



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



.Doc. PLRCS-211220

PNRR M1C3

INTERVENTO 2.1 - ATTRATTIVITÀ DEI BORGHI STORICI *PROGETTO LOCALE DI RIGENERAZIONE CULTURALE E SOCIALE*

ALL. A – FORMAT DI PROPOSTA DESCRITTIVA DEL PROGETTO LOCALE DI RIGENERAZIONE CULTURALE E SOCIALE

COMUNE PROPONENTE: Malcesine
COMUNI AGGREGATI (se presenti, max 2):

CUP¹: H29D22000010006

¹ Riportare il n° del CUP, corrispondente a quello indicato nell'Applicativo informatico.



SEZIONE 1 - *Strategia del Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale e caratteristiche del contesto di intervento*

A - **Strategia di rigenerazione culturale e sociale** (Criterio di valutazione A – art. 8 Avviso)

| | |
|---|---|
| <p>Descrizione del contesto (Comune/Borgo)</p> | <p><i>Descrivere il contesto di intervento evidenziando gli elementi di forza e le criticità in relazione alle dimensioni culturale, sociale, ambientale che sono di riferimento per la Strategia. (N.B. Indicatori specifici della caratterizzazione culturale e turistica del contesto saranno quantificati nel successivo Ambito di valutazione 2.1)</i></p> <p style="text-align: right;"><i>max 3000 caratteri</i></p> <p>Il progetto interessa Malcesine, un borgo di 3.800 abitanti che si trova nella parte settentrionale sulla sponda orientale del Lago di Garda, a circa 50 km dal capoluogo di Provincia, Verona.</p> <p>Il borgo è caratterizzato da un insediamento storico di impronta medievale chiaramente identificabile e riconoscibile, impreziosito da un iconico Castello del XIV secolo e da un contesto naturalistico e paesaggistico di pregio facente parte dell'area SIC e ZPS del Monte Baldo.</p> <p>Il borgo è un'importante meta turistica con oltre 930 mila presenze turistiche nel 2021 ma ciò nonostante si caratterizza sia per essere un'Area Interna E - Periferica per via della distanza da aree urbane che per un declino demografico connesso alla marcata stagionalità turistica, come meglio descritto nei punti di criticità.</p> |
|---|---|



Elementi di forza del Borgo

| <i>Elemento di forza</i> | <i>Dimensione</i> | <i>Descrizione</i> |
|---|------------------------------|---|
| Continuità tessuto edilizio di pregio storico-culturale e paesaggio di pregio naturalistico | <i>Culturale, ambientale</i> | Il primo e principale elemento di forza del borgo è la sua caratterizzazione storico-culturale e paesaggistica. Il borgo, infatti, si caratterizza sia per una chiara continuità dei tessuti edilizi storici dell'area centrale che per elementi paesaggistici di assoluto pregio naturalistico. Malcesine beneficia, infatti, di un panorama caratterizzato sia dalle acque del Garda che dal Monte Baldo, che si erge fino a superare i |



| | | | |
|--|------------------|---|-------------|
| | | | 2000 metri. |
| Attrattori culturali: Castello Scaligero, sede museale Palazzo dei Capitani | <i>Culturale</i> | Un ulteriore elemento di forza che merita un approfondimento è sicuramente il Castello, che ospita nelle sue sale il Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda, la Sala delle Galee e l'ex polveriera. Questo museo attira annualmente molti turisti e rappresenta un indiscutibile attrattore culturale per tutta la destinazione turistica lacuale. L'oculata gestione della sede museale ha portato il Municipio a un costante aggiornamento della sede. L'ultimo intervento sul Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda è stato nel 2008. Il museo si sviluppa su nove sale di cui quattro posizionate nel piano interrato, dedicate soprattutto al lago, e le altre cinque al piano terra, dedicate al paesaggio e alla montagna. Alcune delle azioni di questo progetto vanno nella direzione di questo costante aggiornamento della sede museale a gusti e aspettative di visitatori e turisti. | |
| Attrattori culturali: Castello Scaligero, sede museale Palazzo dei Capitani | <i>Culturale</i> | Malcesine è un centro culturale attivo, che offre numerosi eventi ospitati all'interno del Teatro del Castello e nelle piazze e nel porto dell'area centrale: concerti corali, di musica classica, jazz, rock, rappresentazioni teatrali e balletti. Anche la presenza di una funivia che collega il centro del paese al Monte Baldo (con un dislivello di circa 1500 metri) consente di poter offrire un prodotto turistico unico in termini di godimento del paesaggio. | |
| Presenze turistiche | <i>Sociale</i> | Il Borgo è un'eccellenza assoluta del turismo regionale: si registra un rapporto assai elevato tra numero di residenti e presenze turistiche nel periodo primaverile ed estivo (da aprile ad inizio ottobre) con più di 50.000-60.000 persone che vivono e alloggiano nel Borgo. | |
| Tessuto | <i>Sociale</i> | Il tessuto imprenditoriale, ovviamente caratterizzato principalmente da | |



| | | | |
|------------------------------------|---|----------------|--|
| | Declino demografico | <i>Sociale</i> | Quanto sopra descritto ha portato a un trend di declino demografico negli ultimi 7 anni, con un calo di circa 20 unità annue. |
| | Mancanza di differenziazione della tipologia dei prodotti turistici | <i>Sociale</i> | I prodotti turistici oggi esistenti sono profondamente connessi alla stagione estiva. Questo vale sia per le attività sportive connesse al lago che alle classiche attività di villeggiatura che caratterizzano una delle aree turistiche con più presenze turistiche d'Europa, quella del Lago di Garda. Nella stagione invernale, però, potrebbero essere valorizzati un insieme di attività che configurino un prodotto turistico nell'ambito del turismo lento e culturale (passeggiate, trekking, valorizzazione delle visite per aspetti culturali, contesto adatto a persone con disabilità sensoriale). Questo aspetto è il centro di questo progetto e sarà descritto di seguito nella strategia. |
| Descrizione della strategia | <p><i>Descrivere la strategia del Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale evidenziando l'idea forza, gli obiettivi generali e delle prioritarie linee di intervento</i></p> <p style="text-align: right;"><i>max 5000 caratteri</i></p> <p>Il Progetto vuole contribuire alla riattivazione del borgo e al miglioramento delle condizioni sociali (maggiore coesione, arresto del declino demografico) tramite la differenziazione dei prodotti turistici. L'idea forza del Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale del borgo di Malcesine è quella di sviluppare un turismo diverso e complementare a quello tradizionale, massivo e maturo che il Lago di Garda attira durante la stagione estiva: Malcesine punta, quindi, a diventare sede di un turismo "lento e sostenibile" da attivare a partire dal grandissimo potenziale offerto dal contesto naturalistico del Monte Baldo e dalla ricca offerta culturale del borgo.</p> <p>In breve, quindi, il progetto vuole contribuire a combattere la stagionalità del turismo di Malcesine in modo da arrestare il declino demografico e a migliorare il contesto sociale incentivando:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo naturalistico slow incentrato sul Monte Baldo e i suoi sentieri; 2. Turismo culturale legato all'offerta culturale del borgo, a partire dal Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda (all'interno del Castello scaligero). | | |



| OBIETTIVI GENERALI per la creazione di un turismo “lento e sostenibile” | OBIETTIVI SPECIFICI DELLE LINEE PRIORITARIE DI INTERVENTO |
|---|--|
| Potenziamento turismo naturalistico | Interventi per rendere più accessibili e attrattivi i sentieri del Monte Baldo |
| | Miglioramento dei servizi rivolti a turisti e visitatori |
| | Miglioramento dell'offerta formativa sulle caratteristiche del turismo naturalistico |
| Potenziamento turismo culturale | Ampliamento del Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda |
| | Creazione Museo Virtuale Grande Guerra |
| | Miglioramento dei servizi culturali rivolti a turisti e visitatori |
| Potenziamento comunicazione dell'offerta del Borgo | Realizzazione punti informativi diffusi nel Borgo |
| | Potenziamento sito web con le informazioni di carattere turistico e della storia locale del Borgo |
| | Realizzazione di materiale cartaceo relativo a informazioni utili alla visita del Borgo (alloggi, ristoranti, servizi, collegamenti, trasporti, etc.) e alla scoperta dei punti di interesse |
| <p>La strategia prende forma attraverso gli interventi del Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale e riuscirà a creare effetti concreti nel contesto locale (descritti nella sezione successiva) grazie a:</p> | |



| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • la creazione e il miglioramento delle infrastrutture fisiche e digitali che rendono possibili la fruizione culturale-turistica: la sistemazione e la messa in sicurezza dei sentieri sul Monte Baldo, la tabellonistica dei sentieri e del centro storico del borgo con QR code, la creazione di un'APP che permetta la visita virtuale del borgo e che funga da portale unico dell'offerta culturale e turistica di Malcesine; • il potenziamento dei poli museali di Malcesine: ampliamento del Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda (con sale dedicate alla ricca biodiversità floristica del Monte Baldo e ai cambiamenti climatici), creazione di un Museo Virtuale Grande Guerra (Sala Espositiva nella frazione di Navene in stabile di proprietà comunale); • le iniziative di formazione rivolte a giovani operatori dei settori della ristorazione e della ricettività turistica, in modo che possano informare visitatori e turisti dell'offerta di turismo lento e sostenibile; • le azioni di comunicazione e promozione territoriale coordinate a livello di borgo: ideazione e produzione di materiale di comunicazione attraverso canali tradizionali (materiale cartaceo, punti informativi diffusi) e canali digitali (aggiornamento del sito web Visitmalcesine, campagna di comunicazione social). <p>Un elemento fondamentale della strategia è anche la governance. Il modello utilizzato, in coerenza con le modalità utilizzate in fase di programmazione, prevede la costituzione di un gruppo di lavoro che si occupi di coordinamento del progetto.</p> <p>Il tavolo sarà coordinato dal Responsabile dell'Area Servizi Culturali e Alla Persona (Responsabile del procedimento) e sarà composto da un componente della Giunta Comunale, da 2 dipendenti comunali (uno dell'Ufficio Tecnico e uno dell'Area Servizi Culturali e Alla Persona), da 4 rappresentanti delle associazioni di categoria e da 2 rappresentanti di associazioni culturali.</p> <p>Il tavolo terrà riunioni mensili in cui saranno analizzati gli obiettivi generali e specifici, lo stato di attuazione, i primi risultati ottenuti e l'impatto in termini di sostenibilità ambientale e sociale.</p> <p>Il tavolo coinvolgerà i fornitori selezionati per i diversi servizi quando questo sarà ritenuto opportuno.</p> <p>Un gruppo ristretto di coordinamento del tavolo - composto solo dal Responsabile dell'Area Servizi Culturali e Alla Persona, dal componente della Giunta e dai due dipendenti comunali - si occuperà di tutto quanto prevede il bando in termini di relazioni con il Ministero e con soggetti terzi.</p> |
| <p>Capacità del Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale di produrre effetti concreti nel contesto locale</p> | <p><i>Descrivere sinteticamente i risultati attesi dall'attuazione degli investimenti previsti dal Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale mettendo in evidenza in particolare i risultati in termini di contributo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - alla tenuta/incremento dei livelli occupazionali, con particolare riferimento alla componente femminile e dei giovani <p style="text-align: right;"><i>max 2000 caratteri</i></p> |



(Criterio di valutazione A.3 – art. 8
Avviso)

La destagionalizzazione turistica (con un conseguente incremento dei flussi turistici nel periodo tra ottobre e aprile) favorirà il consolidamento e l'insediamento di attività economiche e commerciali, specialmente quelle legate ai **settori della ricettività e della somministrazione di cibi e bevande** (bar, ristoranti, agriturismi, ecc).

In questa prospettiva le attività legate alla ristorazione e alla gastronomia saranno in grado allinearsi e ricavare vantaggio da questo nuovo mercato anche grazie ad azioni coordinate promosse dal Distretto del Commercio e del Turismo di Malcesine.

L'arrivo di nuovi flussi turistici legati al turismo slow e *outdoor* si traduce in nuove esigenze di ospiti nuovi. Al fine di garantire la tenuta e l'incremento dei livelli occupazionali, è necessario che il comparto turistico locale sia in grado di rispondere a questi nuovi fabbisogni, legati in particolar modo alle tematiche *green* quali l'impatto ambientale nella quotidianità, gli obiettivi di sostenibilità, l'Agenda 2030, etc. Il progetto prevede la realizzazione di **corsi di formazione rivolti agli operatori economici legati al turismo**, in particolar modo alle fasce giovanili. La formazione mira a rendere più consapevole e competitivo il personale di hotel, alberghi, ristoranti, bar e di tutto il comparto turistico, a fronte di nuovi trend turistici che presentano diverse caratteristiche e fabbisogni rispetto al tradizionale turismo "di massa" estivo.

Figure professionali come l'**accompagnatore turistico**, la **guida turistica** e la **guida ambientale escursionistica** potranno godere di una maggiore stabilità lavorativa alla luce dello sviluppo del turismo culturale e naturalistico. Il turismo culturale connesso alla valorizzazione del Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda favorirà i soggetti economici connessi alla produzione culturale e gli enti del terzo settore.

- al contrasto dell'esodo demografico,

max 2000 caratteri

Il progetto contrasta l'esodo demografico in quanto, grazie alla creazione di adeguate infrastrutture e di un'adeguata promozione dello sviluppo del turismo culturale e naturalistico consente di destagionalizzare l'offerta turistica.

La destagionalizzazione dell'offerta turistica consentirà la presenza di nuove tipologie di turisti e la conseguente e logica:

1. nascita di nuove imprese che soddisfino i fabbisogni di questi turisti (in particolare agenzie di viaggio per l'incoming, servizi delle guide e degli accompagnatori turistici, ma anche le attività tipiche del settore turistico come hotel, B&B, alloggi vacanze, ristoranti, bar,...)



2. il rafforzamento delle imprese esistenti, con la conversione di alcune di queste in attività stabili tutto l'anno e non solo stagionali (si parla soprattutto di ricettività, somministrazione, servizi quali il noleggio attrezzature sportive, commercio al dettaglio)

Dal punto di vista demografico, quindi, ci saranno i seguenti effetti:

1. trasferimento di cittadini legati ai nuovi servizi correlati al turismo culturale e naturalistico (piccoli imprenditori del settore commercio, turismo e servizi; lavoratori)
2. stabilizzazione di posti di lavoro annuali che, per via della maggiore certezza di impiego e di un salario più alto e costante, consenta il trasferimento di una quota di lavoratori nel Comune di Malcesine;
3. acquisto di case da parte di tipologie di villeggianti più giovani e interessati in particolare al turismo naturalistico che decidono di prendere la residenza a Malcesine
4. permanenza per un tempo più duraturo di residenti che hanno la seconda casa a Malcesine, data la maggiore vitalità e soprattutto le maggiori attività che si possono svolgere nel borgo durante l'intero anno

E' stato stimato l'aumento di residenti per ciascun effetto previsto. Tale dato sarà verificato chiedendo, a partire dal 2023, in forma anonima, a chi si trasferisce nel Comune quale sia la ragione di tale trasferimento

| Effetto atteso | Aumento di residenti stimato (obiettivo nel 2026) |
|---|---|
| Lavoratori (imprenditori e dipendenti) dei nuovi servizi per il turismo naturalistico e culturale | +50 |
| Lavoratori dei servizi tradizionali collegati alla destagionalizzazione del turismo | +80 |
| Trasferimento a Malcesine da parte di cittadini interessati al turismo naturalistico | +30 |



| | |
|--|--|
| | <p>La verifica di una permanenza più duratura di chi possiede la seconda casa sarà possibile grazie a questionari standardizzati e focus group svolti nel corso dell'autunno-inverno 2023-2024, 2024-2025 e 2025-2026.</p> <p>Lo stesso sarà fatto, inoltre, per verificare l'aumento di presenze turistiche comparando quelle delle stagionali invernali 2022-2023, 2023-2024, 2024-2025 e 2025-2026 (come previsto dalla normativa sulla raccolta dei dati di presenze e arrivi turistici). L'obiettivo è un aumento del 30% tra la stagione invernale 2021-2022 e quella del 2025-2026</p> <ul style="list-style-type: none">- all'incremento della partecipazione culturale, <p style="text-align: right;"><i>max 2000 caratteri</i></p> <p>L'ampliamento del Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda e la creazione del Museo Virtuale della Grande Guerra vuole essere di stimolo alla frequentazione degli spazi culturali da parte della comunità e mira a favorire l'incontro intergenerazionale.</p> <p>L'incremento della partecipazione culturale avverrà anche attraverso la realizzazione delle numerose iniziative digitali previste dal Progetto, utili all'esplorazione territoriale e alla scoperta del borgo di Malcesine, tra le quali: la realizzazione di un'APP di realtà aumentata, la realizzazione di video-guide e audioguide e l'installazione di segnaletica interattiva con QR code e attività dedicate ai bambini.</p> <p>L'intervento che prevede la realizzazione di corsi di formazione rivolti a cittadini, operatori turistici e alle scuole del territorio, agisce in modo diretto sull'incremento della partecipazione culturale assicurando per cinque anni diversi percorsi formativi sul tema della sostenibilità nelle sue declinazioni e opportunità.</p> <p>Gli interventi del Progetto e l'incremento dei flussi turistici legati alla proposta culturale del borgo, infine, favoriranno il fermento culturale già presente a Malcesine (eventi, iniziative all'interno del Teatro del Castello e nelle piazze, concerti, rappresentazioni teatrali, ...) in quanto i turisti troveranno un'offerta culturale già strutturata e consolidata nel tempo che saprà soddisfare a pieno la nuova domanda turistica.</p> <ul style="list-style-type: none">- alla tenuta/incremento dei flussi turistici <p style="text-align: right;"><i>max 2000 caratteri</i></p> |
|--|--|



| | |
|--|--|
| | <p>La nuova offerta turistica incrementata grazie agli interventi del Progetto sia dal punto di vista culturale che dal punto di vista naturalistico, stimolerà l'arrivo e la permanenza di nuovi turisti ed escursionisti. Malcesine possiede un comparto turistico già pronto ad accogliere grandi flussi turistici sia in termini di strutture ricettive, sia in termini di servizi. Questo permette di poter concentrare le risorse del finanziamento sull' "aggiornamento" dell'offerta e del comparto turistico e sul riposizionamento del borgo, così da essere in grado di intercettare il target dei nuovi potenziali turisti. Il Progetto, infatti, non prevede interventi che puntano genericamente alla promozione del borgo, ma alla differenziazione dell'offerta turistica che attualmente caratterizza Malcesine</p> <p>La creazione di infrastrutture (materiali e digitali), la formazione, le attività di promozione del turismo "lento e sostenibile" incentivato dal Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale, permetteranno la creazione di nuovi flussi turistici stagionalizzati richiamati dalle nuove possibilità offerte dai nuovi prodotti turistici adeguati al turismo lento, diversi e complementari a quelli tradizionali. Gli stessi flussi che sono tradizionalmente richiamati dal Lago di Garda saranno consolidati dalle nuove opportunità create grazie al finanziamento.</p> <p>Il Progetto avrà come effetto a lungo termine il rinnovamento e l'arricchimento della destinazione turistica del borgo Malcesine, meta turistica italiana di assoluta eccellenza.</p> |
| <p>Coerenza degli obiettivi in relazione alle caratteristiche del contesto e ai fabbisogni rilevati (Criterio di valutazione A.1 – art. 8 Avviso)</p> | <p><i>Evidenziare con chiarezza i nessi tra fabbisogni rilevati ed esplicitati e la strategia/linee di intervento proposte</i></p> <p style="text-align: right;"><i>max 1000 caratteri</i></p> <p>Gli obiettivi sono stati determinati sulla base di un'analisi del contesto e sulla rilevazione del fabbisogno. L'analisi del contesto è stata svolta sulla base delle conoscenze pregresse dei funzionari del Comune e del gruppo di lavoro dell'Istituto di ricerca che ha supportato il Comune a redigere la domanda, che aveva già lavorato in progetti di sviluppo locale della comunità melsinea, tra cui il Distretto del Commercio.</p> <p>Per ciò che riguarda l'individuazione dei fabbisogni, è stato definito un gruppo di lavoro composto dallo staff che ha supportato il Comune nella creazione della domanda. Nella prima fase il gruppo di lavoro ha definito lo scopo della ricerca (individuazione del fabbisogno dei turisti, degli operatori turistici e dei cittadini di Malcesine al fine di consentire un contesto sociale e comunitario più equilibrato e una stagionalizzazione turistica). Nella fase b. sono state raccolte informazioni e caratteristiche dei clienti mediante questionari standardizzati a cui hanno partecipato attività commerciali e turistiche e cittadini. La stagione invernale di redazione del progetto non ha consentito un'analisi diretta del fabbisogno dei turisti ma a tale scopo sono state considerate precedenti analisi svolte dall'Organizzazione della Gestione della destinazione.</p> <p>Sulla base di quanto emerso dal questionario standardizzato è stata svolta una sessione di discussione con tre differenti gruppi di 4 persone, con lo stesso moderatore per i tre gruppi affiancato da un componente del team di</p> |



sviluppo. Ai gruppi sono stati presentati dati e informazioni raccolte dal team di sviluppo ed è stato chiesto di descrivere e specificare le caratteristiche del target potenziale di turisti.
Nella fase c. il team di sviluppo ha trasformato i dati raccolti nella fase b. in bisogni/fabbisogni espliciti e latenti dei diversi segmenti di clienti potenziali e sottoposto tali risultati ai componenti dei focus group, ai quali è stato chiesto anche di definire le priorità tra i bisogni identificati (fase d.) e fornire degli elementi qualitativi per pesare e definire l'importanza di ciascun bisogno (fase e.).

| Fabbisogno rilevato | Linea di intervento |
|--|---|
| Maggiore competitività e preparazione riguardo le caratteristiche del turismo lento e sull'offerta di prodotti turistici in questo ambito nel borgo di Malcesine | Formazione (C.1) |
| Creazione di prodotti turistici adeguati al turismo lento | - Sistemazione e messa in sicurezza sentieri (E.1) - Formazione (C.1) - Segnaletica interattiva (E.5) |
| Incremento dell'offerta culturale nel borgo di Malcesine | - Ampliamento del Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda (A.1 e E.2) - Creazione del Museo Virtuale della Grande Guerra (A.2) - Audioguide e videoguide (E.3) - Segnaletica interattiva (E.5) - Punti informativi diffusi (G.1) |
| Portali e dispositivi digitali in grado di aggregare in un unico luogo le informazioni relative all'offerta turistica e culturale di Malcesine | - Aggiornamento sito web (G.1) - APP (E.4) |
| Possibilità di accesso in sicurezza ai sentieri del Monte Baldo | Sistemazione e messa in sicurezza sentieri (E.1) |



| | | |
|---|--|--|
| | <p>Infrastrutture per l'esplorazione territoriale del borgo di Malcesine</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Segnaletica interattiva (E.5) - Audioguide e videoguide (E.3) - APP (E.4) - Città online (E.6) - Punti informativi diffusi (G.1) |
| | <p>Infrastrutture e spazi museali per promuovere gli aspetti storico-culturali legati alla Grande Guerra</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Sistemazione e messa in sicurezza sentieri (E.1) - Creazione del Museo Virtuale della Grande Guerra (A.2) |
| <p>Integrazione con altre strategie di sviluppo locale alle quali il Comune partecipa (o i Comuni se in forma aggregata) (Criterio di valutazione A.2 – art. 8 Avviso)</p> | <p><i>Indicare se il Comune/i partecipano (adesione formale) a strategie d'area (progetti integrati territoriali, Aree Interne, Leader, ecc.) nell'ambito di programmazioni in corso/recenti e la relativa coerenza dell'attuale strategia</i> <i>max 1000 caratteri</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fondo per lo sviluppo dei comuni di confine, strategia d'area che punta alla valorizzazione, lo sviluppo economico e sociale e all'integrazione e coesione dei territori dei comuni appartenenti alle province di regioni a statuto ordinario confinanti con le province autonome di Trento e di Bolzano; ● Unione montana del Baldo-Garda, che ha tra le sue finalità: <ul style="list-style-type: none"> -tutelare e valorizzare le specifiche risorse territoriali nonché le identità culturali, linguistiche, architettoniche, storiche, delle tradizioni e degli usi delle popolazioni residenti; -promuovere la tutela dell'ambiente, uno sviluppo economico sostenibile, la salvaguardia e il razionale assetto del territorio montano; -promuovere la partecipazione delle popolazioni montane al generale processo di sviluppo socio-economico della montagna, favorendone in particolare le condizioni di residenza, di sviluppo demografico e la crescita culturale, professionale ed economica; -cooperare allo sviluppo economico locale, anche con riguardo alla programmazione decentrata e negoziata nonché alle intese programmatiche d'area. ● Destination Management Organization (DMO) Lago di Garda, è un'OGD Organizzazione della Gestione della Destinazione (l'OGD è la denominazione che la normativa regionale del Veneto prevede per lo strumento istituzionale che si occupa di strategia d'area in ambito turistico), che tra i suoi obiettivi indica la | |



| | |
|--|--|
| | <p>creazione dei “presupposti per rendere sempre più attrattiva la destinazione per i turisti che già hanno avuto modo di soggiornare nell’area del Lago di Garda, spingendoli a tornare” e la ricerca di “potenziali nuovi visitatori e nuovi mercati, in un contesto dove la concorrenza di altre destinazioni turistiche è sempre più pressante La DMO Lago di Garda è attualmente gestita dalla Camera di Commercio di Verona che, gestendo coordinatamente anche la DMO di Verona, mira alla creazione di una fondazione che gestirà la promozione del territorio su cui insistono i 58 Comuni aderenti alle due DMO.</p> |
| <p>Il contesto imprenditoriale locale collegato alla strategia di rigenerazione culturale e sociale (Criterio di valutazione A.4 – art. 8 Avviso)</p> | <p><i>Descrivere il contesto imprenditoriale del Comune per quanto attiene a quelle componenti prioritariamente collegate al Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale e descrivere i loro fabbisogni nonché il loro potenziale contributo alla Strategia.</i> <i>(N.B. Le informazioni qui inserite saranno di riferimento per il successivo bando dedicato alle imprese localizzate e che intendono insediarsi nei Comuni che saranno selezionati)</i></p> <p style="text-align: right;"><i>max 3000 caratteri</i></p> <p>Il contesto imprenditoriale di Malcesine, in coerenza con quanto accade nei Comuni del litorale gardesano veneto, si caratterizza per una rilevante presenza di micro e piccole imprese del settore commerciale e turistico.</p> <p>Le imprese e le unità locali d’impresa attive sono complessivamente 630 (dati di censimento 2020, fonte Camera di Commercio Verona).</p> <p>Una lettura del contesto imprenditoriale di Malcesine per principali settori economici collegati al Progetto di rigenerazione, evidenzia la presenza di 22 imprese agricole, 18 imprese delle costruzioni, 305 dei servizi di alloggio e ristorazione, 190 imprese del commercio, 20 che svolgono attività di noleggio di mezzi di trasporto (biciclette, motocicli, automobili, imbarcazioni, attrezzature per la vacanza...).</p> <p>Con particolare riferimento ai servizi di alloggio e della ristorazione, segnaliamo che a Malcesine sono disponibili (dati 2019 del report Il turismo a Verona della Camera di Commercio di Verona) circa 11.200 posti letto (che in relazione con 3640 abitanti definisce un tasso di turisticità di turisticità 8,1).</p> <p>Le imprese del territorio sono ben strutturate e orientate all’accoglienza, hanno saputo adattarsi alle mutate esigenze dei turisti nel contesto della pandemia di COVID-19.</p> <p>Per le motivazioni già esposte nell’analisi di contesto e tenuto conto di fenomeni simili ad altre località turistiche dopo la pandemia di COVID-19, il personale impiegato non è ritornato ad essere numeroso quanto nel 2019,</p> |



| | |
|---|---|
| | <p>nonostante il numero di turisti dell'estate 2021 sia stato addirittura superiore a quello del 2021.</p> <p>Le aziende melsinee, inoltre, sono organizzate nel Distretto del Commercio e del Turismo, nel contesto del quale vengono co-definiti assieme al Comune e alle Associazioni di Categoria del Commercio e del Turismo, gli interventi più rilevanti per l'adeguamento dello spazio pubblico, gli eventi culturali e le attività per le imprese. Questo ha consentito di individuare percorsi formativi sulla sicurezza e sulla sostenibilità realizzati nel corso del 2021 e di definire un bando che ha sostenuto interventi di digitalizzazione e miglioramento dei locali (Fondo di sostegno alle attività economiche, artigianali e commerciali per i Comuni delle Aree Interne). A questo bando hanno partecipato 90 imprese del commercio e dell'artigianato, dimostrando una vivacità e un interesse a realizzare investimenti.</p> |
| <p>Qualità degli interventi proposti (Criterio di valutazione A.5 – art. 8 Avviso)</p> | <p><i>Descrivere gli elementi salienti secondo i criteri indicati nell'Avviso che saranno ripresi e approfonditi nella sezione del format dedicata all'illustrazione dei singoli interventi</i></p> <p>Sinergia e integrazione tra interventi</p> <p style="text-align: right;"><i>max 1500 caratteri</i></p> <p>Gli interventi sono complementari tra loro e perfettamente aderenti alla strategia del Progetto (descritta sopra) che mira alla creazione di un turismo “lento e sostenibile” destagionalizzato. Gli interventi materiali (acquisto di arredi e opere sugli spazi pubblici), funzionali alla valorizzazione dei punti di interesse culturale e al potenziamento dei servizi per i flussi turistici e per la cittadinanza, sono integrati sistematicamente con gli interventi immateriali di promozione, comunicazione e con la realizzazione di infrastrutture digitali. Gli interventi sono stati definiti ricercando una sinergia complessiva che consenta il raggiungimento degli obiettivi di Progetto e l'aderenza alla strategia.</p> <p>La creazione di un turismo “lento e sostenibile” avverrà attraverso:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. turismo naturalistico slow e outdoor incentrato sul Monte Baldo e i suoi sentieri, valorizzando in particolar modo la biodiversità floristica; 2. turismo culturale legato all'ampliamento del Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda e alla creazione del Museo Virtuale della Grande Guerra. <p>Tutti gli interventi, materiali e immateriali, concorrono alla creazione di questi flussi turistici e aderiscono alla strategia secondo le modalità illustrate nel seguente diagramma:</p> |



| | |
|--|--|
| | <div data-bbox="806 295 1859 805" data-label="Diagram"> <pre> graph TD Root[CREAZIONE TURISMO LENTO E SOSTENIBILE] --> Nat[NATURALISTICO] Root --> Cult[CULTURALE] Nat --> NatMat[Interventi materiali] Nat --> NatImm[Interventi immateriali] Cult --> CultMat[Interventi materiali] Cult --> CultImm[Interventi immateriali] NatMat --- NatMatCodes[E.1, E.5] NatImm --- NatImmCodes[C.1, E.3, E.4, E.6, G.1] CultMat --- CultMatCodes[A.1, A.2, E.5] CultImm --- CultImmCodes[E.2, E.3, E.4, E.6, G.1] </pre> </div> <div data-bbox="638 821 1780 1093" data-label="List-Group"> <p>Le tipologie di azione messe in campo dagli interventi, inoltre, sono varie e complementari:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Acquisizione e installazione di arredi; ● Acquisizione e installazione di attrezzature e dotazioni tecnologiche; ● Attività formative ed educative per pubblici diversi; ● Interventi materiali per la creazione di itinerari culturali e naturalistici; ● Interventi immateriali per la creazione di itinerari culturali e naturalistici; ● Realizzazione di infrastrutture digitali per la fruizione culturale-turistica; ● Attività di informazione, promozione e comunicazione. </div> <div data-bbox="593 1125 2027 1204" data-label="Text"> <p>Capacità degli interventi di generare inclusione e innovazione sociale <i>max 1500 caratteri</i></p> </div> <div data-bbox="593 1228 2004 1364" data-label="Text"> <p>Gli interventi previsti generano inclusione e innovazione sociale in diverse modalità descritte nel dettaglio di seguito. In primo luogo è doveroso sottolineare come il problema principale della comunità melsinea, come anche altrove specificato, sia quello di una stagione turistica estiva caratterizzata da un turismo di massa e da una stagione</p> </div> |
|--|--|



| | |
|--|--|
| | <p>invernale caratterizzata da presenze turistiche scarse. Questo determina rilevanti problemi demografici e di coesione sociale, data la grande variabilità di popolazione e di tipo di vita tra stagioni. Per tale ragione l'interesse del progetto, orientato alla destagionalizzazione turistica, ha nei fatti un profondo impatto volto a una maggiore inclusione e coesione sociale.</p> <p>Analizzando, invece, i singoli interventi, si possono individuare i seguenti aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● inclusione dei cittadini: <ul style="list-style-type: none"> ○ percorsi formativi rivolti ai residenti, agli operatori e alle scuole di Malcesine, con l'obiettivo di rendere la popolazione maggiormente consapevole del bene comune e di come rispettarlo attraverso un approccio virtuoso e sostenibile (intervento 3.3) ● inclusione dei visitatori e dei turisti grazie: <ul style="list-style-type: none"> ○ adeguamento del Museo del Garda e del Baldo in modo da accogliere adeguatamente anche i disabili sensoriali (intervento 3.1) ○ videoguide in LIS (Lingua Italiana dei Segni) nel nuovo museo della Grande Guerra a Navene (intervento 3.2) ○ videoguide in LIS per tutti i luoghi più rilevanti e i punti salienti del borgo (intervento 3.6) ○ segnaletica interattiva per i punti salienti e notevoli del borgo (intervento 3.8) <p>L'innovazione sociale, inoltre, sarà prodotta:</p> <ul style="list-style-type: none"> -dalla presenza di target di turisti ed escursionisti giovani legati al mondo del turismo culturale e naturalistico; -dalla presenza di partecipanti under 30 alle attività formative previste; -dalle occasioni di scambio culturale correlate a queste nuove tipologie di turisti. |
| | <p style="text-align: center;"><i>Innovatività degli interventi anche con particolare riferimento alla dimensione digitale</i></p> <p style="text-align: right;"><i>max 1500 caratteri</i></p> <p>Il Progetto è caratterizzato da un'elevata innovatività, specialmente per quanto riguarda la dimensione digitale. Le nuove sale del Museo di Storia naturale del Monte Baldo e del Garda prevedono installazioni digitali che contribuiranno a creare un tour virtuale tra la biodiversità floristica locale, facendo diventare il Museo sede di un'esperienza culturale coinvolgente, interattiva e immersiva. Allo stesso modo, le tecnologie all'avanguardia previste dal Progetto rivestono un ruolo strategico nel raggiungimento dell'obiettivo generale della strategia: la creazione di un turismo lento e sostenibile.</p> <p>L'innovatività degli interventi del Progetto riguarda:</p> |



| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● il potenziamento del sito web “Visit Malcesine” avverrà prestando particolare a: <ul style="list-style-type: none"> - buona <i>user experience</i> per una navigazione ottimale da parte di un pubblico vasto e differenziato; - compatibilità del sito con tutti i dispositivi desk, tablet e mobile; - facilità nell’inserimento di aggiornamenti di contenuti e di successive implementazioni ordinarie del sito stesso. ● lo studio sul piano della comunicazione con analisi di realtà simili a quelle del Borgo Malcesine e altri esempi virtuosi per la definizione di un’identità grafica riconoscibile e coordinata per tutti gli interventi e altre iniziative concernenti la promozione del Borgo (identità grafica coordinata con parametri visivi distintivi come la gamma cromatica, lo stile fotografico, il font, il layout di impaginazione, altri segni grafici o pattern distintivi, ma anche definizione di <i>copy</i>, <i>payoff</i> e scrittura dei testi in ottica di posizionamento SEO). ● videoguide nella Lingua Italiana dei Segni (LIS) e di audioguide in italiano e in inglese; ● l’iniziativa Città online, che consiste in una ricostruzione virtuale del borgo di Malcesine fruibile attraverso smartphone, tablet, computer, LIM, Visori VR o cardboard. La visita virtuale prevede la possibilità di cliccare su degli appositi pulsanti grazie ai quali poter ricevere info in più lingue, videoguide lis per sordi, audioguide in più lingue, video illustrativi, fino alla creazione di percorsi shopping con i quali poter effettuare acquisti di prodotti tipici o altro. ● la realizzazione di una nuova App con geolocalizzazione dei siti di interesse ed esplorazione della flora locale lungo i sentieri del Monte Baldo; mappatura con drone di tutti i percorsi trekking e mtb per ottenere un’immagine completa dell’offerta del territorio. ● l’acquisto e l’installazione di segnaletica turistica interattiva ● l’acquisto di tavoli interattivi multitouch per le nuove sale del Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda ● l’acquisto di sagome a grandezza naturale per il Museo della Grande Guerra che, una volta inquadrare con l’apposita applicazione per la Realtà Aumentata, si animeranno e saranno i protagonisti del conflitto a raccontare la storia. Inoltre, verranno applicati pannelli grafici su tutte le pareti per ricreare lo scenario della “Trincea” (Virtual 360). |
| | <p>Contributo degli interventi agli obiettivi ambientali (Green deal)</p> <p style="text-align: right;"><i>max 1500 caratteri</i></p> <p>Il Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale di Malcesine, il quale mira alla creazione di un turismo lento e sostenibile sfruttando le potenzialità offerte dal territorio del Borgo, contribuirà al raggiungimento degli obiettivi ambientali del Green Deal e dell’Agenda 2030. La sistemazione e messa in sicurezza dei sentieri del Monte Baldo</p> |



intende incentivare forme di **mobilità a basso impatto ambientale**, incrementando i flussi di *slow tourists*. Inoltre, i temi ambientali trovano ampio spazio all'interno del Progetto in termini di **sensibilizzazione e informazione**. Alcuni interventi del Progetto sono pensati per sensibilizzare ed educare target diversi sul tema della sostenibilità e delle sue declinazioni. In particolare, i percorsi formativi rivolti ai residenti, agli operatori del settore turistico e alla popolazione scolastica, hanno l'obiettivo di rendere la popolazione più consapevole del territorio come bene comune e di come prendersene cura attraverso un approccio virtuoso e sostenibile. In linea con questi obiettivi si pone poi il tour virtuale del Monte Baldo che troverà spazio nel Museo di storia naturale del Monte Baldo e del Garda, che non solo promuoverà la scoperta del patrimonio floristico locale e dei principali ambienti di crescita delle piante, dal contesto urbano alle vette delle montagne, ma prevederà anche una sezione dedicata agli effetti del cambiamento climatico e di altre potenziali minacce sul territorio.

Affidabilità dei progetti gestionali degli interventi

max 1500 caratteri

Il Comune di Malcesine, al fine di assicurare una maggiore affidabilità dei progetti gestionali degli interventi, ha stipulato:

- Lettera di adesione del Distretto del Commercio e del Turismo di Malcesine con la quale il Manager del Distretto si impegna a concorrere al raggiungimento degli obiettivi del Progetto, in particolare nell'ambito degli interventi "G.1 COMUNICAZIONE". Il Distretto del Commercio contribuirà alle azioni di promozione tramite la distribuzione del materiale comunicativo e dando pubblicità delle iniziative del Progetto.
- Lettera di adesione dell'Associazione culturale Gardamusei con la quale il Presidente si impegna nome dell'Associazione a concorrere al raggiungimento degli obiettivi del Progetto, in particolare nell'ambito dell'intervento "G.1 COMUNICAZIONE".

L'affidabilità dei progetti gestionali, inoltre, è garantita da:

- Chiarezza e precisione dei contenuti degli interventi;
- Cronoprogramma degli interventi;
- Presenza di studi di prefattibilità e di preventivi per ogni intervento del Progetto;
- Precisa ripartizione delle risorse del progetto (budget);
- Definizione di un modello di governance del Progetto (descritta all'interno della strategia) tramite la costituzione di un gruppo di lavoro che si occuperà di coordinamento degli interventi.