

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI GENOVA

Riunione della Giunta Camerale di lunedì 11 maggio 2026 - Ore 15.07

Presenti	Assenti		
☒	☐	Sig. Luigi ATTANASIO	- Presidente
☒	☐	Dott.ssa Barbara BANCHERO	
☒	☐	Sig.ra Maria Ornella CARAMELLA	
☒	☐	Sig. Alessandro CAVO	
☒	☐	Sig. Paolo CORSIGLIA	
☒	☐	Ing. Fabrizio FERRARI	
☒	☐	Dott. Felice NEGRI (*)	
☒	☐	Sig. Massimiliano SPIGNO	
☒	☐	Dott. Massimiliano TUMIATI	- Presidente Revisori dei Conti
☒	☐	Dott. Gian Alberto MANGIANTE	- Revisore dei Conti
☐	☒	Dott. Riccardo SCARPULLA	- Revisore dei Conti
☒	☐	Dott. Maurizio CAVIGLIA	- Segretario Generale

(*) Il dott. Negri entra alle ore 15.23 durante la comunicazione n. 79C.

Assistono il Segretario Generale il Dirigente Vicario, dott. Marco Razeto e la sig.ra Angela Modestini. Partecipano alla riunione il dott. Stefano Messina, in qualità di Presidente della Consulta per il settore marittimo, portuale e logistico, l'ing. Giulio Musso, in qualità di Presidente della Consulta per le infrastrutture e l'urbanistica e il sig. Matteo Moretti, in qualità di rappresentante del Tavolo della Piccola Impresa.

N. 207 dell'11.05.2025

OGGETTO: Progetto Speciale Mirabilia di ISNART; XIV Borsa del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità (Udine, 15 e 16 giugno 2026)

Il PRESIDENTE riferisce:

Come noto, a partire dall'anno scorso l'attività relativa all'iniziativa "Mirabilia" viene gestita da ISNART, società del sistema camerale, tramite un progetto speciale annuale dedicato, con decorrenza 1 giugno 2026-31 maggio 2027, che si allega al presente provvedimento.

Il progetto prevede 7 diverse linee di attività:

1. Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità;
2. Rapporto Mirabilia "L'Italia delle Mirabilia: dai numeri alle migliori prassi";
3. Iniziative per l'innovazione tecnologica;
4. Promozione della filiera dell'oleoturismo;
5. Mirabilia Day
6. Mirabilia Study Tour
7. Mirabilia Europa

Come per il passato, la parte più rilevante dell'attività è la n.1, vale a dire la "Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità", la cui XIV edizione si terrà quest'anno a Udine nei giorni 16 e 17 giugno 2026. Parteciperanno imprese del settore turistico e agroalimentare provenienti dai territori Unesco, che incontreranno 50 buyer turistici internazionali e 50 buyer del settore food & beverage, selezionati rispettivamente da IEG (Italian Exhibition Group S.p.A) per il turismo e ICE/Assocamerestero per l'agroalimentare.

Gli uffici camerali e l'Azienda Speciale World Trade Center hanno selezionato n. 6 imprese interessate a partecipare ai B2B, che saranno affiancate da personale WTC.

La presenza dei vertici dell'Ente non potrà invece essere garantita per la coincidenza con la Convention delle Camere di Commercio italiane all'estero, che si terrà a Genova dal 13 al 15 giugno compreso.

L'attività n. 3, innovazione tecnologica, continuerà ad essere coordinata dal PID genovese, che organizzerà una nuova edizione del premio "Mirabilia Top of the PID" coordinandosi con DINTEC e ISNART.

L'edizione 2026 del premio manterrà i requisiti già introdotti nelle precedenti edizioni, promuovendo al contempo l'ampliamento della partecipazione alle imprese culturali e creative, oltre che a quelle tecnologiche e turistiche. La premiazione avverrà, come nella precedente annualità, al TTG 2026 e alla BIT 2027, offrendo ulteriori occasioni di visibilità e valorizzazione dei progetti. In questo modo, il premio non solo riconosce l'eccellenza e l'innovazione, ma contribuisce anche a rafforzare il posizionamento dei territori e dei siti Unesco coinvolti, generando un impatto positivo sulle comunità locali e sul sistema delle imprese culturali, creative, tecnologiche e turistiche.

L'attività n. 5, Mirabilia Day, prevede l'organizzazione di un evento dedicato nei giorni 6 e 7 novembre 2026 a Imperia, coordinato dalla Camera delle Riviere di Liguria.

L'obiettivo è quello di valorizzare la Cucina Italiana quale patrimonio culturale, storico e identitario, rafforzandone la visibilità attraverso il coinvolgimento attivo dei territori e delle Camere di commercio aderenti alla Rete Mirabilia. Sarà allestito uno spazio espositivo dedicato, costituito da un padiglione delle Camere di commercio della Rete Mirabilia, interamente focalizzato sulla valorizzazione della Cucina Italiana e delle sue molteplici espressioni territoriali. Le Camere Mirabilia sono coinvolte in una fase preliminare di selezione finalizzata all'individuazione di una ricetta rappresentativa per ciascuna provincia italiana. L'insieme delle ricette selezionate - rappresentative dell'intero percorso gastronomico italiano, dall'antipasto al dolce - costituirà la base per la realizzazione di una prima versione del Repertorio digitale sulla Cucina Italiana, articolato in sezioni dedicate a ciascuna Camera partner.

Per la realizzazione delle attività illustrate, il costo complessivo - IVA esclusa - è pari ad € 765.255. La quota di partecipazione di ciascuna Camera di commercio è pari a € 28.983 + IVA.

Il RELATORE sottopone la proposta allegata all'attenzione della Giunta camerale proponendo, in caso di accoglimento, di effettuare affidamento diretto tramite M.E.P.A. - Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione, ex art. 50 comma 1 lett. b) del D. Lgs. n. 36/2023 a ISNART per le attività sopra descritte, per un importo di € 28.983,18 + IVA, e di nominare la Dott.ssa Anna GALLEANO Responsabile Unico del progetto ai sensi dell'art. 15 e Allegato I.2 del D.Lgs. 36/2023.

LA GIUNTA CAMERALE

Udita l'esposizione del RELATORE;

Condivisa l'opportunità di proseguire la consolidata collaborazione dell'Ente camerale nell'ambito del Progetto Mirabilia, finalizzato alla promozione di un turismo sostenibile all'interno dei siti Unesco meno conosciuti e frequentati;

Vista la proposta di Progetto speciale elaborato da ISNART allegata al presente provvedimento;

d e l i b e r a

- di accogliere la proposta inviata da ISNART e la relativa offerta tecnico economica, assumendo a carico del bilancio camerale l'onere di competenza della Camera di Commercio di Genova, pari ad € 35.359,48 IVA inclusa;
- di imputare l'onere di € 35.359,48 Iva inclusa sul conto 330004 "Interventi economici - Progetto Turismo" al centro di costo DD03 Progetto Turismo;
- di effettuare affidamento diretto ad ISNART per tale importo tramite M.E.P.A. - Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione, ex art. 50 comma 1 lett. b) del D. Lgs. n. 36/2023 per le attività sopra descritte;
- di nominare la Dott.ssa Anna GALLEANO Responsabile Unico del progetto ai sensi dell'art. 15 e Allegato I.2 del D.Lgs. 36/2023;
- di demandare al Segretario Generale l'adozione degli atti conseguenti.

ALLEGATO

Il Presidente
f.to Sig. Luigi Attanasio

Il Segretario Generale
f.to Dott. Maurizio Caviglia



Per copia conforme ad uso amministrativo
Il DIRIGENTE VICARIO
Dott. Marco RAZETO



ISNART



PROPOSTA ATTIVITÀ

MIRABILIA: LE CAMERE DI COMMERCIO PER LO SVILUPPO CULTURALE LOCALE

OFFERTA TECNICO-ECONOMICA

PROGETTO SPECIALE MIRABILIA 1° GIUGNO 2026 – 31 MAGGIO 2027



Indice dei contenuti

QUADRO DI RIFERIMENTO	3
ARTICOLAZIONE E COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ	5
ATTIVITÀ 1: BORSA MIRABILIA DEL TURISMO CULTURALE E DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ	7
Attività 1.1 Settore del turismo culturale	9
Attività 1.2 Settore delle produzioni agroalimentari di qualità	11
Attività 1.3 Organizzazione e gestione Post Tour	13
Attività 1.4 TTG e URBANPROMO	13
ATTIVITÀ 2: RAPPORTO MIRABILIA "L'ITALIA DELLE MIRABILIA: DAI NUMERI ALLE MIGLIORI PRASSI"	15
Attività 2.1: Indagini a imprese e turisti per un'analisi comparativa	18
Attività 2.2: Analisi di benchmark tra destinazioni Unesco in Italia e all'estero	19
Attività 2.3: Approfondimento legislativo: la competenza camerale nella valorizzazione del patrimonio culturale	20
Attività 2.4: Redazione finale e presentazione del Rapporto	21
ATTIVITÀ 3: INIZIATIVE PER L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA	23
ATTIVITÀ 4: PROMOZIONE FILIERA DELL'OLEOTURISMO	25
ATTIVITÀ 5: MIRABILIA DAY	28
Attività 5.1: Dagli eventi alla politica degli eventi	28
Attività 5.2: Valorizzazione della Cucina Italiana	30
ATTIVITÀ 6: STUDY TOUR RIVOLTI ALLA GOVERNANCE E ALL'ALTA DIRIGENZA CAMERALE	33
ATTIVITÀ 7: MIRABILIA EUROPA	35
TEMPI	37
CRONOPROGRAMMA DI DETTAGLIO	38
COSTI	39
MODALITÀ DI FATTURAZIONE	42

QUADRO DI RIFERIMENTO

L'Italia consolida il proprio posizionamento sui mercati turistici internazionali come destinazione di eccellenza, grazie a una filiera capace di coniugare resilienza, adattabilità e diversificazione dell'offerta, con una crescente attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale. In questo scenario, il patrimonio culturale rappresenta oggi il principale fattore competitivo del sistema turistico nazionale.

Negli ultimi anni la cultura si è affermata come prima motivazione di viaggio, raggiungendo nel 2025 una quota del 40% e confermandosi, per il quarto anno consecutivo, al vertice delle preferenze dei turisti, con un'incidenza ancora più elevata nella domanda internazionale. Accanto alla cultura, emergono altri elementi distintivi dell'offerta italiana: la scoperta di luoghi inediti, l'enogastronomia, lo stile di vita italiano e l'esclusività percepita delle destinazioni.

Il patrimonio naturalistico, parte integrante del culturale, costituisce il secondo asset strategico della Destinazione Italia, con una crescente domanda di esperienze outdoor e vacanze attive, spesso integrate con il turismo sportivo e *slow*. Questo rafforza il valore di un'offerta turistica diffusa, in grado di mettere in rete cultura, natura e identità locali.

Con il maggior numero di siti riconosciuti dall'Unesco a livello mondiale, l'Italia dispone di un patrimonio culturale e paesaggistico capillare, che rappresenta una leva fondamentale per uno sviluppo turistico sostenibile, inclusivo e orientato alla qualità.

In un contesto segnato dalle criticità dell'*overtourism*, diventa strategico promuovere destinazioni meno note ma ad alto valore identitario, capaci di intercettare una domanda sempre più attenta all'autenticità e alla relazione con i territori, favorendo una valorizzazione diffusa del patrimonio e sostenendo strategie di *undertourism*, con particolare riguardo alla promozione e al rafforzamento dei siti meno conosciuti.

Il Progetto Speciale Mirabilia si inserisce in questo quadro come strumento di valorizzazione dei patrimoni culturali e naturalistici meno conosciuti, ma altamente distintivi, caratterizzati da forte radicamento territoriale, tradizioni vive e potenzialità ancora in parte inesprese. Il riconoscimento Unesco diventa così non solo un elemento di attrattività, ma anche un fattore di posizionamento, innovazione sociale e sostenibilità.

Il turismo contemporaneo privilegia esperienze autentiche, narrazioni locali e destinazioni di prossimità: i territori della rete Mirabilia rispondono pienamente a questa evoluzione della domanda, contribuendo a una distribuzione più equilibrata dei flussi turistici e a una maggiore resilienza dei sistemi locali.



Il Progetto, per la nuova annualità, consolida l'obiettivo strategico di integrare, all'interno di un sistema organico e coerente di attività, analisi, sviluppo territoriale e promozione turistica con la valorizzazione dei siti riconosciuti e del patrimonio culturale diffuso nei territori italiani.

Un obiettivo che oggi può essere perseguito con maggiore efficacia grazie alla messa a sistema delle esperienze maturate nel tempo dal Mirabilia Network e al patrimonio di competenze e metodologie sviluppato dall'Istituto Nazionale di Ricerche Turistiche e Culturali nel corso della precedente annualità.

In continuità con l'edizione passata e a complemento dell'assetto già consolidato, il Progetto continuerà a beneficiare degli strumenti innovativi sviluppati da Isnart per l'analisi e l'individuazione delle principali leve di sviluppo territoriale.

Le destinazioni Mirabilia che ospitano siti Unesco potranno dunque contare sulla piattaforma *Stendhal*, che integra 45 milioni di dati strutturati e non, elaborati con intelligenza artificiale, analisi predittiva, *sentiment analysis* e *big data processing*. Grazie a questi strumenti avanzati, è possibile monitorare e interpretare il fenomeno turistico con grande dettaglio, valutando punti di forza e aree di miglioramento delle destinazioni, dall'offerta turistica alla percezione dei visitatori, fino all'impatto ambientale, economico e sociale sul territorio.

Inoltre, il coinvolgimento di Isnart in progetti di supporto alla creazione e allo sviluppo delle destinazioni turistiche ha consolidato il suo ruolo di partner tecnico delle Camere di commercio, supportando la strutturazione di DMO – Destination Management Organization – e la progettazione di eventi di promozione territoriale. Queste esperienze verranno messe a frutto nel Progetto, portando il *know-how* maturato.

A questo si aggiunge il consolidato patrimonio di strumenti e competenze di Isnart nella qualificazione delle imprese turistiche, in particolare attraverso il marchio Ospitalità Italiana e il relativo sistema di *rating*, che trasforma i requisiti di qualità in indicatori chiave per valutare e migliorare il posizionamento competitivo delle strutture, garantendo standard elevati ai turisti.

ARTICOLAZIONE E COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ

Il turismo italiano si fonda, come detto, sulla ricchezza della sua cultura, uno dei principali motori di attrattività: musei, siti archeologici, città d'arte e borghi storici, insieme a festival, rassegne ed eventi esercitano un fascino unico sui visitatori. Il patrimonio nazionale non si limita ai beni materiali, ma comprende tradizioni locali, artigianato ed enogastronomia con i suoi prodotti d'eccellenza, tutti elementi che arricchiscono la fruizione del territorio.

La ricerca di autenticità ed esperienzialità spinge i viaggiatori non solo verso i grandi centri, spesso minati l'*overtourism*, ma anche verso destinazioni meno conosciute, altrettanto ricche di storia e tradizioni. In questo contesto, i siti Unesco rafforzano l'identità dei luoghi, ne accrescono l'attrattività e stimolano flussi turistici qualificati, offrendo alle località con siti meno noti – tra cui quelle della Rete Mirabilia – l'opportunità di affermarsi come destinazioni di turismo esperienziale di qualità.

Il Progetto risponde a queste esigenze integrando sviluppo culturale e turistico, valorizzando risorse materiali e immateriali e supportando le imprese nell'offerta di servizi e narrazioni coinvolgenti, generando così valore concreto per territori e comunità.

Tenendo conto della varietà e delle molteplici dimensioni coinvolte, l'articolazione del Progetto è ripartita in 7 macro-ambiti di attività, le cui azioni saranno realizzate nel corso dell'annualità 1° giugno 2026 – 31 maggio 2027. Le Camere partecipanti dovranno pertanto deliberare la propria formale adesione entro aprile 2026.

I 7 macro-ambiti del Progetto riguardano:

Attività 1: Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità;

Attività 2: Rapporto Mirabilia *"L'Italia delle Mirabilia: dai numeri alle migliori prassi"*;

Attività 3: Iniziative per l'innovazione tecnologica;

Attività 4: Promozione della filiera dell'oleoturismo;

Attività 5: Mirabilia Day

5.1: Dagli eventi alla politica degli eventi

5.2: Valorizzazione della Cucina Italiana

Attività 6: Mirabilia Study Tour rivolto alla Governance e all'alta dirigenza camerale

Attività 7: Mirabilia Europa

La realizzazione delle attività elencate sarà garantita da un approccio consolidato di *project management*, che valorizzi l'esperienza maturata negli anni e assicuri:



- la gestione e il monitoraggio costante delle attività, con l'individuazione tempestiva di eventuali criticità e delle relative soluzioni, e il coordinamento efficace tra tutti i soggetti coinvolti;
- la definizione e l'implementazione della strategia di comunicazione;
- la progettazione della successiva annualità del Progetto Speciale Mirabilia, capitalizzando le conoscenze e i risultati ottenuti.

Già a partire dal 2023 Isnart si è attivata per poter integrare nelle proprie linee strategiche e nella propria organizzazione il Progetto Speciale Mirabilia, dotandosi di un Regolamento di gestione di questa particolare tipologia di progettualità, accomunata da diversi livelli di articolazione e complessità, ricaduta pluriennale e pluriterritoriale pur nell'unicità della finalità strategica che si intende perseguire.

La gestione è assicurata da un Comitato di progetto composto dai Presidenti delle Camere partecipanti. Il Comitato, nelle diverse funzioni di coordinamento - politico-strategiche ovvero gestionali e tecnico-operative - avrà anche la possibilità di essere convocato per i Segretari Generali e per la Tecnostruttura delle Camere di commercio partecipanti.

Grazie a queste modalità organizzative, Isnart ha offerto - fin dall'inizio del suo coinvolgimento nel progetto - un contributo attivo alla definizione di nuovi filoni progettuali, ruolo che si consolida ulteriormente grazie a un costante aggiornamento delle attività in chiave innovativa e all'apertura a idee e proposte provenienti dalle Camere aderenti al Progetto Mirabilia.

ATTIVITÀ 1: BORSA MIRABILIA DEL TURISMO CULTURALE E DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ

GLI OBIETTIVI

Definizione, organizzazione e realizzazione della XIV edizione della “Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità” (Udine, 16 e 17 giugno 2026). L’iniziativa mira a favorire l’incontro e il confronto tra il sistema camerale, le imprese e gli operatori del settore attraverso servizi di B2B messi a disposizione delle imprese turistiche e dell’agroalimentare coinvolte dalle Camere di commercio, il programma riservato ai loro rappresentanti con visite a imprese e a siti Unesco del territorio del giorno 15 giugno, un convegno internazionale previsto per il giorno 16 giugno con contenuti tecnico-scientifici, best practice e l’organizzazione nei giorni 18 e 19 giugno di post-tour finalizzati alla valorizzazione delle eccellenze locali e del turismo culturale.

LE ESPERIENZE

L’obiettivo di promuovere il patrimonio culturale in chiave turistica, insieme alla promozione integrata dei territori che ospitano siti Unesco e alla valorizzazione delle loro risorse paesaggistiche, culturali, storiche, artistiche ed enogastronomiche, richiede il coinvolgimento attivo degli attori della filiera turistica. In questa prospettiva, nella precedente annualità, le imprese sono state chiamate a partecipare alla Borsa Internazionale del Turismo Culturale, affiancata dalla Borsa Mirabilia Food&Drink, evento annuale consolidato, giunto a una pluriennale esperienza.

I due eventi si sono sempre svolti in concomitanza, in quanto rivolti agli operatori economici che rappresentano le eccellenze produttive locali e che dialogano direttamente con un pubblico internazionale di viaggiatori contemporanei. A tal fine, Mirabilia ha rinnovato il modello tradizionale di incontro B2B, trasformandolo in un asset strategico per lo sviluppo e l’internazionalizzazione dei territori legati ai siti Unesco.

Il format ha favorito l’incontro diretto di imprese del turismo (tour operator, agenzie di viaggio, albergatori, agenzie di incoming) e dell’agroalimentare (produttori, rappresentanti, aziende operanti nel settore della commercializzazione, consorzi, reti di impresa) con *buyer* internazionali provenienti dall’Unione europea, dagli Stati Uniti, dal Giappone, dalla Cina e dal Sud America. I *buyer* sono inoltre coinvolti in *tour* esperienziali nei territori ospitanti, per una conoscenza diretta delle destinazioni e delle loro identità culturali. Gli eventi sono stati realizzati in collaborazione con partner di rilievo, quali Assocamerestero, ICE e IEG – Italian Exhibition Group S.p.A.



Questi i risultati dell'ultima edizione svoltasi a Catanzaro nei giorni 13 e 14 ottobre 2025:

- 20 Camere di commercio aderenti;
- 283 operatori economici selezionati per i B2B, suddivisi come segue:
 - 115 per la Borsa Internazionale del Turismo Culturale (68 seller e 47 buyer);
 - 168 per la Borsa Agroalimentare Mirabilia Food&Drink (125 seller e 43 buyer).

LE ATTIVITÀ EVOLUTIVE

Per l'annualità 2026–2027 i due eventi sono stati unificati non solo sul piano operativo, come nelle edizioni precedenti, ma anche a livello di intitolazione, dando vita a un unico oggetto promozionale: la XIV edizione della "Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità".

È prevista anche per questa edizione la selezione delle imprese turistiche e agroalimentari a cura delle Camere di commercio aderenti al Progetto: ciascuna Camera provvederà alla selezione delle imprese dei settori turismo e agroalimentare (di norma 16, per le Camere con imprese attive maggiori di 90.000 il numero totale delle imprese è 20; per la Camera di commercio ospitante, alle 16, si aggiungono ulteriori 20 imprese), alla diffusione dell'iniziativa sul territorio e alla predisposizione dell'elenco delle imprese interessate alla partecipazione.

Inoltre, le Camere, in linea con l'evoluzione degli ultimi anni, dovranno consolidare e promuovere la partecipazione non solo di singole imprese, ma anche di soggetti turistici aggregati in grado di rappresentare territori, itinerari e prodotti integrati. Negli ultimi anni, questa tendenza si è concretizzata con l'adesione di DMO e consorzi; per l'edizione 2026 sarà strategico incentivare ulteriormente il coinvolgimento coordinato di realtà integrate e strutturate, quali club di prodotto, associazioni e altri organismi aggreganti.

La partecipazione prevede una quota di contribuzione da parte delle imprese partecipanti¹, iscritte negli elenchi trasmessi dalle rispettive Camere di commercio, quale requisito per l'accesso agli eventi B2B e per l'inserimento nel catalogo imprese. Le quote saranno versate all'atto dell'iscrizione direttamente ad Isnart, dalle imprese stesse o, in alternativa, dalle rispettive Camere di commercio, Aziende Speciali o società *in house*.

Faranno fede gli elenchi definitivi trasmessi da ciascuna Camera di commercio socia entro i termini di iscrizione delle imprese. Tutti i servizi legati alla *location* dell'evento – inclusi allestimenti, servizi connessi (quali, a titolo esemplificativo, gestione del magazzino e *light lunch* nei giorni di B2B per *buyer*, *seller*, stampa, staff tecnico e funzionari camerali) – nonché i trasferimenti interni e da e per gli aeroporti e le stazioni di arrivo e partenza, saranno a carico della Camera di commercio ospitante. Tali attività consentiranno alla Camera stessa di

¹ La contribuzione richiesta è pari a €200,00, al netto di ogni altro onere.

beneficiare di un'ampia visibilità a livello nazionale e internazionale e di promuovere il proprio territorio in una prospettiva di medio-lungo periodo.

A seguire si riporta il dettaglio delle attività:

Attività 1.1 Settore del turismo culturale

La XIV edizione della "Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità" si svolgerà a Udine nei giorni 16 e 17 giugno 2026. Parteciperanno imprese del settore turistico – tra cui tour operator, agenzie di viaggio, albergatori e operatori dell'*incoming* – provenienti dai territori che vantano la candidatura o la titolarità di siti riconosciuti come Patrimonio Mondiale Unesco, insieme a 50 buyer internazionali.

Partner tecnico dell'iniziativa sarà IEG (Italian Exhibition Group S.p.A., azienda organizzatrice del TTG), individuata tramite procedura a evidenza pubblica e assegnataria del servizio di gestione dei buyer esteri (per un biennio), in numero di 50 buyer, in funzione dell'effettivo numero di imprese italiane selezionate dalle Camere aderenti. Nella sua veste di partner, IEG fornirà anche servizi di comunicazione sui propri mezzi social e non, oltre alle attività di supporto alla progettazione, pianificazione e gestione di tutte le attività legate alla Borsa Mirabilia, nonché alla rilevazione dei risultati attraverso la raccolta di *feedback* dei buyer a conclusione del *workshop* e delle attività *educational*.

Saranno altresì garantiti i seguenti servizi; quelli contrassegnati con asterisco (*) sono a carico della Camera di commercio ospitante, mentre i restanti sono a carico del Progetto:

Pre-evento:

- acquisizione e allestimento location con 50 postazioni da supporto ai B2B per buyer turismo: ciascuna postazione deve prevedere 3 sedie, reception segreteria/accredito buyer e seller, wi-fi, realizzazione totem con planimetria ambienti e postazioni numerate, hostess, lunch e open bar gratuito per buyer e seller per i giorni di workshop *;
- presenza presso sede B2B del desk accoglienza e assistenza al B2B dotato di: tavolo, PC, stampante, collegamento wi-fi *;
- organizzazione programma sociale buyer e giornalisti nei giorni della Borsa (guide in lingua, transfer, vitto e alloggio) *;
- organizzazione e gestione agende tramite piattaforma dedicata per incontri dei buyer turismo;
- organizzazione della spedizione dei materiali degli operatori italiani dalle Camere di commercio di appartenenza verso la Borsa Mirabilia utili ai B2B;



- supporto di segreteria per prenotazioni alberghiere agli ospiti del sistema camerale.

During:

- assistenza tecnica durante il B2B turismo;
- attività di coordinamento incontri B2B;
- ospitalità di:
 - 50 buyer relativamente ai giorni di permanenza (pernottamenti e tassa di soggiorno, pasti, transfer interni, esclusi servizi extra in hotel),
 - staff soggetto tecnico individuato (n. 3 persone) (pernottamenti e tassa di soggiorno, pasti, transfer interni, sono esclusi qualsiasi servizi extra in hotel), in assistenza/accompagnamento della delegazione dei buyer e giornalisti;
- servizio di interpretariato per B2B e per il convegno di apertura, in base alle effettive esigenze che si presenteranno al momento;
- *institutional dinner* del 15 giugno per rappresentanti del sistema camerale, relatori, ospiti istituzionali *;
- *light lunch* nei giorni di B2B per 50 buyer, 3 staff tecnico, seller e funzionari camerali *;
- *business dinner* del 16 giugno per partecipanti evento (seller, buyer, relatori, delegazioni camerali, ospiti istituzionali) *;
- materiali tecnici (badges, cavalieri, progettazione grafica totem e piantine, ecc.) *;
- attività di rilevamento dei risultati e feedback da buyer e seller post evento workshop.

Logistica, viaggi e transfer:

- Gestione e acquisto viaggi A/R nazionale, internazionale ed intercontinentale a favore dei buyer del turismo partecipanti al B2B e giornalisti, con biglietteria aerea e ferroviaria delegazioni estere;
- Desk presso hotel con personale dedicato per assistenza servizi di transfer per i buyer partecipanti al B2B Turismo, giornalisti, staff Partner Tecnico (se necessario) *;
- Spostamenti interni sul territorio in funzione del programma sociale dei rappresentanti camerali, staff tecnico, buyer, giornalisti e accompagnatori tecnici alle delegazioni *;
- Spostamenti interni sul territorio A/R per tutti i seller per il raggiungimento delle sedi B2B e *business dinner*, se necessario *;
- Transfer condivisi per aeroporto/stazione di riferimento nei giorni di arrivo e partenza dei buyer/giornalisti/staff tecnico *.



Attività 1.2 Settore delle produzioni agroalimentari di qualità

Nell'ambito della Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità parteciperanno anche imprese del settore agroalimentare. I buyer di questo comparto, in numero di 50, saranno selezionati dall'Agenzia ICE e dalle Camere di commercio italiane all'estero coordinate da Assocamerestero, compatibilmente con l'interesse che potranno raccogliere verso l'iniziativa e dei profili delle imprese attese.

Il recente riconoscimento Unesco della Cucina Italiana come Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità ha rafforzato la visibilità delle produzioni agroalimentari di qualità, autentici testimoni del patrimonio culturale e della tradizione del territorio. Questi prodotti rappresentano la storia e l'identità delle comunità locali e costituiscono un elemento strategico per promuovere la cultura del gusto e valorizzare le produzioni tipiche italiane.

Il riconoscimento ha così ulteriormente consolidato la diffusione e il valore delle eccellenze locali, trovando piena coerenza con gli obiettivi di valorizzazione del Progetto Speciale Mirabilia.

Per questo settore, l'evento B2B è riservato agli imprenditori italiani – tra cui produttori, rappresentanti aziende del commercio agroalimentare, consorzi e reti di impresa – operanti nei territori delle Camere di commercio aderenti al Progetto, che vantano la candidatura o la titolarità di un sito materiale riconosciuto Patrimonio Mondiale dell'Unesco.

Saranno altresì garantiti i seguenti servizi; quelli contrassegnati con asterisco (*) sono a carico della Camera di commercio ospitante, mentre i restanti sono a carico del Progetto:

Pre-evento:

- presenza presso sede B2B del desk accoglienza e assistenza al B2B dotato di: tavolo, PC, stampante, collegamento wi-fi *;
- trasferimento prodotti delle aziende partecipanti ai B2B dalle rispettive sedi delle CCIAA di riferimento alla sede dell'evento;
- organizzazione e gestione agende tramite piattaforma dedicata per incontri dei buyer con seller food;
- acquisizione e allestimento location con tavoli per B2B per seller settore agroalimentare; ciascuna postazione deve prevedere 3 sedie, reception segreteria/accredito buyer e seller, wi-fi, realizzazione totem con planimetria ambienti e postazioni numerate, segnale sonoro per indicare il cambio appuntamento ogni 20 minuti (programmabile senza assistenza), hostess durante l'evento, *lunch* e *open bar* gratuito per i giorni di workshop per buyer e seller, assistenza in sala per degustazioni vino e altri alimenti, area service tecnica (frigoriferi a temperatura positiva e negativa, forno, ecc.) *;



- organizzazione e gestione del magazzino, pre e durante l'evento con personale dedicato *;
- organizzazione e gestione programma sociale buyer e accompagnatori tecnici alle delegazioni *.

During:

- assistenza tecnica durante il B2B food;
- attività di coordinamento incontri B2B;
- ospitalità di:
 - 50 buyer (25 selezionati da ICE e 25 da CCIE) relativamente ai giorni di permanenza (pernottamenti e tassa di soggiorno, pasti, transfer interni, esclusi servizi extra in hotel),
 - staff tecnico (n. 5 persone) (pernottamenti e tassa di soggiorno, pasti, transfer interni, sono esclusi qualsiasi servizi extra in hotel), in assistenza/accompagnamento della delegazione dei buyer e giornalisti;
- servizio di interpretariato per B2B e per il convegno di apertura, in base alle effettive esigenze che si presenteranno al momento;
- *institutional dinner* del 15 giugno per rappresentanti del sistema camerale, relatori, ospiti istituzionali *;
- *light lunch* nei giorni di B2B per 50 buyer, 5 staff tecnico, seller e funzionari camerale *;
- *business dinner* del 16 giugno per partecipanti evento (seller, buyer, relatori, delegazioni camerale, ospiti istituzionali) *;
- materiali tecnici (badges, cavalieri, progettazione grafica totem e piantine, ecc.) *.
- organizzazione e gestione del magazzino *;
- servizio di interpretariato per B2B come da accordi da assumersi con Isnart, in base alle effettive esigenze che si rappresenteranno al momento;
- attività di rilevamento dei risultati e *feedback* da buyer e seller post evento workshop.

Logistica, viaggi e transfer:

- Gestione viaggi A/R nazionale, internazionale ed intercontinentale a favore dei soli buyer food selezionati da CCIE partecipanti al B2B e giornalisti, con biglietteria aerea e ferroviaria;
- Transfer interni A/R per aeroporto/stazione di riferimento nei giorni di arrivo e partenza dei buyer, giornalisti, accompagnatori di delegazione *;
- Trasferimenti interni sul territorio in funzione del programma sociale dei buyer e accompagnatori tecnici alle delegazioni *;
- Trasferimenti interni sul territorio A/R per tutti i seller per il raggiungimento delle sedi B2B e *business dinner*, se necessario *.

Attività 1.3 Organizzazione e gestione Post Tour

Ciascuna Camera di commercio partner potrà candidarsi ad ospitare sul proprio territorio una delegazione di buyer e stampa presenti agli eventi B2B, assumendosi eventuali oneri aggiuntivi di ospitalità e organizzazione da coordinare con i partner tecnici. I post tour saranno realizzati compatibilmente con la disponibilità dei buyer, prevedendo anche itinerari che coinvolgano più province. Nel Progetto Speciale Mirabilia sono previsti i costi dei transfer per raggiungere le destinazioni dei post tour dalla sede dei workshop B2B: restano a carico di ciascuna Camera di commercio i costi di ospitalità dei buyer durante l'*educational* e i costi di trasferimento verso gli aeroporti di partenza.

Attività 1.4 TTG e URBANPROMO

Si prevede la partecipazione al TTG di Rimini (14-16 ottobre 2026) con uno stand istituzionale dedicato alle attività Mirabilia e alla manifestazione Urbanpromo (autunno 2026).

La partecipazione di Isnart alla fiera TTG rappresenta un'occasione strategica innanzitutto per promuovere le imprese vincitrici del premio "Top of the PID, Mirabilia" oltre alle attività istituzionali e i progetti dedicati alla valorizzazione del patrimonio turistico italiano. Attraverso uno stand dedicato, verranno presentate le iniziative di Isnart, con particolare focus sul Progetto Speciale Mirabilia, oltre ad altri progetti come Ospitalità Italiana e *Stendhal*, adattati per rispondere alle esigenze dei territori con siti Unesco. Lo stand sarà allestito con materiali promozionali, guide e altre informazioni sui progetti in corso, e offrirà spazi attrezzati per *meeting* e incontri con operatori e stakeholder.

La presenza di Isnart alla manifestazione Urbanpromo, prevista nell'autunno 2026, offrirà l'opportunità di divulgare obiettivi e risultati del Progetto Speciale Mirabilia nell'ambito dei principali temi della manifestazione: rigenerazione urbana (Urbanpromo Città), abitare sociale (Urbanpromo Social Housing), transizione ecologica (Urbanpromo Green) e cultura digitale (Urbanpromo Digital).

Promossa dall'INU – Istituto Nazionale di Urbanistica con il supporto organizzativo di URBIT – Urbanistica Italiana Srl, Urbanpromo mette a sistema ricerche, esperienze innovative e contributi di Pubbliche Amministrazioni, Terzo Settore, imprese e organizzazioni private, promuovendo partenariati pubblico-privato, diffusione di buone pratiche, crescita delle competenze e innovazioni legislative e progettuali.

La partecipazione di Isnart permetterà di portare un contributo originale sulla gestione urbana dei territori condizionata dalla presenza di siti Unesco, che spesso coinvolgono l'intero centro storico delle città.



OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante</i>	• Meeting di affari B2B da offrire ad una selezione di 16 imprese turistiche e dell'agrifood (20 per le Camere con oltre 90.000 imprese attive), grazie al coinvolgimento di 100 buyer esteri - 50 per ciascuno dei 2 settori; • servizi di gestione agenda per gli incontri, di interpretariato, assistenza ai desk; • spedizione dei materiali degli operatori italiani dalle Camere di commercio di appartenenza verso la Borsa Mirabilia utili ai B2B; • supporto di segreteria per prenotazioni alberghiere; • n. 2 <i>light lunch</i>; • n. 1 <i>institutional dinner</i>; • n. 1 <i>business dinner</i>; • trasferimenti interni sul territorio A/R per il raggiungimento delle sedi B2B e <i>institutional dinner</i>, se necessario; • attività di <i>follow-up</i> con rilevamento dei risultati conseguiti; • visite a imprese e siti Unesco del territorio a beneficio dei rappresentanti istituzionali delle Camere di commercio; • presenza alla fiera TTG con stand dedicato alle attività Mirabilia; • presenza alla manifestazione Urbanpromo.
--	---

ATTIVITÀ 2: RAPPORTO MIRABILIA “L’ITALIA DELLE MIRABILIA: DAI NUMERI ALLE MIGLIORI PRASSI”

GLI OBIETTIVI

Realizzazione del Rapporto Mirabilia attraverso indagini nazionali rivolte a imprese e turisti, integrate da benchmark internazionali, per fornire una fotografia aggiornata del settore nei territori sede di siti Unesco aderenti alla Rete Mirabilia, estendendo l'analisi ai territori delle Camere di nuova adesione. Il Rapporto funge da laboratorio permanente di monitoraggio e co-progettazione, supportando la costruzione di partenariati territoriali, modelli di governance integrata e politiche di sviluppo data-driven. Lo studio intende offrire alle Camere di commercio strumenti operativi per azioni coordinate, rafforzando l'identità turistica e la competitività delle destinazioni Mirabilia.

LE ESPERIENZE

L'edizione 2025 del Rapporto Mirabilia si è concentrata sull'analisi di posizionamento e attrattività dei siti Unesco, fornendo alle Camere di commercio della Rete Mirabilia strumenti informativi e operativi per orientare le politiche, rafforzare l'identità turistica e promuovere percorsi di valorizzazione sostenibile basati su evidenze misurabili e condivise. Il Rapporto integra una solida base quantitativa con approfondimenti qualitativi, permettendo di leggere in chiave comparativa e dinamica le *performance* delle destinazioni e di mettere in luce risultati significativi, criticità e priorità d'intervento.

Grazie all'esperienza ultratrentennale di Isnart nello studio della domanda e dell'offerta turistica a livello nazionale e territoriale, e al patrimonio di dati dell'Osservatorio dell'Economia del Turismo delle Camere di commercio, sono stati sviluppati questionari ad hoc somministrati a turisti e imprese nelle destinazioni Mirabilia, integrati in un solido impianto metodologico che ha consentito di approfondire le dinamiche del tessuto turistico locale e orientare policy strategiche mirate.

Le metodologie di analisi consolidate e l'esperienza di ricerca acquisita hanno consentito di disporre di:

- confronti spazio-temporali: grazie alle banche dati sul turismo in serie storica, utilizzando strumenti e tecniche di rilevazione che consentono di confrontare le variabili rilevate in una logica sia metatemporale che tra livelli diversi di geolocalizzazione;
- analisi tempestive: con un rilascio dei risultati entro 30 giorni dal termine delle indagini campionarie;
- rappresentatività e affidabilità statistica: l'elevato numero di interviste, grazie alle economie di scala che l'Osservatorio garantisce e ai costanti incroci con i dati congiunturali ufficiali per assicurarne la coerenza e l'affidabilità, hanno assicurato una rappresentatività statistica con un'affidabilità pari al 95%;



- confronti territoriali sulla base di sovra campionamenti locali: la numerosità del campione ha consentito inoltre di condurre approfondimenti a livello locale o per specifiche verticali di prodotto, confrontabili sia con le dinamiche nazionali sia con realtà simili per posizione geografica che per posizionamento di mercato;
- analisi basate su strumenti innovativi: agli strumenti di analisi statistica tradizionale, è stata affiancata la sperimentazione di metodologie innovative di analisi come *Location Intelligence*, integrate nel *data lake* della piattaforma Stendhal. Questi strumenti hanno permesso di sviluppare studi approfonditi e quantificare i flussi turistici suddividendoli in cluster (culturale, sportivo, naturalistico, enogastronomico, ecc.).

La ricerca ha esaminato, sotto il profilo turistico, le destinazioni della Rete Mirabilia in cui ricadono siti Unesco (materiali, immateriali e seriali) per ciascuna Camera di commercio, studiandone l'offerta turistica — numerosità, categoria e tipologia delle strutture ricettive, efficienza e densità territoriale, disponibilità di abitazioni private, ecc. — e la domanda, considerando motivazioni di visita, l'influenza del riconoscimento Unesco sulla scelta della destinazione, anagrafica dei visitatori, servizi richiesti, aspettative e grado di soddisfazione, nonché le ricadute economiche in termini di spesa sul territorio.

Oltre al nucleo delle indagini, l'analisi è stata contestualizzata da una ricostruzione scientifica sulla valorizzazione del patrimonio culturale e arricchita da un *benchmark* internazionale, prendendo in esame casi di migliori prassi nella gestione di siti Unesco capaci di generare percorsi di valorizzazione turistica sostenibile centrati sul bene riconosciuto Patrimonio dell'Umanità.

LE ATTIVITÀ EVOLUTIVE

Nella seconda edizione del Rapporto si intende dare continuità e maggiore profondità alle analisi avviate nella precedente annualità, capitalizzando l'esperienza maturata e i risultati ottenuti, al fine di fornire alle Camere di commercio strumenti sempre più qualificati per orientare le iniziative di valorizzazione dei rispettivi territori.

Il lavoro si concentrerà sull'aggiornamento e sul consolidamento dell'analisi della domanda turistica dei territori Mirabilia e sull'approfondimento dei punti di forza e delle criticità dell'offerta, ampliando l'analisi ai territori delle Camere di nuova adesione e rafforzando l'impianto metodologico già definito. La seconda edizione del Rapporto - che prosegue il percorso avviato con la prima - costituirà un ulteriore tassello operativo nel processo di evoluzione verso un laboratorio di monitoraggio permanente, consentendo l'avvio di confronti strutturati sia tra territori diversi sia sul medesimo territorio in una prospettiva temporale.



A partire da una prima fase di rinnovamento dei dati e degli indicatori, l'attività prevede l'integrazione del monitoraggio con approfondimenti tematici che potranno essere individuate in coerenza con le priorità del Sistema camerale e in raccordo con le linee guida della progettualità Mirabilia per il 2026-27.

Possibili approfondimenti tematici:

- Percorsi e casi di valorizzazione, promozione e *storytelling* multi-territoriale basati sul patrimonio culturale: approfondimento di casi emblematici di narrazione e promozione integrata che coinvolgono più territori accomunati da un medesimo *heritage* culturale, con l'obiettivo di evidenziarne modelli, strumenti e risultati. Tra i casi di studio potranno essere analizzati, a titolo esemplificativo, l'Appia Antica, la civiltà Longobarda e altri percorsi culturali di rilievo per rafforzare l'identità turistica dei siti seriali condivisi tra più Camere avviando una riflessione "di sistema" dell'attrattività dei siti interessati.
- Governance integrata e multilivello delle destinazioni Unesco: focus sugli assetti di governance delle destinazioni Unesco, con particolare riferimento ai modelli di coordinamento tra i diversi livelli istituzionali e gli attori pubblici e privati coinvolti. L'attività prevede l'analisi comparata di casi studio – uno in Italia e uno all'estero – selezionati per il loro valore esemplare, al fine di individuare elementi di replicabilità, fattori di successo e criticità utili a orientare le strategie di gestione e valorizzazione dei territori Mirabilia.

**Attività 2.1: Indagini a imprese e turisti per un'analisi comparativa**

L'attività proposta prevede un'analisi dell'andamento del settore turistico basata su un approccio *data-driven*, finalizzata alla produzione di evidenze conoscitive a supporto dell'orientamento delle politiche di sviluppo nei territori della Rete, ampliando l'analisi ai territori delle Camere di nuova adesione.

In prosecuzione delle attività avviate nella precedente annualità, sono previste indagini mirate rivolte alle imprese della filiera turistica e ai turisti, al fine di restituire una lettura puntuale delle dinamiche in atto e delle prospettive evolutive del sistema. Tali indagini saranno potenziate, anche mediante l'estensione del campione di riferimento, al fine di aumentare l'accuratezza e la specializzazione dei dati raccolti e migliorare la capacità di interpretazione dei fenomeni emergenti. Ciò permetterà di supportare in modo più strutturato le strategie di valorizzazione dei singoli territori e di sviluppare analisi comparative tra aree diverse e nel tempo, restituendo una visione d'insieme delle dinamiche in atto e delle prospettive di sviluppo del sistema turistico della Rete.

L'indagine alle imprese, condotta con modalità CATI (*Computer Assisted Telephone Interview*), interesserà un campione di 1.500 imprese nei territori delle Camere partner. Obiettivo principale sarà la rilevazione del *sentiment* e l'analisi di aspetti chiave della gestione strategica, approfondendo in particolare, il livello di valorizzazione del territorio legato al riconoscimento Unesco, i mercati di provenienza e la segmentazione della domanda, nonché i fabbisogni di competenze e le eventuali criticità di allineamento tra domanda, offerta e disponibilità di professionalità qualificate, ecc.

L'indagine ai turisti, condotta con modalità CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*) su 4.000 turisti in vacanza nei territori della Rete, si affianca alle oltre 10.000 interviste dirette realizzate da Isnart per conto di Unioncamere ai turisti italiani e stranieri in soggiorno in Italia. In entrambi i casi, il campione comprende sia coloro che pernottano in strutture ricettive (alberghiere ed extralberghiere) che i vacanzieri ospiti in abitazioni private (seconde case di proprietà e in affitto, abitazioni di amici e parenti). Le informazioni raccolte permetteranno di rilevare i comportamenti turistici e di consumo dei turisti, di stimare le presenze complessive e il giro d'affari apportato dal turismo nell'area. Ogni intervista dura in media 15 minuti, sulla base di un questionario prestabilito, previsto in lingua per i turisti stranieri, corredato di specifico set di domande relative ai siti Unesco.

A complemento dell'analisi tradizionale, anche in questa edizione sarà utilizzato lo strumento di Location Intelligence per fornire informazioni dettagliate sul comportamento dei turisti a destinazione. Grazie a questa metodologia sarà possibile profilare e quantificare i flussi turistici nei tre principali periodi dell'anno (luglio-agosto, vacanze natalizie e vacanze pasquali) su base comunale, individuando cluster di domanda coerenti con gli obiettivi del progetto (culturale, enogastronomico, naturalistico, ecc.).



Inoltre, le rilevazioni sui comuni interessati dal Progetto Mirabilia saranno integrate da dati sociodemografici e comportamentali dei visitatori, tra cui: genere, fascia d'età, provenienza geografica, interessi, preferenze e principali aree di consumo.

OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante</i>	• Indagine e analisi dell'offerta e della domanda nei territori dei siti Unesco ricadenti nei territori della Rete. • Studio evolutivo del settore turistico dei suddetti territori su base pluriennale. • Schede di dettaglio per ciascun sito.
--	--

Attività 2.2: Analisi di benchmark tra destinazioni Unesco in Italia e all'estero

La seconda linea di lavoro prevede un'analisi di benchmark, estesa al contesto nazionale ed europeo, finalizzata all'individuazione di realtà di particolare rilevanza, da assumere come casi studio di riferimento. L'attenzione sarà rivolta in particolare a esperienze di gestione multi-territoriale di siti Unesco distribuiti su più aree, con un focus sui modelli organizzativi, sulle modalità di governance e sulle pratiche operative adottate.

L'analisi sarà orientata all'individuazione di idee guida ed esempi di *storytelling* efficaci e distintivi, in grado di fungere da modello replicabile per i siti della Rete. Tali elementi costituiranno la base per una riflessione su strategie di valorizzazione e promozione integrata, volte a rafforzare il posizionamento dei siti e a valorizzarne appieno le potenzialità.

L'attività si articolerà secondo un'impostazione per livelli di approfondimento:

- Livello 1 – Analisi di contesto: in questa fase verrà sviluppata una lettura del quadro di riferimento, con particolare attenzione alle esperienze di gestione multi-territoriale dei siti Unesco seriali, con l'obiettivo di inquadrare le principali tendenze, approcci e modelli emergenti.
- Livello 2 – Analisi dei modelli: il secondo livello prevede lo studio approfondito dei modelli organizzativi e di governance adottati nei casi studio selezionati, con focus sulle modalità di coordinamento interterritoriale, sui sistemi decisionali e sugli strumenti di gestione condivisa.
- Livello 3 – Analisi delle pratiche di valorizzazione: questa fase sarà dedicata all'approfondimento delle strategie di valorizzazione adottate, con particolare attenzione allo *storytelling* territoriale, al *branding* e alle azioni di promozione integrata, analizzandone l'efficacia in termini di attrattività e sviluppo turistico.
- Livello 4 – Applicabilità al contesto della Rete: il livello conclusivo sarà orientato alla valutazione della trasferibilità dei modelli e delle pratiche individuate ai territori della Rete Mirabilia. Da tale analisi deriveranno *lesson learnt*, fattori guida e indicazioni operative utili a supportare i soggetti gestori, le Camere socie nella definizione di strategie di gestione e valorizzazione multi-territoriale.



OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante</i>	• Schede di analisi di almeno due casi studio di qualità per la governance di siti Unesco, uno nazionale e uno europeo. • Redazione di un documento sintetico con spunti di policy replicabili.
--	---

Attività 2.3: Approfondimento giuridico: la competenza camerale nella valorizzazione del patrimonio culturale

L'attività è finalizzata all'approfondimento e alla sistematizzazione dello stato dell'arte della riflessione scientifica sviluppata nella precedente edizione del Rapporto, con particolare riferimento ai temi di valorizzazione del patrimonio culturale.

Si prevede la redazione di una sezione specifica del rapporto dedicata al ruolo, alle competenze e agli ambiti di intervento delle Camere di commercio nella valorizzazione del patrimonio culturale, inteso come asset strategico per lo sviluppo territoriale, la competitività dei sistemi locali e la sostenibilità economica e sociale.

A partire dall'incrocio della competenza camerale con il Codice dei beni culturali e del paesaggio, l'approfondimento non si limiterà a una ricognizione descrittiva, ma mirerà a rafforzare il quadro interpretativo e operativo, mettendo in evidenza approcci, modelli di intervento e possibili traiettorie di azione per le Camere di commercio all'interno dei territori Mirabilia, non tralasciando le implicazioni della previsione di legge relativa alla "collaborazione con gli enti e gli organismi competenti", quali Regioni ed enti gestori di siti Unesco, ecc.

I contenuti, strutturati con il supporto del mondo accademico, costituiranno anche una base teorica e metodologica per la predisposizione di materiali propedeutici allo svolgimento dello Study Tour (cfr. Attività 6), in particolare per la parte di formazione in aula e per la scelta delle mete. La sezione potrà fornire chiavi di lettura, concetti guida e strumenti interpretativi utili a inquadrare le esperienze territoriali che verranno analizzate durante le visite, indirizzando le stesse verso i modelli approfonditi.

Allo stesso tempo, la sezione del rapporto potrà essere articolata in modo da accogliere e valorizzare i materiali e le evidenze emerse dallo Study Tour, contribuendo a trasformare l'esperienza formativa in patrimonio conoscitivo strutturato.

L'attività potrà prevedere un primo coinvolgimento attivo dell'Università degli Studi di Perugia, anche attraverso la partecipazione al *team* di scrittura della prima parte del Rapporto, con l'obiettivo di rafforzare il rigore scientifico dell'approfondimento e favorire l'integrazione tra competenze accademiche e dimensione operativa.



Il contributo universitario consentirà di consolidare una base conoscitiva solida, funzionale alla progettazione di azioni future e alla replicabilità di modelli di valorizzazione nei diversi contesti territoriali del network Mirabilia. Partendo dalla preparazione accademica e dall'esperienza maturata nelle precedenti annualità dall'Università degli studi di Perugia, l'attività si propone di accompagnare una riflessione condivisa orientata alla costruzione del futuro della valorizzazione dei territori Unesco.

OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante</i>	• Sezione tematica del rapporto con approfondimento teorico e operativo. • Base per la predisposizione di materiale didattico propedeutico all'attività 6. • Rafforzamento delle basi conoscitive per azioni e modelli replicabili nei territori Mirabilia.
--	---

Attività 2.4: Redazione finale e presentazione del Rapporto

L'ultima linea di attività prevede la stesura del Rapporto *"L'Italia delle Mirabilia: dai numeri alle migliori prassi"*, quale prodotto di sintesi e restituzione del percorso di analisi e approfondimento sviluppato nell'ambito del Progetto Mirabilia, nonché la sua presentazione ufficiale in occasione di uno degli eventi istituzionali organizzati dal Progetto.

Il Rapporto sarà concepito come strumento strategico di lettura dei territori Mirabilia e dei siti Unesco, capace di integrare e mettere a sistema, in un quadro organico e coerente, sia gli elementi derivanti dalla precedente edizione sia i verticali di approfondimento sviluppati nel corso delle attività progettuali.

I contenuti del Rapporto saranno costruiti secondo un approccio integrato, favorendo il dialogo reciproco tra le diverse attività di progetto. In particolare, saranno valorizzati:

- gli esiti delle analisi desk e delle ricerche documentali;
- i risultati delle indagini dirette e delle attività sul campo;
- il confronto comparativo e il benchmark con modelli ed esperienze nazionali ed europee;
- il quadro normativo e regolatorio di riferimento, con particolare attenzione alle politiche per la valorizzazione del patrimonio culturale e turistico.

Il Rapporto offrirà così un percorso articolato tra valorizzazione del patrimonio, individuazione dei modelli più efficaci e analisi dei dati, combinando strumenti di lettura tradizionali e approcci innovativi, fornendo e una lettura strategica dei territori, orientata al loro potenziamento sotto il profilo turistico, culturale ed economico.

I dati, le analisi e le considerazioni di policy emerse dal Rapporto saranno presentati e valorizzati in eventi, quali momenti di restituzione pubblica, confronto istituzionale e divulgazione dei risultati. Tali presentazioni potranno avvenire nell'ambito del TTG (ottobre 2026), del Convegno internazionale organizzato dal comune di Genova in occasione del ventennale del riconoscimento Unesco Genova "Le Strade Nuove e il sistema dei Palazzi dei Rolli" (novembre 2026) e infine alla BIT (febbraio 2027).

OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante</i>	• Realizzazione delle interviste ed elaborazioni delle relative informazioni per ciascun sito oggetto di indagine; • Rapporto finale, abstract e slide report per la divulgazione dei risultati con confronto di posizionamento dei diversi territori indagati; • Comunicato e sintesi dei contenuti per le azioni di diffusione agli organi di stampa del Rapporto da parte di Unioncamere e delle singole Camere di commercio; • Presentazione ufficiale dei risultati in convegni ed eventi; • Rafforzamento del posizionamento del Rapporto come laboratorio di co-progettazione di riferimento per i territori Mirabilia.
--	--

ATTIVITÀ 3: INIZIATIVE PER L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA

GLI OBIETTIVI

Organizzare una nuova edizione del premio “Mirabilia, Top of the PID” consolidando il legame con la rete dei siti Unesco e ampliando la partecipazione alle imprese culturali e creative, oltre che tecnologiche e turistiche.

LE ESPERIENZE

Nelle precedenti annualità “Mirabilia, Top of the PID” ha rappresentato un'importante esperienza di valorizzazione dell'innovazione digitale applicata al turismo nei territori Mirabilia con siti Unesco. Il premio ha consentito di intercettare e promuovere soluzioni tecnologiche sviluppate da imprese capaci di rispondere alle criticità emerse durante e dopo la crisi pandemica, contribuendo a rimuovere ostacoli strutturali, a rafforzare la resilienza delle destinazioni e a favorire la scoperta di mete meno note, ma di alto valore culturale e identitario.

L'edizione passata ha segnato un'evoluzione significativa del progetto: la revisione del Regolamento ha introdotto nuovi criteri di selezione, con particolare attenzione ai temi dell'accessibilità, anche culturale, e della *diversity*, rinnovando l'impianto complessivo del premio. Il lancio è avvenuto in collaborazione con il Ministero del Turismo nell'ambito del Tourism Digital Hub (TDH), rafforzando il posizionamento istituzionale dell'iniziativa, mentre la cerimonia di premiazione si è svolta durante il TTG, presso lo spazio espositivo MiTur-ENIT, garantendo ampia visibilità nazionale e un forte impatto in termini di networking e diffusione dei risultati.

LE ATTIVITÀ EVOLUTIVE

Per l'annualità del presente Progetto sarà avviata una nuova edizione del premio “Mirabilia, Top of the PID 2026”, con l'obiettivo di consolidare il legame tra il premio e la rete dei siti Unesco, correlando maggiormente le soluzioni innovative premiate, e i relativi benefici, ai patrimoni culturali riconosciuti.

L'edizione 2026 manterrà i requisiti già introdotti nelle precedenti edizioni (dell'accessibilità culturale e della *diversity*), promuovendo al contempo l'ampliamento della partecipazione alle imprese culturali e creative, oltre che a quelle tecnologiche e turistiche.

Il premio conferma il suo ruolo come appuntamento nazionale della Rete PID, rivolto a progetti di imprese singole o associate che abbiano saputo innovare prodotti, servizi o modelli di business attraverso l'utilizzo delle tecnologie digitali. La partecipazione è automatica per tutti i progetti candidati al “Top of the PID 2026” nella categoria 4, dedicata a Turismo, Cultura e Creatività. I progetti provenienti dai territori delle Camere aderenti saranno valutati sulla base della qualità delle proposte progettuali, del livello di innovazione e integrazione con



le tecnologie 4.0, nonché dell'impatto e della replicabilità delle iniziative, con particolare attenzione alla loro correlazione con i siti Unesco.

Particolare attenzione sarà dedicata alla promozione delle imprese vincitrici. La premiazione avverrà infatti, come nella precedente annualità, al TTG 2026 e alla BIT 2027, offrendo ulteriori occasioni di visibilità e valorizzazione dei progetti. In questo modo, il premio non solo riconosce l'eccellenza e l'innovazione, ma contribuisce anche a rafforzare il posizionamento dei territori e dei siti Unesco coinvolti, generando un impatto positivo sulle comunità locali e sul sistema delle imprese culturali, creative, tecnologiche e turistiche.

Le imprese prime classificate di ciascuno dei due ambiti previsti otterranno un compenso economico, pari a:

- Primo premio: assegno del valore di euro 2.000,00 per l'impresa vincitrice, ovvero risultata nel proprio ambito, come definito nell'art.3, prima in graduatoria;
- Secondo premio: assegno del valore di euro 1.000,00 per la seconda impresa classificata nel proprio ambito, come definito nell'art. 3;
- Menzione speciale: per l'accessibilità culturale e la diversity: assegno del valore di euro 1.000,00 che potrà essere anche cumulativo con gli altri premi assegnati.

OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante</i>	• Fornitura <i>best practice</i> su progetti di innovazione applicata al settore "turismo, cultura, creatività"; • Report su quadro d'insieme aggiornato dell'innovazione applicata al turismo e alla cultura nei PID; • Coinvolgimento anche di imprese culturali e creative, oltre che tecnologiche e turistiche; • Opportunità per le proprie imprese del settore turismo di candidarsi al premio.
--	---

ATTIVITÀ 4: PROMOZIONE FILIERA DELL'OLEOTURISMO

GLI OBIETTIVI

Rinnovare la partecipazione coordinata delle imprese della filiera dell'oleoturismo alla fiera Olio Capitale, valorizzando il legame tra le realtà produttive coinvolte e i siti Unesco dei territori di provenienza. L'iniziativa mira a rafforzare il posizionamento dell'oleoturismo quale espressione identitaria dei territori Mirabilia, integrando produzioni di eccellenza, patrimonio culturale e attrattività turistica.

LE ESPERIENZE

Nell'ambito delle azioni di valorizzazione dei territori collegati ai siti Unesco, negli ultimi anni è stata posta sempre maggiore attenzione sul turismo dell'olio extravergine di oliva, riconosciuto come ambito strategico di integrazione tra produzioni agroalimentari di qualità, patrimonio culturale e sviluppo turistico. Partendo dalle eccellenze agroalimentari, già al centro delle attività della Borsa Mirabilia, l'olio extravergine di oliva si configura infatti non solo come prodotto identitario, ma anche come elemento capace di generare esperienze turistiche autentiche, superando la dimensione esclusivamente produttiva.

In questa prospettiva, dopo una prima fase dedicata alla mappatura delle imprese impegnate nella valorizzazione del rapporto tra olio e turismo e all'aggiornamento del catalogo digitale nazionale dell'offerta oleoturistica, è stata programmata la partecipazione all'evento Olio Oliva di Trieste, segnando un forte aumento nel numero di imprese coinvolte rispetto alle edizioni precedenti (da 20 a 33).

La partecipazione delle imprese, anche attraverso il contributo economico diretto dei partecipanti, ha consentito a queste ultime di presentarsi in modo coordinato all'interno di un'area omogenea della Fiera 2026, dal titolo "Esperienze oleoturistiche del network Mirabilia", accompagnata da "Le Camere di commercio per la valorizzazione del patrimonio culturale delle destinazioni turistiche in cui ricadono i siti Unesco".

LE ATTIVITÀ EVOLUTIVE

La proposta di promozione dell'oleoturismo del presente Progetto si articola in una serie di azioni integrate, incentrate in modo prevalente, ma non esclusivo, sulla fiera Olio Capitale di Trieste, iniziativa nazionale annuale, originata anch'essa dal Sistema camerale.

Sono previste le seguenti azioni:

- Mappatura, nei territori delle Camere aderenti all'iniziativa, degli operatori del turismo dell'olio extravergine di oliva, attraverso questionari ad hoc volti ad analizzare le caratteristiche delle aziende e le



tipologie di servizi offerti; tale mappatura potrà configurarsi eventualmente in modo più specifico e incentrarsi su aspetti particolari, anche in base alla numerosità e tipologia delle candidature: ad esempio potrà configurarsi come “*digital assessment*”, cioè come analisi della presenza digitale degli operatori sul mercato, per focalizzare il quadro preciso della situazione di partenza, e far conoscere come e dove migliorare la strategia digitale e/o dare rilievo anche agli elementi della sostenibilità, particolarmente rilevanti ed oggetto di ulteriori specifiche azioni nel Progetto Speciale Mirabilia;

- Aggiornamento del catalogo digitale nazionale dell'offerta oleoturistica, a seguito del coinvolgimento di nuove imprese nella mappatura iniziale, per rendere sempre più “visibile” e completa in rete l'offerta dei territori delle Camere aderenti all'iniziativa, a beneficio della potenziale clientela turistica globale;
- Partecipazione alla fiera Olio Capitale per le aziende che avranno conseguito il punteggio più alto nella fase di mappatura/assessment iniziale; tale partecipazione si realizza in un'area omogenea della Fiera di Trieste, dedicata all'Oleoturismo dal titolo “Esperienze oleoturistiche del network Mirabilia”, accompagnata da “Le Camere di commercio per la valorizzazione del patrimonio culturale delle destinazioni turistiche in cui ricadono i siti Unesco”. La partecipazione alla fiera offre alle imprese l'accesso alle varie opportunità riservate agli espositori di Olio Capitale, tra cui la partecipazione a seminari, convegni e incontri formativi dedicati all'oleoturismo, nonché occasioni di confronto e scambio con esperti del settore, appassionati e colleghi imprenditori. In particolare, è prevista la possibilità di prenotare, tramite una piattaforma informatica dedicata, appuntamenti d'affari con operatori internazionali e buyer, ai quali partecipare durante il periodo di permanenza in fiera.
- Eventi di approfondimento sul tema, che potranno essere organizzati sui singoli territori, come ad esempio giornate con “hub turistici” dedicati, con proposte che coniugano arte, paesaggio e produzione olivicola. Percorsi museali, passeggiate naturalistiche negli oliveti, visite in frantoio e in azienda, degustazioni guidate, tour esperienziali nel periodo della raccolta e molitura sono infatti solo alcune delle idee da mettere in campo, collegando le realtà del network e farle diventare “sistema”.
- Azioni ulteriori di attuazione dell'Accordo operativo tra Città dell'Olio, la CCIAA dell'Umbria per il concorso Ercole Olivario e Mirabilia.

OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio</i>	• Mappatura/assessment sulle imprese esaminate per ciascun territorio per verificare le aree di miglioramento della loro strategia digitale e/o dare rilievo anche agli elementi della sostenibilità; • Partecipazione alla fiera Olio Capitale 2027 - settore oleoturismo per le aziende che avranno conseguito il punteggio più alto nella fase di mappatura/assessment iniziale o
---	--



<i>partecipante</i>	con il marchio Ospitalità Italiana, dedicato alle produzioni turisticamente interessanti; • Aggiornamento del catalogo digitale nazionale dell'offerta oleoturistica, con l'obiettivo di valorizzare e dare maggiore visibilità ai territori delle Camere aderenti all'iniziativa.
---------------------	---

ATTIVITÀ 5: MIRABILIA DAY

Attività 5.1: Dagli eventi alla politica degli eventi

GLI OBIETTIVI

Organizzazione di un Mirabilia Day (Sassari, 17 e 18 giugno 2026) attraverso il quale mettere in rete e promuovere con una visione strategica (destagionalizzazione) e di comunicazione unica (marchio identificativo) gli eventi nei territori che provengano dalle tradizioni e storia locali. Realizzazione di una mostra sugli eventi e di un Convegno in cui presentare le metodologie e gli strumenti per la selezione e la crescita degli eventi da inserire in un Programma generale.

LE ESPERIENZE

Partendo dall'esperienza della Camera di commercio di Sassari, emerge un modello avanzato di gestione degli eventi territoriali: questi ultimi vengono selezionati seguendo un disciplinare preciso, valutati attentamente secondo criteri di qualità e rilevanza, e poi inseriti in un programma unico che ne valorizza le caratteristiche peculiari, a partire da iniziative legate al patrimonio culturale riconosciuto dall'Unesco (come la Discesa dei Candelieri).

L'operazione intrapresa consente di superare la semplice costruzione di un calendario, trasformando gli eventi in una vera e propria politica degli eventi: le iniziative, pianificate e coordinate, assumono la funzione di attrattori territoriali in grado di valorizzare le eccellenze locali, favorire la destagionalizzazione e generare impatti culturali e turistici significativi. Grazie a questo approccio, la Camera di commercio di Sassari riesce a realizzare un programma integrato con oltre 100 iniziative distribuite sul territorio, rappresentando un'esperienza d'esempio per la rete camerale dei territori Mirabilia e dimostrando come regia integrata, selezione accurata e coordinamento strategico possano contribuire allo sviluppo culturale e turistico dei territori.

LE ATTIVITÀ EVOLUTIVE

Per l'annualità 2026–2027, nell'ambito del Mirabilia Day, si propone l'organizzazione di una prima giornata dedicata alla mostra degli eventi. Saranno presentati i maggiori eventi proposti dalla Camera di commercio ospitante, accompagnati da altri eventi (indicativamente 3) segnalati dalle Camere di commercio partner, rappresentati in modalità digitale e raccontati tramite uno *storyteller*. Gli eventi proposti dovranno essere inseriti come tali nella Lista del Patrimonio Unesco, oppure essere finalizzati alla valorizzazione di un riconoscimento immateriale (ad esempio il Canto Lirico), o essere realizzati presso siti Unesco.

Una seconda giornata del Mirabilia Day sarà dedicata ad un Convegno tematico finalizzato ad approfondire il ruolo degli eventi quali strumenti di marketing territoriale e leve strategiche di sviluppo locale. L'iniziativa mira a fornire alle Camere linee guida per la progettazione, la gestione e la valorizzazione degli eventi, utili a impostare un vero e proprio programma degli eventi a livello territoriale che possa generare anche destagionalizzazione.



In questa occasione, la Camera di commercio ospitante presenterà la propria esperienza, illustrando l'iniziativa realizzata, le caratteristiche distintive del modello adottato e il disciplinare quale strumento operativo per la progettazione, la gestione e la valutazione degli eventi.

Verranno raccontati 3 eventi selezionati dalla Camera di commercio di Sassari e 3 eventi segnalati dalle altre Camere, che porteranno esempi dei propri casi di gestione, organizzazione e valorizzazione degli eventi, offrendo una narrazione tecnica e metodologica del loro approccio alla programmazione, al ruolo strategico degli eventi e alle modalità di gestione operativa. Saranno presi in considerazione eventi ai quali le Camere di commercio partecipano direttamente, sia a livello organizzativo che finanziario.

L'obiettivo dell'iniziativa è rafforzare il ruolo delle Camere di commercio nella promozione di una politica territoriale degli eventi, coordinati attraverso un indirizzo e un filo conduttore comuni, sotto una regia unica, integrata e condivisa con gli stakeholder locali. In questo quadro, gli eventi sono concepiti come buone pratiche di sistema e come elementi fondanti di una politica strutturata a scala territoriale, in grado di valorizzare il patrimonio culturale, promuovere la collaborazione tra istituzioni e operatori e sostenere lo sviluppo integrato del territorio.

Dal punto di vista organizzativo la Camera di commercio ospitante curerà:

- l'organizzazione complessiva dell'evento, provvedendo all'allestimento degli spazi espositivi e sala convegnistica (incluso il service tecnico di regia);
- n.2 *light lunch*;
- rappresentazione dei propri eventi;
- service digitale per il supporto tecnico e informatico.

Restano a carico del Progetto:

- l'organizzazione tecnico-scientifica del Convegno (selezione dei contenuti, selezione di relatori nazionali e internazionali, moderatore, ecc.);
- servizio transfer sul territorio (tra Sassari e Alghero e viceversa);
- costi di comunicazione e promozione dell'evento sui social;
- n.1 *business dinner*.

OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante</i>	• Linee guida per la progettazione, gestione e valorizzazione degli eventi, utili a impostare un vero e proprio programma degli eventi; • Condivisione di <i>case history</i>; • Visibilità per eventi (3 casi + Camera ospitante) e modelli (3 casi + Camera ospitante) presentati dalle Camere partner candidate.
--	---

Attività 5.2: Valorizzazione della Cucina Italiana

GLI OBIETTIVI

Valorizzare la Cucina Italiana come Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità riconosciuto dall'Unesco in un Mirabilia Day (Imperia, 6 e 7 novembre 2026), mettendo in relazione tale riconoscimento con le produzioni agroalimentari di qualità espresse dai territori della Rete Mirabilia. Attraverso questo percorso si intende non solo potenziare la visibilità di prodotti di eccellenza, ma anche rafforzare la narrazione contemporanea della Cucina Italiana come modello alimentare radicato nei saperi locali. L'approccio adottato mira a coniugare promozione economica e valorizzazione culturale, offrendo al contempo un'occasione di crescita per le imprese e per i territori della Rete Mirabilia.

LE ESPERIENZE

Partendo dall'esperienza maturata fin dagli anni Ottanta dalla Camera di commercio Riviera di Liguria sui temi della Dieta Mediterranea e dalla manifestazione OliOli, la linea di attività si fonda sulla valorizzazione del patrimonio culturale gastronomico italiano, oggi rafforzato dal recente riconoscimento Unesco della candidatura "La Cucina Italiana, tra sostenibilità e diversità bioculturale" a Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità (10 dicembre 2025). Tale designazione rappresenta il punto di partenza per rileggere valori, tradizioni, storia e identità dei territori coinvolti, ricostruendone il percorso evolutivo. In coerenza con i principi del Progetto Mirabilia, l'azione mira a definire una nuova visione strategica condivisa per la valorizzazione delle eccellenze agroalimentari e culturali delle destinazioni Mirabilia, includendo le realtà imprenditoriali di qualità, nel rispetto delle specificità e dei trascorsi di ciascun territorio.

LE ATTIVITÀ EVOLUTIVE

Per la nuova edizione del Progetto Mirabilia si propone l'organizzazione di un Mirabilia Day dedicato, previsto nei giorni 6 e 7 novembre 2026 a Imperia. L'iniziativa si inserisce all'interno di un contesto già fortemente riconosciuto che potrà ulteriormente consolidarsi nel tempo come momento di riferimento nazionale sul tema dell'agroalimentare di qualità, in particolare in relazione ai valori culturali e identitari riconosciuti dall'Unesco.

L'obiettivo dell'evento è quello di valorizzare la Cucina Italiana quale patrimonio culturale, storico e identitario, rafforzandone la visibilità attraverso il coinvolgimento attivo dei territori e delle Camere di commercio aderenti alla Rete Mirabilia.

Nel corso della manifestazione sarà allestito uno spazio espositivo dedicato, costituito da un padiglione delle Camere di commercio della Rete Mirabilia, interamente focalizzato sulla valorizzazione della Cucina Italiana e delle sue molteplici espressioni territoriali.



In vista dell'evento, le Camere di commercio saranno coinvolte in una fase preliminare di selezione finalizzata all'individuazione di una ricetta rappresentativa per ciascuna provincia italiana. La selezione comprenderà anche preparazioni meno note ma fortemente identitarie, coerentemente con gli obiettivi del Progetto Mirabilia e con l'intento di restituire una rappresentazione autentica e diffusa del patrimonio gastronomico nazionale.

L'insieme delle ricette selezionate – rappresentative dell'intero percorso gastronomico italiano, dall'antipasto al dolce – costituirà la base per la realizzazione di una prima versione del Repertorio digitale sulla Cucina Italiana, articolato in sezioni dedicate a ciascuna Camera partner. Ogni ricetta sarà valorizzata attraverso un racconto strutturato che ne evidenzia la storia, il legame con la tradizione locale e il contesto culturale di riferimento, dando al contempo visibilità alle imprese della filiera agroalimentare coinvolte nella produzione e trasformazione delle materie prime.

Il Repertorio digitale sarà ulteriormente promosso attraverso una proiezione multimediale su cinque schermi, installati all'interno del padiglione, ciascuno dedicato a una macroarea geografica del Paese (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole). Tale impostazione consentirà una lettura integrata geografica e culturale della Cucina Italiana, mettendone in evidenza la ricchezza e la diversità territoriale.

Nella prima giornata prenderanno dunque avvio le attività di animazione del padiglione. Attraverso il supporto dei contenuti del Repertorio, alcuni protagonisti di rilievo del panorama enogastronomico e culturale nazionale accompagneranno i visitatori in un percorso narrativo dedicato al significato più profondo della Cucina Italiana. I contributi offriranno una riflessione sui valori che ne definiscono l'identità, sulle implicazioni culturali, sociali ed economiche, valorizzando il coinvolgimento delle imprese, nonché sugli elementi storici e simbolici che ne hanno determinato il riconoscimento e la rilevanza nel tempo.

È inoltre prevista l'organizzazione di una cena istituzionale accompagnata da un *live show cooking*, dedicato alla cucina dei territori della Camera di commercio ospitante. La preparazione dei piatti liguri diventerà occasione di racconto, dimostrazione pratica e valorizzazione delle eccellenze locali, dando vita a un'esperienza immersiva capace di integrare narrazione, gusto e tradizione.

Nella seconda giornata il programma includerà un convegno tematico sulla Cucina Italiana come patrimonio culturale, che si aprirà con un inquadramento storico sulle sue origini e sul percorso che ha condotto alla definizione del concetto di Cucina Italiana. Seguirà un approfondimento sul recente riconoscimento Unesco e sul suo significato strategico per i territori. Il confronto offrirà spunti di riflessione sul ruolo delle Camere di commercio nella valorizzazione del patrimonio enogastronomico, con l'obiettivo di costruire un patrimonio condiviso di contenuti, visioni, strumenti e metodologie utili a promuovere circuiti enogastronomici e a rafforzare l'attrattività dei territori della Rete Mirabilia.

Particolare attenzione sarà dedicata al rapporto tra territorio, prodotto, impresa e cucina, considerando anche gli aspetti sociali e culturali connessi al fenomeno gastronomico: le tradizioni locali, la filiera economica nel suo

complesso, le ricette come espressione di identità, il ruolo della donna, la trasmissione generazionale del sapere, le consuetudini e le pratiche che costituiscono la *legacy* culturale della Cucina Italiana.

Dal punto di vista organizzativo la Camera di commercio ospitante curerà:

- l'organizzazione complessiva dell'evento e allestimento (inclusi *location*, padiglione espositivo);
- logistica (transfer per spostamenti interni);
- n. 1 *show cooking* con cena;
- n. 1 *light lunch*.

Restano a carico del Progetto:

- la realizzazione del Repertorio digitale;
- l'individuazione e l'ingaggio dei divulgatori esperti per la prima giornata con attrezzature digitali per la presentazione (5 monitor);
- l'organizzazione tecnico-scientifica del Convegno (selezione dei contenuti, individuazione di relatori internazionali, contatto e ospitalità di relatori e moderatore, ecc.);
- costi di comunicazione e promozione dell'evento sui social.

OUTPUT <i>a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante</i>	• Prima versione del Repertorio digitale sulla Cucina Italiana; • Spunti di riflessione e confronto di Rete sul ruolo delle Camere di commercio nella valorizzazione del patrimonio enogastronomico; • Elementi per la definizione di linee guida per la progettazione, gestione, valorizzazione di un circuito enogastronomico; • Promozione di ricette locali e di circuiti enogastronomici nei territori Mirabilia.
--	---



ATTIVITÀ 6: MIRABILIA STUDY TOUR RIVOLTO ALLA GOVERNANCE E ALL'ALTA DIRIGENZA CAMERALE

GLI OBIETTIVI

Avviare un programma di formazione strutturato (Study Tour) rivolto alla Governance camerale, ai Segretari Generali e ai Dirigenti delle Camere di commercio partner, finalizzato a offrire un percorso formativo di alto livello capace di coniugare approfondimento teorico e applicazione pratica, attraverso l'analisi di casi concreti di successo e visite sul campo, favorendo il rafforzamento delle competenze strategiche e operative a supporto delle politiche di sviluppo territoriale.

LE ESPERIENZE

L'iniziativa si fonda sull'esperienza pregressa dell'Università degli Studi di Perugia, che nelle precedenti edizioni del Progetto ha curato la realizzazione del Master Mirabilia (MMCT), originariamente strutturato come percorso di *alta formazione nella valorizzazione turistica del patrimonio culturale a beneficio delle giovani generazioni.*

Alla luce dell'esperienza maturata, tenuto anche conto dei risultati contenuti in termini di numero di partecipanti, si è ritenuto opportuno valorizzare e capitalizzare il patrimonio di conoscenze, competenze e strumenti sviluppati, mettendolo a disposizione del sistema camerale e della Rete Mirabilia. Tale scelta risponde all'esigenza di trasformare un'esperienza formativa consolidata in un asset strategico condiviso, in grado di generare benefici diffusi e duraturi per l'intera rete.

Il percorso viene pertanto ripensato come strumento strutturato di conoscenza condivisa, basato su contenuti di matrice accademica e scientificamente validati, sui quali costruire un programma formativo organico e sistemico rivolto alla Governance camerale e all'alta dirigenza delle Camere di commercio. L'obiettivo è favorire il rafforzamento delle capacità di indirizzo, programmazione e decisione strategica delle destinazioni turistiche culturali che possono beneficiare del marchio Unesco, attraverso un modello formativo coerente con le esigenze evolutive delle Camere di commercio e dei territori di riferimento.

LE ATTIVITÀ EVOLUTIVE

Per l'edizione corrente, lo Study Tour sarà strutturato in una "due giorni" di studio. Il percorso adotterà una metodologia didattica integrata, volta a garantire un equilibrio tra approfondimento teorico e applicazione pratica. In vista della "due giorni" si prevedono anche momenti didattici propedeutici e preparatori alle attività dello Study Tour.

In particolare, il programma prevede lo svolgimento di lezioni frontali (*study*), affidate a docenti universitari ed esperti di comprovata qualificazione, affiancate da sessioni di approfondimento dedicate alla presentazione, analisi e discussione di casi studio. A completamento del percorso formativo, sarà organizzata una visita sul territorio (*tour*),



concepita come momento di osservazione diretta e di confronto operativo con modelli territoriali di eccellenza, selezionati per la loro coerenza con i tematismi trattati.

Il programma didattico sarà articolato intorno a ambiti tematici specifici, individuati di volta in volta in coerenza con gli obiettivi strategici del Progetto Mirabilia e con il patrimonio di competenze che si intende progressivamente consolidare all'interno della rete. Particolare rilievo sarà attribuito al rafforzamento della capacità progettuale del network, con riferimento alla valorizzazione innovativa del patrimonio culturale, e nello specifico dei siti Unesco, attraverso l'analisi di buone pratiche sviluppate in contesti territoriali analoghi, sia a livello nazionale che europeo.

Pivot scientifico del percorso sarà l'Università degli Studi di Perugia, che, forte del suo consolidato *background* nello sviluppo dei contenuti del Master Mirabilia, garantirà il coordinamento scientifico dell'iniziativa, anche rafforzando la collaborazione con le Università della Basilicata, di Genova, Pescara e Siena. In tale ambito, l'Ateneo provvederà alla selezione dei docenti, degli esperti e dei *testimonial*, nonché alla predisposizione dei materiali didattici del percorso formativo e – in stretto raccordo con Isnart – all'individuazione dei contenuti, della scelta della destinazione e dell'organizzazione dello Study Tour.

Al termine dello Study Tour e del percorso formativo, potrà essere rilasciato ai partecipanti un attestato di certificazione delle competenze acquisite, valido ai fini del riconoscimento di Crediti Formativi Universitari (CFU), secondo quanto previsto dai regolamenti universitari vigenti. Inoltre, in raccordo con Unioncamere, potrà essere valutata la possibilità di riconoscere le attività svolte come ore di formazione obbligatorie per i Segretari Generali e l'alta dirigenza delle Camere di commercio, in coerenza con i rispettivi percorsi di aggiornamento professionale.

OUTPUT a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante	• Study tour con lezioni teoriche e visite sul campo; • Materiale didattico <i>ex ante</i> ed <i>ex post</i>; • Condivisione di buone prassi nazionali e internazionali; • Rafforzamento delle competenze strategiche e progettuali della governance; • Attestato di partecipazione con crediti formativi e ore di formazione per SG e alta dirigenza camerale.
--	---

ATTIVITÀ 7: MIRABILIA EUROPA

GLI OBIETTIVI

Definire il programma annuale in collaborazione con l'Asbl di Unioncamere a Bruxelles, per continuare a presidiare i rapporti con Mirabilia Francia ed estendere i rapporti ad altri Paesi Europei (a cominciare alla Spagna). Saranno valutate iniziative comuni, garantendo la partecipazione a tavoli UE di interesse per Mirabilia e l'inserimento del Progetto sulla piattaforma europea European Tourism Platform.

LE ESPERIENZE

Il Memorandum of Understanding siglato a Matera e i diversi incontri con le Camere europee hanno consentito negli anni di generare contatti con Camere di commercio francesi, spagnole, croate, bulgare e greche interessate sia al modello di governance che ai contenuti da poter sviluppare in questo contesto. Anche il Forum delle Camere di commercio dell'Adriatico e dello Ionio (Italia, Albania, Croazia, Bosnia Erzegovina, Grecia, Montenegro, Serbia) mostra nei confronti di Mirabilia grande interesse e disponibilità a lavorare congiuntamente su fronti progettuali comuni.

Al fine di perseguire l'obiettivo di estendere il progetto a livello europeo, il network Mirabilia si è avvalso del supporto di Unioncamere Europa che ha avviato relazioni istituzionali finalizzate ad accreditare il progetto presso Unesco.

L'approccio innovativo di Mirabilia è diventato un modello riconosciuto e adottato anche in altri Paesi. Nel mese di novembre del 2023 si è tenuta l'assemblea costitutiva dell'associazione "Mirabilia France", che ha così permesso al network italiano di varcare ufficialmente i confini italiani. Questo importante momento ha confermato il ruolo di Mirabilia come modello europeo di governance tra territori turistici, con a capo le Camere di commercio. L'obiettivo è stato quello di dare vita a un modello associativo continentale, in grado di valorizzare le aree geografiche su cui insistono siti Unesco. Il legame con Mirabilia France ha puntato a favorire un migliore dialogo con la Commissione Europea e gli uffici Unesco di Parigi, generando così benefici per il tessuto imprenditoriale e per implementare la valorizzazione dei territori.

ATTIVITÀ EVOLUTIVE

L'obiettivo generale dell'intervento è posizionare il Progetto Speciale Mirabilia come asse per la valorizzazione sostenibile degli attori aderenti alla rete, favorendo lo sviluppo del turismo culturale, la transizione verde e la cooperazione tra Camere di commercio a livello europeo.

Oltre a proseguire l'azione di consolidamento delle relazioni con Unesco, si intende far crescere ulteriormente e posizionare Mirabilia a livello europeo attraverso l'integrazione con le Camere di commercio estere in un'ottica di cooperazione per i territori "Patrimonio dell'Umanità". In questo senso, vanno continuate le attività con Mirabilia Francia e il nucleo delle Camere spagnole interessate alla creazione di un coordinamento Mirabilia. È previsto l'approfondimento per la partecipazione coordinata a una o più progettualità con finanziamento europeo per condividere modalità organizzative e di lavoro che nel medio periodo consentano la creazione di un partenariato stabile.

Unioncamere Europa garantirà la partecipazione al Gruppo di esperti europei: La Commissione (GROW - DG Mercato interno, Industria, Imprenditoria e PMI) ha istituito a giugno 2023 un gruppo informale di esperti europei per il turismo, al quale Unioncamere Europa partecipa in rappresentanza del network Mirabilia, promuovendo il riconoscimento della Rete come buona pratica all'interno del Piano d'Azione Turismo 2030 della Commissione UE.

Nel corso dell'edizione di progetto 2026-2027 è prevista la progettazione di una piattaforma digitale "Mirabilia Europa" per contenuti, formazione e buone pratiche condivise con una sezione dedicata allo sviluppo della piattaforma narrativa-geografica "Walk with Mirabilia" per la valorizzazione integrata dei percorsi culturali europei.

OUTPUT a beneficio di ciascuna Camera di commercio partecipante	• Partecipazione a <i>meeting</i> organizzati a livello europeo; • Rafforzamento della Rete Europea delle Camere Mirabilia con progettazione di interventi condivisi; • Fornitura di un report del resoconto dell'attività di presidio dei tavoli per la valorizzazione della rete Mirabilia; • Evidenza dei bandi comunitari su turismo e cultura di interesse per imprese ed Enti camerali.
---	--

TEMPI

Le attività inizieranno il 1° giugno 2026 e termineranno entro il 31 maggio 2027.

CRONOPROGRAMMA DI DETTAGLIO

A seguire, si riporta l'articolazione temporale delle attività del Progetto speciale Mirabilia.

		2026						2027							
		GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO
1. Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità		BORSA MIRABILIA													
2. Rapporto Mirabilia						Presentazione TTG - Primi risultati	Genova - Presentazione Rapporto	DIFFUSIONE RAPPORTO		Presentazione focus alla BIT					
3. Iniziative per innovazione tecnologica (a carico di Unioncamere)		TOP OF THE PID				PREMIAZIONE IMPRESE PID TTG									
4. Promozione della filiera dell'oleturismo											FIERA OLIO CAPITALE				
5. Mirabilia Day	5.1 Dagli eventi alla politica degli eventi				MIRABILIA DAY Sassari 17-18 sett										
	5.2 Valorizzazione della Cucina Italiana						MIRABILIA DAY Imperia 7-8 nov								
6. Study Tour												STUDY TOUR			
7. Mirabilia Europa															

COSTI

Per la realizzazione delle attività illustrate, il costo complessivo - IVA esclusa - è pari ad € 765.255 ovvero € 933.611 - IVA inclusa - come riporta in dettaglio la tabella a seguire.

La percentuale dei costi esterni, ancorché elevata, è tuttavia relativa a servizi indispensabili e strumentali rispetto all'esecuzione della commessa. A questo proposito, si evidenzia, peraltro, che sui costi esterni previsti per le attività che richiedono la fornitura di un servizio, non sono stati imputati i costi generali di Isnart.

La non imputazione dei costi generali sui costi esterni rende l'acquisizione di questo servizio neutrale rispetto al soggetto che procede all'acquisizione (Isnart o Camera di commercio o Unioncamere).

La quota di partecipazione di ciascuna Camera di commercio è pari a € 28.983 + IVA. All'edizione del Progetto Speciale Mirabilia (1° giugno 2026 – 31 maggio 2027) parteciperanno 23 Camere di commercio. Oltre alle 20 Camere di commercio che tradizionalmente partecipano al Progetto Speciale Mirabilia, in questa annualità hanno aderito la Camera di commercio di Arezzo-Siena, di Frosinone-Latina e di Modena.

Di seguito il preventivo economico generale del Progetto Speciale Mirabilia.



ISNART



OFFERTA ECONOMICA 2026 - 2027

Nome committente:	Progetto speciale Mirabilia
Codice committente:	
Cliente:	Camera di commercio
Data inizio - fine:	1° giugno 2026 - 31 maggio 2027
Corrispettivo progetto:	
Responsabile di commessa:	Narciso Galeano

a) COSTI DIRETTI INTERNI		Totale		Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità		Rapporto "L'Italia della Mirabilia: dai numeri alle migliori prassi"		Iniziative per innovazione tecnologica (quota Unilescopere)		Promozione filiera oliveturismo		MIRABILIA DAY		Valorizzazione della Cocina Italiana		Mirabilia Study Tour		Mirabilia Europa	
												Degli eventi alla politica degli eventi							
Personale Dipendente	costo	gg	importo	gg	importo	gg	importo	gg	importo	gg	importo	gg	importo	gg	importo	gg	importo	gg	importo
Dirigente	600	50	30.000	8	4.800	10	6.000	8	4.800	4	2.400	2	1.200	2	1.200	10	6.000	6	3.600
Senior A	480	62	23.760	16	7.680	10	4.800	12	5.760	4	1.920	2	960	2	960	8	3.840	8	3.840
Senior B	360	84	30.240	22	7.920	22	7.920	12	4.320	4	1.440	4	1.440	4	1.440	10	3.600	6	2.160
Junior A	290	119	34.510	26	7.540	28	8.120	14	4.060	5	1.450	10	2.900	10	2.900	16	4.640	10	2.900
Junior B	220	138	30.360	30	6.600	30	6.600	20	4.400	6	1.320	10	2.200	10	2.200	18	3.960	14	3.080
Totale costi diretti INTERNI		453	154.870	102	34.540	100	33.440	64	23.340	23	9.530	20	8.700	20	8.700	62	22.040	44	15.500
b) COSTI DIRETTI ESTERNI		Totale																	
Buyer turismo e Food			63.570		63.570														
Viaggi e trasferimenti Buyer			110.000		110.000														
Ospitalità Buyer			40.000		40.000														
Gestione agenda b2b			20.000		20.000														
Spedizioni materiale seller			20.000		20.000														
Partecipazione TTG e Urban-Promo			11.000		7.000				4.000										
Interpretariato			22.000		22.000														
Organizzazione Mirabilia Day			40.000										20.000		20.000				
Ospitalità Relatori			5.000		5.000														
Asset Baudicato			55.000		40.000						5.000		5.000		5.000				
Indagini turisti e imprese			35.000				35.000												
Revisione materiale promozionale			25.000		25.000														
Viaggi e trasferimenti personale Invert			12.000		4.000						2.000		2.000		2.000				2.000
Servizi Asst Bx			20.000																20.000
Mirabilia study tour			35.000														35.000		
Premio Top of the PID			5.000						15.000										
Valorizzazione filiera oliveturismo			40.000								40.000								
Totale costi diretti ESTERNI			568.570		356.570		35.000		19.000		47.000		27.000		27.000		35.000		22.000
SUNTA COSTI GENERALI																			
			41.815		8.326		8.020		6.302		2.303		2.349		2.349		5.251		4.207
TOTALE			166.354		68.866		17.043		19.701		12.723		9.371		9.371		13.650		8.133



Di seguito l'offerta per ciascuna delle Camere di commercio partecipanti (si ricorda che l'attività 3 *Iniziativa per innovazione tecnologica* è a carico di Unioncamere).

OFFERTA ECONOMICA 2026 - 2027	
Nome commessa:	Progetto speciale Mirabilia
Codice commessa:	
Cliente:	Camere di commercio
Data inizio - fine	1° giugno 2026 - 31 maggio 2027
Corrispettivo progetto:	
Responsabile di commessa:	Narciso Galasso

a) COSTI DIRETTI INTERNI		Totale	
Personale Dipendente	costo	gg	importo
Dirigente	600	2	1.095,65
Senior A	480	2	1.043,48
Senior B	360	3	1.126,96
Junior A	290	5	1.323,91
Junior B	220	5	1.128,70
Totale costi diretti INTERNI		17	5.718,70

b) COSTI DIRETTI ESTERNI		Totale	
Buyer turismo e Food			2.763,91
Viaggi e transfer Buyer			4.782,61
Ospitalità Buyer			1.739,13
Gestione agende b2b			869,57
Spedizione materiale seller			869,57
Partecipazione TTG e Urban-Promo			304,35
Interpretariato			956,52
Organizzazione Mirabilia Day			1.739,13
Ospitalità Relatori			217,39
Asset Basilicata			2.391,30
Indagini turisti e imprese			1.521,74
Revisione materiale promozionale			1.086,96
Viaggi e trasferite personale Isnart			521,74
Servizi Asbl Bx			869,57
Mirabilia study tour			1.521,74
Premio Top of the PID			-
Valorizzazione filiera oleoturismo			1.739,13
Totale costi diretti ESTERNI			23.894,35

QUOTA COSTI GENERALI			1.544,05
storno quota parte iscrizione azienda			- 2.175,91
IVA			6.376,30

L'importo di partecipazione per la singola Camera di Commercio è ottenuto sottraendo all'ammontare complessivo, la quota di Unioncamere che finanzia le iniziative di innovazione



tecnologica (premio Top of the PID - Mirabilia) e le entrate derivanti dalle quote di adesione (200 euro + iva cad.) poste a carico delle imprese coinvolte nella Borsa Mirabilia.

MODALITA' DI FATTURAZIONE

La fatturazione degli importi relativi al progetto (edizione 1° giugno 2026 - 31 maggio 2027) avverrà secondo le seguenti modalità:

- 30% all'accettazione della presente offerta tecnico-economica;
- 40% entro il 31/12/2026, a fronte di una relazione sulle attività svolte;
- 30% a conclusione delle attività prevista entro il 31 maggio 2027.

Nel bilancio dell'anno 2026, le Camere di commercio potranno rendicontare nell'ambito del Progetto Turismo finanziato con il 20% di aumento del diritto annuale, attività per complessivi euro 29.137,58 esclusa IVA, così articolate:

- le attività relative alla coda di Progetto 2025-26 realizzate nel primo semestre 2026, pari ad euro 8.849,36 esclusa IVA (30% dell'incarico complessivo);
- le attività previste a partire dal 1° giugno fino al 31 dicembre 2026, pari ad euro 20.288,22 esclusa IVA (30% + 40% della nuova edizione del Progetto 2026-27).

Addendum sul trattamento dei dati personali

In riferimento alla proposta di attività

“LE CAMERE DI COMMERCIO PER LO SVILUPPO CULTURALE LOCALE”

PROGETTO SPECIALE MIRABILIA 2026-2027

Nell’ambito del Regolamento UE 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (di seguito “GDPR”) Isnart riconosce ed applica le vigenti disposizioni in materia di trattamento dei dati personali.

Nell’esecuzione delle attività connesse e strumentali alla presente offerta tecnico economica, le Parti si danno reciprocamente atto che lo scambio di dati che ne deriva risponde ai principi di correttezza, liceità, pertinenza e proporzionalità determinati dalle specifiche normative nazionali ed europee.

Pertanto, nella esecuzione delle linee di attività volte alla realizzazione delle singole azioni contemplate nel Progetto Speciale Mirabilia 2026- 2027, le Parti tratteranno i dati personali in qualità di Titolari autonomi del trattamento ai sensi dell’articolo 4, nr. 7) del GDPR, sia fra di loro che nei confronti dei soggetti cui i dati personali trattati sono riferiti.

ISNART SCPA, con sede legale in Roma, Piazza Sallustio 21, C.F. 04416711002 in persona del suo legale rappresentante pro tempore, la Presidente Loretta Credaro, C.F. CRDLTT61P63I829Z, e-mail info@isnart.it PEC isnart@legalmail.it ha nominato un Responsabile della Protezione dei Dati (RPD) contattabile all’indirizzo mail: dpo@isnart.it.