

# PIANO DI SVILUPPO TURISTICO DELLA GRECÌA SALENTINA

2 DICEMBRE 2022



**UNIVERSITÀ  
DEL SALENTO**  
L'Università dei due mari



**Calimera**



**Carpignano  
Salentino**



**Castrignano  
de' Greci**



**Corigliano  
d'Otranto**



**Cutrofiano**



**Martano**



**Martignano**



**Melpignano**



**Sogliano  
Cavour**



**Soleto**



**Sternatia**



**Zollino**



# OBIETTIVI E AZIONI

# OBIETTIVO

Il Piano di Sviluppo Turistico della Grecia Salentina è uno strumento capace di restituire alla comunità locale una visione condivisa del proprio futuro e di quello del proprio territorio, in ragione del riconoscimento sociale che ne è alla base.

Il Piano deve emergere da un'analisi del contesto territoriale e del più ampio scenario competitivo in cui questo s'inserisce. Tale analisi risponde alle principali tre domande della pianificazione:

- *Chi siamo*: analisi dell'attuale configurazione economico-produttiva e delle tendenze evolutive in atto;
- *Chi possiamo essere*: valutazione delle possibili configurazioni economico-produttive che il territorio potrebbe assumere in considerazione delle caratteristiche dello scenario competitivo;
- *Chi vogliamo essere*: individuazione della configurazione economico-produttiva obiettivo: quella che il territorio intende assumere.

L'obiettivo precipuo del Piano è quello di accrescere la sostenibilità ambientale, culturale, economica e sociale delle politiche di sviluppo territoriale. Per questo motivo è imprescindibile il coinvolgimento degli attori locali nella definizione delle linee strategiche da sviluppare.

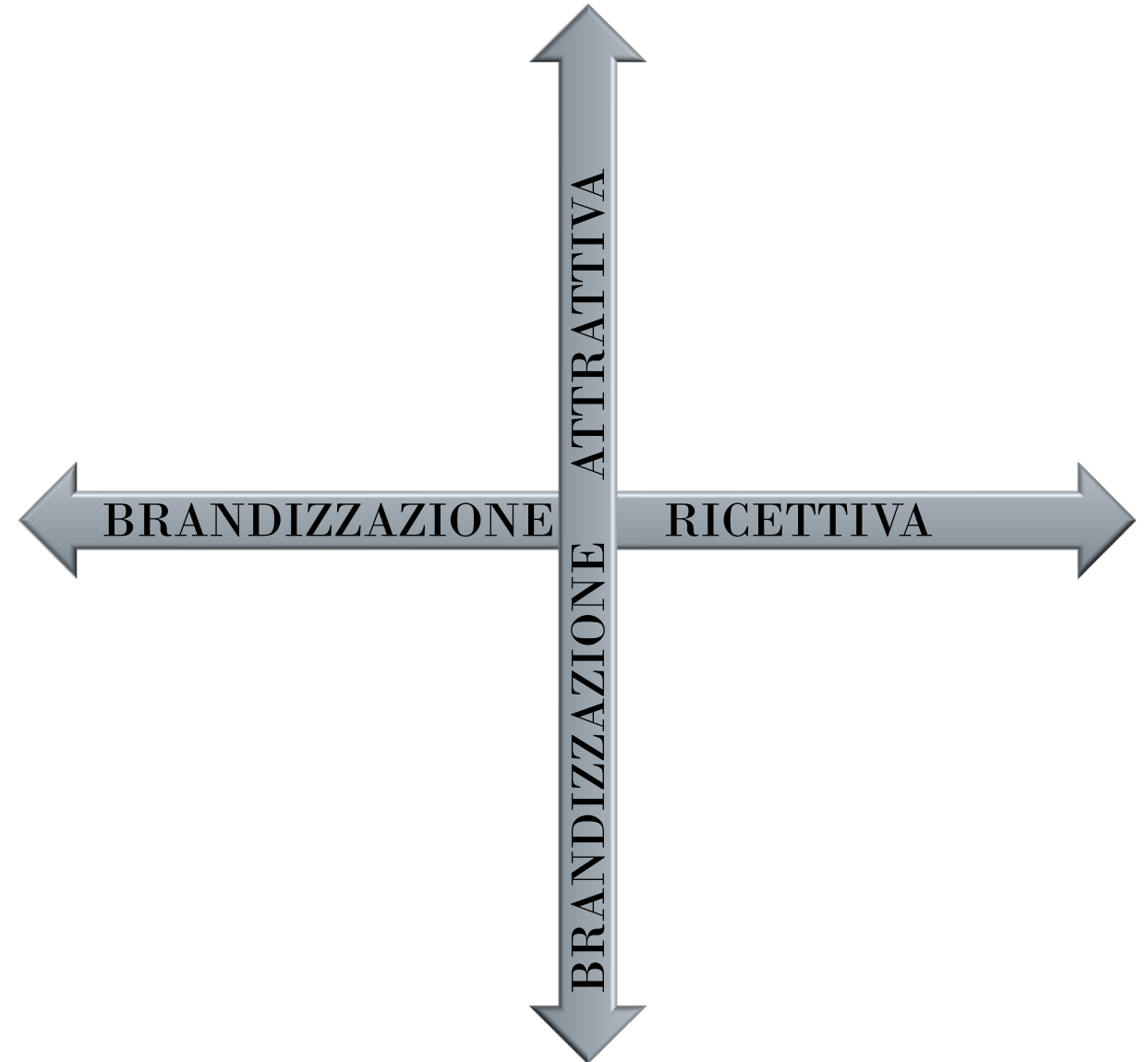
# TRAIETTORIE *di integrazione*

Per promuovere lo sviluppo turistico della Grecia salentina occorre in primo luogo integrare il sistema d'offerta nelle sue tre principali componenti: **attrattiva, ricettiva e connettiva**. Tale integrazione si configura come un'**integrazione orizzontale** tra attori pubblici e privati che concorrono a definire la configurazione territoriale dell'offerta turistica. In secondo luogo occorre promuovere un'**integrazione verticale** con i soggetti che operano lungo la filiera turistica per connettere l'offerta turistica ai mercati di irradiazione (integrazione a monte), ma anche per accompagnare il turista ad esperire il territorio, divenendone cittadino temporaneo. Quest'ultima operazione comporta la trasformazione della comunità territoriale in **comunità accogliente**.



# TRAIETTORIE di «brandizzazione»

La Grecia salentina per esprimere appieno il proprio potenziale attrattivo deve valorizzare la propria identità distintiva. Non vuol dire solo promuovere l'identità grika, ma brandizzarla riconducendola ad un insieme di elementi che la caratterizzino in termini attrattivi e ricettivi. In altri termini occorre individuare e valorizzare ciò che rende unico il territorio dell'Unione, mettendolo al centro delle rappresentazioni degli attori territoriali. Le strutture ricettive devono riflettere nella propria ospitalità questi elementi distintivi ed analoga strategia deve essere seguita da chi gestisce gli attrattori.



# OBIETTIVI DEL PST



ACCOGLIERE



EMOZIONARE



CONNETTERE



INNOVARE

# OBIETTIVI DEL PST



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE



SOSTENIBILITÀ  
AMBIENTALE



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE

# ASSI TRASVERSALI



Cultura



Ambiente



Formazione



Infrastrutture



Innovazione



# TARGET

- Residenti
- Imprese
- Enti
- Turisti
- City User
- Istituzioni



# POSSIBILI AZIONI DA INTRAPRENDERE



# ACCOGLIERE



## QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA RICETTIVA

- ➔ MARCHIO GRIKO (QUALITÀ, SOSTENIBILITÀ E IDENTITÀ)
- ➔ SCUOLA DI FORMAZIONE «OSPITALITÀ GRIKA»



## AMPLIAMENTO DELL'OFFERTA RICETTIVA

- ➔ RETE DELL'OSPITALITÀ GRIKA
- ➔ GRECIÀ «THE HEART OF SALENTO»



## TUTORAGGIO DEL TURISTA

- ➔ WELCOME GATE
- ➔ ACCOMPAGNAMENTO REMOTO

# EMOZIONARE



## CREARE ESPERIENZE IMMERSIVE



L'ORA GRIKA (SOUNDSCAPES)



PERCORSI ESPERIENZIALI (CORSI DI CULTURA GRIKA)



## GRECÌA: FEEL PART OF IT



ADOTTA UN ULIVETO (LANDSCAPE ENGAGEMENT)



PLACETELLING ADDITIVO (AWARDS)



## FIDELIZZARE



CARD INTEGRATA – AFTER MARKET



TARANTA INVOLVEMENT

# CONNETTERE



## CONNETTERE AI MERCATI DI IRRADIAZIONE



CONNESSIONE INFRASTRUTTURALE



CONNESSIONE COMUNICAZIONALE-DISTRIBUTIVA



## CONNETTERE AI SISTEMI TURISTICI SALENTINI



CONNESSIONE INFRASTRUTTURALE



CONNESSIONE ATTRATTIVA BI-DIREZIONALE



## CONNETTERE IL SISTEMA TURISTICO GRIKO



CONNESSIONE GESTIONALE



CONNESSIONE INFRASTRUTTURALE (GREENWAYS)



CONNESSIONE FRUITIVA - APP «DISCOVERY GRECÌA»

# INNOVARE



## SVILUPPO IMPRENDITORIALE

- ➔ INCUBATORE DI IMPRESE TURISTICHE
- ➔ CALL4IDEAS PER SCOUTING PROGETTUALE



## SOSTENIBILITÀ DI SISTEMA

- ➔ CERTIFICAZIONE AMBIENTALE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE
- ➔ CORNER STORE (INTEGRAZIONE E CIRCOLARITÀ)



## SHARING ECONOMY

- ➔ DOMUS GRIKA REAL ESTATE NETWORK
- ➔ CREATIVE ECOSYSTEM
- ➔ ALBERGO DI COMUNITÀ

# VALORIZZAZIONE DEL GRIKO

- Marchio Griko (qualità, sostenibilità, identità)
- Previsione della doppia dicitura, in italiano e *griko*, nell'odonomastica, nelle insegne delle attività commerciali, nei menu delle attività ristorative; nella segnaletica etc.
- Inserimento dell'insegnamento del *griko* nei percorsi scolastici di ogni ordine e grado. A tal proposito, si auspica la realizzazione di un vocabolario di *griko* (consultabile anche online, sul sito dell'Unione dei Comuni della Grecia Salentina) e la promozione di angoli di socializzazione in *griko* nei locali, nei bar e nei pub dei diversi comuni
- Creazione, attraverso il ricorso a eventi di tipo festivaliero a scala nazionale/internazionale, di una rete tra sistemi territoriali locali in cui si parlano lingue minoritarie
- Percorsi esperienziali (corsi di cultura grika e percorsi di formazione artistici e musicali)
- L'Ora grika (SOUNDSCAPES)

## Aree di Sviluppo



Cultura



Infrastrutture



Innovazione



Formazione

## Target

Turisti, City Users, Residenti, Istituzioni,  
Enti, Imprese

## Obiettivi di Sviluppo



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA

- Marchio Griko (qualità, sostenibilità, identità)
- Previsione della doppia dicitura, in italiano e *griko*, nell'odonomastica, nelle insegne delle attività commerciali, nei menu delle attività ristorative; nella segnaletica etc.
- Inserimento dell'insegnamento dei *griko* nei percorsi scolastici di ogni ordine e grado. A tal proposito, si auspica la produzione di un vocabolario di *griko* (consultabile anche online, sul sito dell'Unione dei Comuni della Grecìa Salentina) e la promozione di angoli di socializzazione in *griko* nei locali, nei bar e nei pub dei diversi comuni
- Creazione, attraverso il ricorso a eventi di tipo festivaliero a scala nazionale/internazionale, di una rete tra sistemi territoriali locali in cui si parlano lingue minoritarie

#### Ricadute territoriali

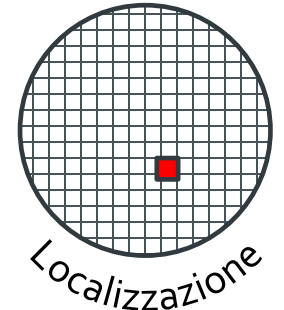
1. Conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale immateriale, con specifico riferimento al dialetto *griko*, alle tradizioni e ai riti (es. *I passiuna tu Cristu*) che consentirebbero di destagionalizzare i flussi turistici.
2. Incremento e qualificazione del dato turistico, che, in prospettiva, potrebbe condurre il territorio della Grecìa Salentina a divenire meta turistica in sé, non collaterale, dunque, alla più generale meta "Salento".



#### Indicatori di performance

1. Presenza di riconoscimenti internazionali di siti di particolare interesse culturale (es. UNESCO)
2. Investimenti in attività culturali
3. Esistenza di regolamentazione degli accessi in siti selezionati
4. Esistenza di una strategia o di un piano di azione sostenibile (con controllo e monitoraggio delle azioni condiviso) che riguardi anche il turismo
5. N. annuale di eventi eno-gastronomici e/o che si basano sulle tradizioni culturali della destinazione
6. Presenze annuali \*365/residenti (indice di pressione turistica)

Indicazioni urbanistico-territoriali: zone urbane, periurbane e rurali





- Percorsi esperienziali (corsi di cultura grika e percorsi di formazione artistici e musicali)
- L'Ora grika (SOUNDSCAPES)

#### Ricadute territoriali

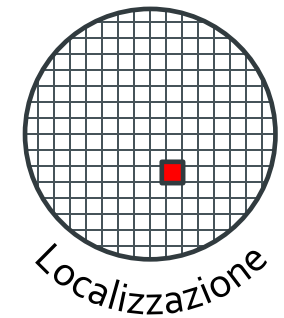
1. Conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale immateriale, con specifico riferimento al dialetto *griko*, alle tradizioni e ai riti (es. *I passiuna tu Cristu*) che consentirebbero di destagionalizzare i flussi turistici.
2. Incremento e qualificazione del dato turistico, che, in prospettiva, potrebbe condurre il territorio della Grecìa Salentina a divenire meta turistica in sé, non collaterale, dunque, alla più generale meta "Salento".



#### Indicatori di performance

1. Presenza di riconoscimenti internazionali di siti di particolare interesse culturale (es. UNESCO)
2. Investimenti in attività culturali
3. Esistenza di regolamentazione degli accessi in siti selezionati
4. Esistenza di una strategia o di un piano di azione sostenibile (con controllo e monitoraggio delle azioni condiviso) che riguardi anche il turismo
5. N. annuale di eventi eno-gastronomici e/o che si basano sulle tradizioni culturali della destinazione
6. Presenze annuali \*365/residenti (indice di pressione turistica)

Indicazioni urbanistico-territoriali: zone urbane, periurbane e rurali



Localizzazione

# MAPPATURA DELL'HERITAGE E CREAZIONE DI UNA RETE DI COORDINAMENTO

- Creazione di una rete di *infopoint*, di percorsi e di itinerari da sostenere e promuovere in collaborazione con tour operator e mediante la partecipazione di attori locali
- Ideazione e promozione di una *card* museale valida per tutti i punti di interesse dei diversi comuni della Grecia Salentina
- Promozione di esperienze di degustazione e di formazione enogastronomica nelle dimore storiche o nelle case degli anziani
- Realizzazione di una «mappatura culturale» del territorio.
- Apertura dei punti d'interesse, dei frantoi e delle chiese nei fine settimana, con una particolare attenzione alla questione dell'accessibilità
- Previsione e formazione di specifici profili professionali (es. esperti per la progettazione)
- Promozione di percorsi enogastronomici periodici sia per i turisti che per le comunità locali
- Implementazione della comunicazione *social* attraverso il coinvolgimento di *opinion leader* e *influencer*
- Calendarizzazione di tutta la filiera culturale

## Aree di Sviluppo



Cultura Infrastrutture Formazione

## Obiettivo



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA

## Target

Residenti, Imprese, Turisti, Istituzioni, City User

- Creazione di una rete di infopoint, di percorsi e di itinerari da sostenere e promuovere in collaborazione con tour operator e mediante la partecipazione di attori locali
- Creazione di una lista di guide e operatori del turismo culturale che lavorano e collaborano nell'ambito del territorio dell'Unione dei Comuni della Grecìa Salentina
- Istituzione e promozione di una card museale valida per tutti i punti di interesse dei diversi comuni della Grecìa Salentina, che possa contribuire ad avvalorare la percezione di un patrimonio culturale diffuso.
- Assicurare il sostegno politico dei comuni della Grecìa, che sappia tradursi anche in capacità progettuale su scala internazionale, attraverso la previsione e la formazione di specifici profili professionali (es. esperti per la progettazione)
- Migliorare la comunicazione social del territorio, del suo patrimonio e della sua attrattività, attraverso il coinvolgimento di opinion leader e influencer nel campo culturale per una efficace e innovativa narrazione social-mediale.
- Calendarizzazione di tutta la filiera culturale (attrazioni ed eventi nei comuni della Grecìa Salentina), con periodici incontri mensili di pianificazione tra attori e decisori politici al fine di progettare congiuntamente interventi e ricerca di risorse.

## Ricadute territoriali

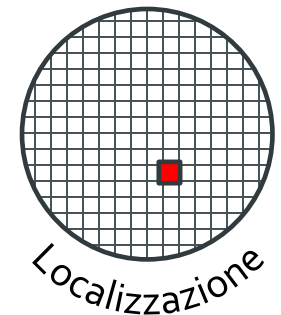
Creazione di un'articolata costellazione di realtà associative, enti e circoli che compongano un ricco mosaico in grado di offrire alla comunità locale una visione condivisa del proprio futuro e del proprio territorio.



## Indicatori di performance

1. Esistenza di una strategia condivisa tra comuni che compongono l'UdC
2. N° circoli ricreativi/culturali per giovani e anziani su tot. pop. giovane e anziana
3. Esistenza di progetti di filiera corta
4. Investimenti in attività culturali

Indicazioni urbanistico-territoriali: zone urbane, periurbane e rurali



# RIDUZIONE DEL CONSUMO DEL SUOLO E RIGENERAZIONE TERRITORIALE

- Creazione di un albergo rurale di comunità che punti al recupero di trulli, masserie e vecchie dimore periurbane e rurali secondo i moderni dettami della bioarchitettura.
- Piantumazione di aree boschive con vegetazione autoctona.
- Azioni di biomonitoraggio ambientale (controllo indici di qualità attuali dello status dei luoghi e individuazione di possibili future perturbazioni esterne).
- Recupero delle aree dismesse al fine di creare nuovo spazio agricolo o naturale.
- Rigenerazione urbana: Realizzazione di progetti di bioarchitettura che coinvolgano le imprese edili locali al fine di creare strutture di cohousing e coworking, nell'ottica del coliving. Ciò permetterebbe lo sviluppo di una triplice sostenibilità: sociale, ambientale ed economica.
- Recupero delle aree dismesse: Creazione di parchi e attività ristorative a carattere locale e biologico.
- Adotta un uliveto (landscape engagement).

## Aree di Sviluppo



Ambiente

## Target

Residenti, Imprese, Turisti, Istituzioni

## Obiettivo



SOSTENIBILITÀ  
AMBIENTALE



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA

- Creazione di un albergo rurale di comunità che consideri il recupero di trulli, masserie e vecchie dimore periurbane e rurali secondo i moderni dettami della bioarchitettura.
- Piantumazione di aree boschive con vegetazione autoctona.
- Azioni di biomonitoraggio ambientale (controllo indici di qualità attuali dello status dei luoghi e individuazione di possibili future perturbazioni esterne).
- Recupero delle aree dismesse al fine di creare nuovo spazio agricolo o naturale.
- Rigenerazione urbana: realizzazione di progetti di bioarchitettura che coinvolgano le imprese edili locali al fine di creare strutture di cohousing e coworking, nell'ottica del coliving. Ciò permetterebbe lo sviluppo di una triplice sostenibilità: sociale, ambientale ed economica.
- Recupero delle aree dismesse: creazione di parchi e attività ristorative a carattere locale e biologico.
- Adotta un uliveto (landscape engagement)

#### Ricadute territoriali

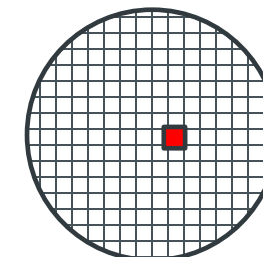
1. Incremento della fruibilità degli ambienti ricreativi
2. Ricadute sul microclima locale attraverso lo smorzamento della forza dei venti, la riduzione del coefficiente di runoff e della formazione di bolle di calore
3. Miglioramento e valorizzazione del capitale paesistico e ambientale
4. Miglioramento dell'attrattività territoriale (attrazione di capitali e flussi turistici)



#### Indicatori di performance

1. N. di strutture e zone verdi o agricole create, recuperate e/o rifunzionalizzate
2. N. di presenze
3. N. servizi attivati
4. Indici di qualità ambientale

Indicazioni urbanistico-territoriali: zone urbane, periurbane e rurali



Localizzazione

# SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

- Certificazione ambientale delle attività turistiche
- Creazione di una metropolitana di superficie da realizzarsi attraverso il recupero e ripristino delle vecchie stazioni ferroviarie, che possa essere funzionale anche al movimento delle merci riducendone così gli impatti economici e ambientali
- Creazione di percorsi paesaggistici ciclabili e pedonali corredati da insegne e targhe multilingua dotate di QR Code volte anche al recupero dei toponimi e del griko
- Corsi di formazione, rivolti ad imprenditori e dirigenti d'impresa, per l'avvio della transizione ecologica
- Evento per sensibilizzare e premiare le aziende del territorio che per innovazione e buone pratiche si siano distinte in questo settore (chiusura dei cicli, agricoltura integrata, ecc.).

## Aree di Sviluppo



Cultura Ambiente Infrastrutture Formazione

## Target

Residenti, Imprese, Turisti, Istituzioni

## Obiettivo



SOSTENIBILITÀ  
AMBIENTALE



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE

- Certificazione ambientale delle attività turistiche
- Creazione di una metropolitana di superficie da realizzarsi attraverso il recupero e ripristino delle vecchie stazioni ferroviarie, che possa essere funzionale anche al movimento delle merci riducendone così gli impatti economici e ambientali
- Creazione di percorsi paesaggistici ciclabili e pedonali corredati da insegne e targhe multilingua dotate di QR Code volte anche al recupero dei toponimi e del griko
- Corsi di formazione, rivolti ad imprenditori e dirigenti d'impresa, per l'avvio della transizione ecologica
- Evento per sensibilizzare e premiare le aziende del territorio che per innovazione e buone pratiche si siano distinte in questo settore (chiusura dei cicli, agricoltura integrata, ecc.).

## Ricadute territoriali

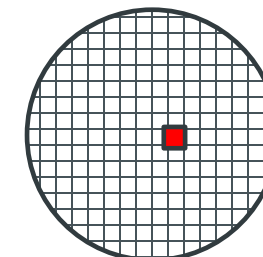
1. Incremento della fruibilità degli ambienti ricreativi
2. Incremento della sensibilità e sostenibilità ambientale
3. Potenziamento della visibilità
4. Promozione e incremento degli investimenti territoriali interni di miglioramento e riqualificazione
5. Incremento della competitività
6. Miglioramento e valorizzazione del capitale paesistico e ambientale
7. Miglioramento dell'attrattività territoriale (attrazione di capitali e flussi turistici)



## Indicatori di performance

1. N. di presenze
2. N. servizi attivati
3. Indici di qualità ambientale
4. N. di realtà imprenditoriali coinvolte
5. N. servizi attivati
6. Valutazione ex ante ed ex post dell'evento

Indicazioni urbanistico-territoriali: zone urbane, periurbane e rurali



Localizzazione

# PERCORSI FORMATIVI SCUOLA/UNIVERSITÀ - MERCATO DEL LAVORO

- Scuola di formazione «Ospitalità Grika»
- Aumento del monte orario di stage previsti dai percorsi formativi presso le aziende/enti pubblici o privati
- Potenziamento alfabetizzazione informatica in vista di una maggiore coerenza con le figure professionali richieste dal mercato
- Creazione di corsi e master in *Social Media Marketing* nell'ottica del ricorso al canale web per lo sviluppo del mercato a livello nazionale e internazionale

## Obiettivo



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE

## Aree di Sviluppo



Cultura Infrastrutture Formazione Innovazione

## Target

Residenti, Imprese, Turisti, Istituzioni



- Scuola di formazione «Ospitalità Grika»
- Aumento del monte orario di stage previsti dai percorsi formativi presso le aziende/enti pubblici o privati
- Potenziamento alfabetizzazione informatica in vista di una maggiore coerenza con le figure professionali richieste dal mercato
- Creazione di corsi e master in *Social Media Marketing* nell'ottica del ricorso al canale web per lo sviluppo del mercato a livello nazionale e internazionale

## Ricadute territoriali

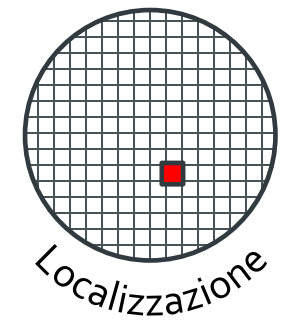
1. Rafforzamento tessuto imprenditoriale
2. Riduzione brain drain
3. Valorizzazione del capitale sociale/ Promozione territoriale
4. Incremento della competitività territoriale
5. Internazionalizzazione



## Indicatori di performance

1. N. iniziative formative attivate
2. N. servizi locali e aziende coinvolte (rilevazione a T1-To)
3. Tasso di imprenditorialità/occupazione (serie storica, rilevazione a T1-To)
4. N. eventi organizzati post formazione
5. Tasso migratorio laureati e diplomati (serie storica, rilevazione a T1-To)
6. Tasso/indice di dotazione capitale umano (serie storica, rilevazione a T1-To)
7. Creazione start up e innovative (serie storica, rilevazione a T1-To)

Indicazioni urbanistico-territoriali: zone urbane e periurbane



# TUTELA DEL PATRIMONIO STORICO-CULTURALE

- Creazione di bandi specifici per l'affidamento e la gestione di edifici storici (ristrutturati o da ristrutturare) e non, di proprietà delle amministrazioni comunali attualmente in disuso
- Creazione di un “marchio di qualità” da parte di una rete di professionisti locali, che dia centralità ai temi della sostenibilità, legalità, tutela degli antichi mestieri

## Aree di Sviluppo



Cultura



Ambiente



Infrastrutture



Formazione

## Target

Residenti, Imprese, Enti, Istituzioni

## Obiettivo



SOSTENIBILITÀ  
AMBIENTALE



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE

- Creazione di bandi specifici per l'affidamento e la gestione di edifici storici (ristrutturati o da ristrutturare) e non, di proprietà delle amministrazioni comunali attualmente in disuso
- Creazione di un "marchio di qualità" da parte di una rete di professionisti locali, che dia centralità ai temi della sostenibilità, legalità, tutela degli antichi mestieri

## Ricadute territoriali

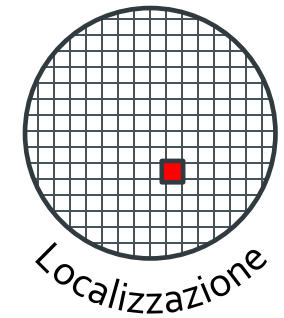
1. Rafforzamento tessuto imprenditoriale
2. Riduzione brain drain
3. Valorizzazione del capitale sociale/ Promozione territoriale
4. Incremento della competitività territoriale
5. Salvaguardia know how e recupero mestieri tradizionali
6. Internazionalizzazione



## Indicatori di performance

1. N. servizi locali e aziende coinvolte (rilevazione a T1-To)
2. Tasso di imprenditorialità/occupazione (serie storica, rilevazione a T1-To)
3. N. eventi organizzati
4. Tasso migratorio laureati e diplomati (serie storica, rilevazione a T1-To)
5. Tasso/indice di dotazione capitale umano (serie storica, rilevazione a T1-To)
6. Creazione start up e innovative (serie storica, rilevazione a T1-To)

Indicazioni urbanistico-territoriali: zone urbane



# SVILUPPO IMPRENDITORIALE

## Incubatore di imprese turistiche

L'idea è quella di costituire un **network di operatori del settore** che, da un lato, possa favorire il rafforzamento del tessuto imprenditoriale già esistente, anche attraverso la condivisione di competenze e risorse e, dall'altro, possa supportare e monitorare la nascita e lo sviluppo di nuove idee d'impresa. A tal fine, vengono individuate alcune iniziative:

- 1.Call4ideas di scouting progettuale
- 2. Definizione di una short list di professionisti
- 3. Censimento dei servizi a disposizione degli operatori

### Aree di Sviluppo



Innovazione

### Target

Imprese, Enti, Istituzioni

### Obiettivo



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE

La Call4ideas di scouting progettuale ha lo scopo di individuare idee imprenditoriali da promuovere, con l'obiettivo di trattenere e valorizzare in loco nuovo capitale umano ad alto potenziale innovativo.

Target prioritari saranno giovani professionisti, startupper, microimprese, ma anche associazioni. Fondamentale per l'implementazione di questa azione è l'intervento coordinato di istituzioni e associazioni di categoria, il cui ruolo sarà quello di promuovere un contesto altamente capacitante e proattivo.

Le idee progettuali dovranno rispettare i principi della sostenibilità ambientale, sociale, economica, culturale, territoriale, secondo i criteri stabiliti dai SDG (Sustainable Development Goals).

#### Ricadute territoriali

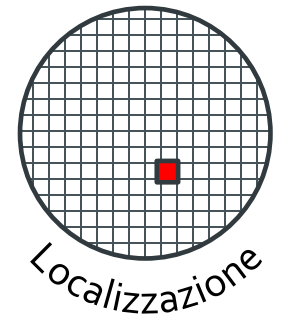
1. Rafforzamento, anche qualitativo, del tessuto imprenditoriale
2. Riduzione brain drain
3. Valorizzazione del capitale sociale/ Promozione territoriale
4. Incremento della competitività territoriale



#### Indicatori di performance

1. N. proposte pervenute alla call4ideas
2. Creazione di nuova imprenditorialità (serie storica, rilevazione a T1-To)
3. Tasso di sopravvivenza a un anno dal lancio

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC



Queste tre azioni sono strettamente connesse tra di loro. I tavoli di consultazione, infatti, hanno restituito l'esigenza, da parte degli operatori, di consolidare e stabilizzare i legami di rete del settore turistico, ricettivo e culturale. La costituzione di un network di operatori, quindi, è funzionale all'accrescimento delle economie di scala, alla condivisione di risorse e know how, allo sviluppo di legami di *coopetitivi* (Bengtsson e Kock, 2014). In questo senso vanno letti:

- l'istituzione di una short list di professionisti, al duplice scopo di a. migliorare il livello qualitativo del settore attraverso uno strumento che certifichi il possesso di specifiche competenze e b. stimolare la creazione di un milieu proattivo che supporti le imprese nascenti
- censimento dei servizi a disposizione degli operatori, al fine di facilitare il matching tra domanda e offerta e di individuare le carenze strutturali

#### Ricadute territoriali

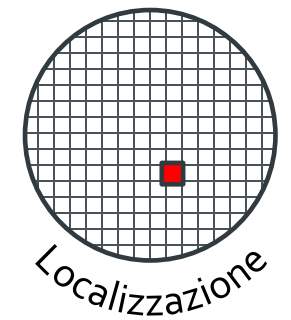
1. Rafforzamento, anche qualitativo, del tessuto imprenditoriale
2. Valorizzazione del capitale sociale/ Promozione territoriale
3. Incremento della competitività territoriale



#### Indicatori di performance

1. N. servizi locali e aziende coinvolte (rilevazione a T1-To)
2. N. arrivi e presenze (italiane e straniere)
3. N. professionisti in shortlist

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC



# QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA

La qualificazione dell'offerta turistica grika risponde all'esigenza di caratterizzare il territorio dell'Unione dei Comuni quale destinazione turistica autonoma rispetto alla macro-destinazione Salento. Se la seconda individua nell'offerta balneare il suo principale attrattore – e, solo in seconda istanza, nella sua dimensione architettonico-culturale-, l'area della Grecia ha la possibilità di caratterizzarsi in quanto «heart of Salento», attraverso:

1. Un'azione di branding volta alla creazione di un «marchio griko»
2. L'erogazione di percorsi formativi altamente qualificanti per i professionisti del settore turistico-ricettivo.

Inoltre la qualificazione dell'offerta turistica beneficerà anche delle azioni relative alla creazione di una short list di professionisti del settore e alla promozione della certificazione ambientale tra le strutture turistiche

## Obiettivo



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE

## Aree di Sviluppo



Innovazione

## Target

Imprese, Enti, Istituzioni

Tale azione si configura come un vero e proprio intervento di branding volto alla creazione di un «marchio griko», in grado di trasmettere una narrazione di carattere orientativo-attrattiva dei luoghi e che, allo stesso tempo, si configuri quale emblema di un'offerta sostenibile secondo i criteri dei SDG. A tal fine, l'Università del Salento mette a disposizione il proprio expertise legato al Placetelling, con l'obiettivo di supportare gli operatori nell'individuazione, attraverso processi partecipativi, dei sedimenti culturali che rappresenteranno il core narrativo del brand e nella definizione delle strategie comunicative più efficaci.

#### Ricadute territoriali

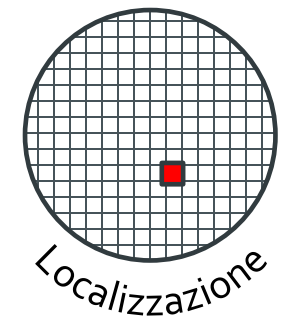
1. Rafforzamento reputazionale della Grecia quale destinazione turistica
2. Valorizzazione del capitale culturale
3. Incremento della competitività territoriale
4. Miglioramento della coesione territoriale



#### Indicatori di performance

1. Strategia di branding (logo, comunicazione)
2. N. arrivi e presenze (italiane e straniere)
3. Partecipazioni ad eventi di promozione turistica nazionali e internazionali
4. Circolazione del logo

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC





La caratterizzazione della Grecia quale destinazione turistica autonoma poggia su un'offerta turistico-ricettiva di livello elevato in grado di valorizzare il prezioso patrimonio culturale e demoetnoantropologico presente nell'area attraverso percorsi esperienziali sostenibili, fruibili, accessibili e di qualità.

A tal fine si propone l'erogazione di percorsi formativi altamente qualificanti per i professionisti del settore turistico-ricettivo, improntato all'acquisizione e al consolidamento di competenze funzionali alla caratterizzazione sostenibile dell'offerta. Particolare attenzione verrà dedicata alle competenze linguistiche e a percorsi di digital literacy for tourism

#### Ricadute territoriali

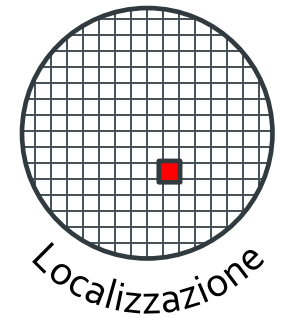
1. Rafforzamento reputazionale della Grecia quale destinazione turistica
2. Valorizzazione del capitale culturale
3. Incremento della competitività territoriale



#### Indicatori di performance

1. Corso pilota
2. N. iscritti
3. Incremento dei flussi turistici

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC



La caratterizzazione della Grecia quale destinazione turistica di qualità poggia anche sull'attenzione alla sostenibilità.

La destinazione turistica dell'era post-covid è a misura di essere umano, incentrata sui legami di prossimità, e attenta a mitigare gli impatti diretti e indiretti del turismo sull'ambiente.

A tal fine, si propone la progettazione di un osservatorio permanente sulla sostenibilità, costituito dall'Università del Salento, dalle amministrazioni locali e dalle associazioni di categoria, allo scopo di monitorare gli impatti ambientali derivanti dal turismo e favorire l'acquisizione e lo sviluppo di un'attitudine sostenibile all'ospitalità e all'esperienza turistica.

#### Ricadute territoriali

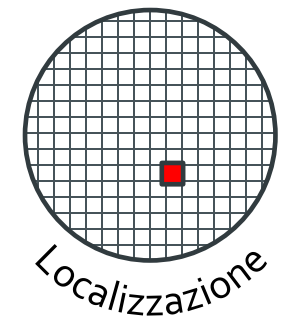
1. Rafforzamento reputazionale della Grecia quale destinazione turistica
2. Tutela del capitale territoriale
3. Incremento della competitività territoriale



#### Indicatori di performance

1. Definizione linee guida per la sostenibilità
2. Toolkit indicatori di monitoraggio
3. Iniziative »green«

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC



# CONNETTERE AI MERCATI DI IRRADIAZIONE AI SISTEMI TURISTICI SALENTINI E AL SISTEMA TURISTICO GRIKO

L'idea è quella di connettere i sistemi turistici locali dell'area salentina e lo stesso sistema turistico interno dell'Unione dei Comuni. Questo per superare il ritardo infrastrutturale riconosciuto che interessa non solo il territorio dei Comuni della Grecia Salentina, ma l'intero territorio della penisola salentina. Obiettivo è anche quello di connettere in un'unica rete digitale le strutture alberghiere ed extra-alberghiere.

- Rete dell'ospitalità Grika
- Connessione ai mercati di irradiazione
- Connessione con i Sistemi Turistici Salentini
- Connessione del Sistema Turistico Griko

## Aree di Sviluppo



Infrastrutture Innovazione

## Target

Imprese, Enti, Istituzioni, Turisti

## Obiettivo



SOSTENIBILITÀ  
SOCIALE



SOSTENIBILITÀ  
ECONOMICA



SOSTENIBILITÀ  
CULTURALE

- Implementazione del sito internet e dei canali social, per quel che riguarda la presenza delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere, e la presenza online delle informazioni turistiche del territorio della Grecia Salentina
- Promozione online dei centri sportivi e dei servizi presenti nel territorio
- Wi-fi pubblico: accesso gratuito alla rete internet in tutto il territorio dell'UdC grazie ad un'infrastruttura tecnologica di comunicazione wireless con tecnologia WiFi
- App dedicata alla Grecia Salentina e Bot dove reperire tutte le informazioni al servizio dei cittadini e dei turisti
- Implementazione di sistemi di sensoristica (comprese telecamere di sicurezza) e big data per adattare i servizi alle esigenze della clientela

## Ricadute territoriali

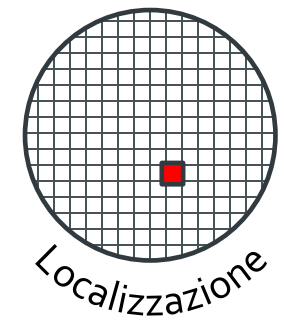
1. Digitalizzazione dei Comuni che fanno parte dell'Unione
2. Incremento locazione alberghiere ed extra-alberghiere
3. Incontro domanda e offerta di lavoro
4. Aumento della sicurezza pubblica cittadina



## Indicatori di performance

1. Utenti wi-fi
2. Arrivi e presenze (italiane e straniere)
3. Vendite pacchetti turistici online
4. Download app mobile
5. Numero Like e Follower su canali social

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC



- Implementazione di corse (pullman o altro) che permettano di raggiungere facilmente i comuni circostanti e quelli facenti parte della Grecìa, favorendo sistemi di trasporto di tipo green quali elettrico, ibrido, sharing mobility, pagamenti elettronici
- Creazione di collegamenti diretti e veloci dall'aeroporto di Brindisi che possano facilitare la mobilità non solo del turista che vorrebbe raggiungere la Grecìa, ma anche del residente che parte o rientra da un viaggio

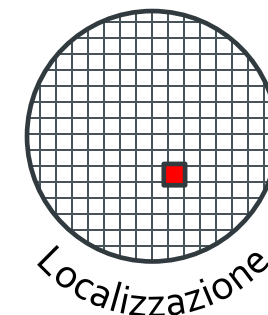
**Ricadute territoriali**

1. Riduzione del traffico
2. Miglioramento qualità ambiente
3. Maggiore sicurezza residenti, turisti e imprese
4. Incremento viabilità ciclabile
5. Decongestionamento del traffico
6. Collegamento con i territori della Grecìa

**Indicatori di performance**

1. Incremento flussi turistici
2. Arrivi e presenze (italiane e straniere)
3. Qualità della vita
4. Minore inquinamento ambientale

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC



- Parziale chiusura del traffico nei centri storici, almeno nei weekend, favorendo percorsi ciclabili e pedonali
- Realizzazione di un sistema di video sorveglianza cittadino con controllo a distanza per il monitoraggio della sicurezza stradale e dei cittadini

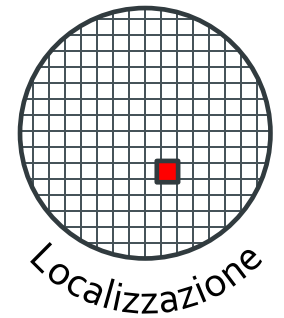
**Ricadute territoriali**

1. Riduzione del traffico
2. Miglioramento qualità ambiente
3. Maggiore sicurezza residenti, turisti e imprese
4. Incremento viabilità ciclabile
5. Decongestionamento del traffico
6. Aumento delle attività imprenditoriali

**Indicatori di performance**

1. Incremento flussi turistici
2. Arrivi e presenze (italiane e straniere)
3. Qualità della vita
4. Valori di inquinamento ambientale
5. Nuove aperture di unità locali commerciali all'interno dei centri storici

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC



Dallo Smart Working al South Working. Creare spazi di co-working in immobili attualmente in disuso: luoghi confortevoli non solo per svago, ma anche per il lavoro, incentivando il turista a restare non solo per periodi brevi, ma anche più lunghi.

#### Ricadute territoriali

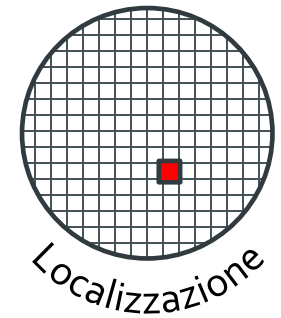
1. Rafforzamento reputazionale della Grecia quale destinazione turistica
2. Rafforzamento reputazionale della Grecia quale luogo di residenza definitivo
3. Tutela del patrimonio immobiliare territoriale



#### Indicatori di performance

1. Saldo migratorio
2. Numero immobili ristrutturati e riutilizzati
3. Numero spazi co-working utilizzati

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC



Sul modello delle più importanti destinazioni turistiche europee, la card integrata è uno strumento semplice per favorire ed incentivare la fruizione dei mezzi pubblici che servono il territorio. Inoltre, la card integrata permetterebbe l'accesso, gratuito o a prezzo agevolato, ad esperienze, prodotti e servizi – intesi quelli di mobilità green, ove disponibili – aderenti all'iniziativa.

#### Ricadute territoriali

1. Rafforzamento reputazionale della Grecia quale destinazione turistica
2. Incentivazione del ricorso a forme di mobilità pubblica/green



#### Indicatori di performance

1. N. card acquistate
2. N. servizi fruiti

Indicazioni urbanistico-territoriali: tutta l'area dell'UdC

