



Trieste, 25 gennaio 2024

All'attenzione di tutte le imprese e organizzazioni impegnate nell'organizzazione di servizi turistici nel territorio del del GAL Carso

## PROPOSTA PUBBLICA

# PROMOZIONE DELLE ESPERIENZE ATTIVE TURISTICHE 2024 PER UN CARSO SOSTENIBILE

## 1. premessa

PromoTurismoFvg e GAL Carso lavorano insieme alla promozione turistica 2024 del territorio rurale GAL e della sua filiera enogastronomica, proponendo di collaborare anche ad altri soggetti pubblici e privati interessati. Gli obiettivi di questa collaborazione sono:

- creare, diffondere e pubblicizzare buone pratiche tra territorio rurale e città, utili a diventare il centro di uno sviluppo turistico sostenibile;
- promuovere le aziende che offrono esperienze turistiche utili al Carso presso altre aziende locali e regionali del turismo, come ad esempio presso chi offre pernottamenti (hotel, b&b, agriturismi) fino a tutti gli altri soggetti che collaborano con PromoTurismoFvg e col GAL;
- integrare ancora di più l'offerta turistica e enogastronomica di area GAL negli strumenti promozionali di PromoTurismoFvg (infopoint regionali, FVG Card, Strada del Vino e dei Sapori, Alpe Adria Trail, Regiondo...) e in altri strumenti che consideriamo efficaci (Trieste.Green).

Nel contesto di questa collaborazione tra GAL e PromoTurismoFvg, è pubblicato il presente bando: vogliamo che ci arrivino tutte le migliori esperienze turistiche attive e vogliamo riuscire ad aiutare la migliore selezione delle stesse. Le promuoveremo sia presso chi opera all'interno del territorio GAL stesso, a Trieste e in Regione, sia presso i pubblici di turisti potenziali, sia presso i turisti già presenti sul territorio.

## 2. cosa è una esperienza attiva

**GAL CARSO – LAS KRAS** # +39 040 3798522 INFO@GALCARSO.EU PEC GALCARSO@PEC.IT **SEDE OPERATIVA** UTI GIULIANA, PIAZZA VITTORIO VENETO 4 34132 TRIESTE **SEDE LEGALE** SISTIANA 54/D 34011 DUINO AURISINA **OPERATIVNI SEDEŽ** PRI POKRAJINI TRST PIAZZA VITTORIO VENETO 4 34132 TRST **PRAVNI SEDEŽ** SESLJAN 54/D 34011 DEVIN NABREŽINA



PromoTurismoFvg e GAL definiscono “esperienza attiva”, per questo bando, delle attività o eventi della durata di qualche ora (non durano più di un giorno) e che hanno le seguenti caratteristiche:

- sono rivolte (solo o anche) ai turisti;
- hanno un programma chiaro di cosa accadrà durante l’attività, che è replicabile più volte nell’arco della stagione turistica tra giugno e settembre;
- hanno delle condizioni chiare per il cliente interessato a prendervi parte, tra cui un listino prezzi chiaro e un minimo e un massimo di partecipanti;

Esempi di esperienze turistiche sono:

- quelle del catalogo globale di AirBnb Experiences.<sup>1</sup>
- quelle di <https://www.getyourguide.it/>

Non accetteremo:

- pacchetti turistici che comprendono l’accoppiamento di una o più esperienze tra loro, oppure di una o più esperienze con altri servizi turistici;
- accesso ai musei o ad altri luoghi e servizi che siano di per sé già fruibili a ruota continua senza limiti di orario (a parte quelli di chiusura e apertura)

### 3. a chi è rivolto questo bando

A questo bando possono concorrere:

- tutti i liberi professionisti e le aziende che organizzano esperienze attive come, per esempio, guide turistiche, guide naturalistiche e eventuali altre figure che possono offrire legalmente un’esperienza attiva. Sono escluse dalla partecipazione le agenzie turistiche e le associazioni (a eccezione di quelle composte da professionisti come quelli appena elencati e ammessi);
- chi propone un’esperienza attiva che si svolge nel territorio rurale del GAL Carso<sup>2</sup> oppure, solo per quanto riguarda le esperienze enogastronomiche, dentro la città di Trieste.

### 4. come promuoveremo la tua esperienza attiva?

---

<sup>1</sup> AirBnb Experiences è il catalogo digitale in continuo aggiornamento della multinazionale americana, vedi il loro sito: <https://www.airbnb.it/s/experiences>

<sup>2</sup> Il territorio del GAL Carso è definito tramite legge regionale. Il suo esatto perimetro è esplorabile sul sito del GAL, anche tramite Google Maps, a partire da questo indirizzo: <http://www.galcarso.eu/it/territorio/>



## CALENDARIO ESTIVO 2024 DELLE ESPERIENZE SLOW

Sulla falsa riga del calendario delle esperienze slow pubblicato da PromoTurismoFvg e GAL nelle estati 2020, 2021, 2022 e 2023, proponiamo una nuova edizione 2024 del calendario estivo. Il calendario riunirà e le migliori 'esperienze attive' del territorio.

## PROMOZIONE DELLE ESPERIENZE

Il calendario estivo delle esperienze (vedi sopra), verrà promosso tramite i molteplici strumenti digitali di PromoTurismoFvg e GAL:

- l'evento Tourism Matching 2024 organizzato dal GAL assieme a diversi partner;<sup>3</sup>
- i tanti siti promozionali e i canali social di PromoTurismoFvg;
- gli infopoint turistici di PromoTurismoFvg;
- una scontistica dedicata per accedere alle esperienze a tutti i possessori della FVG Card di PromoTurismoFvg;
- su Trieste.Green ovvero sul suo sito web (che offre un servizio di e-commerce di esperienze turistiche e prodotti enogastronomici locali), sulla pagina Facebook Trieste.Green (circa 8.900 follower), alle newsletter di Trieste.Green e del GAL (in tutto oltre 3.000 iscritti);
- su Regiondo e le piattaforme di ticketing collegate.

## PRESENZA DELLE ESPERIENZE NELLA FVG CARD

I selezionati saranno inseriti automaticamente al sistema della FVG CARD (tramite il GAL Carso). Tutti i selezionati potranno richiedere l'ingresso al sistema FVG CARD gratuitamente anche al di fuori dei servizi calendarizzati tramite FVG CARD.

## 5. cosa fare per essere selezionati

### MANDARE UN EMAIL ENTRO DOMENICA 29 FEBBRAIO 2024

Chiediamo a tutti gli interessati, di mandare al GAL una proposta con **non più di due esperienze attive per interessato**, all'indirizzo email [trieste.green@galcarso.eu](mailto:trieste.green@galcarso.eu) entro e non oltre il 29 febbraio 2024. Ogni esperienza proposta deve includere:

- titolo dell'esperienza;
- costo dell'esperienza (guida, eventuali materiali necessari, attrezzatura da noleggiare ecc.);
- un listino prezzi chiaro per il cliente;
- un minimo e un massimo di partecipanti;
- un programma chiaro e dettagliato di cosa accadrà durante l'attività (tra cui il

<sup>3</sup> Vedi un'edizione passata dello stesso evento: <http://galcarso.eu/it/23-maggio-tourism-matching-carso-trieste-una-destinazione-slow-per-i-viaggiatori/>



coinvolgimento dei prodotti di aziende agricole locali o la collaborazione evidente tra più aziende);

- in che condizioni è effettuabile l'esperienza (con qualsiasi condizioni meteo, con qualsiasi condizione legata alla pandemia, ecc.) ed eventuali alternative;
- altre condizioni chiare per il cliente interessato a prendervi parte;
- testi, foto e video per la promozione dell'esperienza;
- un cellulare e una email di contatto di chi organizza;
- nel caso che l'esperienza non abbia fatto parte dei calendari turistici estivi del passato, una descrizione della storicità dell'esperienza e del suo successo di pubblico nel passato o, almeno, l'esperienza del proponente nell'ambito dell'esperienza.

Qua sotto, è spiegato come i contenuti dell'email verranno valutati.

## **CRITERI DI SELEZIONE DELLE ESPERIENZE**

Verranno favorite le esperienze attive proposte che hanno particolare riguardo per:

- la sostenibilità ambientale (nel caso del coinvolgimento di aziende agricole locali e dei loro prodotti verranno valutate positivamente, cioè come sostenibili, certificazioni biologiche o biodinamiche ottenute dall'azienda e/o la presenza dell'azienda agricola sulle guide di Slow Food dedicate al vino e all'olio; nel caso dei ristoratori, verranno valutate positivamente le aziende che offrono prodotti agricoli sostenibili, come appena definiti e/o la presenza dell'esercizio nella guida 'Osterie d'Italia' di Slow Food);
- la sostenibilità economica: visti i costi che l'organizzatore dell'esperienza si sobbarca per offrirla, l'esperienza deve essere capaci di generare margini ovvero stare sul mercato (per esempio, ripagare, con un costo orario adeguato il personale impiegato per creare l'esperienza);
- il coinvolgimento di altre aziende locali, con particolare riferimento ai prodotti agricoli delle aziende agricole nostrane e con l'attenzione a non creare pacchetti turistici che da questo bando non sono ammessi;
- la capacità di sorprendere cioè che prevedano un ruolo attivo per il turista/cliente, in cui il turista/cliente possa imparare qualcosa di pratico come accade, ad esempio, in un laboratorio di cucina;
- la valorizzazione delle caratteristiche dell'area GAL ovvero siano capaci di generare consapevolezza su cosa sia il territorio (secondo quanto distinto nel documento Allegato A, "Posizionamento del territorio" individuato dal GAL rispetto al pubblico target e ai valori di posizionamento);
- un corredo adeguato di testi e soprattutto foto e video professionali per promuovere le esperienze stesse.
- storicità: siano esperienze che hanno dimostrato di essere interessanti per il pubblico (per



esempio abbiano avuto successo nelle edizioni 2021, 2022, 2023 e 2024 del Calendario estivo delle esperienze del Carso) o, almeno, che siano state già proposte al pubblico dall'imprenditore, per conto suo;

Per quanto riguarda aziende agricole e esercizi di ristorazione interessati a essere coinvolti, la condizione è che facciano parte del progetto Strade del Vino e dei Sapori di PromoTurismoFvg.

Rispetto a ogni criterio di valutazione saranno assegnati dei punti come segue:

CRITERI (COME DEFINITI SOPRA)	PUNTI
sostenibilità ambientale	20
sostenibilità economica	15
storicità	15
coinvolgimento di altre aziende locali / partenariato	10
capacità di sorprendere	10
valorizzazione delle caratteristiche dell'area GAL ovvero la capacità di generare consapevolezza su cosa sia il territorio	20
testi, foto e video professionali	10

## CHI SELEZIONERÀ CONCRETAMENTE LE ESPERIENZE

Una commissione nominata dal GAL e da PromoTurismoFvg analizzerà le proposte pervenute e assegnerà un punteggio a ognuna di esse (secondo i Criteri di selezione delineati sopra). Ne verrà fuori una graduatoria delle esperienze ritenute più significative. Solo le migliori esperienze potranno essere aiutate, viste le ristrettezze del budget e del personale a disposizione. Potrebbero essere fatte alcune graduatorie a parte, "speciali", in funzione di budget specifici di promozione in possesso del GAL o di PromoTurismoFvg (come ad esempio per la promozione dell'enoturismo).

## 6. per informazioni e dubbi

Scrivete a Enrico Maria Milič del GAL, [trieste.green@galcarso.eu](mailto:trieste.green@galcarso.eu). Vi risponderà entro 3 giorni lavorativi.

## ALLEGATO A: IL POSIZIONAMENTO DEL TERRITORIO

### i valori tramite i quali esprimere il territorio

In questi anni, il GAL ha condotto una serie di indagini qualitative e quantitative su quali siano i motivi profondi (suggestioni, estetiche, valori) capaci di attrarre i consumatori verso il nostro territorio e su quali siano i target prioritari del nostro sistema territoriale. Queste analisi sono state condotte tra le imprese locali del turismo e dell'agricoltura, tra i turisti e i consumatori di prodotti nostrani, nella poesia e nella letteratura relativa al nostro territorio rurale, negli sforzi delle istituzioni di questi anni utili allo sviluppo e alla promozione. Riassumiamo quanto abbiamo compreso da queste diverse analisi.

- **Valore 1:**  
**PIETRA INDOMABILE**



Scrivendo nel 1912 il triestino Scipio Slataper:  
«Il mio Carso è duro e buono.  
Ogni suo filo d'erba ha spaccato la roccia per  
spuntare, ogni  
suo fiore ha bevuto l'arsura per aprirsi.  
Per questo il suo latte è sano e il suo miele  
odoroso...».

Il Carso ha donato agli umani tante suggestioni relative al suo mitico paesaggio di pietra, di diverso tenore, nel corso dei secoli. Ci sono quelle dei poeti come Slataper, quelle dei vignaioli per cui i vini importanti del Carso non possono che essere espressione della pietra

(vedi le bottiglie 'Kamen' di Zidarich) e quelle delle istituzioni come la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia impegnata, con un ampio partenariato, a costituire nei prossimi anni il geoparco del Carso ovvero un sistema di valorizzazione della specificità geologica locale.

**LUOGHI SIMBOLO:** Castello di Duino e Sentiero Rilke; Grotta gigante; Cantine in pietra di Škerk, Zidarich o Kante; il sito paleontologico; Rocca di Monrupino; Riserva Naturale della Val Rosandra; Grotta Torri di Slivia; i karren di Borgo Grotta Gigante; i geositi del futuro geoparco del Carso;

- **Valore 2:**  
«UNA COSA È SANTA: IL SEMPLICE E IL GENUINO» (SREČKO KOSOVEL)



Nel 1926, il grande poeta del Carso scriveva, dentro la poesia 'Ecce homo':

*Eno je vroče: žeja  
Pravice in Odrešitve.  
Eno je sveto: Preprosto  
in Pristno.*

*Una cosa è bollente: la  
sete di giustizia e  
salvezza.  
Una cosa è santa: il  
semplice e il genuino.*

Ancora oggi, al Carso, alle sue genti, al suo paesaggio e ai suoi prodotti agricoli, i turisti riconoscono una dimensione 'autentica', non svenduta all'estetica imperante del commercio, senza compromessi. Del resto, diversi vignaioli nostrani producono secondo le tecniche dei loro nonni e si ritengono 'agricoltori, artigiani e artisti'. L'approccio naturale e sostenibile nella produzione agricola è da noi la norma, in contrasto con le mega aziende agricole di altri territori.

**LUOGHI SIMBOLO:** la zona Area MAB Unesco di Miramare; pascoli con animali e con landa carsica sull'Hermada; Osmize e agriturismi; i bucolici colli sopra Muggia, a cavallo col confine; le foci del Timavo; la valle di Pis' cianzi; interni dell'antico frantoio a Dolina; l'antica cava romana di pietra carsica

- **Valore 3**  
**Selvatico e sostenibile**



Hermann Bahr, giornalista austriaco, scrive all'inizio nel 1908:

*«Siamo accanto all'Obelisco. Sotto di noi la città, il porto con le navi e barche, i fumaioli che sbuffano e le vele rosse, gialle, brune, il mare azzurro [...] Intorno a noi, invece, il Carso pietroso e grigio, il deserto. Siamo a trecentoquaranta metri d'altitudine, ci giunge il respiro del mare, l'aria profuma come di fiori di isole lontane, e dalle montagne un vento che sa di neve. Un pascolo alpino sul mare.»*

Gran parte del nostro territorio è protetta dall'Unione Europea secondo la legislazione

europea 'Natura 2000', per tutelare una zona con i tassi di biodiversità tra i più alti in Europa (il Carso conta da solo circa circa 1.800 specie floreali). Questa qualità dell'ambiente è anche dovuta al fatto che, dal 1960 al 2010, il 78% della terra agricola nella Provincia di Trieste è stato abbandonato: troppe pietre, poca terra e pertanto scarsa produttività per il sistema industriale, ovvero un terreno solo utile a quei nostri pochi eroi che, normalmente, ancora coltivano e allevano contribuiscono alla preservazione della biodiversità. Il poeta Luigi Nacci ha scritto nel 2019 che il Carso è «l'altra faccia della Trieste da bere, la non laccata, l'antispritz, la porta del selvatico».

**LUOGHI SIMBOLO:** la spiaggetta dei »filtri« (Duino Aurisina); i vigneti e gli uliveti incastonati dentro boschi e altre zone a valore naturalistico; Riserva Naturale Laghi di Doberdò e Pietrarossa e la conca di Doberdò; la landa dove pascolano le mucche di Samsa Altire di Polazzo; cima dei monti San Leonardo e Lanaro; Parco Lupinc di Prepotto tra le pietre e le trincee

- **Valore 4**  
**Porta d'incontro**



Il nostro territorio è più che duplice: molto più di altri in Europa, è un luogo d'incontro di almeno tre popoli, climi, geologie e paesaggi. Come notava una ricerca Swg del 2012 per il Comune di Trieste, questa particolarità è uno dei fattori di richiamo per i turisti. I turisti che arrivano dall'Italia immaginano qua l'inizio dei balcani e le prime influenze austro-tedesche sulla cultura, il paesaggio,





l'architettura. Chi arriva dall'est Europa, immagina che qua inizi l'occidente. E per quanto riguarda i viaggiatori dal centro Europa, la proiezione mentale ha una storia ancora più antica e nobile. Scrive Massimiliano d'Asburgo a fine '800:

*«per ore attraverso la desolata pietraia del Carso... si vola nell'ultima erta fino all'obelisco, ed ecco: ai piedi del viaggiatore incantato appare l'immagine dell'infinito, che il contrasto fra il mare di pietra e la natura viva rende ancora più affascinante. [...] qualcosa preannuncia il Sud: si sente già l'Italia.»* (dai "Viaggi in Italia 1851-1852. Diari dell'Arciduca Massimiliano d'Asburgo").

**LUOGHI SIMBOLO:** lo specchio di mare sotto il castello di Miramare; l'area MAB Unesco di Miramare; il porticciolo e la piazza in stile veneziano di Muggia; il monte San Michele; Sentiero napoleonica

## Il posizionamento del territorio: il target e i mercati

Dalle analisi condotte dal GAL Carso ricorre l'idea che ci siano due mercati di riferimento per il nostro territorio:

1) un turismo del paesaggio, contraddistinto dalla ricerca di un bouquet di esperienze diverse, tra cui quelle di natura enogastronomica, ambientale, culturale e di ambiti collegati. Tale turismo presuppone (covid permettendo) un allargamento della stagionalità, rendendo appetibili progetti di viaggio in Italia anche in primavera e in autunno. Sono un trend in ascesa i turisti di questo tipo dai Paesi confinanti di lingua tedesca.<sup>4</sup>

2) un turismo di "rigenerazione nella natura" che permetta ai visitatori di fare esperienza della natura del territorio, del suo patrimonio culturale, della sua comunità locale.

Sicuramente entrambi questi tipi di turismo vedono un ruolo centrale:

- i visitatori in bicicletta (vedi le comitive in bici che già oggi transitano sul territorio GAL e la futuribile Via Bora da Ronchi a Muggia, promossa dal GAL tra Ronchi, Duino e Muggia);
- i turisti a piedi (Alpe Adria Trail o altri cammini già oggi tracciati da terzi e percorsi da comitive);
- i turisti in barca (vedi il successo dell'esperienza dell'antico yacht lussignano nel Golfo di Trieste).
- vari tipi di esperienze in riserve naturali
- esperienze enogastronomiche e enologiche
- eventi e corsi dedicati a riconoscimento delle erbe spontanee e aromatiche del territorio, cucina naturale, pratiche olistiche, ecc.

---

<sup>4</sup> Sono i dati che emergono dall'analisi delle abitudini dei viaggiatori stranieri in Italia nel corso della diciannovesima conferenza "L'Italia e il turismo internazionale" promossa dal Centro internazionale di studi e dell'economia turistica (Ciset) dell'università Ca' Foscari, di Venezia, in collaborazione con Banca d'Italia, svoltasi a Treviso a maggio 2019.



Il pubblico prioritario che sappiamo già apprezzare il territorio tra Carso e Istria e sul quale possiamo trovare nuovi turisti e consumatori è così composto:

▶ per profilo socio demografico

- ▶ 1) Pubblico interessato al turismo rurale e al turismo del paesaggio (cultura&natura), sopra i 40 anni (come nei dati elaborati da Ca Foscari - Banca d'Italia)
- ▶ 2) Famiglie con bambini tra 30 e 50 anni con gli stessi interessi di cui sopra
- ▶ 3) Foodies con capacità di spesa e interessi nel cibo di nicchia, artigianale, naturale, ecc.

▶ per zone geografiche

- ▶ 1) I residenti di Trieste, Carso, Istria e dintorni
- ▶ 2) Gli abitanti di Udine e delle città del Veneto
- ▶ 3) Gli abitanti della Carinzia e della Stiria
- ▶ 4) Gli abitanti di Lubiana.