



REPORT ATTIVITÀ 2022

PREMESSA

Un'Italia turistica differente e alternativa al circuito delle mete più note, un modello di governance unico in Europa, costituito per mettere in collegamento aree accomunate dalla rilevante importanza storica, culturale e ambientale; una rete di territori su cui scoprire 35 siti patrimonio dell'Umanità Unesco e mete minori, grazie ad Unioncamere e 18 Camere di commercio che dal 2023 diventeranno 21 e che da Nord a Sud promuovono il turismo culturale e sostenibile.

Tutto questo è l'Associazione Mirabilia Network, una grande piattaforma al cui interno è possibile scambiare idee, promuovere iniziative, arricchirsi di competenze, attraverso una interazione costante tra attori istituzionali ed economici che si riconoscono nel network e danno vita a politiche di sviluppo etiche, sostenibili, integrate.

Il Network si propone ad un pubblico internazionale e punta a unire diverse aree geografiche uniche nel loro genere, con le proprie caratteristiche e peculiarità tipiche dei suoi territori italiani per soddisfare la domanda dei nuovi viaggiatori che vogliono fare esperienze emozionali.

Il progetto MIRABILIA scelse una governance forse atipica e inconsueta: quella delle Camere di Commercio, motori territoriali in grado di essere "casa delle imprese" e volani di un'economia sostenibile; oggi coinvolge Unioncamere e 21 Camere di commercio italiane, su un'area vasta che conta oltre 13 milioni di abitanti e rappresenta un quinto del turismo italiano, per un valore aggiunto stimato di 296 milioni di euro, pari a quello di Portogallo e Finlandia (sono dati pre-Covid). Un aggregato che abbiamo continuamente monitorato – anche con studi come l'"Osservatorio sulle economie dei territori della Rete Mirabilia" – e che guarda fortemente alla dimensione europea, grazie alla costruzione e al consolidamento di Mirabilia European Network, Rete con le Camere di commercio di Bulgaria, Croazia, Francia, Grecia e Spagna, e che ha visto recentemente le Camere francesi, durante la 10^a edizione della Borsa Internazionale del turismo culturale a Genova, siglare l'intesa per organizzare a gennaio 2023 la prima edizione di "Mirabilia France".

Segno che il modello di governance originariamente immaginato funziona tuttora e, non solo viene mutuato anche all'estero, ma continua a ispirare il sistema delle Camere di commercio italiane come testimoniato dai recenti ingressi delle Camere di commercio delle Marche, Padova, Crotone e Foggia.

Punto di forza del progetto Mirabilia è il mettere in rete i siti UNESCO e i territori circostanti accomunando tre formidabili traini quali la cultura, le bellezze naturali e il cibo, creando le condizioni affinché domanda e offerta si incontrino.

Oggi, a distanza di 10 anni da quel primo sogno, ne abbiamo un altro: immaginare il viaggio nella rete Mirabilia come un nuovo Grand Tour, richiamando quelle esplorazioni dei vari Stendhal, Mozart, Byron, Dostoevskij e Nietzsche, che permisero di scoprire la nostra penisola e di farla conoscere ad un grande pubblico, attratti dalle nostre bellezze che da sempre rappresentano un tesoro inestimabile e che dovremo proteggere e valorizzare per lasciare come eredità alle future generazioni.

L'Associazione si è sempre allineata ai grandi cambiamenti in atto, come tutto il sistema camerale, abbracciando le grandi trasformazioni: negli ultimi anni Mirabilia ha operato sempre più sul piano dell'ambiente e del turismo sostenibile, non solo quando l'Europa attraverso la DG Grow ha riconosciuto il nostro impegno e ci ha scelti come attori protagonisti di uno degli eventi collaterali alla Cop26 di Glasgow nel novembre del 2021, ma soprattutto quando Mirabilia Network ha ideato e sottoscritto la Carta di Cison di Valmarino, in collaborazione con la Camera di commercio di Treviso-Belluno, richiamando un impegno concreto dei suoi partner al rispetto dei principi della sostenibilità; ha intrecciato, inoltre, il suo cammino con un'altra rete, quella dei PID, i Punti Impresa Digitali, che vedono le Camere di Commercio come attore fondamentale nella transizione digitale delle nostre imprese; ed infine ha affermato il proprio impegno per promuovere l'alta formazione e incentivare i giovani a formarsi per poter rimanere all'interno del nostro eco-sistema territoriale, contribuendo alla sua competitività, con l'avvio del Master di I livello, in collaborazione con la Camera di commercio dell'Umbria e l'Università di Perugia, per la creazione di una figura professionale specialistica in grado di essere al servizio di Enti, destinazioni e organizzazioni con

competenze in grado di ampliare e qualificare le relazioni con i territori Mirabilia da parte di partner, visitatori, investitori e imprenditori.

Il programma ha visto altresì la realizzazione di un momento formativo "Destination Matters" nelle giornate del 15 e 16 ottobre presso Palazzo della Borsa con i principali attori istituzionali dedicato alle innovazioni amministrative, umane, digitali e politiche che stanno contribuendo al cambiamento delle destinazioni e dunque alla costruzione di nuovi modelli ed esempi per il miglioramento e la crescita del nostro Paese.

Sono stati inoltre presentati i risultati di importanti attività svolte dall'Associazione nel corso dell'anno, dal coinvolgimento della Rete Pid di Unioncamere con il premio Top of the Pid Mirabilia e il progetto connessioni; e le iniziative in tema di promozione dei siti Unesco col progetto OPUS LOCI in collaborazione con la Camera di commercio di Pordenone-Udine e l'inserimento strategico, in collaborazione con la Camera di commercio Venezia Giulia, del segmento del turismo dell'olio, turismo che partendo dai luoghi di produzione dell'olio extravergine (oliveti, frantoi, centri di valorizzazione, attività esperienziale di raccolta e spremita) caratterizza la destinazione e i suoi operatori intorno al tema dell'olio d'oliva.

Rendendo infine ancora più virtuose e funzionali le connessioni generate in questi dieci anni, si auspica che il Network Mirabilia si espanda all'interno dei confini europei, incentivando modelli di business innovativi e nuove professionalità messe in campo per cogliere opportunità di sviluppo e di innovazione.

I PROTAGONISTI DELLA RETE

Il progetto è nato nel 2012 su iniziativa della Camera di commercio di Matera: a dicembre 2017, le Camere partner hanno costituito l'Associazione Mirabilia Network senza scopo di lucro, un sodalizio, nato per creare un'interazione tra attori istituzionali ed economici e tra modelli di governance alla base delle politiche di sviluppo del territorio. Giunto alla sua X edizione, è realizzato attualmente in partenariato tra Unioncamere e 18 Camere di Commercio: Bari, Basilicata, Caserta, Chieti-Pescara, Genova, Irpinia Sannio, Marche, Messina, Molise, Pavia, Pordenone-Udine, Riviera di Liguria,

Sassari, Sud Est Sicilia, Treviso-Belluno, Umbria, Venezia Giulia e Verona alle quali si aggiungeranno dal 2023 le Camere di commercio di Crotone, Foggia e Padova.

QUALI SONO GLI OBIETTIVI?

- Mettere in rete e valorizzare i territori sede dei siti UNESCO “meno noti”, attraverso un’offerta turistica integrata,
- promuovere l’uso delle nuove tecnologie per valorizzare le tradizioni ed il territorio dei siti associati,
- arricchire il ventaglio delle esperienze culturali e integrare tradizione e innovazione.
- realizzare attività e iniziative di internazionalizzazione in linea con quanto disposto nel Protocollo di intesa sottoscritto da Unioncamere nazionale con il Ministero dello Sviluppo
- realizzare iniziative legate a progetti nazionali e comunitari
- Creare occasioni d’affari tra domanda e offerta nel settore turismo/agroalimentare;
- Creare un modello, una rete di soggetti imprenditoriali, che propone e commercializza sul mercato globale il “prodotto Mirabilia” , attraverso una Rete di Imprese.
- sviluppare accordi con altri enti camerali a livello europeo

Per questo motivo la nostra rete sostiene l’Italia che si propone a un pubblico internazionale e punta a unire le peculiarità tipiche dei territori per creare un plusvalore rispetto a una domanda sempre più mirata di nuovi viaggiatori, sia italiani sia stranieri.

Il settore di riferimento è quindi il Turismo Culturale con le sue numerose declinazioni (Cultura – Turismo – Prodotti tipici e Dieta Mediterranea – Artigianato Artistico locale) , ed il target è consumer (il grande pubblico, i turisti italiani e internazionali alla ricerca di nuovi luoghi da scoprire e da amare) e trade.

SITI UNESCO MIRABILIA

Mirabilia Network annovera ben 23 siti dei 58 del patrimonio mondiale (di cui 17 culturali, 4 Naturali e 2 Misti). A questi si aggiungono 2 iscrizioni nella Lista del patrimonio Immateriale, 1 nella lista dei Geoparchi, 5 nella lista delle Riserve Biosfere, e 3 candidature alla lista mondiale.

SU QUALI SETTORI PUNTA LA RETE?

Mirabilia Network punta a unire le peculiarità tipiche dei territori per creare un plusvalore rispetto a una domanda sempre più mirata di nuovi viaggiatori, sia italiani che stranieri.

E' stata messa al centro la salute del Pianeta, e per questo motivo Mirabilia promuove una forma di turismo intelligente, che privilegia la cultura e la sostenibilità, in grado di soddisfare le necessità sia di chi viaggia che delle comunità ospitanti, con cui integrarsi per diventare "cittadini temporanei", nel solco tracciato da Matera capitale europea della cultura 2019 qualche anno fa.

L'Europa ha riconosciuto questo impegno e - attraverso la DG Grow - ci ha scelti come attori protagonisti di uno degli eventi collaterali alla Cop 26 di Glasgow, nel novembre del 2021, per firmare la Dichiarazione di Glasgow, promossa dalle Nazioni Unite, che impegna i firmatari ad avviare azioni per mitigare l'impatto sui cambiamenti climatici del settore turistico.

Da qui, nel maggio scorso, Mirabilia Network ha ideato e sottoscritto la Carta di Cison di Valmarino (in allegato), richiamando un impegno concreto dei suoi partner al rispetto dei principi della sostenibilità declinata sotto tre punti di vista:

- ambientale (fare un uso corretto delle risorse ambientali per proteggere i processi ecologici, il patrimonio naturale e la biodiversità),
- economico (assicurare strategie economiche di lungo termine al fine di fornire benefici socioeconomici a tutte le parti interessate che siano distribuiti equamente, compresi una stabile occupazione e servizi sociali per le comunità ospitanti)
- socio-culturale: rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, conservare le loro tradizioni e contribuire alla comprensione e tolleranza interculturale.

Mirabilia Network è proiettata sempre di più verso un turismo sostenibile e con un occhio rivolto anche all'innovazione tecnologica; per questo motivo, in pieno periodo di pandemia, ha istituito un premio per progetti turistici innovativi, il premio "Top of the PID 2022 Mirabilia" in collaborazione con la rete nazionale dei Pid. Si creano "connessioni" e occasioni d'affari tra domanda e offerta nei settori strettamente collegati al turismo, mettendo in atto azioni specifiche di B2B, formazione, digitalizzazione delle imprese, sviluppo di applicativi tecnologici, educational tours.

Ma anche progettazione di itinerari turistici anche su temi specifici (es. cammini religiosi...), azioni di valorizzazione dell'artigianato artistico, azioni finalizzate alla costituzione della rete Mirabilia

europea dei siti Unesco, interventi finalizzati alla creazione di un network tra CCIAA e scuole con l'obiettivo di favorire la conoscenza dei territori e delle strutture ricettive delle province aderenti. Ecco perché l'Associazione Mirabilia ha individuato alcune linee di intervento strategiche, strutturandosi in una forma che consente ad alcune Camere di commercio partner di assumere il ruolo di capofila nei settori in cui detengono una specifica competenza come di seguito elencate:

- ★ **Top of the Pid Mirabilia (macroarea di collaborazione strategica con Cciao di Genova)**
- ★ **Progetto "Turismo sostenibile e Unesco" (macroarea di collaborazione strategica con Cciao di Treviso- Belluno)**
- ★ **La Fiera Olio Capitale - 13 /15 maggio 2022 (macroarea di collaborazione strategica con Cciao Venezia Giulia)**
- ★ **Opus Loci (macroarea di collaborazione strategica con Cciao di Pordenone-Udine)**
- ★ **Formazione Universitaria (macroarea di collaborazione strategica con Cciao dell'Umbria)**
- ★ **Mirabilia e la Macro Regione Adriatico Jonica (macroarea di collaborazione strategica con Cciao di Chieti-Pescara)**
- ★ **Comunicazione/ Eventi CCIAA della Basilicata (macroarea di collaborazione con Azienda Speciale ASSET BASILICATA)**

PRECEDENTI EDIZIONI

Il percorso progettuale è giunto alla decima edizione dopo gli appuntamenti di Lerici (2012), Matera (2013), Perugia (2014), Lipari (2015), Udine (2016), Verona (2017), Pavia (2018), Matera (2019), Caserta (2021) e Genova (2022).

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'

AZIONI 2022:

1. X edizione della Borsa Internazionale del Turismo Culturale

Realizzato a Genova il 17 e 18 ottobre 2022: l'evento ha visto la partecipazione di 83 aziende del settore (tour operators, agenzie di viaggio, albergatori, agenzie di incoming, ecc.) provenienti dai territori che vantano la candidatura o la titolarità di un sito materiale riconosciuto patrimonio dell'umanità dall'UNESCO e 44 buyers (operatori incoming, decision manager, buyers luxury travel,

giornalisti, opinion leaders, ecc.) provenienti da 23 Paesi UE, UK, Israele, Norvegia, Russia, Serbia e USA. Partner tecnico dell’iniziativa, è stata Italian Exhibition Group SpA che ha favorito lo scouting e selezione dei buyer. Questa la ripartizione per paese del contingente dei 44 buyer:

PAESI	n. Buyer
AUSTRALIA	1
BELGIUM	1
BULGARIA	1
CANADA	3
CROAZIA	1
DENMARK	1
FRANCE	4
GERMANY	4
ISRAELE	1
LIBANO	1
NETHERLANDS	2
NORWAY	1
PORTOGALLO	1
SLOVACCHIA	2
SUD COREA	1
SPAIN	1
SWEDEN	2
TURCHIA	2
UK	3
USA	11
TOTALE	44

I seller turismo sono stati in tutto 83 suddivisi come segue:

CAMERE DI COMMERCIO	n. seller
BARI	2
BASILICATA	10
CASERTA	0
CHIETI-PESCARA	1
CROTONE	1
IRPINIA SANNIO	1
GENOVA	14
MARCHE	0
MESSINA	4
MOLISE	5
PAVIA	1
PORDENONE-UDINE	8

RIVIERE DI LIGURIA	12
SASSARI	5
SUD EST SICILIA	3
TREVISO-BELLUNO	0
UMBRIA	10
VENEZIA GIULIA	2
VERONA	4
TOTALE	83

Sono stati realizzati oltre 1.700 matching con una stima di 15 appuntamenti ad azienda nel corso delle due giornate di incontri.

Questi i dati di sintesi della Borsa del Turismo:

- aziende partecipanti: 83
- buyers partecipanti: 44
- matching agendati: 1.700
- educational tour: 5 (Basilicata, Umbria, Pordenone-Udine, Riviera di Liguria, Sassari)

2. VI edizione di “Mirabilia Food&Drink”

L’edizione 2022 del progetto Mirabilia ha previsto l’organizzazione della VI edizione della Borsa Agroalimentare, MIRABILIA FOOD&DRINK che si è tenuta nei giorni 17 e 18 ottobre in concomitanza con la Borsa Internazionale del Turismo culturale in collaborazione con l’Istituto Italiano per il Commercio Estero (ICE) e il Ministero degli Esteri e Assocamerestero, l’associazione delle Camere di commercio italiane all’estero.

L’evoluzione del progetto, dettata dall’esigenza imprescindibile di coniugare i beni materiali, riconosciuti patrimonio mondiale dell’umanità dall’Unesco presenti nei territori del partenariato MIRABILIA, e il bene immateriale “Dieta Mediterranea”, agevola e favorisce la conoscenza delle eccellenze italiane, consentendo la promozione della migliore cultura e tradizione enogastronomica italiana, attraverso la valorizzazione della produzione agroalimentare dei territori MIRABILIA, nell’ambito dei rispettivi specifici contesti culturali, ambientali, storici e sociali. Obiettivi specifici dell’azione:

- Creare occasioni d’affari tra domanda e offerta integrata coniugando settore turismo e agroalimentare;

- Creare un modello, una rete di soggetti imprenditoriali che commercializzi sul mercato globale il “prodotto” Mirabilia Food&Drink.

L’evento B2B, svoltosi presso la sede della Borsa di Genova, riservato agli imprenditori italiani del settore (produttori, rappresentanti, aziende operanti nel settore della commercializzazione, consorzi, reti di impresa, ecc) operanti nei territori delle CCIAA partner MIRABILIA, ha visto la partecipazione di 38 buyer, di cui 10 selezionati dall’ufficio Agroalimentare e vini di ICE con gli uffici ICE di Madrid, Svezia e Bruxelles e 28 selezionati dalle Camere di commercio italiane all’estero di Monaco, Francoforte, Nizza, Marsiglia, Tokyo, Chicago, Houston, Los Angeles, New York, Montreal, Toronto, Vancouver, Svizzera.

Per il settore Food&Drink, hanno partecipato 108 seller, provenienti dalle seguenti aree territoriali:

CAMERE DI COMMERCIO	n. seller
BARI	3
BASILICATA	8
CASERTA	2
CHIETI - PESCARA	7
CROTONE	16
GENOVA	8
IRPINIA SANNIO	2
MESSINA	5
MOLISE	3
PAVIA	7
PORDENONE UDINE	8
RIVIERE DI LIGURIA	14
SASSARI	7
SUD EST SICILIA	5
TREVISO BELLUNO	1
UMBRIA	7
VENEZIA GIULIA	2
VERONA	3
TOTALE	108

nonchè 38 buyer provenienti dai seguenti paesi:

PAESI	n. buyer
Svizzera	1

Vancouver	2
Toronto	2
Montreal	2
New York	1
Los Angeles	1
Houston	1
Chicago	2
Tokyo	2
Marsiglia	3
Nizza	2
Lione	1
Francoforte	5
Monaco	3
Madrid	1
Svezia	6
Netherland	3
TOTALE	38

Questi i dati di sintesi della VI Borsa Agroalimentare, MIRABILIA FOOD&DRINK:

- aziende partecipanti: 108
- buyers partecipanti: 38
- matching agendati: 850
- educational tour: 3 (Sassari - Friuli Venezia Giulia - Umbria)

3. Convegno di apertura evento Mirabilia

Si è svolta la prima giornata di lavori, lunedì 17 ottobre, a Palazzo Ducale di Genova, il Convegno di apertura dell'evento: "Mirabilia: Ripensare ai turismi nell'era delle crisi", evento dedicato a turismo e cultura, con un confronto a livello europeo sull'impiego dei fondi Next Generation Eu, organizzato in collaborazione con la rete Enterprise Europe Network, con personalità ed esperti nazionali su come le tante crisi che stiamo vivendo - pandemia, guerra, energia - stiano rivoluzionando il concetto stesso di turismo e sulle nuove prospettive che si aprono per i territori Mirabilia.

La giornata inaugurale ha visto per i saluti iniziali la presenza di: Luigi Attanasio, Presidente Camera di Commercio di Genova; Enrico Lupi, Presidente Camera di Commercio Riviera di Liguria; Angelo Tortorelli, Presidente Associazione MIRABILIA Network; Andrea Benveduti Assessore della Regione Liguria. L'incontro è proseguito con un panel dedicato a "Un nuovo Grand Tour Unesco dall'Italia all'Europa: le nuove frontiere del turismo e dello smart working", moderato da Andrea Granelli, fondatore e Presidente di KANSO, esperto innovazione e digitalizzazione; sono intervenuti: Rappresentanza Permanente dell'Italia presso UNESCO; Rappresentante FAO/OMS o SINU il binomio turismo/eccellenze agroalimentari; Agostino Agostinelli, Vicepresidente di FederParchi; Alfonso Femia, architetto e organizzatore della Biennale dello Stretto; Carlo Ferro, Presidente ICE; Sandra Gizdulich, Agenzia per la Coesione Territoriale, Coordinatore della Partnership "Cultura e Patrimonio Culturale", Agenda Urbana Europea; Lorenzo Mottura, EVP Strategy, Corporate Development & Innovation di Edison; Roberta Garibaldi, Amministratore delegato Enit (in collegamento da Parigi); Andrea Prete, Presidente Unioncamere.

4. Firma dell'Accordo con le Camere Francesi per Mirabilia France e della strategia europea di Mirabilia

A conclusione del convegno di apertura, nella mattina del 17, è stato sottoscritto l'Accordo con le Camere Francesi per Mirabilia France e della strategia europea di Mirabilia, che sulla base del modello italiano, organizzeranno a gennaio 2023 la prima edizione di "Mirabilia France": l'intesa costituirà il primo passo verso la costruzione della strategia europea di Mirabilia, in sintonia con la visione espressa dall'Ambasciatore italiano presso l'UNESCO.

5. Mirabilia: alla ricerca di nuove connessioni per il turismo e la cultura

La seconda giornata, martedì 18 ottobre, presso il teatro "Eleonora Duse" di Genova ha previsto il convegno "Mirabilia: alla ricerca di nuove connessioni per il turismo e la cultura", dedicato al confronto sui temi dell'innovazione, della ricerca e delle nuove tecnologie, organizzato in collaborazione con la rete EEN, Fondazione IIT e Centro di Competenza Start 4.0; quest'ambito di

intervento si è aggiunto negli ultimi anni al lavoro dell'Associazione Mirabilia, grazie all'inserimento nel progetto dei Punti impresa digitale delle Camere di Commercio (PID). L'evento è stato animato da Roberta Milano, travel & tourism marketing strategist, e articolato in un momento di saluti istituzionali, tre panel tecnici, l'innovazione quale motore di sviluppo di un'offerta turistico-culturale smart, l'industria culturale creativa un asset di Mirabilia, innovazione e digitale e le opportunità dall'Europa. Sono intervenuti altresì il sindaco di Genova, Marco Bucci e il Segretario Generale di Unioncamere, Giuseppe Tripoli.

6. Pre Tour evento Mirabilia

I primi due giorni (sabato 15 e domenica 16) sono state effettuate visite guidate ed esperienze turistiche del territorio di Genova e del Tigullio a cui hanno partecipato i buyer turistici internazionali e i Presidenti / Segretari delle 18 Camere di Commercio aderenti.

Gli eventi sono state occasioni di qualificato networking e promozione del territorio ospitante: il programma ha previsto visite guidate ai Palazzi dei Rolli, aperti in occasione dei Rolli Days, visite alla Mostra di Rubens a Palazzo Ducale, all'Acquario, giro del porto di Genova in battello e, al termine, un'escursione a Portofino.

7. Top of the Pid Mirabilia (macroarea di collaborazione strategica)

La Camera di Commercio di Genova anche per il tramite della propria azienda speciale WTC ha coordinato il progetto di collaborazione tra Rete Mirabilia e Rete PID (Punto impresa digitale) #pid4mirabilia, primo presidio di informazione e orientamento territoriale per le Pmi sul fronte della trasformazione digitale con lo scopo di valorizzare il digitale come strumento per la promozione del turismo. Il Top of The Pid è l'appuntamento nazionale della Rete Pid per premiare i progetti di imprese, singole o associate, che hanno saputo innovare i prodotti o i modelli di business grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali. Dal 2021 è stata lanciata anche l'edizione Mirabilia nata dalla collaborazione fra i Pid e l'Associazione Mirabilia, #pid4mirabilia, per premiare in occasione della Borsa del turismo culturale di Genova, in collaborazione con Dintec, le soluzioni più innovative

sviluppate in ambito turistico con lo scopo di valorizzare, promuovere e innovare il patrimonio culturale e paesaggistico dei siti Unesco delle Camere socie.

Tale collaborazione è nata nel 2020 in piena pandemia con un piano di comunicazione, per far conoscere virtualmente i territori e gli imprenditori che fanno parte di Mirabilia, ed è proseguita con la creazione di un'edizione apposita del premio e sta proseguendo con un nuovo progetto, denominato "Conessioni", per i match tra imprese e fornitori tecnologici.

Durante la cerimonia di premiazione, il direttore di Dintec Antonio Romeo, dopo l'intervento sui nuovi strumenti che i Pid mettono a disposizione delle imprese, ha presentato le tre aziende finaliste che hanno descritto il progetto innovativo in ambito turistico alla platea presente in sala. Le aziende sono state selezionate da una giuria tecnica formata da digital specialist e coordinatori dei Punti Impresa Digitale delle Camere di Commercio di Genova, Chieti-Pescara, Basilicata, Treviso-Belluno Dolomiti e Sassari.

Oltre alle tre aziende, sul podio sono state presenti anche le imprese scelte dalla giuria tecnica per ricevere una menzione speciale.

Le imprese che hanno partecipato all'edizione 2022 del premio sono sedici con i progetti più disparati: da eCommerce e gestionali per la vendita di prodotti tipici e la gestione virtuale dell'accoglienza a soluzioni di mobilità e turismo sostenibile con visite virtuali e allestimenti sensoriali fino ad applicazioni pensate per ristoranti e agricoltori con lo scopo di far vivere ai turisti esperienze enogastronomiche e culturali.

Aggiudicataria del premio la Art OTF srl azienda di Caserta che si è aggiudicata l'assegno di €3000. La proposta prevede una piattaforma digitale denominata ART. Innovativa con funzioni tecnologiche di realtà aumentata e virtuale per il settore della cultura e del turismo a supporto di eventi, siti artistici, archeologici e museali. Il secondo classificato, che si è aggiudicato un soggiorno di 1 settimana per 2 persone in uno dei territori MIRABILIA, è l'azienda Ett Spa che ha curato l'allestimento del Castello cinquecentesco all'interno del Museo del Mare di Santa Margherita Ligure, alla scoperta della storia, della tradizione marinara cittadina e dei fondali del Mar Ligure con le tecnologie immersive e interattive. Il terzo classificato, che si è aggiudicato un soggiorno di 1

weekend per 2 persone in uno dei territori MIRABILIA, è la SOC. CONS. INOLTRA a r.l che ha proposto una Web App per la mobilità sostenibile nella “Costa dei Trabocchi” (tratto del litorale abruzzese), in grado di integrare i servizi alla mobilità con i servizi al turismo.

Le aziende che hanno ricevuto le menzioni speciali sono:

SharEat: con la sua applicazione mobile per i locali food che permette di offrire ai clienti ricompense e scontistiche in cambio di pubblicità sui social. Riceve la menzione speciale per aver ricevuto più voti dal pubblico nella votazione nazionale per il settore turistico con 207 voti;

Azienda Agricola BioLu: con il suo percorso esperienziale sui grani antichi fatto di 7 step, dalla storia agli assaggi fino alla vendita, riceve la menzione speciale per aver tracciato tutti i suoi prodotti in Blockchain.

A conclusione dei lavori è stato possibile visitare i laboratori di robotica della nuova sede IIT (Istituto Italiano di Tecnologia) di San Quirico.

Una fase dell’incontro è stata dedicata alla collaborazione tra Associazione Mirabilia e Rete dei Punti Impresa Digitale, con l’intervento di Daniele Pucci, ricercatore dell’Istituto Italiano di Tecnologia e responsabile del laboratorio Artificial Mechanical Intelligence, che dopo aver spiegato cos’è il metaverso, ha illustrato una panoramica sulle tecnologie abilitanti. Questo momento si è concluso con il lancio del progetto “Connessioni” attraverso le presentazioni dei primi tre prototipi di progetti sviluppatasi dai match tra imprese e fornitori tecnologici.

8. Progetto "Turismo sostenibile e Unesco" realizzato dalla Camera di commercio di Treviso- Belluno (macroarea di collaborazione strategica)

La Ciaa Treviso-Belluno ha sviluppato una programmazione strategica di interventi nell’ambito del progetto di collaborazione strategica: "Sostenibilità-approccio integrato gestione sostenibile dei territori e Sicurezza" con l’obiettivo di valorizzare le eccellenze, i sapori, le tradizioni regionali come singole tessere di un unico mosaico per promuovere un turismo sostenibile oltre le tradizionali mete e approcciare consapevolmente la delicatezza dei siti UNESCO meno conosciuti.

Il titolo dell'evento, "La Sostenibilità, elemento di competitività?" è stato volutamente provocatorio, perché l'approccio è assertivo e vuole sondare ogni aspetto, senza dare nulla per scontato, valutando ogni dettaglio alla luce anche dei grandi cambiamenti avvenuti dopo la pandemia e che possono richiedere diverse e nuove visioni sulla sostenibilità per migliorare il vantaggio competitivo e migliorare l'approccio all'Internazionalizzazione.

Al fine di promuovere al meglio le finalità sopra delineate grazie anche al coinvolgimento del dinamismo del territorio regionale, il programma 2022 di Mirabilia ha visto – in accordo con i main partner – la definizione di un format innovativo.

Nella prima giornata di apertura, lunedì 30 maggio, con l'obiettivo di valorizzare il concept Mirabilia e le location del Patrimonio Unesco oltre che gli obiettivi dell'evento, è stato organizzato un convegno a cui hanno partecipato i professionisti del turismo veneto e non solo, quindi rappresentanti delle imprese turistiche, referenti delle DMO, Convention Bureau, ma anche molti referenti UNESCO, reti di imprese ecc. a cui è stata evidenziata l'importanza della loro presenza per il contributo che avrebbero dato per la stesura della Carta.

Nel pomeriggio il format ha visto l'organizzazione di due gruppi di lavoro:

1. Il primo ha avuto come focus partecipativo le imprese, con lo scopo di condividere l'importanza delle certificazioni come elemento di qualità per un turismo sostenibile e compatibile con i siti UNESCO, e informare le aziende in merito ai progetti comunitari attivi in tale ambito.;
2. Il secondo invece si è rivolto alle istituzioni, al fine di valorizzare il loro ruolo come soggetti di presidio del territorio e della destinazione turistica. Questa funzione ha infatti delle implicazioni non solo di tipo promozionale ma anche e soprattutto di valenza sociale e civile verso il turista ma anche verso la comunità residente.

Ciascun gruppo di lavoro è stato coordinato da un facilitatore che ha avuto il compito di presentare, coordinare e sintetizzare i contenuti emersi dal tavolo e da un reportist (giornalista) che ha raccolto e sintetizzato quanto discusso durante i lavori. Ogni tavolo di lavoro ha preso avvio con interventi introduttivi brevi a cura dei panelist, con la funzione di indirizzare a animare il dibattito dei tavoli.

La mattina seguente, martedì 31 maggio, in occasione di un nuovo convegno rivolto sempre agli attori del turismo veneto e italiano, sono stati presentati i risultati del lavoro di analisi compiuto nella giornata precedente. L'output finale è stata dunque la realizzazione, a conclusione delle due giornate di lavoro, della Carta di Cison di Valmarino, intesa come documento di sintesi che coniuga le future strategie della governance turistica istituzionale veneta e nazionale con quella dell'offerta turistica delle imprese. Attraverso questa Carta, i rappresentanti aderenti a Network Mirabilia si impegnano ad adottare tutte le misure necessarie per promuovere un turismo sostenibile all'interno del territorio di propria competenza, al fine di preservare le risorse ambientali, sociali e culturali e distribuire i benefici derivanti dall'attività turistica ai propri abitanti e ai propri ospiti, migliorandone la qualità della vita. Hanno partecipato all'evento in totale 205 persone che hanno presenziato a tutte o ad alcune giornate. Cison di Valmarino ha visto avvicinarsi referenti istituzionali ed imprese: Presidenti e Segretari Generali delle Camere di Commercio di tutta Italia, in particolar modo le CCIAA del network Mirabilia, APT, DMO locali, OGD, Gal, delegati nazionali UNESCO, le Università del Veneto; proprietari di Ville Venete e titolari di PMI con focus sul turismo come agenzie di viaggi e hotel.

Il format del programma ha visto l'organizzazione di 4 giorni dal 28 al 31 maggio, dedicati alla promozione del territorio nel rispetto della sostenibilità, quale elemento essenziale che ogni azione deve avere, per la promozione e la valorizzazione in Italia e all'estero del patrimonio economico, artistico, culinario e produttivo. In particolare i giorni si sono così suddivisi: il 28 e 29 maggio le attività giornaliere sono state rivolte ai soci Mirabilia, mentre il 30 e 31 l'evento si è aperto agli invitati alle riunioni plenarie e ai tavoli di lavoro. Infine, considerata la tipologia di evento, per i due momenti del mattino dedicati alla plenaria (di apertura e chiusura), è stata individuata una giornalista e conduttrice Mediaset, Gaia Padovan.

In conclusione della plenaria, a cui hanno partecipato 170 persone, i facilitatori Paolo Gubitta, Professore ordinario di Organizzazione Aziendale presso l'Università di Padova e Adriana Miotto, Founder Just Good Tourism srl, Responsabile Network G20s hanno presentato al pubblico i tavoli di lavoro che si sarebbero svolti nel pomeriggio da parte dei due facilitatori:

1. il tavolo di lavoro numero 1 dal titolo “Imprese turistiche: quali strumenti per la Sostenibilità” ha visto il Professore ordinario di Organizzazione Aziendale presso l’Università di Padova Paolo Gubitta come facilitatore e come reportist la Giornalista Micaela Faggiani. I panelist sono stati Cinzia De Marzo, Avvocato specialista in Diritto dell’UE, esperta di turismo sostenibile, Diego Gallo, Spin off Università degli Studi di Padova, membro Global Sustainable Tourism Council, Alessandro Martini, Direttore Fondazione Marca Treviso, Coordinatore tecnico operativo della OGD Città d’Arte e Ville Venete del territorio trevigiano, Giulio Mattiazzi, Vice Presidente di Sherpa srl - Spin off dell’Università di Padova e Enrica Scopel, Direttore Fondazione ITS Academy Turismo Veneto. I lavori a questo tavolo si sono protratti per oltre 3 ore durante la quali sono intervenuti la maggior parte dei partecipanti, che in totale erano 51, oltre a 12 aziende che si sono collegate in streaming attraverso Google Meet.

2. il tavolo di lavoro numero 2 dedicato a “Le istituzioni del “sistema turismo”: modelli innovativi, tra conservazione e sviluppo economico sostenibile e circolare, siti Unesco” ha visto Adriana Miotto, founder di Just Good Tourism srl e Responsabile Network G20s come facilitatrice e come reportist il giornalista Giuseppe Zerbetto. I panelist sono stati Giuliano Vantaggi, Site Manager Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene UNESCO, Antonia Gravagnuolo, CNR IRISS Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo, Stefan Marchioro, Regione del Veneto - Direzione Turismo, Progetti Territoriali e Governance del Turismo, Mara Nemela, Direttrice della Fondazione Dolomiti UNESCO, Tiziana Maffei, Direttore Generale della Reggia di Caserta e Fabrizio Panozzo, Professore di Politiche e management culturale Università Cà Foscari Venezia. Hanno preso parte 51 persone.

Il giorno successivo, martedì 31, si è tenuto il convegno in cui Paolo Gubitta e Adriana Miotto hanno raccontato i risultati dei lavori dei tavoli del pomeriggio precedente. E’ seguito un talk sul tema in cui sono intervenuti: Teresa Gualtieri, Andrea Prete - Presidente di Unioncamere, Mario Pozza e la magnifica Rettrice di Ca’ Foscari Tiziana Lippiello.

L’output dell’evento è stata la presentazione della **Carta di Cison di Valmarino**, firmata dal presidente della CCIAA di Treviso Belluno | Dolomiti Mario Pozza e dal Direttore di Mirabilia Network Vito Signati, facente le veci del Presidente di Mirabilia Network Angelo Tortorelli.

Attraverso il documento, tutti gli attori della filiera del turismo e le DMO condividono con il presente Manifesto gli approcci del Piano Strategico Regionale e i 17 obiettivi dello Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030. Itinerari, prodotti, offerte integrate stimolano la scoperta dei luoghi meno noti e delle esperienze legate al turismo esperienziale, nel pieno rispetto delle identità locali, e permettono alle Destinazioni di posizionarsi nel mercato come valide alternative ai prodotti standard. Il coinvolgimento di tutti gli attori in un'operazione sinergica è elemento strategico per rendere le Destinazioni attrattive e servite durante tutto l'anno e per equilibrare i flussi turistici in modo sostenibile e all'interno della loro capacità di carico (carrying capacity) complessiva e delle singole componenti del loro sistema. Il ruolo delle DMO di veicolare i valori di sostenibilità attraverso i rispettivi campi d'azione di governance, destination management e destination marketing risulta cruciale. Attraverso il presente documento i rappresentanti delle regioni e delle destinazioni, si impegnano ad adottare tutte le misure necessarie per promuovere un turismo sostenibile all'interno del territorio, al fine di preservare le risorse ambientali, sociali e culturali e distribuire i benefici derivanti dall'attività turistica ai propri abitanti e ai propri ospiti, migliorandone la qualità della vita.

La Carta di Cison di Valmarino una volta siglata è stata consegnata ai giovani studenti della marca trevigiana vincitori dei "Trofei di Milano" come atto consapevole volto ad affermare come la "Generazione 2026" sarà interprete fondamentale del nuovo modello di turismo sostenibile che caratterizzerà il prossimo futuro. I partecipanti di quest'ultima plenaria di conclusione dei lavori sono stati 140.

9. La Fiera Olio Capitale - 13 /15 maggio 2022 (macroarea di collaborazione strategica)

L'Associazione Mirabilia ha accolto positivamente il progetto presentato dalla Camera di Commercio Venezia Giulia, inerente la partecipazione alla 14° edizione della Fiera OLIO CAPITALE , Salone degli oli extravergini tipici e di qualità tenutasi a Trieste dal 13 al 15 maggio u.s., in collaborazione con Città dell'Olio. La Fiera, dopo due anni di stop forzato, è ripartita presso una nuova location, con l'obiettivo di valorizzare uno dei prodotti identificativi del patrimonio enogastronomico italiano e la Dieta Mediterranea, patrimonio immateriale riconosciuto dall'UNESCO da molti anni.

E' per questo che il Network Mirabilia ha colto l'opportunità per presentare la qualità delle aziende dei territori, soprattutto le micro/piccole che soffrono la crisi economica dovuta alla pandemia resa ora ancora più aspra dai recenti avvenimenti bellici. Olio Capitale ha quindi messo a disposizione un'area collettiva dedicata a Mirabilia con stand modulari pre allestiti per ospitare 22 aziende selezionate dal Network.

L'edizione di quest'anno di Olio Capitale ha avuto come focus il TURISMO dell' OLIO, turismo che partendo dai luoghi di produzione dell'olio extravergine (oliveti, frantoi, centri di valorizzazione, attività esperienziale di raccolta e spremitura) caratterizza la destinazione e i suoi operatori intorno al tema dell'olio d'oliva. Diverse le tipologie di aziende presenti:

- aziende olivicole e produttrici di olio e frantoi che dispongono però di un prodotto turistico,
- oleoteche;
- musei dedicati all'Olio;
- uliveti storici;
- dimore storiche e B&B che offrono un prodotto di turismo dell'olio;
- tour operator e agenzie di viaggi che vendono prodotti turistici legati all'olio.

10. Opus Loci - le ricchezze del territorio in percorsi tutti da scoprire (macroarea di collaborazione strategica con CCIAA della Pordenone-Udine)

Il progetto Patrimonio, cultura e percorsi di valorizzazione intorno ai 5 siti Unesco Friuli Venezia Giulia, ora OpusLoci, si pone l'obiettivo di unire i territori in cui insistono i Siti, AQUILEIA- Area archeologica di Aquileia e Basilica Patriarcale (dal 1998), DOLOMITI - Dolomiti Friulane e d'Oltre Piave (dal 2009), CIVIDALE DEL FRIULI - I Longobardi in Italia, I luoghi del potere 568-774 d.C. (dal 2011), PALÙ DI LIVENZA - Siti Palafitticoli preistorici delle Alpi (dal 2011) e PALMANOVA- Opere di difesa veneziane tra il XV ed il XVII secolo (dal 2017), puntando alla crescita dei luoghi e della loro identità e legando patrimonio architettonico e ambientale dei siti regionali con la cultura materiale rappresentata dagli operatori sul territorio. Mirabilia dà forte impulso alle "progettualità macroaree" con lo scopo di ampliare il raggio di azione dell'Associazione e consolidare quel ruolo di

network camerale. Il progetto rientra in due dei temi chiave di Mirabilia: la sostenibilità e la creazione di rete tra i partecipanti al progetto.

La sostenibilità è intesa sotto diversi punti di vista: economico, turistico con l'offerta di itinerari slow, ambientale (tutelando e valorizzando l'ambiente attraverso buone pratiche) e sociale (con ricadute sul territorio e sulla collettività). La creazione di una rete spontanea tra i partecipanti al progetto, avviene attraverso un percorso di formazione comune e individuale, svolto sulle attività quotidiane, che porta a comunicare le eccellenze del territorio.

L'idea progettuale può costituire un modello pilota da replicarsi per gli altri siti Unesco rappresentati da Mirabilia nel conseguimento dell'obiettivo primario dell'Associazione di valorizzare i territori Unesco attraverso un'offerta turistica integrata. L'attività di comunicazione e di presentazione delle imprese del progetto riveste un ruolo di rilievo nel secondo anno di attività, pertanto si propongono un paio di eventi fisici:

1. Presentazione del progetto e della proposta congiunta degli operatori dei 5 Siti alla Borsa del Turismo di Genova avuta luogo il 17 ottobre 2023
2. Una presentazione mirata in una piazza italiana: Messina, avuta luogo durante l'evento: "Malvasie senza confini, primo brand dal vino al mondo" il 14 novembre 2022.

11. Formazione Universitaria (macroarea di collaborazione strategica)

Già dalla scorsa edizione, a seguito di contatti e incontri intervenuti tra l'Associazione Mirabilia, la Camera di commercio dell'Umbria e l'Università di Perugia è stato definito un progetto di massima in base al quale i referenti dell'Università hanno elaborato un percorso di alta formazione per formare figure altamente specializzate nella gestione e conoscenza dei siti Unesco: ne è nato un MASTER DI PRIMO LIVELLO in "Management del Patrimonio culturale per lo sviluppo turistico" che mira a formare operatori nel settore del turismo con competenze specifiche per la tutela, la valorizzazione e la promozione dei patrimoni culturali. La partnership con il network Mirabilia, che mette in rete attori istituzionali ed economici attivi nella fruizione dei siti UNESCO, connota il Master come un percorso di formazione interdisciplinare. La finalità è quella di creare professionisti in grado

di arricchire di contenuti culturali la pianificazione dell'offerta turistica e di costruire efficaci strategie di gestione delle risorse offerte dai territori.

La selezione dei candidati è stata effettuata sulla base della valutazione di titoli e colloquio motivazionale. Hanno fatto iscrizione 7 candidati. Le lezioni sono iniziate il 6 ottobre 2022; i tirocini si svolgeranno presso strutture turistiche del territorio individuate in accordo con Mirabilia, per un totale di 300 ore circa. Il Master metterà a disposizione due borse di studio finanziate dalla rete Mirabilia. I contatti intercorsi con l'Università degli Studi di Perugia hanno consentito alla Camera dell'Umbria di seguire costantemente le attività di preparazione e organizzazione del Master, la progettazione del piano di studi, l'individuazione del corpo docente, l'ideazione della campagna di comunicazione, la pubblicazione del bando e la sua chiusura fino all'elaborazione della graduatoria degli ammessi. Il bando di selezione è stato pubblicato in data 14/02/2022. Il Progetto di articolazione delle attività formative, prevede un totale di 352 ore didattiche e 12 ore di laboratori gestite da professori dell'Università di Perugia; alcuni insegnamenti saranno affidati ad esperti del settore, scelti dal Direttore didattico. Gli argomenti inseriti nel piano formativo sono i seguenti:

- Il patrimonio culturale dalla sua costruzione nella storia alla sua valorizzazione in età contemporanea
- Comunicare il territorio: gli strumenti della psicologia del turismo e della comunicazione
- Siti rupestri e monumenti megalitici protostorici: un'esperienza di valorizzazione UNESCO (i Nuraghi)
- Musei, turismo e patrimonio culturale. Il recupero e la musealizzazione del patrimonio antico a Gubbio
- Il patrimonio archeologico, artistico e spirituale in un sito UNESCO. Dalla creazione alla valorizzazione turistica
- Competenze tecniche: la lettura dei dati e l'uso dei software
- La prospettiva antropologica sul patrimonio culturale del paesaggio e la sua valorizzazione museale
- I fondi del PNRR come opportunità in territori minori: il caso del territorio di Terni
- Valorizzare il territorio attraverso le comunità locali: il caso umbro e quello della Basilicata

- Il patrimonio paleontologico e paleoecologico e la sua valorizzazione: il caso del territorio narnese
- Competenze tecniche: la gestione dei portali turistici
- Management delle imprese turistiche e del territorio – i luoghi longobardi siti UNESCO
- La gestione delle imprese turistiche: strumenti finanziari e analitici
- Strumenti legislativi per le imprese e per i prodotti del territorio
- Il patrimonio culturale come esperienza: arte, spettacolo, cibo

Il Master è stato progettato in collaborazione con l'Università degli Studi di Genova e della Basilicata. Nello sviluppo futuro del Master è previsto il coinvolgimento anche delle altre Università con sede nei territori delle Camere di Commercio aderenti all'Associazione Mirabilia. I corsi, della prima edizione del Master sono stati progettati come itineranti per congiungere la didattica a possibili esperienze territoriali e si terranno a Perugia, Terni, Assisi, Castiglione del Lago, Foligno, Gubbio, Narni.

12. Mirabilia e la Macro Regione Adriatico Ionica (macroarea di collaborazione strategica)

Mirabilia intende allargare la propria area di azione all'Europa, partendo dai Paesi confinanti con l'Italia e guardando alle Macroregioni riconosciute dall'Unione Europea con azioni volte a promuovere scambi e gestire congiuntamente attività promozionali dei siti Unesco localizzati nei Paesi appartenenti alla Macro Regione Adriatico-Ionica. Si tratta di un'area transfrontaliera, di grande interesse innanzitutto per quelle regioni italiane che si affacciano sui mari Adriatico e Ionio, legate da millenarie tradizioni, storia, cultura e scambi commerciali. Le azioni previste saranno realizzate con la Camera di commercio di Chieti-Pescara e anche con la collaborazione del Forum delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio (Forum AIC), network di enti camerali di Italia, Albania, Croazia, Bosnia Herzegovina, Grecia, Montenegro, Serbia operante dal 2001 e riconosciuto dalla Commissione Europea come uno dei principali stakeholder della Strategia Europea per l'Area Adriatico Ionica (EUSAIR). Mirabilia Network e il Forum AIC hanno stipulato un accordo di collaborazione finalizzato a promuovere scambi e gestire congiuntamente attività promozionali dei siti Unesco localizzati nei Paesi appartenenti alla Macro Regione Adriatico-Ionica. Le fasi del progetto sono le seguenti:

- ❖ realizzazione di una mappatura dei territori aderenti al progetto Mirabilia e al Forum delle Camere di commercio dell'Adriatico e dello Jonio sedi di Siti Unesco
- ❖ Creazione di materiali promozionali (servizio di 7 video-fotografici per realizzare un documentario di viaggio attraverso i territori della macroregione adriatico ionica, da utilizzare anche per i siti web di Mirabilia e del Forum AIC, e per la promozione tramite i social media.
- ❖ ideazione di una linea grafica coordinata.

13. Comunicazione/ Eventi CCIAA della Basilicata (Azienda Speciale ASSET BASILICATA)

Il progetto Mirabilia nel 2021 si è dotato di un'agenzia di comunicazione, "La Mirò", che ha provveduto a realizzare un programma in grado di valorizzare tutti i nodi della rete con un reportage video-fotografico social, per trasmettere e comunicare l'unione e la continuità dei territori del network, tramite un percorso fisico percorribile da sud al nord e viceversa. La stessa agenzia ha altresì realizzato il nuovo video completo rappresentativo di tutti i luoghi Unesco del network e il nuovo sito web con un restyling completo. Tutto ciò per dare una rappresentazione unitaria e coesa del network, alla quale è stata affiancata da parte di Asset Basilicata una strategia complessiva che punta a far percepire il brand nel suo complesso come uno degli attori italiani più importanti in tema di politiche del turismo. Al piano editoriale dell'agenzia "La Mirò", pertanto, è stato affiancato un piano di comunicazione che si pone come una sorta di cabina di regia – in linea di continuità con gli anni scorsi – per realizzare:

- ❖ Comunicati stampa in occasione di ogni evento in cui Mirabilia era presente;
- ❖ Azioni di promo comunicazione per mantenere alto il branding del network, sottolineare le azioni in cui questo sarà protagonista, affermare i valori portanti del circuito e portarli all'attenzione dell'opinione pubblica attraverso i media;
- ❖ Confronti, dibattiti e "lezioni" di esperti (attraverso podcast, webinar e/o talk) che possano offrire spunti interessanti sia a livello di governance politica che di operatività sui vari territori, legati da una cornice di posizionamento efficace.

L'Azienda Speciale ASSET BASILICATA ha quindi realizzato un piano di comunicazione che assicura visibilità a tutti i partner e alle attività di progetto potenziando tanto la comunicazione on line, in

particolare quella social, quanto quella off line (in allegato link delle pubblicazioni e comunicati stampa).

Sono stati realizzati comunicati stampa in occasione di ogni evento (in allegato) nonché la conferenza stampa di lancio del progetto il 15 ottobre presso il TTG a Rimini .

14. Partenariato EU: Proiezione Europea del progetto e allargamento partenariato Europeo Unioncamere EU

Continua l'attività di consolidamento delle rete europea Mirabilia, con una strategia di approccio all'Europa basata sulle Camere estere maggiormente interessate. L'obiettivo è di creare in ogni Paese il medesimo modello corrente delle Camere di commercio italiane basato su un coordinamento nazionale attraverso una delle Camere di commercio leader di progetto. Il partenariato congiunto ci permetterebbe di presentarci uniti agli occhi del sistema camerale europeo. L'azione si avvale della collaborazione di Unioncamere Bruxelles, che sviluppa i seguenti temi:

1. mappatura e sensibilizzazione delle Camere di Commercio estere europee sulle prospettive di allargamento del progetto MIRABILIA;
2. avvio e sviluppo delle relazioni con l'Unesco (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura);
3. contributo per lo sviluppo dei contenuti dell'agenda della conferenza organizzata dalla Camera di Commercio di Treviso - Belluno Dolomiti a Cison di Valmarino, il 29-30 maggio 2022, che in parte sono confluiti nella carta di Castel Brando sulla sostenibilità del turismo. Partecipazione come relatori al TAVOLO 1 sul tema: IMPRESE TURISTICHE: QUALI STRUMENTI PER LA SOSTENIBILITA'
4. Coordinamento del progetto in attuazione, da parte di Mirabilia, del Climate Action nell'ambito della Glasgow Declaration legata a COP26 del 2021. Assistenza ad Ecotrans, le Camere di commercio di Udine-Pordenone, di Split in Croazia e della Bulgaria (già coinvolte nel progetto europeo ETGG2030), oltre ad Asset Basilicata e gli esperti italiani coinvolti nell'ambito del medesimo progetto per supportare le imprese turistiche ad ottenere la certificazione green. In tal senso è stata avviata a partire da giugno 2022, conferendo un incarico formale all'associazione europea del

turismo sostenibile Ecotrans per effettuare l'assessment dei risultati della raccolta dati finalizzati a misurare l'impatto del climate change da parte di almeno 50 imprese turistiche in totale (tra Italia, Bulgaria e Croazia) usando un tool internazionale sviluppato da UNEP e in fase di sperimentazione per la prima volta in Europa. Il tool si chiama Resource Efficiency – RE e permette di misurare le emissioni di impronta di carbonio e di CO2, su base mensile ed annuale a livello di impresa (albergo o anche agenzia di viaggio),

5. Partecipazione a webinar organizzati da UNWTO in tema di attuazione della Glasgow Declaration nel mese di novembre 2022, per presentare alcuni esempi concreti di attuazione del Climate Action plan a livello internazionale,
6. Redazione della strategia della Rete Mirabilia con relativa road map 2022-2023, in vista della partecipazione all'evento annuale internazionale promosso da Mirabilia (B2B), organizzato dalla Camera di commercio di Genova il 17 e 18 ottobre 2022,
7. Integrazione e aggiornamento contenuti dell'accordo di collaborazione tra Mirabilia e la Camera di commercio francese di Tarn, firmato a Genova durante l'evento B2B di Mirabilia e successivo affiancamento alla stessa Camera in vista dell'evento Mirabilia France previsto a gennaio 2023,
8. Assistenza alla candidatura di Mirabilia come membro alla nuova Partnership "Turismo Sostenibile" della Commissione europea, nel quadro della EU Urban Initiative. Mirabilia è stata selezionata dalla Commissione,
9. Lavoro di promozione e supporto per la candidatura di Mirabilia, in partenariato con l'associazione europea delle SPA e centri termali (capofila), alla call di European Travel Commission- ETC, riferita alla campagna di promozione e comunicazione dell'Europa per il 2023 in co-branding con loro. I risultati della selezione saranno resi noti entro la fine del 2022.

15. Destination Matters

Nelle giornate di sabato 15 e domenica 16 Ottobre si è svolto a Genova, in Borsa Valori, il programma di alta formazione sul turismo "Destination Matters", condotto dagli esperti di "Destination Makers". L'evento è dedicato alle innovazioni che stanno contribuendo al cambiamento delle destinazioni turistiche attraverso lo scambio di buone pratiche per la gestione, il marketing e la

governance dei territori in una fase importante di rinascita in cui è necessario conoscere e comprendere i territori e le loro potenzialità per guidare un nuovo sviluppo.

Partendo dalla prima edizione tenutasi a Matera nel 2019, e dalle revisioni apportate per le edizioni che non si sono potute realizzare (2020 e 2021), è stata operata un'accurata revisione del concept dell'evento, con un focus sulle innovazioni amministrative, umane, digitali e politiche che stanno contribuendo al cambiamento delle destinazioni e dunque alla costruzione di nuovi modelli ed esempi per il miglioramento e la crescita del nostro Paese.

Due giorni di incontri di aggiornamento, sessioni di lavoro e momenti di networking per immaginare e confrontarsi sui nuovi modelli di gestione e marketing dei territori verso una governance efficace come leva di sviluppo nel lungo periodo. Un evento che ha promosso uno scambio bidirezionale in cui speaker e partecipanti hanno potuto interagire, conoscersi e creare nuove alleanze per lo sviluppo di progetti ed iniziative per il bene dei territori.

L'evento formativo è stato occasione di aggiornamento per gli enti pubblici e privati che operano per la gestione e lo sviluppo turistico dei territori (principali destinatari sono stati Amministrazioni Comunali, Camere di Commercio, Destination Management Organizations, APT, Enti di gestione territoriale). Le tematiche affrontate hanno avuto come fine quello di ripartire dalla collaborazione e dall'incontro tra il pubblico ed il privato, per dare spazio a talk tematici sul ruolo decisivo delle PA per la migliore attuazione del PNRR e nella programmazione europea. Una serie di sessioni dedicate ai temi del management e del marketing territoriale verso nuove strategie di miglioramento e nuove visioni per rafforzare e rendere concrete le azioni sui territori. Le principali tematiche affrontate da 9 top speaker sono state:

- Destination branding e awareness: l'importanza di identificare e comunicare le caratteristiche distintive e la proposta di valore delle destinazioni;
- Comunicazione e marketing: come raccontare il proprio territorio valorizzando le sue risorse oltre l'advertising;
- Culture & Creativity: come cogliere le opportunità per la rinascita culturale del Paese;
- Sostenibilità: dal ban sulle plastiche monouso al green deal, quali sono i primi passi concreti per costruire destinazioni sostenibili;
- City/Destination Design/Rigenerazione: ridisegnare le città e il patrimonio sottoutilizzato;

- Strumenti e casi pratici per il rafforzamento dell'offerta attraverso il digitale;
- Partecipazione della comunità locale ai processi di destination management e marketing: come attivare meccanismi partecipativi attraverso partnership pubblico-private, co-progettazione tra PA e terzo settore, progetti di civic fundraising per l'attivazione delle community;
- PNRR & borghi: tra possibilità e difficoltà;
- New European Bauhaus: policy per lo sviluppo della bellezza dei territori;
- Costruire offerte di valore per promuovere il territorio insieme ai visitatori.

L'evento formativo si è concluso registrando 60 presenze di pubblico uditore, con un workshop ristretto, volto a ragionare sulle necessità delle destinazioni e le priorità d'intervento per una valorizzazione efficace di lungo periodo, rivolto esclusivamente ai decisori pubblici ingaggiati a vario livello nella gestione delle destinazioni (es. Assessori, Destination Manager, Camere di Commercio, APT, DMC ecc).

16. Azioni di promozione del progetto e valorizzazione dei territori:

Mirabilia, attraverso la creazione della rete dei siti Unesco, ha partecipato ad eventi su turismo, necessari alla promozione del progetto e dei percorsi turistici integrati realizzati nei territori partner. In particolare, ha preso parte a:

- **Stati generali del turismo - 28/29 Ottobre**

Mirabilia ha partecipato agli Stati Generali del Turismo - prima "Conferenza Programmatica Nazionale , una nuova visione dell'industria del turismo" a Chianciano Terme. Promossa dal ministero del Turismo, l'iniziativa è il primo convegno tecnico nazionale del processo di elaborazione e adozione del Piano Strategico del Turismo 2023-2027, lo strumento di pianificazione e programmazione da sottoporre all'adozione del governo e da approvare entro l'anno. Sono state presentate le linee guida ed indicati i 5 pilastri strategici: sostenibilità, innovazione, qualità e inclusione, formazione e governance.

La manifestazione prevede un confronto con gli operatori e le associazioni di categoria del settore turistico e i rappresentanti di organismi nazionali ed internazionali con sessioni tematiche di

confronto sulle specificità dei vari comparti turistici e una sintesi di misure di programmazione che confluiranno nella versione finale del Piano Strategico.

Mirabilia ha partecipato tra i vari panel a quello su “Un turismo culturale, sociale e inclusivo di alto livello”, il giorno 28 ottobre, durante il quale il Dott. Vito Signati, Coordinatore dell’Associazione Mirabilia Network, ha affrontato il pilastro orizzontale della “Qualità e Inclusione” dell’esperienza turistica, declinato in chiave culturale e sociale. Con il circuito Mirabilia, infatti si è costruito un lungo itinerario, da Nord a Sud della penisola; una trama che scorre attraverso i beni UNESCO Patrimonio dell’umanità, per poi far scoprire altri centri minori che vi gravitano intorno: gioielli incastonati ricchi di storia, arte, artigianato artistico, enogastronomia di qualità, in cui l’ospitalità spesso prevale sull’accoglienza e l’inclusività è di casa. Mirabilia Network, dal 2012, è parte attiva di quel nuovo turismo culturale che viene indicato come “lento e sostenibile”, mettendo al centro di questa valorizzazione il sistema camerale.

- **Malvasia senza confini, primo brand dal vino al mondo - Opus Loci (macroarea di collaborazione strategica) - 14 Novembre**

L’Associazione Mirabilia Network, portabandiera di un turismo culturale e sostenibile di qualità, stimola connessioni produttive all’interno del sistema camerale. In questa ottica è nato “Malvasie senza confini, primo brand dal vino al mondo - Opus Loci”, evento promosso dalla Camera di commercio di Messina in sinergia con l’Ente camerale di Udine-Pordenone. È stata una iniziativa che ha messo in primo piano la Malvasia – vitigno antico, conosciuto e apprezzato in tutto il mondo, che accomuna Sicilia e Friuli – nell’ambito più vasto della promozione di un territorio che passa attraverso le caratteristiche più identitarie di un territorio, i suoi siti UNESCO, le sue bellezze storiche, culturali, ambientali, paesaggistiche. Vino come identità, dunque, ma anche come driver di attrazione per le vacanze e i viaggi in cui il fattore enoturistico rappresenta sempre un plus di indubbio valore. L’incontro è stato anche occasione per presentare il percorso Opus Loci, progetto macroarea della Camera di commercio di Pordenone-Udine, che mette in rete i cinque siti Unesco del suo territorio e un primo gruppo di eccellenze produttive delle cinque località con l’obiettivo di valorizzare il virtuoso binomio cultura ed economia. Una sorta di spin off di Mirabilia, potremmo dire, ideato per creare legami costruttivi sul territorio che dall’enogastronomia sfocino nella cultura,

nella valorizzazione, nella condivisione. Alla tavola rotonda di “Malvasia senza confini”, hanno partecipato: la dr.ssa Paola Sabella, Segretario Generale della cciaa di Messina, la dr.ssa Maria Lucia Pilutti, Segretario Generale della Cciaa di Pordenone-Udine, il dr Vito Signati, coordinatore dell’associazione “Mirabilia Network”, e la dr.ssa Pina Costa, direttore area Relazioni esterne e business development di Assocamerestero.

- **TTG Travel Experience - 12 Ottobre**

Il network Mirabilia al TTG Travel Experience, nel quartiere fieristico di Rimini, con un proprio stand (Padiglione 4 - stand 004), ha mostrato il futuro del turismo culturale e sostenibile mostrando a visitatori e operatori di settore i video delle meraviglie dei territori che, uniti dalla forza di un network unico in Europa, hanno visto il turismo culturale e sostenibile crescere più che nel resto d'Italia. Spazio, inoltre, alla tecnologia che incrocia il turismo, grazie ai protagonisti del premio Mirabilia Top of the PID, ideato dal sistema camerale per gratificare l’utilizzo delle migliori tecnologie di Industry 4.0 in campo turistico.

Relatori dell’incontro sono stati: Emma Taveri (Chief Visionary Officer di Destination Makers), Maurizio Caviglia (Segretario Generale Camera di Commercio di Genova), Vito Signati (Coordinatore dell’Associazione Mirabilia Network), Angelo Tortorelli (Presidente dell’Associazione Mirabilia Network), Andrea Granelli (Presidente di Kansa S.r.l.) e Vito Santarcangelo (Amministratore Unico INFORMATICA SRL).

- **Visionaria, dal 21 al 24 novembre 2022**

La Camera di Commercio Chieti Pescara, con la sua Agenzia di Sviluppo e nell’ambito del programma PID 2022, ha organizzato nel Padiglione Becci del Porto Turistico Marina di Pescara, la seconda edizione di VISIONARIA – Adriatic Innovation Forum, evento dedicato all’innovazione, ai processi di trasferimento tecnologico, alla transizione digitale ed ecologica delle imprese e dei territori. Ogni giorno è stato dedicato ad un target specifico, con speaker di livello nazionale ed europeo. Visionaria vede la collaborazione del sistema camerale nazionale, con Unioncamere e le società di sistema Dintec ed Infocamere che partecipano e contribuiscono con linee di azioni specifiche sul tema della doppia transizione digitale ed ecologica. In particolar modo, nella giornata di lunedì 21 novembre in

collaborazione con DINTEC e l'Associazione Mirabilia Network, si è svolto il 2° Forum dei PID (Punti Impresa Digitale) orientato quest'anno ai temi del turismo e dell'innovazione, rivolto ai PID della rete Mirabilia e ai PID di tutte le Camere di Commercio italiane. I temi che saranno trattati, sotto forma di tavoli di discussione, sono: il progetto "Connessioni" che ha già permesso l'avvio di proficue collaborazioni tra imprese dei territori Mirabilia, "Mappe online dei siti UNESCO" e il focus sul "Turismo Accessibile", elemento centrale per qualsiasi politica di turismo responsabile e sostenibile. L'obiettivo è anche stringere una collaborazione ancora più fitta con la rete degli Enterprise Europe Network operanti nelle regioni italiane, come modello positivo da proporre per lo sviluppo territoriale non solo per il turismo ma per ogni settore economico impegnato nella doppia transizione.

17. Post tour buyer

A conclusione della Borsa Internazionale, alcuni dei buyer partecipanti al workshop sono stati invitati a partecipare al post tour per permettere ai buyer di visitare luoghi e strutture ricettive. Poiché l'evento si è tenuto a Genova, il post tour, al quale hanno altresì partecipato i giornalisti di settore per pubblicizzare l'iniziativa e per invitarli a conoscere i territori coinvolti, si è svolto immediatamente dopo gli eventi B2B con visite presso i luoghi turistici interessati. Nel settore turismo, sono stati organizzati 5 educational tour in Basilicata, Sassari, Riviera di Liguria, Umbria e Friuli Venezia Giulia, mentre per il settore Food 3 educational in Sassari - Friuli Venezia Giulia - Umbria (si allega customer).

18. Selezione di giovani studenti universitari o laureati

Sulla scia della sperimentazione dello scorso anno, si è voluto avviare la selezione di giovani studenti universitari o laureati nei corsi di laurea attinenti al turismo che svolgono la funzione di animatori territoriali. Le Camere di Commercio partner possono selezionare, ciascuna, un giovane laureato attivando un progetto formativo post universitario retribuito in modalità extracurricolare, per una durata di 6 mesi. L'attività dei tirocinanti è stata indirizzata verso la divulgazione del progetto, la rilevazione dei bisogni delle aziende, l'ascolto degli stakeholders locali, lo studio capillare del

territorio con l'obiettivo di analizzare e mettere a sistema tutti i servizi e le risorse disponibili, prospettando altresì indicazioni e soluzioni per una efficace strategia di marketing utile a consolidare il network MIRABILIA. Ciascuna Camera di Commercio autonomamente può individuare e sottoscrivere un apposito accordo con l'Università scelta nell'ambito dell'offerta formativa universitaria italiana e alla selezione del tirocinante a mezzo bando pubblico rivolto agli aventi diritto, disponendo di un budget totale onnicomprensivo di ogni spesa pari a €700,00 lordi mensili da corrispondere al tirocinante.

Nel 2022 hanno aderito le Camere di Commercio di Basilicata e Umbria.

GESTIONE AMMINISTRATIVA

L'Associazione MIRABILIA NETWORK si è costituita in data 14.12.2017 con atto notarile registrato a Roma in data 05.01.2018 al n. 234, con sede legale in Roma, Piazza Sallustio n. 21, presso l'Unione Italiana delle Camere di Commercio.

L'Assemblea dei soci, nella riunione del 25 giugno 2018, ha deliberato di avviare la procedura per il riconoscimento della personalità giuridica (Associazione Riconosciuta).

La Prefettura di Roma con nota prot. n. 54564 del 11/02/2019 ha notificato l'iscrizione dell'Associazione Mirabilia Network al n. 1329/2019 del Registro persone giuridiche ai sensi del DPR 10 febbraio 2000, n. 361 e contestuale approvazione dello statuto, di cui all'atto pubblico del 13 novembre 2018, rep. 85864, racc. 15029, a rogito del dr. Giancarlo Castorina, notaio in Roma.

Composizione Organi sociali e Comitato Tecnico

L'Assemblea dei soci, nelle riunioni del 18 dicembre 2020 e del 19 febbraio 2021, ha deliberato di:

- ☑ eleggere Presidente dell'Associazione Mirabilia Network per il triennio 2021/2023, il Sig Angelo Tortorelli;
- ☑ eleggere quali componenti del Comitato Esecutivo per il triennio 2021/2023, i Signori:
 - dr. Giovanni Da Pozzo - Presidente della Cciaa di Pordenone-Udine,
 - dr. Giorgio Mencaroni – Presidente Cciaa dell'Umbria,
 - dr. Stefano Visconti - Presidente della Cciaa di Sassari.
- ☑ Nominare Organo Uninomiale di controllo e revisione dei conti il dr. Luciano Quadrini
- ☑ Nominare quali componenti del Comitato Tecnico, in carica per il triennio 2021/2023, i Signori:
 - dr.ssa Maria Lucia Pilutti - Segretario Generale della Camera di commercio di Pordenone-Udine,
 - dr. Maurizio Caviglia - Segretario Generale della Camera di commercio di Genova,

- dr. Cesare Veneri – Segretario Generale della CCIAA di Verona.

A seguito di dimissioni del dr Veneri, l'Assemblea nella seduta del 15 dicembre 2022 ha nominato il dr Riccardo Borghero, Segretario Generale della Camera di commercio di Verona, quale componente del Comitato Tecnico e ha previsto altresì la partecipazione del dr Federico Sisti come membro invitato permanente, prevedendo la suddetta possibilità per tutti i Segretari Generali delle Camere socie che presenteranno istanza.

Gli Organi sociali e il Comitato Tecnico così nominati, resteranno in carica fino alla data di approvazione del bilancio chiuso al 31/12/2023.

Il Comitato Esecutivo ha confermato ai sensi dell'art. 14 dello Statuto la nomina del Dr. Vito Signati a Coordinatore Tecnico.

Compagine sociale

Alla costituzione dell'Associazione hanno aderito n. 13 Camere di Commercio (CCIAA di Bari, Caserta, Genova, Matera, Molise, Pavia, Perugia, Potenza, Riviera della Liguria, Sassari, Udine, Venezia Giulia e Verona), nonché Unioncamere Nazionale, ottenendo la propria iscrizione nel libro dei soci con la qualifica di soci fondatori.

L'Assemblea dei soci, nella riunione del 25 giugno 2018, ha deliberato di ammettere ai sensi dell'art 9 comma 4 lettera g) dello Statuto, le Camere di Commercio di Benevento, di Messina, di Catania – Ragusa - Siracusa della Sicilia Orientale, e di Crotone quali Soci ordinari dell'Associazione Mirabilia Network.

In data 09.11.2018 si è iscritta nel libro soci la Camera di Commercio della Basilicata, istituita ai sensi del decreto MISE 16 febbraio 2018, attuativo del decreto legislativo n. 219 del 25 novembre 2016, che accorpa e subentra ai Soci Fondatori Camere di Commercio di Potenza e Matera.

In data 04.04.2019 si è iscritta nel libro soci la modifica della denominazione della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura Catania – Ragusa - Siracusa della Sicilia Orientale in Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura del Sud Est Sicilia.

Nel corso del 2019 si sono avute le seguenti iscrizioni annotate nel libro soci con riferimento a:

- Camera di Commercio di Pordenone – Udine, istituita ai sensi del decreto MISE 16 febbraio 2018, attuativo del decreto legislativo n. 219 del 25 novembre 2016, che accorpa le Camere di Commercio di Pordenone e Udine e subentra al Socio Fondatore Camera di Commercio di Udine
- Camera di Commercio di Treviso - Belluno quale Socio ordinario dell'Associazione Mirabilia Network con decorrenza 01/01/2020

Nel corso del 2020 si è avuta la seguente iscrizione annotata nel libro soci con riferimento a:

- Camera di Commercio di Chieti – Pescara quale Socio ordinario dell'Associazione Mirabilia Network.

Nel corso del 2021 si sono avute le seguenti iscrizioni annotate nel libro soci con riferimento a:

- Camera di Commercio dell'Umbria, istituita ai sensi del decreto MISE 16 febbraio 2018, attuativo del decreto legislativo n. 219 del 25 novembre 2016, che accorpa le Camere di Commercio di Terni e Perugia e subentra al Socio Fondatore Camera di Commercio di Perugia.
- Recesso della Camera di Commercio di Crotone a decorrere dal 1° gennaio 2021, in deroga all'art 5 c.4 dello Statuto.

Nel corso del 2022 si sono avute le seguenti iscrizioni annotate nel libro soci con riferimento a:

- Camera di Commercio di Marche quale Socio ordinario dell'Associazione Mirabilia Network.
- Camera di Commercio di Irpinia Sannio, istituita ai sensi del decreto MISE 16 febbraio 2018, attuativo del decreto legislativo n. 219 del 25 novembre 2016, che accorpa le Camere di Commercio di Benevento e Avellino e subentra al Socio ordinario Camera di Commercio di Benevento

- Camera di Commercio di Foggia quale Socio ordinario dell'Associazione Mirabilia Network (con decorrenza 2023)
- Camera di Commercio di Padova quale Socio ordinario dell'Associazione Mirabilia Network (con decorrenza 2023)
- Camera di Commercio di Catanzaro Crotona Vibo Valentia, quale Socio ordinario dell'Associazione Mirabilia Network

La compagine sociale risulta ad oggi così composta:

a) Soci Fondatori

1. UNIONCAMERE – Unione Italiana delle Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura
2. CCIAA di Bari
3. CCIAA della Basilicata
4. CCIAA di Caserta
5. CCIAA di Genova
6. CCIAA di Molise
7. CCIAA di Pavia
8. CCIAA di Riviera di Liguria
9. CCIAA di Sassari
10. CCIAA di Pordenone - Udine
11. CCIAA dell'Umbria
12. CCIAA Venezia Giulia Trieste Gorizia
13. CCIAA di Verona

b) Soci Ordinari

14. CCIAA di Catanzaro Crotone Vibo Valentia
15. CCIAA di Chieti - Pescara
16. CCIAA di Foggia (con decorrenza 2023)
17. CCIAA di Irpinia Sannio
18. CCIAA delle Marche
19. CCIAA di Messina
20. CCIAA di Padova (con decorrenza 2023)
21. CCIAA del Sud Est Sicilia
22. CCIAA di Treviso - Belluno

Riunione organi

Nel corso dell'anno 2022, l'Associazione Mirabilia Network si è riunita attraverso i propri organi al fine di implementare la gestione amministrativa della struttura.

Queste le riunioni periodiche svolte:

RIUNIONI ASSEMBLEA DEI SOCI

1. riunione del 28 aprile 2022
2. riunione del 30 maggio 2022
3. riunione del 17 ottobre 2022
4. riunione del 15 dicembre 2022

RIUNIONI COMITATO ESECUTIVO

1. riunione del 14 febbraio 2022
2. riunione del 28 marzo 2022
3. riunione del 13 aprile 2022
4. riunione del 13 maggio 2022
5. riunione del 18 luglio 2022
6. riunione del 27 settembre 2022
7. riunione del 17 novembre 2022
8. riunione del 13 dicembre 2022

RIUNIONI COMITATO TECNICO

1. riunione del 8 marzo 2022
2. riunione del 8 aprile 2022
3. riunione del 6 maggio 2022
4. riunione del 27 maggio 2022
5. riunione del 14 luglio 2022
6. riunione del 13 dicembre 2022

ALLEGATI ALLA RELAZIONE

RASSEGNA STAMPA

CARTA DI CISON DI VALMARINO

ACCORDO DI COOPERAZIONE CON RETE FRANCESE

CUSTOMER BUYER

rassegna stampa in ordine cronologico (solo link)

<https://www.liguriafood.it/2022/10/06/6-borsa-del-turismo-fooddrink->

[genova/?fbclid=IwAR2LTECYmVISRHQBq_QnTIUy31IWuN_yl2sZbHD0xrXu6O_2IQ2snR3dEkg](https://www.liguriafood.it/2022/10/06/6-borsa-del-turismo-fooddrink-genova/?fbclid=IwAR2LTECYmVISRHQBq_QnTIUy31IWuN_yl2sZbHD0xrXu6O_2IQ2snR3dEkg)

<http://www.turismoitalianews.it/ultime/20077-genova-progetto-mirabilia-european-network-of-unesco-sites-c-e-la-decima-edizione-della-borsa-del-turismo-culturale>

<https://europe-cities.com/2022/10/10/genoa-mirabilia-project-european-network-of-unesco-sites-there-is-the-tenth-edition-of-the-cultural-tourism-exchange/>

<https://liguria.bizjournal.it/2022/10/mirabilia-a-genova-la-decima-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/>

<https://www.sardegna-reporter.it/2022/10/turismo-e-agroalimentare-di-sassari-al-mirabilia/483367/>

<https://www.sanremonews.it/2022/10/10/leggi-notizia/argomenti/politica-1/articolo/questo-mese-per-bordighera-due-appuntamenti-con-le-fiere-del-settore-turismo.html>

<https://www.ligurianotizie.it/10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia-genova-15-18-ottobre/2022/10/14/515920/>

<https://es.italy24.press/local/115160.html>

<https://italplanet.it/mirabilia-a-genova-la-10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/>

<https://liguria.bizjournal.it/2022/10/mirabilia-a-genova-la-decima-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/>

<https://www.turismoitalianews.it/ultime/20077-genova-progetto-mirabilia-european-network-of-unesco-sites-c-e-la-decima-edizione-della-borsa-del-turismo-culturale>

<https://www.nefymag.com/viaggi/borsa-internazionale-del-turismo-genova/?fbclid=IwAR0XAmraQMezhRN3tcYDWqqh6jO2maCbfacMYQesO4J2DRJvc4O9jmwSR4>

<https://www.aise.it/commercio-estero/mirabilia-a-genova-la-10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/181840/1>

<https://www.ss.camcom.it/notizie/le-aziende-del-turismo-e-dellagroalimentare-insieme-alla-camera-di-commercio-agli-eventi-mirabilia-di-genova-2022/>

<https://www.informazione.it/c/E292B66E-4F12-41D3-9923-466630393FB6/10-BORSA-INTERNAZIONALE-DEL-TURISMO-CULTURALE-MIRABILIA-dal-15-al-18-ottobre-2022>

https://www.nellanotizia.net/scheda_it_119507_Mirabilia-Network-al-TTG-Travel-Experience-di-Rimini-dal-12-al-14-ottobre_1.html

<https://www.primapaginaneews.it/articoli/genova-al-via-la-decima-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia-516095>

<https://europe-cities.com/2022/10/10/genoa-mirabilia-project-european-network-of-unesco-sites-there-is-the-tenth-edition-of-the-cultural-tourism-exchange/>

<https://www.newsonline.it/genova-al-via-la-decima-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia-58318839>

<https://www.lavocedigenova.it/2022/10/14/leggi-notizia/argomenti/eventi-8/articolo/da-domani-al-via-a-genova-la-decima-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia.html>

<https://liguriaoggi.it/2022/10/12/genova-ospita-la-decima-borza-internazionale-del-turismo-culturale/>

<https://liguria.bizjournal.it/2022/10/mirabilia-a-genova-la-decima-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/>

<https://liguria.bizjournal.it/2022/10/top-of-the-pid-mirabilia-a-genova-il-18-10-il-punto-impresa-digitale-premia-le-aziende-piu-innovative/>

<https://www.lavocedigenova.it/2022/10/14/leggi-notizia/argomenti/eventi-8/articolo/da-domani-al-via-a-genova-la-decima-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia.html>

https://www.informazione.it/atc/2022/10/e292b66e-4f12-41d3-9923-466630393fb6/02_2022-10-14_CS_Mirabilia_confstampa.pdf

<https://www.cbgenova.it/it/events-304/borsa-internazionale-del-turismo-culturale-di-mirabilia.html?lang=1>

<https://www.ge.camcom.gov.it/it/elementi-homepage/events/dal-15-al-18-ottobre-2022-x-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia>

https://www.aise.it/commercio-estero/mirabilia-a-genova-la-10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/181840/135?fbclid=IwAR0eupm8SBXIUvyC_szrXk56fVviwTBG07-XrmZUgSefohPlu7HREAI42IY

<https://liguriaoggi.it/2022/10/15/genova-apre-oggi-la-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/>

<https://flipboard.com/@SkyTG24/a-genova-operatori-da-tutto-il-mondo-per-borsa-turismo-culturale/a-WUM8wCTJQz2Q7onu23onuA%3Aa%3A2455081529-c5d0f2bbc9%2Fsky.it>

https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/10/15/a-genova-operatori-da-tutto-il-mondo-per-borsa-turismo-culturale_1551d2ed-1da4-4e2f-a0fb-1919449c66c0.html

https://www.ilsecoloxix.it/genova/2022/10/15/news/borsa_internazionale_del_turismo_culturale_a_genova_per_4_giorniil_summit_con300_aziende_ospiti-12149231/

<https://tg24.sky.it/genova/2022/10/15/a-genova-operatori-da-tutto-il-mondo-per-borsa-turismo-culturale>

<https://genovaquotidiana.com/2022/10/15/10a-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-e-6a-edizione-di-mirabilia-fooddrink-opportunita-per-le-aziende-dei-territori-del-network-mirabilia/>

<https://friuliseria.it/anche-una-quindicina-di-imprese-fvg-a-genova-per-la-borsa-del-turismo-culturale/>

<https://www.genova24.it/2022/10/da-oggi-a-genova-la-decima-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-319851/>

<https://www.ilfriuli.it/articolo/viaggi/delegazione-fvg-a-genova-per-la-borsa-del-turismo-culturale-e-fooddrink/11/272662>

<https://www.basilico.it/2022/10/12/mirabilia-fooddrink-a-genova-la-decima-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/>

https://www.ttgitalia.com/stories/incoming/179571_mirabilia_la_cultura_riparte_da_genova_dal_15_al_18_ottobre/

<https://www.assocamerestero.it/notizie/dal-15-al-18-ottobre-x-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-culturale>

<https://promositalia.camcom.it/iniziative-e-news/torna-la-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-di-mirabilia-15-18-ottobre-2022-genova.kl>

<https://www.primocanale.it/attualit%C3%A0/15894-mirabilia-la-camera-di-commercio-presenta-al-mondo-la-genova-turistica.html>

<https://telenord.it/genova-capitale-del-turismo-internazionale-con-mirabilia-50360>

<https://genovaquotidiana.com/2022/10/16/borsa-del-turismo-culturale-attanasio-dallesperienza-dei-rolli-days-partiremo-per-riflettere-sui-nuovi-modi-di-fare-turismo/>

<https://www.genova24.it/2022/10/genova-capitale-del-turismo-culturale-operatori-da-tutto-il-mondo-incantati-dai-palazzi-dei-rolli-319895/>

<https://www.104news.it/2022/10/15/genovadal-15-al-18-ottobre-2022-x-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia/>

16 ottobre dopo

<https://genovaquotidiana.com/2022/10/16/arrivati-sotto-la-lanterna-anche-i-buyer-esteri-e-i-seller-di-food-dei-territori-di-mirabilia-domani-si-apre-la-6a-edizione-della-borsa-food-drink/>

https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/10/16/operatori-turistici-visitano-porto-genova-e-golfo-tigullio_31ad68a1-4448-412c-9020-1490dfa3c0e9.html

<https://www.primocanale.it/attualit%C3%A0/15900-mirabilia-caviglia-camera-commercio-palcoscenico-unico-per-le-imprese-turistiche-liguri.html>

https://www.ansa.it/pmi/notizie/unioncamere/2022/10/16/operatori-turistici-visitano-porto-genova-e-golfo-tigullio_ebd27fb3-f6f8-4ced-bfe8-59f23674fe91.html

<https://telenord.it/genova-visite-turistiche-per-i-presidenti-delle-camere-di-commercio-di-mirabilia-e-l-incontro-formativo-sulle-destinazioni-50367>

<https://tg24.sky.it/genova/2022/10/16/operatori-turistici-visitano-porto-genova-e-golfo-tigullio>

<https://www.udinetoday.it/cronaca/progetto-opus-loci-eccellenze-gastronomiche-fvg-genova.html>

<https://www.areamediapress.it/2022/10/16/10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia-genova/>

<https://primaillevante.it/attualita/operatori-turistici-alla-scoperta-del-tigullio/?fbclid=IwAR2pX5dl1dvHmmuAfZKpNheRmL4HNN9Io0Bgwv1BkPSOonoozyE8hol3Pic>

<https://www.nuovogiornalenazionale.com/index.php/italia/cronaca/8865-aperta-a-genova-a-10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale.html>

<https://es.italy24.press/local/119972.html>

https://www.nellanotizia.net/scheda_it_119780_10%5E-BORSA-INTERNAZIONALE-DEL-TURISMO-CULTURALE-MIRABILIA---GENOVA,-15-18-OTTOBRE-2022_1.html

<https://www.italiannetwork.it/news.aspx?id=72477>

<http://www.umbriadomani.it/economia/18-impres-umbre-alla-10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-291183>

<https://www.sassarinews.it/notizie/n.php?id=170522>

https://www.ansa.it/umbria/notizie/2022/10/16/borsa-turismo-culturale-18-impres-dallumbria_b91f486d-4328-41ea-91d0-b55d5317faec.html

<https://tg24.sky.it/perugia/2022/10/16/borsa-turismo-culturale-18-impres-dallumbria>

17 ottobre 2022

https://www.ttgitalia.com/stories/eventi/179662_inaugurata_a_genova_mirabilia_2022_ieg_tra_i_partner_della_manifestazione/

https://genova.repubblica.it/cronaca/2022/10/17/news/genova_il_turismo_al_tempo_della_crisi-370394213/

<https://www.vivoumbria.it/borsa-internazionale-del-turismo-culturale-a-genova-massiccia-presenza-dellumbria-con-18-impres/>

<https://www.ternilife.com/2022/10/17/cciaa-a-mirabilia-18-impres-tra-turismo-food-e-drink/>

https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/10/17/unioncamere-mancano-figure-professionali-freno-impres_b91bf03e-22da-4ec8-980d-6fc390fb67d9.html

<https://video.repubblica.it/edizione/genova/da-genova-la-proposta-di-un-grand-tour-di-mirabilia/429549/430503>

VIDEO REPUBBLICA

<https://telenord.it/genova-operatori-del-turismo-internazionale-a-confronto-cambiato-l-approccio-all-idea-di-viaggio-50388/>

<https://www.comunicati-stampa.net/com/10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia-genova-15-18-ottobre-2022.html>

<https://www.liquidarte.it/10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia-genova-15-18-ottobre-2022.html>

https://www.ilsecoloxix.it/liguria/2022/10/17/news/turismo_la_liguria_rilancia_il_grand_tour_ma_su_internet-12164159/

<https://www.qualitytravel.it/a-genova-la-10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/116183>

<https://tg24.sky.it/genova/2022/10/17/unioncamere-mancano-figure-professionali-freno-imprese>

<https://www.cronachedellacampania.it/2022/10/grand-tour-fra-le-eccellenze-unesco-nuova-frontiera-del-turismo/>

https://www.ttgitalia.com/stories/eventi/179662_inaugurata_a_genova_mirabilia_2022_ieg_tra_i_partner_della_manifestazione/

https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/10/17/grand-tour-fra-le-eccellenze-unesco-nuova-frontiera-del-turismo_be700302-96ca-4393-8b4e-57d94ce45de0.html

<https://genovaquotidiana.com/2022/10/17/turismo-la-francia-copia-alla-camere-di-commercio-italiane-il-progetto-mirabilia/>

https://www.trmtv.it/attualita/economia/2022_10_17/348831.html

https://www.ansa.it/sito/notizie/economia/pmi/2022/10/17/camere-commercio-modello-mirabilia-esportato-in-francia_0b1f2e60-76b3-41cf-ac41-4aab4391da2d.html

<https://www.dintec.it/P42A404C73S72/15---18s10s2022-Mirabilia-10-Borsa-del-turismo-culturale-.htm>

<https://www.molisetabloid.it/2022/10/17/fino-al-18-ottobre-la-x-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-molise-presente-a-genova-con-la-camera-di-commercio/>

<https://liguria.bizjournal.it/2022/10/turismo-mirabilia-a-genova-cambiato-il-concetto-di-viaggio-ora-conta-larricchimento/>

<https://gds.it/speciali/viaggi/2022/10/17/grand-tour-fra-le-eccellenze-unesco-nuova-frontiera-del-turismo-38da5b7d-9f4c-48ab-98e6-978122231f03/>

<https://www.genova24.it/2022/10/il-futuro-del-turismo-e-slow-genova-lancia-il-grand-tour-tra-le-eccellenze-italiane-di-nicchia-319969/>

<https://www.fooday.it/10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-mirabilia-genova-15-18-ottobre-2022.html>

<https://barcelosnanet.com/a-nova-revista-nacional-inaugurada-em-genova-na-decima-sessao-do-intercambio-cultural-internacional-para-o-turismo/>

<http://www.moliseweb.it/info.php?id=46457>

https://www.ttgitalia.com/stories/eventi/179670_prete_unioncamere_lofferta_turistica_deve_essere_segmentata/

<https://www.primocanale.it/attualita/C3%A0/15942-genova-il-modella-mirabilia-verra-esportato-in-francia-gia-pronte-spagna-croazia-e-grecia.html>

<https://es.italy24.press/local/123437.html>

<https://www.molisenetwork.net/2022/10/17/camera-di-commercio-del-molise-mirabilia-network-genova-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/>

https://www.trmtv.it/attualita/economia/2022_10_17/348885.html

18 ottobre 2022

https://www.trmtv.it/attualita/economia/2022_10_18/348988.html

<https://www.girofvg.com/10a-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-e-6a-mirabilia-food-drink/>

<https://liguria.bizjournal.it/2022/10/brevetti-bando-aperto-per-le-pmi-con-fondi-del-pnrr/>

https://www.chpe.camcom.it/pagina645_incontri-daffari-per-operatori-turistici-e-dellagroalimentare-con-mirabilia-genova-17-18-ottobre-2022.html

<https://www.pressmoliselazio.it/2022/10/18/la-camera-di-commercio-del-molise-e-mirabilia-network-a-genova/>

<https://www.lanazione.it/la-spezia/cronaca/a-mirabilia-si-riparte-dal-gran-tour-1.8190520>

<https://www.liguria24.it/2022/10/17/turisti-alla-scoperta-delle-aziende-deccellenza-presentato-a-genova-il-progetto-opus-loci/310503/>

https://www.ansa.it/canale_viaggiart/it/notizie/evasioni/2022/10/17/grand-tour-fra-le-eccellenze-unesco-nuova-frontiera-del-turismo_8f4749f3-91c8-497e-8179-666b15d1ff1c.html

https://www.trevisobellunosystem.com/tvsys/home/archivio-news/19950_borsa-internazionale-del-turismo-culturale--10a-edizione.html

<https://www.pnud.camcom.it/comunicati-stampa/anche-una-quindicina-di-imprese-fvg-genova-la-borsa-del-turismo-culturale-e-fooddrink>

<https://www.veronasera.it/economia/turismo-grand-tour-mirabilia.html>

<https://www.amolivenews.it/2022/10/17/10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-cciaa-molise-e-mirabilia-network-a-genova-dal-15-al-18-ottobre/>

[https://www.ilsecoloxix.it/liguria/2022/10/17/news/il turismo vola in liguria ma servono addetti scoperti ancora 2 milioni di posti-12173315/](https://www.ilsecoloxix.it/liguria/2022/10/17/news/il_turismo_vola_in_liguria_ma_servono_addetti_scoperti_ancora_2_milioni_di_posti-12173315/)

http://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/10/17/grand-tour-fra-le-eccellenze-unesco-nuova-frontiera-del-turismo_be700302-96ca-4393-8b4e-57d94ce45de0.html

<https://www.ilfriuli.it/articolo/viaggi/le-imprese-friulane--conquistano--genova/11/272808>

<https://www.ss.camcom.it/notizie/mirabilia-2022-una-delegazione-di-buyer-internazionali-del-turismo-e-dellagroalimentare-alla-scoperta-del-nord-sardegna/>

<https://www.ss.camcom.it/notizie/oggi-17-ottobre-a-genova-14-aziende-del-nord-sardegna-insieme-alla-camera-di-commercio-di-sassari-per-gli-eventi-b2b-mirabilia-2022-2/>

<https://www.camcom.gov.it/P42A2504C42S3/A-Genova-la-X-edizione-della-Borsa-Internazionale-del-turismo-culturale.htm>

<https://it.oacpsri.com/top-of-the-pid-mirabilia-a-genova-il-18-10-il-punto-impresa-digitale-premia-le-aziende-piu-innovative/>

https://travelnostop.com/news/territori/grand-tour-fra-i-siti-unesco-lidea-di-18-camere-di-commercio-riunite-in-mirabilia_555884

<https://www.primocanale.it/cultura-e-spettacolo/15991-rivoluzione-digitale-turismo-mirabilia-botteghe-storiche-nel-metaverso-app-ristorazione-genova.html>

<https://www.genova24.it/2022/10/mirabilia-lazienda-casertana-art-otf-premiata-per-il-miglior-progetto-turistico-innovativo-va-320136/>

<https://www.liguriadigitale.it/archivio-eventi/item/1159-mirabilia-alla-ricerca-di-nuove-conessioni-per-il-turismo-e-la-cultura.html>

<https://www.youtube.com/watch?v=BSUW7ZmL1Xk>

<https://www.genova24.it/2022/10/turismo-a-genova-400-operatori-si-incontrano-per-promuovere-le-eccellenze-locali-320209/>

<https://www.molisenetwork.net/category/eventi-e-manifestazioni/>

<https://fvgcafe.it/it/news/udine/cronaca-36/anche-una-quindicina-di-imprese-fvg-a-genova-per-la-borsa-del-turismo-culturale-e-food-drink-16-ottobre-2022.html>

<https://www.oggiacronaca.it/2022/10/i-borghi-e-le-storie-della-riviera-dei-fiori-alla-borsa-del-turismo-culturale/>

<http://www.umbrialeft.it/notizie/10-borsa-internazionale-del-turismo-culturale-partecipano-ben-18-imprese-umbre>

<https://www.liguria24.it/2022/10/18/turismo-a-genova-400-operatori-si-incontrano-per-promuovere-le-eccellenze-locali/310733/>

<https://lapoliticalocale.it/i-borghi-e-le-storie-della-riviera-dei-fiori-alla-borsa-del-turismo-culturale/>

<https://blogcq24.com/italia/liguria/grand-tour-fra-le-eccellenze-unesco-nuova-frontiera-del-turismo/100066214/>

<https://www.corrieredelleconomia.it/2022/10/17/borsa-internazionale-del-turismo-culturale-camera-di-commercio-umbria-porta-18-imprese/>

<https://www.rivieratime.news/dmo-imperia-a-genova-per-la-decima-edizione-della-borsa-internazionale-del-turismo-culturale/>

<https://www.sanremonews.it/2022/10/14/leggi-notizia/argomenti/altre-notizie/articolo/i-borghi-e-le-storie-della-riviera-dei-fiori-alla-borsa-del-turismo-culturale-dmo-in-trasferta-a-ge.html>

<https://www.b2match.com/de/explore/mirabilia2022>

<https://www.atelierfemia.com/fr/>

<https://news.italy24.press/local/118868.html>

19 Ottobre 2022

https://travelnostop.com/liguria/borse-e-fiere/turismo-realta-aumentata-e-metaverso-per-promozione-e-musei-nuovi-spunti-da-mirabilia_556012

<https://genovaquotidiana.com/2022/10/18/alla-ricerca-di-nuove-conessioni-per-il-turismo-e-la-cultura-assegnato-il-top-of-the-pid-2022-alla-art-otf-srl/>

<https://italplanet.it/mirabilia-lintervento-del-presidente-unioncamere-andrea-prete/>

<https://www.aise.it/ccie/agroalimentare-le-imprese-italiane-si-incontrano-con-le-cci-dal-mondo/182023/2>

<https://www.vivoumbria.it/?s=borsa+turismo+genova>

TGR LIGURIA

17 OTTOBRE ORE 14 DAL MINUTO 12.30 AL MINUTO 14.46

17 OTTOBRE ORE 19.30 DAL MINUTO 14.29 AL MINUTO 16.40

18 OTTOBRE 2022 BUONGIORNO REGIONE ORE 7.30 nella rassegna stampa gli articoli del secolo

18 OTTOBRE 2022 ORE 14 DAL MINUTO 14.01 AL 15.50

18 OTTOBRE 2022 <https://www.rainews.it/tgr/molise/video/2022/10/mol-strategie-sviluppo-turismo-camera-di-commercio-molise-associazione-mirabilia-borsa-genova-comunicazione-social-riserva-mab-9b64eab6-d6af-4cde-844c-a49e36e4da51.html>

TAGLIO TGR <https://www.youtube.com/watch?v=2rnZG663n3Y>

A PAGAMENTO

https://www.ilsecoloxix.it/liguria/2022/10/18/news/occupazione_posti_in_crescita_in_liguriama_mancano_i_lavoratori_il_dossier_di_confindustria_perse_16mila_opportunita-12176629/

https://www.ilsecoloxix.it/genova/2022/10/19/news/universita_di_genova_a_caccia_di_spazi_servono_mille_posti_a_ppello_al_comune_per_soluzioni_tampone-12177037/





CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



MIRABILIA®
EUROPEAN NETWORK OF UNESCO SITES

CARTA DI CISON DI VALMARINO

La sostenibilità: elemento di competitività

CASTELBRANDO
CISON DI VALMARINO (TV)
28-31 MAGGIO 2022

MIRABILIA 2022



UNIONCAMERE



UNIONCAMERE
VENETO



eurosportello
del veneto



CAMERA DI COMMERCIO
VENEZIA ROVIGO



CAMERA DI COMMERCIO
PADOVA
il futuro a portata di impresa



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO
AGRICOLTURA VERONA



PATROCINIO
REGIONE DEL VENETO



Veneto
The Land of Venice

www.veneto.eu

Organizzato da



VENICEPROMEX
Agenzia per l'internazionalizzazione
del sistema camerale veneto



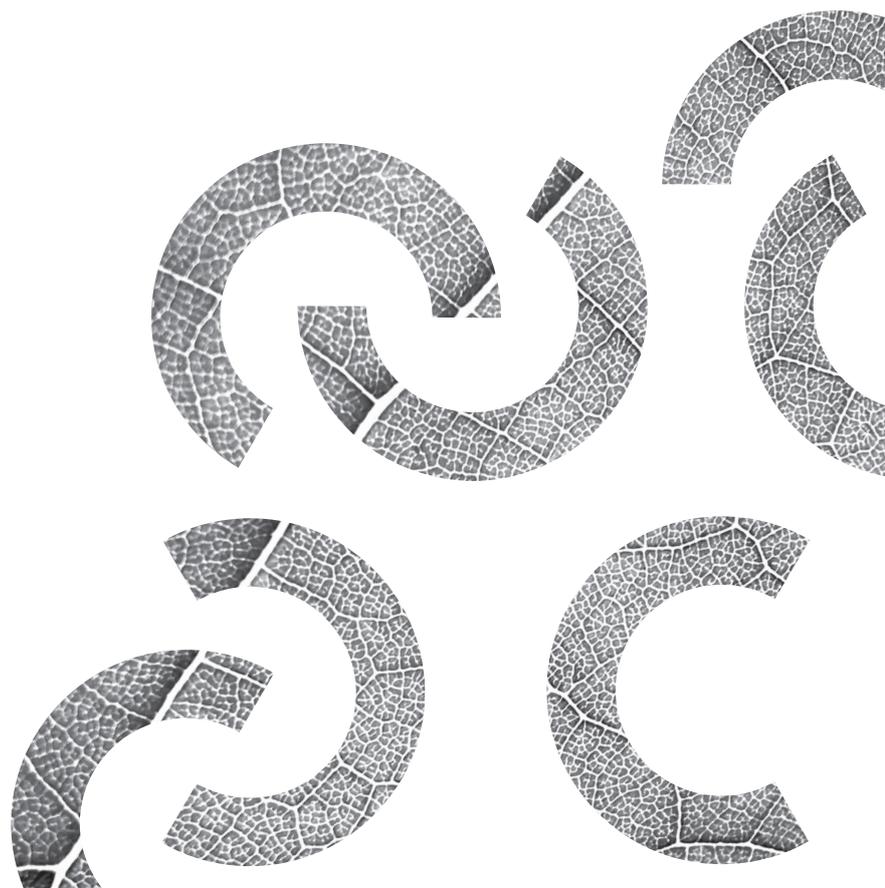
CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



CARTA DI CISON DI VALMARINO

La sostenibilità: elemento di competitività

CISON DI VALMARINO
31 MAGGIO 2022



• CONTESTO DI RIFERIMENTO •

Il turismo sostenibile si definisce come un *“Turismo capace di soddisfare le esigenze dei turisti di oggi e delle regioni ospitanti prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro. Tutte le risorse dovrebbero essere gestite in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica, i sistemi di vita dell'area in questione.”*^[1]

Da tale definizione emergono i tre pilastri valoriali sulla base dei quali viene declinato lo sviluppo turistico sostenibile^[2]:

- 1. Sostenibilità ambientale:** Fare un uso corretto delle risorse ambientali per proteggere i processi ecologici, il patrimonio naturale e la biodiversità;
- 2. Sostenibilità economica:** Assicurare strategie economiche di lungo termine al fine di fornire benefici socioeconomici a tutte le parti interessate che siano distribuiti equamente, compresi una stabile occupazione e servizi sociali per le comunità ospitanti;
- 3. Sostenibilità socio-culturale:** Rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, conservare le loro tradizioni e contribuire alla comprensione e tolleranza interculturale.

In quest'epoca di grandi cambiamenti sociali, ambientali ed economici, accelerati bruscamente dalla crisi pandemica e dai recenti eventi bellici in Europa, anche la filiera turistica nel suo complesso è stata messa a dura prova: dalla singola impresa ai comportamenti della domanda, nulla è rimasto invariato. In tale contesto, la sostenibilità assume un ruolo fondamentale e puntare all'evoluzione dell'intero sistema rappresenta la priorità. Investire nel nuovo, innovare i prodotti consolidati, valorizzare la trasversalità del turismo coordinando le imprese di settore e sviluppare le competenze propedeutiche sono alcune delle possibili azioni delineate all'interno del nuovo *Piano Strategico del Turismo del Veneto, 2022-2024.*^[3]

Proprio con l'esigenza di sensibilizzare l'attenzione sul tema dello sviluppo turistico sostenibile e amplificare la conoscenza dei principali concetti e strumenti operativi, la Direzione Turismo della Regione del Veneto ha avviato, all'interno del più ampio programma Interreg Italia - Croazia "Take it Slow", l'elaborazione di un "Manuale sulla Sostenibilità", di prossima pubblicazione e diffusione. Il presente Manifesto, ispirandosi agli stessi contenuti, vuole proporre una sintesi dei principali Obiettivi perseguibili dalle Destinazioni Turistiche nell'ottica di costruire una strategia condivisa ed efficace.

Il riferimento alla scala planetaria è dato dal quadro dei 17 obiettivi dello Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030, elaborati in sede dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) e adottati nel 2015, e per il raggiungimento dei quali il turismo può giocare un ruolo strategico.

Più specificamente, per quanto riguarda la promozione di un approccio sostenibile alla gestione delle destinazioni, i siti con designazioni UNESCO (i siti inclusi nella Lista del Patrimonio Mondiale, le Riserve della Biosfera, i Geoparchi e le Città Creative) possono giocare un ruolo di primaria importanza. UNESCO e Organizzazione Mondiale per il Turismo da tempo collaborano alla formulazione di policy advices per gli Stati Membri in materia di turismo sostenibile e responsabile. In particolare, il Centro del Patrimonio Mondiale ha adottato il World Heritage and Sustainable Tourism Program che aiuta i vari stakeholders istituzionali e, in particolar modo i gestori dei siti, ad adottare tutte le misure possibili per preservare nello spazio e nel tempo il loro valore eccezionale universale. Infine, il Piano Strategico per il Turismo (PST) italiano (che si fonda sui quattro principi fondamentali di sostenibilità, Innovazione, Accoglienza e Accessibilità) riconosce ai siti UNESCO un ruolo chiave nel contribuire ad accrescere l'attrattività del Sistema Paese.

Nell'invito universale ad adottare un cambio di paradigma, tutti gli attori della filiera sono chiamati a spendersi attivamente dando il proprio contributo. Il ruolo delle DMO di veicolare i valori di sostenibilità attraverso i rispettivi campi d'azione di *governance, destination management e destination marketing* risulta cruciale.

Attraverso il presente documento i rappresentanti delle regioni e delle destinazioni, si impegnano ad adottare tutte le misure necessarie per promuovere un turismo sostenibile all'interno del territorio, al fine di preservare le risorse ambientali, sociali e culturali e distribuire i benefici derivanti dall'attività turistica ai propri abitanti e ai propri ospiti, migliorandone la qualità della vita.

• OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ PER LE DESTINAZIONI TURISTICHE •

PRODOTTO

1. OFFERTA TURISTICA

Lavorare in sinergia con tutti gli attori del territorio per sviluppare un'offerta turistica altamente qualificante che, mettendo al centro la sostenibilità come valore fondante, sia in grado di: competere nel mercato tra le sustainable destination, destagionalizzare i propri flussi turistici e combattere il fenomeno dell'overtourism.

Con l'aggiornamento dei valori di sostenibilità all'interno di vision, obiettivi strategici e azioni dei propri *Destination Management Plan*, le DMO condividono con il presente Manifesto gli approcci del Piano Strategico Regionale e i 17 obiettivi dello Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030. Itinerari, prodotti, offerte integrate stimolano la scoperta dei luoghi meno noti e delle esperienze legate al turismo esperienziale, nel pieno rispetto delle identità locali, e permettono alle Destinazioni di posizionarsi nel mercato come valide alternative ai prodotti standard. Il coinvolgimento di tutti gli attori in un'operazione sinergica è elemento strategico per rendere le Destinazioni attrattive e servite durante tutto l'anno e per equilibrare i flussi turistici in modo sostenibile e all'interno della loro capacità di carico (*carrying capacity*) complessiva e delle singole componenti del loro sistema.

2. SLOW TOURISM

Sviluppare e promuovere un'offerta organizzata e variegata di turismo lento in ciascuna Destinazione turistica, per veicolare le attività sostenibili che possono essere praticate in risposta ai principali raggruppamenti motivazionali: cicloturismo, trekking e cammini, turismo fluviale e acquatico, turismo equestre.

Con maggiori investimenti nelle infrastrutture funzionali allo sviluppo del prodotto turistico le Destinazioni offrono un turismo lento di qualità, in cui i principali servizi sono garantiti dalla filiera imprenditoriale adeguatamente supportata. Un'appropriata comunicazione di tali prodotti, che comprendono una serie di strumenti, dalla corretta segnaletica in loco alla promozione online e offline, ne garantiscono l'adeguata fruibilità.

GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI E CULTURALI

3. GENIUS LOCI E IDENTITÀ CULTURALE

Valorizzare le identità culturali e le tipicità locali insite nelle Destinazioni turistiche e far emergere le caratteristiche intrinseche che le rendono uniche al mondo - il cosiddetto *genius loci*.

Il coinvolgimento delle comunità residenti attraverso iniziative di vario genere rafforza la propria identità culturale e permette di declinare al meglio il *genius loci* per creare prodotti turistici competitivi, che includono la proposta di esperienze autentiche, favoriscono l'incontro tra cittadini e turisti e la scoperta di tradizioni e costumi locali. Le Destinazioni che dedicano attenzione allo sviluppo del turismo esperienziale facilitano la nascita di nuove economie creative e innovative, valorizzano meglio le economie tradizionali grazie ai mestieri antichi - quali artigianato locale, agricoltura/allevamento/pesca nelle loro forme tradizionali e sostenibili - e valorizzano il proprio patrimonio culturale intangibile. In particolare, i siti di valore eccezionale universale, sia naturalistico che culturale, riconosciute come Patrimonio Mondiale dall'UNESCO, rappresentano per le Destinazioni degli asset particolarmente importanti da promuovere.

4. AREE NATURALI E BIODIVERSITÀ

Favorire azioni di salvaguardia delle aree naturalistiche fragili nonché delle aree ad alto valore paesaggistico presenti nelle Destinazioni, promuovendo forme di turismo responsabile e/o contingentato, nel pieno rispetto dei siti e dei relativi ecosistemi.

Per la salvaguardia del paesaggio all'interno delle Destinazioni diventano strategiche le azioni di lotta alla cementificazione e di ripristino delle aree naturali, quali ad es. riforestazione, ripascimento delle spiagge, bonifica

e/o rinaturalizzazione di aree danneggiate dalle attività antropiche, etc. Di altrettanta rilevanza è la sensibilizzazione di residenti e turisti sui temi di tutela del patrimonio naturale e della biodiversità, oltre che la promozione di azioni di responsabilizzazione attiva.

5. AREE MONTANE

Guidare le destinazioni montane nella risposta ai grandi temi contemporanei che le interessano: la fragilità dell'ecosistema naturale, la dimensione strutturale fatta di micro-imprenditorialità e l'evoluzione della domanda di mercato.

Il turismo montano registra una fase di maturità del suo ciclo di vita, dove è fondamentale agire attraverso la rivitalizzazione dell'offerta, la creazione di nuove strategie e l'allineamento ai trend di mercato. L'approccio sostenibile da adottare per l'adattamento al cambiamento climatico, che minaccia fortemente soprattutto l'offerta invernale, si rivela essere la migliore combinazione tra crescita economica e protezione delle risorse naturali. La generazione di conoscenza garantita dalle forme di confronto e dalle occasioni di crescita comune, le collaborazioni territoriali e la spinta all'innovazione sviluppano un approccio imprenditoriale e un'immagine professionale a favore della Destinazione. Il valore della qualità permea l'offerta variegata e organizzata di risorse, specificità e servizi, in condivisione con tutti gli stakeholder della Destinazione in ottica sistemica per la promozione di un prodotto area.

6. SISTEMA COSTIERO

Accrescere lo sviluppo sostenibile delle Destinazioni turistiche affacciate sul mare e sulla laguna⁴¹.

Le Destinazioni mirano a rafforzare la governance d'insieme per agire con un approccio coordinato e di gestione integrata dell'intero sistema costiero regionale. Azzerando le attività di pesca illegale o eccessiva che compromettono l'ecosistema acquatico, la vita marina è salvaguardata e si possono rivitalizzare i settori e le attività tradizionali, come il pescaturismo. L'educazione di turisti e residenti circa il tema della biodiversità è un passaggio alla base per la sua tutela. Altrettanto importanti sono le azioni di riduzione della cementificazione della costa, di limitazione della desertificazione insieme a pratiche di pesca sostenibile.

TRADE & INVESTIMENTI

7. IMPRESE LOCALI E CRESCITA ECONOMICA

Puntare al consolidamento di un sistema economico locale etico e sostenibile, forte e competitivo sul mercato, che tragga parte della sua linfa vitale dalle ricadute positive della filiera turistica di destinazione.

L'innovazione d'impresa, la responsabilità sociale d'impresa e le produzioni responsabili sono ambiti in cui è fondamentale il supporto delle Destinazioni, che si fanno portavoce verso l'intero sistema turistico delle opportunità e linee di finanziamento offerte da enti pubblici territoriali, nazionali ed europei, anche mediante un'efficace azione di comunicazione interna. In parallelo, il monitoraggio dell'impatto ambientale delle attività svolte all'interno delle Destinazioni permette di raggiungere la loro neutralità carbonica.

INFRASTRUTTURE

8. ARRIVARE A DESTINAZIONE

Sviluppare adeguati sistemi infrastrutturali che permettano di raggiungere le Destinazioni turistiche in modo sostenibile dai principali hub intermodali, privilegiando collegamenti a basso impatto.

Le Destinazioni promuovono la creazione di accordi strategici con i principali stakeholder del sistema regionale infrastrutturale e dei trasporti e li affiancano in fase di co-progettazione di piani strategici. L'incentivazione di sistemi intermodali e il potenziamento di flotte e linee di mezzi di trasporto collettivo a basso impatto ambientale, anche sulle lunghe percorrenze, sono azioni essenziali per offrire l'opportunità di raggiungere le varie Destinazioni in maniera sostenibile.

9. MUOVERSI A DESTINAZIONE

Sviluppare all'interno di ciascuna Destinazione turistica un'offerta integrata di mobilità e micro-mobilità sostenibile, adeguata alle caratteristiche della località e *user friendly*, insieme ad un sistema di itinerari e percorsi ciclo-pedonali.

Le Destinazioni promuovono l'utilizzo di mezzi pubblici di trasporto a basso impatto, per raggiungere facilmente i principali punti di interesse nonché i punti strategici di interscambio. L'adozione di soluzioni di micro-mobilità sostenibile condivisa, l'installazione di colonnine elettriche per *e-cars* ed *e-bike* e l'implementazione di reti ciclo-pedonali sono soluzioni strategiche che favoriscono la mobilità interna delle Destinazioni nel pieno rispetto dell'ambiente.

10. SVILUPPO URBANISTICO E CONSUMO DI SUOLO

Progettare città sempre più ecologiche, efficienti e vivibili, che possano offrire spazi di qualità ai propri abitanti e visitatori.

Le Destinazioni ripensano i propri centri urbani attraverso politiche di rigenerazione del patrimonio immobiliare esistente, volte all'efficientamento energetico degli edifici, e di "costruire sul costruito", limitando al massimo il consumo di nuovo suolo e di impoverimento degli spazi verdi e naturali a causa di ulteriori cementificazioni. Nel disegno delle *sustainable destination* non possono mancare il recupero in chiave innovativa delle aree urbane degradate e la qualificazione degli spazi pubblici. A livello di governance, diventa strategico il coinvolgimento delle DMO nella co-progettazione dei piani urbanistici dei propri territori afferenti.

CONSUMO

11. ENERGIA, ACQUA E RIFIUTI

Aumentare il livello di performance in ciascuna delle Destinazioni turistiche in tema di energia da fonti rinnovabili, gestione della risorsa idrica e gestione dei rifiuti.

Per far fronte ai cambiamenti climatici e limitare il degrado ambientale, le Destinazioni puntano ad incrementare la quantità di energia pulita autoprodotta e a migliorare la gestione della risorsa idrica, contrastando l'inquinamento delle acque, limitando gli sprechi idrici negli spazi pubblici e incentivando tra i privati l'utilizzo di sistemi di raccolta delle acque meteoriche e di dispositivi per la riduzione di sprechi. In merito alla gestione dei rifiuti, viene aumentata la percentuale di raccolta differenziata e promosse pratiche virtuose alternative alla logica dell'usa e getta, quali iniziative di riuso, vendita dell'usato e di prodotti sfusi. Le Destinazioni promuovono localmente politiche di *carbon pricing*, *carbon tax* e *carbon credit* e azioni in linea con Green New Deal, così da sensibilizzare la comunità in tema di lotta al cambiamento climatico.

DATI E COMPETITIVITÀ

12. DIGITAL ^[5]

Supportare la transizione digitale delle Destinazioni.

DMO, MICE e PMI ricorrono ad un utilizzo sempre più diffuso e capillare del *Destination Management System* regionale nelle loro attività. Per favorire la transizione digitale, si incoraggia la diffusione tecnologica per la promozione e la fruizione del patrimonio culturale e naturale e si incentiva l'impiego di strumenti digitali a supporto della mobilità sostenibile e l'interconnessione modale a vantaggio di residenti e turisti. La sensibilizzazione delle PMI circa la digitalizzazione viene promossa attraverso sportelli e promoters, comunicazione semplificata e diretta, partecipazione ad eventi di settore. È importante dotarsi di strumenti di analisi che consentano di monitorare ad es. la reputazione online e il sentiment dei visitatori, la performance delle strutture ricettive, la distribuzione di arrivi e presenze^[6].

13. MISURAZIONE DEL LIVELLO DI SOSTENIBILITÀ

Misurare e monitorare costantemente il livello di sostenibilità e l'impatto del turismo sia a livello di singola DMO sia a livello di Destinazione Veneto.^[7]

Il conseguimento di certificazioni di sostenibilità delle comunità e i percorsi di certificazione rivolti a strutture ricettive, imprese e organizzatori di eventi sono strumenti strategici per le Destinazioni in quanto garantiscono maggiore competitività e un migliore posizionamento nel mercato. Monitorare e misurare costantemente l'impatto del turismo sui territori e il proprio livello di sostenibilità attraverso l'utilizzo di strumenti di gestione e strumenti di valutazione del ciclo di vita (LCA) dei vari prodotti e servizi offerti, consente alle Destinazioni di mettere in atto politiche e azioni volte al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità indicati nel presente Manifesto.

14. COMUNICAZIONE DEI RISULTATI

Comunicare con continuità e trasparenza le azioni sostenibili intraprese dalle Destinazioni, per competere efficacemente sul mercato posizionandosi come *green destinations*.

Le Destinazioni si impegnano ad aggiornare periodicamente la comunità sulle azioni sostenibili da loro intraprese creando iniziative di coinvolgimento diretto di turisti e residenti, anche attraverso campagne social. Le Destinazioni raccolgono, valorizzano e diffondono le proprie iniziative e quelle promosse dalle imprese del territorio, per acquisire competitività e presentarsi sul mercato come green destinations.

INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA

15. INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA

Rendere gli uffici di Informazione e Accoglienza Turistica delle Destinazioni i primi ambasciatori in loco dei valori espressi e condivisi dal presente Manifesto, nonché dell'offerta turistica sostenibile promossa dalla Destinazione stessa.

L'estensione e l'adozione della "Carta dell'Accoglienza" permette alle Destinazioni di fare dell'accoglienza il proprio punto di forza, coinvolgendo tutti i referenti delle DMO attraverso incontri mirati.^[8] La formazione del personale IAT e degli operatori della Rete Info Point sui temi della sostenibilità ed in particolare su proposte e prodotti green presenti nella propria Destinazione, li rende veri e propri ambasciatori in loco. Le Destinazioni veicolano informazioni legate alla mobilità sostenibile e agli eventi sostenibili per aggiornare residenti e turisti sull'offerta promossa dalla destinazione stessa. Ove possibile, alle stampe dei materiali di comunicazione si predilige l'utilizzo di canali e dispositivi digitali.

16. FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Sensibilizzare ed informare residenti e turisti circa la prioritaria importanza di uno sviluppo turistico sostenibile, fornendo adeguati riferimenti e strumenti per l'applicazione di comportamenti virtuosi. La comunicazione chiara ed accessibile di tutte le possibili pratiche e/o iniziative promosse dalla singola Destinazione in materia di sostenibilità è fondamentale per coinvolgere e sensibilizzare turisti e residenti. Le Destinazioni sviluppano piani di marketing ad hoc multicanale e promuovono l'organizzazione di eventi ad impatto positivo per dare voce ai messaggi di sostenibilità e invogliare la comunità a partecipare attivamente ad iniziative e proposte sostenibili.

CAPITALE UMANO, LAVORO EQUO E DI QUALITÀ, CAPACITY BUILDING, INCLUSIONE SOCIALE

17. INCLUSIONE SOCIALE

Come enunciato da Agenda 2030 con il suo 10° obiettivo, *ridurre le disuguaglianze* è un orizzonte universale per ambire ad una piena sostenibilità sociale. Il turismo può essere un potente strumento che agisce in questa direzione, se coinvolge le popolazioni locali e tutte le principali parti interessate al suo sviluppo.^[9]

Il contesto lavorativo, politico, sanitario, di istruzione e di servizi di tutti i territori afferenti alle DMO sono accessibili a tutti, colmando i gap di genere, di provenienza sociale e geografica. Le Destinazioni sono attente ai bisogni specifici di particolari categorie di turisti e si prodigano perché ciascuna possa beneficiare servizi e prodotti rispondenti alle proprie peculiarità, senza discriminazione o clusterizzazione alcuna.

GOVERNANCE & POLICY

18. LA FORZA DELLA RETE

Avviare un Tavolo di Coordinamento stabile che veda coinvolte la Regione, le rispettive DMO territoriali e gli enti gestori dei siti UNESCO, per confrontarsi sui temi della sostenibilità, sulle azioni prioritarie da mettere in campo e sullo sviluppo di un'offerta turistica sostenibile integrata.

La realizzazione e condivisione di report e dati sulla sostenibilità legata al turismo nella propria destinazione e la creazione di club di prodotto in chiave green, sia a livello di destinazione sia a livello regionale, favorisce il coordinamento tra le parti e la creazione di una rete forte e strategica per la Destinazione stessa. Le Destinazioni si impegnano a condividere le pratiche virtuose di turismo sostenibile, in particolare quelle facilmente applicabili, nell'ottica di sviluppare un'offerta turistica sostenibile e integrata.

Cison di Valmarino, 31 maggio 2022

Mario Pozza
Presidente

Camera di Commercio di Treviso – Belluno | Dolomiti

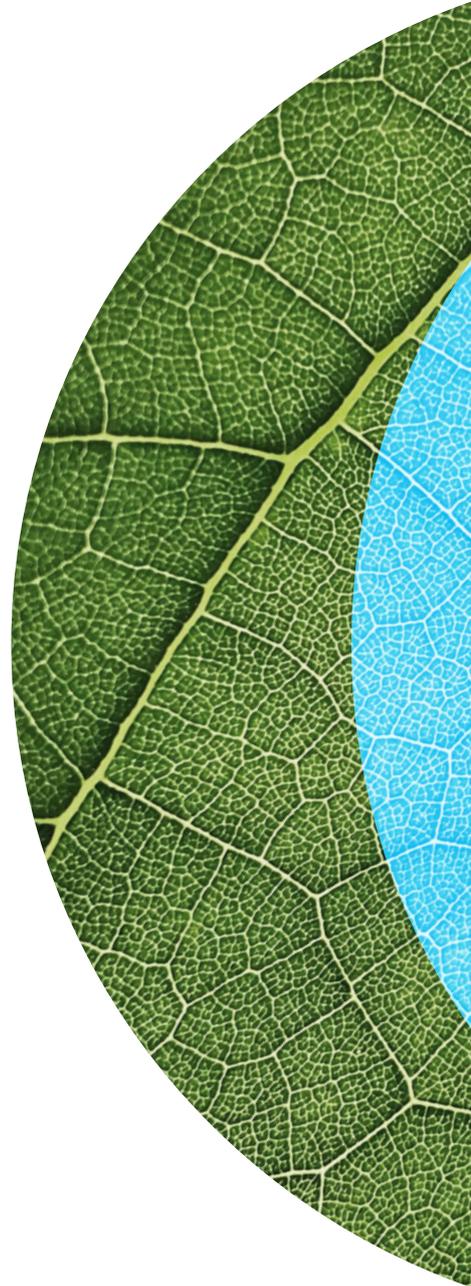


Angelo Tortorelli
Presidente

Associazione Mirabilia Network



- [1] Fonte: UNWTO
- [2] Fonte: *Glossario & Termini per uno Sviluppo Turistico Sostenibile* (2021), a cura di E. Mingotto e A. Miotto
- [3] Fonte: PSTV 2021 - 2023
- [4] Rif. ad Agenda 2030, Ob.14 – *La vita sott'acqua*
- [5] Fonte: PSTV 2021-2023, A.4.2 *Digitale*
- [6] Fonte: <https://osservatorioturismoveneto.it>
- [7] Rif. al PSTV 2021-2023, A.2.1.1. *Avviare un programma regionale coordinato di certificazioni ambientali (per imprese e destinazioni) con la prospettiva di pervenire ad un marchio unico oggettivato di sostenibilità*
- [8] Fonte: PSTV 2021-2023, A.1.2.3
- [9] Fonte: *Glossario & Termini per uno Sviluppo Turistico Sostenibile* (2021), a cura di E. Mingotto e A. Miotto





Cooperation agreement
for the coordination of actions aimed at the development of
Mirabilia network

between

the Association Mirabilia Network – Italy, represented by Mr. Angelo Tortorelli,
President (hereinafter referred to as “Mirabilia Association”)

and

the Chamber of Commerce and Industry of Tarn – France, represented by Mr
Michel Bossi, President (hereinafter referred to as “CCI Tarn”)

HAVING SAID THAT

- The Parties acknowledge that the joint cooperation between Chambers of commerce across Europe operating in a UNESCO site can be an asset in connecting their tourism ecosystems, combining the offer of culture, gastronomy, arts, handicrafts, fashion, creative industries, design, cultural and natural heritage and the value chain of cultural tourism services (accommodation, transport, tour operators, art craft, food and beverage, mobility, museums, theatres, etc.) with an integrated, holistic and bottom-up approach;
- In December 2017 the Mirabilia Association has been formally established in Italy 18 Italian Chambers of commerce from different regions and Unioncamere are currently members of the association;
- In November 2019, the representatives of around 30 Chambers of Commerce from Bulgaria, Croatia, France, Greece and Spain and the Mirabilia Association signed a Memorandum of Understanding, in view of establishing the European Mirabilia Network of Chambers of Commerce; in the Memorandum the signatory CCIs have defined objectives, joint areas of cooperation and governance of the network;
- CCI Tarn intends to promote the creation and coordination of the French Mirabilia network, starting with the organization of a b2b event in January 2023.

Having stated all the above, the Parties agree upon the following:

1. GENERAL PURPOSE OF THE PROTOCOL OF INTENTION

The protocol rules the operational framework of the future cooperation between the Mirabilia Association and CCI Tarn through a series of joint initiatives for the development of the Mirabilia network in a transnational dimension.

The Parties agree on the following general purpose of the collaboration:

- Establishing the framework for mutual cooperation between the Italian and French networks;
- Building strategic partnerships with the UNESCO sites' managing authorities in all the territories covered by the networks;
- Enhance the visibility and credibility of Mirabilia with the European Institutions (European Commission, European Parliament, European Economic and Social Committee, Committee of the Regions etc.)

2. AREAS OF COOPERATION

To ensure the coherent development of the Mirabilia model defined in recent years, thanks to the activities carried out by the Italian network, Mirabilia Association and CCI Tarn undertake to develop the following actions in their respective territories:

- Promote a cultural tourist offer, including the local food and craft sector, by organising regular international B2B events;
- Promote the creation of thematic tourism itineraries;
- Improve the skills of young people and employees by promoting and organising training and education activities, including at the university level;
- Develop a common communication, marketing, and promotional activity at the European and International levels;
- Encourage the exchange of good practices between network members with ad hoc initiatives.

3. WAYS OF COOPERATION

Each party may submit to the other proposals for cooperation that will be subject to approval in accordance with the governance rules set up in article 4.

The focus will be on the following forms of cooperation:

- Transparency/visibility and reports/communication of joint events and activities;

- Exchange of information on current and future activities of mutual interest;
- Participation of Mirabilia Association representatives in events organized by CCI Tarn and *viceversa*;
- Participation with joint projects in mutually interesting European/International financing programmes
- Organization of yearly meetings to define mutually interesting areas of cooperation;
- Any other initiative considered to be important for the development of the cooperation in accordance with this agreement

4. GOVERNANCE

A 3-member Steering Committee will be set up, chaired by the Mirabilia Association, with one representative from each party, to validate the initiatives to be implemented in Italy and France

5. USE OF THE LOGO

The use of the logo, registered by the Italian Association, will be allowed for all the initiatives and activities validated by the Steering Committee (see art.4).

6. FINANCIAL RESPONSIBILITIES

Each party will cover the costs related to its attendance to meetings and its involvement to the activities under this collaboration agreement. Each party remains free of its decision on its participation in a given activity.

Participation in joint projects co-financed by the European Commission, EU Parliament or other European or international organizations, will entail a financial responsibility for each of the partners involved based on the rules provided in the specific call for proposals/tenders.

7. SETTLEMENT OF DISPUTE

The parties shall settle any disputes arising in the implementation of this collaboration agreement through friendly consultation.

8. EFFECTIVENESS AND VALIDITY IN TIME

- This collaboration agreement will come into force from the date of signature by the Parties and shall remain effective for a period of 1 year. After its expiration, it can be revised or renewed.
- Either party can terminate the agreement by sending a written notification to the other party three months prior to the expiration date.

The Parties have signed this Cooperation agreement in the English language, in two original copies.

For the “Mirabilia Network” association

Signed by Mr. Angelo Tortorelli, President

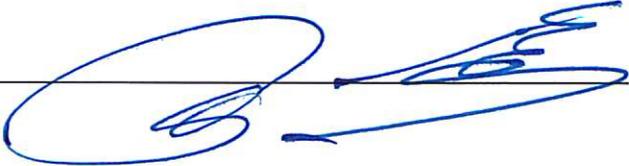
Signature _____



For the Chamber of Commerce and Industry of Tarn

Signed by Mr. Michel Bossi, President

Signature _____



Genova, 17 October 2022

IEG BUYERS' OFFICE

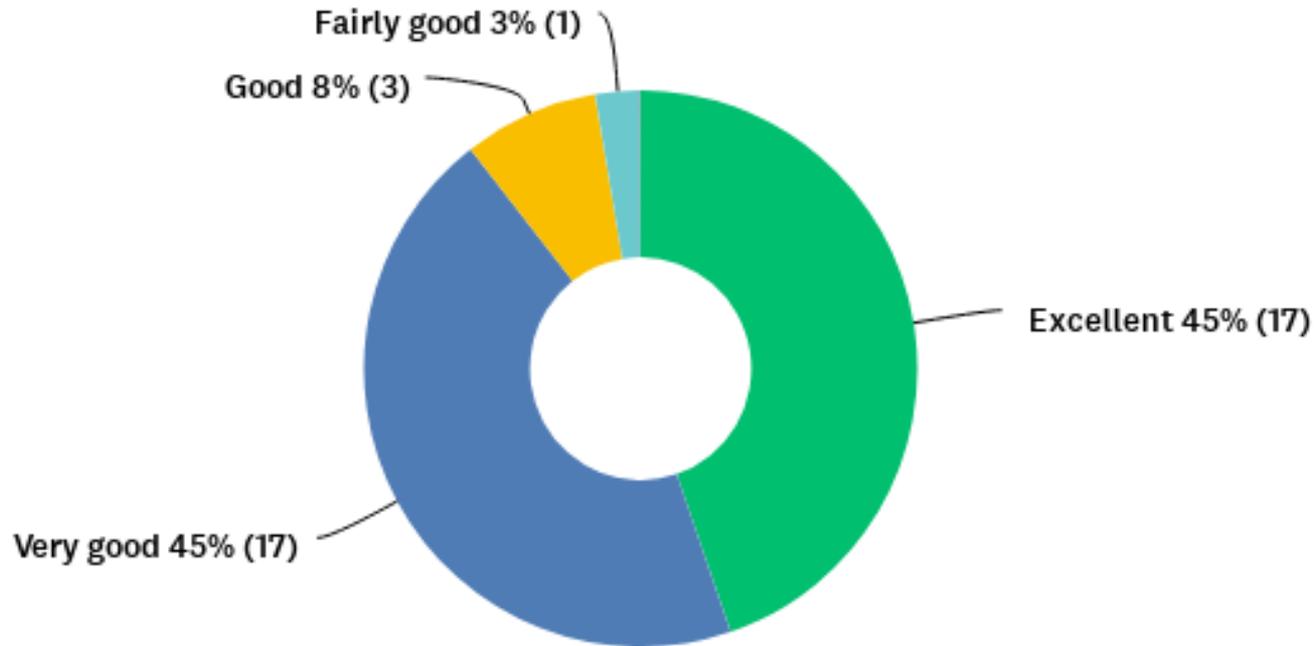
MIRABILIA 2022

Questionario di gradimento buyer
REPORT - 18.11.2022

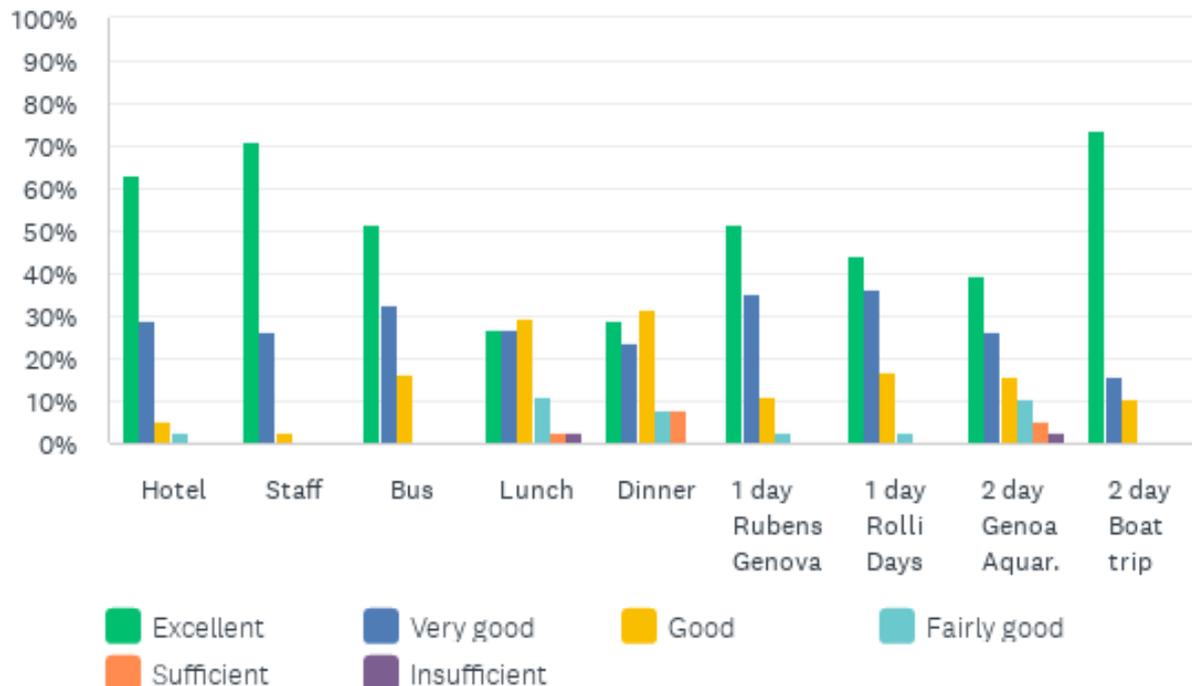
n. buyer partecipanti: 44

n. questionari analizzati: 38

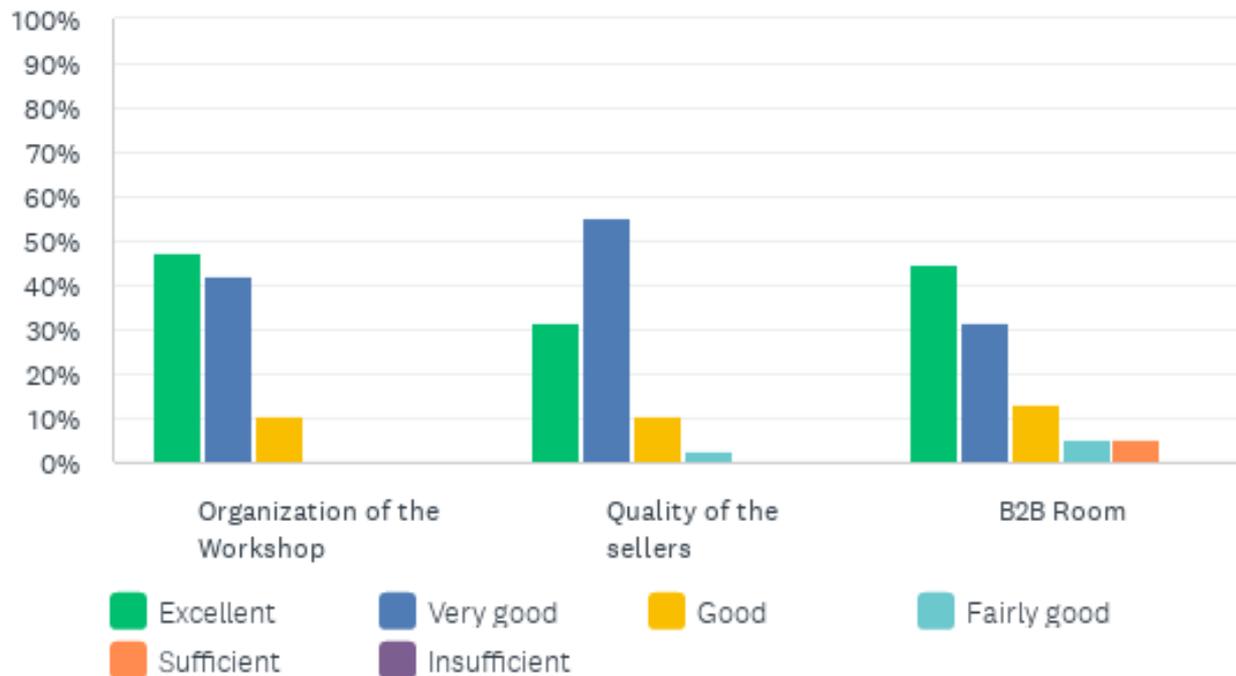
1. What is your general opinion about Mirabilia 2022?



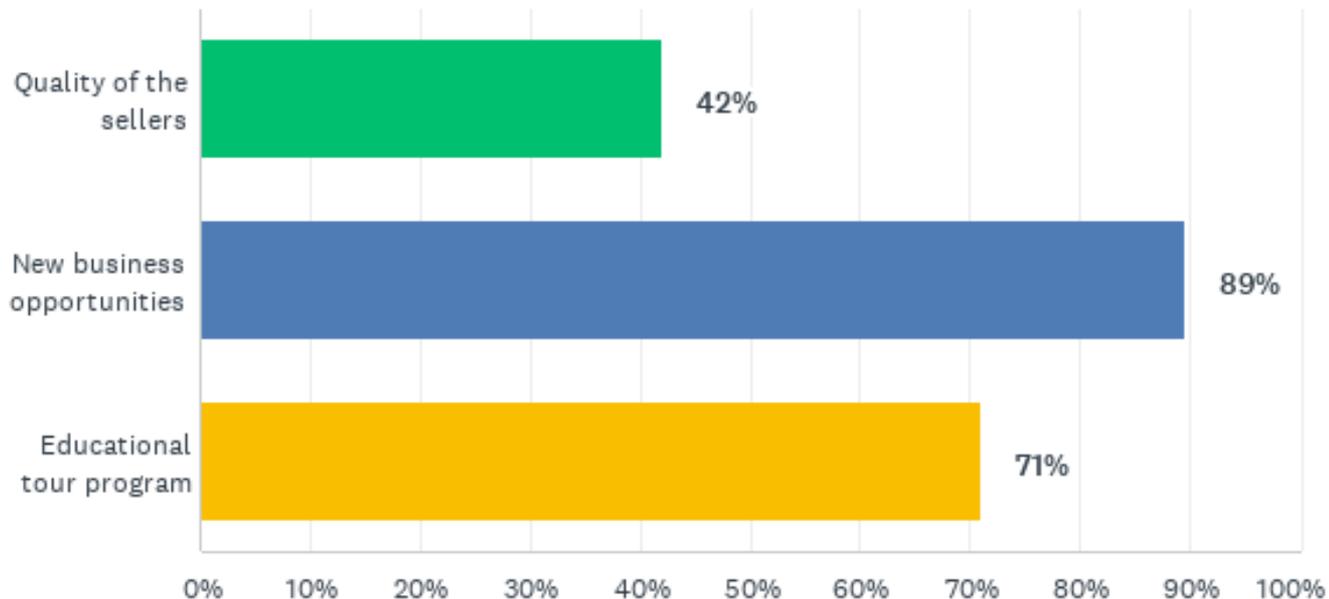
2. What about these specific services in Genova?



3. And what about these specific services related to the B2B?



4. Which are the most interesting features of Mirabilia 2022? (multiple choice)



5. Do you have any suggestion or advice for the next edition?

PROGRAM

- Have dinners not end too late
- The meal time was a little bit delayed
- Some short free time on own in the program needed. Too many activities for 12-14 hours per day. Everything else was great.
- It may be better if you can shorten duration of dinner or make it earlier so participants may get more rests for next day
- To have at least one option of free time during one afternoon or evening to discover the area on our own to meet our specific, individual business needs. Make sure that the foods offered at each restaurant are different. We ended up with the same few set menus from each place and this is simply not necessary

5. Do you have any suggestion or advice for the next edition?

B2B

- Would be nice to have a wider range of suppliers
- A larger meeting room would be more comfortable
- Terrazza where we had the B'2B hall was so small and warm instead some desks were on the terrace more fresh

GENERAL

- I thought it was perfect. I have no suggestions. Keep doing the same. Bravo to the Mirabilia team
- Just a huge THANK YOU. Whatsapp group was a great idea
- This was my first time doing something with Mirabilia and I thought the program was really excellent and beneficial and I thank you

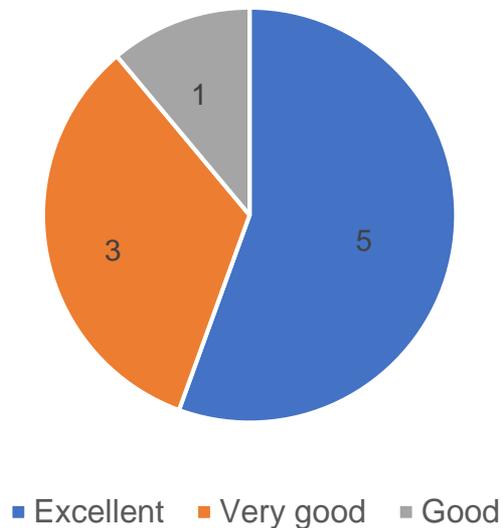
MIRABILIA EDUCATIONAL TOURS

EDUCATIONAL TOURS 2022

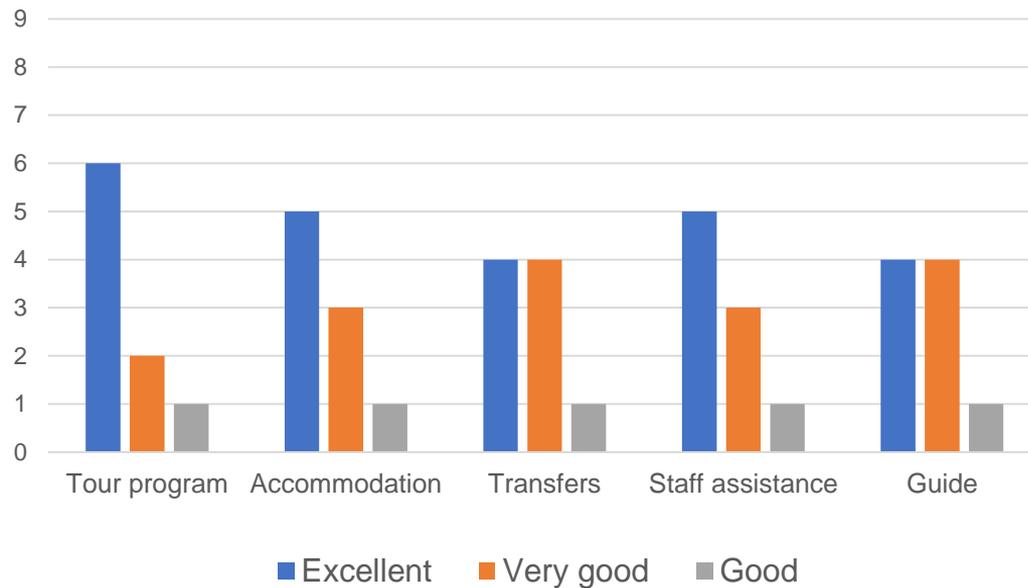
Tour	n. buyer partecipanti	n. risposte analizzate
Basilicata	10	9
Friuli Venezia-Giulia	9	8
Liguria	4	2
Sardegna	8	7
Umbria	6	5
TOT.	37	31

BASILICATA TOUR - 9 risposte

What is your general opinion about the tour?



What about these specific Tour services?



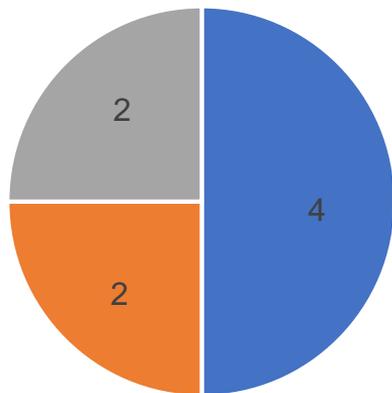
COMMENTS

BASILICATA

- It was nice to visit the various accommodations.
- Super
- I learned a lot!
- I loved the post tour. It was mind blowing
- Guide/staff had limited knowledge of the English language. Also, it would have been more convenient have all guests in one or two properties

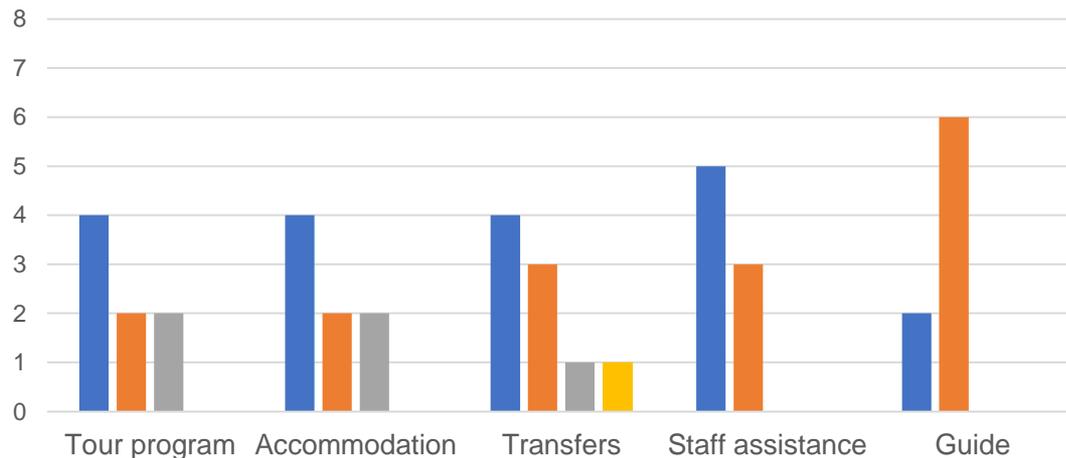
FRIULI TOUR - 8 risposte

What is your general opinion about the tour?



■ Excellent ■ Very good ■ Good

What about these specific Tour services?



■ Excellent ■ Very good ■ Good ■ Fairly good

COMMENTS

FRIULI

- Friuli has a lot of potential and diversity
- The only bad thing in the program was the "scheduled meetings". We already had the meetings in TTG & Mirabilia. So there were no seller arriving so we only sat in the room for 1,5 hours waiting
- Thank you everyone

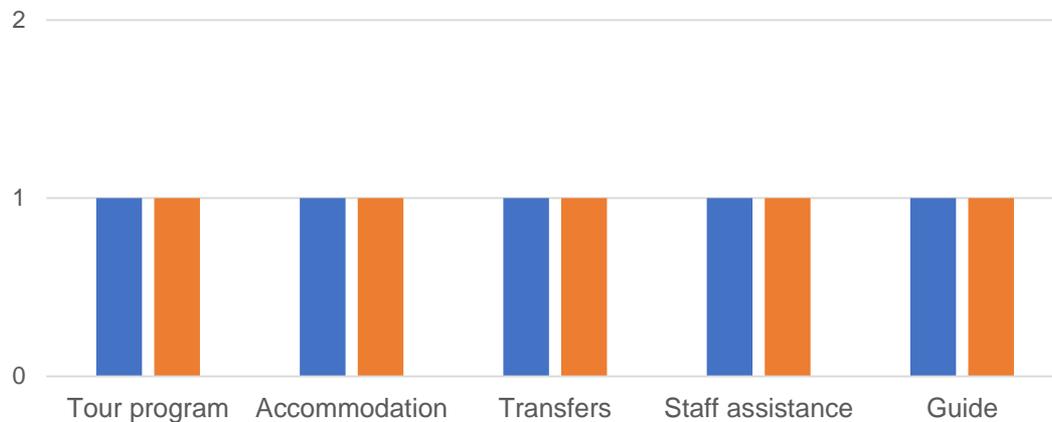
LIGURIA TOUR - 2 risposte

What is your general opinion about the tour?



■ Excellent

What about these specific Tour services?



■ Excellent ■ Very good

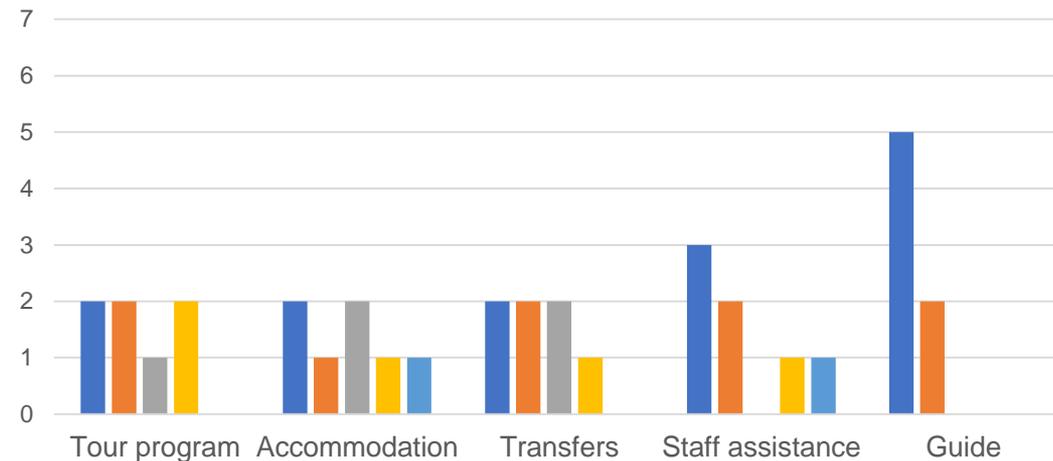
SARDEGNA TOUR - 7 risposte

What is your general opinion about the tour?



■ Excellent ■ Very good ■ Good ■ Fairly good

What about these specific Tour services?



■ Excellent ■ Very good ■ Good ■ Fairly good ■ Sufficient

COMMENTS

SARDEGNA

- I don't feel the accommodation we stayed at or saw was at they quality of what we sell. I also don't feel our time was best spent at certain locations, especially being the end of the season, seeing hotels and locations that were pretty much closed, didn't give the best impression of what they had to offer
- We did not discover hardly any accommodations or restaurants on Sardegna. While I found the educational aspects (the nature park tour and the candelieri) to be very interesting to me as a person, this does not help my business as much as visiting more hotels, and (for me) meeting with tour operators and DMCs. The professional wine tasting was fun for me as a former wine trade professional
- everything was perfect !!

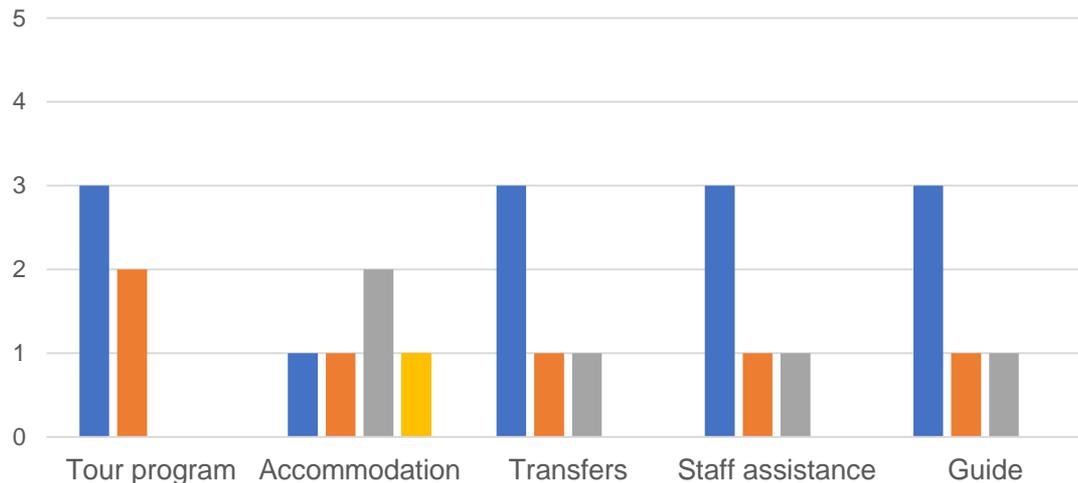
UMBRIA TOUR - 5 risposte

What is your general opinion about the tour?



■ Excellent ■ Very good

What about these specific Tour services?



■ Excellent ■ Very good ■ Good ■ Fairly good

COMMENTS

UMBRIA

- Begonia guide was excellent, and the olive oil cantina was excellent

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

International Buyers Office
ITALIAN EXHIBITION GROUP S.P.A

Foro Buonaparte, 74 | 20121 Milano
buyersttg@iegexpo.it