Project co-financed by the European Regional Development Fund

INCIRCLE Circular Tourism Strategy

By the Consorzio Oltrepò Mantovano

Final Draft

Index

1 Introduction 3
1.1 The template 3
2. INCIRCLE strategy for the transition towards a more circular tourism 4
2.0 Step 0: Work plan and team 4
2.1 Step 1: Context Analysis 4
2.1.1 EU, national, regional and local framework of reference 4
2.1.2 Current tourism features, trends, etc., in the destination 16
2.1.4 Weighted list of positive and negative impacts linked to tourism flows 23
2.1.5 Tourism sector mid- to long-term (5 to 10 years) development trends 25
2.1.6 SWOT and CAME analysis 27
2.2.2 Step 2: Governance 30
2.2.1 Stakeholders identification 30
2.2.2 SWG design and implementation 33
2.3 Step 3: Design of the strategy 36
2.3.1 Definition of the current scenario 36
2.3.2 Definition of shared common vision, goals and main targets 37
2.3.3 Definition and planning of measures and related output indicators 42
2.3.4 Timeline of measure implementation 54
2.3.5 Development of future scenarios 58
2.4 Step 4: Monitoring, evaluation and sources for funding 59
2.4.1 Monitoring strategy implementation 59
2.4.2 Evaluating strategy implementation 65
2.4.3 Funding 65

1 Introduction

1.1 The template

This template, based on Deliverable 3.3.1 (Operational Model, final version dated 30/06/2020) which serves as reference, is to be used to produce the extended report in English language providing all essential information on the drafts of the strategies produced so far.

The template consists of 5 sections (or steps), namely 'Work-plan and team', 'Context analysis', 'Governance , 'Design of the strategy', ' Monitoring, evaluation and sources for funding'.

The template has to be completed in all its sections in English, respecting the format and the number of characters. Please use diagrams and bullet point lists whenever possible to facilitate evaluation.

The report has to be sent no later than January 29th, 2021 in a Word format to:

- AREA: enrico.longato@areasciencepark.it, Fabrizia.salvi@areasciencepark.it, anja.starec@areasciencepark.it,
- EWA: manuel.sapiano@gov.mt, dylan.schembri@gov.mt, aaron.cutajar@gov.mt

A PPT template will be shared in January 2021, where basic data and information from the strategy need to be reproduced for the mid-way stock-take session to be held during the project mid-way stock take workshop that will be organized in February 2021.

After receipt of the strategies, a first feedback will be forwarded to all partners, specifying any required integration or additional information to be included before the mid-way stock-take session.

2. INCIRCLE strategy for the transition towards a more circular tourism

2.0 Step 0: Work plan and team

Il lavoro è stato realizzato dal Consorzio Oltrepò Mantovano (COM): Simone Taddei, Carmelita Trentini, Valeria Longhi, Daniele Cuizzi, con l'assistenza tecnica di SL&A Srl: Roberto Mazzà e Alice Recchia.

2.1 Step 1: Context Analysis

2.1.1 EU, national, regional and local framework of reference

Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile *(CIPE, 2017)*

La Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS) disegna una visione di futuro e di sviluppo incentrata sulla sostenibilità, quale valore condiviso e imprescindibile per affrontare le sfide globali del nostro paese. Partendo dall'aggiornamento della "Strategia d'azione ambientale per lo sviluppo sostenibile in Italia 2002-2010", affidato al Ministero dell'Ambiente dalla Legge n. 221 del 28 dicembre 2015, la SNSvS assume una prospettiva più ampia e diventa quadro strategico di riferimento delle politiche settoriali e territoriali in Italia, disegnando un ruolo importante per istituzioni e società civile nel lungo percorso di attuazione, che si protrarrà sino al 2030. La Strategia nazionale di sviluppo sostenibile (SNSvS), che dà attuazione all'Agenda 2030, è strutturata in cinque aree, corrispondenti alle cosiddette "5P" proposte dall'Agenda 2030: Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership, articolate in Scelte strategiche e gli Obiettivi Strategici Nazionali. Individua inoltre 5 vettori di sostenibilità, aree trasversali attraverso le quali dare attuazione alla SNSvS: I. Conoscenza comune, II. Monitoraggio e valutazione di politiche, piani e progetti, III. Istituzioni, partecipazione e partenariati, IV. Educazione, sensibilizzazione, comunicazione, V. Modernizzazione della pubblica amministrazione e riqualificazione della spesa pubblica.

Strategia nazionale per l'economia circolare *(Linee Programmatiche per l'aggiornamento attualmente in consultazione)*

Con la nuova "Strategia nazionale per l'economia circolare", incentrata su eco-progettazione ed ecoefficienza, si intende definire i nuovi strumenti amministrativi e fiscali per potenziare il mercato delle materie prime seconde, la responsabilità estesa del produttore e del consumatore, la diffusione di pratiche di condivisione e di "prodotto come servizio", supportare il raggiungimento degli obiettivi di neutralità climatica, definire una roadmap di azioni e di target misurabili di qui al 2040.

Piano Strategico Nazionale per una mobilità sostenibile *(D.P.C.M. 1360 del 24 aprile 2019)*

Il Piano strategico della mobilità sostenibile è destinato al rinnovo del parco autobus dei servizi di trasporto pubblico locale e regionale, alla promozione e al miglioramento della qualità dell'aria con tecnologie innovative, in attuazione degli accordi internazionali sulla riduzione delle emissioni, nonché degli orientamenti e della normativa europea. Per tali finalità è previsto uno stanziamento statale complessivo di 3.700 M€.

Piano Nazionale Integrato per l'Energia e il Clima 2030 (PNIEC) in attuazione *del regolamento (UE) 2018/1999*

Con il Piano Nazionale Integrato per l'Energia e il Clima vengono stabiliti gli obiettivi nazionali al 2030 sull'efficienza energetica, sulle fonti rinnovabili e sulla riduzione delle emissioni di CO2, nonché gli obiettivi in tema di sicurezza energetica, interconnessioni, mercato unico dell'energia e competitività, sviluppo e mobilità sostenibile, delineando per ciascuno di essi le misure che saranno attuate per assicurarne il raggiungimento.

Strategia energetica nazionale (SEN2017) (Decreto interministeriale del 10 novembre 2017)

La Strategia si pone l'obiettivo di rendere il sistema energetico nazionale più:

- competitivo: migliorare la competitività del Paese, continuando a ridurre il gap di prezzo e di costo dell'energia rispetto all'Europa, in un contesto di prezzi internazionali crescenti
- sostenibile: raggiungere in modo sostenibile gli obiettivi ambientali e di de-carbonizzazione definiti a livello europeo, in linea con i futuri traguardi stabiliti nella COP21
- sicuro: continuare a migliorare la sicurezza di approvvigionamento e la flessibilità dei sistemi e delle infrastrutture energetiche, rafforzando l'indipendenza energetica dell'Italia

Il Piano Strategico del Turismo (PST)

In Italia per la prima volta anche la sostenibilità è entrata a pieno titolo nella programmazione strategica, anche a seguito degli incontri di Pietrarsa[1]. È stato infatti nel "Pst 2017 – 2022 Italia Paese per Viaggiatori" che il concetto di turismo sostenibile ha conquistato un valore di tutto rilievo, anche per il fatto che i flussi continuano a rimanere concentrati soprattutto su alcuni grandi siti. Infatti, l'intero sistema delle strategie, degli obiettivi e degli interventi del Piano è stato disegnato e attuato nel rispetto di tre principi trasversali: sostenibilità, innovazione e accessibilità/permeabilità fisica e culturale. In termini di sostenibilità "strategie, interventi e azioni del PST devono contribuire a rafforzare sistematicamente la sostenibilità del turismo nelle sue diverse accezioni relative ad ambiente, territorio, salvaguardia del patrimonio, sistema socioeconomico, cultura e cittadinanza". Il PST infatti ha declinato la sostenibilità non solo in termini ambientali, affinché nel mentre si tutela e si conserva il paesaggio e le nostre estese risorse naturali, si possano anche stimolare investimenti e valorizzazione. Un altro degli obiettivi è quindi la distribuzione di opportunità fra aree centrali e interne dell'Italia, in qualsiasi stagione dell'anno.

Il PNRR scheda turismo

Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) è il documento che il governo italiano ha predisposto per illustrare alla Commissione Europea come l'Italia intende investire i fondi che arriveranno

[1] Gli Stati generali del turismo sostenibile, si sono svolti al museo ferroviario di Pietrarsa a Portici (Napoli). Si è trattato di una iniziativa voluta dal Ministero dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo in fase di condivisione degli obiettivi per la redazione del Piano strategico del Turismo in Italia. Tre giorni di incontri e dibattiti, oltre cinquecento partecipanti, operatori nel settore del turismo, cinque sessioni di lavoro, 27 tavoli di discussione.

nell'ambito del programma Next generation EU. Il Piano prevede per l'Italia 191,5 miliardi di euro distribuiti nel periodo 2021-2026. Tale strumento si declina in 6 Missioni relative ai temi della digitalizzazione e innovazione, transizione ecologica e rivoluzione verde, mobilità sostenibile, istruzione e ricerca, inclusione e coesione e infine salute. Il PNRR dedica un capitolo specifico ai fondi per il turismo nell'ambito della missione 1. Tra gli interventi previsti un portale, un investimento apparentemente massiccio sulla competitività, un "programma speciale" ritagliato su Roma capitale. Ma i benefici veri arriveranno da altri provvedimenti più generali: è infatti molto probabile che i più importanti risultati del Piano nazionale di ripresa e resilienza sul settore del turismo non saranno prodotti dalle misure di investimento previste nella componente ma più realisticamente, è nella digitalizzazione complessiva del sistema-paese, nell'impulso al trasporto ferroviario veloce e locale, nella riqualificazione dei suoi hub (le medie stazioni) e nella "svolta green" che si verificheranno gli effetti più importanti. In molti casi si tratta di "esternalità", ma in altri si tratta di componenti dirette dei prodotti turistici nazionali e delle loro qualità: la diffusione della cultura e dell'offerta di banda e di servizi online, la raggiungibilità veloce e la fruibilità lenta intermodale delle destinazioni turistiche, l'accresciuta sostenibilità ambientale dei territori. Anche la rimozione delle barriere fisiche e cognitive giocherà un ruolo di primo piano, insieme alla rigenerazione di molti luoghi (tra cui i borghi e i giardini) e alla apertura e gestione di patrimoni ancora non fruibili, soprattutto in luoghi alternativi a quelli caratterizzati, fino a tutto il 2019, dal sovra-turismo. È in questo quadro che vanno viste le attenzioni riservate ai tre fondamentali investimenti indicati nel Pnrr al titolo "Turismo", sotto un cappello in cui sono riportati concetti condivisibili quali: riqualificazione, ammodernamento, network e aggregazione. Interessante l'analisi delle ricadute degli interventi e la loro trasversalità in termini di riduzione dei divari territoriali, a partire dalla diffusione della banda ultra-larga in tutto il Mezzogiorno, dei divari di genere (il turismo è un settore notoriamente a prevalenza femminile) e dei divari generazionali, in quanto gli interventi dovrebbero favorire l'occupazione giovanile. Andando nello specifico delle misure previste per la misura 4 Turismo 4.0 si riporta quanto segue:

Investimento	**Descrizione**	**Importo**
4.1 Hub del turismo digitale	L'obiettivo del progetto è creare un Hub del turismo digitale, accessibile attraverso una piattaforma web dedicata, che consenta il collegamento dell'intero ecosistema turistico al fine di valorizzare, integrare, favorire la propria offerta. L'investimento si compone di tre linee di intervento: 1. Messa a scala del portale Italia.it migliorandone l'interfaccia utente, integrandolo con fonti di dati aggiuntive, ampliandone il portafoglio servizi a disposizione del turista (ad es. assistenza e informazioni sanitarie) e delle professioni turistiche (guide). L'implementazione di contenuti editoriali tematici (ad es. turismo sostenibile) e rivolti a specifici target (ad es., sezione dedicata ai turisti asiatici), anche utilizzando i canali social, è finalizzata ad aumentare l'attrattività per la scelta delle destinazioni di viaggio e la scalabilità del portale	0,11 mld

	2. Sviluppo di un data lake e adozione di modelli di intelligenza artificiale per analizzare (in forma anonima) i dati sul comportamento online degli utenti e i flussi turistici in aree di maggiore e minore interesse, al fine di una migliore segmentazione della domanda il sistema di data analytics aggrega in info grafiche i dati settoriali a disposizione dell'ecosistema degli operatori del settore. 3. Sviluppo di un "Kit di supporto per servizi digitali di base" (sistema informativo per la promozione e gestione delle attività turistiche, supporto all'adozione e formazione) a beneficio degli operatori turistici di piccole e medie dimensioni nelle zone più arretrate del Paese. I risultati attesi intendono rafforzare gli operatori più deboli nella sfida della trasformazione digitale supportandoli nell'espansione e nel potenziamento della qualità dei servizi erogati. Che poi vuol dire essenzialmente acquisire strumenti di contatto diretto con i clienti e costruire rapporti vantaggioso con i canali di vendita.	
4.2 - Fondi integrati per la competitività delle imprese	Si deve partire dalla constatazione che le imprese turistiche in Italia sono quelle ricettive (dove si dorme) e quelle che organizzano e vendono i viaggi. A loro favore viene destinata la fetta teoricamente più grossa, 1,8 miliardi, suddivisi in: 1. Credito fiscale (530 milioni): per aumentare la qualità dell'ospitalità turistica con investimenti finalizzati alla **sostenibilità ambientale** (fonti rinnovabili a minor consumo energetico) alla riqualificazione e all'aumento degli standard qualitativi delle strutture ricettive italiane. Verrà prevista una percentuale di Fondo perduto per incentivare gli investimenti in un periodo complesso come quello post-Covid 2. Fondo di Fondi BEI (Turismo Sostenibile 748 milioni): Fondo ad effetto leva 1:3 capace di generare più di due miliardi di investimenti nelle aree: a) del turismo di montagna sia per infrastrutture sia per servizi ricettivi; b) del settore Business e dell'offerta turistica top quality; c) **nel turismo sostenibile** e nell'upgrade dei beni mobili e immobili connessi all'attività turistica. Il Fondo può raccogliere capitale attraverso la partecipazione ad iniziative delle istituzioni finanziarie europee per concedere crediti agevolati al settore turistico 3. Potenziamento del Fondo Nazionale del Turismo (150 milioni) destinato alla riqualificazione di immobili ad alto potenziale turistico, in particolare degli alberghi più iconici, al	1,79 mld

	fine di valorizzare l'identità dell'ospitalità italiana di eccellenza, e favorire l'ingresso di nuovi capitali privati, altri fondi pubblici 4. Sezione Speciale Turismo del Fondo Centrale di Garanzia (358 milioni) per facilitare l'accesso al credito per gli imprenditori che gestiscono un'impresa esistente o per i giovani che intendono avviare una propria attività 5. Partecipazione del MiTur al capitale del Fondo Nazionale del Turismo, un fondo di fondi real estate con l'obiettivo di acquistare, rinnovare e riqualificare strutture alberghiere italiane (1.500 camere d'albergo), tutelando proprietà immobiliari strategiche e di prestigio e sostenendo ripresa e crescita delle catene alberghiere operanti in Italia, soprattutto nelle regioni meridionali.	
Caput Mundi – Next generation EU per grandi eventi turistici	Attraverso Caput Mundi si è inteso cogliere un'importante opportunità per sviluppare un modello di turismo sostenibile in uno dei poli di maggiore interesse turistico a livello nazionale e in connessione anche all'evento giubilare. Si vuole creare un itinerario turistico nazionale che muovendo dalla Capitale porti il turismo lungo i percorsi nazionali spesso meno noti ma non meno unici.	0,50 mld
Riforma 4.1 - Ordinamento delle professioni delle guide turistiche	Infine, viene citata una riforma senza costi, ma anche senza contenuti: l'ordinamento delle professioni delle guide L'obiettivo della riforma è di dare, nel rispetto dell'autonomia locale, un ordinamento professionale alle guide turistiche e al loro ambito di appartenenza. L'applicazione sistematica e omogenea della riforma permetterebbe di regolamentare i principi fondamentali della professione e di standardizzare i livelli di prestazione del servizio su tutto il territorio nazionale, producendo un effetto positivo sul mercato. La riforma prevedrà interventi di formazione e aggiornamento professionale al fine di supportare al meglio l'offerta.	-

Il livello regionale

Dispositivo/atto	Descrizione
Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile (D.g.r. 4967/2021)	La Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile (SRSVS) è stata approvata dalla Giunta regionale il 29 giugno 2021. Essa coniuga gli obiettivi di Agenda 2030 e della Strategia Nazionale secondo le caratteristiche, le esigenze e le opportunità del territorio lombardo. In considerazione anche degli obiettivi posti dalle politiche europee, nazionali e regionali e dal posizionamento attuale della regione, essa individua gli obiettivi strategici che la Lombardia si impegna a perseguire applicando il principio di sviluppo sostenibile. La Strategia Regionale di Sviluppo Sostenibile della Lombardia è articolata in cinque macroaree strategiche: Salute, uguaglianza, inclusione Educazione, formazione e lavoro Infrastrutture, innovazione, competitività e città Mitigazione dei cambiamenti climatici, energia, produzione e consumo Sistema eco-paesistico, adattamento ai cambiamenti climatici, agricoltura
Documento di Indirizzo Strategico (DIS) per la politica di coesione 2021-2027 (D.g.r. 1818/2019)	Il Documento di Indirizzo Strategico (DIS) per la politica di coesione 2021-2027 individua le priorità su cui investire le risorse che verranno messe a disposizione di Regione Lombardia, articolandole per i 5 Obiettivi di Policy definiti dalla Proposta di regolamento generale per i Fondi 2021-27. Attualmente il Programma FESR 2021-2027 è in corso di redazione.
Documento di Economia e Finanza Regionale (DEFR) 2022-2024 (D.g.r. 4934/2021)	Il Documento di Economia e Finanza Regionale (DEFR) è il documento che annualmente aggiorna le linee programmatiche del PRS (Programma Regionale di Sviluppo) per il periodo compreso nel bilancio pluriennale. Esso individua 5 priorità per sostenere la ripresa e lo sviluppo nel triennio 2022-2024: Rilancio del sistema economico e produttivo; Bellezza, natura e cultura lombarde; Istruzione, formazione, ricerca e lavoro; Territorio connesso e sviluppo sostenibile; Persona prima di tutto.
Piano regionale degli interventi per la qualità dell'aria (PRIA) **(D.g.r. 593/2013, aggiornato con D.g.r. 449/2018)**	L'aggiornamento 2018 del PRIA conferma quelli del PRIA 2013 (rientro nei limiti di concentrazione per le zone e agglomerati ove tali limiti sono superati e non peggioramento delle condizioni nelle aree dove i limiti della normativa sono rispettati) ed è volto alla individuazione e alla attuazione di misure per la riduzione delle emissioni in atmosfera con il conseguente miglioramento dello stato della qualità dell'aria attraverso una maggiore specificazione delle azioni e un rilancio delle iniziative di medio e lungo periodo già previste dal PRIA 2013.
ACQUISTI VERDI	
Piano d'Azione Regionale per gli acquisti Verdi	Il Piano integra formalmente nel contesto regionale le previsioni del Codice degli Appalti (Decreto legislativo n. 50 del 18 aprile 2016 e Decreto legislativo 19 aprile 2017, n. 56) impegnandosi nella promozione di un

(Comunicazione in Giunta Regionale 26 maggio 2020)	approccio alla politica di prodotto che consideri gli effetti complessivi dei consumi, con attenzione all'intero ciclo di vita.
MOBILITA'	
Programma Regionale della Mobilità e dei Trasporti (PRMT) **(D.c.r. 1245/2016)**	Il Programma Regionale della Mobilità e dei Trasporti (PRMT) è uno strumento che delinea il quadro di riferimento dello sviluppo futuro delle infrastrutture e dei servizi per la mobilità di persone e merci in Lombardia. Con il supporto di modelli di previsione specifici sono stati stimati i benefici che deriveranno dagli interventi programmati: 1. ridurre la congestione stradale, principalmente nelle aree e lungo gli assi più trafficati; 2. migliorare i servizi del trasporto collettivo; 3. incrementare l'offerta di trasporto intermodale; 4. contribuire a ridurre gli impatti sull'ambiente; 5. favorire la riduzione dell'incidentalità stradale rispettando gli obiettivi posti dalla UE.
Piano Regionale della Mobilità Ciclistica (PRMC) **(D.g.r. 1657/2014)**	Il Piano Regionale della Mobilità Ciclistica (PRMC) definisce indirizzi per l'aggiornamento della pianificazione degli Enti locali e norme tecniche per l'attuazione della rete ciclabile di interesse regionale con l'obiettivo di favorire e incentivare approcci sostenibili negli spostamenti quotidiani e nel tempo libero. Il Piano individua il sistema ciclabile di scala regionale mirando a connetterlo e integrarlo con i sistemi provinciali e comunali, favorisce lo sviluppo dell'intermodalità e individua le stazioni ferroviarie "di accoglienza"; propone una segnaletica unica per i ciclisti; definisce le norme tecniche ad uso degli Enti Locali per l'attuazione della rete ciclabile di interesse regionale.
ENERGIA	
Atto di indirizzi per la definizione del Programma Regionale Energia Ambiente e Clima, ai sensi dell'art. 30 della l.r. 26/2003 **(D.c.r. 1445/2020)**	Il Programma Regionale Energia Ambiente e Clima (PREAC) è un nuovo strumento di pianificazione energetico-climatico che aggiornerà e integrerà il PEAR. In coerenza con il contesto internazionale, comunitario e nazionale, il PREAC si svilupperà con obiettivi al 2030 e con visione al 2050. Il PREAC assumerà quale driver principale la riduzione dei consumi in tutti i settori di utilizzo finali. A partire dalle valutazioni sugli sforzi attivabili in tutti i settori dell'azione regionale, il PREAC supporterà la definizione di target settoriali (civile e terziario, industria, trasporti, agricoltura, mobilità) di riduzione dei consumi energetici negli usi finali e delle correlate emissioni climalteranti e la caratterizzazione del ruolo delle politiche regionali rispetto a tali target.
Approvazione del	Il Programma Energetico Ambientale Regionale (PEAR) è lo strumento di programmazione introdotto dalla l.r. 26/2003, che definisce il quadro

Programma Energetico Ambientale Regionale (PEAR) **(D.g.r. 3706/2015, successivamente modificata con D.g.r. 3905/2015)**	strategico di riferimento con il quale vengono stabiliti "i fabbisogni energetici regionali e le linee di azione, anche con riferimento: 1) alla riduzione delle emissioni di gas responsabili di variazioni climatiche, derivanti da processi di carattere energetico; 2) allo sviluppo della produzione di energia da fonti rinnovabili e assimilate; 3) al contenimento dei consumi energetici nei settori produttivo, residenziale e terziario; 4) al miglioramento dell'efficienza nei diversi segmenti della filiera energetica." (art. 30, l.r. 26/2003). Il PEAR vigente (approvato nel 2015) ha come orizzonte di riferimento il 2020 e assume come obiettivo driver la riduzione dei consumi da fonte fossile in un'ottica di corresponsabilità tra i vari settori interessati, da cui consegue anche la riduzione delle emissioni di gas climalteranti.
Atto di indirizzi per la definizione del Programma Regionale Energia Ambiente e Clima, ai sensi dell'art. 30 della l.r. 26/2003 **D.c.r. 1445/2020) (strumento presente anche in "Cambiamenti climatici"**)	Il Programma Regionale Energia Ambiente e Clima (PREAC) è un nuovo strumento di pianificazione energetico-climatico che aggiornerà e integrerà il PEAR. In coerenza con il contesto internazionale, comunitario e nazionale, il PREAC si svilupperà con obiettivi al 2030 e con visione al 2050. Il PREAC assumerà quale driver principale la riduzione dei consumi in tutti i settori di utilizzo finali. A partire dalle valutazioni sugli sforzi attivabili in tutti i settori dell'azione regionale, il PREAC supporterà la definizione di target settoriali (civile e terziario, industria, trasporti, agricoltura, mobilità) di riduzione dei consumi energetici negli usi finali e delle correlate emissioni climalteranti e la caratterizzazione del ruolo delle politiche regionali rispetto a tali target.
RIFIUTI	
Programma Regionale di Gestione dei Rifiuti 2014-2020 (PRGR) **(D.c.r. 280/2011 e D.g.r. 1990/2014)**	Il Programma rappresenta lo strumento di programmazione attraverso cui Regione Lombardia definisce in maniera integrata le politiche in materia di prevenzione, riciclo, recupero e smaltimento dei rifiuti, nonché di gestione dei siti inquinati da bonificare.
Atto di indirizzo del nuovo PRGR "Piano Verso l'Economia Circolare" **(D.c.r. 980/2020)**	L'Atto di indirizzi prevede l'adeguamento ai nuovi e più ambiziosi obiettivi delle Direttive del Pacchetto Economia Circolare in materia di riciclaggio dei rifiuti urbani (le principali novità riguardano l'innalzamento target riciclo rifiuti urbani e da imballaggio, il limite al conferimento massimo in discarica, l'estensione degli obblighi di raccolta separata ai rifiuti organici, tessili e domestici pericolosi), nonché l'introduzione delle misure per la riduzione della plastica, in particolare monouso, previste dalla Direttiva 2019/904/UE. Partendo dall'analisi del contesto e dalla valutazione del raggiungimento degli obiettivi del PRGR 2014, l'Atto di indirizzi stabilisce i contenuti della programmazione dei rifiuti urbani, la programmazione per gli imballaggi e i rifiuti da imballaggio, la prevenzione dei rifiuti, la programmazione della riduzione dei rifiuti da collocare in discarica, fornisce obiettivi per la gestione

	dei rifiuti speciali e definisce obiettivi e priorità per la bonifica delle aree contaminate. Specifici focus saranno sviluppati in chiave di sempre maggiore recupero e riciclaggio su alcune frazioni dei rifiuti, urbani (plastiche e rifiuti ingombranti, oltre all'aggiornamento dei focus già presenti nel PRGR 214 relativi a RAEE, FORSU, oli esausti) e speciali (rifiuti inerti e scorie da acciaieria e fonderia, gestione dei fanghi da depurazione e rifiuti contenenti amianto). L'Atto di indirizzo costituisce parte del Piano Regionale dei rifiuti e delle Bonifiche, ai sensi della l.r. 26/2003, insieme al Programma di gestione dei rifiuti, al cui elaborazione è in corso e che sarà approvato dalla Giunta.
ACQUA	
Piano di Tutela delle Acque (PTA) **(D.g.r. 6990/2017)** **Atto di Indirizzi per la politica di uso e tutela delle acque della Lombardia** **(D.c.r. 929/2015)**	Il PTA è lo strumento per regolamentare le risorse idriche in Lombardia, attraverso la pianificazione della tutela qualitativa e quantitativa delle acque. Il PTA è stato approvato come aggiornamento del PTA 2007 ed è formato da: Atto di Indirizzo, approvato dal Consiglio regionale, che contiene gli indirizzi strategici regionali in tema di pianificazione delle risorse idriche; Programma di Tutela e Uso delle Acque (PTUA), approvato dalla Giunta regionale, che costituisce, di fatto, il documento di pianificazione e programmazione delle misure necessarie al raggiungimento degli obiettivi di qualità ambientale.

La pianificazione dell'Oltrepò Mantovano

Piano di sviluppo strategico dell'Oltrepò Mantovano 2021-2027

Il Consorzio si è dotato del **Piano di Sviluppo Strategico dell'Oltrepò Mantovano 2021-2027**, esito di un percorso di lavoro promosso dagli organi amministrativi del Consorzio, che a partire da ottobre 2020 hanno avviato una serie di tavoli tematici con l'obiettivo di portare avanti una forma partecipata con i comuni consorziati. Il Piano di sviluppo è, quindi, un documento strategico che è stato redatto alla fine di questo percorso e che raccoglie le progettualità del territorio in vista della prossima programmazione di risorse europee e nazionali 2021-2027. Gli assi su cui sono stati incentrati i tavoli tematici sono i seguenti:

- Cultura / Turismo
- Infrastrutture / Trasporti / Mobilità
- Energia / Ambiente / Rifiuti
- Welfare / Politiche sociali
- Aree interne / Transizione digitale.

I temi sono stati selezionati appositamente in linea con quelli stabiliti dalla strategia NEXTGENERATIONITALIA. Quello delle "Aree interne" si pone come tema a parte, perché si è configurato come un percorso per la realizzazione di un dossier di candidatura dell'Oltrepò Mantovano come area interna da presentare alla Regione Lombardia. Per ciascuna tematica sono

state identificate delle "Azioni Faro", cioè degli ambiti all'interno dei quali devono ricadere i progetti operativi, come schematizzato nella tabella seguente. Per quanto riguarda il tavolo "Aree interne", nella tabella sono riportate le fasi del percorso per la redazione del dossier di candidatura.

Fasi del percorso di redazione della candidatura "Aree interne"

Cultura Turismo	Infrastrutture Trasporti Mobilità	Energia Ambiente Rifiuti	Welfare Politiche sociali	Aree interne Transizione digitale
MaB UNESCO	Piano per mobilità alternativa	PAESC (Patto dei sindaci per energia e clima)	Nuovo Welfare – strumento coesione sociale e rigenerazione aree rurali	Istituzione tavoli tecnici con Stakeholders
Promozione e Marketing territoriale	Piano per mobilità intermodale	Implementazione rete ecologica, tutela biodiversità	Politiche attive per integrazione sanitaria e sociale	Individuazione azioni faro
Creazione ponti con città faro	Piano infrastrutturazione digitale/transizione al digitale	Incremento dotazione arborea OM	Aziende speciali per gestione servizi sociali	Costituzione cabina di regia
Costruzione reti fra pubblico e privato	Piano strategico di Marketing per mobilità OM 2050	Mappatura siti maggiormente inquinanti		Incarico per definizione candidatura
		Futura gestione rifiuti		

Sulla base di quanto emerso dagli incontri realizzati per ogni tavolo tematico (Tavoli Tematici Generali), per ogni Azione Faro sono state individuate delle sotto-azioni, per le quali sono state infine raccolte una serie di Schede Progetto da realizzarsi negli anni 2017-2021.

Tavolo tematico "Cultura e Turismo"

Particolarmente significativa risulta questa tematica nell'ottica di uno sviluppo del territorio sempre più sostenibile e incentrato sulla valorizzazione dei suoi tanti attrattori. Per questo grande attenzione è stata riservata alla sostenibilità in ottica turistica attraverso la definizione di una serie di sotto-azioni ricadenti nell'**Azione Faro MaB UNESCO**. L'Oltrepò Mantovano è uno dei territori ricompresi nell'area MaB "Po Grande". Considerando che questo riconoscimento rappresenta un fattore fortemente strategico per lo sviluppo in chiave turistica del territorio, come primo step si è deciso di creare il **marchio Oltrepò Mantovano "Po Grande"**, per valorizzare le piccole produzioni locali e le strutture di accoglienza turistica. Altra sotto-azione è la creazione di una **rete turistica**, da realizzarsi attraverso la creazione di itinerari e percorsi che mettano in rete tutti gli attrattori culturali del

territorio incentrati sul patrimonio culturale, enogastronomico e naturalistico locale. L'obiettivo è di creare una serie di percorsi che vedono il Consorzio nel ruolo di coordinatore/capofila e che devono essere commercializzati grazie al supporto dei tour operator. Il potenziamento della **navigazione fluviale** a scopo turistico è emerso come tematica particolarmente importante nell'ottica di un collegamento degli attracchi fluviali interni e con la città di Mantova e anche per la creazione di itinerari che colleghino polarità turistiche di appeal internazionale sull'asse Cremona-Ferrara-Delta-Venezia.

Essendo l'Oltrepò Mantovano in un punto nodale del cicloturismo continentale e nazionale, importanza particolare riveste il potenziamento del **cicloturismo** grazie ad una serie di sotto-azioni che valorizzino gli itinerari cicloturistici e creino una rete tra operatori. Il tavolo ha riconosciuto, inoltre, la necessità di creare una uniformità organizzativa nella proposta di **eventi sul territorio** (performances teatrali, percorsi enogastronomici, ecc.) attraverso un coordinamento di eventi già esistenti e la creazione di un cartellone di nuovi. Infine, è emersa la necessità di procedere alla riformulazione della CETS, **Carta Europea del Turismo Sostenibile**, attualmente scaduta e da rinnovare. Questa diventa fondamentale per mettere a sistema i diversi tipi di turismo individuati: ciclistico, fluviale, museale e culturale, rurale, naturalistico, enogastronomico ed esperienziale. Con l'**Azione Faro "Ponti con città faro"** si prevede di creare una strategia di relazioni con le città faro limitrofe all'Oltrepò Mantovano, cioè città il cui patrimonio culturale ha ottenuto il riconoscimento UNESCO, come Mantova e Ferrara, legate storicamente ad altre città come Verona, Modena e Reggio Emilia. Con l'**Azione Faro "Reti pubblico-privato"** si vuole, invece, creare un corridoio di sostegno alle imprese che hanno chiuso a causa del Covid e che vogliono riconvertirsi nel settore del turismo, puntando soprattutto sulla fascia degli under 40. Legata a questa sotto-azione è quella che prevede la progettazione di protocolli di intesa innovativi per promuovere la collaborazione tra pubblico e privato nella gestione di beni comuni (musei, teatri, fiere, eventi, ecc.). L'ultima **Azione Faro** di questo tavolo tematico è **"Comunicazione"**, che prevede una serie di azioni finalizzate alla comunicazione, marketing e promozione dell'Oltrepò Mantovano.

Tavolo tematico "Infrastrutture, Trasporti, Mobilità"

Strettamente legata alla tematica turistica è quella della mobilità, soprattutto attraverso il potenziamento della rete infrastrutturale sostenibile e alternativa, perfettamente in linea con lo sviluppo del territorio. L'**Azione Faro "Mobilità alternativa"** punta proprio sullo sviluppo e sul rafforzamento delle piste ciclabili attraverso la realizzazione di un collegamento intercomunale ciclabile e di ciclovie. L'obiettivo è di favorire l'uso delle due ruote in condizioni di sicurezza e relax anche per gli spostamenti casa/lavoro e casa/scuola. A questo si aggiunge la messa in sicurezza dei ponti sul Po e la loro riqualificazione attraverso l'adeguamento per i percorsi ciclabili. Dovranno, poi, essere adeguate ai nuovi standard in tema di sostenibilità anche le direttrici viarie principali attraverso manutenzione, riqualificazione delle carreggiate, creazione di una rete di ricarica per auto e bici elettriche. Altra Azione Faro è quella dedicata alla **Mobilità intermodale**, da realizzarsi principalmente con la creazione di un'area ZES (Zona Economica Speciale) nell'area di Ostiglia e di altri comuni limitrofi (è stata programmata la redazione e l'invio della candidatura); l'elettrificazione delle linee ferroviarie e il rafforzamento del trasporto pubblico locale. Non è solo necessario

progettare le infrastrutture, ma anche sensibilizzare all'uso di mobilità alternativa. È questo che l'**Azione Faro "Piano strategico di marketing per la mobilità OM 2050"** vuole fare, con progetti che prevedono la sensibilizzazione di cittadini e studenti in collaborazione con le scuole. Infine, si prevede un piano per la **transizione al digitale** che prevede di portare la fibra in tutti i comuni del territorio.

Tavolo tematico "Energia, Ambiente, Rifiuti"

All'interno di questo tavolo sono state definite le linee di sviluppo della strategia territoriale nell'ottica della *green economy* per i prossimi 10 anni per il territorio dell'Oltrepò Mantovano. Si tratta di una serie di azioni che vanno dalla progettazione di mobilità alternativa (tema legato a quanto visto nei tavoli precedenti), alla gestione dei rifiuti, allo sviluppo di risorse energetiche sostenibili, alla valorizzazione e promozione dell'agricoltura biologica, all'adozione di politiche di efficienza edilizia. Particolarmente importante è il ruolo che giocano le aree rurali perché è proprio lì che si trova il giusto bagaglio di risorse che garantiranno il futuro stesso del paese. L'obiettivo del Consorzio dell'Oltrepò Mantovano è di costruire un progetto per sostenere uno sviluppo sostenibile e resiliente del territorio, attraverso la creazione di una delle *Green Communities*, sul modello di quelle che il PNRR ha identificato come finanziabili per uno sviluppo futuro sostenibile del territorio. Rientrano in questo tavolo tematico le seguenti 4 Azioni Faro: Tutela della biodiversità, implementazione della rete ecologica, incremento della dotazione arborea, adattamento climatico; il **PAESC**, Patto dei sindaci sulle strategie di decarbonizzazione/transizione green e di adattamento al cambiamento climatico; Rifiuti, inquinamento e siti produttivi dismessi; Educazione ambientale.

Tavolo tematico "Welfare, Politiche sociali"

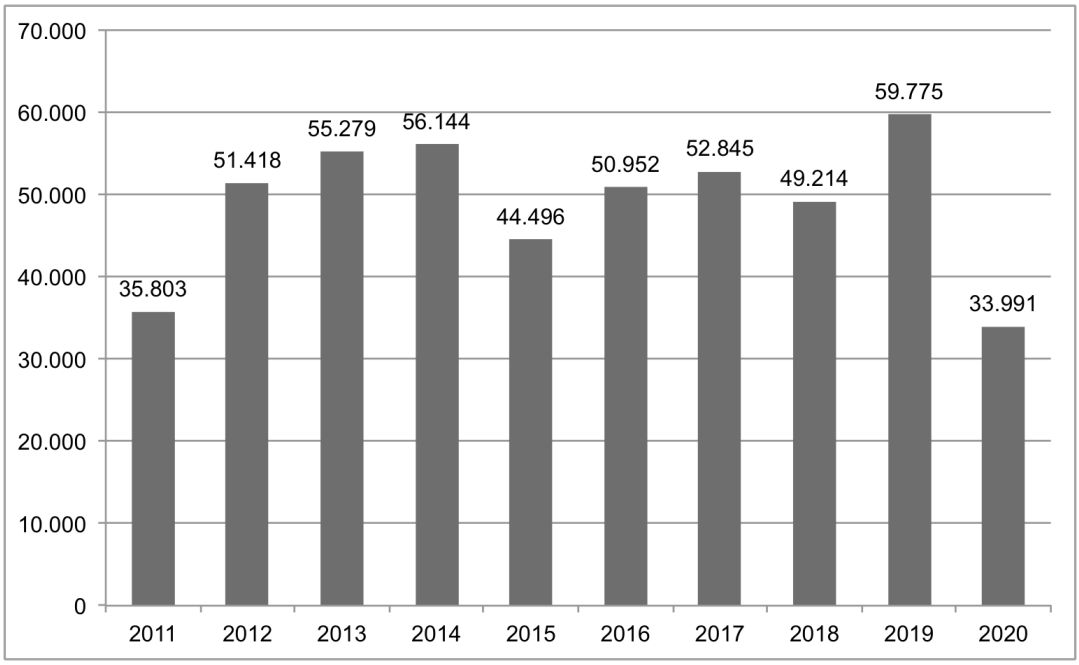
In questo tavolo tematico sono confluite le linee e le azioni strategiche definite per la riorganizzazione della gestione dei servizi di welfare nel territorio dell'Oltrepò Mantovano. L'emergenza da Covid19, infatti, ha messo in luce la necessità di dotare il territorio di un piano di area per sostenere le politiche di welfare da ricomprendere anche all'interno delle tematiche del progetto "Aree interne" con particolare riferimento alle tematiche della scuola, dei trasporti e della sanità. Dalle indagini condotte dalla Provincia di Mantova è emerso che nell'area provinciale sussiste una micro-frammentazione territoriale dei criteri di applicazione delle politiche sociali, cosa che rende il sistema di welfare provinciale estremamente frammentato e non omogeneo. È per questo che sono state identificate 3 Azioni Faro: Nuovo Welfare (istituzione di due aziende speciali per la gestione dei servizi sociali dei comuni del territorio, una per l'area sinistra del Secchia e l'altra per l'area destra); Politiche di integrazione sociale e sanitaria (creazione di una rete di presidi socio-sanitari disseminati sul territorio; potenziamento delle fasce deboli; salute in rete; integrazione delle politiche giovanili attraverso percorsi dedicati alla scuola, alla formazione e all'integrazione professionale, ecc.); Promozione percorsi innovativi per servizi per anziani, minori e persone con difficoltà.

2.1.2 Current tourism features, trends, etc., in the destination

In attesa dei dati sul 2021, ad oggi non ancora disponibili e in considerazione del fatto che anche i comuni dell'Oltrepò Mantovano sono stati investiti dalle conseguenze provocate dalla pandemia da Covid19 sul settore turistico, l'analisi si riferisce all'anno 2019.

L'andamento "storico" delle notti trascorse dai turisti nelle strutture ricettive (presenze) è altalenante con il 2019 che si conferma come picco degli ultimi 10 anni e con il 2020 che riporta ai livelli del 2011.

La domanda turistica nell'Oltrepò mantovano (serie storica delle presenze)



Fonte: Osservatorio provinciale del turismo

La domanda turistica nell'Oltrepò mantovano per mercato (arrivi e presenze)

	Arrivi			Presenze		
Anno	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**
2016	15.144	4.687	19.831	38.920	12.032	50.952
2017	16.096	4.730	20.826	39.708	13.137	52.845
2018	15.071	4.059	19.130	37.935	11.279	49.214
2019	16.533	4.579	21.112	43.561	16.214	59.775
2020	9.699	1.414	11.113	27.958	6.033	33.991

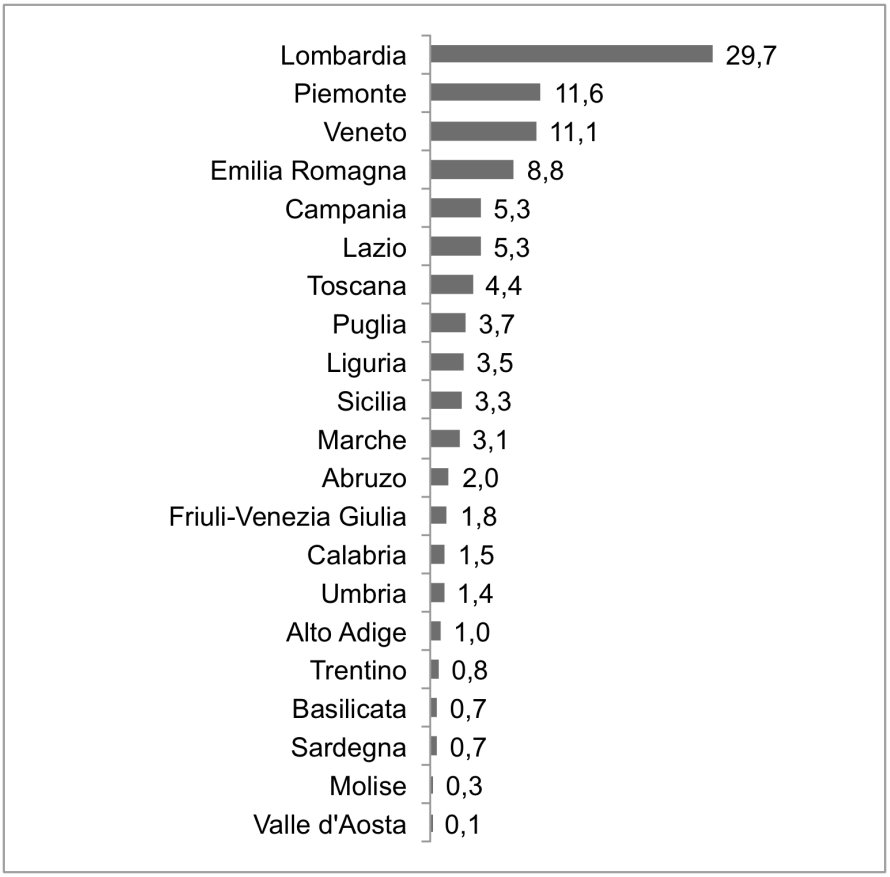
Fonte: Osservatorio provinciale del turismo

Come nel resto d'Italia, il 2019 era stato anche per l'Oltrepò mantovano un anno di forte crescita - sia per quanto riguarda il mercato nazionale che quello estero - anche in considerazione di fenomeni che già stavano prendendo piede quali l'interesse per destinazioni meno conosciute, il diffondersi di turismi legati alla vacanza attiva (dalla bicicletta ai cammini, …) e la ricerca di esperienze.

Il 2020, infatti, ha registrato un calo negli arrivi e nelle presenze, soprattutto di stranieri con il 69,12% in meno di arrivi, mentre per quanto riguarda i dati nazionali si è registrato il 41,34% di arrivi in meno. Nel 2020 è aumentata, però, la permanenza media, sia dei turisti italiani, che, soprattutto, di quelli stranieri (+20,49%).

Il turismo dell'Oltrepò Mantovano si caratterizza per la prossimità. La maggior parte dei turisti italiani arriva, infatti, dalla stessa Lombardia (raggiungono quasi il 30%) e dalle regioni limitrofe (Veneto, Piemonte, Emilia-Romagna).

Arrivi turistici italiani per regione di provenienza



Fonte: Osservatorio provinciale del turismo

Quanto al turismo straniero il primo mercato e quello tedesco (come nella media nazionale) da dove arriva quasi un quarto dei turisti che soggiornano nell'Oltrepò Mantovano, seguito da quello francese.

Dai dati sul turismo straniero emerge come la destinazione dell'Oltrepò Mantovano sia frequentata anche da una tipologia di turismo per lavoro proveniente dall'Europa dell'est, legato alla vocazione industriale del territorio.

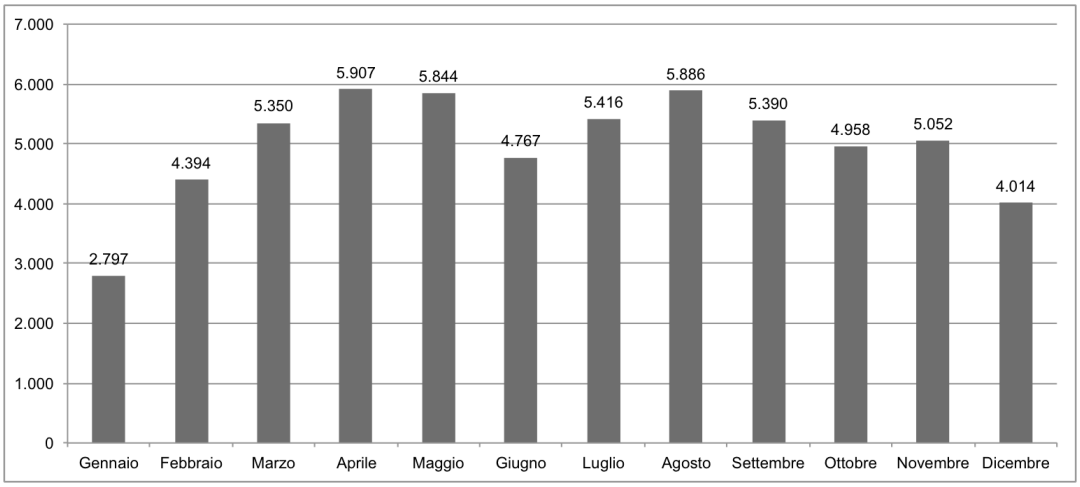
Arrivi turistici stranieri per Paese di provenienza (primi 10 mercati)

	Arrivi	*%*
Germania	1.127	24,6
Francia	297	6,5
Romania	271	5,9
Belgio	207	4,5
Svizzera	207	4,5
Regno Unito	185	4,0
Spagna	173	3,8
Austria	163	3,6
Paesi Bassi	155	3,4
Lettonia	118	2,6
Altri mercati	1.676	36,6
Totale estero	4.579	100,0

Fonte: Osservatorio provinciale del turismo

Le caratteristiche appena descritte si riflettono anche nella stagionalità dell'Oltrepò Mantovano, che in effetti è piuttosto limitata. In media si contano quasi 5.000 presenze al mese (4.981) con punte nei mesi di aprile, maggio e agosto. Il mese meno frequentato è quello di gennaio (2.797 presenze).

Presenze turistiche per mese (anno 2019)



Fonte: Osservatorio provinciale del turismo

Analizzando i dati a disposizione, vediamo come i comuni che hanno registrato il maggior flusso turistico di arrivi e presenze si trovano nella parte sinistra del fiume Secchia ed in particolare nella microarea costituita dai comuni di Pegognaga, Suzzara e Gonzaga.

I flussi turistici per comune (anno 2019)

	Arrivi	Presenze

	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Gonzaga	1.234	195	1.429	3.906	415	4.321
Ostiglia	2.796	893	3.689	10.964	4.282	15.246
Pegognaga	3.907	1.329	5.236	6.883	2.352	9.235
San Benedetto Po	574	169	743	1.305	379	1.684
Sermide e Felonica	843	362	1.205	2.051	1.020	3.071
Suzzara	4.923	1.068	5.991	9.900	2.747	12.647
Altri comuni	2.256	563	2.819	8.552	5.019	13.571
Totale	16.533	4.579	21.112	43.561	16.214	59.775

Fonte: Istat

2.1.3 Current features on INCIRCLE 4 main pillars

Il territorio sta attualmente affrontando il tema del turismo circolare in tutte le sue declinazioni proprio attraverso il Progetto INCIRCLE. È già possibile intravedere nelle politiche delle amministrazioni locali e delle imprese una particolare attenzione e un interesse a queste tematiche, che saranno via via analizzate puntualmente con il progredire delle attività progettuali. Il Consorzio Oltrepò Mantovano ha un settore per il tema del turismo/della cultura, il quale però non è specificatamente dedicato alla promozione del turismo circolare.

Il Consorzio è impegnato nel garantire attività di promozione/sensibilizzazione e a realizzare progetti pilota specifici sulla base di progettualità puntuali rispetto ai temi della sostenibilità, con l'obiettivo di facilitare i processi di cambiamento su questi temi a livello territoriale. I singoli comuni dell'Oltrepò mantovano sono dotati di un Piano di Governo del Territorio che tiene in considerazione alcuni ma non tutti gli aspetti di sostenibilità, non esiste quindi una autorità centrale che si occupa di questo. Di seguito alcuni degli aspetti emersi nell'indagine del rapporto tra la destinazione e i quattro pilastri della circolarità.

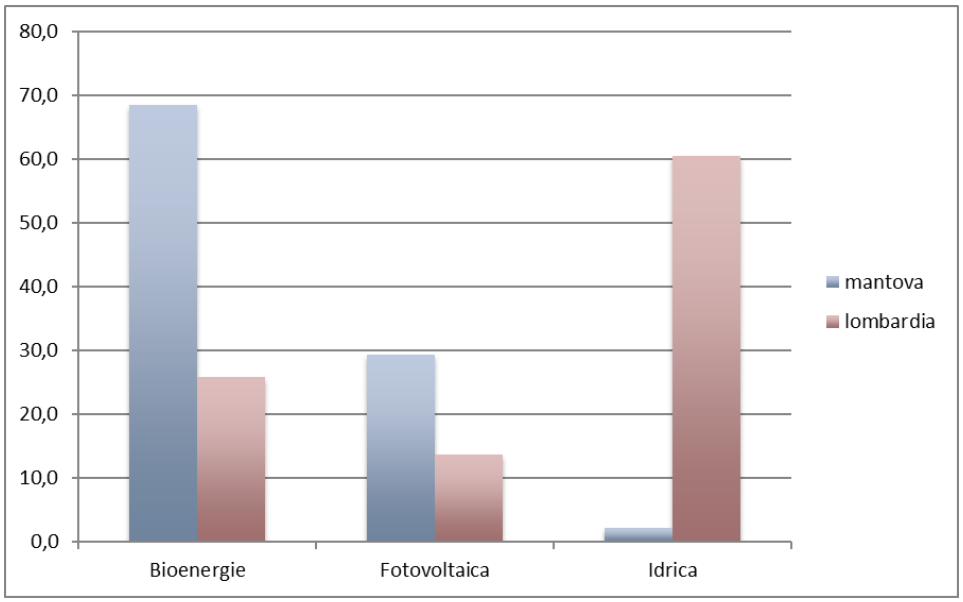
La **mobilità sostenibile** è una realtà nel territorio dell'Oltrepò, dove parte della popolazione si sposta già con le bicilette. Nel 2013 il Consorzio Oltrepò Mantovano ha distribuito in comodato d'uso gratuito 150 biciclette a 24 tra agriturismi (15), alberghi (1), aziende agricole (2), associazioni (2) e amministrazioni comunali (3), ristoranti (1). Il progetto Europeo MedCycleTour, attualmente in prosecuzione, si sta occupando della creazione di un gruppo di strutture bike-friendly e della promozione di questa rete su un sito web dedicato.

Per quel che riguarda **l'energia**, ad oggi non si ha contezza dell'ammontare delle quote di rinnovabili nel consumo energetico totale dell'area dell'Oltrepò, sebbene questo aspetto sia emerso nelle riflessioni con gli stakeholder in merito alla costruzione del Piano strategico della destinazione.

Tuttavia, è possibile rilevare il dato provinciale sulla produzione lorda rinnovabile per le diverse fonti di energia. Nella provincia di Mantova la percentuale delle rinnovabili sul totale dell'energia prodotta

è di poco superiore all'8%. Di questa la quota più alta appartenente alle bioenergie e alla fotovoltaica.

Produzione lorda rinnovabile per fonte nella provincia di Mantova e in Lombardia – Anno 2019

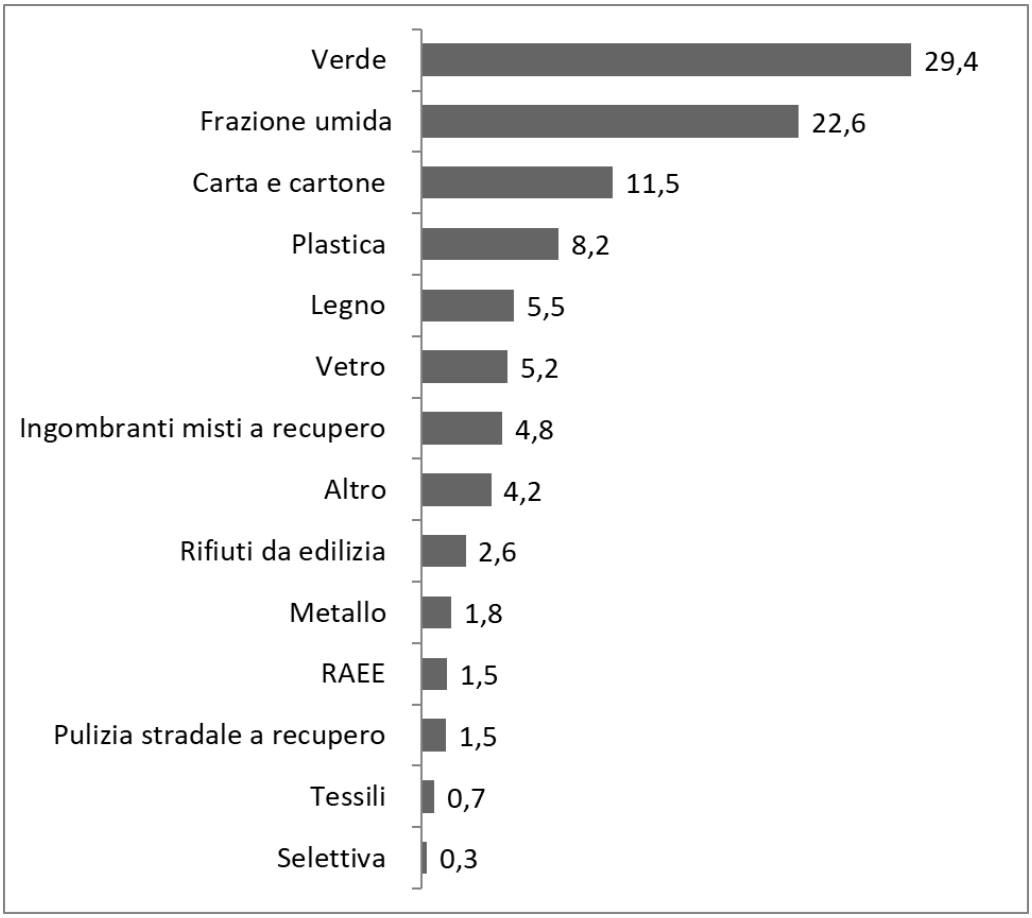


Fonte: Terna SpA

Tutti i comuni dell'Oltrepò sono ad oggi coinvolti nella realizzazione di campagne di sensibilizzazione online e offline rivolte ai residenti per la riduzione dei rifiuti monouso e non riciclabili.

La **raccolta differenziata dei rifiuti** è molto efficiente nell'Oltrepò Mantovano, che in media differenzia l'89,8% dei rifiuti. Le tipologie più diffuse di rifiuti differenziati sono i rifiuti verdi, la frazione umida, la carta e cartone, la plastica, il legno e il vetro. Di seguito le specifiche sulle percentuali dei rifiuti differenziati nel territorio.

Percentuale di rifiuti differenziati per tipologia – Anno 2020



Fonte: Catasto rifiuti sezione urbana Ispra

Nel territorio sono presenti quattro impianti trattamento rifiuti: tre privati e uno pubblico. Il comune di San Giovanni del Dosso è il terzo nella classifica dei comuni ricicloni stilata annualmente da Legambiente[2].

[2] iniziativa di Legambiente per verificare e comunicare gli sforzi compiuti dai comuni italiani per avviare e consolidare la raccolta differenziata.

Tab. 2. Comuni ricicloni: posizione nella graduatoria regionale dei comuni dell'Oltrepò Mantovano

Posizione	Comune	Abitanti	Pro capite secco residuo (Kg/a/abitante)	% RD
3	San Giovanni del Dosso	1.236	**49.3**	91.3
28	Magnacavallo	1.439	**60.9**	88.8
43	Sermide e Felonica	8.171	**65.5**	86.2
47	Suzzara	21.032	**66.3**	86.9
52	Borgocarbonara	1.915	**68.0**	87.5
56	Quingentole	1.163	**69.5**	86.9
70	Poggio Rusco	6.431	**71.7**	85.7
76	Gonzaga	8.734	**72.9**	86.3
79	Motteggiana	2.451	**73.4**	87.0
81	San Giacomo delle Segnate	1.495	**73.5**	86.9
82	Moglia	5.311	**73.5**	85.5
85	Quistello	6.081	**74.5**	85.0

Fonte: Legambiente

Per quel che riguarda l'utilizzo dell'acqua nella rete delle fognatura, è possibile fare riferimento ai dati inclusi nel documento di Revisione del Piano d'Ambito 2018 dell'Azienda Speciale "*Autorità dell'Ambito Territoriale Ottimale di Mantova*", ha approvato la revisione generale del Piano d'Ambito della Provincia di Mantova con interventi sulle fognature e sugli acquedotti previsti fino al 2021.

Qui si possono trovare notizie sugli impianti di depurazione a servizio dell'agglomerato dei comuni dell'Oltrepò.

Percentuale del carico generato convogliato mediante rete fognaria convenzionale

Comuni	%
Gonzaga	n/d
Suzzara	90,6
Ostiglia	99,5
San Benedetto Po	99,4
Quistello	98,1
Poggio Rusco	97,1
Pegognaga	98,7
Borgo Mantovano	n/d
Sustinente	93,2
Sermide e Felonica	99,4
Moglia	98,3
Magnacavallo	96,4
Motteggiana	98,05
Quingentole	96,3
San Giovanni del Dosso	n/d
Schivenoglia	89,7
San Giacomo delle Segnate	n/d
Serravalle a Po	98,1
Borgocarbonara	n/d

Fonte: AATO Mantova

2.1.4 Weighted list of positive and negative impacts linked to tourism flows

Ad oggi i tassi di occupazione delle strutture ricettive sono bassi: in termini di occupazione lorda (ovvero senza contare gli eventuali periodi di chiusura) si raggiunge in media solo il 14% del totale, percentuale che sale al 22% per quanto riguarda gli alberghi. La media oscilla tra il minimo di gennaio 7,7% al massimo di 16,9% in aprile.

Si può escludere per l'area in oggetto un problema di "overtourism" sia in termini di concentrazione spaziale (tutti i turisti in un unico luogo) che temporale (tutti allo stesso tempo).

Diverso il discorso invece per quello che turismo non è ma che invece è l'escursionismo, ovvero quei visitatori che raggiungono la destinazione ma non vi pernottano, magari per una giornata sul fiume o in visita da un attrattore, come ad esempio per il complesso museale del Polirone di San Benedetto. In questo caso specie nei weekend e in stagione si possono verificare problemi soprattutto legati alla mobilità.

Indicatori di sostenibilità

	posti letto totali per kmq	posti letto per 1.000 abitanti	intensità turistica (annuale)*	intensità turistica (giornaliera)**	utilizzo lordo delle strutture
Gonzaga	1,4	8,0	0,5	0,13	16,7
Ostiglia	4,8	29,0	2,3	0,63	21,9
Pegognaga	3,4	22,8	1,3	0,36	15,9
San Benedetto Po	0,9	9,1	0,2	0,07	7,3
Sermide e Felonica	1,5	17,1	0,4	0,12	6,8
Suzzara	3,3	9,5	0,6	0,16	17,2
Altri comuni	1,0	9,6	0,4	0,10	10,3
Oltrepò Mantovano	**1,7**	**12,3**	**0,6**	**0,17**	**14,0**
Provincia di Mantova	3,9	22,6	1,7	0,46	20,3
Venezia	**195,3**	**311,4**	**49,8**	13,65	**43,8**

** Numero di presenze annuali per abitante*
**Numero presenze giornaliere per 100 abitanti*
Fonte: elaborazioni su dati provincia di Mantova

Un altro aspetto che conferma che il tasso di frequentazione del territorio, anche in relazione agli attrattori culturali, non è ad oggi un elemento di preoccupazione è il dato sui visitatori dei musei dell'Oltrepò.

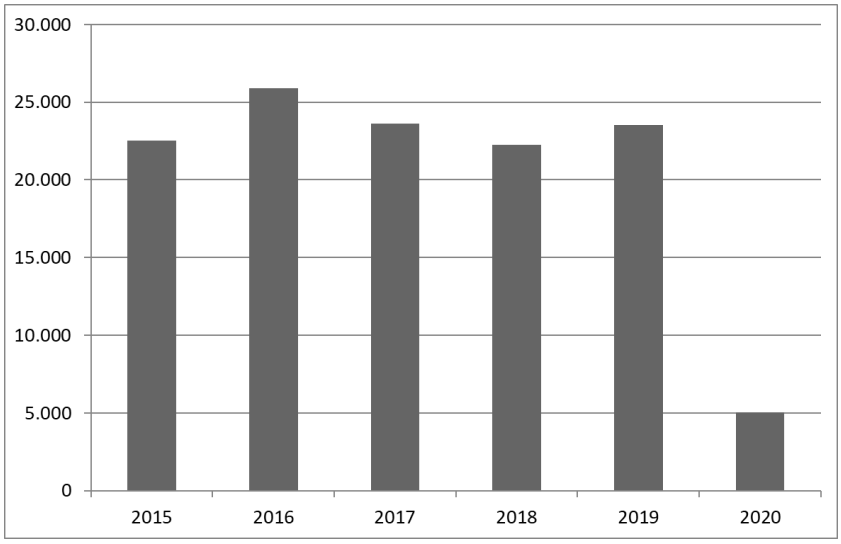
Ingressi annuali per museo*

MUSEI	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Museo del Po	2.224	3.200	3.771	5.690	2.548	0
Museo diffuso Giuseppe Gorni	700	0	530	0	0	0
Museo galleria del Premio	777	657	1.097	1.324	1.134	82
Museo della seconda guerra	3.040	5.422	5.363	5.042	4.195	1.309
Museo Polironiano*	15.766	16.611	12.847	10.197	15.645	3.627

*Sono stati considerati i musei regionali nell'Oltrepò
Fonte: Regione Lombardia

Anche l'istituto con il numero più alto di visitatori, ovvero il complesso museale Polironiano, non supera la soglia dei 50 visitatori giornalieri. Di seguito una rappresentazione grafica dell'andamento dei flussi totali di visitatori nei maggiori musei dell'Oltrepò Mantovano.

Ingressi totali nei musei dell'Oltrepò



Fonte: Regione Lombardia

Un altro aspetto emerso dagli incontri locali riguarda la pesca sul fiume e, in particolare, la pesca di frodo del pesce siluro, che danneggia l'ecosistema e la salute dei consumatori.

2.1.5 Tourism sector mid- to long-term (5 to 10 years) development trends

Anche da prima della pandemia alcune tendenze erano già in qualche modo chiare, tra cui è opportuno ricordare:

- i tentativi di controllo e gestione degli eccessi di domanda "mordi e fuggi" concentrati negli stessi luoghi e momenti (il c.d. sovraturismo), generati in particolare da sistemi di trasporto come il pendolarismo, l'escursionismo, le crociere;

- la crescita della ricettività extralberghiera "non convenzionale", ed in particolare delle case private, in qualche modo tardivamente contrastata dai provvedimenti da parte delle Autorità regionali e locali;

- la spinta qualitativa delle imprese alberghiere tradizionali verso il lusso, sostenuta da una domanda turistica e di investimento immobiliare/speculativo capeggiata da fondi di investimento internazionali, spesso disinteressati alla valorizzazione delle destinazioni italiane;

- una intermediazione digitale/elettronica, guidata dalle grandi Online Travel Agencies globali, che ha sottratto alle imprese italiane quote importanti di fatturato, ma al contempo ne ha agevolato la saturazione, spingendo sul mercato anche le disponibilità invendute;

- al contempo, e correlativamente, una crisi strutturale dell'intermediazione tradizionale (Tour Operators e Agenzie di Viaggi), in fase di difficile ricollocazione verso nuove specializzazioni, schiacciata come è dalla disintermediazione del turismo "fai da te", sostenuto dai nuovi strumenti digitali anche di auto-composizione del prodotto;

- infine, il nuovo protagonismo di centinaia di Destinazioni turistiche, decise a rompere il rigido schema neo-centralista imposto dalle Regioni, e a proporsi autonomamente su di un mercato sempre più in cerca di novità, di autenticità, di nicchie motivazionali ed esperienze "vere".

Ora siamo realisticamente sul sentiero di uscita dall'era-Covid, anche se si tratta di un superamento lento e faticoso, critico soprattutto per quanto riguarda i mercati intercontinentali: per tutti si vedano l'India e il Brasile, una volta indicati come mercati "BRIC" in grande espansione, ed ora più che mai bloccati dalla drammatica situazione sanitaria interna.

Peraltro, altri paesi ad elevato potenziale turistico verso l'Italia (come la Russia e la Cina) rimangono ancora "off limits" per il mancato riconoscimento dei vaccini in essi praticati, ed i flussi turistici restano ancora fortemente condizionati da controlli, distanziamenti, tracciamenti e quarantene.

I temi attuali di riflessione sono quindi la combinazione di quelli preesistenti, e la novità e l'accelerazione imposta, in molte direzioni (non tutte negative), dall'emergenza Covid con la conseguente riorganizzazione degli assetti imprenditoriali nel settore.

Il quadro che si presenta, per quanto aggravato dalla crisi pandemica, sembra quindi abbastanza in linea con le tendenze precedenti.

La nuova normalità restituitaci dalla pandemia in atto, nel corso del 2020 e del 2021, ha preso una direzione precisa attorno ad alcuni temi

- Slow: a volte inteso nel senso di ritmo fisico, a volte nelle sensazioni che un'esperienza può ispirare, come un flow all'interno del quale il turista, grazie alle emozioni che vive, trova il giusto andamento alla sua vacanza e alle sue necessità.

- Active: a volte inteso nel senso di intensità fisica (attività e sport da sperimentare), a volte nelle emozioni che un territorio suscita, abbandonando così la "passività" della vacanza propriamente intesa fino a pochi anni fa (la cosiddetta villeggiatura, il vuoto, il relax).

- Local and custom: dal lato della domanda, il senso di rispetto e di cura che il turista ha nei confronti dei luoghi che vive temporaneamente; dal lato dell'offerta l'attenzione al cliente e alla personalizzazione.

- Feel: essere in grado di percepire cosa il territorio ha da raccontare e, da parte di chi ospita, saperlo raccontare secondo linguaggi e sentiment dei turisti.

Per ragionare delle vie di uscita e delle prospettive del turismo post-Covid, di cui ancora non si intravede davvero la fine, è possibile fare riferimento alle tendenze in atto negli stili di consumo complessivi e nel turismo in particolare. In generale, non è più sufficiente conoscere solo le dinamiche del proprio settore per anticipare le opportunità ed ottenere vantaggi competitivi a lungo termine e insieme una crescita sostenibile, e in particolare nel turismo perché è un settore la cui trasversalità e ormai da tempo riconosciuta. I fattori che hanno modificato queste tendenze, infatti, determineranno scenari futuri difficilmente reversibili. In estrema sintesi, i cambiamenti di fondo che realisticamente influenzeranno, ancor più di prima, lo scenario turistico riguardano i temi della Digitalizzazione, della
Evoluzione demografica, sociale ed economica, della Mobilità e pressioni ambientali, della diversa gestione del tempo libero (smart working and remote working), della rinnovata attenzione sui consumi ad impatto positivo (responsabilità e consapevolezza nella fruizione di beni e servizi), l'importanza del binomio salute e benessere ma anche quello di sicurezza e flessibilità.

2.1.6 SWOT and CAME analysis

Figure 1 – SWOT matrix

	POSITIVE ASPECTS	NEGATIVE ASPECTS
	STRENGHTS	**WEAKNESSES**
INTERNAL ANALYSIS	• Fiume Po come ambiente naturale e come notorietà • Posizione strategica della destinazione • Presenza di prodotti turistici eterogenei ma "locali" • Iniziative di sviluppo sostenibile da parte degli enti pubblici • Attenzione ai temi della circolarità e della sostenibilità da parte dei privati	• Il turismo non è sviluppato • Sistema di accoglienza da "svecchiare" • Scarsa notorietà del territorio • Assenza di un coordinamento "locale" della promozione turistica • Scarsa internazionalizzazione flussi • Bassa qualità dei collegamenti tra i centri del territorio • Difficoltà di coinvolgimento del settore privato • Assenza di una mobilità alternativa per raggiungere e percorrere il territorio

EXTERNAL ANALYSIS

OPPORTUNITIES

- Sostenibilità come precondizione
- Forte interesse per la vacanza attiva
- Forte interesse per temi salute ambiente
- Forte interesse per prodotti local
- Immagine da costruire sul tema della sostenibilità
- Ampio bacino di flussi di prossimità
- Incremento circolarità attraverso piani regionali e locali
- Nuove modalità di fruizione turistica post-Covid delle aree meno battute
- Stagionalità scarsa

THREATS

- Spopolamento dell'area
- Crisi economica dovuta al Covid19
- Mancanza di spinta ad investire nella sostenibilità da parte delle imprese
- Incertezza dei viaggi dovuti all'evoluzione della pandemia
- Volatilità del mercato
- Condizioni climatiche (troppo caldo, troppo freddo)
- Inquinamento atmosferico
- Inquinamento falde acquifere
- Scarsa sensibilità dei residenti e dei turisti
- Energie rinnovabili insufficienti per soddisfare il fabbisogno
- Perdita di navigabilità delle acque

Figure 2 – CAME matrix

	Adaptive strategy ***«RESIST»***	**Corrective strategy** ***«TAKE ADVANTAGE»***
WEAKNESSES	• Sfruttare le opportunità di finanziamento (PNRR, …) • Putare sull'accoglienza turistica per tenere "vivo" il territorio • Puntare sul grande bacino di turisti di prossimità dalle regioni vicine	• Mobilità sostenibile facilmente realizzabile (percorsi in bici) • Rivolgersi al turista di prossimità che si muove in auto o in treno • Posizionarsi come destinazione sostenibile
	Maintaining strategy ***'KEEP UP'***	**Exploring strategy** ***'MAXIMISE'***
STRENGHTS	• Favorire / premiare le buone pratiche di sviluppo sostenibile nel privato • Sfruttare l'unicità ambientale del SIPOM e della Riserva Po Grande nella fruizione turistica dei luoghi	• Mettere a sistema gli attori della filiera turistica • Puntare su progetti di sviluppo turistico sostenibile, anche Europei • Aumentare la notorietà dell'Oltrepò con campagne di comunicazione • Prevedere iniziative di coinvolgimento dell'imprenditoria

2.2.2 Step 2: Governance

Il lavoro per coinvolgere i principali stakeholder del territorio dell'Oltrepò Mantovano è stato svolto dal Consorzio con la collaborazione dei consulenti della ditta SL&A, in maniera sistematica al fine di massimizzare la partecipazione dei soggetti di maggior interesse per il territorio: amministrazioni, imprese e singoli operatori del turismo, che hanno costituito il nucleo principale attorno al quale sono state concertate le attività. Contemporaneamente, si è cercato di portare avanti un coinvolgimento più ampio con l'invito agli incontri dei rappresentanti dei 4 pilastri del Progetto, per allargare la platea degli interlocutori oltre la filiera turistica.

2.2.1 Stakeholders identification

Gli stakeholder sono stati identificati in base a una serie di criteri, i quali si sostanziano nell'analisi delle esigenze del territorio per la realizzazione del Progetto INCIRCLE e dei risultati del progetto stesso, che ha tra i suoi obiettivi il rafforzamento delle relazioni tra i principali attori della filiera turistica dell'Oltrepò Mantovano in una logica di sviluppo di attività che favoriscano la nascita di una economia di tipo circolare, che ripensa, rinnova e rigenera le dinamiche tra imprenditori, turisti e residenti del territorio.

Nel dialogo con il territorio, la posizione privilegiata del Consorzio ha permesso di sfruttare il ruolo e gli strumenti che quest'ultimo ha a disposizione per sollecitare la partecipazione degli amministratori, delle imprese e degli operatori dell'accoglienza e dei servizi turistici.

Durante gli incontri sono stati coinvolti 14 (primo incontro) + 13 (secondo incontro) + 11 (terzo incontro) stakeholders provenienti da tutto il territorio dell'Oltrepò Mantovano per un totale di 26 soggetti unici.

Table 1 – INCIRCLE Stakeholder analysis matrix

Stakeholder name	**Interest in the INCIRCLE project** *(high/medium /low)*	**Influence on the INCIRCLE project** *(high/medium /low)*	**Needs** *(What is important to the stakeholder?)*	**Expectations** *(How could the stakeholder contribute to the project)*	**Strategy for engaging the stakeholder**
Comune di San Giacomo delle Segnate	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
Comune di Quistello	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
Provincia di Mantova	high	medium			Comunicazione diretta

Stakeholder name	**Interest in the INCIRCLE project** *(high/medium /low)*	**Influence on the INCIRCLE project** *(high/medium /low)*	**Needs** *(What is important to the stakeholder?)*	**Expectations** *(How could the stakeholder contribute to the project)*	**Strategy for engaging the stakeholder**
Comune di Pegognaga	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
Azienda Ag. Ca' Rossa	high	High			Comunicazione diretta
Gli Scarponauti	high	high			Comunicazione diretta
Comune di Poggio Rusco	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
DDAttica	high	high			Comunicazione diretta
Comune di Sermide e Felonica	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
Museo Felonica	medium	medium			Comunicazione diretta
B&B La casa delle rondini		high	diversificare e destagionalizzare, nuovi turisti		Comunicazione diretta
Comune di Ostiglia	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
Comune di Suzzara	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
Agriturismo Loghino Giada		high	diversificare e destagionalizzare, nuovi turisti		Comunicazione diretta
Comune di San Benedetto Po	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta

Stakeholder name	**Interest in the INCIRCLE project** *(high/medium /low)*	**Influence on the INCIRCLE project** *(high/medium /low)*	**Needs** *(What is important to the stakeholder?)*	**Expectations** *(How could the stakeholder contribute to the project)*	**Strategy for engaging the stakeholder**
B&B Ostiglia	high	high	diversificare e destagionalizzare, nuovi turisti		Comunicazione diretta
Az. agricola Ca Rossa		high			Comunicazione diretta
Hotel Passacor		high	diversificare e destagionalizzare, nuovi turisti		Comunicazione diretta
Ass. Comune Pegognaga	high	medium	Incrementare i flussi turistici		Comunicazione diretta
Agriturismo La Bicocca	high	high	diversificare e destagionalizzare, nuovi turisti		Comunicazione diretta
B&B Polirone	high	high	diversificare e destagionalizzare, nuovi turisti		Comunicazione diretta
SIPOM	high	high		valorizzazione delle aree protette	Comunicazione diretta
Comune di Sustinente	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
Casa vacanze Il Valentino	high	High	diversificare e destagionalizzare, nuovi turisti		Comunicazione diretta
Comune di Gonzaga	high	medium	partecipare a programmi e coinvolgere i cittadini	Ruolo di facilitatori e investimenti specifici	Comunicazione diretta
Az. Agr. Del Bugno Martino	high	high			Comunicazione diretta

2.2.2 SWG design and implementation

Sono stati organizzati n. 3 gruppi di lavoro con gli stakeholder, l'ultimo dei quali è stato suddiviso in due appuntamenti singoli per facilitare la partecipazione in presenza attraverso la dislocazione delle sedi dell'incontro in due comuni diversi del territorio. È quindi stato possibile realizzare il terzo SWG esclusivamente in presenza, mentre si è stati costretti a ricorrere all'online per i primi due SWG di dicembre 2021 e febbraio 2022 per via della situazione epidemiologica. Tuttavia, l'incontro di febbraio è stato possibile svolgerlo in modalità ibrida, accogliendo alcuni stakeholder nella sala civica del Comune di Pegognaga.

Le date e i luoghi degli incontri degli SWG:

- Primo incontro: 15 dicembre 2021 in modalità ibrida a Pegognaga;
- Secondo Incontro: 16 febbraio 2022 in modalità ibrida a Pegognaga;
- Terzo incontro: 28 e 29 marzo 2022 in presenza a Pegognaga e a Sermide Felonica.

Ciò che è emerso dall'incontro è che le aziende turistiche dell'Oltrepò Mantovano non sono pienamente consapevoli dei principi dell'economia circolare e delle normative comunitarie. Quindi il primo compito da svolgere è stato quello di informare gli stakeholder con una visione d'insieme di questo tema, e allo stesso tempo sensibilizzandoli sulle potenzialità che la circolarità può fornire alle loro attività economiche (prima) e poi all'attrattività complessiva del territorio. Le aziende private hanno bisogno che gli Enti Locali agiscano da promotori/stimolatori di questo processo, necessitano di una guida in particolare nelle prime fasi di applicazione di un nuovo modello sul territorio. Il Consorzio Oltrepò può svolgere il ruolo di promotore territoriale di tale processo rivolto alle imprese private, coordinando e monitorando l'attuazione dell'attività di capacity building rivolta al settore privato. Le aziende devono essere incaricate di fare gli investimenti necessari e di investire in una strategia promozionale comune rivolta ai turisti sensibili al modello di economia circolare applicato al turismo.

Il primo Stakeholder Working Group aveva l'obiettivo di identificare i principali colli di bottiglia del turismo sostenibile e le sfide per lo sviluppo del turismo circolare. A tal fine è stato progettato e sviluppato un questionario al fine di comprendere le opinioni degli stakeholder su diversi aspetti che possono influenzare lo sviluppo dell'economia circolare, in particolare per quanto riguarda gli aspetti economici, normativi, sociali e culturali, tecnologici e ambientali.

Il questionario è stato strutturato in 5 sezioni (Informazioni sui rispondenti, Conoscenze di Economia Circolare, Rete, Colli di bottiglia, Sfide) e ha visto la partecipazione di 4 intervistati. Quello che è emerso dall'analisi dei colli di bottiglia ha evidenziato che l'elemento economico e finanziario gioca un ruolo fondamentale nella mancanza di strategie a lungo termine, specialmente per la penuria di incentivi e finanziamenti a supporto dello sviluppo turistico sostenibile nel settore sia pubblico che privato. Allo stesso modo sono state identificate evidenti criticità nelle politiche e nei regolamenti, con una scarsa capacità dei decisori politici e degli amministratori pubblici di recepire e far rispettare

leggi e regolamenti relativi all'economia circolare. Dal lato sociale e culturale è stato rilevato come la mancanza di know-how e di competenze specifiche delle risorse umane siano i principali ostacoli alla pratica efficace della circolarità. Anche la scarsa innovazione nel settore turistico contribuisce a determinare una scarsa adattabilità dell'offerta nella transizione verso un turismo circolare, il quale è ulteriormente affossato dalla diffusa inconsapevolezza del valore del capitale naturale.

Il secondo incontro, svoltosi in modalità ibrida, ha visto una partecipazione più numerosa, nonostante la configurazione virtuale abbia ristretto i tempi di svolgimento e complicato le procedure di coinvolgimento e di interazione tra i partecipanti in presenza e quelli online, i quali sono stati fatti lavorare in due gruppi separati. Di seguito si riportano i principali risultati emersi dal confronto sui temi dei 4 pilastri del Progetto INCIRCLE:

Mobilità:
- rendere il territorio sempre più ciclabile
- adeguare le infrastrutture del trasporto (manutenzione, interconnessione, …)

Rifiuti:
- sensibilizzazione residenti e turisti
- diminuire la produzione

Acqua:
- salvaguardare la risorsa dall'inquinamento
- farne un uso consapevole

Energia:
- spostarsi sulle energie rinnovabili
- ridurre il consumo

Gli elementi sono emersi dal raffronto tra gli aspetti positivi e quelli negativi sono stati ulteriormente discussi nel successivo incontro SWG, durante il quale si è lavorato sui principali obiettivi e sulla loro condivisione. Come detto, rispetto all'incontro precedente si è scelto di organizzare un tavolo di lavoro in presenza in cui i partecipanti hanno discusso e approfondito i temi che emersi negli step precedenti. In tutti e tre gli incontri si è riscontrata difficoltà a coinvolgere gli stakeholder relativi ai 4 pilastri.

Nel terzo SWG sono state sviluppate le idee comuni sulla pianificazione di un turismo sostenibile e circolare per ognuno dei 4 pilastri, dalle quali sono derivate le linee strategiche e le misure da adottare, anche in relazione all'identificazione di priorità d'azione sulle idee concertate che saranno trattate più avanti nel presente documento. Sono stata identificate anche delle linee strategiche di valore trasversale per tutti i pilastri.

Di seguito uno schema delle idee comuni emerse dagli incontri con gli stakeholders su ognuno dei quattro pilastri.

MOBILITA'	• Sfruttare e proseguire il lavoro sulla bicicletta nel Piano strategico del Consorzio Oltrepò • Incentivare la mobilità sostenibile casa-lavoro • Recupero caselli ferroviari per ricettività low cost • Includere le risorse rappresentate dai Cammini (es. Cammino Carolingio)
RIFIUTI	• Incrementare l'uso dei prodotti sfusi, la produzione locale e l'acquisto del km zero • Campagne di sensibilizzazione alla riduzione dei rifiuti e al corretto conferimento • Non fermarsi al riciclo ma ideare soluzioni di riuso
ACQUA	• Accompagnare le imprese nella riduzione del consumo di acqua in bottiglia • Campagne di animazione nelle scuole • Istituire un sistema premiante per le imprese virtuose • Riqualificare il reticolo idrico • Salvaguardare i canali e la loro ricchezza idrica e naturalistica
ENERGIA	• CER - Comunità di energia rinnovabile che agisce collettivamente consumando energia autoprodotta • KIT informativo per sensibilizzare e responsabilizzare da un lato le imprese e dall'altro le amministrazioni • Puntare sul Biogas partendo dagli scarti

2.3 Step 3: Design of the strategy

2.3.1 Definition of the current scenario

Il momento che stiamo attraversando sancisce definitivamente il passaggio da quella che era una visione conservativa relativa alla gestione e alla protezione della ricchezza costituita dalla biodiversità al concetto di ereditabilità ovvero di lasciare a chi viene dopo di noi una risorsa il cui valore possa aumentare nel tempo. È questo, infatti, il significato e il valore della parola sostenibilità che sempre di più incide sui modelli di consumo e ormai diventa precondizione che si stia acquistando un'auto, un capo di abbigliamento, fino alla vacanza.

Il turismo è forse l'unico modo tangibile per dimostrare, che atteggiamenti positivi nei confronti delle risorse portano ad incrementare il Patrimonio di un'area o di un paese e a far si che si crei, a partire dalle risorse stesse, un incremento del capitale la creazione di valore economico in grado di generare anche una soddisfazione generale di chi il territorio lo vive.

Questo a patto che il turismo sia gestito bene, in modo sostenibile e duraturo, e quindi senza distruggere o depauperare la risorsa ambientale e culturale (alla cui tutela è demandato in genere il soggetto pubblico) incrementando il patrimonio anche mediante la creazione di imprese, generando redditi non occasionali ma di medio-lungo periodo.

Ora che la ripresa del turismo in era post Covid sta prendendo forma, è l'occasione per il territorio dell'Oltrepò Mantovano di aggiornare la propria proposta e di ripensare gli approcci nei confronti dell'ambiente e dello sviluppo turistico, a fronte di una domanda (nazionale e internazionale) pronta ad accogliere un nuovo modo di vivere il territorio, con una logica di coinvolgimento di tipo immersivo ed esperienziale nelle attività che costituiscono l'identità antropica e produttiva.

Anche perché risulta sempre più difficile, soprattutto in fase post Covid-19, impedire alle persone di ricercare spazi all'aria aperta: il fenomeno dello stare e praticare attività open-air si è strutturato nel 2020, e continua tutt'ora, come un fenomeno di massa movimentato non tanto dal "faccio qualcosa alla moda", ma piuttosto dal "faccio qualcosa di cui sento la mancanza".

Anche dagli incontri con gli stakeholder del territorio è emersa la possibilità per l'Oltrepò Mantovano di farsi attore principale (a partire dall'offerta provinciale) nell'ambito dello sviluppo sostenibile là dove i valori della protezione ambientale, della salute del territorio e ancor più della qualità della vita di chi lo abita resistono e anzi diventano precondizione nell'attrazione, lo deve fare ripartendo da quelli che sono gli elementi cardine della proposta turistica:

- a partire dalla sensibilizzazione nei confronti di quelli che sono in principali fruitori, residenti e turisti
- passando per la manutenzione del territorio

- per arrivare a proporre un'offerta integrata sostenibile da veicolare attraverso il racconto e l'utilizzo del digitale e delle tecnologie che possono essere adoperate a servizio dell'ambiente.

2.3.2 Definition of shared common vision, goals and main targets

La "visione" del territorio emersa dal confronto con gli stakeholder pubblici e privati ruota attorno a tre elementi cardine che faranno dell'Oltrepò Mantovano una destinazione unica

- **green** come precondizione, come stile, come offerta, come declinazione di natura, biologico, km0, ecc.

- **reticolare** che si basa sulla necessità e sulla capacità del territorio di fare rete a tutti i livelli, tra soggetti pubblici, tra pubblico e privato, tra operatori per fare emergere le unicità del territorio e rendere la vacanza memorabile;

- **che guarda al futuro** in un territorio che vuole cambiare e crescere bisogna essere contemporanei e avere uno sguardo che va oltre a partire da tutte quelle che sono le nuove tecnologie che possono semplificare l'operatività delle imprese e trasformare l'esperienza del turista.

Sulla base dello scenario identificato in partenza e della successiva definizione di idee comuni per lo sviluppo della visione strategica, sono state quindi definite le seguenti linee strategiche, specifiche per ognuno dei 4 pilastri del Progetto. Ogni linea strategica contiene gli obiettivi e gli indicatori di risultato che guideranno lo sviluppo della strategia nel suo complesso.

Table 2 – INCIRCLE objectives, indicators and targets

ENERGIA

Name of the strategy's objective	1.1. Incoraggiare l'uso di fonti di energie rinnovabili nel settore turistico
Short description of the objective	L'importanza percepita dagli stakeholder dell'utilizzo di nuove e alternative fonti di energia da parte delle imprese del settore turistico rende necessaria una transizione verso le energie rinnovabili. Attraverso lo sviluppo di forme di cooperazione tra pubblico e privato si punta alla creazione di impianti condivisi di produzione di energia pulita, rispettosi dell'ambiente circostante, che favoriscono l'autoconsumo. La possibilità di diversificare le fonti di produzione energetica si inserisce anche nell'attuale contesto di difficoltà di approvvigionamento a livello nazionale.
Related strategic indicator	Percentuale di utilizzo di energie da fonti rinnovabili da parte delle imprese turistiche dell'Oltrepò Mantovano
Baseline indicator (current trend)	(stima) 10% delle imprese turistiche dell'Oltrepò ha già investito nelle rinnovabili
Target value	30% delle imprese turistiche dell'Oltrepò investirà in fonti di energia rinnovabili

Name of the strategy's objective	1.2. Ridurre i consumi energetici del settore turistico
Short description of the objective	La riduzione dei consumi energetici nel settore terziario, ma anche in quello dei settori produttivo e residenziale, è fondamentale per limitare l'utilizzo di combustibili fossili e per ridurre l'inquinamento da essi causato. Occorre agire sulla diffusione di sistemi di risparmio ed efficientamento energetico, oltre che sulla sensibilizzazione dei residenti -anche temporanei- affinché venga evitata qualsiasi forma di spreco.
Related strategic indicator	Percentuale di consumo di energia nelle imprese ricettive dell'Oltrepò.
Baseline indicator (current trend)	Le imprese sono consapevoli dei comportamenti di indifferenza della clientela. Le imprese mancano di innovazioni tecnologiche anti spreco.
Target value	Cambiamento nell'approccio del turista al consumo di energia in ottica sostenibile e anti spreco. Diminuzione della quota di consumi energetici delle imprese del -20%.

RIFIUTI

Name of the strategy's objective	2.1. Diminuire la produzione dei rifiuti nel settore turistico
Short description of the objective	Ridurre i rifiuti è importante per mettere un freno alla crescita del meccanismo di produzione-consumo-rifiuto. I comuni dell'Oltrepò si distinguono per l'alta percentuale di differenziazione dei rifiuti, ma non basta riciclare e differenziare: è necessario agire a monte, modificando le abitudini di acquisto e di consumo dei prodotti, privilegiando scelte sostenibili (es: zero imballaggi) evitando così le difficoltà di smaltimento e la dispersione nell'ambiente. Contribuire alla riduzione dei rifiuti da parte delle imprese, dei cittadini e dei turisti, e quindi come destinazione nel suo complesso.
Related strategic indicator	Quantità di rifiuti conferiti in un anno dalle imprese del turismo.
Baseline indicator (current trend)	Tra l'80% e il 90% percentuale di rifiuti differenziati nelle imprese del territorio.
Target value	100% la quota di differenziata conferita dalle imprese. Riduzione del 20% della quantità di rifiuti conferiti dalle imprese in 3 anni.

Name of the strategy's objective	2.2. Stimolare un riutilizzo creativo dei rifiuti
Short description of the objective	Allungare il ciclo di vita dei prodotti attraverso la pratica del riuso, stimolando la nascita di nuovi servizi e soluzioni per il riutilizzo anche attraverso incentivi.
Related strategic indicator	Diffusione dei punti di smaltimento e "rivendita"
Baseline indicator (current trend)	N/A
Target value	Incremento della quota di rifiuti riciclati. Numero di sistemi reuse&recycle installati.

ACQUA

Name of the strategy's objective	3.1. Salvaguardare la risorsa idrica dall'inquinamento
Short description of the objective	La riduzione dell'impatto dell'inquinamento idrico dovuto alle attività industriali e agricole è imprescindibile per preservare l'integrità della risorsa stessa e l'importanza che essa riveste nel contesto territoriale dell'Oltrepò. Le azioni da fare, di concerto con le amministrazioni, prevedono la rivalorizzazione della risorsa a livello naturalistico e paesaggistico, con interventi di tutela qualitativa e quantitativa delle acque (anche irrigue) per ripristinare gli ecosistemi fluviali e favorire la fruizione turistica del territorio fatto di un patrimonio di argini e canali diffusi.
Related strategic indicator	Percentuale di acque decontaminate tramite interventi sulle fognature e sugli acquedotti. Percentuale del carico generato convogliato mediante rete fognaria convenzionale.
Baseline indicator (current trend)	Tra l'80% e il 98% percentuale di carico convogliato mediante rete fognaria nelle imprese del territorio.
Target value	100% percentuale di carico convogliato mediante rete fognaria nelle imprese di tutti i comuni del territorio.

Name of the strategy's objective	3.2. Fare un uso consapevole della risorsa riducendo l'impatto del turismo
Short description of the objective	Ridurre gli impatti del turismo sullo spreco idrico agendo preventivamente sulla gestione attenta e consapevole dalla risorsa da parte delle imprese dell'accoglienza turistica attraverso la concessione di incentivi e detrazioni fiscali (bonus idrico). Promuovere azioni di sensibilizzazione da indirizzare alle imprese e conseguentemente ai turisti.
Related strategic indicator	Percentuale di imprese della ricettività che hanno investito in soluzioni di efficientamento idrico.
Baseline indicator (current trend)	(stima) 2% delle imprese della ricettività usa accorgimenti per il risparmio di acqua.
Target value	20% delle imprese della ricettività adotterà soluzioni di efficientamento idrico in due anni.

MOBILITA'

Name of the strategy's objective	4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio
Short description of the objective	Rafforzare e consolidare il sistema delle ciclovie e dei servizi collegati alla fruizione cicloturistica del territorio per promuovere l'approccio sostenibile negli spostamenti sul territorio, già ampiamente diffuso tra i residenti. Di concerto con le amministrazioni si procederà da un lato allo sviluppo e all'attuazione di piani di conservazione ed efficientamento dei percorsi, dall'altro alla definizione di accordi per favorire l'intermodalità per raggiungere e per percorrere il territorio.
Related strategic indicator	Km di ciclovie e cammini.
Baseline indicator (current trend)	Percentuale dei cicloturisti e dei camminatori sul totale dei turisti (stima 6%-10% turisti sportivi in Italia)
Target value	Numero di accordi pubblico-privato.

Name of the strategy's objective	4.2. Adeguare le infrastrutture del trasporto alla mobilità sostenibile
Short description of the objective	A sostegno dell'incremento degli sforzi per ampliare l'offerta di ciclabilità del territorio da parte di turisti e residenti, si prospetta la necessità di investire nel potenziamento delle infrastrutture che permettono di muoversi nel territorio in maniera sostenibile, contribuendo a ridurre gli impatti sull'ambiente. L'interconnessione tra le infrastrutture della mobilità, anche attraverso i servizi di sharing mobility e la più ampia offerta turistica territoriale prevede interventi di adeguamento della rete stradale e di collegamento con i principali POI e servizi del territorio, anche allo scopo di decongestionare le aree più trafficate.
Related strategic indicator	Incremento dei servizi di mobilità alternativa.
Baseline indicator (current trend)	Assenza di servizi di sharing mobility.
Target value	Accordi con servizi di car sharing.

TRASVERSALI

Name of the strategy's objective	5.1. Monitoraggio dell'approccio alla circolarità (turisti e residenti)
Short description of the objective	Creazione di un sistema di monitoraggio della soddisfazione dei residenti e dei turisti, attraverso la somministrazione di questionari presso le strutture ricettive, i punti informativi, gli attrattori, ecc.
Related strategic indicator	Numero di questionari somministrati.
Baseline indicator (current trend)	Nessuna indagine al momento.
Target value	Rapporto annuale.

Name of the strategy's objective	5.2. Comunicazione
Short description of the objective	Allo scopo di trainare tutti gli attori territoriali nella ridefinizione del nuovo modello di sistema circolare, sia dal punto di vista dei consumi interni al territorio che dell'offerta turistico-territoriale, è emersa fortemente la necessità di portare avanti una comunicazione costante verso l'interno e verso l'esterno sui temi dello sviluppo sostenibile. Si dovrà operare attraverso la diffusione di buone pratiche di economia circolare, con campagne di sensibilizzazione sull'importanza di uno sviluppo economico che beneficia il territorio e i suoi residenti, generando valore nel tempo. Per i consumatori odierni è sempre più importante che le imprese mostrino una sensibilità verso temi di responsabilità sociale e ambientale: lo stesso vale per le destinazioni.
Related strategic indicator	Aumentare la consapevolezza
Baseline indicator (current trend)	Mancanza di sensibilità verso i comportamenti sostenibili
Target value	Numero e tipologia di campagne. Pubblico raggiunto.

2.3.3 Definition and planning of measures and related output indicators

Table 3 – INCIRCLE measure template

Title of the measure	**1.1.1. Favorire la nascita e lo sviluppo di Comunità energetiche rinnovabili**
Short description of the measure	Scopo della misura è quello di stimolare e favorire la nascita di comunità energetiche rinnovabili, ovvero di quelle forme di "collaborazione" tra enti pubblici locali, aziende, attività commerciali o cittadini privati, che scelgono di dotarsi di infrastrutture per la produzione di energia da fonti rinnovabili e l'autoconsumo più adatti al luogo in cui insistono[3].
Related objective	Aumentare la produzione da energie rinnovabili
Main target group	Enti locali, imprese del settore turistico e degli altri settori, singoli cittadini
Main Stakeholders involved and their responsibility	COM, Enti locali, ai fini di favorire il coinvolgimento e di semplificare gli iter burocratici oltre che in qualità di produttori e beneficiari insieme agli altri soggetti
Main activity to be performed	• Attivare la partecipazione e il coinvolgimento dei comuni • Realizzare uno studio di fattibilità • Attivare un coordinamento centralizzato a livello di COM per le varie CER sul territorio • Creare un gruppo di imprese e professionisti formati per fare da fornitori ai comuni
External support required	-
Related output indicator e target (s)	Almeno 3 comunità con almeno 5 imprese turistiche
Cost estimation	100.000 euro studio di fattibilità per tutti i comuni
Time frame for implementation	medio termine
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	PNRR, Regione Lombardia, Fondazione Cariplo, Altri
Classification of the measure	Circular tourism policy making

[3] Enelx stima che "gli iscritti a una comunità energetica ottengono complessivamente un beneficio di circa 179 €/MWh, con un ritorno dell'investimento stimato in pochi anni. La cifra è ottenuta dalla somma: della tariffa premio di 110 €/MWh sull'energia condivisa nella comunità, fissa per 20 anni; della restituzione di circa 9 €/MWh sull'energia condivisa per valorizzare i benefici apportati al sistema, importo fisso per 20 anni; del ricavo di circa 60 €/MWh (valore medio stimato su 20 anni) sull'energia rinnovabile immessa in rete, variabile in base all'andamento del Prezzo Unico Nazionale (PUN).

Title of the measure	**1.1.2. Incentivare la diffusione di mini-impianti per la produzione di Biogas**
Short description of the measure	Favorire la diffusione di piccoli impianti di produzione di calore ed energia dagli scarti organici degli allevamenti e delle aziende agricole e agrituristiche
Related objective	Incrementare la produzione di energie rinnovabili
Main target group	Allevatori di bestiame (bovini e suini) presenti nell'Oltrepò Mantovano
Main Stakeholders involved and their responsibility	Associazioni categoria, consorzi, Imprese agricole, agriturismi
Main activity to be performed	1. Realizzazione di studi di fattibilità per le imprese 2. Attività di animazione 3. Accordi con consorzi di produzione e associazioni di categoria 4. Individuazione fonti di finanziamento
External support required	Si, società di consulenza
Related output indicator and target	Definizione di uno studio, tre accordi (impianti programmati)
Cost estimation	25 mila euro per studi fattibilità
Timeframe for implementation	12 mesi per gli studi di fattibilità
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	PNRR, Regionali, Altri
Classification of the measure	Adoption and installation of new technologies

Title of the measure	**1.2.1. Diffondere l'utilizzo di sistemi di risparmio energetico**
Short description of the measure	Accompagnare le imprese turistiche e dei settori collegati nel ricorso a sistemi che consentano un risparmio energetico. L'attività consiste nell'offerta di servizi che consentano una prima misurazione (audit energetico) e poi delle soluzioni attraverso la redazione di un piano di miglioramento
Related objective	Favorire le imprese nei processi di efficientamento energetico
Main target group	Imprese turistiche e dei settori collegati (servizi al turismo, ecc.)
Main Stakeholders involved and their responsibility	Camera di Commercio, Associazioni di categoria
Main activity to be performed	1. Individuazione di un modello di audit tra quelli esistenti 2. Supporto alle imprese ad applicare lo strumento di audit 3. Piano di miglioramento
External support required	Consulenti specifici

Related output indicator and target	% di imprese che aderiscono al programma % di imprese che adottano sistemi di risparmio energetico Come obiettivo almeno un quarto delle imprese coinvolte
Cost estimation	Costi ridotti per attività di consulenza
Timeframe for implementation	24 mesi
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	POR FESR, PSR
Classification of the measure	Adoption and installation of new technologies

Title of the measure	**2.1.1. Incrementare l'utilizzo dei prodotti sfusi**
Short description of the measure	Attraverso questa misura si vuole incrementare la vendita dei prodotti non confezionati, che ad oggi riguarda soprattutto detersivi e prodotti "secchi", anche in un'ottica di valorizzazione delle tipicità locali e dei prodotti a km0.
Related objective	Obiettivo dell'azione è quello di diminuire gli imballaggi e favorire i piccoli acquisti da parte dei turisti nella destinazione.
Main target group	Imprese commerciali locali, aziende agricole
Main Stakeholders involved and their responsibility	Imprese commerciali locali, GDO
Main activity to be performed	Attività di sensibilizzazione nei confronti di domanda e offerta Mappatura dei punti vendita
External support required	-
Related output indicator and target	Numero di nuove postazioni di vendita attivate
Cost estimation	10mila euro
Timeframe for implementation	6 mesi
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	-
Classification of the measure	Circular tourism policy making

Title of the measure	**2.2.1. Installazione box raccolta materiali di riuso**
Short description of the measure	Anche in Italia si sta diffondendo la pratica di installare in punti strategici (centri commerciali, stazioni, aeroporti, parcheggi di scambio, ecc.) di compattatori per la raccolta e il successivo riutilizzo di materiali quali pet, alluminio, ecc., con anche l'impiego di meccanismi premianti (commisurati al valore del bene).
Related objective	Aumentare la raccolta differenziata, preservare l'ambiente dall'abbandono della plastica, favorire il riciclo dei materiali
Main target group	consumatori
Main Stakeholders involved and their responsibility	Associazioni di categoria (Confcommercio, Confesercenti, ecc.), GDO, municipalità, TPL
Main activity to be performed	Definizione di un progetto per la fattibilità complessiva Definizione progetti comunali Definizione di accordi con soggetti interessati Acquisto box
External support required	-
Related output indicator and target	Almeno un box per ciascun comune dell'Oltrepò Mantovano
Cost estimation	Il costo complessivo difficile da stimare
Timeframe for implementation	Entro il 2023
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	Programma "Mangiaplastica"
Classification of the measure	Optimisation of existing infrastructure/service

Title of the measure	**2.2.2. Artlab del riciclo**
Short description of the measure	Stimolare la nascita di "laboratori" per il riciclo di materiali (non pericolosi) da rifiuto a "souvenir". I legni del Po, le stoffe vecchie, i contenitori in plastica e alluminio possono diventare oggetti di interesse per molti (arredamenti, lampade, oggetti)
Related objective	Riutilizzare materiali ed educare le nuove generazioni al riciclo
Main target group	Scuole, residenti, turisti
Main Stakeholders involved and their responsibility	Associazioni culturali, imprese turistiche
Main activity to be performed	Verifica della fattibilità e individuazione possibili interessati Creazione di programmi specifici Coinvolgimento imprese turistiche
External support required	-
Related output	Attività formative realizzate

indicator and target	Numero di laboratori creati
Cost estimation	L'azione non prevede costi diretti
Timeframe for implementation	6 mesi per l'attivazione del progetto
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	-
Classification of the measure	Awareness and engagement initiatives

Title of the measure	**3.1.1. Riqualificare il reticolo idrico (attraverso bonifiche)**
Short description of the measure	Il territorio dell'Oltrepò Mantovano presenta un reticolo idrico unico nel suo genere per la quantità e la varietà di canali a servizio del settore agricolo e dei territori in generale.
Related objective	Riqualificare e rendere utilizzabile per scopi anche turistici il reticolo idrico locale di competenza regionale e comunale.
Main target group	Consorzio di bonifica, AIPO, altri
Main Stakeholders involved and their responsibility	Enti locali, consorzi di bonifica
Main activity to be performed	1. mappatura del reticolo idrico 2. identificazione dei possibili usi 3. realizzazione di un piano di fattibilità per area e per tipologia
External support required	consulenti specializzati
Related output indicator and target	mappatura e piani di fattibilità
Cost estimation	50 mila euro per la fase di analisi
Timeframe for implementation	3-5 anni
Complementary measures (if any)	3.1.2
Potential source of funding	PNRR, Fondi programmazione europea
Classification of the measure	Optimisation of existing infrastructure/service

Title of the measure	**3.1.2. Salvaguardare i canali e la loro ricchezza idrica e naturalistica**
Short description of the measure	I canali rappresentano un elemento identitario dell'Oltrepò Mantovano oltre che un ambiente molto ricco dal punto di vista naturalistico della flora e della fauna. La loro manutenzione diventa necessaria se si vuole sfruttarli dal punto di vista turistico per l'organizzazione di attività esperienziali
Related objective	Allungare la stagione turistica e offrire nuove motivazioni di

	vacanza/esperienze
Main target group	Turisti, escursionisti, residenti
Main Stakeholders involved and their responsibility	Consorzio di bonifica, Enti locali, associazioni, imprese turistiche
Main activity to be performed	1. Mappatura e individuazione dei canali significativi dal punto di vista turistico 2. Creazione di percorsi, itinerari, esperienze 3. Coinvolgimento associazionismo e volontariato locale 4. Attività comunicazione
External support required	-
Related output indicator and target	Numero dei canali identificati Creazione di esperienze (erbe, birdwatching, …)
Cost estimation	-
Timeframe for implementation	12 mesi per l'attivazione
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	Da identificare
Classification of the measure	Optimisation of existing infrastructure/service

Title of the measure	**3.2.1. Riduzione del consumo di acqua in bottiglia**
Short description of the measure	L'idea è quella che il turista che visita l'Oltrepò Mantovano, anche solo di passaggio non abbia l'occasione di approvvigionarsi di acqua in bottiglia (specie di plastica), ma abbia la possibilità di riempire dovunque egli sia la "borraccia", gratuitamente o dietro piccola fee. La misura consentirà di dotare il territorio di punti di rifornimento dell'acqua nei posti turisticamente rilevanti, lungo le ciclabili e i cammini, presso le stazioni e i punti di scambio intermodale
Related objective	Diminuire progressivamente l'utilizzo delle bottiglie di plastica
Main target group	consumatori
Main Stakeholders involved and their responsibility	Società distribuzione acqua potabile, Enti locali, imprese turistiche e servizi
Main activity to be performed	1. Mappatura dei luoghi turistici 2. Individuazione di eventuali postazioni (anche area pilota) 3. Acquisto e istallazione casette acqua o fontane 4. Realizzazione materiali promozionali
External support required	Società distribuzione acqua locale
Related output indicator and target	Numero cassette acqua posizionate Numero fontane posizionate Almeno tre itinerari serviti

Cost estimation	Costi variabili in relazione alle forniture (dai 25.000 ai 30.000 a casetta compresa installazione)
Timeframe for implementation	Medio termine (3-5 anni)
Complementary measures (if any)	La misura si ricollega direttamente alla misura 4_1_2
Potential source of funding	Da identificare
Classification of the measure	Circular tourism policy making

Title of the measure	**3.2.2. Istituire un sistema premiante per le imprese virtuose**
Short description of the measure	A partire da modelli di finanziamento quali il bonus idrico la misura intende premiare quelle imprese turistiche che decidono di affrontare il risparmio idrico con interventi quali la sostituzione dei sanitari con apparecchi a scarico ridotto, le rubinetterie, ecc. ma anche l'utilizzo di sistemi per il recupero e il riutilizzo dell'acqua piovana.
Related objective	Diminuzione del consumo di acqua e diffusione di buone pratiche nell'ambito del risparmio idrico
Main target group	Imprese turistiche e della ristorazione, servizi turistici
Main Stakeholders involved and their responsibility	Camera di Commercio, associazioni di categoria, imprese turistiche
Main activity to be performed	Definizione di un modello di premialità (economico/fiscale) Coinvolgimento imprese attraverso le categorie
External support required	-
Related output indicator and target	Numero di imprese "premiate" Incremento del 20% di imprese virtuose in due anni
Cost estimation	40 mila euro in due anni
Timeframe for implementation	Due anni
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	Da identificare
Classification of the measure	Economic and fiscal instruments

Title of the measure	**4.1.1. Definire un sistema per la manutenzione**
Short description of the measure	La manutenzione delle ciclabili, dei cammini e più ingenerale dei percorsi si trasforma in molti casi in uno scarico di responsabilità verso i soggetti pubblici anche laddove si potrebbero concepire modelli integrati e più attuali.

	Per questo si propone di pensare a costruire un modello integrato multilivello: • a partire dal mettere in evidenza le norme locali e gli usi (più o meno civici) che possono concorrere alla cura del territorio; • coinvolgendo i beneficiari dei percorsi ciclabili e delle altre forme di mobilità oltre a eventuali proprietari dei fondi; • attivando in tutte le forme possibili il volontariato locale ed extra locale, sia in permanenza che mediante azioni ricorrenti di "retake" (si pensi ad esempio alle scuole); • valorizzando le potenzialità dei soggetti privati sia nel ruolo di sponsor che mediante l'"adozione" di tratte e passaggi specifici/simbolici.
Related objective	Garantire una manutenzione adeguata dei percorsi (segnaletica, tracciati, sicurezza, ecc.)
Main target group	Fruitori dei percorsi
Main Stakeholders involved and their responsibility	Enti locali, imprese, associazionismo, scuole
Main activity to be performed	Analisi delle normative esistenti Individuazione dei percorsi da mantenere Coinvolgimento stakeholder locali Piano di impegni
External support required	SIPOM, uffici tecnici comuni, associazioni
Related output indicator and target	Accordi avviati
Cost estimation	15mila euro
Timeframe for implementation	Tutta la durata della strategia
Complementary measures (if any)	3.1.2. e le misure sulla mobilità
Potential source of funding	PNRR, PSR, Mitur
Classification of the measure	Optimisation of existing infrastructure/service

Title of the measure	**4.1.2. Diffondere i servizi al cicloturista (e al camminatore)**
Short description of the measure	La misura si propone di rendere il territorio sempre più bike friendly nei confronti di diversi target, da curiosi, agli appassionati, a chi percorre lunghe distanze a chi utilizza la bicicletta elettrica. L'obiettivo è quello di soddisfare da un lato tutti i bisogni primari (dalla ciclofficina al servizio di ricarica, …) dall'altro di rendere sempre più l'esperienza unica e identitaria. Tutto ciò anche attraverso la costituzione formale di una rete di operatori bike friendly che mette in campo delle linee d'azione comuni e una

	promozione integrata a livello territoriale.
Related objective	Incrementare le ricadute del cicloturismo sul territorio e attrarre nuovi segmenti e mercati di domanda in linea con gli obiettivi di sostenibilità e circolarità
Main target group	Enti locali, imprese ricettive, ristorazione, servizi turistici e collegati
Main Stakeholders involved and their responsibility	Enti locali, associazioni singoli imprenditori
Main activity to be performed	Individuazione dei fabbisogni dei ciclo-turisti (e dei camminatori) in termini di servizi Definizione dei gap da colmare Attivazione di nuovi servizi (diversificazione, nuove imprese, ecc.)
External support required	-
Related output indicator and target	Numero di servizi bike-friendly attivati
Cost estimation	-
Timeframe for implementation	Tutta la durata della strategia
Complementary measures (if any)	Taylor-made activity APP "Around Oltrepò Mantovano"
Potential source of funding	Da identificare
Classification of the measure	Optimisation of existing infrastructure/service

Title of the measure	**4.1.3. Accordi con società di trasporto pubblico**
Short description of the measure	La misura prevede la realizzazione di accordi con i gestori dei servizi del trasporto pubblico (ferrovia, trasporto su gomma), per favorire la mobilità ciclistica all'interno del territorio dell'Oltrepò Mantovano, si per quanto riguarda i turisti che i residenti. Esistono diversi modelli ed esperienze che coniugano il servizio di trasporti bici ad itinerari prestabiliti come ad esempio il Dolomiti Bus che percorre un anello tradizionale o il modello della Val Venosta dove l'offerta integrata tra pubblico e privato consente di vivere la valle in completa autonomia.
Related objective	Creare dei servizi integrati di trasporto bici + treno e bici + autobus
Main target group	Turisti e residenti
Main Stakeholders involved and their responsibility	Compagnie di trasporto locale
Main activity to be performed	• Analisi fabbisogni del territorio • Definizioni di accordi mirati su tratte e tipologie dei servizi
External support required	-

Related output indicator and target	Numero di accordi realizzati Incremento dei servizi di trasporto pubblico a favore di una minor mobilità privata
Cost estimation	L'azione non prevede costi diretti
Timeframe for implementation	Tutta la durata della strategia
Complementary measures (if any)	4.1.2. e 4.2.1.
Potential source of funding	-
Classification of the measure	Optimisation of existing infrastructure/service

Title of the measure	**4.2.1. Recupero caselli ferroviari per ricettività low cost**
Short description of the measure	Il territorio dell'Oltrepò mantovano è attraversato da due line ferroviarie principali (Bologna - Brennero e Ferrara - Suzzara) che sono tradizionalmente servite da numerosi caselli ormai in disuso. La misura prevede il recupero di queste strutture a fine turistico ricettivo in particolare per ciclisti e camminatori, con la contestuale creazione di un sistema di booking online che consenta di prenotare e soggiornare nei caselli adibiti a ricettività in completa autonomia da parte del turista.
Related objective	Prolungare la stagione turistica e offrire un servizio low cost ma dagli alti standard qualitativi ed eco-ambientali, in linea con il target
Main target group	cicloturisti e camminatori
Main Stakeholders involved and their responsibility	Enti locali, FERROVIE EMILIA ROMAGNA Srl, Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane, Start-up locale per gestione servizio booking e manutenzione caselli
Main activity to be performed	• Studio di fattibilità per definire almeno: - mappatura dei caselli - analisi esperienze simili - stima dei costi/ricavi - individuazione delle forme di gestione - individuazione finanziamenti • Concorso per progettazione
External support required	consulenza tecnica
Related output indicator and target	Numero di caselli recuperati
Cost estimation	50mila (per lo studio di fattibilità)
Timeframe for implementation	12 mesi per lo studio
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	PNRR, Ferrovie dello Stato, POR FESR, Altri
Classification of the	Optimisation of existing infrastructure/service

measure	

Title of the measure	**4.2.2. Incentivare la mobilità sostenibile sul territorio**
Short description of the measure	Con questa misura si vuole promuovere e incentivare l'uso di opzioni di mobilità alternativa per raggiungere e vivere la destinazione turistica che possano essere rivolte ai residenti (ad esempio in relazione alla mobilità casa lavoro) e ai turisti. Si tratta di agire sia sulle infrastrutture che soprattutto sui servizi, anche attraverso l'interconnessione degli stessi (es. il sistema e-vai della regione Lombardia)
Related objective	Obiettivo è quello di far usare sempre meno l'auto privata a favore di sistemi di car pooling, car sharing, e dell'utilizzo di veicoli elettrici, noleggi bici
Main target group	Residenti e turisti
Main Stakeholders involved and their responsibility	Enti locali, aziende trasporto pubblico, operatori di trasporto privati
Main activity to be performed	Sviluppo di un piano di mobilità (studio fattibilità) Definizione di accordi con operatori del settore
External support required	-
Related output indicator and target	Incremento di servizi di mobilità alternativa Almeno un accordo con gestori servizi car sharing
Cost estimation	80.000 euro per studio di fattibilità per tutti i comuni
Timeframe for implementation	Lungo termine
Complementary measures (if any)	4.1.3.
Potential source of funding	Da individuare
Classification of the measure	Regulatory and legal instruments

Title of the measure	**5.1.1. Survey rivolta a turisti e residenti**
Short description of the measure	Creazione di un sistema di monitoraggio della soddisfazione dei residenti e dei turisti, attraverso la somministrazione di questionari presso le strutture ricettive, i punti informativi, gli attrattori, ecc.
Related objective	Dotare la strategia e gli stakeholder di un quadro costantemente aggiornato delle esigenze degli utenti
Main target group	Attuatori delle misure e stakeholder
Main Stakeholders involved and their	COM, imprese

responsibility	
Main activity to be performed	• Definizione di un piano di monitoraggio • Definizione degli strumenti di indagine (questionari) • Raccolta ed elaborazione dati
External support required	-
Related output indicator and target	Numero questionari somministrati Rapporto annuale
Cost estimation	3.000 anno
Timeframe for implementation	Tutta la durata della strategia
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	-
Classification of the measure	Collection, monitoring and analysis of data

Title of the measure	**5.2.1. Campagne di sensibilizzazione sui comportamenti circolari**
Short description of the measure	Allo scopo di trainare tutti gli attori territoriali nella ridefinizione del nuovo modello di sistema circolare, sia dal punto di vista dei consumi interni al territorio che dell'offerta turistico-territoriale, è emersa fortemente la necessità di portare avanti una comunicazione costante verso l'interno e verso l'esterno sui temi dello sviluppo sostenibile. Si dovrà operare attraverso la diffusione di buone pratiche di economia circolare, con campagne di sensibilizzazione sull'importanza di uno sviluppo economico che beneficia il territorio e i suoi residenti, generando valore nel tempo. Per i consumatori odierni è sempre più importante che le imprese mostrino una sensibilità verso temi di responsabilità sociale e ambientale: lo stesso vale per le destinazioni.
Related objective	Aumentare la consapevolezza
Main target group	Imprese, scuole, consumatori
Main Stakeholders involved and their responsibility	Fornitori servizi (es. TEA ENERGIA, Trenitalia TPER, ecc.)
Main activity to be performed	Individuazione target (imprese, scuole, turisti, residenti, …) Individuazione dei contenuti per target (riduzione inquinamento: benefici economici per le imprese, diminuzione sprechi, ecc.) Individuazione degli strumenti per target
External support required	Si – agenzie comunicazione
Related output indicator and target	Numero e tipologie di campagne, pubblico raggiunto
Cost estimation	Variabili in relazione alle tipologie di campagne

Timeframe for implementation	Tutta la durata della strategia
Complementary measures (if any)	-
Potential source of funding	Da identificare
Classification of the measure	Awareness and engagement initiatives

2.3.4 Timeline of measure implementation

Table 4 – INCIRCLE chronological overview on measures implementation

Measure	Indicators	Short-term scenario (0/2 years from approval)	Mid-term scenario (2/5 years from approval)	Long-term scenario (5/10 years from approval)	The entire duration of the strategy
1.1.1. Favorire la nascita e lo sviluppo di Comunità energetiche rinnovabili	Almeno 3 comunità con almeno 5 imprese turistiche		X		
1.1.2. Incentivare la diffusione di mini-impianti per la produzione di Biogas	Definizione di uno studio, tre accordi (impianti programmati)	X			
1.2.1. Diffondere l'utilizzo di sistemi di risparmio energetico	% di imprese che aderiscono al programma, % di imprese che adottano sistemi di risparmio energetico, almeno un quarto delle imprese coinvolte	X			
2.1.1. Incrementare l'utilizzo dei prodotti sfusi	Numero di nuove postazioni di vendita attivate	X			

2.2.1. Installazione box raccolta materiali di riuso	Almeno un box per ciascun comune dell'Oltrepò Mantovano				
2.2.2. Artlab del riciclo	Attività formative realizzate, Numero di laboratori creati	X			
3.1.1. Riqualificare il reticolo idrico (attraverso bonifiche)	Mappatura e piani di fattibilità		X		
3.1.2. Salvaguardare i canali e la loro ricchezza idrica e naturalistica	Numero dei canali identificati, Creazione di esperienze	X			
3.2.1. Riduzione del consumo di acqua in bottiglia	Numero cassette acqua posizionate, Numero fontane posizionate, Almeno tre itinerari serviti		X		
3.2.2 Istituire un sistema premiante per le imprese virtuose	Numero di imprese "premiate", Incremento del 20% di imprese virtuose in due anni		X		
4.1.1. Definire un sistema per la manutenzione	Accordi avviati				X
4.1.2. Diffondere i servizi al cicloturista (e al camminatore)	Numero di servizi bike-friendly attivati				X

4.1.3. Accordi con società di trasporto pubblico	Numero di accordi realizzati, Incremento dei servizi di trasporto pubblico				X
4.2.1. Recupero caselli ferroviari per ricettività low cost	Numero di caselli recuperati	X			
4.2.2. Incentivare la mobilità sostenibile sul territorio	Incremento di servizi di mobilità alternativa, Almeno un accordo con gestori servizi car sharing			X	
5.1. Monitoraggio turisti e residenti	Numero questionari somministrati, Rapporto annuale				X
5.2. Campagne di sensibilizzazione sui comportamenti circolari	Numero e tipologie di campagne, pubblico raggiunto				X

Gantt chart

Pilastro	Obiettivo	Misura	2022	2023	2024	2025	2026	oltre 2026
Energia	1.1. Incoraggiare l'uso di fonti di energie rinnovabili nel settore turistico	1.1.1. Favorire la nascita e lo sviluppo di Comunità energetiche rinnovabili						
	1.1. Incoraggiare l'uso di fonti di energie rinnovabili nel settore turistico	1.1.2. Incentivare la diffusione di mini-impianti per la produzione di Biogas						
	1.2. Ridurre i consumi energetici del settore turistico	1.2.1. Diffondere l'utilizzo di sistemi di risparmio energetico						
Rifiuti	2.1. Diminuire la produzione dei rifiuti nel settore turistico	2.1.1. Incrementare l'utilizzo di prodotti sfusi						
	2.1. Diminuire la produzione dei rifiuti nel settore turistico	2.2.1. Installare box raccolta materiali da riuso (pet, alluminio, ...)						
	2.2. Stimolare un riutilizzo creativo dei rifiuti	2.2.2. Artlab del riciclo						
Acqua	3.1. Salvaguardare la risorsa idrica dall'inquinamento	3.1.1. Riqualificare il reticolo idrico (attraverso bonifiche)						
	3.1. Salvaguardare la risorsa idrica dall'inquinamento	3.1.2. Salvaguardare i canali e la loro ricchezza idrica e naturalistica						
	3.2. Fare un uso consapevole della risorsa riducendo l'impatto del turismo	3.2.1. Riduzione del consumo di acqua in bottiglia						
	3.2. Fare un uso consapevole della risorsa riducendo l'impatto del turismo	3.2.2. Istituire un sistema premiante per le imprese virtuose						
Mobilità	4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	4.1.1. Definire un sistema per la manutenzione						
	4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	4.1.2. Diffondere i servizi al cicloturista (e al camminatore…)						
	4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	4.1.3. Accordi con società di trasporto pubblico						
	4.2. Adeguare le infrastrutture del trasporto alla mobilità sostenibile	4.2.1. Recupero caselli ferroviari per ricettività low cost						
	4.2. Adeguare le infrastrutture del trasporto alla mobilità sostenibile	4.2.2. Incentivare la mobilità sostenibile sul territorio						
Azioni trasversali	5.1. Monitoraggio dell'approccio alla circolarità (turisti e residenti)	5.1.1. Survey rivolta a turisti e residenti						
	5.2. Comunicazione	5.2.1. Campagne di sensibilizzazione sui comportamenti circolari						

2.3.5 Development of future scenarios

Table 5 – INCIRCLE scenarios

Strategy's objective	Current trend (baseline indicator)	Business as usual scenario	Most likely scenario	Best possible scenario
1.1. Incoraggiare l'uso di fonti di energie rinnovabili nel settore turistico	10%	15%	30%	50%
1.2. Ridurre i consumi energetici del settore turistico	-	-10%	-20%	-30%
2.1. Diminuire la produzione dei rifiuti nel settore turistico	raccolta differenziata: 80-90% diminuzione del conferimento: -	raccolta differenziata: 95% diminuzione del conferimento: -5%	raccolta differenziata: 98% diminuzione del conferimento: - 20%	raccolta differenziata: 100% diminuzione del conferimento: -50%
2.2. Stimolare un riutilizzo creativo dei rifiuti	-	+10%	+20%	+30%
3.1. Salvaguardare la risorsa idrica dall'inquinamento	carico convogliato attraverso rete fognaria 80-98%	carico convogliato attraverso rete fognaria 98%	carico convogliato attraverso rete fognaria 100%	carico convogliato attraverso rete fognaria 100%
3.2. Fare un uso consapevole della risorsa riducendo l'impatto del turismo	2% imprese è attento al risparmio	5% imprese è attento al risparmio	20% imprese è attento al risparmio	50% imprese è attento al risparmio
4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	-	20%	40%	50%
4.2. Adeguare le infrastrutture del trasporto alla mobilità sostenibile	-	-	almeno un accordo con servizi di car sharing	più accordi
5.1. Monitoraggio dell'approccio alla circolarità (turisti e residenti)	-	+10% turisti + 10%	50% dei turisti e dei residenti coinvolti	100% turisti e residenti coinvolti
5.2. Comunicazione	-	campagne spot	almeno due campagne di comunicazione/anno	campagne continue di comunicazione

2.4 Step 4: Monitoring, evaluation and sources for funding

2.4.1 Monitoring strategy implementation

Il monitoraggio delle azioni e dello stato di avanzamento della strategia è un elemento fondamentale per la applicazione della stessa e il raggiungimento degli obiettivi prefissati. Il monitoraggio e la verifica dei risultati, infatti, non vengono considerati un mero obbligo dettato dai progettisti ma uno strumento fondamentale per poter correggere anche in fase di applicazione la strategia e soprattutto accompagnare una migliore realizzazione delle azioni.

In questa area rientrano le attività di monitoraggio e verifica dei risultati in relazione a diversi aspetti a partire dal mercato, e quindi dalla domanda turistica e dall'offerta turistica, per proseguire con la verifica dello stato di avanzamento delle azioni e il monitoraggio degli indicatori di risultato. Non è sufficiente, infatti, sapere se l'azione è stata svolta, ma è necessario conoscere se l'obiettivo è stato raggiunto e come.

Per questo si prevede lo sviluppo di un sistema di analisi, basato su un insieme di indicatori rilevanti, che vadano ad alimentare un "cruscotto" della "circolarità" coerente con gli obiettivi e le azioni programmate da un lato e i riferimenti a livello regionale, nazionale e europeo dall'altro.
Il "cruscotto" è un sistema informativo che si caratterizza come una piattaforma di conoscenza capace di raccogliere i dati provenienti da fonti diverse. Tali indicatori devono possedere caratteristiche comuni, tra le quali sicuramente la reperibilità, la misurabilità, la periodicità e la semplicità di utilizzo a fini valutativi.

Vi sono poi diversi livelli di analisi, il primo misura il percorso verso gli obiettivi generali, il secondo verso gli obiettivi specifici. A questi si aggiunge la definizione "indicatori di risultato" per monitorare e valutare l'efficacia di ogni singola azione.

Il percorso metodologico obbliga ad impostare un cammino che si snoda in più fasi:

- prima che l'azione inizi (identificazione dei dati di partenza, identificazione dei dati utili e messa a punto del set di indicatori, …),
- mentre l'azione si sta svolgendo (raccolta dati secondo i parametri di valutazione dati, tramite questionari, analisi web,…),
- quando l'azione è terminata (interviste operatori e misura loro soddisfazione, controllo e elaborazione dati, confronti temporali e con altre realtà, …).

La metodologia è quindi quali-quantitativa integrando dati quantitativi e valutazioni qualitative. Il risultato dipende soprattutto dalla prima fase, poiché, ovviamente, è del tutto impossibile trovare risultati che non si sono cercati dall'inizio. Una corretta impostazione iniziale è anche ciò che facilita a non dover cambiare i parametri di valutazione nel corso degli anni. La maggiore forza dei risultati risiede infatti nella possibilità di realizzare confronti, è lì che il dato prende forma e sostanza ed è per questo che una volta individuati gli standard devono essere utilizzati almeno per un triennio.

Si prevede la restituzione dei dati attraverso la redazione di report periodici semestrali/annuali.

Result indicator for the objective [*specify number and name of the objective*]			Target values and deadlines				Data collection and reporting		
Number and name of the measure	**Name of the indicator**	**Definition**	**Baseline**	**Year n° 2**	**Year n° 5**	**Year n° 10**	**Frequency and report**	**Data source and collection methodology**	**Responsibility for data collection**
1.1. Incoraggiare l'uso di fonti di energie rinnovabili nel settore turistico	I.1 - investimenti in energie alternative	% di imprese che investe in energie alternative	10%	15%	30%	-	annuale	intervista diretta alle imprese	COM
1.2. Ridurre i consumi energetici del settore turistico	I.2 - diminuzione della quota di consumi energetici	decremento percentuale dei consumi	100	90	80	-	annuale	intervista diretta alle imprese	COM
2.1. Diminuire la produzione dei rifiuti nel settore turistico	I.3 - quantità rifiuti conferiti	decremento percentuale dei rifiuti conferiti	100	10	20	-	annuale	intervista diretta alle imprese	COM
2.2. Stimolare un riutilizzo creativo dei rifiuti	I.4 - diffusione punti smaltimento e rivendita	sistemi di riuso installati	-	3	5	20	annuale	comuni	COM
3.1. Salvaguardare la risorsa idrica dall'inquinamento	I.5 - carico rete fognaria	incremento dell'utilizzo della rete fognaria	80-90%	95%	100%	-	annuale	ente gestore - comuni	COM
3.2. Fare un uso consapevole della risorsa riducendo l'impatto del turismo	I.6 - efficientamento idrico	% di imprese che adotta misure efficientamento	2%	20%	100%	-	annuale	intervista diretta alle imprese	COM
4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	I.7 -turisti slow	% turisti in bici o a piedi	6% - 10%	15%	30%	-	annuale	interviste ai turisti	COM
4.2. Adeguare le infrastrutture del trasporto alla mobilità sostenibile	I.8 - incremento servizi mobilità alternativa	numero di accordi	0	3	5	-	annuale	comuni - COM	COM
5.1. Monitoraggio dell'approccio alla circolarità (turisti e residenti)	I.9 - osservatorio	numero questionari somministrati	0	500 anno	1.000 anno	-	annuale	interviste ai turisti e residenti	COM
5.2. Comunicazione	I.10 - comunicazione	numero campagne realizzate	-	3	5	-	annuale	enti gestori - comuni - COM	COM

Table 6 – INCIRCLE monitoring tool for strategy result indicators

Result indicator for the objective [*specify number and name of the objective*]			Target values and deadlines				Data collection and reporting		
Number and name of the measure	**Name of the indicator**	**Definition**	**Baseline**	**Year n° 2**	**Year n° 5**	**Year n° 10**	**Frequency and report**	**Data source and collection methodology**	**Responsibility for data collection**
1.1. Incoraggiare l'uso di fonti di energie rinnovabili nel settore turistico	I.1 - investimenti in energie alternative	% di imprese che investe in energie alternative	10%	15%	30%	-	annuale	intervista diretta alle imprese	COM
1.2. Ridurre i consumi energetici del settore turistico	I.2 - diminuzione della quota di consumi energetici	decremento percentuale dei consumi	100	90	80	-	annuale	intervista diretta alle imprese	COM
2.1. Diminuire la produzione dei rifiuti nel settore turistico	I.3 - quantità rifiuti conferiti	decremento percentuale dei rifiuti conferiti	100	10	20	-	annuale	intervista diretta alle imprese	COM
2.2. Stimolare un riutilizzo creativo dei rifiuti	I.4 - diffusione punti smaltimento e rivendita	sistemi di riuso installati	-	3	5	20	annuale	comuni	COM
3.1. Salvaguardare la risorsa idrica dall'inquinamento	I.5 - carico rete fognaria	incremento dell'utilizzo della rete fognaria	80-90%	95%	100%	-	annuale	ente gestore - comuni	COM
3.2. Fare un uso consapevole della risorsa riducendo l'impatto del turismo	I.6 - efficientamento idrico	% di imprese che adotta misure efficientamento	2%	20%	100%	-	annuale	intervista diretta alle imprese	COM

Result indicator for the objective [*specify number and name of the objective*]			Target values and deadlines				Data collection and reporting		
Number and name of the measure	**Name of the indicator**	**Definition**	**Baseline**	**Year n° 2**	**Year n° 5**	**Year n° 10**	**Frequency and report**	**Data source and collection methodology**	**Responsibility for data collection**
4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	I.7 -turisti slow	% turisti in bici o a piedi	6% -10%	15%	30%	-	annuale	interviste ai turisti	COM
4.2. Adeguare le infrastrutture del trasporto alla mobilità sostenibile	I.8 - incremento servizi mobilità alternativa	numero di accordi	0	3	5	-	annuale	comuni - COM	COM
5.1. Monitoraggio dell'approccio alla circolarità (turisti e residenti)	I.9 - osservatorio	numero questionari somministrati	0	500 anno	1.000 anno	-	annuale	interviste ai turisti e residenti	COM
5.2. Comunicazione	I.10 - comunicazione	numero campagne realizzate	-	3	5	-	annuale	enti gestori - comuni - COM	COM

Table 7 – INCIRCLE monitoring tool for measure output indicators

Output indicator for the measure [*specify number and name of the measure*]			Target values and deadlines				Data collection and reporting		
Number and name of the measure	**Name of the indicator**	**Definition**	**Baseline**	**Year n° 2**	**Year n° 5**	**Year n° 10**	**Frequency and report**	**Data source and collection methodology**	**Responsibility for data collection**
1.1.1 Favorire la nascita e lo sviluppo di Comunità energetiche rinnovabili	IM_1	numero comunità energetiche avviate	0	2	5	-	annuale	diretta	COM
1.1.2 Incentivare la diffusione di mini-impianti per la produzione di Biogas	IM_2	piani di fattibilità e impianti programmati	0	1	3	-	annuale	diretta	COM
1.2.1 Diffondere l'utilizzo di sistemi di risparmio energetico	IM_3	imprese coinvolte e attive nel programma di risparmio energetico	0	25%	-	-	annuale	diretta	COM
2.1.1 Incrementare l'utilizzo di prodotti sfusi	IM_4	postazioni di vendita attivate	0	-	-	-	una tantum	diretta	COM
2.2.1 Installare box raccolta materiali da riuso (pet, alluminio, ...)	IM_5	numero di box installati	0	20	-	-	annuale	comuni e altri enti locali interessati	COM
2.2.2 Artlab del riciclo	IM_6	attività formative e laboratori creati	0	10	-	-	una tantum	diretta	COM
3.1.1 Riqualificare il reticolo idrico (attraverso bonifiche)	IM_7	canali riqualificati/ bonificati per scopi turistici	0				annuale	comuni e altri enti locali interessati	COM
3.1.2 Salvaguardare i canali e la loro ricchezza idrica e naturalistica	IM_8	numero canali identificati creazione di esperienze	0	3	10	-	annuale	diretta	COM
3.2.1 Riduzione del consumo di acqua in bottiglia	IM_9	strutture realizzate per la distribuzione dell'acqua	0	2	10	-	annuale	comuni e altri enti locali interessati	COM

Output indicator for the measure [*specify number and name of the measure*]			Target values and deadlines				Data collection and reporting		
Number and name of the measure	**Name of the indicator**	**Definition**	**Baseline**	**Year n° 2**	**Year n° 5**	**Year n° 10**	**Frequency and report**	**Data source and collection methodology**	**Responsibility for data collection**
3.2.2 Istituire un sistema premiante per le imprese virtuose	IM_10	incremento imprese virtuose	0	20%	-	-	annuale	indagine diretta imprese	COM
4.1.1 Definire un sistema per la manutenzione	IM_11	numero accordi manutenzione avviati	0	3	5	10	annuale	comuni e altri enti locali interessati	COM
4.1.2 Diffondere i servizi al cicloturista (e al camminatore…)	IM_12	numero di servizi attivati	-	10	15	-	annuale	diretta	COM
4.1.3 Accordi con società di trasporto pubblico	IM_13	numero accordi mobilità avviati	-	2	5	-	annuale	COM, comuni e altri enti locali interessati	COM
4.2.1. Recupero caselli ferroviari per ricettività low cost	IM_14	numero caselli recuperati	-	3	5	-	annuale	COM, comuni e altri enti locali interessati	COM
4.2.2. Incentivare la mobilità sostenibile sul territorio	IM_15	incremento servizi mobilità alternativa	-	-	-		annuale	COM, comuni e altri enti locali interessati	COM
5.1.1 Survey rivolte a turisti e residenti	IM_16	questionari somministrati	0	500 anno	1.000 anno	-	annuale	interviste ai turisti e residenti	COM
5.2.1 Campagne di sensibilizzazione sui comportamenti circolari	IM_17	numero campagne realizzate	-	3	5	-	annuale	enti grestori - comuni - COM	COM

2.4.2 Evaluating strategy implementation

- **Responsible person/team**: Consorzio Oltrepò Mantovano e rappresentanti dei Comuni
- **Milestones and related indicators**: Valutazione annuale dei risultati del monitoraggio in corso, a partire dai dati e dalle fonti istituzionali e di indagini realizzate ad hoc come quelle sui residenti e sulla domanda turistica
- **Possible critical points/events and related countermeasures:** difficoltà nella raccolta dati presso le fonti dirette come I Comuni, gli altri enti locali e/o le imprese. Ritardo nella diffusione dei dati. Coinvolgimento continuo delle fonti
- **Evaluation workplan/timeline (GANTT):** pubblicazione di un report annuale per tutta la durata della strategia

2.4.3 Funding

Strategy Objective	Identified Measure	Cost	Potential source of funding	Actions to undertake to secure funding	Person/entity in charge
1.1. Incoraggiare l'uso di fonti di energie rinnovabili nel settore turistico	1.1.1 Favorire la nascita e lo sviluppo di Comunità energetiche rinnovabili	100.000,00	PNRR, Regione Lombardia*, Fondazione Cariplo, altri	Monitoraggio delle misure, creazione di un coordinamento	COM
1.1. Incoraggiare l'uso di fonti di energie rinnovabili nel settore turistico	1.1.2 Incentivare la diffusione di mini-impianti per la produzione di Biogas	25.000,00	PNRR, Regione Lombardia , altri	Monitoraggio delle misure	COM, Comuni
1.2. Ridurre i consumi energetici del settore turistico	1.2.1 Diffondere l'utilizzo di sistemi di risparmio energetico	-	POR, FESR, PSR	Monitoraggio delle misure	CCIAA
2.1. Diminuire la produzione dei rifiuti nel settore turistico	2.1.1 Incrementare l'utilizzo di prodotti sfusi	10.000,00	-	-	-
2.1. Diminuire la produzione dei rifiuti nel settore turistico	2.2.1 Installare box raccolta materiali da riuso (pet, alluminio, ...)	nd	Programma "Mangiaplastica" (finanziamento diretto)	Scouting e accordi con ditte specializzate	Comuni
2.2. Stimolare un riutilizzo creativo dei rifiuti	2.2.2 Artlab del riciclo	-	-	-	Comuni, associazioni
3.1. Salvaguardare la risorsa idrica dall'inquinamento	3.1.1 Riqualificare il reticolo idrico (attraverso bonifiche)				
3.1. Salvaguardare la risorsa idrica dall'inquinamento	3.1.2 Salvaguardare i canali e la loro ricchezza idrica e naturalistica	-	fondi propri/volontariato	-	Associazioni, imprese locali

Strategy Objective	Identified Measure	Cost	Potential source of funding	Actions to undertake to secure funding	Person/entity in charge
3.2. Fare un uso consapevole della risorsa riducendo l'impatto del turismo	3.2.1 Riduzione del consumo di acqua in bottiglia	Costi variabili in relazione alle forniture (dai 25.000 ai 30.000 a casetta compresa installazione)			Comuni
3.2. Fare un uso consapevole della risorsa riducendo l'impatto del turismo	3.2.2 Istituire un sistema premiante per le imprese virtuose	40.000,00	Fondi statali (es. bonus) e regionali da individuare	Monitoraggio delle misure	COM, Comuni
4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	4.1.1 Definire un sistema per la manutenzione	15.000,00	PNRR, PSR, Mitur	-	Regione, Provincia, Comuni, SIPOM
4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	4.1.2 Diffondere i servizi al cicloturista (e al camminatore…)	non quantificabile	POR, FESR, PSR Mitur (es. bando accessibilità)	-	COM
4.1. Rendere il territorio sempre più ciclabile aumentando le possibilità di fruizione slow del territorio	4.1.3 Accordi con società di trasporto pubblico	-	PNRR, fondi regionali e locali se necessari	-	COM
4.2. Adeguare le infrastrutture del trasporto alla mobilità sostenibile	4.2.1. Recupero caselli ferroviari per ricettività low cost	50.000,00	PNRR, Ferrovie dello Stato, POR FESR, Altri	Monitoraggio delle misure	COM
4.2. Adeguare le infrastrutture del trasporto alla mobilità sostenibile	4.2.2. Incentivare la mobilità sostenibile sul territorio	80.000,00	da individuare	-	COM
5.1. Monitoraggio dell'approccio alla circolarità (turisti e residenti)	5.1.1 Survey rivolte a turisti e residenti	3.000,00 (anno)	-	-	COM
5.2. Comunicazione	5.2.1 Campagne di sensibilizzazione sui comportamenti circolari	n.q.	da individuare	-	Fornitori servizi (es. TEA ENERGIA, Trenitalia TPER, ecc.)

** Fondi europei, statali e regionali (politiche coesione, progetti interregionali, ecc.)*