SMARTIES for SMEs

Co-funded by the European Union

# SMARTIES for SMEs Handbook

## Turismo sostenibile e rigenerativo attraverso la Dieta Mediterranea

## Modelli pratici e linee guida per le PMI

CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΞΑΝΘΗΣ CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY OF XANTHI

LIBERTAS International University

REGIONAL CHAMBER OF CRAFT AND SMALL BUSINESS MARIBOR

ACIF Câmara de Comércio e Indústria da Madeira

LA ROTTA DEI FENICI

PAFOS REGION Cyprus

ENIT SPA

Sommario

1. Introduzione ..... 4
2. Il progetto SMARTIES for SMEs ..... 5
3. Dal Compendium all'Handbook ..... 7
4. Modelli di riferimento per le PMI ..... 8
4.1 Turismo e filiera agroalimentare - Dieta Mediterranea ..... 9
*Esperienze rurali e impatto sociale* ..... 9
*Innovazione di prodotto e narrazione digitale* ..... 13
4.2 Turismo rigenerativo e comunità locali ..... 17
4.3 Cooperazione territoriale e networking ..... 21
4.4 Innovazione e transizione digitale ..... 23
*Automazione dei servizi e Customer Journey* ..... 23
4.5 Oltre l'orizzonte – Casi di studio e innovazioni future ..... 28
5. Roadmap strategica: applicare l'innovazione ..... 32
5.1 Audit di sostenibilità e circolarità ..... 32
5.2 Integrazione digitale mirata e problem-solving ..... 32
5.3 Design dell'esperienza e storytelling territoriale ..... 33
6. Strumenti di supporto alle imprese ..... 34
6.1 Supporto tecnico, mentoring e formazione ..... 34
6.2 Reti di collaborazione e cluster territoriali ..... 34
6.3 Piattaforme di condivisione ed ecosistemi digitali ..... 35
7. Analisi e validazione dei progetti pilota ..... 36
7.1 Indicatori di performance (KPI) per le PMI ..... 36
8. Analisi delle criticità e strategie di mitigazione ..... 37
8.1 Il gap di competenze e lo "Skills Mismatch" ..... 37
8.2 Resistenza al cambiamento e limiti finanziari ..... 37
9. Il ruolo della Dieta Mediterranea verso un modello di turismo rigenerativo permanente ..... 38

# 1. Introduzione

Il presente Handbook è uno strumento pensato per le PMI del settore turistico e agroalimentare con l'obiettivo di tradurre i risultati del progetto SMARTIES for SMEs in indicazioni pratiche, soluzioni semplici e immediatamente applicabili.

Negli ultimi anni il modo di viaggiare sta attraversando una trasformazione profonda: cresce infatti l'interesse verso proposte autentiche, attente all'ambiente e strettamente collegate all'identità dei territori.

Parallelamente, le imprese sono chiamate ad integrare innovazione, compatibilità ambientale e valorizzazione delle comunità locali, sviluppando modelli capaci di generare benefici economici, sociali e culturali.

In questo scenario, le strategie europee per il turismo rigenerativo promuovono modelli capaci di integrare innovazione, resilienza territoriale, sostenibilità ambientale e coinvolgimento delle comunità locali.

La Dieta Mediterranea, riconosciuta dall'UNESCO come patrimonio culturale immateriale dell'umanità, rappresenta non solo un modello alimentare, ma anche un elemento identitario e sociale che unisce tradizioni, produzioni locali, paesaggio, benessere, convivialità, ospitalità, destagionalizzazione.

La Dieta Mediterranea rappresenta quindi una leva strategica per creare esperienze turistiche autentiche, integrate e rigenerative, in grado di valorizzare il legame tra turismo, territorio e sistema agroalimentare, contribuendo al tempo stesso alla sostenibilità ambientale, economica e sociale.

L'Handbook, che pone la Dieta Mediterranea come asse centrale, espressione di sostenibilità alimentare e culturale, nasce quindi con l'obiettivo di supportare il tessuto imprenditoriale e gli attori del settore nello sviluppo di offerte a basso impatto e innovative, con l'auspicio di fornire strumenti operativi, approcci e spunti applicativi per rafforzare la capacità di adattamento e la qualità dell'offerta delle PMI.

Si rivolge in particolare alle realtà interessate a promuovere itinerari di viaggio più responsabili, inclusivi e orientati alla valorizzazione delle risorse locali e alla transizione verde e digitale del settore turistico. Destinatari pronti a rinnovare in chiave sostenibile e rigenerativa, rafforzando autenticità, competitività e connessione territoriale.

## 2. Il progetto SMARTIES for SMEs

Il progetto SMARTIES for SMEs, da cui l'Hanbook deriva, è un'iniziativa cofinanziata dal Programma per il mercato unico 2021-2027, che sostiene le PMI turistiche del Mediterraneo nel percorso di innovazione sostenibile e doppia transizione verde e digitale, promuovendo i modelli turistici più sostenibili, innovativi e resilienti.

SMARTIES for SMEs valorizza un approccio integrato che mette in relazione turismo, territorio e sistema agroalimentare, riconoscendo nella Dieta Mediterranea un elemento strategico per sviluppare esperienze autentiche e sostenibili, capaci di rafforzare la competitività delle imprese e generare valore per i territori e le comunità locali.

Il progetto si articola attorno a tre aree strategiche principali:

- turismo rigenerativo basato sul coinvolgimento attivo delle comunità locali e sulla valorizzazione dei territori;
- sinergie tra turismo e sistema agroalimentare, con particolare riferimento alla Dieta Mediterranea come patrimonio culturale e modello di sostenibilità;
- transizione verde e digitale delle PMI turistiche, per migliorare innovazione, qualità e competitività dell'offerta.

Per raggiungere questi obiettivi, il progetto ha attivato un ecosistema mediterraneo attraverso una serie di azioni integrate, tra cui attività di comunicazione e condivisione delle informazioni, strumenti operativi e processi di supporto rivolti alle imprese del settore.

Questo ecosistema ha rafforzato le sinergie tra il settore turistico e quello agroalimentare, favorendo il networking, lo scambio di conoscenze e la collaborazione tra gli stakeholder di tutta l'area mediterranea. Ha inoltre sostenuto le PMI turistiche attraverso la ricerca, attività di capacity-building, la promozione di buone pratiche e progetti innovativi, contribuendo allo sviluppo di un'offerta turistica più sostenibile, innovativa e resiliente, ispirata al modello della Dieta Mediterranea.

Tra le principali iniziative:

- eventi internazionali di networking per favorire lo scambio di esperienze e buone pratiche;
- attività di ricerca e capacity building per rafforzare competenze e capacità innovative delle PMI;
- una campagna di comunicazione europea volta a diffondere i risultati e i modelli sviluppati;
- la realizzazione dell'Handbook dedicato alla Dieta Mediterranea, concepito come strumento pratico a supporto delle imprese e base per future linee guida e azioni di trasferibilità.

Il fulcro di SMARTIES for SMEs è il sostegno tecnico e finanziario fornito a 75 progetti innovativi, selezionati tramite call europea in cinque Paesi del Mediterraneo - Cipro, Portogallo, Grecia, Slovenia e Italia.

In ciascuna paese, 15 progetti vincitori, che si distinguono per creatività e potenziale innovativo, sostenibilità a lungo termine e replicabilità nel settore turistico, hanno ricevuto gli importi messi a disposizione dal progetto e destinati alla doppia transizione green e digitale, con un supporto finanziario fino a 25.000 euro per ciascun progetto.

I progetti innovativi finanziati si sono concentrati su tre aree principali: transizione verde e digitale, turismo rigenerativo e sinergia con l'ecosistema agroalimentare.

Accanto a questo supporto diretto, il progetto ha previsto una capillare attività di analisi volta a identificare le esigenze e le eccellenze del settore.

Proprio questo lavoro di mappatura costituisce il pilastro conoscitivo su cui poggia l'intero percorso metodologico del progetto, che trova la sua naturale evoluzione nel passaggio dall'indagine del Compendium all'applicazione operativa dell'Handbook.

## 3. Dal Compendium all'Handbook

Il Compendium rappresenta la base analitica del progetto SMARTIES for SMEs.

Il documento raccoglie, sistematizza e analizza un ampio set di buone pratiche sviluppate dalle PMI turistiche dell'area mediterranea, frutto di una ricerca quali-quantitativa che ha coinvolto 11 focus group con stakeholder selezionati e 250 interviste a imprese nei territori partner di Italia (Toscana), Grecia (Xanthi), Portogallo (Madeira), Slovenia (Maribor) e Cipro (Pafos). L'obiettivo principale è stato mappare bisogni, esperienze e modelli replicabili a supporto della doppia transizione verde e digitale.

Attraverso questo lavoro di mappatura, il Compendium evidenzia soluzioni significative legate alla sostenibilità dei modelli di business e all'integrazione tra turismo, territorio e comunità locali.

Le pratiche raccolte riflettono approcci innovativi che spaziano dal turismo rigenerativo alla valorizzazione delle filiere corte, fino all'adozione di tecnologie digitali per ottimizzare la gestione aziendale e l'esperienza del visitatore. In questo scenario, la Dieta Mediterranea emerge come elemento trasversale di connessione, capace di integrare le dimensioni culturale, economica e ambientale del sistema agro-turistico.

L'Handbook nasce come evoluzione operativa del Compendium. Le buone pratiche analizzate vengono qui rielaborate e trasformate in strumenti accessibili e immediatamente applicabili dalle PMI. Nello specifico, l'Handbook include:

- linee guida pratiche per l'adozione di modelli turistici sostenibili e rigenerativi;
- esempi concreti di soluzioni già sperimentate con successo nel contesto mediterraneo;
- modelli replicabili e adattabili a diversi contesti imprenditoriali e territoriali.

Attraverso questa transizione, il progetto ha colto l'obiettivo di facilitare il passaggio dall'analisi all'azione, fornendo alle imprese gli strumenti operativi necessari per governare il cambiamento e sostenere i processi di innovazione in linea con gli obiettivi europei di sostenibilità e digitalizzazione.

## 4. Modelli di riferimento per le PMI

I modelli di riferimento presentati in questa sezione si concentrano su cinque aree chiave:

- turismo e filiera agroalimentare - Dieta Mediterranea;
- turismo rigenerativo e comunità locali;
- cooperazione territoriale e networking;
- innovazione e transizione digitale;
- oltre l'orizzonte – Casi di studio e innovazioni future.

I modelli rappresentano strumenti pratici per le imprese e sono costruiti a partire dalle buone pratiche del progetto SMARTIES for SMEs e tradotti in schemi applicabili nei diversi contesti territoriali.

L'obiettivo è rendere le esperienze già sperimentate dei modelli in soluzioni replicabili, capaci di generare valore per le imprese e per i territori.

Ogni modello di riferimento viene ulteriormente esplorato attraverso prospettive specifiche, andando oltre le aree tematiche originali e i criteri di selezione utilizzati per i progetti finanziati.

Dove rilevante, alcuni modelli di riferimento vengono ulteriormente articolati in sottocategorie, come "Esperienze rurali ed impatto sociale", "Innovazione di prodotto e narrazione digitale" e "Automazione dei servizi e customer journey", evidenziando approcci e contesti applicativi specifici.

## 4.1 Turismo e filiera agroalimentare - Dieta Mediterranea

Il primo modello riguarda l'integrazione tra turismo e filiera agroalimentare attraverso la Dieta Mediterranea, intesa non solo come stile alimentare, ma come sistema culturale, produttivo e identitario dei territori.

Il modello propone un approccio che consente alle imprese di trasformare il patrimonio enogastronomico locale in un'esperienza turistica strutturata, in cui cibo, cultura e tradizioni diventano elementi centrali dell'offerta. In questo senso, un'area non è più semplicemente una destinazione da visitare, ma un sistema da scoprire, comprendere e con cui interagire.

Le imprese possono sviluppare prodotti turistici basati sulla Dieta Mediterranea attraverso diverse tipologie di attività integrate, tra cui:

- degustazioni di prodotti locali e stagionali;
- esperienze di ristorazione legate alla cucina tradizionale;
- visite ad aziende agricole e produttori locali;
- itinerari enogastronomici sul territorio;
- attività di turismo esperienziale legate alle tradizioni alimentari e produttive.

### *Esperienze rurali e impatto sociale*

Questo specifico ambito traduce i principi della rigenerazione in azioni concrete sul campo, mostrando come l'inclusione sociale e la tutela delle comunità agricole diventino un valore aggiunto per l'accoglienza.

Progetti pilota analizzati in questa sezione:

1. CANDIED TOMATOES (Slovenia) — Inclusione sociale e upcycling alimentare in Slovenia

2. THE LOCAL'S TABLE (Italia) — Integrazione della filiera e mobilità dolce nel territorio della Toscana.

## 1. CANDIED TOMATOES – HUDO DOBRO – PREKMURJE, SLOVENIA



# CANDIED TOMATOES – HUDO DOBRO = INCLUSIONE SOCIALE & UPCYCLING ALIMENTARE

L'Istituto HUDO DOBRO, nel cuore del Prekmurje in Slovenia, è un ente privato con lo status di centro per l'impiego di persone con disabilità. Fedele ai valori di artigianalità e tradizione, l'istituto sfida la produzione di massa attraverso il lavoro manuale dedicato e rappresenta l'eccellenza nell'unire economia circolare, lotta allo spreco e impatto sociale nel cuore della produzione alimentare locale.

L'iniziativa Candied Tomatoes affronta il tema dello spreco alimentare attraverso il recupero di eccedenze locali di pomodori che andrebbero scartate. Grazie alla collaborazione con agricoltori locali e al lavoro manuale dedicato, utilizzando un nuovo processo tecnologico di caramellatura, queste eccedenze vengono trasformate in snack gourmet di alta qualità.

**L'intervento**

- Recupero creativo: trasformazione delle eccedenze di pomodori (scarti estetici o fuori calibro) in snack gourmet canditi, evitando che tonnellate di prodotto vengano smaltite come rifiuti;

- Impatto sociale: impiego attivo di persone con disabilità nel processo produttivo, elevando il valore etico del prodotto finale e promuovendo l'integrazione lavorativa attraverso l'artigianato.

**Linee Guida per la Replicabilità**

- Socialità come valore aggiunto: integrare l'inclusione sociale non solo come atto inclusivo, ma come elemento distintivo della narrazione del brand e della qualità del prodotto;

- Simbiosi con il territorio: costruire alleanze con i produttori agricoli locali per intercettare gli scarti alla fonte, trasformandoli da costo di smaltimento a opportunità di ricavo creando così valore aggiunto anche per il turismo gastro-culinario locale.

## 2. THE LOCAL'S TABLE – TRAVEL ITALY GURU – PISA, ITALIA



TRAVEL ITALY GURU

THE LOCALS' TABLE

## THE LOCAL'S TABLE – TRAVEL ITALY GURU = INTEGRAZIONE DELLA FILIERA & MOBILITÀ DOLCE

Travel Italy Guru è una realtà specializzata nel turismo esperienziale nel territorio della Toscana, focalizzata sulla creazione di connessioni profonde tra i viaggiatori e l'identità autentica della vita rurale.

Il progetto The Local's Table sviluppa itinerari di "mobilità dolce" che collegano i visitatori ai micro-produttori locali. Attraverso tour in bicicletta, workshop di cucina stagionale e visite ai mercati contadini, l'azienda trasforma la Dieta Mediterranea in un'esperienza vissuta, garantendo visibilità e reddito alle piccole aziende agricole partner.

**L'intervento**

- Connessione rurale e accessibilità: pacchetti turistici con workshop di cucina e visite ai mercati contadini, adatti anche a persone con disabilità o fragilità;
- Turismo lento**:** utilizzo del cicloturismo per ridurre l'impatto ambientale e favorire la scoperta lenta.

**Linee Guida per la Replicabilità**

- Mediazione culturale: agire come ponte autentico tra comunità locale e visitatore;
- Destagionalizzazione: valorizzare i ritmi della terra per attrarre turisti tutto l'anno.

### *Innovazione di prodotto e narrazione digitale*

L'evoluzione del mercato turistico richiede alle PMI la capacità di reinventare l'offerta tradizionale, trasformando i prodotti locali in vere e proprie esperienze interattive.

Innovare il prodotto non significa snaturarlo, ma potenziarlo attraverso la narrazione digitale (storytelling).

L'uso strategico di piattaforme web, codici QR e contenuti multimediali permette di tracciare la filiera, comunicare l'autenticità e connettere il viaggiatore con l'identità profonda del territorio ancora prima del suo arrivo, trasformando il consumo in un atto culturale consapevole.

Progetti pilota analizzati in questa sezione:

1. The Veggie Burger Project (Portogallo) — Tradizione e sostenibilità gastronomica a Madeira.
2. Irpinia Green Escape (Italia) — Storytelling professionale e conversione digitale, Avellino.

## 1. THE VEGGIE BURGER PROJECT - NATURE XTRACTS - MADEIRA, PORTOGALLO



## THE VEGGIE BURGER PROJECT – NATURE XTRACTS = TRADIZIONE & SOSTENIBILITÀ GASTRONOMICA

NatureXtracts S.A. di Madeira in Portogallo è un'azienda di bioraffineria dedita alla produzione e commercializzazione di oli essenziali, estratti naturali e integratori alimentari.

Il progetto Veggie Burger nasce dalla collaborazione tra produttori regionali e chef con l'obiettivo di elevare i legumi e i vegetali locali. Si focalizza sulla creazione di soluzioni gastronomiche che rispettino l'identità della Dieta Mediterranea pur adottando formati moderni.

Il Veggie Burger Project dimostra come la cucina tradizionale possa evolversi per rispondere alla domanda di sostenibilità e alle nuove abitudini dei viaggiatori, senza perdere il legame con il territorio.

### L'intervento

L'iniziativa punta a rendere i prodotti della terra i veri protagonisti dell'offerta turistica:

- ingredienti regionali al centro - l'uso di ceci, funghi, microalghe e legumi tradizionali in ricette innovative (come i burger vegetali) permette di promuovere la biodiversità locale in modo creativo e appetibile per i turisti internazionali, offrendo alternative proteiche e senza glutine;

- riduzione dell'impatto ambientale - la scelta di filiere corte e ingredienti di origine vegetale riduce drasticamente l'impronta di carbonio della produzione, offrendo un'esperienza culinaria etica e sostenibile.

**Linee Guida per la Replicabilità**

- Rinnovare la tradizione con creatività: le PMI possono reinterpretare piatti storico/tradizionali in formati moderni per intercettare nuove nicchie di mercato (vegetariani, turisti eco-consapevoli);

- Accorciare la filiera: creare partnership stabili tra ristorazione e piccoli produttori locali per garantire freschezza, qualità e una narrazione autentica del territorio.

## 2. IRPINIA GREEN ESCAPE: SUSTAINABLE TOURISM AWAITS YOU - VITIGNI IRPINI – AVELLINO, ITALIA



## IRPINIA GREEN ESCAPE – VITIGNI IRPINI = STORYTELLING & CONVERSIONE DIGITALE

L'Azienda Vitigni Irpini, situata ad Avellino in Campania, è una realtà fondata per promuovere i grandi vitigni autoctoni irpini attraverso il marketing digitale e lo storytelling professionale.

Il progetto Irpinia Green Escape rappresenta un ecosistema digitale che trasforma la narrazione del vino in un'esperienza di viaggio sostenibile, collegando i contenuti online alla visita fisica nelle cantine e nei paesaggi dell'Irpinia.

**L'intervento**

- Promozione d'eccellenza: produzione di contenuti multimediali che raccontano il legame tra terra e vitigno;
- Ponte digitale-reale: facilitazione del contatto diretto tra turista e produttore per aumentare le visite in cantina.

**Linee Guida per la Replicabilità**

- Umanizzare il brand: raccontare le persone e i luoghi dietro l'etichetta per creare fiducia;
- Identità di nicchia: puntare sui vitigni autoctoni come elemento unico di attrazione territoriale.

## 4.2 Turismo rigenerativo e comunità locali

Il secondo modello si concentra sul turismo rigenerativo: un approccio in cui l'attività turistica non si limita a ridurre l'impatto, ma contribuisce attivamente al miglioramento del territorio e al rafforzamento delle comunità locali. Attraverso percorsi di co-crezione, i residenti diventano parte integrante della progettazione dell'offerta, valorizzando identità e tradizioni. Le imprese sono così chiamate a sviluppare esperienze condivise capaci di generare valore diffuso e benefici, economici, sociali e ambientali in modo equilibrato per la sostenibilità complessiva dei territori.

Tra le principali tipologie di attività rientrano:

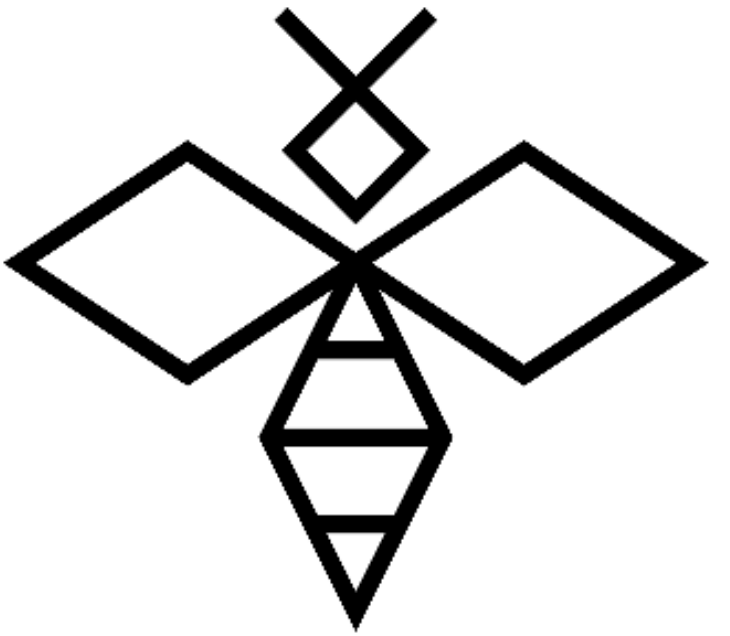
- attività turistiche co-create con residenti e stakeholder locali;
- eventi culturali legati alle tradizioni del territorio;
- esperienze autentiche basate sulla vita e sulle pratiche locali.

Progetti pilota analizzati in questa sezione:

1. The BeeGreen Project (Slovenia) — Circolarità, biodiversità e cultura digitale a Maribor.
2. EnterinBo (Italia) — Rigenerazione urbana, agricoltura sociale e accoglienza a Bologna

1. **THE BEEGREEN PROJECT – HOTEL ARENA** (EUROTAS HOTELS) **MARIBOR, SLOVENIA**



## THE BEEGREEN PROJECT – HOTEL ARENA = CIRCOLARITÀ & CULTURA DIGITALE

Il progetto BeeGreen, sviluppato da Eurotas Hotels presso l'Hotel Arena di Maribor in Slovenia, rappresenta un caso eccellente di come una catena alberghiera possa evolvere verso il turismo rigenerativo, trasformando la propria area verde in un laboratorio attivo di biodiversità e coinvolgimento della comunità locale.

### L'Intervento

L'iniziativa si sviluppa attraverso un approccio multidisciplinare che unisce la salvaguardia della biodiversità alla valorizzazione delle eccellenze locali:

- ripristino dell'ecosistema locale - l'installazione di alveari e "insect hotels" (rifugi per insetti impollinatori) presso la struttura contribuisce direttamente alla rigenerazione della flora locale, sottolineando il ruolo cruciale degli impollinatori per l'agricoltura e la biodiversità;
- educazione interattiva e digitale - la creazione di un percorso didattico integrato con tecnologia QR Code permette agli ospiti di accedere a contenuti informativi sulla produzione biologica e sull'importanza della sostenibilità, rendendo l'ospite partecipe del processo rigenerativo;
- integrazione nella filiera agroalimentare - la collaborazione con gli apicoltori del territorio permette di inserire il miele e i prodotti locali direttamente nell'offerta gastronomica dell'hotel, riducendo le emissioni legate al trasporto, accorciando la filiera e quindi sostenendo l'economia di prossimità.

### Linee Guida per la Replicabilità

- Creare percorsi esperienziali educativi: le PMI possono utilizzare strumenti digitali semplici (come i QR code) per trasformare i propri spazi verdi in "musei a cielo aperto", senza impattare visivamente sul paesaggio, elevando la consapevolezza ambientale del pubblico internazionale;
- partenariati con produttori specializzati: la cooperazione con esperti locali (come i beekeepers sloveni in questo caso) rafforza la fiducia del turista e garantisce un impatto economico diretto sul territorio;
- modello replicabile su larga scala: BeeGreen dimostra che le buone pratiche rigenerative possono essere standardizzate e replicate in diverse strutture (come previsto dalla visione di Eurotas), creando un'identità di brand "green" coerente e competitiva.

## 2. ENTERINBO - ETA BETA COOP. SOC. ONLUS – BOLOGNA, ITALIA









## ENTERINBO – ETA BETA COOP. SOC. ONLUS = RIGENERAZIONE & ACCOGLIENZA

Eta Beta Cooperativa sociale è una realtà storica di Bologna, impegnata da anni nel coniugare inclusione lavorativa, artigianato e agricoltura sociale in spazi urbani rigenerati.

Il progetto ENTERINBO è un modello di ospitalità e agricoltura sociale presso lo spazio multiculturale Salus Space, volto a creare un legame diretto tra residenti, persone fragili e viaggiatori.

**L'intervento**

- Orti urbani: gestione di spazi verdi collettivi per la produzione alimentare a km zero e degustazioni con produttori locali;
- laboratori inclusivi: workshop di cucina e artigianato che coinvolgono attivamente il turista nella vita della comunità, sviluppando pacchetti turistici accessibili a persone con disabilità o fragilità;
- mobilità e digitale: promozione del cicloturismo, passeggiate culturali e implementazione di strumenti digitali (QR code e piattaforme online).

**Linee Guida per la Replicabilità**

- Co-progettazione: coinvolgere il terzo settore per offrire un'esperienza turistica etica;
- inclusione come leva: rendere il valore sociale dell'impresa il cuore dell'attrattività.

## 4.3 Cooperazione territoriale e networking

La cooperazione è lo strumento che permette alle piccole imprese di superare i limiti dimensionali. Unendosi in reti, le PMI possono condividere costi e competenze per affrontare la Twin Transition (digitale e verde). Questo modello trasforma un insieme di singole attività in un'unica destinazione coesa, capace di competere sui mercati internazionali con strumenti tecnologici avanzati.

Progetto pilota analizzato in questa sezione:

1. SOLARE SMART OPERATIONS (Italia) — Networking territoriale e Intelligenza Artificiale sul Monte Pisano.

## 1. SOLARE-SMART OPERATIONS FOR LOCAL AI-DRIVEN REGENERATIVE EXPERIENCES - DMC MONTEPISANO – SAN GIULIANO TERME, ITALIA

## SOLARE – DMC MONTEPISANO = NETWORKING & INTELLIGENZA ARTIFICIALE

DMC Montepisano, Destination Management Company di San Giuliano Terme in Italia, coordina la rete di imprese del Monte Pisano.

Il progetto SOLARE è un sistema di digitalizzazione territoriale che fornisce alle microimprese locali tecnologie avanzate per la promozione unitaria.

Il progetto mira a rafforzare la sinergia tra DMC e DMO toscani, promuovendo un turismo lento e sostenibile attraverso l'innovazione digitale. Sviluppa un AI Travel Planner con un ChatBot per creare pacchetti turistici personalizzati focalizzati su prodotti locali ed esperienze autentiche, supportando le PMI nel migliorare la loro visibilità online, le attività promozionali e la transizione digitale.

### L'intervento

- Governance di rete: coordinamento delle microimprese e dei partner locali (agriturismi, produttori, guide) sotto un unico brand territoriale;
- AI-Travel Planner: assistente digitale con ChatBot per la creazione di itinerari personalizzati e sostenibili.

### Linee Guida per la Replicabilità

- Unione delle forze: creare reti formali per accedere a tecnologie (IA) altrimenti inaccessibili ai singoli;
- visione sistemica: promuovere il territorio come ecosistema unico per rafforzare l'identità del brand.

## 4.4 Innovazione e transizione digitale

La digitalizzazione non è solo un aggiornamento tecnologico, ma una leva strategica fondamentale per le PMI del turismo moderno. Questo modello analizza come l'adozione di soluzioni digitali permetta di ottimizzare la gestione operativa, ampliare la visibilità sui mercati internazionali e offrire esperienze su misura, rendendo l'offerta più accessibile e inclusiva.

**I vantaggi competitivi della trasformazione digitale**

Le tecnologie digitali agiscono come strumenti abilitanti per:

- massimizzare la visibilità - promuovere l'offerta attraverso canali diretti e mirati;
- scalare il business - raggiungere e gestire flussi di clienti più ampi senza sovraccaricare la struttura;
- arricchire la Customer Journey - migliorare l'interazione con il turista in ogni fase (ispirazione, prenotazione, soggiorno e post-viaggio);
- efficientare i processi - automatizzare le attività ripetitive per liberare risorse umane da dedicare all'accoglienza di valore.

**Strumenti chiave del modello**

L'attuazione di questo modello si poggia su tre pilastri tecnologici principali:

- sistemi di prenotazione diretta (Booking Engine) - per ridurre l'intermediazione e migliorare i margini;
- strategie di comunicazione digitale - per costruire una relazione di fiducia e identità con il target;
- ecosistemi e piattaforme integrate - per connettere la PMI con i servizi del territorio (Smart Destinations).

In sintesi, questo modello non si limita a modernizzare l'impresa, ma ne rafforza la resilienza, permettendole di adattarsi velocemente alle evoluzioni del mercato globale e di fondere l'innovazione tecnologica con gli obiettivi di sostenibilità.

### *Automazione dei servizi e Customer Journey*

Questo specifico ambito esplora l'integrazione di soluzioni basate sull'intelligenza artificiale e sulla gestione dei dati per ottimizzare l'assistenza all'ospite e rendere i processi di prenotazione e soggiorno fluidi e immediati.

Progetti pilota analizzati in questa sezione:

1. ALIATHON TRAVEL DIGITAL TRANSFORMATION (Cipro) - Ecosistema digitale e processi paperless a Paphos.

2. AI AGENT FOR TABLE RESERVATION (Slovenia) - Sistemi di prenotazione intelligente per la ristorazione a Maribor.

## 1. ALIATHON TRAVEL DIGITAL TRANSITION 2.0 – ALIATHON RESORT - PAPHOS, CIPRO

aliathon
RESORT

## ALIATHON TRAVEL DIGITAL TRANSITION 2.0 – ALIATHON RESORT = ECOSISTEMA IN 3 PILASTRI

Per comprendere come i principi della transizione digitale si traducano in un vantaggio competitivo reale, analizziamo il progetto di Aliathon Resort.

La struttura ricettiva, situata a Paphos (Cipro), rappresenta un modello di transizione digitale applicata ad un grande contesto operativo ad alta complessità gestionale.

**L'Intervento**

Per armonizzare i servizi e dematerializzare i processi in ottica Twin Transition, la struttura ha connesso tre tecnologie chiave:

- AI Chatbot "Mila" (Customer Engagement) – assistente virtuale multilingue e multicanale, attivo su web, social e messaggistica 24/7 per gestire le richieste in tempo reale e ottimizzare il *Guest Engagement*;
- registrazione & Passport-Scan – sistema online che digitalizza il check-in, la scansione dei documenti e i pagamenti. L'integrazione con il software centrale (PMS) garantisce un processo paperless, accurato e senza attese;
- Card System Interface - interfaccia unica che connette in tempo reale il centralino (PBX), i punti vendita (POS) e i servizi in camera al sistema di prenotazione, ottimizzando i ricavi e la fatturazione.

**Linee Guida per la replicabilità**

- Interoperabilità - il valore risiede nella capacità dei software di dialogare con il sistema di gestione centrale (PMS);
- digitalizzazione sostenibile - dematerializzare i flussi d'arrivo unisce l'efficienza operativa alla riduzione dell'impatto ambientale;
- automazione con identità: l'intelligenza artificiale deve riflettere il brand ed estendere l'accoglienza, sollevando il personale dai compiti amministrativi ripetitivi;
- governance basata sui dati: l'integrazione dei sistemi POS e dei servizi permette un controllo preciso e in tempo reale dei flussi finanziari della struttura e pianificare investimenti futuri.

## 2. AI AGENT FOR TABLE RESERVATION IN HOSPITALITY - F.R.D.

**MARIBOR, SLOVENIA**

F.R.D.

Član skupine
Business Point



## AI AGENT FOR TABLE RESERVATION IN HOSPITALITY – F.R.D. D.O.O. = UN SISTEMA DI PRENOTAZIONE INTELLIGENTE

Il progetto pilota di F.R.D. d.o.o. a Maribor in Slovenia, si focalizza sulla trasformazione digitale di un processo specifico ma vitale per la ristorazione e l'ospitalità: l'ottimizzazione delle prenotazioni attraverso un AI Agent per la gestione dei tavoli, capace di interagire in tempo reale e prendere decisioni gestionali complesse.

**L'intervento**

- comunicazione in linguaggio naturale - l'AI interagisce con gli ospiti in modo fluido e umano, gestendo richieste e dubbi senza l'intervento immediato del personale;
- gestione dinamica degli spazi - il sistema gestisce calendari flessibili e unisce i tavoli in modo automatico per massimizzare la capacità del locale in base alla domanda in tempo reale;
- integrazione dati Real-Time - sincronizzando costantemente le disponibilità, l'AI riduce drasticamente l'errore umano e il rischio di overbooking.

**Linee Guida per la replicabilità**

- Efficienza e sostenibilità - conoscere in anticipo i flussi precisi degli ospiti permette una gestione oculata della cucina, riducendo gli sprechi alimentari e ottimizzando le risorse;
- automazione per la qualità - delegare le prenotazioni all'AI libera il personale dai compiti burocratici, permettendogli di concentrarsi esclusivamente sulla cura dell'ospite in sala;
- revenue management per PMI - ottimizzazione elastica degli spazi, storicamente accessibile solo alle grandi catene, diventa a portata delle piccole imprese grazie all'intelligenza artificiale;
- internazionalizzazione - un agente AI multilingue elimina le barriere linguistiche, permettendo alla PMI locale di essere competitiva e accogliente, immediatamente accessibile ad un pubblico internazionale.

## 4.5 Oltre l'orizzonte – Casi di studio e innovazioni future

Questa sezione raccoglie ulteriori eccellenze del progetto SMARTIES for SMEs che hanno saputo anticipare le tendenze del mercato, offrendo soluzioni d'avanguardia nei settori dell'efficienza gestionale e dell'esperienza immersiva.

Invece di concentrarsi su un'unica area tematica, questo modello mette in evidenza approcci emergenti che combinano transizione digitale, sostenibilità e valorizzazione della catena di approvvigionamento locale, mostrando come le PMI mediterranee possano sviluppare soluzioni turistiche innovative e resilienti.

**Vantaggi e soluzioni concrete**

- Sinergia Agrifood **-** integrazione della produzione agricola locale nella ristorazione per garantire freschezza e ridurre l'impronta ecologica;
- potenziamento digitale **-** utilizzo di tecnologie innovative (realtà aumentata, ologrammi, piattaforme dedicate) per rafforzare il coinvolgimento dei visitatori e il legame con l'identità locale;
- estensione della Customer Journey **-** connessione digitale tra ospite e territorio che prosegue anche nel post-viaggio, sostenendo l'artigianato e l'economia locale.

Progetti pilota analizzati in questa sezione:

1. TIS PITSAS MEZEKLIKIA (Cipro) — Twin Transition e canali integrati a Prodromi.

2. PALAIA POLIS (Grecia) — Connessione filiera-ristorazione e cultura enologica a Xanthi.

3. SHARING THE PASSION OF PASSION FRUIT (Portogallo) — Diversificazione agrituristica e salvaguardia della biodiversità a Madeira.

### 1.TIS PITSAS MEZEKLIKIA – POLILAND HOLIDAY SHOP - PRODROMI, CIPRO



## TIS PITSAS MEZEKLIKIA = TWIN TRANSITION & CANALI INTEGRATI

TIS PITSAS MEZEKLIKIA, fondata sulla fusione tra i tradizionali *meze* ciprioti e la ristorazione contemporanea, unisce l'alleanza con la filiera agricola locale a una forte spinta innovativa per ridefinire la ristorazione sostenibile e inclusiva nel territorio di Prodromi a Cipro.

### L'intervento

- transizione ecologica (Green) - implementazione di pratiche sostenibili concrete tra cui l'utilizzo di misure di efficientamento energetico, il riciclo sistematico e l'approvvigionamento da fonti locali per ridurre l'impatto ambientale e supportare la comunità;
- innovazione digitale - introduzione di tecnologie d'avanguardia, inclusi ologrammi, codici QR in realtà aumentata (AR) e software gestionali avanzati, per potenziare sia lo storytelling culturale sia l'efficienza operativa;
- turismo rigenerativo e agrifood - valorizzazione della cucina cipriota attraverso interpretazioni moderne, organizzazione di eventi culturali e partnership strette con agricoltori locali, garantendo la freschezza delle materie prime e stimolando l'economia regionale.

### Linee Guida per la Replicabilità

- Efficienza e preservazione culturale - l'integrazione di strumenti digitali (AR e ologrammi) permette di ottimizzare la gestione interna e, al contempo, di arricchire l'esperienza del visitatore tramite il racconto della cultura locale;
- sinergia territoriale e comunitaria - la cooperazione diretta con la filiera agricola del territorio dimostra come una PMI possa generare un impatto economico e ambientale positivo per l'intera comunità.

## 2. PALAIA POLIS – XANTHI, GRECIA

## PALAIA POLIS = CONNESSIONE FILIERA RISTORAZIONE & CULTURA ENOLOGICA

Il progetto pilota del ristorante PALAIA POLIS si concentra sulla valorizzazione del patrimonio gastronomico e culturale della regione della Tracia, in Grecia, collegando direttamente il flusso turistico con la produzione agroalimentare locale attraverso una filosofia orientata alla sostenibilità e all'autenticità.

### L'intervento

- Transizione ecologica (Green) - cooperazione strategica e stretta con i produttori locali ed enfasi assoluta sull'utilizzo di materie prime fresche e stagionali, accorciando la filiera e riducendo l'impatto ambientale dei trasporti;
- valorizzazione dell'identità - creazione di un'esperienza culinaria che preserva le pratiche tradizionali della Tracia, supportata da una selezione accurata nella cantina del ristorante (etichette greche e internazionali) per unire l'arte della degustazione dello stimato vino locale alla cucina nativa;
- turismo rigenerativo - posizionamento della struttura come punto di riferimento culturale per i residenti e i visitatori nazionali e internazionali, trattenendo il valore economico all'interno della comunità e promuovendo la sotto-regione.

### Linee guida per la replicabilità

- Ristorazione a km zero - integrare strettamente i menu con i cicli stagionali e i micro-produttori del territorio trasforma la ristorazione in un motore economico per l'ecosistema agrifood locale;
- valorizzazione del patrimonio storico - abbinare l'offerta enogastronomica d'eccellenza alla salvaguardia di strutture storiche (come le dimore dell'800) permette di creare un prodotto turistico autentico e non delocalizzabile.

## 3. SHARING THE PASSION OF PASSION FRUIT - VISITUNIVERSAL - UNIPESSOAL, LDA - MADEIRA, PORTOGALLO

### SHARING THE PASSION OF PASSION FRUIT = DIVERSIFICAZIONE AGRITURISTICA E SALVAGUARDIA DELLA BIODIVERSITÀ

L'azienda Visituniversal di Madeira in Portogallo, focalizzata sulla produzione commerciale su vasta scala del frutto della passione di Madeira, integra l'attività agricola originaria con il settore turistico per rafforzare la sostenibilità e la conservazione dell'identità rurale.

**L'intervento**

- Transizione ecologica (Green) - preservazione attiva dell'agricoltura tradizionale attraverso la sperimentazione sul campo, lo sviluppo di nuove cultivar e la salvaguardia delle varietà storiche di frutto della passione coltivate a Madeira da quasi due secoli;
- turismo rigenerativo ed esperienziale - sviluppo di laboratori pratici e workshop dedicati ai turisti che coprono la storia gastronomica, le tecniche di coltivazione e le pratiche colturali all'interno di un campo sperimentale appositamente costruito;
- integrazione dell'ecosistema ricettivo - sviluppo di partnership con i dipartimenti di animazione degli hotel locali e uso dei social media per canalizzare i flussi turistici verso l'entroterra agricolo, raccogliendo costantemente feedback tramite questionari digitali per l'ottimizzazione del servizio.

**Linee guida per la replicabilità**

- Agro-Storytelling - trasformare un prodotto agricolo tradizionale in un'attrazione turistica attraverso l'educazione sul campo aumenta la consapevolezza del visitatore e crea una forte identità di brand per la PMI;
- sinergia hotel-agricoltura - collaborare con l'animazione degli hotel locali permette di intercettare i flussi turistici e orientarli verso l'entroterra, diversificando l'economia rurale.

# 5. Roadmap strategica: applicare l'innovazione

Per una PMI turistica mediterranea, la transizione ecologica e digitale non può essere il risultato di interventi frammentati, ma richiede un approccio sistemico e sequenziale.

La roadmap strategica è descritta di seguito attraverso tre fasi chiave di implementazione, pensate per trasformare la teoria in un vantaggio competitivo misurabile.

## 5.1 Audit di sostenibilità e circolarità

Il punto di partenza è la misurazione analitica dell'impatto ambientale dell'impresa, mappando l'intera catena del valore (energia, rifiuti, approvvigionamento):

- diagnosi energetica e gestione risorse – valutazione di consumi dispersioni, efficienza dei macchinari e impronta idrica per individuare interventi immediati, come l'integrazione di energie rinnovabili (es. il solare termico/fotovoltaico) o sistemi di gestione circolare dei rifiuti.
  Tra le altre iniziative pilota SMARTIES for SMEs spicca l'approccio adottato da Fajã dos Padres a Madeira, una proprietà agricola con 500 anni di storia situata in un'area remota tra una spiaggia e una scogliera alta 300 metri, che promuove il turismo sostenibile preservando al contempo il patrimonio naturale e culturale del sito.
  Il progetto prevede lo sviluppo della Casa Museo Cisterna come centro per l'interpretazione del patrimonio, affiancato da soluzioni ecocompatibili per la gestione idrica concepite per migliorare l'efficienza delle risorse in questo contesto geograficamente complesso, tra cui soluzioni che riducono i consumi d'acqua e producono fertilizzanti organici per uso agricolo;

- mappatura della filiera (Supply Chain) – analisi della provenienza delle forniture per calcolare l'impatto logistico, favorire partnership commerciali che azzerino i passaggi intermedi, sostenendo l'economia locale.

## 5.2 Integrazione digitale mirata e problem-solving

La tecnologia non deve essere adottata perché è "di moda" o per spirito emulativo, bensì per risolvere colli di bottiglia operativi o per sbloccare nuove opportunità di mercato:

- digitalizzazione dei processi interni - ottimizzazione dei gestionali, automatizzazione delle prenotazioni e abbattimento dei supporti cartacei (dematerializzazione).

  La transizione a registri e sistemi di gestione completamente digitali permette alle PMI di diminuire in modo significativo il consumo della carta, riducendo l'impatto ambientale e aumentando l'efficienza operativa interna;

- potenziamento della Customer Experience - utilizzo strategico di intelligenza artificiale, realtà aumentata (AR) o ologrammi non come semplici attrazioni, ma come canali avanzati di *cultural storytelling*, capaci di mostrare l'origine dei piatti o la ricchezza biologica di un ecosistema prima ancora della fruizione fisica. Ne è un esempio il progetto pilota Tis Pitsas Mezeklikia (Cipro), che integra l'innovazione digitale per narrare la tradizione gastronomica locale, trasformando la tecnologia in un ponte verso l'identità culturale del territorio.

## 5.3 Design dell'esperienza e storytelling territoriale

Il prodotto turistico rigenerativo deve fondere l'offerta commerciale con l'identità antropologica e naturale del territorio d'origine.

- La Dieta Mediterranea come asset culturale – la Dieta Mediterranea non va intesa semplicemente come una proposta di menu (il cibo nel piatto), ma come un vero e proprio stile di vita, un patrimonio UNESCO da narrare. Il design dell'esperienza deve connettere la ristorazione con itinerari lenti, visite ai produttori e laboratori didattici sul campo, come i workshop sulla storia e coltivazione del frutto della passione di Visituniversal;
- co-progettazione con attori locali - creazione di cluster di destinazione in cui ristoranti, boutique hotel, guide e artigiani locali cooperano per offrire un'esperienza integrata e di valore, trattenendo la ricchezza economica sul territorio e destagionalizzando i flussi.

# 6. Strumenti di supporto alle imprese

L'Handbook si configura come una vera e propria bussola operativa, ideata per orientare le PMI all'interno dell'ecosistema di risorse, competenze e network generati dal progetto SMARTIES for SMEs. Nessuna impresa deve affrontare la transizione in isolamento.

## 6.1 Supporto tecnico, mentoring e formazione

L'accesso al know-how specialistico è il primo pilastro per superare il gap di competenze (skills mismatch) tipico delle micro-imprese.

Attraverso la rianalisi dei progetti pilota SMARTIES for SMEs presentati nell'Handbook, le PMI del turismo possono accedere a esperienze pratiche, approcci replicabili e lezioni apprese all'interno del progetto. Risorse complementari, tra cui il Compendio, i materiali dei webinar e altra documentazione di progetto disponibili tramite il sito web SMARTIES for SMEs (https://smartiesforsmes.eu/) e i canali di comunicazione, supportano ulteriormente la condivisione delle conoscenze e forniscono ulteriore ispirazione alle imprese interessate ad adottare pratiche più sostenibili e digitali.

- Fasi di mentoring SMARTIES for SMEs - le attività di mentoring e i webinar hanno supportato le PMI partecipanti nel rafforzare le loro conoscenze e competenze relative alla sostenibilità e alla transizione digitale. L'esperienza acquisita attraverso queste attività ha contribuito agli approcci pratici presentati in questo manuale.
- Trasferimento di competenze pratiche – l'handbook, insieme al Compendio e alle altre risorse di SMARTIES for SMEs, fornisce esempi pratici e buone pratiche trasferibili derivate dai progetti pilota. Le PMI possono utilizzare questi materiali come riferimento per sviluppare offerte integrate con i produttori locali, migliorare l'uso degli strumenti digitali e adottare pratiche aziendali più sostenibili.

## 6.2 Reti di collaborazione e cluster territoriali

Il networking non è solo una dinamica relazionale, ma un fattore abilitante di efficienza economica e riduzione dei costi di transizione.

- Economie di scala per PMI - attraverso la creazione di reti formali o informali, le piccole imprese possono condividere i costi fissi legati all'adozione di nuove tecnologie (es. piattaforme software condivise) o alla promozione internazionale;
- sinergie intersettoriali - stimolare il dialogo strutturato tra il comparto ricettivo, il settore dell'agrifood e i fornitori di tecnologia (ICT). La partnership strategica tra ristorazione tradizionale e boutique hotel locali amplifica la visibilità e la redditività di entrambe le parti.

## 6.3 Piattaforme di condivisione ed ecosistemi digitali

L'interconnessione digitale consente alle imprese di proiettarsi sui mercati globali pur mantenendo una dimensione e un'identità strettamente ancorate al territorio.

- Integrazione nei canali di destinazione - indicazioni metodologiche per interfacciarsi con i marketplace territoriali e le piattaforme di e-commerce condivise, inserendo l'offerta della singola PMI nell'intera *Customer Journey* digitale del viaggiatore moderno, dal pre-viaggio al post-viaggio;
- condivisione dei dati per la sostenibilità - partecipazione a cloud o database aperti per aggregare le metriche ambientali e di gradimento (es. questionari digitali di valutazione dei servizi), così da monitorare lo stato di salute turistica dell'intera destinazione.

# 7. Analisi e validazione dei progetti pilota

Il valore strategico di SMARTIES for SMEs non si esaurisce nei confini temporali dei singoli finanziamenti, ma risiede nella creazione di un'architettura di modelli modulabili e potenziabili, capaci di generare un effetto moltiplicatore in tutto il bacino del Mediterraneo.

I 75 progetti pilota sostenuti dal programma SMARTIES for SMEs in diversi Paesi dell'area mediterranea sono un laboratorio a cielo aperto e una prova empirica inconfutabile.

- Dimostrazione di fattibilità - questi casi reali dimostrano che l'innovazione tecnologica e la transizione ecologica non sono appannaggio esclusivo delle grandi catene alberghiere o delle multinazionali, ma anche pienamente accessibili e sostenibili per le micro-imprese e le ditte individuali;
- validazione sul campo - ogni progetto pilota rappresenta un benchmark validato e concreto che riduce il rischio di investimento futuro. Ne è un esempio House of Shadow a Xanthi (Grecia), tra gli altri progetti, un museo-laboratorio che unisce economia circolare e turismo rigenerativo tramite l'upcycling. I rifiuti raccolti sul territorio vengono trasformati in sculture d'ombra - *Shadow Art*, dimostrando come la sostenibilità possa diventare un'attrazione turistica unica e didattica.

## 7.1 Indicatori di performance (KPI) per le PMI

Per valutare il successo della transizione in modo oggettivo, l'Handbook adotta un set di indicatori quantificabili e monitorabili nel tempo, suddivisi per aree strategiche:

| Area di Impatto | Indicatore di Performance (KPI) | Obiettivo Pratico per la PMI |
|---|---|---|
| **Sostenibilità Ambientale** | % di riduzione dei consumi energetici e idrici annui | Abbattimento dei costi in bolletta e ottimizzazione delle risorse. |
| | Tonnellate di CO2 equivalenti risparmiate | Riduzione dell'impronta carbonica dell'attività. |
| | % di scarti alimentari, organici e imballaggi avviati al riciclo/upcycling sul totale prodotto | Transizione verso un modello a zero rifiuti (*zero waste*). |
| **Digitalizzazione Efficienza** | % dei processi aziendali gestiti digitalmente | Riduzione della carta in favore di registri e gestionali digitali. |
| | % di incremento delle prenotazioni dirette online | Minore dipendenza dalle grandi Online Travel Agencies e aumento dei margini. |
| | Tasso di coinvolgimento digitale dei visitatori | Utilizzo effettivo di QR code, AR o ologrammi per lo storytelling. |

# 8. Analisi delle criticità e strategie di mitigazione

Il percorso di transizione ecologica e digitale delle micro e piccole imprese del turismo non è privo di ostacoli. Comprendere le barriere operative, culturali e finanziarie che gli operatori incontrano sul campo è il primo passo per definire strategie di mitigazione efficaci, capaci di trasformare i punti di debolezza in opportunità di crescita e resilienza a lungo termine.

## 8.1 Il gap di competenze e lo "Skills Mismatch"

L'adozione dell'innovazione nelle PMI non dipende esclusivamente dalle risorse finanziarie, ma è strettamente legata alla gestione e alla formazione del personale addetto.

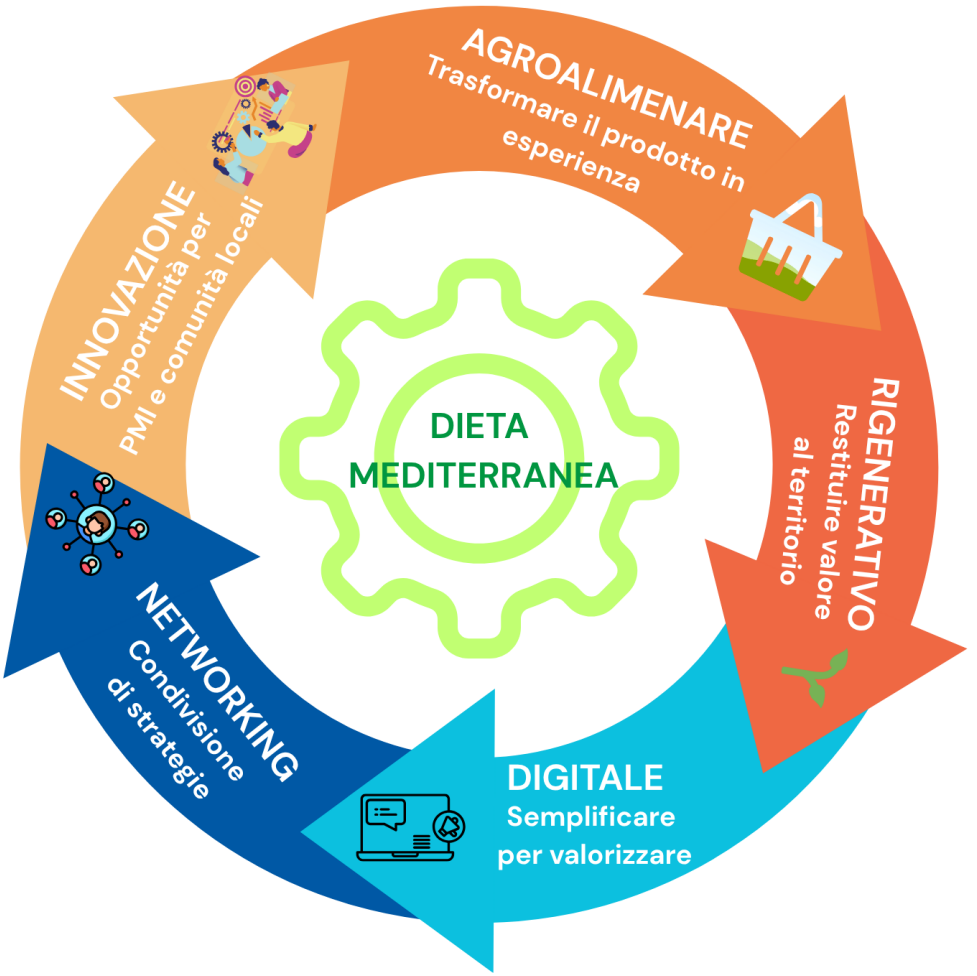
- Complessità gestionale - strumenti avanzati come i software assistiti da IA richiedono competenze tecniche che spesso esulano dal profilo tradizionale dell'operatore turistico. Dal progetto CYDIVER (Paphos, Cipro), incentrato sul turismo subacqueo sostenibile, si nota che l'introduzione di un'applicazione mobile avanzata per mappare i siti di immersione e raccogliere dati in tempo reale sulla biodiversità marina richiede un importante e imprevisto sforzo formativo per il personale dei diving center;
- strategia di mitigazione – è fondamentale rifiutare soluzioni tecnologiche "scatola chiusa" (black box) e pretendere dai fornitori interfacce utente intuitive. Il networking e le fasi di mentoring previste dal programma SMARTIES svolgono un ruolo chiave nel colmare questo divario, promuovendo una cultura aziendale orientata all'innovazione e al coinvolgimento attivo del personale.

## 8.2 Resistenza al cambiamento e limiti finanziari

- La trappola dell'inerzia - "Abbiamo sempre fatto così" è il rischio più grande per la sopravvivenza delle PMI. L'innovazione viene spesso percepita come un costo o una complicazione inutile invece che come un investimento a lungo termine;
- strategia di mitigazione - promuovere la logica dei piccoli passi (*quick wins*). Implementare prima soluzioni a costo zero (come dematerializzazione o filiera corta) per dimostrare subito un risparmio economico, aumentando la fiducia aziendale prima di passare a investimenti più complessi.

## 9. Il ruolo della Dieta Mediterranea verso un modello di turismo rigenerativo permanente

SMARTIES for SMEs individua nella Dieta Mediterranea il framework strategico per guidare la transizione ecologica e digitale, generando valore diffuso per le PMI, i territori e le comunità locali.




L'infografica illustra la circolarità del modello SMARTIES for SMEs. La Dieta Mediterranea non è intesa solo come patrimonio gastronomico, ma come volano culturale capace di attivare sinergie profonde tra l'ecosistema turistico e quello agroalimentare.

Attraverso l'innovazione digitale, il networking e l'approccio rigenerativo, il prodotto locale si trasforma in un'esperienza d'eccellenza, restituendo valore economico e sociale alle comunità e valorizzando i territori ospitanti.

I risultati emersi dal programma SMARTIES for SMEs offrono una chiara visione d'insieme sul futuro del comparto turistico nell'area mediterranea.

La doppia transizione non rappresenta più un'opzione facoltativa, ma un prerequisito essenziale per la competitività e la sopravvivenza stessa delle piccole e micro-imprese sul mercato internazionale.

L'esperienza di SMARTIES for SMEs dimostra che la doppia transizione (green e digital) è l'unica via per garantire la resilienza del turismo mediterraneo. Le raccomandazioni principali includono:

- semplificare l'accesso ai finanziamenti per le micro-imprese, riducendo la burocrazia per i piccoli progetti di transizione;
- incentivare i modelli di economia circolare e rigenerativa attraverso sgravi fiscali o premialità nei bandi pubblici;
- finanziare la formazione continua sulle competenze digitali e ambientali come asse strategico permanente per il settore.

Il futuro del turismo non può limitarsi a "non danneggiare" l'ambiente (sostenibilità), ma deve puntare a rigenerarlo, migliorando attivamente l'ecosistema locale e il benessere delle comunità ospitanti. I 75 progetti pilota SMARTIES for SMEs tracciano la rotta: spetta al comparto turistico adottare i modelli per trasformare il turismo da industria di consumo a motore di rinascita territoriale.

Entro il 2030, il successo delle destinazioni e delle imprese dell'area mediterranea si giocherà su tre pilastri interconnessi:

- turismo rigenerativo - l'obiettivo supera la sostenibilità passiva. Non si tratta più solo di "non inquinare", ma di agire attivamente per lasciare il territorio in condizioni migliori, generando valore per le comunità ospitanti;
- iper-personalizzazione - grazie all'analisi dei dati e all'IA, anche le PMI offriranno servizi su misura in tempo reale, calibrati sui valori etici, ambientali e salutistici dei singoli viaggiatori;
- competenze evolute - il profilo dell'operatore tradizionale si arricchisce della capacità di coniugare la cultura dell'ospitalità con la gestione strategica di ecosistemi digitali complessi.

Il contenuto di questo manuale esprime esclusivamente il punto di vista degli autori che non rispecchia necessariamente l'opinione ufficiale della Commissione Europea, dell'Agenzia Esecutiva per le Piccole e Medie Imprese (EISMEA) o di qualsiasi altro organismo dell'Unione Europea. Le istituzioni e le agenzie europee non sono responsabili dell'uso che potrà essere fatto delle informazioni qui contenute.

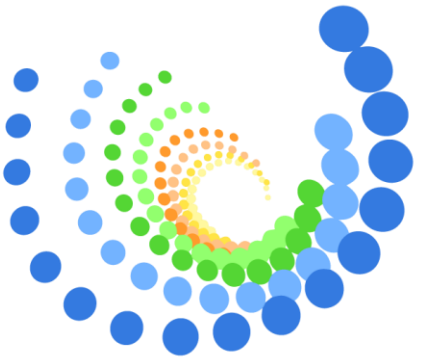
Questo manuale è stato realizzato nell'ambito del progetto SMARTIES for SMEs, che ha ricevuto finanziamenti dal Programma per il mercato unico 2021-2027.

**Sito Web SMARTIES for SMEs:** Il portale di riferimento del progetto con obiettivi, documentazione completa, informazioni dettagliate e attività di comunicazione svolta. **https://smartiesforsmes.eu/en**






Co-funded by
the European Union



# SMARTIES for SMEs

CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΞΑΝΘΗΣ
CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY OF XANTHI

LIBERTAS International University

REGIONAL CHAMBER OF CRAFT AND SMALL BUSINESS MARIBOR

ACIF
Câmara de Comércio e Indústria da Madeira

LA ROTTA DEI FENICI
Cultural route of the Council of Europe
Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe
COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

PAFOS REGION Cyprus

ENIT SPA