con la fiera, il polo sportivo e il Giardino Viatori. In linea generale è possibile affermare che percorrendo questo tracciato è possibile vedere e scorgere le maggiori risorse, siano esse ambientali che storiche, presenti nell'intera area del GECT GO.

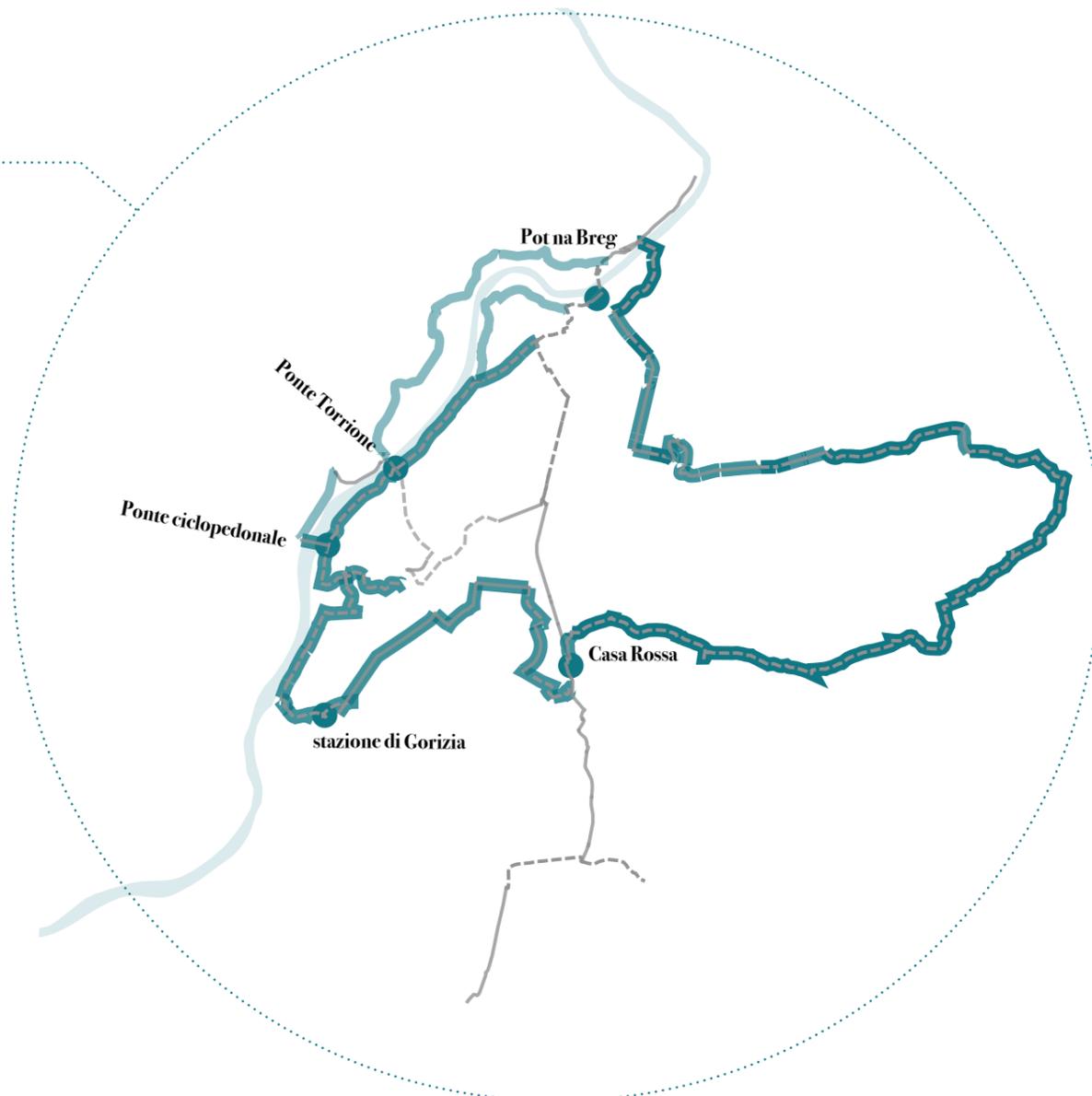
2.2 La ciclabile del fiume



Dati anagrafici - Ring



Ring
34 km



La ciclabile del fiume: ambiente



i Infopoint di progetto

— Pista ciclabile esistente

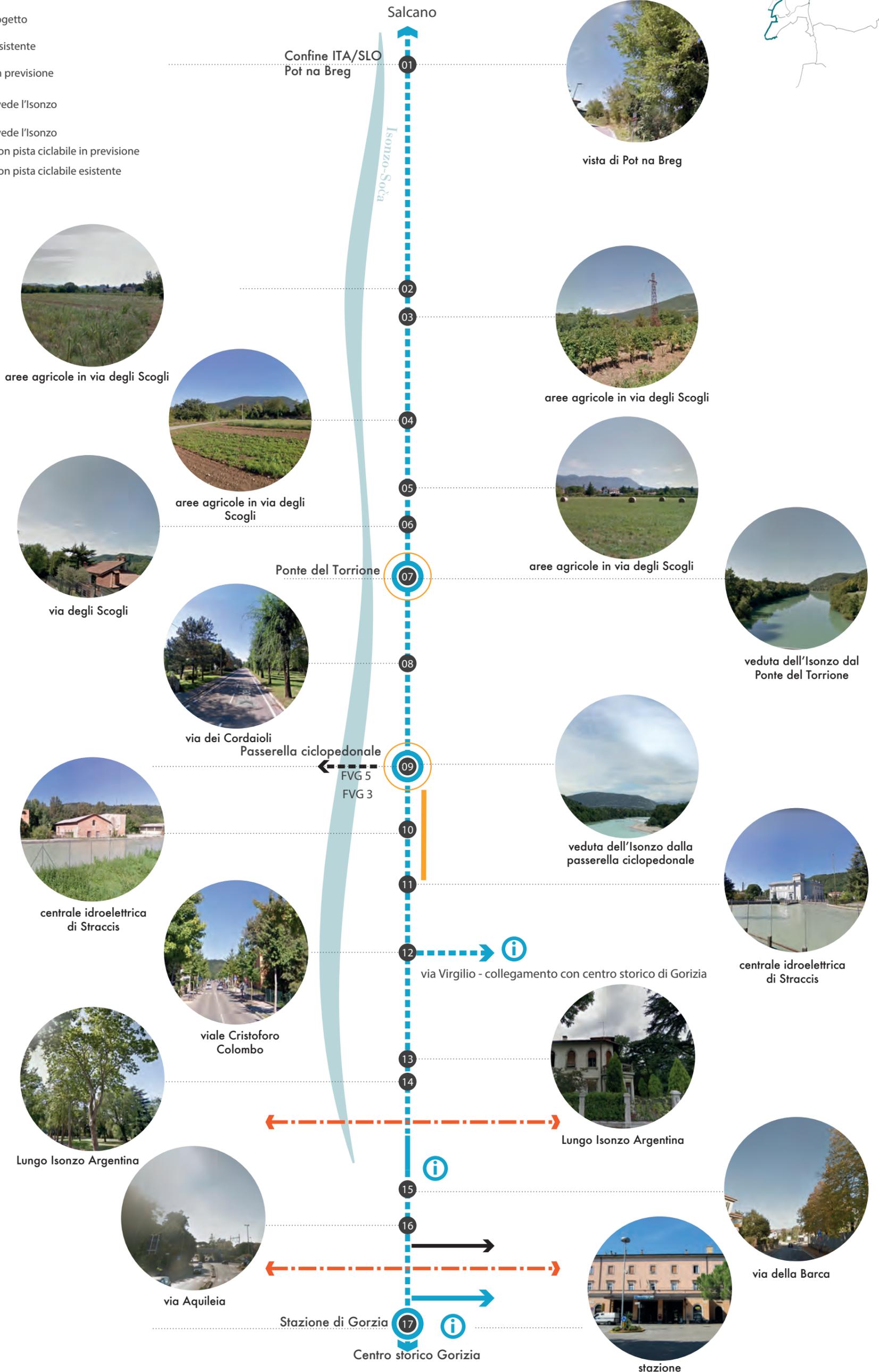
- - - Pista ciclabile in previsione

○ Punto in cui si vede l'Isonzo

— Tratto in cui si vede l'Isonzo

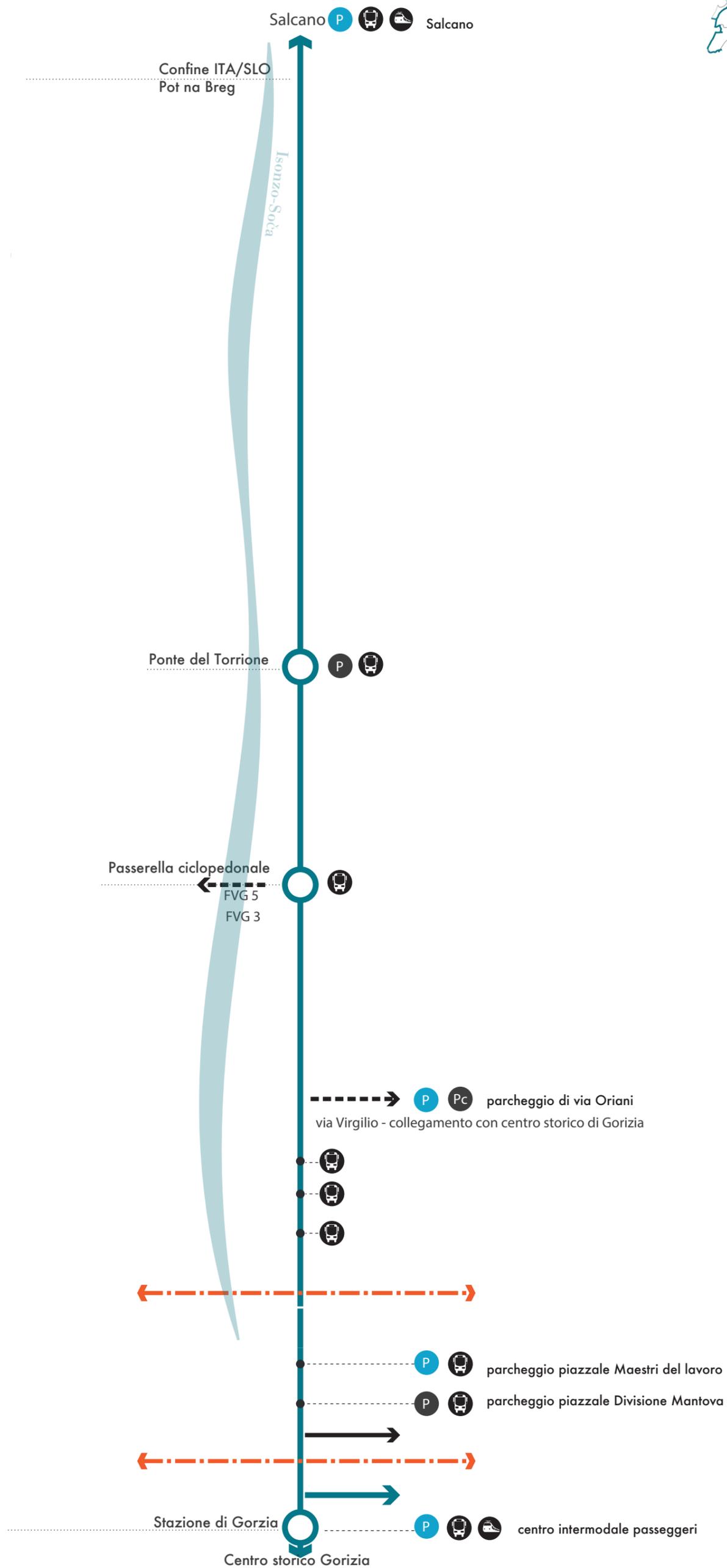
- - - Connessione con pista ciclabile in previsione

— Connessione con pista ciclabile esistente



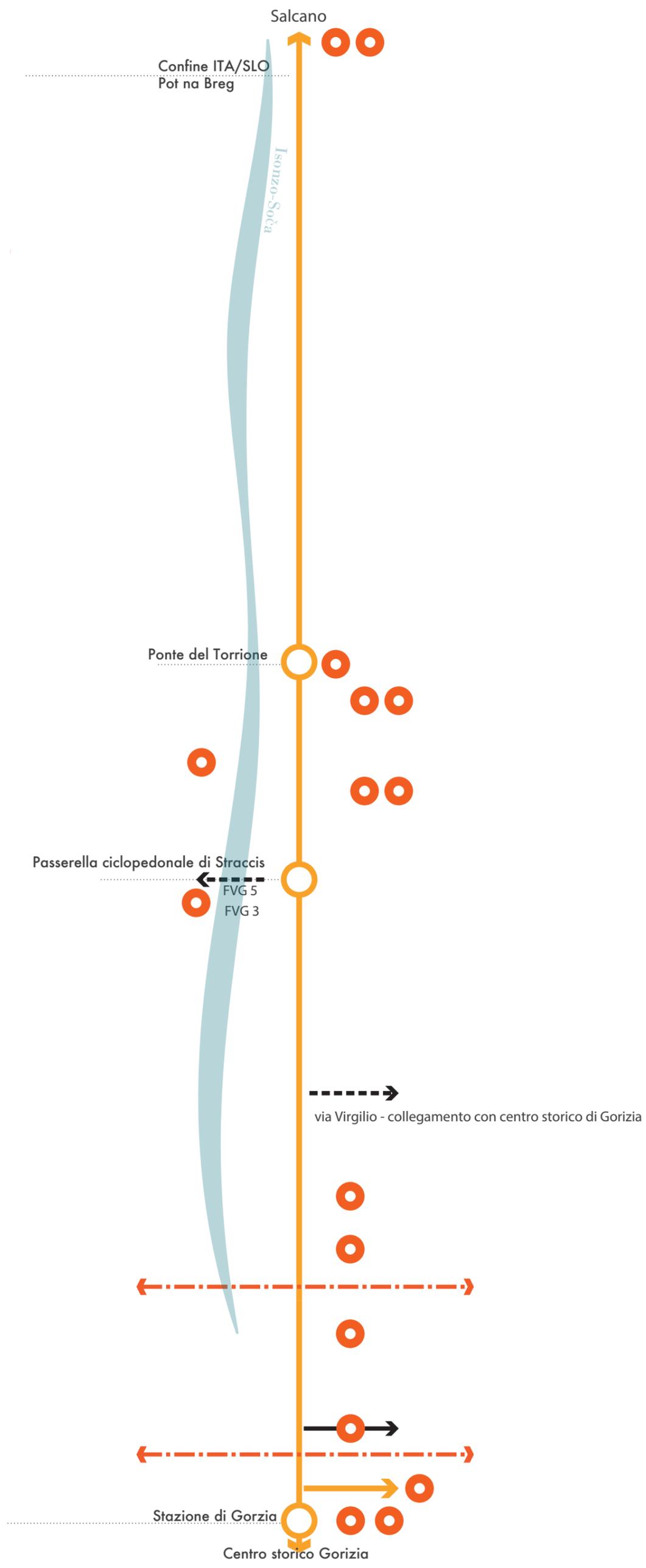
La ciclabile del fiume: accessibilità

-  Fermata dell'autobus
-  Stazione ferroviaria
-  Parcheggio
-  Parcheggio camper
-  Parcheggio di interscambio attrezzato
-  Pista ciclabile - Ring "Isonzo"
-  Connessione con pista ciclabile in previsione
-  Connessione con pista ciclabile esistente
-  Rete ferroviaria esistente

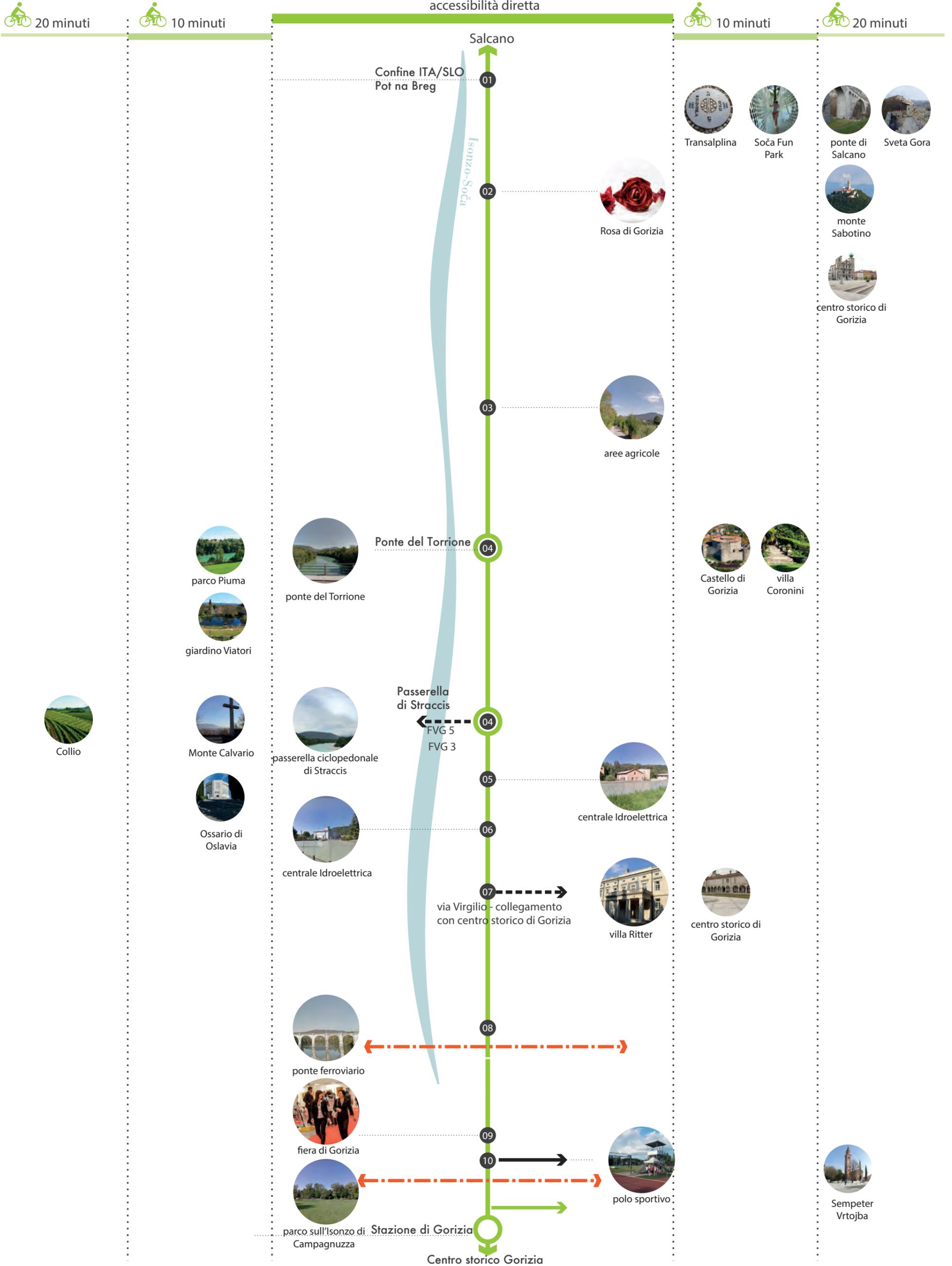


La ciclabile del fiume: accoglienza

- bar/ristorante
- Pista ciclabile - Ring "Isonzo"
- - - Connessione con pista ciclabile in previsione
- Connessione con pista ciclabile esistente
- ← → Rete ferroviaria esistente



La ciclabile del fiume: **attrattività**



Ambiente

Il tratto in esame, attraversato il ponte del Torrione, entra nell'ambito urbano e si snoda per le vie del centro cittadino di Gorizia fino a connettersi con la pista ciclabile accanto alla linea di confine nei pressi di via San Gabriele.

Accessibilità

L'accessibilità al percorso è garantita dalla presenza di quattro aree parcheggio e dalla presenza di diverse fermate delle linee del TPL.

Accoglienza

Lungo il percorso sono presenti alcuni esercizi di ristorazione, quali bar e ristoranti. Tali esercizi si concentrano principalmente nella parte centrale in prossimità dell'intersezione con via Italo Brass. Si reputa che questo tratto di percorso è ben servito.

Attrattività

Il tratto in esame si dipana tra alcuni punti ritenuti di maggiore interesse turistico quali il parco Piuma e il palazzo Coronini lambendo il centro storico di Gorizia. Dal tracciato, effettuando alcune deviazioni, è possibile raggiungere il Collio e i principali siti sul tema della Grande Guerra.

2.3 La linea Gorizia – Nova Gorica

Tratto di Analisi

Parco Piuma
Transaplina
Parco Borov gozdiček

Dati anagrafici - Ring - linea Gorizia - Nova Gorica



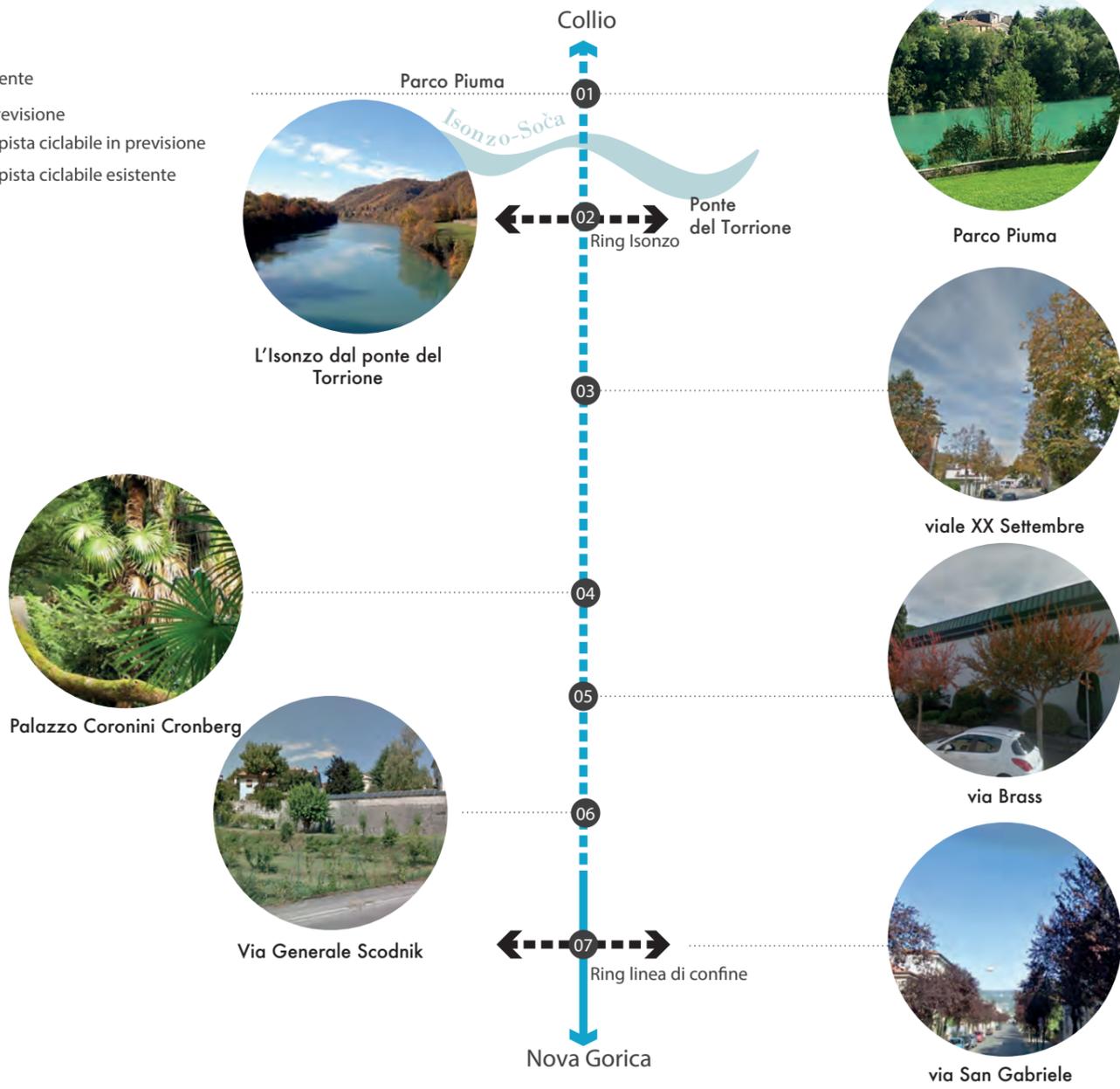
trasversale
Gorizia - Nova Gorica
5,5 km

Parco Piuma
Transaplina
Parco Borov gozdiček

Gorizia - Nova Gorica: ambiente

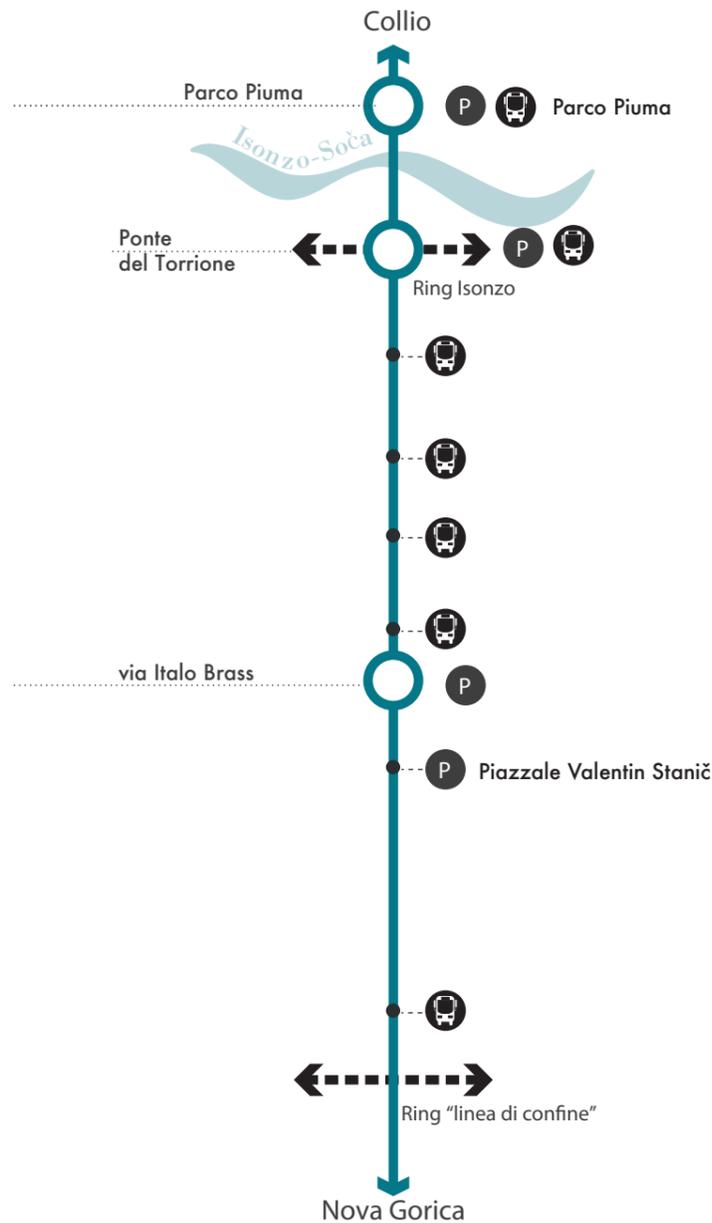


- Pista ciclabile esistente
- Pista ciclabile in previsione
- Connessione con pista ciclabile in previsione
- Connessione con pista ciclabile esistente



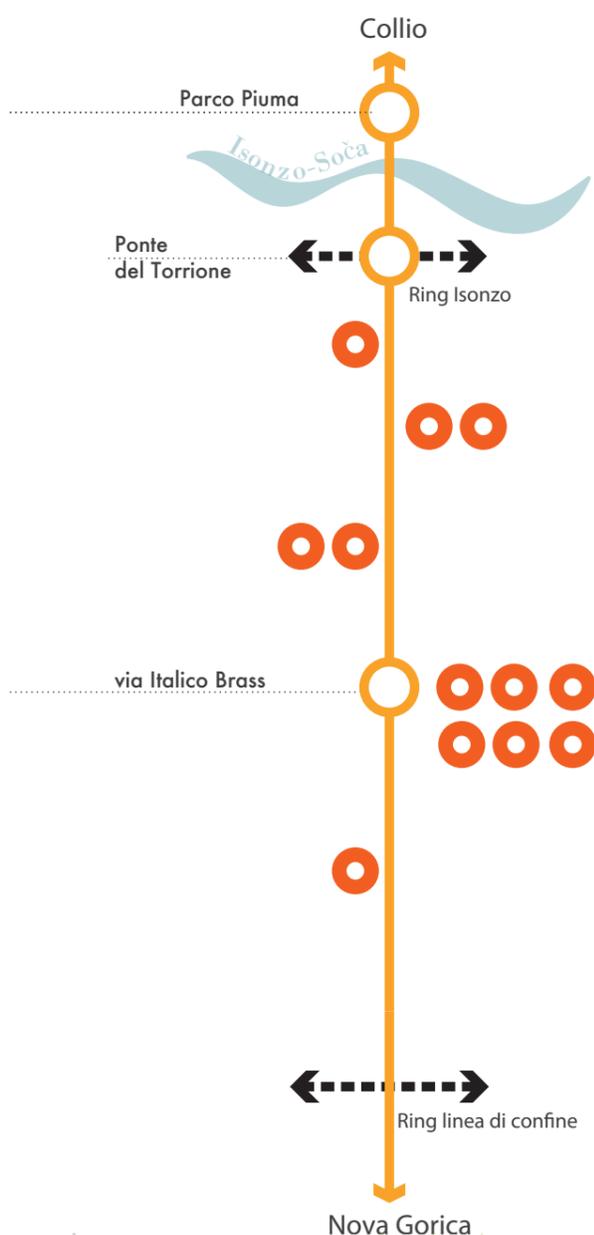
Gorizia - Nova Gorica: accessibilità

- Fermata dell'autobus
- Parcheggio
- Pista ciclabile - Ring "Gorizia - Nova Gorica"
- Connessione con pista ciclabile in previsione
- Connessione con pista ciclabile esistente

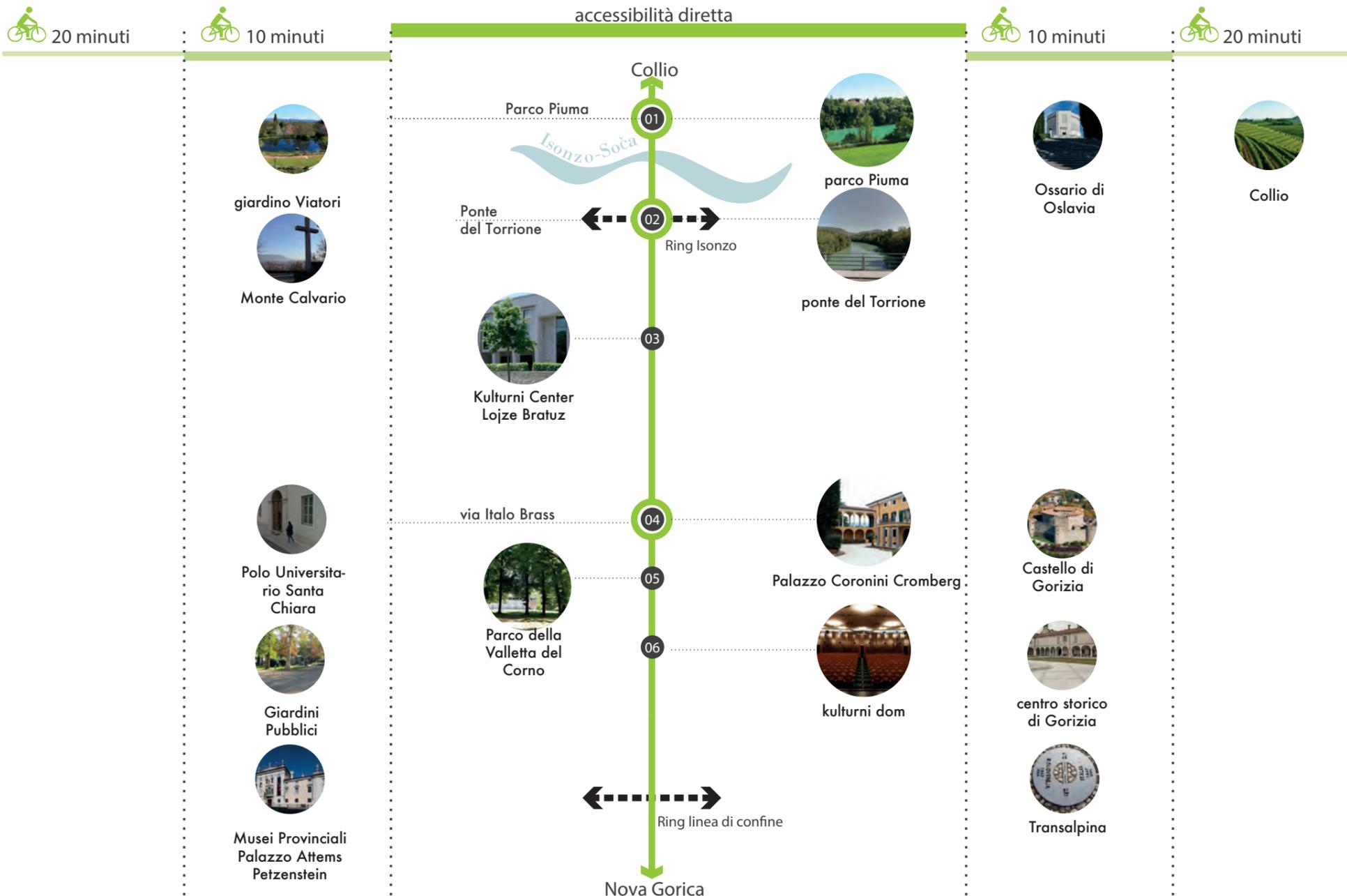


Gorizia - Nova Gorica: accoglienza

-  bar/ristorante
-  Pista ciclabile - Ring "Gorizia - Nova Gorica"
-  Connessione con pista ciclabile in previsione
-  Connessione con pista ciclabile esistente



Gorizia - Nova Gorica: attrattività



**"Diventare
un'area turistica
riconoscibile,
capace di offrire
esperienze
culturali ed
enogastronomiche
transfrontaliere
uniche ai turisti in
cerca di svago tra
città e natura"**

—

la visione

3 Piano d'azione

Introduzione

Negli ultimi sei decenni il turismo ha registrato una crescita esponenziale. Nel 1960 il numero di presenze turistiche nel mondo si aggirava intorno ai 10 milioni, per il 2030 si prevede invece che i turisti stranieri raggiungeranno la cifra di 1,8 miliardi. Considerando i turisti locali e stranieri, questa cifra salirà a 6 miliardi di turisti all'anno. 6 miliardi di opportunità! E questi numeri sono destinati a crescere. I dati dimostrano che il turismo è il settore che cresce più velocemente dell'economia mondiale ormai da decenni e questa tendenza non sembra arrestarsi.

Tuttavia la maggior parte dei Paesi sviluppati finora non ha scommesso sul turismo come priorità economica, perché le entrate derivanti da questa attività erano inferiori a quelle dei settori trainanti dello sviluppo. Il turismo forniva prodotti e servizi dal minor valore aggiunto. Ha rappresentato da sempre un importante bacino occupazionale, un dato non trascurabile, tuttavia impiegava manodopera poco qualificata ed erogava stipendi inferiori alla media. Questo dato sta cambiando a livello globale, in particolare nelle aree in cui il turismo ha registrato livelli di crescita record negli ultimi due anni. Pertanto i Comuni, le Regioni e gli Stati del territorio in esame stanno dedicando negli ultimi anni sempre più attenzione al turismo quale settore dalle grandi potenzialità di sviluppo economico e sociale.

Lo sviluppo del turismo a livello transfrontaliero è un'impresa complessa. Le politiche di sviluppo turistico paiono spesso arrestarsi all'altezza dei confini amministrativi, che i turisti percepiscono in misura nettamente inferiore rispetto alla popolazione e alle istituzioni locali. Pertanto l'idea di sviluppare dei prodotti transfrontalieri nell'ambito del GECT ON appare ottima. Il progetto punta a sviluppare dei prodotti turistici transfrontalieri. Le principali potenzialità si intravedono nei seguenti settori: turismo culturale, enogastronomia, turismo ciclo-escursionistico e grandi eventi. Per ciascun prodotto sono state individuate le attività principali che rappresentano l'elemento sostanziale del presente documento.

Un importante prodotto turistico sul versante sloveno è rappresentato dal gioco d'azzardo. Si tratta della tradizionale offerta di sale da gioco rivolta al mercato locale e regionale, i cui fruitori principali sono proprio gli italiani. Il prodotto assicura 130 milioni di euro di entrate, 165.000 pernottamenti e circa 1.900.000 presenze l'anno (fonte: Relazione

annuale 2016 della società HIT d.d.). Il prodotto del gioco d'azzardo non viene trattato nel presente documento che si concentra piuttosto sullo sviluppo di prodotti turistici transfrontalieri.

Per assicurare lo sviluppo e la crescita di questo comparto è necessario elaborare una chiara visione a livello locale e, soprattutto, a livello nazionale sloveno. Pertanto il gioco d'azzardo non viene trattato in questa sede come una delle potenziali attività di sviluppo a livello transfrontaliero. Tale settore rappresenta in ogni caso uno stimolo alla domanda di prodotti transfrontalieri. Non va infatti dimenticato che il gioco d'azzardo rappresenta un importante elemento di attrazione a livello macroregionale, capace di creare domanda e, di conseguenza, un potenziale bacino di utenza per la commercializzazione di prodotti turistici transfrontalieri.

La visione perseguita a livello territoriale è quella di diventare un'area turistica con un'identità chiara e riconoscibile, capace di offrire esperienze culturali ed enogastronomiche transfrontaliere uniche ai turisti in cerca di svago a metà tra città e natura. L'obiettivo è diventare una destinazione turistica ricercata per turisti d'esperienza, i quali potranno partire da qui alla scoperta delle vicine attrazioni turistiche (Venezia, Lubiana, l'Alta valle dell'Isonzo, Grado e Aquileia). In questo modo l'area potrà affermarsi dal punto di vista turistico e trarre maggiori vantaggi dagli oltre 35 milioni di presenze turistiche a livello di macroregione.

La presente relazione definisce innanzitutto la visione del progetto e i relativi obiettivi strategici. In seguito si sofferma sui principali prodotti turistici transfrontalieri e sulle attività necessarie per svilupparli. Infine vengono individuati alcuni settori complementari, quali: sviluppo delle risorse umane, marketing, sviluppo delle piccole e medie imprese e miglioramento dell'organizzazione del turismo.

3.1 Visione

VISIONE

Diventare un'area turistica riconoscibile, capace di offrire esperienze culturali ed enogastronomiche transfrontaliere uniche ai turisti in cerca di svago a metà tra città e natura.

La visione strategica perseguita a livello territoriale è quella di puntare alla visibilità dell'area come luogo di partenza per i turisti (in particolare, gli esploratori) interessati a raggiungere un polo di attrazione di fama mondiale quale Venezia, visitare la vivace capitale verde Lubiana in forte espansione e abbandonarsi a una serie di esperienze ciclo-escursionistiche dall'Alta valle dell'Isonzo fino a Grado. L'identità dell'area va costruita tuttavia intorno all'offerta culturale ed enogastronomica transfrontaliera.

... esperienze culturali transfrontaliere

La regione vanta un patrimonio storico-culturale molto ricco, che può essere valorizzato attraverso centri informativi, una buona segnaletica stradale, la digitalizzazione e la promozione dell'area come prodotto turistico ad alto valore aggiunto.

... esperienze enogastronomiche transfrontaliere

La regione vanta alcune eccellenze notevoli nel campo dell'enogastronomia, in particolare: 3 ristoranti stellati Michelin nella provincia di Gorizia, Ana Roš sul lato sloveno della Valle dell'Isonzo, il marchio Brda/Collio con un'eccezionale varietà di vini e la manifestazione Gusti di frontiera che registra un elevato numero di presenze ogni anno. Su questo elemento è necessario puntare con forza per dare vita a una regione enogastronomica di fama mondiale.

... buona accessibilità

La regione vanta un'ottima posizione geografica non lontana da Venezia, famosa in tutto il mondo, e altre località molto apprezzate a livello macroregionale, quali Lubiana, il Collio/Brda, Grado e l'Alta valle dell'Isonzo. In quest'area si registrano oltre 35 milioni di presenze l'anno.

... esperienze sportive ciclo-escursionistiche

L'area ha la possibilità di integrare i propri prodotti ciclo-escursionistici con quelli della macroregione Alpe-Adria.

**Il cuore
culturale
e culinario
dell'Europa**

**—
lo slogan**

3.2 Obiettivi strategici



Principali obiettivi strategici QUANTITATIVI

1. Entro il 2023 aumentare il **numero di presenze a 260.000 turisti** (tasso annuale di crescita del numero di presenze cca. 7%).
2. Entro il 2023 aumentare il **numero di pernottamenti a 700.000 unità** (tasso annuale di crescita del numero di pernottamenti cca. 8,5%).
3. Entro il 2023 aumentare la **durata del soggiorno medio in Slovenia da 2.5 a 2.7 giorni e in Italia da 3.5 a 4 giorni**.
4. Attivare gli investimenti, nello specifico almeno **10 milioni di investimenti pubblici** in infrastrutture turistiche e promozione e almeno **30 milioni di investimenti privati** entro il 2023.

Gli obiettivi quantitativi sono ambiziosi ma sono in linea con le previsioni di crescita dell'area entro il 2023. A livello regionale più ampio si registrano oltre 35 milioni di turisti l'anno e le tendenze sono in aumento. Pertanto gli obiettivi individuati sono ambiziosi e puntano a promuovere questo territorio come luogo di partenza per esplorare l'area che va dall'Adriatico alle Alpi e da Venezia alla Slovenia Centrale.

Principali obiettivi strategici QUALITATIVI

1. **Sviluppo di un brand transfrontaliero** puntando sul patrimonio culturale ed enogastronomico.
2. Sviluppo di **percorsi ciclo-escursionistici** transfrontalieri e integrazione con altri corridoi ciclo-escursionistici macroregionali.
3. Organizzazione di almeno **3 eventi transfrontalieri**, in particolare un evento enogastronomico, un evento culturale e il Capodanno transfrontaliero.
4. Candidatura congiunta per il titolo di **Capitale europea della cultura 2025**.
5. Candidatura per l'inserimento nella lista del **patrimonio dell'umanità dell'UNESCO** (siti della Grande Guerra).

A livello territoriale spiccano due prodotti unici che possono rappresentare un elemento di attrazione per stimolare la domanda di turismo nell'area: la cultura e l'enogastronomia. L'offerta del turismo culturale vede come polo di attrazione principale la Piazza della Transalpina che è unica in tutto il mondo, ma allo stato attuale per niente valorizzata. Per lo sviluppo del turismo culturale risultano

fondamentali due tappe – la candidatura congiunta a Capitale europea della cultura e l'iscrizione nel patrimonio dell'umanità dell'UNESCO.

Il ciclismo infine può rappresentare il *trait d'union* a livello transfrontaliero tra cultura ed enogastronomia.

Particolare accento viene dato anche all'organizzazione di eventi che possono integrare e promuovere i prodotti individuati, prolungando inoltre la stagione turistica.

3.3 Sviluppo di prodotti turistici transfrontalieri



Turismo culturale

La cooperazione transfrontaliera deve puntare alla creazione di prodotti nel campo del turismo culturale. L'area ha grandi opportunità di diventare una meta turistica con un'offerta storico-culturale ricca e variegata.

Carattere	Punti di attrazione chiave
Esperienze multiculturali ricche di storia racchiuse in un luogo unico.	<p>Piazza della Transalpina</p> <p>Luoghi della Grande Guerra</p> <p>Ponte di Salcano</p> <p>Integrazione dell'itinerario ebraico e di quello borbonico</p>

Per sviluppare i prodotti nel campo del turismo culturale è necessario realizzare le seguenti attività:

- 1. Strategia di sviluppo del turismo culturale a livello territoriale:** In collaborazione con gli stakeholder della cultura a livello territoriale è necessario elaborare un documento strategico di salvaguardia, valorizzazione e promozione del patrimonio culturale dell'area.
- 2. Elaborazione di un masterplan per regolamentare l'offerta turistico-culturale:** Provvedere alla segnaletica turistico-culturale e alla sua definizione, valorizzare la Piazza della Transalpina, allestire e valorizzare i principali punti panoramici storico-culturali dell'area (ponte di Salcano e simili).
- 3. Candidatura congiunta al titolo di Capitale europea della cultura:** Avviare i preparativi per la presentazione della candidatura congiunta al titolo di Capitale europea della cultura ed elaborazione di un piano di valorizzazione e promozione. L'acquisizione del titolo di Capitale europea della cultura rappresenta solo metà dell'opera, pertanto è necessario elaborare in anticipo una chiara strategia di promozione e valorizzazione turistica.
- 4. Candidatura a patrimonio dell'umanità dell'UNESCO:** Avviare i preparativi per la presentazione della candidatura a patrimonio

dell'umanità dell'UNESCO in relazione ai luoghi della Grande Guerra ed elaborazione di un piano di promozione e valorizzazione.

5. Segnaletica turistico-culturale: L'attuale segnaletica turistica è in pessimo stato. Predisporre una segnaletica turistico-culturale congiunta e integrarla con la segnaletica ciclistica ed enogastronomica, sia in formato classico che in formato digitale.

6. Digitalizzazione dell'offerta turistico-culturale transfrontaliera: Creazione di una guida digitale in grado di collegare le principali attrazioni turistiche su entrambi i lati del confine.

7. Centro informativo in Piazza della Transalpina: La Piazza della Transalpina è un'attrazione turistica totalmente sotto sfruttata. Elaborare un piano per la creazione di un centro informativo in Piazza della Transalpina che possa fornire ai turisti informazioni, la possibilità di acquistare souvenir e di esplorare le diverse epoche storiche del territorio. Si tratta di integrare e aumentare la visibilità dell'offerta proposta negli ultimi anni dall'Info point.

8. Elaborazione di un'offerta congiunta di souvenir a livello territoriale: L'offerta di souvenir su entrambi i lati del confine è scarsa. Elaborare un brand comune e una gamma di souvenir commerciabili su entrambi i lati del confine.

9. Coinvolgimento dei privati nell'offerta del turismo culturale: Verificare la possibilità di attivare delle concessioni per coinvolgere i privati nel processo di valorizzazione dell'offerta di turismo culturale.

10. Centro informativo del ponte di Solkan: Il ponte di Salcano è sotto sfruttato a livello turistico. Si propone pertanto di creare un centro informativo con punto panoramico ai fini della valorizzazione del sito a scopi turistici.

11. Punti panoramico-culturali: Individuare i principali punti panoramico-culturali a livello territoriale da allestire adeguatamente.

Le potenziali tipologie di turisti del prodotto CULTURA sono:

1. Giocatori d'azzardo in cerca di proposte culturali giornaliere. A Nova Gorica ne arrivano 1,9 milioni l'anno.
2. Esploratori (turisti) d'esperienza che scelgono l'area in oggetto per la sua posizione strategica dalla quale possono raggiungere, oltre alle bellezze locali, un polo di attrazione



di fama mondiale quale Venezia e visitare la vivace capitale verde Lubiana in forte espansione. Tra questi le tipologie più promettenti sono rappresentate dalle famiglie della classe media e dai millennials.

3. Turisti giornalieri provenienti dalla vicina Grado in cerca di esperienze culturali autentiche. Tra questi le tipologie più promettenti sono rappresentate dalle famiglie della classe media e dai “golden oldies” (over 60).

Enogastronomia

L'area ha enormi potenzialità in termini di sviluppo del prodotto turistico enogastronomico capace di integrare l'offerta dell'Alta valle dell'Isonzo, coinvolgendo inoltre i produttori di vini d'eccellenza della valle del Vipacco e del Collio.

Carattere	Punti di attrazione chiave
Esperienze enogastronomiche uniche nel crogiolo di culture diverse.	Ristoranti stellati Gusti di frontiera

Per sviluppare l'offerta turistico-gastronomica è necessario realizzare le seguenti attività:

1. Gastro-diplomazia: Elaborare un'offerta turistico-gastronomica a livello territoriale da promuovere come esempio unico attraverso attività di gastro-diplomazia nei rispettivi Paesi. La gastro-diplomazia promuove generalmente l'enogastronomia nazionale, ma in questo caso l'accento sarebbe posto sulla cucina transfrontaliera.

2. Visite di autori di libri di cucina e riviste di eccellenza nel campo dell'enogastronomia: Elaborare un piano di visite dei giornalisti più in vista nel settore enogastronomico a livello mondiale e promuovere il territorio come mecca culinaria transfrontaliera.

3. Aumento del numero di ristoranti stellati Michelin sul territorio: Elaborare un piano e cofinanziare le attività necessarie ad aumentare il numero di ristoranti già presenti nella guida Michelin e promuoverne

l'inserimento di nuovi. Diventare l'area con il maggior numero di ristoranti stellati pro capite al mondo (sull'esempio della Val Badia in Alto Adige).

4. Riconoscimenti di livello mondiale nel settore enogastronomico: In sinergia con i ristoratori locali predisporre un elenco di riconoscimenti internazionali nel settore enogastronomico ai quali puntare a livello territoriale. Cofinanziare le attività per il conseguimento dei riconoscimenti internazionali.

5. Forte campagna mediatica: Predisporre una forte campagna mediatica del territorio a livello internazionale, con a capo Ana Roš sul lato sloveno e i ristoranti stellati Michelin sul lato italiano. Si tratta di storie e personaggi di successo presenti a livello territoriale, sui quali è necessario puntare e investire in futuro.

6. Promozione dello sviluppo dell'offerta enogastronomica puntando su ingredienti locali autoctoni: Porre l'accento sulla promozione di piatti e vini autoctoni già avviata a livello di Collio/Brda.

7. Organizzazione della Settimana dei ristoranti transfrontaliera: Durante la bassa stagione organizzare almeno una Settimana dei ristoranti, rivolta alla popolazione locale e alla promozione dell'offerta enogastronomica transfrontaliera.

Le potenziali tipologie di turisti del prodotto ENOGASTRONOMIA sono:

1. Giocatori d'azzardo in cerca di esperienze culinarie. A Nova Gorica ne arrivano 1,9 milioni l'anno.
2. Esploratori d'esperienza (lo stesso segmento del prodotto cultura) in cerca di esperienze culinarie. Tra questi le tipologie più promettenti sono rappresentate dalle famiglie della classe media e dai millennials.
3. Turisti giornalieri provenienti dalla vicina Grado in cerca di esperienze culturali autentiche e proposte enogastronomiche di alta qualità. Tra questi le tipologie più promettenti sono rappresentate dalle famiglie della classe media e dai “golden oldies” (over 60).
4. Ciclisti ed escursionisti in cerca di esperienze culinarie indimenticabili oltre all'attività sportivo-ricreativa.



Turismo ciclo-enoturistico

Il cicloturismo ha grandi potenzialità soprattutto come elemento di contatto tra l'offerta turistica culturale ed enogastronomica dell'area. Per sviluppare il prodotto è necessario innanzitutto migliorare le infrastrutture ciclistiche e i collegamenti con le ciclovie esistenti a livello macroregionale.

Carattere	Punti di attrazione chiave
Percorsi ciclo-turistici lungo itinerari culturali ed enogastronomici unici.	Percorsi ciclo-turistici transfrontalieri
	Integrazione tra cicloturismo e l'offerta enogastronomica e culturale
	Collegamenti con le ciclovie macroregionali esistenti

Per sviluppare il prodotto cicloturistico è necessario realizzare le seguenti attività:

- 1. Masterplan di sviluppo dell'infrastruttura ciclistica:** Prima di investire nelle infrastrutture ciclistiche transfrontaliere è necessario predisporre un masterplan di sviluppo del prodotto con una chiara collocazione sul territorio. Nella predisposizione del masterplan è necessario porre attenzione all'integrazione tra l'offerta cicloturistica e quella culturale ed enogastronomica esistente (possibilità di raggiungere i punti di attrazione, i ristoranti e le cantine con la bici) e ai collegamenti con i percorsi ciclabili esistenti (ciclovia Alpe-Adria e rete ciclistica nazionale slovena e italiana).
- 2. Masterplan di sviluppo dell'infrastruttura escursionistico-ricreativa:** Oltre all'infrastruttura ciclistica è necessario elaborare un piano per la realizzazione di percorsi escursionistico-ricreativi sul territorio.
- 3. Realizzazione delle infrastrutture ciclo-escursionistiche:** Sulla base del masterplan è necessario investire nella realizzazione delle infrastrutture ciclo-escursionistiche.
- 4. Segnaletica ciclo-escursionistica:** All'interno del masterplan è necessario

definire e individuare anche delle proposte per la predisposizione di una segnaletica ciclo-escursionistica.

- 5. Elaborazione di una carta dei servizi verde:** Predisporre una smart card transfrontaliera che consenta l'acquisto dei biglietti dei trasporti (trasporti locali) e il noleggio di bici su entrambi i lati del confine. In un secondo momento integrare la card anche con l'offerta di attrazioni culturali.
- 6. Integrazione dell'offerta cicloturistica con i trasporti locali:** Nell'ambito del masterplan è necessario prevedere la possibilità di integrazione del prodotto cicloturistico con i trasporti locali e con la linea ferroviaria della Transalpina, per la quale si prevede la ricostruzione.
- 7. Sviluppo di bike hotels:** Promuovere lo sviluppo di alloggi adatti ai cicloturisti.
- 8. Sviluppo di servizi di supporto ai ciclisti:** Promuovere lo sviluppo di officine e negozi che offrano attrezzature ciclistiche su entrambi i lati del confine.
- 9. Sviluppo di prodotti turistici legati al fiume Isonzo:** L'Isonzo/Soča è un'attrazione naturale che rappresenta il simbolo dell'area a livello più ampio. Il fiume può essere valorizzato con lo sviluppo di prodotti turistici, in particolare il rafting, il kayak e la pesca. È necessario inoltre allestire un'area balneare per la popolazione locale e i turisti. Va detto tuttavia che l'attrattività del fiume e le sue potenzialità turistiche sono maggiori nell'Alta valle dell'Isonzo che ha costruito la propria identità proprio intorno al fiume. Nell'area del GECT GO i prodotti turistici legati all'Isonzo rappresentano comunque un importante elemento di sostegno al turismo a livello territoriale.
- 10. Sviluppo di prodotti turistici legati agli sport estremi:** La regione dispone delle peculiarità naturali adatte allo sviluppo di prodotti turistici legati agli sport estremi o adrenalinici, in particolare il parapendio e il paracadutismo. I due prodotti sono in fase iniziale di sviluppo e possono rappresentare un elemento di sostegno al turismo a livello territoriale.

Le potenziali tipologie di turisti del prodotto CICLO-ESCURSIONISMO sono:

1. La tipologia di turisti interessata a trascorrere in maniera attiva il proprio tempo libero integrando l'offerta turistica con quella sportivo-ricreativa. A livello geografico il segmento in questione si

	gennaio januar	febbraio februar	marzo marec	aprile april	maggio maj	giugno junij	luglio julij	agosto avgust	settembre september	ottobre oktober	novembre november	dicembre december
GORIZIA		- Carnevale Goriziano - Expo(me)Go	- Pollice Verde - La Rosa di Gorizia	- Pasquetta in Castello	- Èstoria Festival Internazionale della Storia - Apertura Giardino Viatori - In\visible Cities – Urban Multimedia Festival	- Goktoberfest	- Premio Sergio Amidei - Premio Seghizzi	- Sagra San Rocco - Festival di Folklore	- Gusti di frontiera - Premio Lipizer			- Fiera di Sant'Andrea - Dicembre Goriziano 2017 - Capodanno a Gorizia
ŠEMPETER PRI GORICI-VRTOJBA		- Carnevale	- Maratona dell'Isonzo	- Gara di mountain		- Marcia di Šempeter			- Marcia lungo i sentieri della Grande Guerra			
NOVA GORICA			- Festival musicale Svirel - Maratona dell'Isonzo	- Festival delle rose - Falò	- Musica dai giardini di San Francesco - Festival Rock Vizije	- Musica dai giardini di San Francesco - International skateboarding contest - Flowgrind	- Eventi estivi - Festival internazionale dei sassofonisti	- Eventi estivi	- Regata sull'Isonzo	- Oktober jazz - Festival della musica rinascimentale - Festival cinematografico internazionale per bambini e ragazzi		- Pixelpoint - Mostra internazionale dei presepi sul Montesanto - Festeggiamenti di capodanno

èStoria



inserirsi principalmente nella Valle dell'Isonzo e in parte a Grado, pertanto è opportuno indirizzare le attività di marketing verso tali aree. Un ulteriore potenziale di mercato è rappresentato dai turisti sportivi che andrebbero coinvolti con una maggiore integrazione delle ciclovie esistenti (ciclovie Alpe-Adria e rete ciclistica nazionale slovena e italiana) o previste (Eurovelo8 ed Eurovelo9). Tra questi le tipologie più promettenti sono rappresentate dai millennials e dalle famiglie attive della classe media.

Grandi eventi

L'organizzazione di grandi eventi è efficace in particolare a Gorizia con l'organizzazione di Gusti di frontiera, una manifestazione enogastronomica con oltre 400.000 presenze, e il festival storico èStoria con oltre 40.000 presenze.

Carattere	Punti di attrazione chiave
Eventi culturali, enogastronomici e ciclistici nel crogiolo di culture diverse.	Gusti di frontiera èStoria

L'organizzazione di eventi va indirizzata verso manifestazioni transfrontaliere in ambito culturale, enogastronomico e ciclistico in particolare nei mesi di bassa stagione per ridurre la stagionalità connessa al turismo:

- 1. Organizzazione di Gusti di frontiera come evento transfrontaliero:** Attualmente la manifestazione attira oltre 400.000 visitatori e potrebbe essere realizzata o estesa anche a Nova Gorica.
- 2. Organizzazione di eventi culturali transfrontalieri:** Elaborare un piano di eventi transfrontalieri, capaci di attrarre residenti e turisti. All'inizio si rende necessario prevedere un cofinanziamento degli eventi culturali, finché questi non assumeranno rilevanza locale o regionale.
- 3. Organizzazione del Capodanno transfrontaliero:** Al fine di promuovere il turismo a livello territoriale si prevede l'organizzazione del Capodanno transfrontaliero in Piazza della Transalpina.
- 4. Organizzazione di eventi enogastronomici transfrontalieri:** In collaborazione con gli stakeholder del settore

elaborare un elenco di eventi enogastronomici (ad es. Settimana dei ristoranti). Come nel caso degli eventi culturali, è necessario prevedere un cofinanziamento in fase iniziale di sviluppo dell'iniziativa.

5. Organizzazione di competizioni ciclistiche ricreative transfrontaliere:

Organizzare almeno una competizione ricreativa transfrontaliera per appassionati di ciclismo.

Le potenziali tipologie di turisti del prodotto GRANDI EVENTI sono:

1. La popolazione dell'area che già frequenta attivamente gli eventi esistenti.
2. Categorie di turisti già interessati ai prodotti CULTURA, ENOGASTRONOMIA, CICLO-ESCURSIONISMO.

Prodotti ad alto potenziale di sviluppo

Oltre ai principali prodotti turistici citati, nell'area si rileva la presenza di altri prodotti con elevate potenzialità di sviluppo a livello transfrontaliero:

- 1. Prodotti turistici d'avventura:** parapendio, paracadutismo, rafting, kayak e pesca in fiume sono prodotti in fase di sviluppo con notevoli potenzialità.
- 2. Sviluppo di prodotti legati al turismo sanitario:** nell'area si trovano due importanti presidi ospedalieri, Gorizia inoltre è nota per il trattamento dei bambini affetti da autismo. Nova Gorica è particolarmente apprezzata dagli abitanti della Regione FVG per interventi di cura dentale e di chirurgia estetica.
- 3. Sviluppo del turismo educativo:** Gorizia e Nova Gorica sono due città universitarie che potrebbero integrare la propria offerta formativa ampliando così il numero di studenti stranieri e promuovendo lo sviluppo turistico.
- 4. Sviluppo del turismo sportivo:** Il centro sportivo di Šempeter, grazie anche al vicino ostello di San Gabriele, attira già oggi un alto numero di manifestazioni sportive. Anche il campo di kart e la pista BMX (Bike park) sono prodotti in fase di sviluppo con notevoli potenzialità.

La candidatura di Nova Gorica a Capitale europea della cultura 2025

Il titolo di Capitale europea della cultura viene assegnato per un anno a due città dell'Unione Europea (raramente tre) che partecipano all'iniziativa comunitaria "Capitale europea della cultura".

La nomina a Capitale europea della cultura è uno dei "titoli" europei più ambiti e più apprezzati tra le città in lizza negli Stati ospiti, già selezionati fino al 2033. Nel 2025 saranno designate Capitale europea della cultura una città slovena e una città tedesca.

Allo stato attuale sono oltre 50 le città nominate Capitale europea della cultura che oggi partecipano alla rete delle Capitali europee e collaborano a vario titolo tra loro. Oltre al vantaggio di utilizzare il titolo di Capitale europea della cultura per un anno intero, la nomina comporta numerose ricadute sul territorio in termini di sostenibilità. L'obiettivo dell'iniziativa è avvicinare gli Stati e i popoli europei mettendo in luce la ricchezza e la diversità delle culture in Europa e aumentando la consapevolezza sulla storia e sui valori comuni a tutti gli europei.

Nova Gorica e Gorizia - due città al crocevia di tre culture europee, la cultura slava, romanza e germanica - sono gli eredi di antiche tradizioni aristocratiche, mentre la loro parte più nuova rappresenta una testimonianza viva della storia dell'Europa postbellica. L'area coinvolta nella candidatura è stata teatro di dodici sanguinose offensive durante la prima guerra mondiale e infine divisa dalla cortina di ferro dopo la seconda. Nova Gorica, città di fondazione recente, e Gorizia, quale antico centro della provincia goriziana, due città di guerra e di amicizia, due città ricche di storia, moderne e universitarie, che collaborano, condividono e convivono nonostante o in virtù della propria diversità culturale, sono certamente un territorio inconsueto e interessante, impregnato di spirito europeo e perfetto per il titolo di Capitale europea della cultura.

La designazione a Capitale europea della cultura rappresenta l'opportunità per integrare tutti questi elementi e presentarli ai cittadini europei in cerca di tradizione e innovazione, originalità e visibilità. Il primo e principale obiettivo di ogni Capitale europea della cultura tuttavia è migliorare la qualità della vita degli abitanti della città e dell'area circostante. Si tratta di un'occasione unica per collegare attraverso la cultura e per la prima volta nella storia tutte le potenzialità delle due città e aree confinanti, facendole diventare un unicum a livello culturale, turistico, economico, formativo e infrastrutturale, assicurando sviluppo economico e investimenti, promuovendo il turismo culturale e contribuendo a migliorare la qualità della vita della popolazione attuale e futura.

Nell'attuale bozza di programma sono stati

individuati quattro pilastri intorno ai quali verrà costruita la candidatura:

1. NOVA GORICA - NUOVA EUROPA - conurbazione e convivenza transfrontaliera; collaborazione interregionale (area coinvolta nella candidatura a Capitale europea della cultura dalle sorgenti alle foci dell'Isonzo).
2. CITTÀ - GIARDINO - parco urbano; cultura del vivere - miglioramento della qualità della vita attraverso l'integrazione dei cittadini e dei rapporti di buon vicinato in un ambiente caratterizzato dal verde.
3. NUOVO LINGUAGGIO - tutte le lingue del territorio; le lingue come portatrici di cultura, strumento di divisione e mezzo di comunicazione.
4. AL CROCEVIA - patrimonio e storia di culture diverse.

La candidatura al titolo di Capitale europea della cultura sarà estesa a tutta l'area in cui è presente la targa automobilistica GO (e in parte anche oltre) su entrambi i lati del confine: dalle sorgenti alle foci dell'Isonzo, dalla zona di Brda, Trnovo e Banjška planota alla Valle del Vipava e in parte al Carso, mentre sull'altro versante da Gorizia al suo entroterra. Tutti i Comuni coinvolti potranno proporre i propri progetti, in particolare il Comune città di Nova Gorica che ha invitato a partecipare come partner principale la vicina Gorizia.

Il filo conduttore della candidatura di Nova Gorica (all'insegna dello slogan GO! 2025) è la convivenza



3.4 Altri settori di sviluppo



Organizzazione del turismo

Per lo sviluppo di prodotti turistici transfrontalieri è necessario creare una Destination management organisation (DMO) o ente del turismo. A Nova Gorica non c'è un ente di gestione e sviluppo del turismo e nemmeno a Gorizia, dove è presente solo un ufficio di Promoturismo FVG, il quale, al pari del TIC sloveno, funge principalmente da info point. In tal senso è necessario sviluppare le seguenti attività:

1. Predisposizione di un documento

per la creazione di una DMO: A livello transfrontaliero è necessario sviluppare una DMO che sia in primo luogo responsabile dello sviluppo dei prodotti turistici transfrontalieri. È necessario elaborare gli indirizzi giuridici e normativi per la costituzione della DMO.

2. Predisposizione del modello di attività della DMO e delle sue funzioni: Il prossimo passo è quello di elaborare i contenuti relativi al funzionamento e al finanziamento della DMO. È necessario individuare chiaramente i compiti della DMO rispetto allo sviluppo, alla gestione e alla commercializzazione dei prodotti turistici. È inoltre necessario elaborare un piano di finanziamento che si basi per i primi 3 anni su risorse pubbliche, nel quale coinvolgere successivamente il settore privato che andrebbe a finanziare la DMO attraverso quote di partecipazione.

3. Creazione della DMO: Sulla base del punto 1 e 2 si procederebbe alla creazione della DMO.

Marketing

L'area attualmente non dispone di una propria identità turistica e di un brand riconoscibile. Anche le attività di marketing sono circoscritte ai singoli territori nazionali e la promozione congiunta è molto limitata. Prima di elaborare una strategia di marketing è fondamentale sviluppare i prodotti. La promozione dunque viene dopo lo sviluppo dei prodotti e non viceversa. In tal senso è necessario sviluppare le seguenti attività:

1. Definizione dell'identità e del brand

turistico dell'area: Attuare un concorso di idee per definire l'identità e il brand turistico dell'area. Il brand deve rispecchiare la proposta turistica di punta: Il cuore culturale e culinario dell'Europa.

2. Elaborazione di un piano di promozione: In linea con lo sviluppo dei

luoghi della Grande Guerra ed elaborazione di un piano di promozione e valorizzazione.

5. Segnaletica turistico-culturale: L'attuale segnaletica turistica è in pessimo stato. Predisporre una segnaletica turistico-culturale congiunta e integrarla con la segnaletica ciclistica ed enogastronomica, sia in formato classico che in formato digitale.

6. Digitalizzazione dell'offerta turistico-culturale transfrontaliera: Creazione di una guida digitale in grado di collegare le principali attrazioni turistiche su entrambi i lati del confine.

7. Centro informativo in Piazza della Transalpina: La Piazza della Transalpina è un'attrazione turistica totalmente sotto sfruttata. Elaborare un piano per la creazione di un centro informativo in Piazza della Transalpina che possa fornire ai turisti informazioni, la possibilità di acquistare souvenir e di esplorare le diverse epoche storiche del territorio. Si tratta di integrare e aumentare la visibilità dell'offerta proposta negli ultimi anni dall'Info point.

8. Elaborazione di un'offerta congiunta di souvenir a livello territoriale: L'offerta di souvenir su entrambi i lati del confine è scarsa. Elaborare un brand comune e una gamma di souvenir commerciabili su entrambi i lati del confine.

9. Coinvolgimento dei privati nell'offerta del turismo culturale: Verificare la possibilità di attivare delle concessioni per coinvolgere i privati nel processo di valorizzazione dell'offerta di turismo culturale.

10. Centro informativo del ponte di Salcano: Il ponte di Salcano è sotto sfruttato a livello turistico. Si propone pertanto di creare un centro informativo con punto panoramico ai fini della valorizzazione del sito a scopi turistici.

11. Punti panoramico-culturali: Individuare i principali punti panoramico-culturali a livello territoriale da allestire adeguatamente.

Sviluppo delle PMI

La maggior parte delle aziende turistiche sono PMI, pertanto è necessario supportare il loro sviluppo con le seguenti attività:

1. Organizzazione di un concorso per premiare l'idea più innovativa nel campo del turismo a livello territoriale: Organizzare annualmente un concorso tra PMI per la creazione di prodotti turistici

transfrontalieri innovativi. I vincitori otterranno un finanziamento per lo sviluppo dell'idea, la promozione e le attività di "coaching" da parte della DMO.

2. Attivazione di linee di credito particolari presso le banche locali rivolte alle aziende turistiche: Concordare delle particolari condizioni di finanziamento per le aziende turistiche che prevedano in particolare tempi di concessione dei prestiti più lunghi e la possibilità di sospendere il pagamento della prima rata del prestito. Per le aziende nel settore del turismo nella maggior parte dei casi i tempi di concessione e di sospensione dei prestiti sono troppo brevi a causa dell'elevata intensità di capitale dei prodotti.

Risorse umane e formazione

1. Formazione linguistica: Per migliorare le attività e la collaborazione transfrontaliera è necessario aumentare la partecipazione ai programmi di formazione per accrescere la conoscenza di entrambe le lingue. Particolarmente importante è riuscire a coinvolgere i giovani nei programmi di formazione.

2. Scambio di manodopera: I lavoratori sul lato italiano hanno maggiori conoscenze e competenze pratiche, quelli sloveni invece dispongono di maggiori conoscenze concettuali e competenze linguistiche, pertanto sarebbe sensato prevedere uno scambio di manodopera. Un'iniziativa simile fungerebbe da esempio nel settore del turismo non solo a livello regionale, ma anche più ampio.

3. Formazione nel campo dell'imprenditoria turistica: La maggior parte delle aziende turistiche (90%) sono PMI, pertanto è importante prevedere un'adeguata formazione delle risorse umane a livello imprenditoriale che possa fornire le basi agli operatori turistici per adeguarsi alle condizioni del mercato garantendo loro la sopravvivenza.

3.5 Piano d'azione

Attività
1. Turismo culturale
1.1. Definizione della strategia di sviluppo del turismo culturale a livello territoriale
1.2 Elaborazione del masterplan per lo sviluppo dell'offerta turistico-culturale
1.3 Presentazione della candidatura congiunta a Capitale europea della cultura
1.4 Presentazione della candidatura a patrimonio dell'umanità dell'UNESCO in relazione ai luoghi della Grande guerra
1.5 Aggiornamento della segnaletica turistico-culturale
1.6 Realizzazione di guide culturali digitali online
1.7 Investimenti nel centro informativo di Piazza della Transalpina
1.8 Brand comune e offerta di souvenir a livello territoriale
1.9 Sistema di concessioni per il coinvolgimento dei privati nell'offerta del turismo culturale
1.10 Investimenti nel centro informativo del ponte di Salcano
1.11 Investimenti nella creazione di punti culturali panoramici
2. Turismo enogastronomico
2.1 Promozione turistica attraverso attività di gastro-diplomazia
2.2 Organizzazione di visite di autori di libri di cucina e di riviste di eccellenza nel campo dell'enogastronomia
2.3 Aumento del numero di ristoranti stellati
2.4 Conferimento di un premio prestigioso in ambito enogastronomico
2.5 Elaborazione e attuazione di una forte campagna mediatica
2.6 Sviluppo dell'offerta enogastronomica basata su ingredienti locali autoctoni
2.7 Organizzazione della Settimana dei ristoranti transfrontaliera
3. Turismo ciclo-escursionistico
3.1. Masterplan di sviluppo dell'infrastruttura ciclistica
3.2. Masterplan di sviluppo dell'infrastruttura escursionistica
3.3. Realizzazione dell'infrastruttura ciclistica
3.4. Realizzazione dell'infrastruttura escursionistica
3.5. Segnaletica ciclo-escursionistica
3.6. Elaborazione di una smart card verde
3.7. Integrazione dell'offerta ciclistica con i trasporti locali
3.8. Sviluppo di albergabici
3.9. Sviluppo di servizi di assistenza ai cicloturisti
3.10. Masterplan di sviluppo delle aree balneari e delle altre zone a ridosso del fiume Isonzo
3.11 Sistema di concessioni per promuovere lo sviluppo di prodotti turistici sull'Isonzo
3.12 Sistema di concessioni per promuovere lo sviluppo di prodotti turistici legati agli sport estremi
4. Grandi eventi
4.1 Organizzazione di Gusti di frontiera come evento transfrontaliero
4.2 Organizzazione di eventi culturali transfrontalieri
4.3 Organizzazione del Capodanno transfrontaliero
4.4 Organizzazione di eventi enogastronomici transfrontalieri
4.5 Organizzazione di competizioni ciclistiche ricreative transfrontaliere
5. Organizzazione del turismo
5.1 Elaborazione dei presupposti per la creazione di una DMO
5.2 Elaborazione del modello per la creazione di una DMO
5.3 Creazione di una DMO
6. Marketing
6.1 Elaborazione dell'identità e del brand turistico
6.2 Piano di promozione
6.3 Piano di sviluppo della strategia di marketing digitale
7. Sviluppo delle PMI
7.1 Premio per la PMI più innovativa nel settore del turismo
7.2 Particolari linee di credito per le PMI nel settore del turismo
8. Sviluppo delle risorse umane
8.1 Formazione linguistica
8.2 Scambio di manodopera
8.3 Formazione nel settore turistico-imprenditoriale

Obiettivi	Indicatori	Soggetti competenti	Partner
SVILUPPO DI PRODOTTI			
Sviluppo del prodotto "turismo culturale"	Relazione	GECT GO	Soggetto esterno
Sviluppo del prodotto "turismo culturale"	Relazione	GECT GO	Soggetto esterno
Accrescere la visibilità dell'area nell'ambito del turismo culturale	Capitale europea della cultura	Comuni	Promotori del patrimonio culturale
Accrescere la visibilità dell'area nell'ambito del turismo culturale	Iscrizione nel patrimonio dell'umanità dell'UNESCO	MONG	Promotori del patrimonio culturale, GECT GO, Comune di GO
Migliorare l'offerta turistico-culturale e le informazioni ai turisti	Numero di segnali turistici	GECT GO	Comuni, soggetto esterno
Migliorare l'offerta turistico-culturale e le informazioni ai turisti	Numero di guide culturali digitali online	Promotori del patrimonio culturale	GECT GO, soggetto esterno
Migliorare l'offerta turistico-culturale e le informazioni ai turisti	Centro informativo	GECT GO	Comuni, soggetto esterno
Migliorare e realizzare un'offerta di souvenir a livello territoriale	Brand e offerta di souvenir	GECT GO	Produttori di souvenir, soggetto esterno
Stimolare il settore privato a investire nel turismo	Numero di privati che operano nel settore turistico	GECT GO, Comuni	Settore privato
Migliorare l'offerta turistico-culturale e le informazioni ai turisti	Centro informativo	GECT GO, MONG	Comunità locale Solcano, soggetto esterno
Migliorare l'offerta turistico-culturale e le informazioni ai turisti	Numero di punti culturali panoramici	GECT GO	Comuni, soggetto esterno
SVILUPPO DI SERVIZI			
Aumentare la visibilità del prodotto	Numero di eventi	GECT GO	Settore privato, Comuni
Aumentare la visibilità del prodotto	Numero di visite organizzate	GECT GO	Settore privato, Comuni
Aumentare la qualità del prodotto	Numero di ristoranti stellati Michelin	Settore privato	GECT GO
Aumentare la qualità del prodotto	Numero di premi	Settore privato	GECT GO
Aumentare la visibilità del prodotto	Campagna mediatica	GECT GO	Settore privato
Aumentare la qualità del prodotto	% di piatti nei menù basati sulla cucina locale	Settore privato	GECT GO
Promuovere la cooperazione	Organizzazione dell'evento	Settore privato	GECT GO, Comuni
SVILUPPO DI SPAZIO			
Pianificazione e collocazione territoriale del prodotto	Relazione	GECT GO	Soggetto esterno, associazioni, settore civile,
Pianificazione e collocazione territoriale del prodotto	Relazione	GECT GO	Soggetto esterno, associazioni, settore civile,
Migliorare la qualità del prodotto	Km di percorsi ciclabili	GECT GO	Comuni, soggetto esterno
Migliorare la qualità del prodotto	Km di percorsi escursionistici	GECT GO	Comuni, soggetto esterno
Migliorare la qualità del prodotto	Numero di segnali turistici	GECT GO	Comuni, soggetto esterno
Migliorare la mobilità verde	Green card	GECT GO	Comuni, soggetto esterno
Migliorare la mobilità verde	Creazione di un sistema bike&ride	GECT GO	Comuni
Migliorare la qualità del prodotto	Numero di alloggi adatti ai cicloturisti	Settore privato	GECT GO
Migliorare la qualità del prodotto	Numero di fornitori di servizi di assistenza	Settore privato	GECT GO
Pianificazione e collocazione territoriale del prodotto	Relazione	GECT GO	Soggetto esterno, associazioni, settore civile
Migliorare l'offerta di prodotti turistici sull'Isonzo (pesca, kayak, rafting)	Numero di promotori di prodotti turistici sull'Isonzo	GECT GO	Settore privato
Migliorare l'offerta di prodotti turistici d'adrenalina (parapendio e paracadutismo)	Numero di promotori di prodotti turistici d'adrenalina	GECT GO	Settore privato
SVILUPPO DI ATTIVITÀ			
Aumentare la visibilità dell'area e della collaborazione	Evento transfrontaliero	Comuni, GECT GO	Settore privato, associazioni
Aumentare la visibilità dell'area e della collaborazione	Numero di eventi transfrontalieri	Comuni, GECT GO	Settore privato, associazioni
Aumentare la visibilità dell'area e della collaborazione	Evento transfrontaliero	Comuni, GECT GO	Settore privato, associazioni
Aumentare la visibilità dell'area e della collaborazione	Numero di eventi transfrontalieri	Comuni, GECT GO	Settore privato, associazioni
Aumentare la visibilità dell'area e della collaborazione	Numero di eventi transfrontalieri	Comuni, GECT GO	Settore privato, associazioni
ALTRI SETTORI DI SVILUPPO			
Migliorare l'organizzazione del turismo	Relazione	GECT GO	Soggetto esterno
Migliorare l'organizzazione del turismo	Relazione	GECT GO	Soggetto esterno
Migliorare l'organizzazione del turismo	DMO attiva	GECT GO, Comuni	Settore privato
SVILUPPO DI RISORSE UMANE			
Migliorare la visibilità dell'area	Relazione	GECT GO, Comuni, settore privato	Soggetto esterno, associazioni, settore civile, popolazione locale
Migliorare la visibilità dell'area	Relazione	GECT GO, Comuni, settore privato	Soggetto esterno
Migliorare la visibilità dell'area	Relazione	GECT GO, Comuni, settore privato	Soggetto esterno
SVILUPPO DI RISORSE FINANZIARIE			
Migliorare la qualità	Numero di premi	GECT GO	Settore privato
Migliorare le performance aziendali	Numero di prestiti (in €)	GECT GO	Banche locali
SVILUPPO DI RISORSE TECNICHE			
Miglioramento delle conoscenze e della qualità	Numero di partecipanti	GECT GO	Soggetto esterno, settore privato
Miglioramento delle conoscenze e della qualità	Numero di partecipanti	GECT GO	Soggetto esterno, settore privato
Miglioramento delle conoscenze e della qualità	Numero di partecipanti	GECT GO	Soggetto esterno, settore privato

4 Il processo partecipativo

4.1 Riconoscimento degli stakeholders

4.2 Definizione degli opinion leaders

Per conoscere meglio le esigenze e le problematiche del territorio sono stati individuati degli “opinion leader” che operano sul territorio del GECT GO ai quali è stata chiesta la disponibilità ad essere intervistati per discutere ed evidenziare le problematiche e le potenzialità del territorio del GECT GO.

Di seguito si presentano i nominativi degli opinion leader individuati.

4.3 Modello del questionario conoscitivo

È stato elaborato un primo questionario per richiedere agli stakeholders individuati l'interesse a partecipare ai tavoli di lavoro (in numero massimo di due).

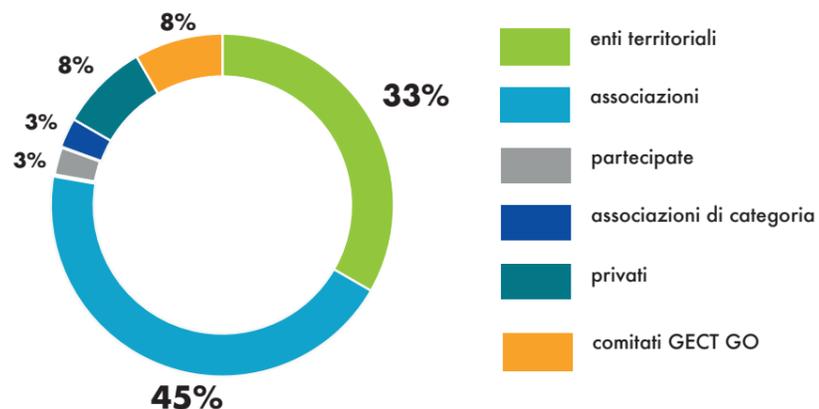
A loro è stato chiesto di esprimere anche una preferenza, rispetto alle loro competenze, su quali tematiche (ambiente, accoglienza, accessibilità e attrattività) approfondire durante questi incontri. Nel capitolo che segue si sintetizzano i dati emersi dal primo questionario.

4.4 Cronoprogramma del processo partecipativo

categoria e peso degli stakeholders

n. di questionari inviati: 152
n. di risposte ricevute: 38
n. di aderenti al progetto: 36

La percentuale dello schema fa riferimento al numero complessivo degli stakeholders individuati in relazione alle adesioni ricevute



Approfondimento delle tipologie/ tavoli di lavoro

ACCOGLIENZA 1 PREFERENZA

ITALIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome

SLOVENIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	Društvo soška fronta 1915-1917	Simon	Kovačič
	Društvo soška fronta 1915-1917	David Erik	Pipan
	Mestna občina Nova Gorica	Andrej	Markočič
	ProAktiv SPORT d.o.o. (Soča fun park)	Robert	Krkoč
	Membro del comitato sport del GECT GO	Uroš	Stanič
	Kulturni dom Nova Gorica	Pavla	Jarc
	Občina Šempeter-Vrtojba	Blanka	Šuler
	Kajak center Solkan	Andrej	Humar
	ZTKMŠ Brda	Erika	Kovačič Marinič
	Krajevna skupnost Solkan	Evelin	Bizjak
	Coordinatore Comitato per la cultura e l'istruzione dell'assemblea del GECT GO	Boris	Nemec
	Zavod za turizem, kulturo, mladino in šport Brda	Tina	Novak Samec

ACCOGLIENZA 2 PREFERENZA

ITALIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	PromoTurismoFVG	Marta	Gallo
	PromoTurismoFVG	Alessia	Del Bianco Rizzardo
	Collio Bike Team ASD	Maurizio	Moschion

SLOVENIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	KS Solkan	Darinka	Kozinc

ATTRATTIVITA' 1 PREFERENZA

ITALIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	PromoTurismoFVG	Marta	Gallo
	ISIG - Istituto di Sociologia Internazionale di Gorizia	Daniele	Del Bianco
	Associazione Culturale A.P.S. "Borgo Straccis"	Giovanni	Ceravolo
	Associazione culturale "ISONZO" Gruppo di Ricerca Storica	Bruno	Pascoli
	Comune di Gorizia	Marco	Marmotti
	Club per l'UNESCO di Gorizia	Adriano	Macchitella
	FIAB - GorizianInbici	Marco	Cumar

SLOVENIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome

4.1 Riconoscimento degli stakeholders

ATTRATTIVITA' 2 PREFERENZA

ITALIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	FIAB	Nicola	Pieri
	Riserva naturale regionale foce dell'Isonzo	Pierpaolo	Merluzzi
	A.S.D. "Scuola Ciclismo Senza Confini"	Salvatore	Arcangeli
	Comune di Gorizia	Stefano	Ceretta
	Club per l'UNESCO di Gorizia	Marina	Cerne

SLOVENIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	Društvo soška fronta 1915-1917	Simon	Kovačič
	Društvo soška fronta 1915-1917	David Erik	Pipan
	Mestna občina Nova Gorica	Andrej	Markočič
	Kulturni dom Nova Gorica	Pavla	Jarc
	Krajevna skupnost Solkan	Evelin	Bizjak
	Zavod za turizem, kulturo, mladino in šport Brda	Tina	Novak Samec

ACCESSIBILITA' 1 PREFERENZA

ITALIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	FIAB	Nicola	Pieri
	SDAG SpA	Eleonora	Anut
	PromoTurismoFVG	Alessia	Del Bianco Rizzardo
	Comune di Gorizia - Servizio Protezione Civile	Salvatore	Gambitta
	A.S.D. "Scuola Ciclismo Senza Confini"	Salvatore	Arcangeli
	Legambiente Gorizia	Luca	Cadez
	Comune di Gorizia	Stefano	Ceretta
	Collio Bike Team ASD	Maurizio	Moschion

SLOVENIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome

ACCESSIBILITA' 2 PREFERENZA

ITALIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	Associazione Ambientalista Eugenio Rosmann (pres)	Claudio	Siniscalchi
	ISIG - Istituto di Sociologia Internazionale di Gorizia	Daniele	Del Bianco
	Legambiente Circolo "I. Zanutto" di Monfalcone	Valentina	Tortul
	Legambiente Gorizia	Nevio	Costanzo
	Legambiente Monfalcone Circolo "Ignazio Zanutto"	Valentina	Tortul
	Comune di Gorizia	Marco	Marmotti
	FIAB - GorizianI nbici	Marco	Cumar

SLOVENIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	Občina Šempeter-Vrtojba	Blanka	Šuler
	Kajakaški center Solkan	Andrej	Humar
	ZTKMŠ Brda	Erika	Kovačič Marinič
	Coordinatore Comitato per la cultura e l'istruzione dell'assemblea del GECT GO	Boris	Nemec

AMBIENTE 1 PREFERENZA

ITALIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	Associazione Ambientalista Eugenio Rosmann (pres)	Claudio	Siniscalchi
	Riserva naturale regionale foce dell'isonzo	Pierpaolo	Merluzzi
	Legambiente Circolo "I. Zanutto" di Monfalcone	Valentina	Tortul
	Legambiente Gorizia	Nevio	Costanzo
	Legambiente Monfalcone Circolo "Ignazio Zanutto"	Valentina	Tortul
	Confindustria Venezia Giulia	Elisa	Ambrosi
	Club per l'UNESCO di Gorizia	Marina	Cerne

SLOVENIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	Občina Šempeter-Vrtojba	Blanka	Šuler
	KS Solkan	Darinka	Kozinc

AMBIENTE 2 PREFERENZA

ITALIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	SDAG SpA	Eleonora	Anut
	Associazione Culturale A.P.S. "Borgo Straccis"	Giovanni	Ceravolo
	Comune di Gorizia - Servizio Protezione Civile	Salvatore	Gambitta
	Associazione culturale "ISONZO" Gruppo di Ricerca Storica	Bruno	Pascoli
	Legambiente Gorizia	Luca	Cadez
	Club per l'UNESCO di Gorizia	Adriano	Macchitella

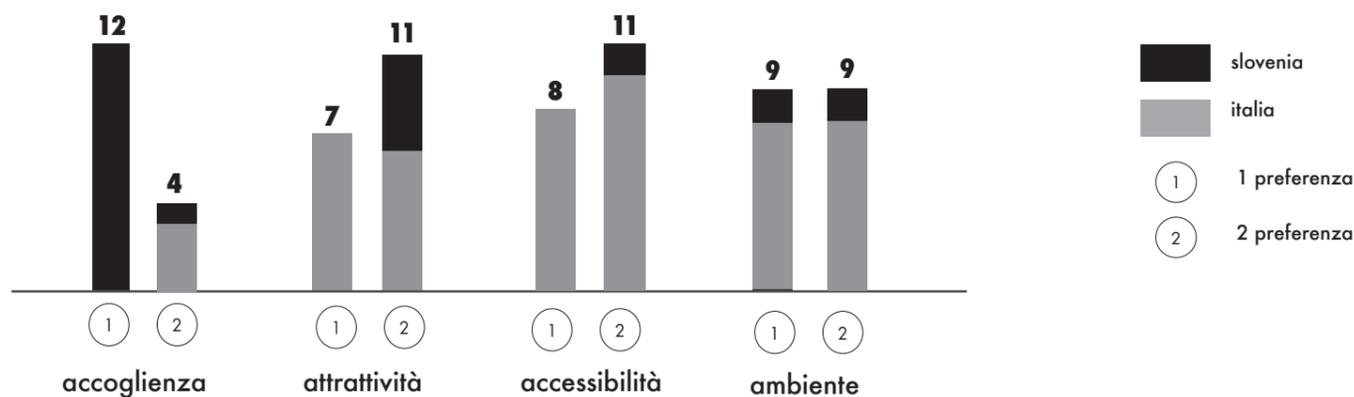
SLOVENIA	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	ProAktiv SPORT d.o.o. (Soča fun park)	Robert	Krkoč
	Membro del comitato sport del GECT GO	Uroš	Stanič

Preferenze indicate dagli stakeholders

Il diagramma esplicita le preferenze indicate degli stakeholders.

I tavoli di lavoro presentano un numero omogeneo di partecipanti.

Manca tuttavia un equilibrio tra referenti italiani e referenti sloveni



Scelta dei tavoli di lavoro

Al fine di risolvere la criticità emersa abbiamo ri-organizzato i tavoli di lavoro distribuendo in maniera più ottimale le competenze individuando focus group transfrontalieri senza compromettere le preferenze indicate nella fase precedente.

TAVOLO ACCOGLIENZA

Tipologia	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	PromoTurismoFVG	Marta	Gallo
	PromoTurismoFVG	Alessia	Del Bianco Rizzardo
	Circolo Pescatori Gorizia	Aldo	Vendramin
	Društvo soška fronta 1915-1917	David Erik	Pipan
	Mestna občina Nova Gorica	Andrej	Markočič
	ProAktiv SPORT d.o.o. (Soča fun park)	Robert	Krkoč
	Membro del comitato sport del GECT GO	Uroš	Stanič
	Občina Šempeter-Vrtojba	Blanka	Šuler
	Zavod za turizem, kulturo, mladino in šport Brda	Tina	Novak Samec

2 associazioni
5 enti pubblici
2 privati

9 partecipanti

TAVOLO ATTRATTIVITA'

Tipologia	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	ISIG - Istituto di Sociologia Internazionale di Gorizia	Daniele	Del Bianco
	Associazione Culturale A.P.S. "Borgo Straccis"	Giovanni	Ceravolo
	Associazione culturale "ISONZO" Gruppo di Ricerca Storica	Bruno	Pascoli
	Comune di Gorizia	Marco	Marmotti
	Club per l'UNESCO di Gorizia	Adriano	Macchitella
	FIAB - GorizianINbici	Marco	Cumar
	Društvo soška fronta 1915-1917	Simon	Kovačič
	Kulturni dom Nova Gorica	Pavla	Jarc
	Krajevna skupnost Solkan	Evelin	Bizjak

5 associazioni
2 enti pubblici
2 comitati GECT GO

9 partecipanti

TAVOLO ACCESSIBILITA'

Tipologia	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	Collio Bike Team ASD	Maurizio	Moschion
	FIAB	Nicola	Pieri
	SDAG SpA	Eleonora	Anut
	A.S.D. "Scuola Ciclismo Senza Confini"	Salvatore	Arcangeli
	Legambiente Gorizia	Luca	Cadez
	Comune di Gorizia	Stefano	Ceretta
	Associazione Ambientalista Eugenio Rosmann (pres)	Claudio	Siniscalchi
	Kajakaški center Solkan	Andrej	Humar
	ZTKMŠ Brda	Erika	Kovačič Marinič
	Coordinatore Comitato per la cultura e l'istruzione dell'assemblea del GECT GO	Boris	Nemec

5 associazioni
2 enti pubblici
1 partecipata
1 comitato GECTGO

10 partecipanti

TAVOLO AMBIENTE

Tipologia	Ente rappresentato	Nome	Cognome
	Riserva naturale regionale foce dell'Isonzo	Pierpaolo	Merluzzi
	Legambiente Circolo "I. Zanutto" di Monfalcone	Valentina	Tortul
	Legambiente Gorizia	Nevio	Costanzo
	Legambiente Monfalcone Circolo "Ignazio Zanutto"	Valentina	Tortul
	Confindustria Venezia Giulia	Elisa	Ambrosi
	Club per l'UNESCO di Gorizia	Marina	Cerne
	Comune di Gorizia - Servizio Protezione Civile	Salvatore	Gambitta
	Občina Šempeter-Vrtojba	Blanka	Šuler
	KS Solkan	Darinka	Kozinc

5 associazioni
3 enti pubblici
1 associazione di categoria

9 partecipanti

4.2 Definizione degli opinion leaders

Per sviluppare e verificare la strategia proposta dal Piano di Marketing sono stati individuati 54 opinion leaders che operano nel territorio del GECT GO ai quali è stata chiesta la disponibilità a essere intervistati.

Di seguito si presenta l'elenco dei 36 opinion leaders che hanno accettato l'invito e sono stati intervistati:

nome cognome	ente
MARCO KUMAR	Progetto Isontinino in Bici & FIAB Gorizia
JOŠKO SIRK	Presidente Confindustria – Settore Alberghiero
NEVIO COSTANZO	FIAB Gorizia
FABRIZIO ORETTI	Assessore Turismo & Cultura, Comune di Gorizia
BORIS PERIC	KB Group
GIULIA BERNARDI	Confcommercio
ADRIANO OSSOLA	éStoria
ELDA FELLUGA	Livio Felluga Wine Estate
MASSIMILLIANO SKOČAJ	Hotel Franz Gradisca
BRUNO BERTERO	PromoTurismo FVG
ROBERTA DEMARTIN	Fondazione Carigo

nome cognome	ente
SAŠA GOLOB	Oštarija Žogica, Lastnik
NATAŠA GOLOB	Oštarija Žogica, Lastnik; Društvo za promocijo Vina
ADEJ LUZNIK	Avrigo
BORIS NEMEC	Forum za Goriško
ANDREJ HUMAR	Kajak Center
ROBERT KRKOČ	Soča fun park
EVELIN BIZJAK	guide turistiche
DAVID ERIK PIPAN	Društvo Soška fronta
DARINKA KOZINC	Krajevna skupnost Solkan
ČRTOMIR ŠPACAPAN	RRA Severne Primorske
ANDREJ MARKOČIČ	Mestna Občina Nova Gorica
NEVENKA ROŽIČ VOLK	Gospodarska Zbornica S. Primorske
KRISTINA MARKOVA	KIT Cultural information touchpoint Nova Gorica/Gorizia
ANTON PODBRŠČEK	Dirkcija Republike Slovenije za vode
VLADIMIR PERUNČIČ	Goriški Muzej
TINA GERBEC	Območna obrtna zbornica Severne Primorske
ANA ZAVRTANIK UGRIN	Mestna občina Nova Gorica
PAVLA JARC	Kulturni Dom Nova Gorica
DEJANA BAŠA	Turistična Zveza in TIC
TADEJ ŽABAR	Restavracija Primula
MAŠA KLAVORA	Fundacija Pot miru
ROK LOZEJ	Kolesarski klub Meblo jogi
ANDREJ SLUGA	Mestna občina Nova Gorica
BOŠTJAN SKOK	Mestna občina Nova Gorica
BORIS UGRIN	giornalista

4.3 Modello del questionario conoscitivo

Struttura del questionario di adesione

logo del progetto Interreg a cui
afferisce il progetto

domande inerenti i dati anagrafici
dell'intervistato

domanda in cui si richiede all'intervi-
stato se è disponibile a partecipare ai
tavoli di lavoro - workshop

Piano strategico per la valorizzazione del Parco naturale transfrontaliero dell'Isonzo-Soča
**Campo obbligatorio*



1. **Nome ***

2. **Cognome ***

3. **Telefono**

4. **Email ***

5. **Ente rappresentato ***

disponibilità a partecipare

6. **È disponibile a partecipare ai tavoli di lavoro – workshop: ***
Contrassegna solo un ovale.

Sì *Passa alla domanda 7.*

No *Passa alla domanda 8.*

L'intervistato che ha dato la sua adesione è invitato a indicare a quali tavoli tra accoglienza, attrattività, accessibilità e ambiente vorrebbe partecipare

all'intervistato che ha risposto di non aver intenzione di partecipare ai tavoli si richiedono i motivi di tale scelta e se ha piacere a essere inserito nella mailing list del progetto

informativa sul trattamento dei dati personali

7. Se ha risposto Sì alla domanda precedente le chiediamo di indicare, in ordine di preferenza, i due temi che vorrebbe approfondire:
Seleziona tutte le voci applicabili.

	1 preferenza	2 preferenza
Accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attrattività	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accessibilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Passa alla domanda 10.

disponibilità a partecipare - 3

8. Se ha risposto No, le chiediamo di indicarci il motivo per la quale non intende partecipare *

9. Ha piacere di essere inserito nella mailing list per essere informato sullo sviluppo del progetto? *

Contrassegna solo un ovale.

- Sì
- No

Passa alla domanda 10.

informativa privacy

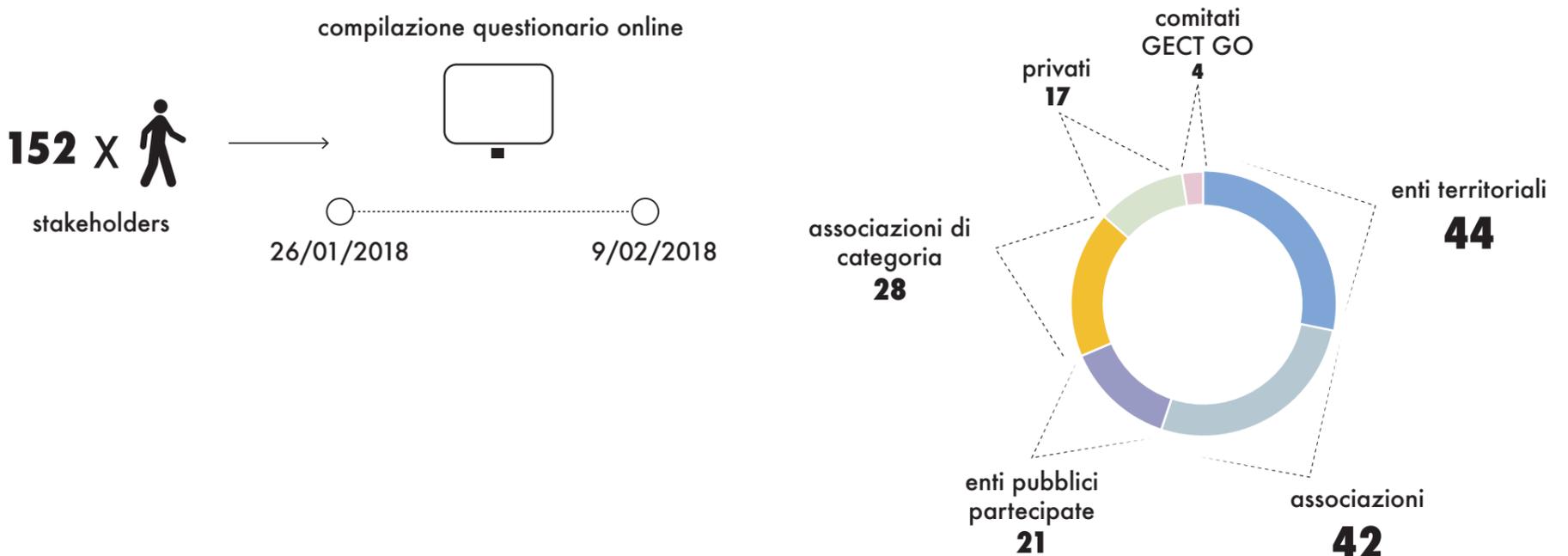
Informativa sul trattamento dei dati personali ai sensi D.Lgs. 196/2003. I dati personali forniti per l'iscrizione saranno trattati avendo come unica finalità la gestione dell'iscrizione e quanto ad essa strettamente ed univocamente correlato e non saranno in altro modo utilizzati o forniti a terzi.

10. Grazie e invia il questionario *

Contrassegna solo un ovale.

- Invia il questionario

Categoria degli stakeholders individuati



4.4 Cronoprogramma del processo partecipativo

