

Deliverable 2.4.1: 6 IDEE PILOTA

REPORT FINALE

Progetto BEST - Un percorso verso un territorio migliore, più sostenibile e connesso

WP	WP2 – Aumentare le capacità innovative e creative
Attività	2.4. Attuazione del programma di voucher
Partner responsabili Partner partecipanti	Zavod Kersnikova, Venetian Cluster PTP, ECIPA, VHC, IK
Periodo di consegna	5
Lingua	ITA
Data	23/07/2026
Redatto da	Venetian Cluster

Premessa

Il progetto **BEST – Pathway for Better, Sustainable and Connected Territory/ Percorso verso un territorio migliore, più sostenibile e connesso** si inserisce nel quadro delle iniziative volte a rafforzare la capacità di innovazione del settore turistico nell'area transfrontaliera tra Italia e Slovenia. Il progetto promuove modelli di sviluppo basati su sostenibilità, creatività, digitalizzazione e collaborazione tra gli stakeholder dei due Paesi.

In questo contesto, le Idee pilota (Pilot Actions) hanno rappresentato uno dei principali risultati del progetto, in quanto concepite come percorsi individuali di supporto finalizzati allo sviluppo di idee e progetti pilota dei partecipanti del settore turistico. Attraverso un supporto tecnico personalizzato, la collaborazione di consulenti esperti e l'utilizzo della metodologia Innovation Catalyst, i partecipanti hanno avuto l'opportunità concreta di trasformare le proprie attività, prodotti e servizi in progetti più strutturati, innovativi e orientati al mercato.

Nell'ambito del Work Package 2 si sono svolti workshop di sensibilizzazione rivolti agli stakeholder target (attività 2.1) e attività formative basate sulla metodologia Innovation Catalyst (attività 2.3), aperte a tutti gli stakeholder interessati del settore turistico dell'area di programma Italia-Slovenia. A queste ha fatto seguito l'attuazione del programma di voucher per 6 operatori, di cui 3 sloveni e 3 italiani (attività 2.4). Essi sono stati coinvolti in un ulteriore processo di rafforzamento delle competenze in materia di Business Model Canvas, metodologia Innovation Catalyst e strategie di marketing, con l'obiettivo di potenziare la loro capacità di sviluppo, posizionamento e valorizzazione efficace dell'offerta turistica nel contesto transfrontaliero.

Il programma di voucher è stato adattato alle esigenze specifiche di ciascun partecipante ed è stato orientato al potenziamento dei prodotti e servizi esistenti, nonché allo sviluppo di nuovi prodotti e servizi o alla revisione di quelli già esistenti. I partner di progetto hanno partecipato attivamente a tutte le fasi del processo, dall'individuazione delle sfide di sviluppo e delle opportunità, alla progettazione, validazione e successivo perfezionamento delle soluzioni.

Le Idee pilota si sono inserite in un percorso più ampio che ha caratterizzato il progetto BEST, composto da attività di sensibilizzazione, workshop, formazione specialistica e networking transfrontaliero. In questo senso, esse hanno costituito la fase applicativa e sperimentale del progetto, permettendo di tradurre in pratica i contenuti affrontati durante il percorso formativo e di accompagnare imprese, professionisti e altri attori locali verso lo sviluppo di soluzioni turistiche innovative, sostenibili e integrate.

D2.4.1 presenta una raccolta delle presentazioni delle sei idee pilota, ovvero il rapporto relativo alla formazione realizzata, al mentoring approfondito e al supporto specialistico fornito. Le idee pilota, sviluppate attraverso l'utilizzo della metodologia del catalizzatore dell'innovazione, rappresentano la base per il successivo percorso di innovazione degli attori coinvolti. Il presente rapporto offre una panoramica completa dei risultati delle iniziative pilota e ne analizza nel dettaglio il percorso di implementazione, le attività realizzate e gli effetti ottenuti. Le principali evidenze, basate sul monitoraggio sistematico dei partecipanti coinvolti, mettono in luce il valore aggiunto delle esperienze pilota, applicabile alla comunità più ampia, contribuendo così alla co-creazione di una destinazione turistica transfrontaliera connessa, attrattiva e competitiva.

Report relativo alle singole aziende partecipanti al percorso formativo "Idee Pilota"

1. NEXT STEP? BIKE!

DATI AZIENDA	
<i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Ragione sociale	Next Step? Bike!
Sede	Gorizia, Italia
Sito web/ Facebook	https://www.facebook.com/p/Next-Step-Bike-61555908365758/
Email e Tel.	nextstepbike@gmail.com , +39 351 4007965, +39 351 4666497
Servizi/Prodotti	Servizi di cicloturismo guidato
Partecipante	Fausto Roda
DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 1	

Cognome/Nome	Ruffini Andrea
Email	andrea@andrearuffini.com
Ambito di specializzazione	Strategie di Crescita e Innovazione Aziendale

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 2

Cognome/Nome	Bertolissi Nicoletta
Email	hello@nicolettbertolissi.com
Ambito di specializzazione	Marketing e comunicazione

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 3

Cognome/Nome	Peter Purg s.p.
Email	p.p.purg@gmail.com
Ambito di specializzazione	Innovation Catalyst

ANALISI AZIENDA

**Compilato dal consulente/esperto tecnico*

Stato dell'arte dell'impresa: breve descrizione dell'ente e dei servizi/prodotti che fornisce attualmente	"Next Step? Bike!" è un'attività di cicloturismo guidato ideata da Donatella e Fausto, guide cicloturistiche certificate, che propongono escursioni in bicicletta per far scoprire il territorio in modo autentico e accessibile a tutti. L'obiettivo è promuovere la bici come mezzo universale di viaggio, capace di unire esperienza sportiva, culturale ed emotiva. Le uscite, di diversa difficoltà e adatte anche a principianti (anche con e-bike), si svolgono in una o più giornate su percorsi sicuri e a basso traffico, spesso con un tema specifico (storico, culturale, scientifico,...) e soste nei punti di interesse. Tutti gli itinerari sono pensati per essere raggiungibili con mezzi pubblici. Oltre alle escursioni organizzate, vengono offerti servizi personalizzati: progettazione di percorsi su misura, accompagnamento di gruppi e assistenza tecnica durante le attività. Il progetto che si intende sviluppare con il supporto di BEST mira alla creazione di un'offerta strutturata di cicloturismo transfrontaliero
--	--

	tra Italia e Slovenia, capace di valorizzare in modo integrato il territorio di confine sotto il profilo turistico, culturale e ambientale.
Breve descrizione del progetto innovativo	L'iniziativa prevede la progettazione e sperimentazione di nuovi itinerari ciclabili tematici che colleghino aree di interesse nei due Paesi offrendo ai partecipanti un'esperienza di viaggio continua e immersiva tra paesaggi, tradizioni e identità differenti. I percorsi saranno accessibili a un pubblico ampio, con diversi livelli di difficoltà e possibilità di utilizzo di e-bike, e progettati per privilegiare sicurezza, sostenibilità e intermodalità (treno/bus). Il progetto intende inoltre sviluppare una rete di collaborazioni con operatori locali, enti turistici e realtà del territorio (ad esempio: noleggiatori di bici, campeggi, bed&breakfast, agriturismi, etc...) su entrambi i lati del confine, al fine di creare pacchetti integrati e ampliare l'offerta di servizi (accoglienza, noleggio, assistenza tecnica, esperienze locali). Grazie al supporto di BEST, sarà possibile consolidare il modello organizzativo e di marketing, testare i percorsi pilota e definire una proposta replicabile e sostenibile nel tempo, contribuendo allo sviluppo di un turismo innovativo e di qualità nell'area transfrontaliera.
In che modo il progetto e' innovativo rispetto alla concorrenza?	Elemento innovativo del progetto è l'approccio esperienziale e narrativo: ogni itinerario sarà costruito attorno a un tema (storico, culturale, naturalistico, enogastronomico,...) e arricchito da contenuti interpretativi che permettano ai partecipanti di comprendere il territorio attraversato, favorendo un turismo lento, autentico e consapevole. L'innovazione risiede inoltre nell'approccio integrato e transfrontaliero, che supera la frammentazione dell'offerta cicloturistica locale. A differenza delle proposte tradizionali, infatti, il progetto combina mobilità dolce, narrazione tematica e valorizzazione culturale, creando esperienze immersive e non solo sportive. Infine, l'attenzione all'intermodalità (treno/bus/bici), alla personalizzazione dei percorsi e alla costruzione di una rete di operatori locali rappresenta un valore distintivo.

Spiega che problema il tuo progetto contribuisce a risolvere o che opportunita' offre	Il progetto risponde alla scarsa integrazione turistica tra territori di confine e alla limitata valorizzazione delle aree meno conosciute. Offre l'opportunità di sviluppare un turismo lento e distribuito, capace di generare benefici economici per le comunità locali e di destagionalizzare i flussi turistici. Inoltre, rende il cicloturismo accessibile a un pubblico più ampio, superando la percezione che sia un'attività riservata a sportivi esperti.
Il progetto prevede qualche forma di collaborazione con partner sull'altro lato del confine (italiani/sloveni)? Se sì, specificare quali, di che tipo.	Sì, il progetto prevede la creazione di collaborazioni con operatori turistici, guide locali, strutture ricettive, enti di promozione territoriale e realtà culturali sia italiane che slovene. Le collaborazioni potranno riguardare la co-progettazione degli itinerari, la costruzione di pacchetti turistici integrati, lo scambio di competenze e la promozione congiunta dell'offerta. L'obiettivo è creare una rete transfrontaliera stabile e sinergica.
Spiega se e in che modo il tuo progetto contribuisce al tema della sostenibilità (es. ambientale, inclusione, ecc)	Il progetto contribuisce alla sostenibilità ambientale promuovendo l'uso della bicicletta e l'intermodalità con il trasporto pubblico, riducendo l'impatto legato all'uso dell'auto. Favorisce inoltre un turismo lento e rispettoso dei territori, valorizzando risorse locali e riducendo la pressione sulle destinazioni più affollate. Dal punto di vista sociale, punta all'inclusione grazie a percorsi accessibili anche a non esperti e all'utilizzo di e-bike, rendendo l'esperienza fruibile da un pubblico diversificato.
FEEDBACK AZIENDA	
<i>*Compilato dall'azienda, possibili integrazioni successive da parte del consulente o del referente PP</i>	
Valutazione generale e concretizzazione della consulenza. Descrivete brevemente se siete soddisfatti delle conoscenze acquisite e come intendete applicarle nel vostro lavoro e nelle vostre attività. Per ciascun ambito di consulenza	Il percorso di accompagnamento realizzato con l'azione pilota si è dimostrato di fondamentale importanza per la nostra realtà, fornendoci preziosi spunti strategici e operativi. Gli interventi del Dott. Ruffini e della Dott.ssa Bertolissi, sebbene focalizzati su aree differenti, si sono integrati perfettamente, permettendoci di definire con maggiore chiarezza la nostra identità aziendale, pianificare le azioni future e, soprattutto, stabilire come andare a verificare la correttezza della nostra direzione strategica. Di seguito riportiamo i principali benefici che abbiamo riscontrato in ciascun ambito di intervento:

(marketing e comunicazione, Business Model Canvas e Innovation Catalyst), scrivete alcune frasi evidenziando i principali benefici e/o risultati.	1. Marketing e Comunicazione In questo ambito, grazie all'azione pilota ci è stato presentato un nuovo approccio alla comunicazione, che prima era guidata prevalentemente dall'ispirazione del momento. Questo ha portato alla nascita di una strategia per la pubblicazione e la veicolazione dei nostri contenuti verso un cliente ora identificato con maggiore precisione 2. Business Model Canvas Questo modulo ci ha spinto a riflettere approfonditamente su aspetti dell'azienda che prima davamo per scontati. Il lavoro focalizzato sulle buyer personas ad esempio ci ha permesso di individuare i bisogni, le barriere e i messaggi chiave per ciascun gruppo di target e ora siamo più consapevoli della nostra struttura e del nostro posizionamento sul mercato. 3. Innovation Catalyst L'attività svolta in questo ambito ci ha aiutati a "pensare out of the box", scardinare vecchie abitudini e stimolare un pensiero orientato al futuro. Diciamo che ci ha insegnato a porci delle domande aiutandoci a capire come evolvere e come misurare l'efficacia delle nostre scelte strategiche nel medio-lungo periodo.
Intenzioni future. Indicate in poche frasi in che modo intendete applicare nella pratica le conoscenze acquisite.	Non essendo l'attività con next step? Bike! La nostra attività principale, non saremo in grado di implementare subito tutto quanto discusso con i consulenti e riportato nel piano di marketing. Procederemo un passo alla volta, concentrandoci sulle cose più importanti per non sprecare tempo e soldi seguendo questi principi: - in questo momento non aumenteremo i soldi per la pubblicità. Prima faremo dei test per essere sicuri che i messaggi funzionino e che il pubblico sia quello giusto. - in questo momento la crescita dell'impresa non è una nostra priorità. Ci prefiggiamo di compilare una versione maggiormente approfondita del Business Model Canvas, da tenere sempre come timone ed evitare una crescita disordinata.

	- siamo sempre più convinti che la nostra offerta principale debba essere sostenibile dal punto di vista economico; solo quando avremo questa certezza faremo investimenti più grandi e strutturati.
Note / suggerimenti. Indicate in poche frasi se siete soddisfatti della formazione aggiuntiva, cosa cambiereste, cosa migliorereste o approfondireste ulteriormente per rendere l'esperienza ancora più utile.	Siamo molto soddisfatti sia della formazione che di tutto il progetto. Purtroppo, a causa degli impegni con la nostra attività lavorativa principale, non siamo riusciti a partecipare all'ultimo incontro di approfondimento sull'Innovation Catalyst svolto a Nova Gorica. Dovendo fare una scelta per via del poco tempo a disposizione, abbiamo preferito dare la precedenza al supporto individuale, così da riuscire a portare a termine il percorso iniziato. Sarebbe utile per noi poter beneficiare anche in futuro di percorsi di supporto analoghi a questo, per permetterci di portare avanti nel medio-lungo periodo un percorso strutturato di crescita
DESCRIZIONE OPERATIVA DELLA CONSULENZA <i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Descrizione finale della consulenza su Business model canvas: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	L'obiettivo principale è stato trasformare un'idea di business basata su intuizioni qualitative in un modello misurabile e strutturato. Il focus si è concentrato su: • Segmentazione del target: Passare da un pubblico generico ("tutti") alla selezione di un segmento "core" prioritario, identificando i clienti che generano più valore e fedeltà. • Proposta di valore (Value Proposition): Validare il reale peso e l'attrattiva del posizionamento transfrontaliero (Italia-Slovenia), unito alla sicurezza e all'esperienza umana. • Struttura economica: Definire l'offerta core (i 3 pacchetti iniziali da spingere), calcolando in modo preciso il pricing, i costi operativi (fissi e variabili) e la marginalità per singolo tour. • Misurabilità (KPI): Introdurre l'esigenza di una dashboard minima di indicatori decisionali. Cosa ne è emerso: • Punti di forza: Il progetto ha fondamenta eccellenti dal punto di vista qualitativo. L'esperienza reale, la competenza relazionale delle guide e la narrativa del territorio

	transfrontaliero sono elementi altamente distintivi e difficili da copiare. • Criticità e Lacune: È emersa l'assenza di metriche operative consolidate. Mancano dati storici chiari sui costi reali, sui margini netti e sulle conversioni. • Risultato e Prossimi Passi: Si è stabilito che la priorità attuale non è scalare o aumentare i volumi in modo disordinato, ma compilare una prima versione (v1) del Business Model Canvas che separi le ipotesi dai fatti. L'azienda deve testare rapidamente la sua offerta "core" per convalidare la sostenibilità economica prima di affrontare investimenti strutturali.
Descrizione finale della consulenza Innovation Catalyst: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	L'intervento focalizzato sul tema dell'Innovation Catalyst ha permesso di analizzare dettagliatamente i 10 step del framework, valutando l'impatto strategico e operativo di ciascuna fase sulle performance aziendali complessive. Mentre i passaggi iniziali, relativi alla definizione della "Challenge" e alla gestione del "Team", hanno confermato un livello di consapevolezza interno all'impresa già consolidato, il focus principale dell'attività si è concentrato sulla fase di "demo & prototypes". Nello specifico, il confronto si è orientato sull'analisi costi-benefici legata allo sviluppo di nuove tipologie di servizi, con particolare attenzione alla sostenibilità organizzativa e commerciale dei tour personalizzati
Descrizione finale della consulenza PR and Marketing: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Affrontando il tema del Marketing, l'attenzione si è spostata dal concetto generico di "fare più comunicazione" alla costruzione di un Marketing Plan operativo e data-driven, prestando grande attenzione anche all'identità del brand: • Brand Voice e Posizionamento: Definizione della personalità del brand (affidabile, accogliente, autentico), del tono di voce (semplice, umano, non elitario) e dell'Elevator Pitch. • Costruzione del Funnel: Tracciare il percorso del cliente, dalla generazione del contatto (lead) fino alla prenotazione effettiva e all'erogazione del servizio.

	• Canali e Contenuti: Mappatura dei canali attuali, definizione di Meta (Facebook/Instagram) come canale primario, e strutturazione di un piano editoriale mensile basato su rubriche specifiche (prova sociale, itinerari, sicurezza). • Metodologia di Test: Impostazione di un approccio basato su piccoli test A/B a basso costo per validare messaggi e creatività. Cosa ne è emerso: • Stato attuale: Il brand possiede già una presenza digitale attiva (pagina Facebook coerente) e una naturale predisposizione a comunicare i valori del territorio e l'aspetto sensoriale dei tour. • Criticità e Lacune: La comunicazione passata è stata condotta senza obiettivi numerici definiti (es. lead al mese), senza un tracciamento delle conversioni e con messaggi rivolti a un pubblico troppo ampio. • Risultato e Prossimi Passi: È stato strutturato un piano d'azione che prevede di definire subito obiettivi chiari e KPI minimi per i canali social (costo per lead, tasso di conversione). È emersa la decisione cruciale di non aumentare il budget pubblicitario finché non saranno stati validati i messaggi e il target tramite micro-test. Inoltre, si è definita la formula comunicativa chiave: proporre esperienze accessibili, sicure e guidate tra Italia e Slovenia, senza tecnicismi che possano intimidire i ciclisti meno esperti.
--	--

2. CD CONSULTANCY DI VINCENZO PANARIELLO

DATI AZIENDA	
<i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Ragione sociale	CD Consultancy di Vincenzo Panariello
Sede	Urban Center Corso Camillo Benso Conte di Cavour, 2/2 – 34132 Trieste (TS)
Sito web	www.cdconsultancy.it
Email e Tel	v.panariello@cdconsultancy.it , +393921959061

Servizi/Prodotti	Consulenza aziendale (prodotti e servizi) per ottimizzazione dei processi in ottica di compliance normativa e cliente finale
Partecipante	Panariello Vincenzo
DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 1	
Cognome/Nome	Ruffini Andrea
Email	andrea@andrearuffini.com
Ambito di specializzazione	Strategie di Crescita e Innovazione Aziendale

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 2	
Cognome/Nome	Peter Purg s.p.
Email	p.p.purg@gmail.com
Ambito di specializzazione	Innovation Catalyst

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 3	
Cognome/Nome	
Email	
Ambito di specializzazione	

ANALISI AZIENDA	
<i>*Compilato dal consulente/esperto tecnico</i>	
Stato dell'arte dell'impresa : breve descrizione dell'ente e dei servizi/prodotti che fornisce attualmente	Consulenza aziendale (prodotti e servizi) per ottimizzazione dei processi in ottica di compliance normativa e cliente finale
Breve descrizione del progetto innovativo	TerraWise è una piattaforma SaaS basata sull'intelligenza artificiale per la gestione sostenibile dei flussi turistici. Integra analisi predittiva, raccomandazioni personalizzate per i viaggiatori e monitoraggio ambientale in tempo reale, permettendo a destinazioni turistiche, enti locali e operatori di anticipare e



	ridistribuire i flussi, ridurre l'impatto ambientale e valorizzare il territorio in modo equo. La piattaforma trasforma dati complessi — meteo, prenotazioni, sensori IoT, comportamenti dei visitatori — in decisioni intelligenti e politiche turistiche sostenibili, contribuendo concretamente agli obiettivi dell'Agenda 2030.
In che modo il progetto e' innovativo rispetto alla concorrenza?	TerraWise combina in un'unica piattaforma tre capacità oggi disgiunte: previsione dei flussi turistici con 72 ore di anticipo tramite machine learning, raccomandazioni personalizzate per il turista verso esperienze sostenibili, e monitoraggio ambientale in tempo reale via sensori IoT. I competitor offrono al massimo una di queste funzioni. L'approccio è preventivo, non correttivo: agisce sul comportamento del visitatore prima che raggiunga la destinazione, generando un effetto sistemico inedito nel settore. TerraWise è inoltre la prima piattaforma che connette operatori privati ed enti pubblici in un ecosistema condiviso, allineando incentivi economici e obiettivi di sostenibilità invece di trattarli come opposti.
Spiega che problema il tuo progetto contribuisce a risolvere o che opportunità offre	L'overtourism danneggia ecosistemi, patrimonio culturale e qualità della vita delle comunità locali, mentre gli enti territoriali mancano di strumenti intelligenti per gestirlo. TerraWise offre alle destinazioni la capacità di anticipare e redistribuire i flussi, trasformando il turismo da pressione in risorsa controllata. Parallelamente, intercetta la crescente domanda di viaggi consapevoli — oltre il 70% dei millennial dichiara di preferire esperienze sostenibili — orientando i turisti verso mete autentiche e meno congestionate e creando nuove opportunità economiche per operatori e comunità locali finora esclusi dai circuiti principali.
Il progetto prevede qualche forma di collaborazione con partner sull'altro lato del confine	Sì. Il progetto prevede una collaborazione strutturata con partner sloveni, con focus su due aree transfrontaliere strategiche: a nord l'asse Gorizia-Nova Gorica — Capitale Europea della Cultura 2025 e territorio simbolo dell'integrazione transfrontaliera — e a est l'asse

(italiani/sloveni)? Se si specifica quali- di che tipo.	Trieste-Capodistria/Koper, tra le aree con i flussi turistici transfrontalieri più intensi dell'Adriatico settentrionale. La partnership coinvolge DMO e operatori turistici locali di entrambi i versanti per condividere dati sui flussi, co-sviluppare indicatori di sostenibilità comuni e testare la piattaforma su destinazioni che per natura geografica e culturale richiedono una gestione coordinata e integrata, oggi assente. La dimensione transfrontaliera è centrale al progetto e non una semplice aggiunta: senza cooperazione bilaterale, la gestione intelligente dei flussi in quest'area rimane strutturalmente incompleta.
Spiega se e in che modo il tuo progetto contribuisce al tema della sostenibilità' (es. ambientale, inclusione, ecc)	TerraWise agisce su tutte e tre le dimensioni della sostenibilità. Sul piano ambientale, riduce la pressione su siti naturali e culturali vulnerabili e ottimizza la mobilità turistica, abbassando le emissioni di CO2. Sul piano sociale, tutela la qualità della vita delle comunità residenti e preserva l'identità culturale locale contrastando il sovraffollamento. Sul piano economico, distribuisce i benefici del turismo in modo più equo, valorizzando destinazioni minori e prolungando la stagione oltre i picchi tradizionali. Il progetto è inoltre allineato agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 (SDG 8, 11, 13, 17) e alle priorità della Strategia europea per il turismo sostenibile, rendendolo idoneo a ricevere supporto nell'ambito dei fondi Interreg e del PNRR.
FEEDBACK AZIENDA <i>*Compilato dall'azienda, possibili integrazioni successive da parte del consulente o del referente PP</i>	
Valutazione generale e concretizzazione della consulenza. Descrivete brevemente se siete soddisfatti delle conoscenze acquisite e come intendete	Sono molto soddisfatto sia degli incontri di formazione che del successivo percorso di approfondimento. Questo progetto mi ha permesso di confrontarmi con altri operatori del settore e di trovare la giusta ispirazione, grazie alle lezioni e alle esperienze degli altri, per inserire nuove funzioni nella mia piattaforma. Inoltre, mi ha aiutato a mettere in ordine i vari passi da compiere, dandomi indicazioni pratiche per ognuno di essi.

applicarle nel vostro lavoro e nelle vostre attività. Per ciascun ambito di consulenza (marketing e comunicazione, Business Model Canvas e Innovation Catalyst), scrivete alcune frasi evidenziando i principali benefici e/o risultati.	Di seguito i principali benefici ricevuti per ogni ambito: 1. Marketing e Comunicazione Questo modulo mi ha fatto riflettere approfonditamente su quanto sia importante creare una comunicazione solida e credibile verso tutti i nostri stakeholder e collaboratori. Non sono sicuro di riuscire ad implementare tutti i passi del piano marketing nei tempi previsti, dato che questa non è la mia attività lavorativa principale, ma sicuramente il documento mi ha dato preziosi spunti 2. Business Model Canvas Questa parte mi ha aiutato a semplificare e a organizzare i prossimi passi da fare, evitando così di disperdere energie preziose. In questo modo il progetto sarà più credibile, più facile da raccontare e, soprattutto, sostenibile dal punto di vista economico. Inoltre, aver diviso il modello in vari blocchi mi sarà utilissimo per compilare le domande di partecipazione ai bandi di finanziamento. 3. Innovation Catalyst L'approccio di questo modulo, basato sull'astrazione e sul mettere sempre tutto in discussione, mi ha dato un metodo di lavoro da usare anche in futuro per altri progetti. Ho imparato a pormi sistematicamente delle domande per innovare il mio progetto, a confrontarmi e discutere con gli altri per mettere in ordine le idee, e poi a ricontrollarle da capo per non dare mai nulla per scontato. Nel caso specifico della mia piattaforma, mi ha aiutato ad analizzare le cose da punti di vista a cui non avevo pensato.
Intenzioni future. Indicate in poche frasi in che modo intendete applicare nella pratica le conoscenze acquisite.	Il percorso effettuato con il dottor Ruffini ha permesso di revisionare e suddividere il mio macro progetto in step più piccoli, logici, realizzabili e verificabili. Grazie a questo lavoro si è chiaramente individuato quale sarà il primo step fondamentale, l'attivazione di una base dati integrata e affidabile. E abbiamo posto le basi per presentare questa azione nel bando della regione Friuli Venezia Giulia che dovrebbe essere emanato a breve a sostegno delle imprese che utilizzano l'intelligenza artificiale.

	Seguiranno poi il rilascio di cruscotto operativo con KPI territoriali, che sarà il primo output verso il mercato; e poi un ulteriore sviluppo riguarderà l'impostazione di un progetto-pilota il cui output sarà la progettazione e l'addestramento di un modello di Machine Learning (ML) preliminare di previsione dei flussi turistici a 7 giorni (AI-assisted forecasting).
Note / suggerimenti. Indicate in poche frasi se siete soddisfatti della formazione aggiuntiva, cosa cambiereste, cosa migliorereste o approfondireste ulteriormente per rendere l'esperienza ancora più utile.	Purtroppo per ragioni lavorative non sono riuscito a partecipare a tutti gli incontri collettivi del percorso. Ho apprezzato l'evento di networking in Slovenia per la possibilità che mi ha dato di conoscere operatori oltreconfine, di presentare e discutere anche con loro la mia idea
DESCRIZIONE OPERATIVA DELLA CONSULENZA <i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Descrizione finale della consulenza su Business model canvas: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	L'attività realizzata nell'ambito dell'azione pilota si è concentrata sulla revisione e validazione del Business Model Canvas iniziale di TerraWise (piattaforma SaaS AI per la gestione transfrontaliera ITA/SLO dei flussi turistici). L'obiettivo primario è stato traghettare l'idea da una visione "macro" (che comprendeva fin da subito i tre moduli FlowAI, EcoRoute e ImpactTracker) verso un modello economicamente sostenibile e pronto per essere presentato a investitori o bandi di finanziamento (investor-readiness), riducendo il rischio operativo. Cosa ne è emerso: · Riduzione del perimetro (MVP): È emerso che l'approccio completo era troppo dispersivo e rischioso per la fase di lancio. Si è deciso di adottare un approccio modulare, focalizzando tutte le risorse iniziali esclusivamente sul modulo FlowAI (fase 1), trasformandolo in un data broker con cruscotto BI (raccolta,

	normalizzazione e visualizzazione dati), rimandando le funzionalità predittive avanzate e gli altri moduli a fasi successive. · Identificazione del rischio critico: Il vero "collo di bottiglia" non è tecnologico o di calcolo, ma risiede nella pipeline dei dati (qualità, continuità, licenze, costi e accordi con i fornitori). · Priorità strategica: Il canvas è stato riadattato per supportare una bozza di business plan "bando-ready" (es. per la Regione FVG) orientata a un target di circa 10k, con la necessità stringente di individuare un "beachhead market" ben definito (es. Pubblica Amministrazione / DMO) per validare la reale willingness to pay (disponibilità a pagare) prima di procedere con ulteriori sviluppi.
Descrizione finale della consulenza Innovation Catalyst: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Durante l'approfondimento sull'Innovation Catalyst, si è riflettuto su tutti i 10 passi della strategia dell'innovation Catalyst, considerando le implicazioni relative a ciascuno di essi sull'idea generale di business. Gli step sui quali ci si è maggiormente soffermati sono stati: - "Abstraction", ovvero la scomposizione delle soluzioni esistenti per comprenderne logiche, significati e limiti. Questa riflessione si è svolta per lo più con un approfondimento verso il proprio progetto che ha portato alla scomposizione dell'idea iniziale, individuandone in particolare i limiti - "Impact", si è riflettuto a lungo su quali sono i benefici e gli impatti che una piattaforma del genere potrebbe portare una volta implementata nella sua interezza
Descrizione finale della consulenza PR and Marketing: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	L'attività si è focalizzata sulla strutturazione di un Piano di Marketing a 12 mesi, con particolare attenzione alla fase di ingresso nel mercato e alla costruzione di una narrativa credibile per gli stakeholder (investitori, partner istituzionali, enti territoriali). L'accento è stato posto su come raggiungere e convincere i primi utilizzatori (early adopter) nell'asse transfrontaliero (es. Gorizia-Nova Gorica, Trieste-Capodistria). Cosa ne è emerso:

	· Marketing come "Discovery Commerciale": È emerso che prima di avviare campagne di PR su larga scala, il piano marketing deve agire come strumento di validazione. L'urgenza principale è raccogliere evidenze quantitative di interesse reale, puntando a ottenere almeno 2 Lettere di Intenti (LOI) operative (una italiana, una slovena) e l'impegno di un cliente "ancora". · Riposizionamento del target: La strategia di comunicazione e di go-to-market è stata direzionata verso un approccio istituzionale (B2G/B2B), privilegiando il dialogo con PA ed Enti di Promozione Turistica rispetto a una vendita frammentata sui singoli operatori privati, in quanto i primi presentano il "job-to-be-done" più urgente sul controllo e monitoraggio dell'impatto turistico. · Allineamento della narrativa: Il messaggio di PR e presentazione aziendale (pitch) è stato rimodulato per concentrarsi sul primo MVP tangibile (la risoluzione del problema dell'accesso e dell'affidabilità dei dati turistici), fornendo così ai decisori e ai finanziatori metriche chiare, milestone misurabili e una forte mitigazione dei rischi.
--	--

3. PORTOPICCOLO APARTMENTS SRL

DATI AZIENDA	
<i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Ragione sociale	Portopiccolo Apartments Srl
Sede	Sistiana 231/N, Duino-Aurisina, 34011 - Portopiccolo
Sito web	www.portopiccoloapartments.com
Email e Tel	portopiccolo@affittibreviitalia.it , +39 040-9827612
Servizi/Prodotti	Gestione di 35 unità immobiliari
Partecipante	Irina Nazarova
DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 1	
Cognome/Nome	Ruffini Andrea
Email	andrea@andrearuffini.com
Ambito di specializzazione	Strategie di Crescita e Innovazione Aziendale

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 2	
Cognome/Nome	Peter Purg s.p.
Email	p.p.purg@gmail.com
Ambito di specializzazione	Innovation Catalyst

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 3	
Cognome/Nome	
Email	
Ambito di specializzazione	

ANALISI AZIENDA	
<i>*Compilato dal consulente/esperto tecnico</i>	
Stato dell'arte dell'impresa : breve descrizione dell'ente e dei servizi/prodotti che fornisce attualmente	Struttura ricettiva extra-alberghiera. Forniamo: - consulenza nell'ambito dell'investimento immobiliare per clienti internazionali - property management e valorizzazione immobiliare - hospitality con itinerari su misura al cliente
Breve descrizione del progetto innovativo	Portopiccolo Investments Holding è un progetto imprenditoriale in fase di costituzione, volto a integrare: - hospitality diffusa e gestione appartamenti di lusso - property management e valorizzazione immobiliare - consulenza e investimento immobiliare per clienti internazionali - turismo esperienziale di fascia alta Alla data attuale, le attività operative sono gestite da Portopiccolo Apartments Srl, società attiva nella gestione di 35 unità immobiliari destinate ad affitti turistici brevi all'interno del complesso di Portopiccolo. Il progetto rappresenta l'evoluzione strategica della società esistente verso un modello integrato e scalabile tra Italia e Slovenia. In questa ottica, l'iniziativa strategica "Adriatic InterSailing" sviluppa l'inter territorialità transfrontaliera via mare.

In che modo il progetto e' innovativo rispetto alla concorrenza?	Questo progetto ha la potenzialità di creare il primo ecosistema transfrontaliero integrato che unisce: - Living (abitare e ospitalità premium) - Invest (gestione e valorizzazione immobiliare) - Experience (turismo transfrontaliero via mare e terra) Con Adriatic InterSailing, il mare diventa infrastruttura primaria per mobilità sostenibile e piattaforma di esperienze premium. Obiettivo: trasformare Portopiccolo in hub internazionale per turismo, investimento immobiliare e lifestyle adriatico, rafforzando le connessioni Italia-Slovenia.
Spiega che problema il tuo progetto contribuisce a risolvere o che opportunita' offre	La strategia di base è quella di creare un corridoio transfrontaliero via mare: da Portopiccolo alla Slovenia passando per Trieste, Muggia, Pirano e Capodistria per poi accedere all'entroterra sloveno. L'esperienza premium sarà fornita tramite lo spostamento in barca a vela, i transfer esclusivi, i tour enogastronomici e culturali.
Il progetto prevede qualche forma di collaborazione con partner sull'altro lato del confine (italiani/sloveni)? Se sì specifica quali- di che tipo.	Le partnership che si verranno a creare sono con enti turistici, cantine, agriturismi e altre strutture ricettive slovene
Spiega se e in che modo il tuo progetto contribuisce al tema della sostenibilita' (es. ambientale, inclusione, ecc)	Il progetto si concentra sulla sostenibilità ambientale. Il borgo di Portopiccolo è un borgo a zero-emissioni di CO2, sfrutta la geotermia marina e vanta un borgo car-free. Adriatic InterSailing sfrutta la mobilità via vela, e-boat e e-bike, promuovendo un turismo sostenibile con itinerari green e focus sulla valorizzazione del territorio.
FEEDBACK AZIENDA <i>*Compilato dall'azienda, possibili integrazioni successive da parte del consulente o del referente PP</i>	
Valutazione generale e concretizzazione	Siamo davvero molto soddisfatti del percorso realizzato con il progetto BEST e siamo grati per questa opportunità. La nostra struttura è in forte crescita e potrà beneficiare tantissimo di quanto

della consulenza.

Descrivete brevemente se siete soddisfatti delle conoscenze acquisite e come intendete applicarle nel vostro lavoro e nelle vostre attività. Per ciascun ambito di consulenza (marketing e comunicazione, Business Model Canvas e Innovation Catalyst), scrivete alcune frasi evidenziando i principali benefici e/o risultati.

appreso durante le lezioni e le consulenze, poiché sono stati affrontati temi che fino ad ora non avevamo avuto modo di sviluppare pienamente.

Di seguito i principali benefici riscontrati per ciascun ambito:

1. Marketing e Comunicazione

L'approfondimento sul tema del marketing è stato particolarmente importante per noi. Ci ha fornito strumenti e indicazioni pratiche, anche attraverso l'uso dell'Intelligenza Artificiale, su come sviluppare una comunicazione capace di attrarre clienti alto-spendenti. Ma il beneficio più grande è stato capire l'importanza di investire costantemente nella promozione e di monitorare i risultati, così da rendere la nostra comunicazione sempre più efficace, precisa e puntuale.

2. Business Model Canvas

Grazie a questo modulo abbiamo capito chiaramente che oggi non basta più mostrare le foto e i servizi della struttura. Per fare la differenza, dobbiamo offrire una proposta di valore basata sull'esperienza e sul racconto di una storia. Crediamo moltissimo nel nostro progetto transfrontaliero in barca a vela verso la Slovenia, e con l'esperto ci siamo concentrati proprio su questo, lavorando anche a una definizione molto più precisa del nostro pubblico target.

3. Innovation Catalyst

Abbiamo avuto l'opportunità di presentare il nostro progetto durante l'incontro collettivo dedicato all'Innovation Catalyst a Nova Goriza. Grazie al confronto e a brainstorming collettivo comune, la nostra idea iniziale si è trasformata, o meglio ampliata: non parliamo più di un semplice servizio di trasporto o di una ricerca di comfort, ma di un vero e proprio "rito di ingresso" e di una trasformazione del viaggio. L'esperienza inizierà già a bordo, attraverso i sapori, i racconti della costa all'orizzonte, la condivisione di dati scientifici (anche complessi) o un intervento artistico. In altre parole, vogliamo trasmettere la consapevolezza del mare come spazio vivente, dando

	alla navigazione un significato profondo che una semplice descrizione logistica non potrebbe mai trasmettere.
Intenzioni future. Indicate in poche frasi in che modo intendete applicare nella pratica le conoscenze acquisite.	Stiamo entrando nel pieno della stagione turistica e le prenotazioni e gli arrivi aumentano di giorno in giorno. Di conseguenza, sappiamo che non sarà facile implementare tutte le proposte discusse e inserite nel piano di marketing in tempi brevissimi. Tuttavia, la nostra comunicazione quotidiana beneficerà fin da subito degli insegnamenti ricevuti. Inoltre, per gestire al meglio il lavoro nei prossimi mesi, stiamo valutando di utilizzare maggiormente alcuni strumenti di intelligenza artificiale. Questo ci permetterà di alleggerire il carico di lavoro nella creazione dei contenuti, aiutandoci a rimanere costanti anche nei momenti di maggiore attività.
Note / suggerimenti. Indicate in poche frasi se siete soddisfatti della formazione aggiuntiva, cosa cambiereste, cosa migliorereste o approfondireste ulteriormente per rendere l'esperienza ancora più utile.	Siamo molto soddisfatti del percorso fatto. Ci ha dato tantissimi spunti utili, specialmente per quanto riguarda la comunicazione e l'uso dell'intelligenza artificiale, che inizieremo sicuramente a inserire all'interno della nostra attività. Nel complesso l'esperienza è stata decisamente positiva e ha confermato il valore di questo modello, soprattutto per la sua capacità di creare legami e connessioni importanti tra territori e settori diversi.
DESCRIZIONE OPERATIVA DELLA CONSULENZA <i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Descrizione finale della consulenza su Business model canva: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	L'azione pilota si è concentrata sull'evoluzione del modello di business da una logica puramente incentrata sull'"affitto di alloggi premium" a una proposta di valore esperienziale e differenziante. Il focus principale è stato l'integrazione strutturale del progetto transfrontaliero via barca a vela verso la Slovenia, unito alla ridefinizione dei target (principalmente clientela estera, circa il 70%, focalizzata su coppie premium, famiglie alto-spendenti, e un ramo B2B per l'acquisizione di nuove property). Cosa ne è emerso:

	• Vantaggio Competitivo: È emerso chiaramente che il progetto transfrontaliero in barca a vela non è un semplice "extra", ma il tassello strategico centrale. Questo elemento permette a Portopiccolo Apartments di smarcarsi dai competitor locali (che comunicano quasi esclusivamente la location e l'alloggio), rendendo l'offerta meno confrontabile e più memorabile. • Dinamiche di Pricing e Qualità: Spostare la narrazione sull'esperienza integrata Italia-Slovenia riduce drasticamente la dipendenza dalla leva del prezzo per chiudere le prenotazioni, permettendo di attrarre una domanda molto più qualificata e disposta a spendere. • Metodo Decisionale: È stato consolidato un metodo basato sulla netta separazione tra decisioni basate sui dati e ipotesi da validare, permettendo di scalare il business testando specifici canali o partnership operative senza rischi incontrollati.
Descrizione finale della consulenza Innovation Catalyst: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Il modulo focalizzato sull'Innovation Catalyst si è sviluppato attraverso l'analisi strategica dei 10 passaggi del metodo, valutando l'impatto e le implicazioni di ciascuna fase sul modello di business complessivo dell'azienda. Gli step che sono stati più significativi sono: • Step 4 - "Mappatura": Analisi del posizionamento e della concorrenza al fine di strutturare una strategia di marketing realmente efficace. Ci si è concentrati sull'individuazione dei tratti differenzianti rispetto ai competitor e sulle aree di miglioramento strategico per elevare il valore percepito dal cliente. • Step 7 - "Connecting the Dots": Il progetto del collegamento transfrontaliero in barca a vela con la Slovenia ha attivato idee e riflessioni che hanno stimolare la progettazione di nuove connessioni e sinergie strategiche su entrambi i lati del confine, trasformando il servizio di trasporto in un paniere di nuove esperienze integrate e narrazioni di viaggio ad alto valore aggiunto.
Descrizione finale della consulenza PR and Marketing: Su che punti si è	L'obiettivo è stato trasformare una comunicazione basata su buoni elementi visivi, ma ancora "statica", in un sistema di acquisizione governabile e misurabile. Durante l'attività ci si è focalizzati sulla strutturazione del funnel di conversione, sulla definizione del target,

focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	sui budget minimi di operatività (stimati tra 1.400-2.200 € mensili) e sulla sostenibilità esecutiva della produzione dei contenuti. Cosa ne è emerso: · Mix Editoriale Strategico: Si è passati da una comunicazione reattiva a un piano editoriale pesato con percentuali chiare e mirate: 30% sull'esperienza transfrontaliera, 25% lifestyle, 20% guide, 15% riprova sociale e un 10% di contenuti B2B per acquisire nuove proprietà da gestire. · Sostenibilità e AI: Per garantire la continuità senza appesantire eccessivamente la struttura interna, è emerso il valore di un approccio ibrido, che impiega strumenti di Intelligenza Artificiale per elevare la qualità visiva e redazionale, mantenendo però l'autenticità locale. · Dai "Like" al "Funnel": Si è deciso di abbandonare le metriche di vanità a favore di veri e propri KPI commerciali. Il focus primario passa alla misurazione tangibile delle azioni degli utenti (es. click Instagram -> Sito, click su WhatsApp, tracciamento dei lead e conversioni effettive), con la necessità di implementare report mensili e soglie di allerta.
--	---

4. EVELIN BIZJAK S.P.

DATI AZIENDA	
<i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Ragione sociale	<i>Evelin Bizjak s.p.</i>
Sede	<i>Klanec 6a, Solkan, Slovenia</i>
Sito web	www.goriskastorija.si
Email e Tel	goriskastorija@gmail.com , +386 40 577 255
Servizi/Prodotti	<i>Fornitore di programmi turistici esperienziali unici</i>
Partecipante	<i>Evelin Bizjak</i>
DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 1	
Cognome/Nome	<i>Alison Ribarič</i>
Email	<i>alison.ribaric@gmail.com</i>

Ambito di specializzazione	Business Model Canvas
-----------------------------------	-----------------------

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 2	
Cognome/Nome	Peter Purg s.p.
Email	p.p.purg@gmail.com
Ambito di specializzazione	Innovation Catalyst

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 3	
Cognome/Nome	Ana Anžej s.p.
Email	ana.anzej@gmail.com
Ambito di specializzazione	Marketing in PR

ANALISI AZIENDA	
<i>*Compilato dal consulente/esperto tecnico</i>	
Stato dell'arte dell'impresa : breve descrizione dell'ente e dei servizi/prodotti che fornisce attualmente	Evelin Bizjak s.p. è un fornitore di esclusivi programmi turistici esperienziali che accompagnano i visitatori alla scoperta del territorio del Collio sloveno (<i>Goriška</i>) o direttamente nel Medioevo. La sua offerta fonde interpretazione storica, giochi di ruolo, noleggio di costumi d'epoca, le opere pittoriche di Aleksander Peca e lo <i>storytelling</i> , dando vita a visite ed eventi interattivi presso siti storici nel Goriziano e nell'area transfrontaliera di Gorizia. I programmi si rivolgono a gruppi turistici, aziende, scuole e singoli visitatori che desiderano vivere la storia in modo vivido e divertente. I partecipanti hanno l'opportunità di indossare riproduzioni di abiti medievali, prendere parte a giochi a tema e scoprire le vicende di famiglie nobiliari, castelli e città. Il tratto distintivo dell'offerta risiede nell'unire cultura, gastronomia locale e tradizione in un'esperienza olistica, che favorisce il coinvolgimento attivo degli ospiti e una conoscenza approfondita del territorio e della sua storia.
Breve descrizione del progetto innovativo	Il progetto sviluppa una nuova forma di guida turistica che unisce l'interpretazione del patrimonio culturale ai principi della Programmazione Neuro-Linguistica (PNL) e a elementi di ipnosi guidata, per offrire un'esperienza immersiva e profonda del

	territorio. La classica visita guidata viene elevata attraverso metodi interattivi di <i>storytelling</i>, esperienze sensoriali e tecniche di comunicazione personalizzate che stimolano il coinvolgimento attivo dei visitatori. Punto di forza del progetto è la parte conclusiva del tour, durante la quale i partecipanti, attraverso una breve sessione di rilassamento guidato o una tecnica ipnotica, possono consolidare più facilmente ricordi, sensazioni e conoscenze acquisite sul luogo. Tale approccio permette di vivere la storia e la cultura in modo più intenso, favorendo la memorizzazione a lungo termine dell'esperienza vissuta. I programmi saranno legati tematicamente alla storia dell'area transfrontaliera tra Slovenia e Italia, con particolare riferimento al patrimonio medievale e alle famiglie nobiliari che hanno segnato il territorio di Gorizia.
In che modo il progetto e' innovativo rispetto alla concorrenza?	Il progetto è innovativo poiché supera il modello tradizionale di guida turistica, basato principalmente sulla trasmissione unidirezionale di informazioni. Al suo posto, utilizza moderni approcci comunicativi e psicologici che permettono il coinvolgimento attivo dei visitatori. La visita guidata è adattata a diverse fasce d'età — bambini, giovani e anziani — attraverso l'uso di un linguaggio specificamente studiato, narrazioni, interazioni ed elementi esperienziali. Per i visitatori più piccoli vengono impiegate la gamification, brevi storie ed esperienze sensoriali, mentre per gli adulti si utilizzano tecniche di <i>storytelling</i> che favoriscono una connessione emotiva con la storia del luogo. L'integrazione di elementi di ipnosi per favorire una memorizzazione profonda rappresenta una particolare innovazione, trattandosi di un approccio quasi inedito nel settore turistico.

Spiega che problema il tuo progetto contribuisce a risolvere o che opportunit� offre	Il progetto risponde a una sfida attuale del settore turistico: un numero sempre crescente di giovani visitatori fatica a mantenere la concentrazione a causa dell'uso costante di telefoni cellulari e media digitali. Di conseguenza, le visite guidate di stampo classico perdono spesso l'interesse del pubblico. Grazie a un approccio interattivo, allo <i>storytelling</i> e a elementi esperienziali, il progetto incoraggia i visitatori a staccarsi dal mondo digitale per l'intera durata della visita, immergendosi in un'esperienza diretta del territorio. In questo modo, il programma stimola la curiosit�, l'immaginazione e l'apprendimento attivo, offrendo al contempo l'opportunit� di sviluppare un nuovo prodotto turistico capace di coniugare cultura, istruzione ed emozione.
Il progetto prevede qualche forma di collaborazione con partner sull'altro lato del confine (italiani/sloveni)? Se s� specifica quali- di che tipo.	Il progetto prevede la collaborazione con diversi partner locali che contribuiranno allo sviluppo di un'esperienza turistica integrata. Tra questi figurano siti di interesse storico e culturale quali il Castello di Kromberk, Palazzo Coronini Cronberg, il Castello di Gorizia e il Castello di San Floriano del Collio (<i>grad Števerjan</i>). Oltre alle istituzioni culturali, � prevista la sinergia con la gastronomia locale, in particolare con il ristorante DAM, in grado di offrire ai visitatori un'esperienza culinaria d'eccellenza legata alla storia e all'identit� del territorio.
Spiega se e in che modo il tuo progetto contribuisce al tema della sostenibilit� (es. ambientale, inclusione, ecc)	Il progetto contribuisce allo sviluppo sostenibile su pi� livelli. La sostenibilit� ambientale � promossa attraverso lo sviluppo di programmi basati su percorsi a piedi e un utilizzo minimo delle infrastrutture, riducendo cos� l'impatto sull'ambiente. Al contempo, l'iniziativa incoraggia il rispetto per il patrimonio culturale e l'identit� locale. A livello sociale, il progetto favorisce l'inclusione di diverse generazioni, grazie a programmi specificamente adattati a bambini, giovani e anziani. Ci� rafforza la comprensione intergenerazionale e il trasferimento di conoscenze sulla storia e sulla cultura del territorio. A livello economico, il progetto sostiene la comunit� locale attraverso la collaborazione con fornitori di servizi, istituzioni culturali e realt� gastronomiche del territorio. In questo modo si promuove lo sviluppo di un turismo sostenibile, fondato sulla qualit� dell'esperienza e non sulla massificazione delle visite.
FEEDBACK AZIENDA *Compilato dall'azienda, possibili integrazioni successive da parte del consulente o del referente PP	

Valutazione generale e concretizzazione della consulenza.

Descrivete brevemente se siete soddisfatti delle conoscenze acquisite e come intendete applicarle nel vostro lavoro e nelle vostre attività. Per ciascun ambito di consulenza (marketing e comunicazione, Business Model Canvas e Innovation Catalyst), scrivete alcune frasi evidenziando i principali benefici e/o risultati.

Sono molto soddisfatta delle competenze acquisite, poiché questo percorso formativo mi ha permesso di sviluppare una visione più strutturata, pratica e strategica dell'utilizzo dell'intelligenza artificiale nel turismo. Ho particolarmente apprezzato il fatto che l'AI non sia stata presentata soltanto come uno strumento tecnologico, ma come un supporto per la progettazione di esperienze turistiche più autentiche, innovative e di maggiore qualità.

Durante il workshop ho potuto applicare concretamente quanto appreso allo sviluppo del concept del progetto **TRANSmejna doživetja – Il confine è il luogo in cui la storia ha appena inizio**. Si tratta di un'esperienza di viaggio che unisce Gorizia e Nova Gorica, la Slovenia e l'Italia, intrecciando storia, cultura, patrimonio aristocratico, eccellenze enogastronomiche, interpretazione del territorio, giochi di ruolo ed esperienze sensoriali. In qualità di guida turistica e ipnotista, il mio obiettivo è accompagnare gli ospiti non solo alla scoperta del territorio goriziano, ma anche oltre i propri confini interiori, conducendoli dalla quotidianità a un'esperienza immersiva in cui, per qualche ora, diventano parte integrante del luogo, della sua storia e del suo racconto.

Sul fronte del marketing e della comunicazione ho acquisito competenze molto utili per definire con maggiore chiarezza i messaggi, presentare l'offerta in modo più efficace e adattare i contenuti ai diversi pubblici di riferimento. Potrò utilizzare l'intelligenza artificiale per la redazione dei testi del sito web, dei contenuti per i social media, delle descrizioni promozionali, delle e-mail e delle presentazioni multilingue dei programmi.

Il principale valore aggiunto consiste nella possibilità di trasformare più rapidamente un'idea, come **TRANSmejna doživetja**, in una narrazione coinvolgente, chiara e commercialmente efficace. L'intelligenza artificiale mi aiuta a sviluppare diverse versioni dei messaggi, adattandole al tono di voce, alla lingua e alla tipologia di ospite, preservando al tempo stesso il carattere personale e l'autenticità dell'esperienza proposta.

Intenzioni future. Indicate in poche frasi in che modo intendete applicare nella pratica le conoscenze acquisite.	Per quanto riguarda il Business Model Canvas, il percorso di consulenza mi ha aiutata a riflettere con maggiore chiarezza sul valore che offro ai miei ospiti, sui segmenti di clientela, sui canali di vendita, sulle partnership, sulle attività chiave e sulle fonti di ricavo. Nello sviluppo del progetto TRANSmejna doživetja ho potuto individuare con maggiore precisione quale sia il vero valore della mia proposta: non si tratta semplicemente di una visita ai luoghi di interesse, ma di un'esperienza trasformativa, transfrontaliera e multisensoriale. Il programma mette in relazione Piazza Transalpina (Trg Evrope), il Palazzo e il Parco Coronini Cronberg, il Castello di Kromberk, il Monastero di Kostanjevica, la storia del re di Francia, le rose, la cantina del monastero, la gastronomia locale e il vino, creando un'esperienza integrata e coinvolgente. Il Business Model Canvas mi ha inoltre aiutata a riflettere sulle possibili partnership con istituzioni locali, musei, operatori del settore enogastronomico, produttori vinicoli e agenzie di viaggio, individuando collaborazioni strategiche per rafforzare e valorizzare ulteriormente il progetto.
Note / suggerimenti. Indicate in poche frasi se siete soddisfatti della formazione aggiuntiva, cosa cambiereste, cosa migliorereste o approfondireste ulteriormente per rendere l'esperienza ancora più utile.	Sono molto soddisfatta del percorso formativo aggiuntivo, perché è stato attuale, concreto e strettamente collegato alle reali sfide degli operatori turistici. Ho apprezzato in particolare l'approccio pratico, l'attenzione rivolta a casi reali e la possibilità di applicare immediatamente le conoscenze acquisite allo sviluppo del mio progetto. Mi è piaciuto il fatto che la formazione fosse orientata al futuro, ma senza proporre la tecnologia come sostituto dell'uomo. Al contrario, mi ha aiutata a comprendere come l'intelligenza artificiale possa supportare la creatività, rendere la comunicazione più efficace, favorire una migliore strutturazione delle idee e contribuire allo sviluppo di prodotti turistici di maggiore qualità, lasciando però al centro dell'esperienza il contatto umano, l'autenticità, la conoscenza del territorio e il valore dell'esperienza personale. Per rendere il percorso ancora più efficace, suggerirei di dedicare più tempo al lavoro individuale dei partecipanti su casi concreti legati ai rispettivi progetti. Sarebbe inoltre utile approfondire

	ulteriormente temi quali la progettazione dell'offerta commerciale, le strategie di pricing, l'utilizzo dell'intelligenza artificiale per i siti web, la creazione di contenuti video, i chatbot e le presentazioni turistiche multilingue. Infine, sarebbe particolarmente interessante organizzare un workshop di approfondimento in cui ciascun partecipante, con il supporto dei mentor, possa sviluppare un prodotto turistico concreto, accompagnandolo dall'idea iniziale fino alla realizzazione del testo promozionale, del Business Model Canvas e della prima presentazione destinata al mercato.
DESCRIZIONE OPERATIVA DELLA CONSULENZA	
*Compilato dal referente del Partner	
Descrizione finale della consulenza su Business model canvas: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Durante il workshop, la partecipante ha approfondito lo strumento del <i>Business Model Canvas</i>, identificando, analizzando e descrivendo i singoli elementi del modello di business. Con il supporto della mentore, ha sviluppato una comprensione più approfondita delle principali aree della pianificazione aziendale; la mentore ha ampliato la prospettiva, messo in luce ambiti di sviluppo meno evidenti e incoraggiato un coinvolgimento attivo e un pensiero autonomo. Attraverso un dialogo strutturato e il supporto di mentoring, la partecipante ha acquisito maggiore consapevolezza delle ulteriori possibilità di sviluppo e diversificazione della propria offerta, riconoscendo il potenziale per l'evoluzione della propria idea imprenditoriale. Nel corso del workshop ha inoltre conosciuto e in parte applicato strumenti di supporto alla pianificazione strategica, all'organizzazione del lavoro e al pensiero creativo, tra cui il <i>Vision Board</i>, la tecnica dei "sei cappelli per pensare" di Edward de Bono e la matrice di Eisenhower per la definizione delle priorità. L'utilizzo di questi metodi ha contribuito a una migliore strutturazione delle idee, a un processo decisionale più efficace e a una definizione più chiara delle priorità di sviluppo

Descrizione finale della consulenza Innovation Catalyst: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	La consulenza si è concentrata sul perfezionamento dei programmi turistici esperienziali esistenti attraverso il ciclo in dieci fasi dell'Innovation Catalyst: dalla definizione più chiara della sfida, dei visitatori target e della narrazione locale, fino alla progettazione di un primo prototipo e alla valutazione dell'impatto atteso. La principale evidenza emersa è che l'offerta presenta il maggiore potenziale di sviluppo all'interno di esperienze più strutturate, autentiche e connesse a livello transfrontaliero, capaci di trasformare l'area di Gorizia in pacchetti turistici concreti e testabili.
Descrizione finale della consulenza PR and Marketing: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Nel corso del processo di consulenza presso l'azienda Evelin Bizjak s.p., il focus principale è stato orientato a una più chiara definizione del posizionamento dell'offerta e alla creazione di esperienze turistiche boutique ad alto valore aggiunto. È emerso che l'offerta presenta un notevole potenziale grazie alla capacità di connettere storia, emozioni, esperienza sensoriale e un'autentica interpretazione del territorio; tuttavia, attualmente risulta impostata in modo troppo ampio dal punto di vista dei contenuti. La consulenza si è quindi concentrata sul principio del "less is more", con l'obiettivo di sviluppare un'offerta più focalizzata, caratterizzata da una narrazione chiara e da un legame emotivo più forte con il visitatore. Un'attenzione particolare è stata dedicata allo sviluppo della storia complessiva del brand e alla comunicazione dell'autenticità attraverso le esperienze proposte e i canali digitali.

5. LAGOM HOME

DATI AZIENDA

**Compilato dal referente del Partner*

Ragione sociale	Lagom Home
Sede	Vipavski Križ 54, 5270 Ajdovščina, Slovenia
Sito web	www.lagomhome.si
Email e Tel	n.pijaza@gmail.com, +386 40612716
Servizi/Prodotti	Appartamenti turistici
Partecipante	Nataša Pijaža
DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 1	
Cognome/Nome	Alison Ribarič
Email	alison.ribaric@gmail.com
Ambito di specializzazione	Business Model Canvas

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 2	
Cognome/Nome	Peter Purg s.p.
Email	p.p.purg@gmail.com
Ambito di specializzazione	Innovation Catalyst

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 3	
Cognome/Nome	Ana Anžej s.p.
Email	ana.anzej@gmail.com
Ambito di specializzazione	Marketing in PR

ANALISI AZIENDA	
<i>*Compilato dal consulente/esperto tecnico</i>	
Stato dell'arte dell'impresa : breve descrizione dell'ente e dei servizi/prodotti che fornisce attualmente	Lagom Home, situata a Vipavski Križ (Santa Croce di Aidussina), è una casa boutique con tre appartamenti arredati con cura. Si trova nel cuore del borgo storico che domina la Valle del Vipacco, dove la quiete della natura si fonde con l'autentica architettura carsica. La casa è luminosa, dal design minimalista e confortevole, capace di trasmettere una sensazione di calore e ospitalità domestica. Gli ospiti hanno a disposizione anche una cucina in comune e la colazione è inclusa nel prezzo del soggiorno. Oltre all'ospitalità, offriamo una linea di prodotti in pelle realizzati a mano da me personalmente. Infine, è in fase di realizzazione



	anche un ristorante a Vipavski Križ, che farà ugualmente parte del nostro progetto.
Breve descrizione del progetto innovativo	Più prenotazioni nei mesi di bassa stagione.
In che modo il progetto e' innovativo rispetto alla concorrenza?	Ritengo che il nostro punto di forza sia la colazione, che servo personalmente agli ospiti offrendo principalmente prodotti locali e fatti in casa.
Spiega che problema il tuo progetto contribuisce a risolvere o che opportunita' offre	Offriamo pace, relax e un soggiorno in un ambiente storico piccolo e intimo.
Il progetto prevede qualche forma di collaborazione con partner sull'altro lato del confine (italiani/sloveni)? Se sì specifica quali- di che tipo.	Collaboriamo già attivamente con partner sloveni. Disponiamo di uno spazio dedicato ai dépliant di diversi fornitori e, su richiesta dei nostri ospiti, siamo lieti di indirizzarli verso le migliori degustazioni di vini della zona.
Spiega se e in che modo il tuo progetto contribuisce al tema della sostenibilita' (es. ambientale, inclusione, ecc)	Coinvolgendo i produttori locali, a partire dalla nostra colazione, sosteniamo la filiera corta e riduciamo attivamente l'impronta ecologica. Lagom Home promuove così un turismo sostenibile che valorizza la comunità locale e l'ambiente naturale della Valle del Vipacco.
Soluzioni proposte durante il percorso di consulenza:	

FEEDBACK AZIENDA

**Compilato dall'azienda, possibili integrazioni successive da parte del consulente o del referente PP*

Valutazione generale e concretizzazione della consulenza. Descrivete brevemente se siete soddisfatti delle conoscenze acquisite e come intendete applicarle nel vostro lavoro e nelle vostre attività. Per ciascun ambito di consulenza (marketing e comunicazione, Business Model Canvas e Innovation Catalyst), scrivete alcune frasi evidenziando i principali benefici e/o risultati.	Sono rimasta molto soddisfatta del percorso di consulenza, che mi ha permesso di acquisire numerose conoscenze utili e indicazioni concrete per l'ulteriore sviluppo della struttura ricettiva Lagom Home. Per quanto riguarda il marketing e la comunicazione, ho raccolto nuove idee per presentare l'offerta in modo più efficace, migliorare la presenza online e comunicare in maniera più mirata con i diversi segmenti di clientela. Le competenze acquisite mi aiuteranno ad aumentare la visibilità della struttura e ad attrarre nuovi ospiti. Attraverso il lavoro sul Business Model Canvas ho potuto analizzare in modo organico il mio modello di business, comprendendo meglio tutti gli elementi chiave dell'attività, dalla proposta di valore alle relazioni con i clienti. Questo mi ha consentito di individuare nuove opportunità di miglioramento e di sviluppo dei servizi offerti. Purtroppo non ho potuto partecipare all'incontro dedicato a Innovation Catalyst.
Intenzioni future. Indicate in poche frasi in che modo intendete applicare nella pratica le conoscenze acquisite.	Intendo applicare le conoscenze acquisite allo sviluppo futuro del brand Lagom Home, al miglioramento della comunicazione con gli ospiti e alla creazione di nuove esperienze legate alla Valle del Vipava e a Vipavski Križ. Dedicherò maggiore attenzione al marketing digitale, al rafforzamento della visibilità online e alla creazione di nuove partnership con gli operatori locali.
Note / suggerimenti. Indicate in poche frasi se siete soddisfatti della formazione aggiuntiva, cosa cambiereste, cosa	Sono stata molto soddisfatta del percorso di consulenza svolto. I contenuti sono stati pratici, adattati alle reali esigenze dell'azienda e applicabili concretamente al lavoro quotidiano. Ho apprezzato in particolare l'approccio individuale e i suggerimenti concreti per apportare miglioramenti.

migliorereste o approfondireste ulteriormente per rendere l'esperienza ancora più utile.	Per i futuri programmi sarebbe interessante includere un numero ancora maggiore di esempi di buone pratiche nel settore turistico, oltre ad approfondimenti aggiuntivi nell'ambito del marketing digitale e dello sviluppo sostenibile del turismo.
DESCRIZIONE OPERATIVA DELLA CONSULENZA	
<i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Descrizione finale della consulenza su Business model canva: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Durante il workshop, la partecipante ha approfondito lo strumento del <i>Business Model Canvas</i>, identificando, analizzando e descrivendo i singoli elementi che compongono il modello di business. Con il supporto della mentore, ha consolidato la comprensione delle principali aree della pianificazione aziendale; la mentore ha ampliato la prospettiva, evidenziato ambiti di sviluppo meno evidenti e incoraggiato un coinvolgimento attivo e un pensiero autonomo. Attraverso un dialogo strutturato e il supporto di mentoring, la partecipante ha acquisito maggiore consapevolezza delle ulteriori opportunità di miglioramento e diversificazione della propria offerta, riconoscendo il potenziale per lo sviluppo futuro della propria idea imprenditoriale. Nel corso del workshop ha inoltre conosciuto e parzialmente applicato diversi strumenti a supporto della pianificazione strategica, dell'organizzazione del lavoro e del pensiero creativo, tra cui il <i>Vision Board</i>, la tecnica dei "sei cappelli per pensare" di Edward de Bono e la matrice di Eisenhower per la definizione delle priorità. L'utilizzo di tali metodologie ha contribuito a una migliore strutturazione delle idee, a un processo decisionale più efficace e a una definizione più chiara delle priorità di sviluppo.
Descrizione finale della consulenza Innovation Catalyst: Su che punti si è focalizzata la	La consulenza si è concentrata sull'evoluzione dell'offerta ricettiva a Vipavski Križ, trasformandola da un semplice servizio di appartamenti a un'esperienza locale riconoscibile, legata al

consulenza e cosa ne è emerso	territorio, all'ospitalità, al turismo lento e alla collaborazione con altri fornitori. Il principale risultato emerso è che Lagom Home può rafforzare la propria distintività senza grandi investimenti infrastrutturali, attraverso piccoli prototipi come una micro-rotta consigliata, un pacchetto introduttivo locale o un weekend tematico.
Descrizione finale della consulenza PR and Marketing: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Nel progetto Lagom Home, il processo di consulenza si è concentrato principalmente su una più chiara definizione del target di riferimento e sullo sviluppo del brand, basato su sensazioni di tranquillità, distacco e uno stile di soggiorno più lento e consapevole. È emerso che il potenziale della location e del borgo storico di Vipavski Križ non è attualmente sufficientemente valorizzato nella comunicazione. Un'attenzione particolare è stata dedicata alla riflessione sull'offerta rivolta a piccoli gruppi o all'affitto completo della struttura per ospiti in cerca di quiete, intimità e distacco dal ritmo quotidiano. La consulenza ha inoltre incluso proposte per rafforzare il collegamento con il contesto locale, il monastero e altri operatori del territorio, con l'obiettivo di sviluppare narrazioni uniche e una presenza più focalizzata sui social media.

6. NATURA RADULJE VANJA KOFOL

DATI AZIENDA	
<i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Ragione sociale	Natura Radulje Vanja Kofol
Sede	Žagarjeva ulica 5, 5220 Tolmin, Slovenia
Sito web	Api-apartments.com & Bee-wellness.com
Email e Tel	info@api-apartments.com , + 386 41 990467
Servizi/Prodotti	Nastanitve, čebelarstvo, apiterapija,
Partecipante	Vanja Kofol
DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 1	
Cognome/Nome	Alison Ribarič
Email	alison.ribaric@gmail.com

Ambito di specializzazione	Business Model Canvas
-----------------------------------	-----------------------

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 2	
Cognome/Nome	Peter Purg s.p.
Email	p.p.purg@gmail.com
Ambito di specializzazione	Innovation Catalyst

DATI CONSULENTE/ESPERTO TECNICO 3	
Cognome/Nome	Ana Anžej s.p.
Email	ana.anzej@gmail.com
Ambito di specializzazione	Marketing in PR

ANALISI AZIENDA	
<i>*Compilato dal consulente/esperto tecnico</i>	
Stato dell'arte dell'impresa : breve descrizione dell'ente e dei servizi/prodotti che fornisce attualmente	Natura Radulje coniuga apicoltura, apiterapia, benessere naturale e turismo sostenibile nella Valle dell'Isonzo (<i>Bovec, Tolmin e Bavšica</i>). La nostra attività si fonda sui prodotti dell'alveare, che integriamo in programmi benessere, trattamenti di apiterapia, cura naturale del corpo e nello sviluppo di una nostra linea di prodotti apistici. Un elemento fondamentale della nostra storia è l'apiario di Matija a Bavšica (Plezzo), una struttura con oltre 100 anni di storia. Attraverso l'Associazione apicoltori di Bovec, ci impegniamo con dedizione a preservare la tradizione apistica locale, il patrimonio storico e l'esperienza autentica della natura. Offriamo ai nostri ospiti soggiorni immersi nel verde ed esperienze uniche, come massaggi al miele, inalazioni dell'aria dell'alveare, sauna e programmi didattici sull'apicoltura e l'apiterapia. Ampliamo inoltre i nostri orizzonti attraverso la collaborazione transfrontaliera con la Val Resia (Italia), dove, insieme alle guide locali, promuoviamo l'offerta di apiturismo, la valorizzazione del patrimonio culturale e la scoperta della natura alpina.

Breve descrizione del progetto innovativo	Il progetto sviluppa un modello di apiturismo che connette la ricca eredità apistica della Valle dell'Isonzo (Plezzo/Bovec e Bavšica) al patrimonio culturale e naturale della Val Resia, in Italia. Al centro dell'iniziativa figurano l'apicoltura e lo storico apiario di Bavšica, mentre la tenuta Na Raduljah funge da punto interpretativo per la trasmissione delle conoscenze sulle api, l'apiterapia, l'importanza degli impollinatori per l'ecosistema e uno stile di vita sano. L'innovazione del progetto risiede nell'integrazione di più ambiti: turismo sostenibile, apicoltura, benessere (wellness), patrimonio culturale e cooperazione transfrontaliera. Sviluppiamo nuove esperienze e programmi educativi che includono visite agli apiari e contenuti apiterapeutici, integrando al contempo elementi della cultura resiana, nota per la sua straordinaria eredità slava e l'unicità della lingua resiana. Il progetto si inserisce in un itinerario locale e transfrontaliero dedicato alla tradizione apistica e culturale. L'obiettivo è creare un'offerta sostenibile che promuova la conservazione della natura e del sapere locale, aprendo nuove opportunità per lo sviluppo rurale.
In che modo il progetto e' innovativo rispetto alla concorrenza?	Il progetto è innovativo perché integra diversi ambiti in un modello turistico ed educativo unitario: apicoltura, apiterapia, benessere naturale, patrimonio culturale e cooperazione transfrontaliera. Al centro del progetto vi è il apiario di Matija, risalente a oltre 100 anni fa, situato a Bavšica, che rappresenta un punto di partenza autentico per l'interpretazione della tradizione apistica e per la trasmissione delle conoscenze sull'importanza delle api per la natura, uno stile di vita sano e la comunità locale.
Spiega che problema il tuo progetto contribuisce a risolvere o che opportunità offre	Il progetto affronta la sfida legata al fatto che il patrimonio locale, le conoscenze sulla natura e le pratiche tradizionali spesso non sono presentati in modo attrattivo per i visitatori contemporanei. Attraverso lo sviluppo di contenuti interpretativi, esperienze guidate e la collaborazione con guide locali, il progetto crea nuove opportunità per lo sviluppo sostenibile delle aree rurali, per il prolungamento della permanenza dei visitatori e per una maggiore visibilità del territorio. Un aspetto rilevante è anche la cooperazione transfrontaliera con la Val Resia, che consente la creazione di programmi congiunti di valorizzazione del patrimonio naturale e culturale.
Il progetto prevede qualche forma di	Il progetto prevede la collaborazione con partner locali nella Valle dell'Isonzo, in particolare con l'Associazione degli apicoltori di Bovec,

collaborazione con partner sull'altro lato del confine (italiani/sloveni)? Se sì specifica quali- di che tipo.	per la valorizzazione e la promozione dell'apiario di Matija a Bavšica, quale elemento significativo del patrimonio apistico. Nell'ambito dell'offerta, stiamo inoltre sviluppando un'esperienza e un prodotto che intendiamo integrare nel sistema del marchio collettivo Valle dell'Isonzo. In questo modo, il progetto favorisce la collaborazione tra gli operatori locali e rafforza la riconoscibilità del territorio.
Spiega se e in che modo il tuo progetto contribuisce al tema della sostenibilità' (es. ambientale, inclusione, ecc)	Il progetto contribuisce alla sostenibilità ambientale attraverso la tutela del patrimonio apistico e la sensibilizzazione sull'importanza delle api e degli impollinatori per l'ecosistema naturale. Attraverso i servizi di Bee-Wellness, contenuti educativi ed esperienze nella natura, promuove un atteggiamento responsabile verso sé stessi e l'ambiente, nonché una maggiore connessione tra l'uomo e la natura.
FEEDBACK AZIENDA <i>*Compilato dall'azienda, possibili integrazioni successive da parte del consulente o del referente PP</i>	
Valutazione generale e concretizzazione della consulenza. Descrivete brevemente se siete soddisfatti delle conoscenze acquisite e come intendete applicarle nel vostro lavoro e nelle vostre attività. Per ciascun ambito di consulenza (marketing e comunicazione, Business Model Canvas e Innovation Catalyst), scrivete alcune frasi evidenziando i	Il progetto BEST mi ha dato una maggiore chiarezza nella comprensione della mia offerta. Mi ha aiutata a integrare il mio lavoro in una visione più organica e coerente, rendendone più semplice la presentazione verso l'esterno. Grazie al percorso di consulenza ho individuato nuove opportunità di sviluppo e di ampliamento della mia attività, in particolare nell'integrazione tra i servizi di wellness e l'offerta ricettiva. Le competenze acquisite saranno preziose per il mio percorso di crescita futura. Il mio obiettivo è continuare a sviluppare Bee-wellness come uno spazio dedicato al benessere olistico e al supporto globale della persona.

principali benefici e/o risultati.	
Intenzioni future. Indicate in poche frasi in che modo intendete applicare nella pratica le conoscenze acquisite.	In futuro desidero sviluppare Bee-wellness come uno spazio dedicato al benessere olistico e al supporto globale della persona. Le competenze acquisite mi permetteranno di integrare l'offerta ricettiva e i servizi di wellness in un'esperienza completa e di sviluppare programmi dedicati alla rigenerazione e al benessere. Allo stesso tempo, desidero rafforzare la mia presenza digitale, offrendo alle persone la possibilità di mantenere e coltivare il proprio benessere anche da casa.
Note / suggerimenti. Indicate in poche frasi se siete soddisfatti della formazione aggiuntiva, cosa cambiereste, cosa migliorereste o approfondireste ulteriormente per rendere l'esperienza ancora più utile.	In futuro mi piacerebbe promuovere una maggiore collaborazione tra gli operatori e favorire lo scambio di esperienze, poiché sono convinta che proprio in questo risieda un grande potenziale per lo sviluppo condiviso della destinazione.
DESCRIZIONE OPERATIVA DELLA CONSULENZA <i>*Compilato dal referente del Partner</i>	
Descrizione finale della consulenza su Business model canva: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Durante il workshop realizzato, la partecipante ha conosciuto lo strumento Business Model Canvas , identificando, analizzando e definendo i diversi elementi che compongono il proprio modello di business. Con il supporto della mentor ha approfondito la comprensione degli aspetti chiave della pianificazione aziendale. La mentor ha contribuito ad ampliare la prospettiva, evidenziando aree di sviluppo dell'attività meno immediatamente riconoscibili e stimolando il coinvolgimento attivo e il pensiero autonomo della partecipante. Attraverso un confronto strutturato e il supporto della consulenza, la partecipante ha acquisito maggiore consapevolezza rispetto alle opportunità di potenziamento e diversificazione della propria offerta, individuando nuovi potenziali ambiti di sviluppo

	della propria idea imprenditoriale. Nell'ambito del workshop ha inoltre conosciuto e sperimentato, almeno in parte, diversi strumenti di supporto alla pianificazione strategica, all'organizzazione del lavoro e al pensiero creativo, tra cui il Vision Board, il metodo dei Sei Cappelli per Pensare di Edward de Bono e la matrice di Eisenhower per la definizione delle priorità. L'utilizzo di tali metodologie ha contribuito a una migliore strutturazione delle idee, a un processo decisionale più efficace e a una definizione più chiara delle priorità di sviluppo.
Descrizione finale della consulenza Innovation Catalyst: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	La consulenza si è concentrata sul collegamento tra ospitalità, apicoltura e apiterapia in un'esperienza di benessere integrata e responsabile, in cui risultano centrali l'autenticità del contatto con la natura, la comprensione consapevole delle api e il contesto locale della valle dell'Isonzo. È emerso che il maggiore potenziale dell'offerta risiede nello sviluppo di un prototipo accuratamente strutturato di un breve programma rigenerativo, che illustri in modo chiaro benefici, limiti e condizioni dell'apiterapia, integrandola con lo sviluppo del turismo sostenibile.
Descrizione finale della consulenza PR and Marketing: Su che punti si è focalizzata la consulenza e cosa ne è emerso	Nel quadro del processo di consulenza del progetto Natura Radulje, l'attenzione è stata posta sullo sviluppo di un senso di esclusività, autenticità e di un'esperienza olistica che vada oltre la semplice offerta ricettiva. Il valore principale del progetto è stato individuato nell'unica combinazione tra apicoltura, apiterapia e un'esperienza sensoriale immersa nella natura. Un focus particolare è stato dedicato ai servizi con una forte componente emotiva, come i massaggi con le vibrazioni delle api, l'inalazione dell'aria dell'alveare e i prodotti legati ai derivati dell'apicoltura. La consulenza ha inoltre evidenziato l'importanza di costruire una narrazione centrata sul benessere, sulla terapia naturale e su un'esperienza unica e non replicabile altrove. È stata infine sottolineata la necessità di una presenza più attiva e strategica sui social media, accompagnata da una comunicazione più chiara della storia del brand attraverso elementi visivi e contenutistici.

