Interreg Italia-Slovenija DANTE

Cofinanziato dall'Unione europea
Sofinancira Evropska unija

Comune di Tolmezzo

PROGETTO DANTE

Action Plan

Via Letteraria Transfrontaliera DANTE

Attività 1.3 — Deliverable D.1.3.3

Versione definitiva in lingua italiana

17 ottobre 2026

Documento redatto da Euroservis su incarico del Comune di Tolmezzo

Indice

0. Premessa e finalità dell'Action Plan....4
1. Obiettivi dell'Action Plan....5
1.2 Collegamento con la candidatura a Cultural Routes del Consiglio d'Europa e con Il Cammino di Dante....5
1.3 I due segmenti target di riferimento (individui / organizzazioni e istituzioni)....5
2. Approccio metodologico....7
2.1 Sintesi dell'analisi di contesto e della SWOT (rimando al Documento Strategico)....7
2.2 Il processo partecipativo: i 3 workshop World Café....10
3. Dal comportamento dei target alle azioni....11
3.1 Motivazione e comportamento dei gruppi target....11
3.2 Segmentazione e priorità di intervento per segmento....12
4. Posizionamento e identità del percorso letterario transfrontaliero....14
4.1 Identità e differenziazione: azioni di posizionamento....14
4.2 Valorizzazione del patrimonio naturale e immateriale: azioni concrete....14
5. Piano d'azione per il marketing mix....19
5.1 Prodotto/servizio – azioni....19
5.2 Prezzo – azioni....19
5.3 Distribuzione/canali – azioni....19
5.4 Promozione e comunicazione – azioni....20
5.5 Persone – azioni....20
5.6 Processi – azioni....20
5.7 Evidenze fisiche – azioni....21
6. Matrice delle azioni e cronoprogramma....22
6.1 Azioni pilota....22
6.2 Azioni per la competitività dei fornitori di servizi....34
6.3 Futuri progetti di turismo letterario....34
6.4 Responsabilità dei partner e tempistiche di attuazione....35
7. Capacity building e coinvolgimento degli stakeholder....37

8. Sintesi delle attività e fasi di implementazione 38
8.1 Sintesi delle azioni chiave 38
8.2 Tempistica e fasi di implementazione 38
8.3 Raccomandazioni per il supporto istituzionale, il finanziamento e la governance dei percorsi 39
8.4 Criteri per la certificazione Cultural Routes del Consiglio d'Europa 41
8.5 Mappatura delle azioni sulle 5 C della Dichiarazione di Budapest 42
9. Piano di monitoraggio e indicatori 44
9.1 Definizione degli indicatori 44
9.2 Collegamento con l'indicatore di programma 3.1.2 44
10. Analisi dei rischi 46
11. Conclusioni 48
12. Sintesi per uso divulgativo (Citizen Summary) 49

0. Premessa e finalità dell'Action Plan

Il progetto DANTE – "Pratiche culturali sostenibili e resilienti per un'offerta innovativa e integrata di turismo letterario" (Sustainable and Resilient Cultural Practices for an Innovative and Integrated Literary Tourism Offer) – è cofinanziato dall'Unione europea attraverso il Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027. Il progetto si svolge dal 19 aprile 2024 al 18 ottobre 2026 e riunisce sei partner provenienti da Italia e Slovenia, sotto il coordinamento del Comune di Isola – Občina Izola (capofila): Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia (PP2), Tolminski muzej (PP3), Comune di Tolmezzo (PP4), Istituto IRRIS per la ricerca, lo sviluppo e le strategie della società, della cultura e dell'ambiente (PP5) e Comune di Ceggia (PP6), a cui si affiancano i partner associati Društvo slovenskih pisateljev, GECT GO/EZTS GO e Fondazione de Claricini Dornpacher.

Il presente Action Plan è il risultato dell'Attività 1.3 "Sviluppo di action plan basati su una strategia comune per un'offerta turistica sostenibile, resiliente e inclusiva" e costituisce il deliverable D.1.3.3 del progetto. Esso rappresenta la traduzione operativa della "Strategija literarne čezmejne poti DANTE" (Documento Strategico, D.1.2.2, dicembre 2025): l'indice e i contenuti di questo Action Plan derivano direttamente dalla struttura e dalle analisi della strategia, integrati con i requisiti specifici richiesti dall'Application Form di progetto (versione 7.0) e con le idee, le proposte e le azioni concrete raccolte durante i tre workshop partecipativi World Café realizzati nell'ambito del deliverable D.1.3.1.

L'Action Plan è redatto in italiano e in sloveno ed è concepito come strumento di lavoro operativo, finalizzato a tradurre la visione strategica del progetto in un insieme organizzato di azioni concrete, con relative responsabilità, tempistiche e indicatori di monitoraggio, a supporto della governance transfrontaliera del percorso letterario DANTE e della sua candidatura, in sinergia con Il Cammino di Dante, alla certificazione di Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa (Cultural Routes of the Council of Europe).

1. Obiettivi dell'Action Plan

L'obiettivo generale del progetto DANTE, quale emerge dal Documento Strategico di riferimento (D.1.2.2), è rafforzare la connettività regionale del turismo letterario transfrontaliero tra Italia e Slovenia. Il percorso è costituito da cinque vie ovvero itinerari, concepiti secondo il metodo dello storytelling: queste cinque vie comporranno anche il percorso letterario comune (cfr. cap. 4.2). Tale obiettivo si realizza attraverso la costruzione di una destinazione letteraria integrata, transfrontaliera, sostenibile e flessibile, capace di proporre un'offerta di turismo culturale e "lento" fondata su un modello di governance condiviso tra i due versanti del confine. Accanto a questo traguardo di connettività, il progetto persegue un obiettivo di natura più profonda e trasformativa: modificare l'approccio al patrimonio della regione transfrontaliera, valorizzandolo attraverso i percorsi letterari e una strategia comune orientata a un innalzamento duraturo e sostenibile dell'offerta turistica del territorio.

Il traguardo strategico di più ampio respiro è la connessione sinergica tra la Via Letteraria Transfrontaliera DANTE e il Cammino di Dante, con la prospettiva di ottenere per l'intero percorso la certificazione nell'ambito del programma Cultural Routes of the Council of Europe. Questo collegamento non è solo simbolico: l'Action Plan e il relativo cronoprogramma di attuazione recepiscono ed integrano sin dalla fase di progettazione i criteri richiesti per l'ottenimento della certificazione (cfr. cap. 8.4), così da garantire che l'itinerario DANTE si sviluppi in piena coerenza con gli standard del Consiglio d'Europa e possa affiancarsi organicamente alla rete già riconosciuta del Cammino di Dante, beneficiando della sua visibilità internazionale.

1.2 Collegamento con la candidatura a Cultural Routes del Consiglio d'Europa e con Il Cammino di Dante

Il Documento Strategico prevede esplicitamente che l'Action Plan e la relativa tempistica di attuazione includano i criteri necessari alla candidatura di DANTE alla certificazione "Cultural Routes of the Council of Europe", in sinergia con Il Cammino di Dante, primo cammino non religioso al mondo dedicato al Sommo Poeta. I criteri operativi sono approfonditi nel capitolo 8.4.

1.3 I due segmenti target di riferimento (individui / organizzazioni e istituzioni)

Un secondo pilastro degli obiettivi riguarda l'individuazione e la valorizzazione di due segmenti di pubblico principali, sui quali l'intera architettura dell'Action Plan si calibra con approcci differenziati di marketing.

Il primo segmento è costituito dagli individui. La letteratura scientifica di settore associa con frequenza i turisti letterari a dinamiche di nostalgia e nostalgicità (Squire, 1993; Herbert, 1995, 2001; Robinson, Andersen, 2002), mentre Urry (1995, 2002) attribuisce loro uno "sguardo romantico" (romantic gaze), osservando come nei turisti letterari con un elevato livello di istruzione (Herbert, 2001) l'intenzionalità della visita a una destinazione letteraria risulti particolarmente marcata. All'interno di questo segmento si distinguono due sotto-gruppi: da un lato i visitatori per i quali la letteratura e i suoi autori costituiscono la motivazione primaria del viaggio; dall'altro coloro che si imbattono nelle destinazioni letterarie in modo non pianificato (Herbert, 1996). Il segmento comprende sia esperti del mondo accademico e della ricerca, sia – soprattutto – turisti attratti da forme diverse di viaggio culturale. Il tratto comune è l'interesse per la lettura e la sensibilità verso l'intreccio di conoscenza, esperienza ed emozione che il turismo letterario è in grado di offrire: pur trattandosi di un pubblico di nicchia, il turismo letterario racchiude una dimensione di appartenenza e di legame comunitario che l'Action Plan intende valorizzare, anche attraverso persona specifiche per le diverse tipologie di visitatori individuali (target primario e secondario).

Il secondo segmento è rappresentato dalle organizzazioni e dalle istituzioni, per le quali il patrimonio letterario funge da motore e volano dei flussi turistici. Si tratta di un segmento strategicamente rilevante perché agisce come canale di marketing indiretto, complementare al marketing diretto rivolto agli individui, e perché contribuisce a garantire valore aggiunto all'offerta turistica complessiva, stimolando la scoperta dei singoli luoghi del percorso e forme di turismo capaci di generare ricadute economiche positive per i territori coinvolti. Le collaborazioni tra autorità locali, istituzioni culturali, associazioni turistiche e imprese private – richiamate nel Documento Strategico come leva di crescita del settore – permettono di costruire pacchetti di turismo letterario organici e integrati.

Per entrambi i segmenti, il Documento Strategico prevede una segmentazione più fine basata su finalità di viaggio, comportamento d'acquisto, caratteristiche demografiche, economiche, psicografiche e geografiche (cfr. cap. 3.2), sulla base della quale l'Action Plan articola un marketing mix specifico e mirato per ciascun segmento e sotto-segmento (cfr. cap. 5).

2. Approccio metodologico

2.1 Sintesi dell'analisi di contesto e della SWOT (rimando al Documento Strategico)

Quadro delle strategie e politiche di riferimento

L'analisi di contesto condotta nel Documento Strategico (Cap. II) evidenzia come il turismo letterario sia ormai riconosciuto, a livello europeo, nazionale e regionale, come componente strategica del turismo culturale sostenibile. A livello europeo rilevano le linee guida UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale mondiale e l'indirizzo dell'UE a integrare il turismo culturale nelle politiche di turismo sostenibile. In Italia, la Strategia Nazionale di Sviluppo del Turismo (PST 2023-2027) pone crescente enfasi sul turismo culturale e letterario; a livello regionale, il Veneto sostiene la valorizzazione del patrimonio culturale e delle tradizioni locali, mentre il Friuli Venezia Giulia dispone di un quadro normativo articolato, che comprende la L.R. 9 dicembre 2016, n. 21 (Disciplina delle politiche regionali nel settore turistico e dell'attrattività del territorio regionale, nonché modifiche a leggi regionali in materia di turismo e attività produttive), la L.R. 25 settembre 2015, n. 23 (Norme regionali in materia di beni culturali), la L.R. 11 agosto 2014, n. 16 (Norme regionali in materia di attività culturali) e la L.R. 25 febbraio 2016, n. 2 (Istituzione dell'Ente regionale per il patrimonio culturale della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia (ERPAC) e disposizioni urgenti in materia di cultura). Si tratta delle norme che disciplinano, rispettivamente, la promozione turistica e l'attrattività del territorio, la tutela, la valorizzazione e la fruizione dei beni culturali, il sostegno alle attività e alle manifestazioni culturali (festival, mostre, iniziative di divulgazione) e la gestione del patrimonio culturale regionale: ambiti nei quali si collocano gli interventi di turismo letterario previsti dal presente Action Plan. Sul versante sloveno, la Strategia del turismo sloveno 2022-2028 ("Zelena butičnost" – Boutique Verde) attribuisce un ruolo di rilievo al turismo culturale in equilibrio con l'offerta naturalistica, mentre la legge ZVKD-1 disciplina la conservazione e l'uso turistico dei beni culturali.

Il confronto tra i due contesti nazionali mostra un'asimmetria significativa: l'Italia presenta un ecosistema del turismo letterario più maturo (parchi letterari coordinati dall'Associazione Parchi Letterari, Il Cammino di Dante come primo cammino non religioso al mondo, numerosi festival in FVG e Veneto – Pordenonelegge, È Storia, Mittelfest, Premio Hemingway), mentre in Slovenia l'offerta è più frammentata, imperniata su autori come Cankar, Prešeren, Levstik, Zofka Kveder, sulla Pot slovenskih pisateljev (oltre 700 km, 104 case natali di scrittori) e su festival come Vilenica, Dnevi poezije in vina, Fabula, con fattori limitanti quali minori investimenti/promozione e scarsa notorietà internazionale degli autori sloveni. Questa disparità rafforza la logica cooperativa transfrontaliera del progetto DANTE.

Fattori della domanda turistica letteraria

Il mercato mondiale del turismo letterario valeva 2,4 miliardi USD nel 2024, con una crescita annua prevista del 3,3% fino al 2034 e una crescita dell'interesse tra i millennial del +60%. I festival rappresentano il segmento più rilevante (37,6% del valore di mercato nel 2024), le prenotazioni online coprono il 48,4% del mercato (TripAdvisor, Airbnb Experiences), e i social media (Instagram, TikTok/BookTok) ampliano pubblico e visibilità del segmento. Un'indagine ad hoc del partenariato DANTE (316 rispondenti, 257 validi) ha rilevato che il 45,9% ritiene il turismo letterario "molto importante"; il beneficio più citato è l'aumento dei flussi turistici regionali (50,97%). I luoghi più attrattivi legati a Dante risultano Devin/Duino e Oriago (69,89%), Tolmin e la Grotta di Dante a Zadlaška (61,93%), Tolmezzo e Udine (43,18%), Isola/Izola (34,09%) e il Lago di Cerknica (20,45%). Il 96,5% ritiene che i cammini culturali possano valorizzare il patrimonio di entrambi i Paesi, sebbene una quota significativa condizioni il proprio sostegno al non incremento delle emissioni di CO_2 e al rispetto dell'architettura esistente — segnale chiave per orientare l'Action Plan verso interventi a basso impatto ambientale e paesaggistico.

Analisi SWOT del turismo letterario transfrontaliero

Sulla base dei workshop con i partner di progetto e degli stakeholder è stata elaborata una SWOT che ha orientato le scelte strategiche del progetto DANTE:

Punti di forza	Punti di debolezza
1. Conoscenza ed esperienza consolidata dei partner in ambito letterario, patrimonio culturale e interpretazione/guida 2. Esperienza pregressa nella realizzazione di festival ed eventi 3. Offerta turistica e destinazioni già esistenti su cui costruire 4. Ampliamento della portata dell'offerta grazie alla cooperazione intersettoriale tra esperti	1. Responsabilità non chiaramente definite tra gli stakeholder e cooperazione frammentata 2. Mancanza di impegno di lungo periodo e di un finanziamento sistemico stabile 3. Costi di avvio elevati per infrastruttura digitale e comunicazione 4. Sfiducia reciproca tra settore pubblico e privato
Opportunità	**Minacce**
1. Sviluppo di un nuovo segmento turistico che integra e arricchisce l'offerta esistente 2. Rafforzamento del patrimonio culturale e dello storytelling condiviso 3. Costruzione di una comunità transfrontaliera tramite pacchetti turistici comuni 4. Valorizzazione di luoghi locali/periferici oggi meno noti 5. Attrazione di nuovi segmenti di pubblico grazie a nuove tecnologie (VR, AR, AI) 6. Creazione di nuovi posti di lavoro e opportunità economiche	1. Possibile resistenza delle comunità locali al cambiamento 2. Conflitto tra priorità commerciali e priorità di tutela culturale 3. Scarsa comunicazione e cooperazione tra gli attori del mercato 4. Difficoltà di allineamento delle priorità tra i team italiano e sloveno 5. Rischio di turismo di massa in contrasto con un'offerta orientata alla sostenibilità 6. Ostacoli amministrativi allo sviluppo infrastrutturale e all'accesso ai finanziamenti

Dall'incrocio degli elementi SWOT il Documento Strategico ha derivato cinque pilastri strategici che guidano direttamente le azioni dell'Action Plan: sviluppo infrastrutturale e miglioramenti didattico-formativi; cooperazione e costruzione di fiducia tra gli stakeholder; valorizzazione degli strumenti digitali; integrazione del turismo letterario con l'offerta esistente; salvaguardia dell'autenticità e prevenzione del turismo eccessivo.

Chiave di lettura trasversale: il framework delle 5 C

Ad integrazione dell'articolazione per capitoli del presente Action Plan, si adotta come chiave di lettura trasversale il framework delle "5 C" enunciate dalla Dichiarazione di Budapest sul Patrimonio Mondiale (2002) — Credibilità, Conservazione, Capacity-Building, Comunicazione, Comunità. Tale framework, riconosciuto a livello europeo, consente di verificare l'equilibrio

complessivo del Piano tra le diverse dimensioni e ne rafforza la leggibilità in vista della candidatura alla certificazione Cultural Routes (cfr. cap. 8.4); la mappatura completa delle azioni dell'Action Plan secondo questo schema è riportata al cap. 8.5.



Il framework delle "5 C" della Dichiarazione di Budapest (2002)

2.2 Il processo partecipativo: i 3 workshop World Café

Per la costruzione dei contenuti operativi dell'Action Plan, come previsto dal deliverable D.1.3.1, sono stati realizzati tre workshop partecipativi con il metodo World Café, rivolti a stakeholder dei settori cultura, turismo, istruzione, terzo settore e pubblica amministrazione:

1. **Izola, 19 dicembre 2025** – 13 partecipanti (amministrazione comunale, ente turistico, cultura, associazioni), articolato in 3 tavoli tematici (istituzione del percorso, interpretazione/storytelling/digitale, cultura-turismo-economia locale);
2. **Venezia, 31 marzo 2026** – 18 stakeholder (università, biblioteche, amministrazione regionale, enti locali, parchi naturali, imprese), 3 tavoli tematici con rotazione dei partecipanti;
3. **FVG (Udine), 11 novembre 2025 e 19 febbraio 2026** – ca. 50 stakeholder legati al turismo culturale (guide, editori, autori, accoglienza), 4 tavoli tematici (ambiente e paesaggio, pubblici e accessibilità, digitale e innovazione, servizi ed esperienze locali).

Complessivamente sono stati coinvolti circa 81 stakeholder nei tre eventi. Il metodo World Café ha previsto tavoli di lavoro da 4-6 persone di provenienza diversa, con rotazione dei partecipanti tra round successivi di discussione, raccolta strutturata delle idee ("harvest") e restituzione finale in plenaria. Le idee, gli spunti e le proposte operative raccolti sono stati sistematizzati e categorizzati per capitolo dell'Action Plan nel documento "Sintesi Workshop World Café DANTE" (allegato), che costituisce la base di lavoro per i capitoli 4, 5, 6 e 7 del presente documento.

3. Dal comportamento dei target alle azioni

3.1 Motivazione e comportamento dei gruppi target

Analisi dei motivi di visita alle vie letterarie

Il Documento Strategico (Cap. III) distingue, sulla base della letteratura di settore (Herbert, 1996, 2001; Robinson e Andersen, 2002), tra turisti letterari "primari" — per i quali la letteratura e i suoi autori costituiscono la motivazione principale del viaggio — e turisti "secondari", che si trovano a visitare un luogo letterario nell'ambito di un viaggio motivato da altro. Questa distinzione, ripresa e ampliata da Gentileschi e Brown (2015) in otto sottotipologie (pellegrinaggio verso un luogo letterario; visita ai luoghi-scenario di opere specifiche; attrazione verso luoghi legati a personaggi letterari; destinazioni divenute tali per la fama dell'opera; turismo narrativo/di viaggio; turismo cinematografico legato a trasposizioni letterarie; festival letterari; turismo delle librerie), costituisce il fondamento concettuale su cui è stata costruita la segmentazione del percorso DANTE (cfr. 3.2). L'indagine ad hoc condotta tra gli stakeholder di progetto conferma questa lettura, indicando come principali fattori di attrattiva i parchi letterari (59,14%), le altre attrazioni culturali (49,42%), le visite guidate interattive (44,75%), le attrazioni naturali (41,25%), gli allestimenti digitali/ICT (33,46%), le "stanze della memoria" (26,85%) e i percorsi orientati all'accessibilità (24,90%).

Fattori del comportamento d'acquisto

Il comportamento d'acquisto dei visitatori del turismo letterario è stato analizzato distinguendo quattro famiglie di fattori: personali/motivazionali, psicografici, sociali e culturali. Per la pianificazione della promozione del percorso, il Documento Strategico adotta il modello di Herbert (1996), che individua gli elementi da presidiare nella progettazione dell'offerta e della comunicazione: la definizione dell'infrastruttura e dei contenuti interpretativi; i criteri di promozione del luogo e la coerenza dell'identità visiva; l'accessibilità; la notorietà dell'autore o della figura letteraria di riferimento; la coerenza con le altre caratteristiche e vocazioni del territorio; la definizione di attività differenziate per gli interessi specificamente letterari e per gli interessi più generali del pubblico. Questi stessi fattori orientano direttamente le scelte del piano d'azione per il marketing mix (cfr. cap. 5), in particolare per le azioni di promozione e comunicazione (cap. 5.4).

Dal comportamento alle priorità operative

Sul piano del processo decisionale, il Documento Strategico richiama lo studio di Bu et al. (2021), che distingue tre gruppi di visitatori in base al grado di coinvolgimento letterario — "letterariamente neutrali", "ispirati" e "fortemente motivati" — e le motivazioni ricorrenti del turismo letterario, riconducibili all'arricchimento culturale e spirituale, al desiderio di

confrontarsi con la storia e il patrimonio, e alla ricerca di un'esperienza autentica. Ne discende che la valutazione dell'esperienza di visita da parte dei diversi gruppi target dipende da quattro criteri: l'equilibrio e la coerenza della promozione, la correttezza dell'immagine veicolata, l'impatto sul luogo visitato e il grado di soddisfazione complessiva rispetto alle aspettative. Questi criteri sono stati integrati nel sistema di indicatori di monitoraggio dell'Action Plan (cfr. cap. 9) e costituiscono la base per tradurre la comprensione del comportamento dei target nelle azioni concrete di segmentazione e di intervento differenziato illustrate al capitolo seguente.

3.2 Segmentazione e priorità di intervento per segmento

L'analisi dei gruppi target del percorso letterario transfrontaliero DANTE distingue tre macro-categorie, individuate attraverso i workshop territoriali e le interviste con gli stakeholder: due gruppi di utenti finali (turisti) e un terzo gruppo di attori del settore turistico-culturale con cui costruire l'offerta.

Il **gruppo target primario** — per il quale il percorso DANTE costituisce la motivazione principale del viaggio — comprende tre segmenti: gli *appassionati/cultori di letteratura*, tipicamente individui istruiti, over 30, con redditi medio-alti, frequentatori abituali di biblioteche e istituzioni culturali; i *turisti tematici ed esperienziali* collegati al Cammino di Dante, disposti a spendere di più per esperienze di qualità; e gli *studenti, docenti e ricercatori di letteratura*, pubblico accademico interessato all'influenza di Dante sull'Europa centrale.

Il **gruppo target secondario**, per cui la pista letteraria rappresenta un motivo complementare, comprende: turisti culturali (con focus sui turisti italiani, per i quali Dante è elemento identitario nazionale ed europeo), famiglie con figli minori, turisti generici, letterati e artisti, e le scuole di Italia e Slovenia. Dal workshop di Isola è inoltre emerso un sottosegmento trasversale di "senior attivi e mobili", presente in ogni segmento, per il quale va prevista un'offerta dedicata.

Il **terzo gruppo target** non è composto da visitatori bensì da partner del settore turistico e culturale con cui co-costruire l'offerta: organizzazioni turistiche (ricettività, trasporti, tour operator, agenzie, info-point) e organizzazioni culturali, educative e di patrimonio (biblioteche, musei, case-museo, associazioni letterarie, festival, parchi e giardini). La collaborazione con questo terzo gruppo è un fattore critico di successo per cui l'Action Plan definisce con precisione responsabilità e livelli di cooperazione (cfr. cap. 6.4).

Sul piano geografico, i **mercati primari** per tutti i segmenti sono Italia e Slovenia (con Austria e Croazia come mercati primari affini); i **mercati secondari** sono i paesi confinanti in un raggio di 500 km; i **mercati terziari** — da raggiungere con maggiori investimenti promozionali — includono Svizzera, Germania, Francia e Regno Unito, e in prospettiva più lontana Stati Uniti e mercati asiatici.

Il passaggio del focus promozionale da un livello di mercato al successivo non è automatico, ma è subordinato al raggiungimento di criteri minimi di maturità sul livello precedente: consolidamento dei flussi turistici e della notorietà del percorso sui mercati primari (Italia e Slovenia), verificato tramite gli indicatori di monitoraggio (cfr. cap. 9); attivazione di almeno una partnership stabile con tour operator o piattaforme di prenotazione nei mercati secondari; disponibilità di un budget promozionale dedicato, eventualmente derivante da finanziamenti complementari post-progetto (cfr. cap. 8.2), prima di investire sui mercati terziari. Questo approccio graduale, coerente con il modello di introduzione progressiva raccomandato dal Documento Strategico, evita di disperdere risorse limitate su mercati lontani prima di aver consolidato la base primaria.

Da questa segmentazione discendono priorità operative per l'Action Plan: concentrare nella prima fase comunicazione e pacchetti su Italia e Slovenia, sviluppando sinergie con il Cammino di Dante; predisporre contenuti differenziati per target (percorsi contemplativi per letterati e accademici, pacchetti didattico-ludici per famiglie e scuole, prodotti premium per turisti culturali di fascia alta); garantire comunicazione trilingue (sloveno, italiano, inglese) e canali digitali multipiattaforma; formalizzare accordi di governance con gli enti del terzo gruppo target.

4. Posizionamento e identità del percorso letterario transfrontaliero

4.1 Identità e differenziazione: azioni di posizionamento

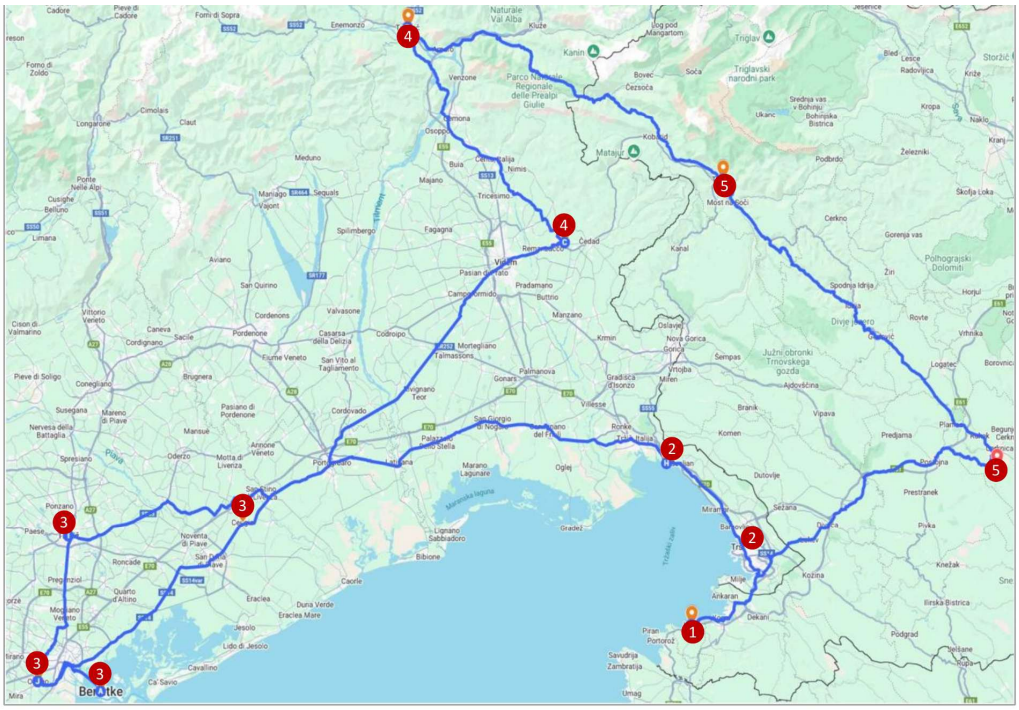
Il posizionamento del percorso letterario transfrontaliero DANTE nasce da un'approfondita ricostruzione della vita e dell'opera di Dante Alighieri, condotta con il coinvolgimento dei partner di progetto e degli stakeholder territoriali. Il posizionamento desiderato, formalizzato nella strategia, è definito come segue: *"Un'autentica esperienza culturale rinascimentale DANTE, che costruisce un dialogo interculturale ed è fortemente legata all'ambiente naturale"*. Il posizionamento effettivo sarà percepito dai turisti solo attraverso la qualità dell'esecuzione delle attività, l'efficacia della narrazione in relazione al contesto locale e naturale, e la promozione su tutti i canali e punti di contatto; per questo l'Action Plan prevede un monitoraggio continuo della posizione percepita (cfr. cap. 9).

La differenziazione rispetto a prodotti concorrenti si fonda su elementi oggettivi — il patrimonio letterario condiviso tra due paesi e la figura stessa di Dante Alighieri, personalità cardine della storia culturale europea — e psicologici: l'incontro tra identità mediterranea e alpina, l'esilio di Dante come metafora dell'attraversamento dei confini, e i benefici percepiti dai diversi target (per il target primario, la possibilità di vivere un'esperienza condivisa con il Cammino di Dante o un percorso transfrontaliero autonomo articolato in tappe tematiche Inferno-Purgatorio-Paradiso; per il target secondario, un arricchimento culturale attraverso il viaggio simbolico nei "tre regni"). L'unicità del percorso risiede nel connettere il patrimonio dantesco in un'unica esperienza turistica condivisa, capace di superare i confini di stato, lingua e abitudini.

4.2 Valorizzazione del patrimonio naturale e immateriale: azioni concrete

Il posizionamento del percorso è costruito con attenzione ai luoghi in cui Dante ha vissuto o soggiornato (case, rocce, parchi, vie), adottando un approccio topografico. Sono stati individuati i luoghi descritti nelle opere dantesche, con citazioni da collocare in punti precisi dell'itinerario, ed esaminati documenti, diari, appunti e fotografie che ritraggono l'autore nei luoghi vissuti. Ogni punto dell'itinerario sarà segnalato e corredato di apposita spiegazione interpretativa, con segnaletica chiara e uniforme basata sul logo del percorso.

Il progetto prevede la realizzazione di cinque itinerari, costruiti secondo la metodica dello storytelling, che insieme compongono il percorso letterario unitario:



Mappa del percorso letterario transfrontaliero DANTE, con le cinque tappe tematiche numerate (fonte: Documento Strategico DANTE, D.1.2.2, pag. 45)

1. **Centro Visite transfrontaliero di Isola** — "Paradiso: Memoria e manoscritto"
2. **Parco letterario-turistico Trieste–Duino** — "Esilio e paesaggi maestosi"
3. **Centro Visite transfrontaliero Ceggia–Oriago–Venezia** — "Purgatorio: Carnevale e comunità"
4. **Parco letterario-turistico Udine–Moimacco–Tolmezzo** — "Giustizia e governo"
5. **Parco letterario-turistico Tolmin** — "Inferno: Discese e profondità"

Questa articolazione in cinque tappe tematiche, ciascuna ancorata a un luogo fisico e a un capitolo della cosmologia dantesca, costituisce l'azione concreta principale attraverso cui il progetto integra patrimonio naturale, patrimonio immateriale e offerta turistica in un'unica identità di marca transfrontaliera. I due Centri Visite transfrontalieri (Isola e Ceggia-Oriago-Venezia) e il nuovo punto informativo ed espositivo di Tolmin costituiscono le azioni pilota infrastrutturali dell'Action Plan (cfr. cap. 6.1).

Le inaugurazioni dei Centri Visita. Il Centro Visite di Ceggia è stato inaugurato sabato 12 settembre 2026 presso la sede municipale (Piazza Tredici Martiri 1), con un evento organizzato dal Comune di Ceggia (PP6) nell'ambito del progetto DANTE, nel corso del quale sono stati presentati il Toolkit di progetto per la gestione sostenibile degli itinerari e dei parchi letterario-turistici (Deliverable D.2.1.3), illustrato dall'Istituto IRRIS (PP5) insieme alla Relazione di valutazione del progetto, e gli itinerari letterari transfrontalieri che attraversano Veneto, Friuli

Venezia Giulia e Slovenia. Il Centro Visite di Isola è stato aperto ufficialmente sabato 17 ottobre 2026 presso il Palazzo del Podestà (Podestatova palača); il Comune di Isola ne ha dato notizia il 19 ottobre 2026. Con l'apertura dei due Centri Visita e del punto espositivo di Tolmin, tutte e tre le infrastrutture pilota del percorso sono oggi operative.

La tappa "Inferno: Discese e profondità" — il punto espositivo di Tolmin. Nel settembre 2026 il Tolminski muzej (PP3) ha inaugurato a Tolmin il punto informativo ed espositivo che dà corpo fisico a questa tappa: l'esposizione "Iz globin pekla v nebeško luč – Po Dantejevih sledeh v Tolminu" ("Dal profondo dell'Inferno alla luce celeste – Sulle tracce di Dante a Tolmin") ricostruisce la leggenda secondo cui Dante Alighieri, durante l'esilio da Firenze, avrebbe soggiornato nei pressi di Tolmin, ospite nella residenza estiva di Dorno/Dor sul fiume Tolminka del patriarca di Aquileia Pagano della Torre (secondo altre fonti storiche, del conte di Gorizia Enrico II, che tra il 1313 e il 1319 tenne il castello di Kozlov rob). Secondo la tradizione locale, già documentata da Simon Rutar (*Zgodovina Tolminskega*, 1882), il poeta trascorreva le notti al castello di Kozlov rob e le giornate nella grotta che porta il suo nome (Dantejeva jama, o Grotta di Zadlaška), affacciata sui baratri delle Gole di Tolmin (Tolminska korita): proprio queste profondità avrebbero ispirato le descrizioni dell'Inferno nella Divina Commedia. Pur non esistendo prova storica certa del soggiorno dantesco, la leggenda è parte radicata dell'identità culturale del territorio, come testimoniano fonti otto-novecentesche e la stessa toponomastica locale.



Cartolina d'epoca raffigurante Dante nella Grotta di Tolmino, con i versi «Entro la Grotta di Tolmino assiso, / tal si fè lieto di favor cotanto, / che ai Padri miei cantava il Paradiso» (T. Rinaldi, 1823) — fonte: materiali di progettazione dell'esposizione «Iz globin pekla v nebeško luč», Tolminski muzej

Il percorso espositivo ripercorre inoltre la storia del busto bronzeo di Dante Alighieri, opera dello scultore fiorentino Mario Moschi (1896–1971), donato dalla città di Firenze a Tolmin nel 1929 in un clima di strumentalizzazione politica del poeta oggi criticamente ricontestualizzata dal museo, e conservato dal 1993 nel Tolminski muzej dopo varie ricollocazioni. L'esposizione propone infine ai visitatori due spunti interattivi: la ricerca, tra le collezioni del museo, delle raffigurazioni di altri letterati e artisti ispirati dai luoghi di Tolmin, e la ricerca sul territorio del basamento originale del busto dantesco. Il punto espositivo di Tolmin è documentato nella scheda pilota 3 (cfr. cap. 6.1).

Sulla base di queste cinque tappe tematiche sono stati sviluppati e realizzati cinque itinerari turistici transfrontalieri concreti, ciascuno strutturato come prodotto di una o due giornate con programma orario dettagliato, punti di interesse, informazioni pratiche di accesso (orari, biglietti, accessibilità) e riferimenti a fonti storiche e letterarie:

Itinerario	Durata e percorso	Tema	Stato
1. Leggende dantesche — Tra mito e storia nelle terre di confine	2 giornate: Tolmino (SI) → San Daniele del Friuli (facoltativo) → Tolmezzo → Prampero (IT); 2° giorno dedicato alla rete di turismo letterario dell'area pedemontana e pordenonese	Dalle leggende dantesche al confine alla rete di turismo letterario del Friuli Venezia Giulia	Realizzato
2. Da Duino a Izola — Nobiltà fiorentina e codici istriani	2 giornate: Duino → Trieste (1° giorno); Trieste → Izola, SI (2° giorno)	Dalla leggenda dantesca a Duino ai codici trecenteschi di Izola, attraverso la Trieste letteraria	Realizzato
3. Da Oriago a Tolmino — Dalla Riviera del Brenta alle grotte di Dante	1 giornata (8:00–19:00): Oriago/Venezia (IT) → Tolmino, SI — circa 220 km	Dalla tragedia storica (Purgatorio V, 1298) al mito delle grotte dell'Inferno	Realizzato
4. Da Torviscosa a Izola — Dalla città di fondazione alla memoria dantesca	1 giornata (9:00–18:00): Torviscosa (IT) → Izola, SI — circa 120 km	Dalla letteratura dell'industrializzazione del '900 alla memoria manoscritta medievale	Realizzato
5. Da Oriago a Izola — Dal Purgatorio al Paradiso	1 giornata (8:00–17:30): Oriago/Venezia → Izola, SI — circa 250 km, attraverso tutte e tre le cantiche	Purgatorio (Oriago) → Inferno (Venezia) → Paradiso (Izola)	Realizzato

Ciascun itinerario è stato documentato in una scheda dedicata, a disposizione del partenariato quale materiale operativo per la promozione, la comunicazione e la vendita del percorso (cfr. cap. 5.1, 5.3, 5.4).

5. Piano d'azione per il marketing mix

5.1 Prodotto/servizio – azioni

Il nucleo del prodotto è costituito dai contenuti che compongono ciascuno dei cinque itinerari (luoghi danteschi, musei, case della memoria, biblioteche, festival ed eventi letterari, percorsi escursionistici e ciclabili). Il piano d'azione prevede anzitutto di validare e consolidare i contenuti core di ciascun itinerario/parco, per poi definire il servizio allargato: attività locali collegate a Dante o alle specificità del territorio, con componente educativa ed esperienziale. Il prodotto va trasformato in esperienza attraverso storytelling e strumenti digitali (audioguide, QR code, app con mappa interattiva, punti AR), oltre a elementi esperienziali aggiuntivi (visite guidate in costume, photo-point con citazioni, passeggiate serali con letture dantesche, raccolta timbri/gamification) — coerenti con le idee emerse nei workshop World Café, tra cui il souvenir a puzzle "9 cerchi dell'Inferno" (Izola) e il sistema di "sfide del territorio" con passaporto dell'itinerario (Venezia). Va prevista la co-progettazione dei pacchetti con le organizzazioni turistiche, definendo durata, prezzo e target per ciascun pacchetto.

5.2 Prezzo – azioni

Occorre predisporre una stima dei costi fissi (produzione contenuti, sito web, materiali grafici, permessi e tasse) e variabili per partecipante (guida/animazione, materiali, trasporti, biglietti d'ingresso), da cui derivare il prezzo base di ogni itinerario, allineato alla concorrenza (visite guidate classiche 15-20 euro, visite tematiche 20-35 euro). Il valore aggiunto (accesso a manoscritti originali, luoghi esclusivi, esperto letterario, esperienza personalizzata "premium") giustifica prezzi più elevati per i segmenti disposti a spendere di più. Va sviluppata un'offerta a pacchetti scalari (solo percorso; percorso più degustazione locale; percorso, degustazione e omaggio), con sconti per gruppi, studenti e prenotazioni anticipate.

5.3 Distribuzione/canali – azioni

Canali diretti: sito web proprio con prenotazione e vendita biglietti online, SEO/GEO, gestione attiva dei social, newsletter, blog, podcast, presenza a serate letterarie e stand pop-up a festival. Canali indiretti: presenza su piattaforme come TripAdvisor e GetYourGuide, collaborazione con agenzie di viaggio per pacchetti tematici, partnership con enti turistici locali e nazionali, vendita abbinata presso musei e biblioteche, collaborazioni con ristorazione e alberghi. I canali indiretti sono prioritari nella fase iniziale per raggiungere i mercati esteri target. Coerentemente con quanto emerso a Venezia e in FVG, va inoltre sviluppata un'app di prenotazione integrata con Google Maps e mappa digitale interattiva degli itinerari.

5.4 Promozione e comunicazione – azioni

Obiettivi: costruire un'identità di marca riconoscibile, aumentare la notorietà del percorso, garantire domanda di lungo periodo e creare una comunità di lettori-ambasciatori. Si propone il modello Owned-Paid-Shared-Earned media, con priorità agli owned media (sito, newsletter, app, social, podcast) e paid media per il lancio (stampa, riviste letterarie, affissioni, ads). Per i partner turistici va predisposto un kit promozionale pronto all'uso (presentazione, foto, mappe, post social precompilati, QR code, comunicati stampa). I workshop World Café hanno arricchito questo capitolo con proposte concrete e innovative: video-proiezioni sulle facciate ("Dante annuncia il percorso", Izola), realtà aumentata e avatar AI con autori interagenti (FVG), piattaforma di scrittura collaborativa "continua tu" e "sillabario urbano" interattivo (Venezia), mappa digitale interattiva e app in stile PokémonGo dedicata agli autori (FVG). La proposta di un avatar AI interagente ha già trovato una prima realizzazione concreta nel Centro Visite di Ceggia (cfr. cap. 6.1, scheda pilota 2), dotato di un chatbot basato su intelligenza artificiale che permette ai visitatori di dialogare con un avatar di Dante.

5.5 Persone – azioni

Le guide turistiche (locali, letterarie o tematiche), il personale di animazione e gli addetti a info-point, reception e musei incidono direttamente sulla qualità percepita e sulla soddisfazione dei visitatori. Il piano d'azione prevede la formazione delle guide locali, standard di immagine e comportamento del personale, e competenze specifiche: capacità comunicative, lingue straniere, gestione di gruppi eterogenei e competenze digitali. I workshop hanno inoltre proposto il coinvolgimento di residenti come "ambasciatori" del territorio (Izola, FVG) e di artigiani locali per la produzione di oggetti brandizzati (Venezia).

5.6 Processi – azioni

Vanno mappati i processi chiave: gestione e interpretazione della visita guidata; prenotazione online con conferme automatizzate; accesso alle informazioni e regole di comportamento verso i beni culturali; svolgimento del percorso con sequenza logica delle tappe; garanzia di qualità tramite raccolta feedback; gestione dei problemi (maltempo, accessibilità, reclami). Si raccomanda l'adozione di una matrice di responsabilità RACI — uno strumento di governance che, per ciascuna attività, individua chi la esegue materialmente (**R**esponsible), chi ne risponde e decide in ultima istanza (**A**ccountable), chi va consultato prima di procedere (**C**onsulted) e chi va semplicemente informato dell'esito (**I**nformed) — per la governance del percorso, applicata anche al piano di comunicazione, alla gestione social e al processo di certificazione Cultural Routes (cfr. cap. 8.4; una prima matrice compilata è riportata al cap. 8.3). Dal workshop di Venezia emerge inoltre la proposta di un modello di governance multilivello con un ente coordinatore dedicato "DANTE" e un sistema di monitoraggio continuo.

5.7 Evidenze fisiche – azioni

Le evidenze fisiche vanno curate in modo coerente con l'identità visiva del brand lungo l'intero percorso: segnaletica sul territorio (tabelle informative, cartelli direzionali, mappe), presenza web e app, materiali promozionali stampati, dotazioni delle guide, spazi fisici (musei, sale della memoria) e elementi esperienziali (postazioni interattive, photo-point tematici). I workshop hanno arricchito questo capitolo con proposte quali il "diario di viaggio" nei punti di interesse (FVG), il souvenir a puzzle componibile (Izola) e le lettere diffuse nel territorio come segnaletica narrativa interattiva (Venezia).

Le azioni sopra descritte sono ulteriormente corroborate e dettagliate dalle idee raccolte nei tre workshop World Café, sistematizzate per capitolo nel documento "Sintesi Workshop World Café DANTE" (allegato al presente Action Plan).

6. Matrice delle azioni e cronoprogramma

In coerenza con il principio, raccomandato dal Documento Strategico, di un'introduzione graduale e a fasi di infrastrutture e servizi per contenere i costi di avvio, le azioni del presente capitolo sono organizzate in tre fasi successive: **Fase 1** (avvio, primi 6-12 mesi) — conferma dell'identità di marca, avvio del CGP, primi contatti con i fornitori locali e predisposizione dei contenuti digitali di base; **Fase 2** (12-24 mesi, fino alla chiusura del progetto) — realizzazione e messa a regime dei Centri Visita, piena attuazione del marketing mix, formazione di guide e operatori; **Fase 3** (post-progetto, 2027-2029) — candidatura alla certificazione Cultural Routes, adesione all'Associazione Parchi Letterari e revisione intermedia del Piano (cfr. cap. 8.2). Il dettaglio cronologico di ciascuna fase è riportato nella tabella del cap. 6.4.

6.1 Azioni pilota

In coerenza con quanto richiesto dall'Application Form di progetto (Attività 1.3, deliverable D.1.3.3), l'Action Plan individua otto azioni pilota, ovvero le azioni a maggiore priorità e visibilità che i partner di progetto realizzano nel corso dell'attuazione e nella fase successiva alla chiusura del progetto:

1. **Realizzazione dei due Centri Visita transfrontalieri** di Isola ("Paradiso – Memoria e manoscritto") e di Ceggia–Oriago–Venezia ("Purgatorio – Carnevale e comunità"), inaugurati rispettivamente il 17 ottobre 2026 e il 12 settembre 2026, quali infrastrutture pilota del percorso letterario, punti di accoglienza, interpretazione e distribuzione di materiali informativi e digitali.
2. **Apertura del punto informativo ed espositivo di Tolmin** ("Inferno: Discese e profondità"), a cura del Tolminski muzej (PP3), avvenuta a settembre 2026: terzo nodo fisico del percorso, a completamento della narrativa Inferno-Purgatorio-Paradiso del brand DANTE (cfr. "Narrativa del percorso", di seguito, e cap. 4.2).
3. **Sviluppo dell'identità visiva coordinata (CGP), del logo e dello slogan del brand DANTE**, azione avviata nel 2026 con il coinvolgimento di fornitori esterni, come emerso dal workshop di Izola, e propedeutica a tutte le successive azioni di promozione e comunicazione (cfr. cap. 5.4).
4. **Prototipazione e test del souvenir/spominek a puzzle** (mosaico componibile a 9 cerchi concentrici, ispirato ai 9 cerchi dell'Inferno), da completare visitando le tappe del percorso: un'azione pilota a basso costo che permette di testare con gli utenti finali l'efficacia dello storytelling e della gamification del percorso.
5. **Candidatura alla certificazione Cultural Routes del Consiglio d'Europa**, in sinergia con Il Cammino di Dante, quale traguardo strategico di lungo periodo del percorso (cfr. cap. 8.4).

6. **Adesione all'Associazione Parchi Letterari**, per l'integrazione del percorso DANTE nella rete nazionale ed europea del turismo letterario e il rafforzamento delle sinergie con gli itinerari esistenti (cfr. cap. 6.3).
7. **Validazione delle buyer persona e mappatura del customer journey**, da avviare subito dopo la chiusura del progetto, per confermare e aggiornare i profili dei visitatori individuati nel Documento Strategico e mappare i punti di contatto rilevanti lungo il percorso decisionale (prima/durante/dopo la visita).
8. **Definizione della personalità di marca (archetipo) e della Piramide del brand**, da avviare subito dopo la chiusura del progetto, a completamento e consolidamento dell'identità visiva già sviluppata (cfr. scheda pilota 4).

Narrativa del percorso. Le azioni pilota traducono in chiave esperienziale la narrativa di riferimento del brand DANTE, costruita sulla tripartizione della Divina Commedia e associata ai luoghi fisici del percorso: il punto espositivo di Tolmin rappresenta la tappa "Inferno – Discese e profondità", il Centro Visite di Ceggia–Oriago–Venezia la tappa "Purgatorio – Carnevale e comunità" e il Centro Visite di Isola la tappa "Paradiso – Memoria e manoscritto", mentre il souvenir a puzzle richiama i nove cerchi dell'Inferno come ulteriore metafora del cammino di avvicinamento al percorso. Questa struttura narrativa a tre registri (Inferno-Purgatorio-Paradiso) accompagna il visitatore dalla discesa iniziale nelle profondità di Tolmin (Inferno) all'attraversamento comunitario di Ceggia-Oriago-Venezia (Purgatorio) fino alla dimensione della memoria e del sapere di Isola (Paradiso), e costituisce il filo conduttore a cui dovranno uniformarsi tutti i contenuti interpretativi, digitali e di comunicazione sviluppati nell'ambito del CGP (cfr. scheda pilota 4) e del marketing mix (cap. 5).



Narrativa del percorso: dal punto espositivo di Tolmin (Inferno) al Centro Visite di Ceggia–Oriago–Venezia (Purgatorio) al Centro Visite di Isola (Paradiso)

Per le otto azioni pilota sopra elencate si riportano di seguito nove schede sintetiche standardizzate (due dedicate ai Centri Visita transfrontalieri di cui al primo punto), utili ai partner anche in vista della ricerca di finanziamenti complementari e del monitoraggio delle attività.

Scheda pilota 1 — Centro Visite transfrontaliero di Isola

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Structural/Infrastructural; Tourism; Promotion
Obiettivi specifici	Realizzare il primo punto di accoglienza e interpretazione del percorso, dedicato a "Paradiso: Memoria e manoscritto"; fungere da hub per la distribuzione di materiali informativi e digitali
Descrizione	Allestimento di uno spazio presso il Palazzo del Podestà (Podestatova palača) di Isola con installazioni interpretative, punto informativo digitale, distribuzione di materiali cartacei/digitali e punto di partenza per il souvenir a puzzle; apertura ufficiale il 17 ottobre 2026
Progetto locale o di rete	Rete (nodo del sistema dei 5 itinerari)
Collocazione	Isola / Izola (Slovenia) — Palazzo del Podestà (Podestatova palača)
Partner e/o stakeholder	Comune di Isola (LP), TZ Izola, associazioni culturali locali
Target group	Turisti individuali (target primario e secondario), scuole, gruppi organizzati
Fonte di finanziamento	Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027; da valutare finanziamenti complementari per la fase post-progetto
Budget (€)	Da definire in sede di progettazione esecutiva
Stato del progetto	Realizzato (inaugurato il 17 ottobre 2026)
Indicatori di monitoraggio	Numero di visitatori del centro; numero di materiali distribuiti; numero di eventi ospitati
Impatto ambientale / digitale	Positivo / Positivo
Mappatura 5C	Credibilità; Comunità; Comunicazione

Scheda pilota 2 — Centro Visite transfrontaliero Ceggia–Oriago–Venezia

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Structural/Infrastructural; Tourism; Promotion
Obiettivi specifici	Realizzare l'hub del versante italiano, dedicato a "Purgatorio: Carnevale e comunità"; offrire un punto di informazione e accoglienza per i visitatori e uno spazio di promozione delle tematiche culturali e turistiche sviluppate nell'ambito del progetto DANTE, per incentivare il turismo letterario e valorizzare il territorio dell'area di programma
Descrizione	Centro Visitatori allestito presso l'atrio del Municipio di Ceggia (Piazza Tredici Martiri 1), concepito anche come punto di riferimento per future iniziative culturali, con incontri pubblici rivolti alla cittadinanza e agli stakeholder locali. Il Centro veicola i contenuti del progetto attraverso strumenti multimediali interattivi e totem espositivi tradizionali: un monitor touchscreen dà accesso all'applicazione DANTE, con approfondimenti sul rapporto di Dante con l'area transfrontaliera, su autori del territorio veneto, friulano e sloveno e sull'offerta culturale di Ceggia; un chatbot basato su intelligenza artificiale consente inoltre di dialogare con un avatar di Dante per personalizzare l'esperienza di visita (cfr. cap. 5.4); un secondo totem touchscreen permette di esplorare in dettaglio i contenuti e gli itinerari letterari legati al territorio regionale. Il Centro è stato inaugurato il 12 settembre 2026 con la presentazione del Toolkit di progetto e degli itinerari letterari transfrontalieri
Progetto locale o di rete	Rete (nodo del sistema dei 5 itinerari)
Collocazione	Ceggia — atrio del Municipio, Piazza Tredici Martiri 1 — Oriago — Venezia (Italia)
Partner e/o stakeholder	Comune di Ceggia (PP6), Pro Loco, associazioni locali
Target group	Turisti individuali, famiglie, scuole
Fonte di finanziamento	Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027; ricerca di fondi complementari
Budget (€)	Da definire in sede di progettazione esecutiva
Stato del progetto	Realizzato (inaugurato il 12 settembre 2026)

Indicatori di monitoraggio	Numero di visitatori del centro; numero di eventi ospitati; numero di materiali distribuiti; numero di interazioni con l'applicazione DANTE e con il chatbot/avatar Dante
Impatto ambientale / digitale	Positivo / Positivo
Mappatura 5C	Credibilità; Comunità; Comunicazione

Scheda pilota 3 — Punto informativo ed espositivo di Tolmin

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Structural/Infrastructural; Culture; Tourism; Promotion
Obiettivi specifici	Realizzare il terzo nodo fisico del percorso, dedicato a "Inferno: Discese e profondità"; dare corpo espositivo alla leggenda del soggiorno di Dante a Tolmin e completare la narrativa Inferno-Purgatorio-Paradiso del brand DANTE (cfr. "Narrativa del percorso", sopra)
Descrizione	Allestimento, presso il Tolminski muzej, del punto informativo ed espositivo "Iz globin pekla v nebeško luč – Po Dantejevih sledeh v Tolminu" ("Dal profondo dell'Inferno alla luce celeste – Sulle tracce di Dante a Tolmin"): pannelli interpretativi sulla leggenda del soggiorno dantesco, sulla Grotta di Dante e sulle Gole di Tolmin, e sul busto bronzeo di Dante Alighieri (Mario Moschi, 1929); due postazioni interattive per il visitatore (cfr. cap. 4.2)
Progetto locale o di rete	Rete (nodo del sistema dei 5 itinerari)
Collocazione	Tolmin (Slovenia), Tolminski muzej
Partner e/o stakeholder	Tolminski muzej (PP3), Občina Tolmin
Target group	Turisti individuali (target primario e secondario), scuole, gruppi organizzati
Fonte di finanziamento	Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027
Budget (€)	Da definire in sede di progettazione esecutiva
Stato del progetto	Realizzato (inaugurato a settembre 2026)
Indicatori di monitoraggio	Apertura dell'esposizione entro settembre 2026; numero di visitatori del punto espositivo; numero di materiali distribuiti
Impatto ambientale / digitale	Positivo / Positivo
Mappatura 5C	Credibilità; Conservazione; Comunità; Comunicazione

Scheda pilota 4 — Identità visiva e brand DANTE (CGP, logo, slogan)

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Communication; Promotion
Obiettivi specifici	Costruire un'identità visiva coordinata e riconoscibile del percorso, propedeutica a tutte le azioni di comunicazione (cfr. cap. 5.4)
Descrizione	Sviluppo di logo, palette, tipografia, iconografia e tone of voice, armonizzati con la grafica del Programma Interreg e, in caso di collegamento, con Il Cammino di Dante; azione avviata nel 2026 con fornitori esterni
Progetto locale o di rete	Rete (comune a tutti gli itinerari)
Collocazione	Area di progetto (Italia e Slovenia)
Partner e/o stakeholder	Tutti i partner di progetto; fornitori esterni
Target group	Tutti gli stakeholder e i due segmenti target (cfr. cap. 1.3)
Fonte di finanziamento	Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027
Budget (€)	Da definire (affidamento a fornitori esterni)
Stato del progetto	In corso (avviato nel 2026)
Indicatori di monitoraggio	Manuale di immagine coordinata approvato; numero di materiali prodotti coerenti con il brand
Impatto ambientale / digitale	Neutro / Positivo
Mappatura 5C	Credibilità; Comunicazione

Scheda pilota 5 — Prototipazione e test del souvenir a puzzle

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Product/Service; Tourism; Promotion
Obiettivi specifici	Testare con gli utenti finali l'efficacia dello storytelling e della gamification del percorso attraverso un'azione pilota a basso costo, propedeutica a un'eventuale produzione su scala maggiore
Descrizione	Progettazione, prototipazione e test di un souvenir/spominek a puzzle: un mosaico componibile a 9 cerchi concentrici, ispirato ai 9 cerchi dell'Inferno, che il visitatore completa via via visitando le tappe del percorso (cfr. "Narrativa del percorso", sopra)
Progetto locale o di rete	Rete (comune a tutti gli itinerari)
Collocazione	Area di progetto (Italia e Slovenia); punto di partenza/distribuzione presso i Centri Visita e il punto espositivo di Tolmin (cfr. schede pilota 1-3)
Partner e/o stakeholder	Tavolo di lavoro permanente (cfr. cap. 8.3); eventuale fornitore esterno per la produzione
Target group	Turisti individuali (target primario e secondario), famiglie, scuole
Fonte di finanziamento	Risorse proprie dei partner; possibili finanziamenti complementari
Budget (€)	Da definire
Stato del progetto	Da avviare
Indicatori di monitoraggio	Numero di prototipi testati; esito del test con gli utenti finali; numero di pezzi distribuiti in fase di lancio
Impatto ambientale / digitale	Neutro / Neutro
Mappatura 5C	Comunicazione; Comunità

Scheda pilota 6 — Candidatura alla certificazione Cultural Routes del Consiglio d'Europa

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Networking; Promotion; Certification
Obiettivi specifici	Ottenere la certificazione di Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa per il percorso DANTE, in sinergia con Il Cammino di Dante (cfr. cap. 8.4)
Descrizione	Definizione della tempistica di candidatura, ampliamento del partenariato a un ulteriore Stato membro del Consiglio d'Europa, predisposizione della documentazione richiesta secondo i criteri dell'Accordo Parziale Allargato sugli Itinerari Culturali (EPA)
Progetto locale o di rete	Rete
Collocazione	Transfrontaliero (Italia–Slovenia), con prospettiva di allargamento
Partner e/o stakeholder	Partenariato DANTE, Il Cammino di Dante, futuri partner di Stati terzi
Target group	Partenariato di progetto, enti di certificazione, pubblico europeo e internazionale
Fonte di finanziamento	Risorse proprie dei partner; possibili finanziamenti complementari post-progetto
Budget (€)	Da definire
Stato del progetto	Da avviare
Indicatori di monitoraggio	Stato di avanzamento della candidatura; numero di Stati membri coinvolti nella rete
Impatto ambientale / digitale	Positivo / Neutro
Mappatura 5C	Credibilità; Conservazione

Scheda pilota 7 — Adesione all'Associazione Parchi Letterari

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Networking; Promotion
Obiettivi specifici	Integrare il percorso DANTE nella rete nazionale ed europea dei Parchi Letterari, rafforzandone visibilità e sinergie con gli itinerari esistenti (cfr. cap. 6.3)
Descrizione	Avvio dei contatti con l'Associazione Parchi Letterari, definizione di un accordo/protocollo d'intesa per l'adesione alla rete e per l'eventuale riconoscimento dei luoghi danteschi coinvolti
Progetto locale o di rete	Rete
Collocazione	Isola/Izola e Ceggia–Oriago–Venezia
Partner e/o stakeholder	Partenariato DANTE, Associazione Parchi Letterari
Target group	Turisti culturali, rete dei parchi letterari esistenti
Fonte di finanziamento	Risorse proprie dei partner
Budget (€)	Da definire (eventuale quota associativa)
Stato del progetto	Da avviare
Indicatori di monitoraggio	Avvio dei contatti; sottoscrizione dell'accordo di adesione
Impatto ambientale / digitale	Neutro / Positivo
Mappatura 5C	Comunicazione; Comunità

Scheda pilota 8 — Validazione delle buyer persona e mappatura del customer journey

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Research; Marketing; Communication
Obiettivi specifici	Confermare e sintetizzare le cinque buyer persona sviluppate nel Documento Strategico (cap. IV); realizzare una mappatura esplicita dei punti di contatto (touchpoint) lungo il percorso decisionale del visitatore — prima, durante e dopo la visita — per ciascuna persona
Descrizione	Attività di ricerca e validazione da avviare subito dopo la chiusura del progetto: workshop di conferma con il partenariato per aggiornare le cinque persona alla luce dell'esperienza acquisita nel corso del progetto; costruzione di una mappa dei touchpoint (canali digitali e fisici) rilevanti per fase del percorso di visita e per persona, da utilizzare per calibrare comunicazione e marketing mix (cfr. cap. 5)
Progetto locale o di rete	Rete (comune a tutti gli itinerari)
Collocazione	Area di progetto (Italia e Slovenia)
Partner e/o stakeholder	Tavolo di lavoro permanente (cfr. cap. 8.3); eventuale supporto di un fornitore esterno specializzato in ricerca di mercato
Target group	Partenariato di progetto; indirettamente, i due segmenti target del percorso (cfr. cap. 1.3)
Fonte di finanziamento	Risorse proprie dei partner; possibili finanziamenti complementari post-progetto
Budget (€)	Da definire
Stato del progetto	Da avviare (subito dopo la chiusura del progetto)
Indicatori di monitoraggio	Documento di sintesi delle cinque persona aggiornato e approvato dal partenariato; mappa dei touchpoint completata e condivisa
Impatto ambientale / digitale	Neutro / Positivo
Mappatura 5C	Comunicazione; Comunità

Scheda pilota 9 — Definizione della personalità di marca (archetipo) e Piramide del brand

Campo	Contenuto
Settore d'intervento	Communication; Promotion
Obiettivi specifici	Confermare la personalità/archetipo del brand DANTE e costruire la relativa Piramide del brand, a monte e a completamento dell'identità visiva già sviluppata (CGP, cfr. scheda pilota 4)
Descrizione	Workshop dedicato con il partenariato e, ove disponibile, il fornitore esterno già incaricato del CGP, per selezionare l'archetipo di marca più coerente con il posizionamento del percorso (cfr. cap. 4.1) e definire i livelli della Piramide del brand (attributi, benefici, valori, personalità, essenza); l'esito guiderà anche una verifica di coerenza retroattiva del tone of voice e dei materiali di comunicazione già prodotti
Progetto locale o di rete	Rete (comune a tutti gli itinerari)
Collocazione	Area di progetto (Italia e Slovenia)
Partner e/o stakeholder	Tavolo di lavoro permanente (cfr. cap. 8.3); fornitore esterno per il CGP (cfr. scheda pilota 4), ove disponibile
Target group	Partenariato di progetto; indirettamente, tutti gli utenti dei materiali di comunicazione del percorso
Fonte di finanziamento	Risorse proprie dei partner; possibili finanziamenti complementari post-progetto
Budget (€)	Da definire
Stato del progetto	Da avviare (subito dopo la chiusura del progetto)
Indicatori di monitoraggio	Archetipo di marca e Piramide del brand approvati dal partenariato; eventuale aggiornamento del manuale di immagine coordinata (CGP)
Impatto ambientale / digitale	Neutro / Positivo
Mappatura 5C	Credibilità; Comunicazione

6.2 Azioni per la competitività dei fornitori di servizi

Come richiesto dall'Application Form, l'Action Plan individua attività concrete rivolte ai fornitori di servizi turistici e ricettivi del territorio, per rafforzarne la competitività attraverso l'integrazione nell'offerta del percorso letterario DANTE:

1. Invito e coinvolgimento diretto di fornitori locali (ristorazione, strutture ricettive, associazioni), con l'obiettivo di includerli nell'offerta tramite costumi a tema, menù ed esperienze enogastronomiche dedicate (es. "Giornate della cucina veneziana", "nettare di DANTE");
2. Formazione di guide turistiche e volontari sul percorso dantesco, quale leva di qualificazione professionale del territorio;
3. Sviluppo di partnership con strutture ricettive capaci di raccontare storie di luoghi e famiglie, e di pacchetti turistici integrati (cultura, natura, enogastronomia) predisposti in collaborazione con tour operator e DMO locali;
4. Incentivi a viaggi di gruppo presso strutture ricettive, con meccanismi di prenotazione a soglia minima di partecipanti.

6.3 Futuri progetti di turismo letterario

L'Action Plan individua alcune direttrici di sviluppo futuro del percorso letterario, da consolidare oltre la durata del progetto DANTE:

1. Creazione di festival letterari dedicati al percorso e ai suoi cinque itinerari, quali punto di ingresso privilegiato per l'attrazione di nuovi visitatori;
2. Collegamento e messa in rete con itinerari limitrofi già attivi o in fase di sviluppo, quali Il Cammino di Dante, il Parco Letterario Francesco Petrarca, l'itinerario dedicato a Ippolito Nievo (Portogruaro–Cordovado) e i percorsi legati a Mario Rigoni Stern sull'Altopiano di Asiago, emersi come casi studio di riferimento nel workshop FVG;
3. Ampliamento della rete transfrontaliera a un ulteriore Paese, condizione indicata dall'Application Form come necessaria per rafforzare la candidatura alla certificazione Cultural Routes (cfr. cap. 8.4), che richiede il coinvolgimento di almeno tre Stati membri del Consiglio d'Europa;
4. Sviluppo di progetti di turismo lento integrati (itinerari fluviali, ciclovie, percorsi naturalistici) in sinergia con i parchi naturali del territorio transfrontaliero.

6.4 Responsabilità dei partner e tempistiche di attuazione

La responsabilità dei cinque itinerari e delle relative azioni pilota è ripartita tra i partner di progetto in base alla localizzazione geografica, come segue:

Itinerario	Partner responsabile
Centro Visite transfrontaliero di Isola	Comune di Isola – Občina Izola (LP)
Parco letterario-turistico Trieste–Duino	Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia (PP2)
Centro Visite transfrontaliero Ceggia–Oriago–Venezia	Comune di Ceggia (PP6)
Parco letterario-turistico Udine–Moimacco–Tolmezzo	Comune di Tolmezzo (PP4) / IRRIS (PP5)
Parco letterario-turistico Tolmin	Tolminski muzej (PP3)

Il cronoprogramma delle azioni prioritarie, elaborato a partire dagli esiti dei workshop World Café di Izola e Venezia, ha guidato l'attuazione delle attività nel corso del progetto. Alla data di redazione del presente Action Plan la quasi totalità delle azioni programmate risulta completata; permangono aperte, per loro natura, solo le azioni pilota che si estendono oltre la chiusura del progetto (prototipazione e test del souvenir a puzzle, candidatura Cultural Routes, adesione all'Associazione Parchi Letterari, validazione delle buyer persona e mappatura del customer journey, definizione della personalità di marca e Piramide del brand — cfr. cap. 6.1). Lo stato di attuazione è il seguente:

Arco temporale	Azione	Responsabili/Note	Stato
Immediato	Condivisione dell'analisi comunicativa esistente e dei documenti di progetto con gli stakeholder	Tutti i partner	Completato
Entro 6 mesi	Elaborazione e diffusione di inviti per la raccolta di informazioni tramite infodesk, coinvolgendo associazioni di categoria e istituti culturali territoriali	Coordinamento locale per area	Completato
Entro 6 mesi	Diffusione dei materiali informativi del progetto presso istituti scolastici e associazioni culturali locali	Tutti i partner	Completato
Entro fine gennaio 2026	Invito ai fornitori locali (ristoratori, associazioni) per l'inclusione nell'offerta	Coordinamento locale per area	Completato
Entro 3 settimane (da avvio)	Predisposizione di contenuti digitali per i centri visitatori	Partner tecnici/digitali	Completato

2026	Sviluppo dell'identità visiva (CGP), slogan e logo del brand DANTE	Fornitori esterni, coordinamento LP	Completato
6-12 mesi	Predisposizione di strumenti per il coordinamento e il monitoraggio delle attività progettuali	Tavolo di lavoro permanente	Completato
6-12 mesi	Sviluppo di contenuti digitali locali per ciascun itinerario	Partner locali	Completato
6-12 mesi	Promozione tramite partecipazione a eventi culturali esistenti (festival, Carnevale, presentazioni librarie)	Tutti i partner	Completato
12 settembre 2026	Inaugurazione del Centro Visite transfrontaliero di Ceggia, presso l'atrio del Municipio (Piazza Tredici Martiri 1), con la presentazione del Toolkit di progetto e degli itinerari letterari transfrontalieri (cfr. cap. 6.1, scheda pilota 2)	Comune di Ceggia (PP6)	Completato
Settembre 2026	Apertura del punto informativo ed espositivo di Tolmin, con l'esposizione "Iz globin pekla v nebeško luč" (cfr. cap. 6.1, scheda pilota 3)	Tolminski muzej (PP3)	Completato
17 ottobre 2026	Apertura ufficiale del Centro Visite transfrontaliero di Isola presso il Palazzo del Podestà (cfr. cap. 6.1, scheda pilota 1)	Comune di Isola – Občina Izola (LP)	Completato
Periodo 4 (mesi 19-24)	Consegna dell'Action Plan e della strategia congiunta (Output 1.1)	Tutti i partner	In consegna
Post-progetto	Prototipazione e test del souvenir a puzzle (cfr. cap. 6.1, scheda pilota 5)	Tavolo di lavoro permanente	Da avviare
Post-progetto	Candidatura alla certificazione Cultural Routes del Consiglio d'Europa (cfr. cap. 6.1, 8.4)	Tavolo di lavoro permanente	Da avviare
Post-progetto	Adesione all'Associazione Parchi Letterari (cfr. cap. 6.1)	Tavolo di lavoro permanente	Da avviare
Post-progetto (subito dopo la chiusura)	Validazione delle buyer persona e mappatura del customer journey (cfr. cap. 6.1, scheda pilota 8)	Tavolo di lavoro permanente	Da avviare
Post-progetto (subito dopo la chiusura)	Definizione della personalità di marca (archetipo) e Piramide del brand (cfr. cap. 6.1, scheda pilota 9)	Tavolo di lavoro permanente	Da avviare

7. Capacity building e coinvolgimento degli stakeholder

Il rafforzamento delle competenze e il coinvolgimento continuativo degli stakeholder rappresentano una condizione abilitante per la sostenibilità di tutte le azioni descritte nei capitoli precedenti. In linea con quanto raccomandato dal Toolkit per la gestione sostenibile dei parchi letterario-turistici (Deliverable D.2.1.3) e con quanto emerso nei workshop World Café, l'Action Plan prevede:

1. **Formazione delle guide e degli operatori turistici** sul percorso dantesco, sui contenuti storico-letterari e sull'uso degli strumenti digitali di interpretazione, con particolare attenzione alla gestione di gruppi eterogenei (famiglie, scuole, turisti internazionali, senior);
2. **Percorsi di capacity building per i fornitori locali** (ristorazione, ricettività, artigianato), finalizzati a sviluppare prodotti e servizi coerenti con l'identità del brand DANTE (menù a tema, gadget, esperienze narrative);
3. **Coinvolgimento strutturato delle comunità locali** come "ambasciatori" del territorio, attraverso eventi di sensibilizzazione, laboratori creativi e concorsi legati agli itinerari, secondo il modello partecipativo già sperimentato con i workshop World Café;
4. **Attivazione di reti con biblioteche, scuole e università**, per lo sviluppo di attività educative, laboratori di scrittura e progetti di ricerca legati al patrimonio dantesco;
5. **Consolidamento del processo partecipativo oltre la durata del progetto**, mediante la prosecuzione di momenti di confronto in formato World Café/Living Lab e l'istituzione di un tavolo di lavoro permanente per il coordinamento e il monitoraggio delle attività, come indicato sia dal Documento Strategico sia dal Toolkit di gestione sostenibile.

8. Sintesi delle attività e fasi di implementazione

8.1 Sintesi delle azioni chiave

L'analisi condotta nei capitoli precedenti conferma che il turismo letterario non è più una nicchia, ma una componente sempre più autonoma del turismo culturale e delle radici (heritage tourism). I visitatori sono mossi soprattutto dal desiderio di appartenenza, nostalgia, ricerca di esperienze autentiche e arricchimento spirituale. Ne consegue che il percorso DANTE deve essere progettato come un'esperienza narrativa coerente, e non come una semplice sequenza di tappe da visitare.

L'analisi SWOT (cap. 2.1) ha permesso di tradurre punti di forza, debolezze, opportunità e minacce in indicazioni operative concrete: le competenze e l'esperienza dei partner, unite alla cooperazione transfrontaliera, vanno valorizzate per sviluppare nuovi rami del turismo e ampliare l'offerta verso nuovi target; al contempo la scarsa chiarezza delle responsabilità, la frammentazione della collaborazione, la mancanza di un finanziamento sistemico e la sfiducia tra settore pubblico e privato vengono affrontate tramite accordi di partenariato formali, un comitato di coordinamento, incontri regolari e un modello di turismo sostenibile e "boutique" che eviti il turismo di massa.

Su queste basi la Strategia conferma l'impianto concettuale del progetto: la missione ("Celebrare l'eredità dantesca attraverso viaggi lenti e significativi, in cui si incontrano spazi, persone e storie transfrontaliere"), l'obiettivo ("Diventare il primo parco letterario-turistico transfrontaliero d'Europa, in cui la poesia apre la strada a un turismo culturale sostenibile") e la visione, ovvero la certificazione nel programma Cultural Routes of the Council of Europe. Attorno a questi elementi sono stati definiti cinque pilastri strategici (cap. 2.1) e un pilastro dedicato alla creazione di un marchio unico del percorso, articolato in: conferma di missione, visione e obiettivi strategici; segmentazione dei target (cap. 1.3, 3.2); posizionamento e conferma degli itinerari (cap. 4); definizione dell'identità di marca e delle regole di identità visiva (cap. 6.1); allineamento con le attività del marketing mix (cap. 5).

8.2 Tempistica e fasi di implementazione

L'orizzonte temporale di attuazione coincide con la durata complessiva del progetto (19 aprile 2024 – 18 ottobre 2026, con l'Action Plan da consegnare nel Periodo 4, mesi 19-24). Il percorso operativo individua due compiti prioritari da avviare in parallelo: la definizione del modello di governance (cap. 8.3) e la conferma dell'identità di marca, da cui dipendono tutte le successive attività di marketing. Entro il primo trimestre 2026 è necessario confermare l'identità di marca con i portatori di interesse in tutte le località coinvolte, avviare la preparazione dell'identità visiva coordinata e predisporre il piano editoriale e di comunicazione. Parallelamente, l'Action

Plan definisce il piano operativo per ciascun elemento del marketing mix (cap. 5), comprendendo servizi, pricing e allineamento con le organizzazioni turistiche e le comunità locali (cronoprogramma dettagliato al cap. 6.4).

Il presente Action Plan individua un orizzonte di validità che si estende per tre anni oltre la chiusura del progetto, fino al 2029, quale periodo minimo necessario per portare a compimento le azioni pilota ancora aperte (candidatura alla certificazione Cultural Routes e adesione all'Associazione Parchi Letterari, cfr. cap. 6.1 e 8.4). Si raccomanda una revisione intermedia del Piano nel corso del 2028, curata dal tavolo di lavoro permanente di cui al cap. 8.3 e, ove possibile, con il coinvolgimento di un soggetto esterno al partenariato, a garanzia di terzietà e obiettività della valutazione.

8.3 Raccomandazioni per il supporto istituzionale, il finanziamento e la governance dei percorsi

Il Toolkit di gestione sostenibile elaborato nell'ambito del progetto DANTE (Deliverable D.2.1.3) indica che la sostenibilità di lungo periodo degli itinerari e dei futuri parchi letterario-turistici dipende da un quadro di governance chiaro, definito fin dalle prime fasi di pianificazione, che specifichi responsabilità dei partner, modalità di collaborazione e opportunità di finanziamento. Lo sviluppo dovrebbe procedere in modo graduale e modulare, così da adattarsi alle risorse disponibili, evitando modelli rigidi imposti dall'alto.

La tipologia dei parchi letterario-turistici individuata dal Toolkit (parco a polo culturale, parco paesaggistico, parco interpretativo, parco a rete di centri patrimoniali, parco transfrontaliero in rete) suggerisce modelli di governance differenziati: dove esiste già un'infrastruttura culturale consolidata (come a Isola), è opportuno consolidare un polo con forte supporto istituzionale; dove il patrimonio è diffuso su più siti (come nell'area Duino–Trieste–Isola), va privilegiata una governance cooperativa basata su reti tra istituzioni, musei, archivi e comunità locali. Per la rete transfrontaliera DANTE nel suo complesso, si raccomanda l'adozione di standard interpretativi condivisi, un'identità visiva comune e modelli di governance coordinati tra i partner italiani e sloveni, mantenendo l'autonomia organizzativa dei singoli territori.

La raccomandazione principale del Documento Strategico riguarda la definizione e l'attuazione concreta del modello di governance e comunicazione tra i portatori di interesse, individuato come fattore chiave per il successo del percorso, segnalando tre rischi da monitorare: un coinvolgimento limitato dei partner di progetto oltre la fase di elaborazione strategica; un'attuazione non coordinata e non controllata della strategia; risorse insufficienti destinate alla promozione e allo sviluppo dell'offerta (cfr. cap. 10). Si raccomanda pertanto l'adozione di una matrice delle responsabilità di tipo RACI (cfr. cap. 5.6 per la definizione dei quattro ruoli) per mappare in modo univoco ruoli e responsabilità lungo tutta la catena di gestione del percorso, e la predisposizione di uno strumento operativo permanente – il Piano d'Azione per

la Gestione, da aggiornare almeno annualmente – che traduca gli indirizzi strategici e i risultati del monitoraggio (cap. 9) in misure concrete, con obiettivi, attività, responsabili, scadenze e indicatori definiti per ciascun ambito (sviluppo culturale, coinvolgimento della comunità, educazione e ricerca, turismo e visitatori, gestione sostenibile, sviluppo organizzativo), tra cui la ricerca sistematica di finanziamenti a lungo termine.

Organi di coordinamento e processo di revisione

In risposta diretta alla debolezza "responsabilità non chiaramente definite e cooperazione frammentata" individuata dalla SWOT (cap. 2.1), l'Action Plan definisce due organi di coordinamento operativi. Il **tavolo di lavoro permanente DANTE**, già istituito nell'ambito del capacity building (cap. 7), è composto da un referente per ciascun partner di progetto (LP e PP2-PP6) e si riunisce con cadenza semestrale per il monitoraggio delle attività, l'aggiornamento del Piano d'Azione per la Gestione e la decisione operativa sulle attività che coinvolgono più partner. Il tavolo si avvale, per le decisioni relative all'identità di marca e alla comunicazione, dell'**ente coordinatore "DANTE"** proposto nel workshop di Venezia (cfr. cap. 5.6), a cui è affidata la supervisione unitaria del brand e del piano editoriale. Il processo di revisione del Piano non si limita alla verifica intermedia del 2028 (cap. 8.2): il tavolo di lavoro permanente effettua un riesame annuale dello stato di avanzamento delle azioni pilota (cap. 6.1) e degli indicatori di monitoraggio (cap. 9), con verbalizzazione delle eventuali modifiche al cronoprogramma (cap. 6.4).

Matrice RACI di responsabilità

Ad integrazione della raccomandazione di adottare uno schema RACI, si riporta di seguito una prima matrice di responsabilità per le principali attività dell'Action Plan, da mantenere aggiornata a cura del tavolo di lavoro permanente:

Attività	Comune di Isola (LP)	Partner PP2-PP6	Tavolo di lavoro permanente	Fornitori esterni / TZ locali
Identità di marca e CGP (cap. 6.1)	A	C	R	C
Gestione dei Centri Visita (cap. 6.1)	R (Isola)	R (Ceggia, per il centro IT)	A	C
Contenuti digitali e prenotazioni (cap. 5.1, 5.6)	C	C	A	R
Formazione di guide e operatori (cap. 5.5, 7)	I	I	A	R

Comunicazione e social media (cap. 5.4)	C	C	A	R
Candidatura Cultural Routes (cap. 6.1, 8.4)	A	R	C	I
Adesione Associazione Parchi Letterari (cap. 6.1)	A	I	R	I
Monitoraggio e revisione del Piano (cap. 8.2, 9)	I	I	A/R	I

Legenda: R = Responsible (esegue l'attività); A = Accountable (ne risponde e decide); C = Consulted (viene consultato); I = Informed (viene informato dell'esito).

8.4 Criteri per la certificazione Cultural Routes del Consiglio d'Europa

Come indicato al capitolo 1.2, l'obiettivo strategico di lungo periodo del progetto DANTE è la candidatura del percorso, in sinergia con Il Cammino di Dante, alla certificazione di Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa nell'ambito dell'Accordo Parziale Allargato sugli Itinerari Culturali (EPA), istituito dalla Risoluzione CM/Res(2013)66. Tale certificazione richiede che l'itinerario sia riconosciuto come progetto di cooperazione culturale, educativa e turistica volto allo sviluppo e alla promozione di un percorso basato su un tema storico o culturale di importanza transnazionale, significativo per la comprensione dei valori comuni europei.

I principali criteri da soddisfare, che l'Action Plan integra sin dalla fase di attuazione, comprendono: la costituzione di una rete di cooperazione che coinvolga almeno tre Stati membri del Consiglio d'Europa (condizione che richiede, come indicato al cap. 6.3, l'ampliamento del partenariato oltre Italia e Slovenia); la coerenza tematica del percorso con un tema di rilevanza transnazionale (la figura e l'opera di Dante Alighieri, già riconosciuta a livello europeo); un programma di ricerca e sviluppo scientifico a supporto dei contenuti storico-culturali dell'itinerario; un programma di valorizzazione della memoria, della storia e del patrimonio culturale europeo; scambi culturali ed educativi tra i territori coinvolti; lo sviluppo di progetti pilota e di prodotti turistici e culturali esemplari lungo il percorso (cfr. cap. 6.1); e strumenti di comunicazione e promozione capaci di veicolare l'identità dell'itinerario a un pubblico europeo e internazionale (cfr. cap. 5.4). In coerenza con quanto raccomandato dal Documento Strategico, l'Action Plan prevede che, una volta confermato l'obiettivo della

certificazione da parte del partenariato, venga definita una tempistica dedicata di candidatura, con l'assegnazione di responsabilità specifiche nell'ambito della matrice RACI di governance (cap. 8.3).

Pur restando condizionata alla conferma definitiva dell'obiettivo da parte del partenariato, si propone la seguente tempistica indicativa di candidatura, coerente con la Fase 3 e con l'orizzonte di validità del presente Piano (cfr. cap. 6, 8.2): **2027** – avvio dei contatti per l'ampliamento del partenariato a un ulteriore Stato membro del Consiglio d'Europa, condizione necessaria ai sensi dei criteri EPA; **2027-2028** – predisposizione del programma di ricerca scientifica e della documentazione richiesta; **2028** – verifica dello stato di avanzamento in occasione della revisione intermedia del Piano (cap. 8.2); **2029** – presentazione formale della candidatura, a cura del tavolo di lavoro permanente (cap. 8.3).

8.5 Mappatura delle azioni sulle 5 C della Dichiarazione di Budapest

Coerentemente con quanto indicato al cap. 2.1, si riporta di seguito la mappatura trasversale delle azioni del presente Action Plan secondo il framework delle "5 C" della Dichiarazione di Budapest sul Patrimonio Mondiale (2002) — Credibilità, Conservazione, Capacity-Building, Comunicazione, Comunità. La mappatura non sostituisce l'articolazione per capitoli già adottata (derivata dal Documento Strategico e dal marketing mix delle 7P), ma ne costituisce una chiave di lettura complementare.

Capitolo dell'Action Plan / Ambito di azione	5 C (Dichiarazione di Budapest)
4. Posizionamento e identità (5 itinerari, brand del percorso)	Credibilità
5.1-5.7 Piano d'azione del marketing mix	Credibilità; Comunicazione
6.1 Azioni pilota (Centri Visita di Isola e Ceggia-Oriago-Venezia, punto espositivo di Tolmin, identità visiva DANTE, souvenir a puzzle, candidatura Cultural Routes, adesione Parchi Letterari, validazione buyer persona e customer journey, archetipo di marca e Piramide del brand)	Credibilità; Conservazione; Comunità; Comunicazione
6.2 Competitività dei fornitori di servizi turistici	Comunità; Capacity-Building
6.3 Progetti futuri e ampliamento del partenariato	Credibilità; Conservazione
7. Capacity building	Capacity-Building; Comunità
8.3 Governance, finanziamento e matrice RACI	Comunità; Capacity-Building
8.4 Certificazione Cultural Routes	Credibilità; Conservazione
9. Piano di monitoraggio e indicatori	trasversale a tutte le 5 C

Dalla lettura della tabella emerge un buon equilibrio complessivo, con una concentrazione naturale sulla Credibilità (coerente con la fase ancora iniziale del percorso, in cui la priorità è consolidare riconoscibilità e coerenza tematica) e sulla Comunità (coerente con l'impianto partecipativo dei workshop World Café, cap. 2.2). La dimensione della Conservazione risulta la meno esplicitamente presidiata: si raccomanda di rafforzarla nelle successive revisioni del Piano (cap. 8.2), in particolare in relazione alla tutela dei siti e degli immobili coinvolti nei Centri Visita e alla sostenibilità ambientale richiesta dai rispondenti dell'indagine di progetto (cap. 3.1).

9. Piano di monitoraggio e indicatori

9.1 Definizione degli indicatori

Sulla base del sistema di indicatori chiave di prestazione (KPI) sviluppato nel Toolkit per la gestione sostenibile dei parchi letterario-turistici (Deliverable D.2.1.3), si propone di adattare all'Action Plan un set di indicatori articolato in sei famiglie, da rilevare con cadenza prevalentemente annuale attraverso registri di attività, questionari ai visitatori e alle comunità, monitoraggio del territorio e valutazioni specialistiche periodiche:

1. **Indicatori culturali** — numero di programmi/percorsi interpretativi attivati, numero di eventi culturali, numero di nuovi contenuti interpretativi prodotti, percentuale di contenuti digitalizzati, stato di conservazione dei siti patrimoniali (ogni 2 anni);
2. **Indicatori sociali** — numero di partner attivi, associazioni coinvolte, volontari mobilitati, eventi partecipativi, livello di soddisfazione della comunità, numero di partenariati e progetti congiunti transfrontalieri, visibilità mediatica;
3. **Indicatori educativi** — visite scolastiche, laboratori didattici, partnership universitarie, progetti di ricerca, partecipanti ai programmi, materiali educativi prodotti;
4. **Indicatori turistici** — numero di visitatori, durata media della visita, tasso di visite ripetute, soddisfazione dei visitatori, utilizzo dei contenuti interpretativi digitali, numero di visite guidate, spesa turistica media;
5. **Indicatori ambientali** — percentuale di visitatori che adottano mobilità sostenibile, utilizzo del trasporto pubblico e delle piste ciclabili, stato del patrimonio naturale, numero di misure sostenibili adottate, quantità di rifiuti prodotti negli eventi e percentuale di materiali riciclati;
6. **Indicatori gestionali** — percentuale di attuazione del piano annuale, numero di partnership e nuovi progetti, fondi ottenuti, numero di attività transfrontaliere congiunte e di riunioni di coordinamento.

Per ciascuna famiglia si raccomanda un cruscotto sintetico a tre livelli (obiettivo raggiunto / miglioramenti necessari / interventi necessari), aggiornato annualmente al termine del ciclo di monitoraggio, come base per la relazione annuale e per l'aggiornamento del Piano d'Azione.

9.2 Collegamento con l'indicatore di programma 3.1.2

Il sistema di KPI operativi sopra descritto costituisce evidenza sostanziale a supporto dell'indicatore di programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 3.1.2 "Strategie e piani d'azione sviluppati congiuntamente" (Output 1.1, valore obiettivo 2,00: strategia + Action Plan). Il presente Action Plan, elaborato in modo partecipativo dai partner italiani e sloveni e da

aggiornare periodicamente sulla base dei risultati del monitoraggio, rappresenta di per sé lo strumento congiunto richiesto dall'indicatore: la sua adozione formale da parte del partenariato, unitamente all'evidenza documentale del processo di rilevazione dei KPI, permette di rendicontare in modo verificabile il conseguimento del target di programma.

10. Analisi dei rischi

Coerentemente con l'analisi SWOT (cap. 2.1) e con le raccomandazioni del Documento Strategico e del Toolkit di gestione sostenibile, l'Action Plan individua i seguenti rischi principali per la sua attuazione, con le relative misure di mitigazione:

Rischio	Probabilità / Impatto	Misure di mitigazione
Coinvolgimento limitato dei partner oltre la fase di elaborazione strategica	Media / Alto	Adozione di una matrice RACI e di un tavolo di lavoro permanente di coordinamento (cap. 8.3)
Attuazione non coordinata e non controllata della strategia tra i due Paesi	Media / Alto	Definizione di un ente/soggetto coordinatore dedicato "DANTE" e riunioni di coordinamento periodiche (cap. 6.4, 8.3)
Risorse insufficienti per promozione e sviluppo dell'offerta oltre la durata del progetto	Media / Alto	Ricerca sistematica di finanziamenti a lungo termine nell'ambito del Piano d'Azione per la Gestione (cap. 8.3)
Sfiducia reciproca tra settore pubblico e privato	Bassa / Medio	Coinvolgimento precoce e continuativo dei fornitori locali (cap. 6.2, 7) e accordi di partenariato formali
Resistenza delle comunità locali al cambiamento	Bassa / Medio	Coinvolgimento strutturato delle comunità tramite workshop World Café/Living Lab e programmi di volontariato (cap. 7)
Rischio di turismo di massa (overtourism) in contrasto con un'offerta sostenibile	Bassa / Alto	Modello di turismo "boutique" e lento, monitoraggio degli indicatori ambientali (cap. 9.1)
Difficoltà di allineamento delle priorità tra i team italiano e sloveno	Media / Medio	Comunicazione bilingue continuativa e revisione periodica delle politiche e attività (cap. 8.3)
Ostacoli amministrativi allo sviluppo infrastrutturale e all'accesso ai finanziamenti	Media / Medio	Pianificazione anticipata delle azioni pilota infrastrutturali (cap. 6.1) e ricerca di sinergie con altri programmi di finanziamento

Requisiti della certificazione Cultural Routes non raggiunti nei tempi previsti (es. ampliamento a un terzo Paese)	Media / Medio	Definizione di una tempistica dedicata di candidatura e ricerca attiva di nuovi partner internazionali (cap. 8.4)

11. Conclusioni

Il presente Action Plan traduce in azioni operative concrete la visione e gli obiettivi definiti dal Documento Strategico del progetto DANTE, integrando i requisiti specifici dell'Application Form (Attività 1.3, deliverable D.1.3.1-D.1.3.3) con le idee e le proposte raccolte durante il processo partecipativo dei tre workshop World Café realizzati a Izola, Venezia e in Friuli-Venezia Giulia. Il percorso letterario transfrontaliero DANTE si configura come un sistema integrato di cinque itinerari, ciascuno ancorato a un luogo fisico e a un capitolo della cosmologia dantesca, sostenuto da un modello di governance condiviso, da un piano di marketing mix articolato sulle sette leve operative e da un sistema di monitoraggio strutturato in sei famiglie di indicatori.

La sua attuazione richiederà un impegno costante di coordinamento tra i sei partner di progetto e gli stakeholder del territorio, secondo le responsabilità e le tempistiche definite al capitolo 6.4, e un aggiornamento periodico del presente documento, coerentemente con quanto raccomandato dal Toolkit per la gestione sostenibile dei parchi letterario-turistici. L'obiettivo di lungo periodo — la candidatura del percorso, in sinergia con Il Cammino di Dante, alla certificazione di Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa — rappresenta l'orizzonte verso cui tutte le azioni descritte in questo Action Plan sono orientate, quale riconoscimento della rilevanza transnazionale del patrimonio dantesco condiviso tra Italia e Slovenia.

12. Sintesi per uso divulgativo (Citizen Summary)

Il progetto DANTE crea un percorso letterario transfrontaliero tra Italia e Slovenia, dedicato alla figura di Dante Alighieri. Negli ultimi anni sempre più persone scelgono di viaggiare seguendo le tracce dei propri libri e autori preferiti: il turismo letterario, infatti, non è più una nicchia ma una vera e propria tendenza in crescita. Le storie e le opere letterarie hanno il potere di trasformare i lettori in visitatori dei luoghi che le hanno ispirate, ed è proprio questa la forza su cui punta il progetto DANTE: unire, attraverso la vita e l'opera di Dante, luoghi e comunità che si trovano da entrambi i lati del confine.

Il percorso è composto da cinque itinerari, ciascuno costruito con la tecnica dello storytelling, che insieme daranno vita a un unico grande cammino letterario condiviso. L'obiettivo principale è creare un prodotto turistico e un marchio comuni, capaci di collegare in modo armonioso e sostenibile i luoghi di interesse culturale, i siti legati alla memoria dantesca e le comunità locali dei due Paesi. Il progetto vuole inoltre cambiare il modo in cui guardiamo al patrimonio culturale della regione transfrontaliera, valorizzandolo attraverso i percorsi letterari e una strategia comune pensata per durare nel tempo. L'ambizione più grande è collegare il cammino DANTE al percorso italiano "Il Cammino di Dante", in modo che l'intero itinerario possa un giorno ottenere la prestigiosa certificazione di Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa.

Per riuscirci, il progetto ha organizzato numerosi laboratori e incontri con i cittadini, gli operatori turistici e le comunità locali, per raccogliere idee, condividere conoscenze e costruire insieme i contenuti e le storie del percorso. Molta attenzione è dedicata anche alla costruzione di un'immagine coordinata e riconoscibile — un vero e proprio "marchio" del cammino DANTE — da usare in modo coerente su tutti i canali di comunicazione, e alla formazione delle persone coinvolte, affinché sappiano raccontare al meglio questa eredità culturale.

Il risultato finale sarà un percorso letterario transfrontaliero duraturo, capace di far conoscere meglio il patrimonio comune dei due Paesi, rafforzare la collaborazione tra le comunità italiane e slovene e portare benefici concreti al territorio: più attività culturali, maggiore partecipazione degli abitanti e una tutela più solida, nel tempo, dell'eredità letteraria legata a Dante Alighieri.