



AID 12313/01/5

## **Report attività Globe Inside con contributo di AICS giugno 2021 - maggio 2024**

Globe Inside è un tour operator di Castelfidardo (AN) con anni di esperienza nella creazione di prodotti turistici tematici con un occhio di riguardo all'innovazione e alla digitalizzazione. L'azienda ha portato la sua esperienza in Bosnia Erzegovina per implementare un processo di sviluppo sostenibile della destinazione del Cantone di Tuzla, tagliato fuori dai circoli del turismo tradizionale. A partire dal 2021 per tre anni, attraverso i fondi del Bando Profit dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS), Globe Inside ha investito €50.000,00 nella creazione di una sede operativa a Kladanj impiegando giovani donne locali, sviluppando nuovi prodotti turistici e tessendo una fitta rete di collaborazioni a livello locale e nazionale con il fine di uno sviluppo sostenibile ed innovativo della destinazione

### **Digital Destination Tuzla**

Il progetto Digital Destination Tuzla ha avuto l'obiettivo di generare una trasformazione significativa nel territorio, rispondendo da una parte alle esigenze del mercato del turismo responsabile e dall'altra di creare opportunità uniche per i giovani del posto.

#### *Destinazione sostenibile*

L'iniziativa mirava a trasformare il territorio in una destinazione turistica sostenibile, promuovendo la valorizzazione della natura e della cultura con un focus speciale verso la crescita personale e professionale di giovani del luogo. Per la comunità locale, essere coinvolti in un progetto di tale portata ha significato acquisire competenze e opportunità lavorative. Centrale è stato offrire la possibilità di rimanere e contribuire attivamente alla propria terra, evitando la necessità di migrazioni verso città più grandi o l'estero scelta che molte persone del luogo ha intrapreso negli ultimi anni.

L'impatto si è concretizzato attraverso diverse attività strategiche che hanno reso il progetto un esempio di innovazione e inclusione. L'organizzazione e l'ottimizzazione dei servizi sono state accompagnate da un'innovazione nei prodotti turistici esperienziali e da una digitalizzazione mirata dei servizi e della customer journey.



AID 12313/01/5

### *Collaborazioni strategiche*

Di fondamentale importanza fin dall'inizio è stato il coinvolgimento di stakeholder locali sia privati che pubblici. L'iniziativa infatti, ha raccolto diversi consensi da parte dell'amministrazione pubblica sia locale che cantonale con scambi regolari con il sindaco di Kladanj ed il ministro dei trasporti e del turismo. Anche diversi fornitori locali si sono dimostrati aperti a collaborare offrendo i propri servizi per lo sviluppo di pacchetti ed esperienze innovative.

Un altro elemento chiave è stata l'apertura di una sede operativa a Kladanj, diventata un punto di riferimento per gli stakeholder locali. Gestita da tre giovani donne del luogo, questa sede ha rappresentato un passo avanti nell'imprenditorialità femminile. Il team, supportato da una formazione continua e da esperienze internazionali, ha acquisito nuove competenze per rispondere alle esigenze del mercato globale.

### *Formazione e capacity building*

La scelta delle figure per la gestione della sede operativa è ricaduta su tre giovani donne di Kladanj e Tuzla che sono state affiancate fin dall'inizio da una coordinatrice dell'ONG Cisp che ha collaborato e supervisionato tutte le operazioni. Le tre figure, con background differenti hanno portato una grande varietà di esperienze che sono state utili nella gestione dell'impresa. Ciò nonostante centrale è stata la formazione specifica sul turismo che ha permesso ad una di loro di acquisire la licenza di direttore tecnico di agenzia di viaggi, in una prospettiva di capacity building che va al di là del periodo del progetto. La formazione ricevuta dal team è stata variegata ed ha toccato diverse tematiche riguardanti lo sviluppo turistico, tra cui la tematizzazione dell'offerta, le tecniche ed i canali di vendita, lo storytelling turistico ma anche l'accesso a bandi pubblici e la stesura di progetti.

Parallelamente alla formazione sono state portate avanti le vere e proprie attività operative che sono iniziate con un lungo processo di ricerca ed analisi delle risorse locali per arrivare alla tematizzazione del prodotto turistico. Dopodiché si è passato alla digitalizzazione dei servizi turistici per agevolare l'accesso a piattaforme di prenotazione in vista della commercializzazione di servizi e pacchetti tematici sui mercati locali e internazionali.

Il progetto ha anche avuto un impatto positivo sulla percezione del turismo tra i residenti locali, mostrando come questo settore possa essere un motore di sviluppo sostenibile e non solo un'attività commerciale. Attraverso il coinvolgimento diretto,



AID 12313/01/5

la comunità è stata sensibilizzata sull'importanza di preservare e valorizzare le risorse naturali e culturali.

### *Coinvolgimento di giovani studenti*

La collaborazione con l'Università di Trento e l'Università del Cantone di Tuzla ha dato vita ad uno scambio culturale e accademico chiamato Konjuh Camp che ha coinvolto venti studenti italiani e venti studenti bosniaci. Attraverso workshop e conferenze su temi come la cooperazione internazionale, lo sviluppo sostenibile e la salvaguardia del territorio, i giovani partecipanti hanno vissuto esperienze di apprendimento e confronto uniche, visitando il Cantone di Tuzla e il Parco Nazionale Lazio, Abruzzo e Molise. Questo evento ha rappresentato un importante momento di condivisione, supportato da Globe Inside d.o.o., che ha coordinato l'organizzazione e la promozione. L'interazione tra studenti provenienti da contesti culturali differenti ha favorito la comprensione reciproca e la creazione di reti di collaborazione.

### **Obiettivi raggiunti**

Nel periodo compreso tra Giugno 2021 e Maggio 2024 sono state sviluppate in collaborazione con diversi fornitori locali una serie di pacchetti turistici volti alla valorizzazione del territorio e della cultura del Cantone di Tuzla e di tutto il territorio della Bosnia Herzegovina.

Nel Cantone di Tuzla, è stata sviluppata un'offerta mirata al mercato tedesco, data la presenza di voli stagionali diretti. Sono stati creati 5 pacchetti in formato escursione giornaliera (da Sarajevo) e 5 pacchetti della durata di un weekend.

Nel territorio di Bosanska Krupa e a Blidinje, che conta di un Parco Nazionale tra i più belli della nazione, sono stati sviluppati pacchetti di escursioni giornaliere e soggiorni brevi in collaborazione con strutture locali, mirati al mercato croato e italiano nei segmenti famiglie e amanti dello sport (2 pacchetti per Bosanska Krupa e 2 per Blidinje).

A Sarajevo è stato creato un pacchetto per il mercato arabo data la presenza di voli diretti e l'affinità culturale mirati al segmento famiglie.

A Medjugorje è stato creato un pacchetto per il mercato italiano dedicato ai gruppi religiosi.

Tra le attività di incoming sono stati anche organizzati due incentive tour aziendali con visite guidate di Kladanj e del paesaggio protetto di Konjuh per una banca di



AID 12313/01/5

Sarajevo ed un'associazione di Mostar. L'intera programmazione e svolgimento dei tour è stata portata avanti dal team Globe Inside di Kladanj.

Per quanto riguarda invece le attività di digitalizzazione, sono stati digitalizzati 35 punti di interesse e 5 itinerari nel Cantone di Tuzla con l'integrazione di contenuti multimediali.

### **Progetti futuri**

Nel 2025, l'obiettivo principale sarà lo spostamento strategico della sede operativa dalla Federazione di Bosnia alla Repubblica Srpska mantenendo la linea di business attuale. Tale trasferimento è pensato per ampliare il raggio d'azione e consolidare una nuova rete di stakeholder locali. L'approccio adottato sarà simile a quello portato avanti a Kladanj dato che la nuova sede sarà nelle vicinanze di un Parco Nazionale molto importante e strategicamente localizzato vicino ad altre destinazioni turistiche in Serbia e Montenegro.

Il trasferimento vedrà anche un ricambio all'interno del team con due nuove assunzioni, contribuendo all'integrazione di competenze fresche e al consolidamento dell'approccio imprenditoriale. Queste due nuove figure sono rappresentate da guide turistiche e ambientali locali, già formate e pronte a offrire un supporto esperto nel promuovere l'area, arricchendo l'offerta di pacchetti e itinerari. Tale scelta è dettata anche dal fatto che queste guide hanno già creato negli anni un network di clienti fidelizzati che possono garantire la redditività dell'azienda nonché una base solida su cui andare a distribuire nuovo prodotto turistico.