

Protocollo di Lavoro : Community Lab in Corsica | Protocole de travail : Community Lab en Corse

Prodotto | Livrable T5.3.1

Introduzione | Introduction

Il progetto QMBAC, finanziato dal programma Interreg Italia-Francia Marittimo 2014-2020, ha sperimentato la concretizzazione dell'approccio « community-based » allo sviluppo di forme turistiche sostenibili in ambito urbano. Tale approccio, definito in letteratura come « turismo basato sulla comunità » (Community-Based Tourism) garantisce che le comunità locali abbiano la piena proprietà e gestione dell'esperienza turistica, in modo che i benefici economici del turismo rimangano all'interno della comunità stessa. Il CBT è progettato per offrire ai viaggiatori un assaggio autentico del patrimonio di una comunità locale, delle loro pratiche culturali e delle risorse naturali, e in questo modo offre un'esperienza di viaggio ricca e coinvolgente | Le projet QMBAC, financé par le programme Interreg Italie-France Maritime 2014-2020, a expérimenté la mise en œuvre de l'approche « communautaire » du développement de formes de tourisme durable en milieu urbain. Cette approche, définie dans la littérature comme « tourisme communautaire » (Community-Based Tourism), garantit que les communautés locales s'approprient et gèrent pleinement l'expérience touristique, de sorte que les avantages économiques du tourisme restent au sein de la communauté elle-même. Le CBT est conçu pour offrir aux voyageurs un avant-goût authentique du patrimoine, des pratiques culturelles et des ressources naturelles d'une communauté locale et, ce faisant, offre une expérience de voyage riche et attrayante.

Il progetto QMBAC ha promosso « Quality Made », un marchio di identità culturale che certifica le aziende le cui attività si basano su principi di sostenibilità culturale, ambientale e sociale. Il marchio « Quality Made » si rivolge a viaggiatori alla ricerca di luoghi genuini e unici, un'esperienza di viaggio rispettosa dell'ambiente e delle comunità locali. Le aziende certificate « Quality Made » sono accomunate dal profondo radicamento nel territorio, dall'attenzione alle peculiarità della cultura locale, dalla particolare cura nella realizzazione di prodotti e servizi di alta qualità e dalla loro forte connotazione artigianale e territoriale | Le projet QMBAC a promu "Quality Made", une marque d'identité culturelle qui certifie les entreprises dont les activités sont basées sur des principes de durabilité culturelle, environnementale et sociale. La marque "Quality Made" s'adresse aux voyageurs à la recherche de lieux authentiques et uniques, d'une expérience de voyage respectueuse de l'environnement et des communautés locales. Les entreprises certifiées "Quality Made" ont en commun leur enracinement profond dans le territoire, leur attention aux particularités de la culture locale, leur soin particulier dans la création de produits et services de haute qualité et leur forte connotation artisanale et territoriale.

In Corsica, 3 imprese sono risultate beneficiarie dei servizi e delle consulenze messe a disposizione dal progetto QMBAC, e sono state certificate con il marchio « Quality Made », in

particolare | En Corse, 3 entreprises ont bénéficié des services mis à disposition par le projet QMBAC, et ont été certifiées par le label "Quality Made", notamment :

- **« What is Eat »** che commercializza un'innovativa soluzione informatica che consente ai ristoratori di tutto il mondo di offrire una traduzione efficace dei loro menu e di fornire altre informazioni sui piatti che offrono, in modo molto semplice, senza investimenti, e ad un prezzo molto conveniente. Il servizio whatiseat.com è una soluzione innovativa di traduzione di menu che genera istantaneamente, tramite smartphone, la traduzione in più di 20 lingue delle informazioni presenti su un menu. Concretamente il ristoratore ha uno spazio dedicato sul sito www.whatiseat.com dal quale deve solo inserire nella sua lingua: 1) il nome dei piatti che propone; 2) gli ingredienti o gli ingredienti principali di questi piatti; 3) allergeni correlati (se desiderato); 4) e, sempre volendo, una foto dei piatti oltre ad altre informazioni (biologiche, specialità, ecc.). WHATISEAT.com genera anche un QRCode allegato al menu che il ristoratore può stampare direttamente sulle sue carte o "sticker" sul suo menu o su qualsiasi altro supporto desiderato | **« What is Eat »** qui commercialise une solution informatique innovante permettant aux restaurateurs du monde entier de proposer une traduction efficace de leurs menus et de renseigner d'autres informations sur les plats qu'ils proposent, très simplement, sans investissement, et pour un prix très abordable. Le service WHATISEAT.com est une solution de traduction de menu innovante qui permet de générer instantanément, via un smartphone, la traduction en plus de 20 langues d'informations présentes sur un menu. Concrètement, le restaurateur possède un espace dédié sur le site www.whatiseat.com à partir duquel il n'a qu'à renseigner dans sa langue : 1) le nom des plats qu'il propose ; 2) les ingrédients ou principaux ingrédients de ces plats ; 3) les allergènes liés (si souhaité) ; 4) et, toujours si souhaité, une photo des plats ainsi que d'autres informations (bio, spécialité, etc.). WHATISEAT.com génère par ailleurs un QRCode rattaché au menu que le restaurateur peut soit imprimer directement sur ses cartes soit « sticker » sur son menu ou sur n'importe quel autre support souhaité.
- **« Marialine Confettura»** che realizza confetture e gelatine di diversi gusti, che vengono confezionate in vasetti, avvolte da un'etichetta per confetture destinate alla distribuzione | **« Marialine Confettura»** qui fabrique différentes saveurs de confitures et de gelées, qui sont conditionnées dans des bocaux, drapés dans une étiquette pour confiture destinée à la distribution
- **« SAS Key »** che fornisce ai propri clienti (Commercianti, artigiani, creatori, produttori, ecc.), tramite un supporto personalizzato al 100%, una soluzione digitale innovativa chiavi in mano e à-la-carte in base alle loro esigenze: a) Realizzazione di una vetrina digitale; b) Formazione e affiancamento sulla digitalizzazione dell'impresa; c) Promozione del prodotto e potenziamento delle vendite; d) Creare e promuovere eventi. Il supporto offerto da SAS KEY deve consentire ai propri clienti di utilizzare strumenti digitali per facilitare gli scambi con i clienti: aggiornare un sito web, crearne uno

internazionale o anche responsive, cioè accessibile da computer ma anche da tablet o smartphone | « SAS Key » qui met à la disposition de sa clientèle (Commerçants, artisans, créateurs, producteurs...), via un accompagnement 100 % personnalisé, une solution digitale innovante clé en main et à la carte selon ses besoins : a) Création de d'une vitrine digitale ; b) Formation et coaching sur la digitalisation de l'entreprise ; c) Promotion des produits et booster de ventes ; d) Créer et promouvoir des événements. L'accompagnement proposé par la SAS KEY doit permettre à sa clientèle d'utiliser les outils numériques pour faciliter les échanges clients : mettre un site internet à jour, créer celui à l'international ou encore responsive, c'est-à-dire accessible sur ordinateur mais aussi sur tablette ou smartphone.

Numerosi incontri e scambi sia formali che informali sono stati organizzati e promossi tra Sud Concept (in qualità di partner territoriale della Corsica), le imprese beneficiarie di QMBAC e quelle già attive all'interno del network « Quality Made ». L'obiettivo di questi momenti è stato quello favorire l'incontro e lo scambio di esperienze tra imprenditori/imprenditrici di diverse micro-regioni della Corsica, con il fine ultimo di creare « massa critica » attorno all'importanza di ripensare il turismo in chiave « community-based », oltre che sviluppare interazioni durature tra gli attori privati del turismo e la parte politico-istituzionale sia a livello cittadino che provinciale che regionale | Nombreuses rencontres et échanges formels et informels ont été organisés et favorisés entre Sud Concept (en tant que partenaire territorial de la Corse), les entreprises bénéficiaires de QMBAC et celles déjà actives au sein du réseau « Quality Made ». L'objectif de ces moments était de favoriser la rencontre et l'échange d'expériences entre entrepreneurs/entrepreneurs de différentes microrégions de Corse, dans le but ultime de créer une « masse critique » autour de l'importance de repenser le tourisme dans une clé « communautaire », ainsi que le développement d'interactions durables entre les acteurs privés du tourisme et la partie politico-institutionnelle tant au niveau de la ville, de la province que de la région.

Inoltre, è stato sviluppato un questionario che, partendo dai 5 principi del « Manifesto Quality Made », ha cercato di indagare come e quale tipologia di sostenibilità dare a questi principi a livello locale della Corsica. Infatti, come recita il « Manifesto Quality Made » | Par ailleurs, un questionnaire a été élaboré qui, partant des 5 principes du « Manifeste Quality Made », a tenté d'étudier comment et quel type de pérennisation donner à ces principes au niveau local de la Corse. En effet, comme l'indique le « Quality Made Manifesto » :

1. Il viaggio cambia le persone, le persone che incontri cambiano il viaggio | Le voyage change les personnes, les personnes que tu rencontres changent le voyage
2. La nostra identità è la tua esperienza | Notre identité est ton expérience
3. Le risorse nel mondo sono limitate, noi ne abbiamo cura e le preserviamo | Les ressources du monde sont limitées, nous en prenons soin et les préservons

4. La sostenibilità è un percorso: crediamo nella forza di gesti concreti e quotidiani | Le développement durable est un parcours: nous croyons au pouvoir des gestes concrets et quotidiens
5. Qualità, Passione e idea di Futuro sono la nostra forza. Il "come" fa la differenza | Qualité, Passion et vision du Futur sont notre force. Le "comment" fait la différence.

A partire dai riscontri raccolti e dalle risposte che le imprese « Quality Made » hanno fornito, si riportano di seguito tre aspetti cruciali che rappresentano l'ossatura del « Protocollo di Lavoro » per la Corsica: il primo è quello delle politiche pubbliche ; il secondo è quello degli attori locali chiave da coinvolgere ; il terzo è il metodo di lavoro da utilizzare | A partir des retours d'expérience recueillis et des réponses apportées par les entreprises "Quality Made", voici trois aspects cruciaux qui constituent l'ossature du "Protocole de Travail" pour la Corse : le premier est celui des politiques publiques ; le second est celui des acteurs locaux clés à impliquer ; le troisième est la méthode de travail à utiliser.

Le politiche pubbliche in Corsica | Les politiques publiques en Corse

Il Piano di ripresa del turismo collettivo statale della Corsica, denominato "Tabella di marcia del turismo corso territorializzato", mira ad aumentare il sostegno agli investimenti e il sostegno alle PMI, con un budget di 6 milioni di euro | Le Plan de relance du tourisme État-Collectivité de Corse, baptisé "Feuille de Route territorialisée du tourisme Corse" vise à accentuer le soutien à l'investissement et l'accompagnement des TPE, avec un budget de 6 Millions d'euros.

Il "Piano Salvezza" che mira a realizzare una campagna eccezionale di promozione della destinazione Corsica, per un budget di 6,3 milioni di euro | Le "Plan Salvezza" qui vise à mettre en place une campagne exceptionnelle de promotion de la destination Corse, pour un budget de 6,3 millions d'euros.

In generale, per il 2023, la Collettività Territoriale della Corsica investirà 6 milioni di euro per lo sviluppo del turismo sostenibile | En générale, pour le 2023, la Collectivité Territoriale de Corse investira 6 millions d'euros pour le développement du tourisme durable.

Gli attori locali chiave da coinvolgere in Corsica | Les acteurs locaux clés à impliquer en Corse

- Gli **enti locali**, in particolare il Comune di Bastia, il Comune di Calvi, il Comune di Sari-Solenzara e gli **enti pubblici per la cooperazione intercomunale**, in particolare la Comunità di Agglomerazione di Bastia, la Comunità dei Comuni dell'Île-Rousse – Balagne, la Comunità dei Comuni dell'Alta Rocca per il loro ruolo in termini di sviluppo economico turistico e di tutela e valorizzazione dell'ambiente | **Les collectivités locales**, notamment la Ville de Bastia, la Ville de Calvi, la Ville de Sari-Solenzara et les **établissements publics de coopération intercommunale**, notamment la

Communauté d'agglomération de Bastia, la Communauté de communes de l'Île-Rousse – Balagne, la Communauté de Communes de l'Alta Rocca pour leurs rôles et actions incontournables en matière de développement économique touristique et de protection et mise en valeur de l'environnement.

- Gli **uffici del turismo**, in particolare l'ufficio turistico intercomunale di Bastia, l'ufficio regionale di informazione turistica della Cittadella di Calvi – Balagne, l'ufficio regionale di informazione turistica di Lecci e l'**Agenzia del turismo della Corsica**, per la loro azione volta a posizionare la destinazione della Corsica come una "destinazione preservata e isola verde del Mediterraneo" | **Les offices de tourisme**, notamment l'Office de tourisme intercommunal de Bastia, le Bureau d'information touristique régional de la Citadelle de Calvi – Balagne, le Bureau d'information touristique régional de Lecci et l'**Agence du Tourisme de Corse**, pour son action de positionnement de la destination Corse en tant que « destination préservée et d'île verte en Méditerranée ».
- **L'Agenzia di Sviluppo Economico della Corsica**: ente pubblico territoriale responsabile dell'attuazione della politica economica regionale e del sostegno alle PMI turistiche | **L'Agence de Développement Économique de la Corse** : établissement public territorial chargé de la mise en œuvre de la politique économique régionale et de soutien aux TPE touristiques.
- **Le reti dei professionisti dell'“Ecoturismo”**, in particolare “Ecoturismo Corse Orientale”, il Centro Ecoturismo U PAESOLU DI A SUVERA A U VENTU | **Les réseaux des professionnelles « Ecoturisme »**, notamment « Ecoturisme Corse Orientale », le Centre d'Ecoturisme U PAESOLU DI A SUVERA A U VENTU.

Il metodo di lavoro da utilizzare in Corsica | La méthode de travail à utiliser en Corse

Con l'obiettivo di dare sostenibilità ai 5 principi del « Manifesto Quality Made », il metodo di lavoro proposto per la Corsica – da implementarsi nei prossimi anni è il seguente | Dans le but de pérenniser les 5 principes du « Manifeste Qualité Made », la méthode de travail proposée pour la Corse - à mettre en œuvre dans les années à venir est la suivante :

- a) Costituzione di gruppi di lavoro multistakeholders su base micro-regionale, provinciale e regionale con l'obiettivo di « creare gruppo » | Mise en place de groupes de travail multipartites sur une base micro-régionale, provinciale et régionale dans le but de "créer un groupe solide"
- b) Organizzazione mensile di incontri di lavoro in videoconferenza e organizzazione bimestrale/trimestrale di incontri di lavoro in presenza con l'obiettivo di « restare aggiornati » sulle iniziative nei vari micro-territori | Organisation mensuelle de rendez-vous en visioconférence et organisation bimensuelle/trimestrielle de rendez-vous en présentiel dans le but de "se tenir au courant" des initiatives dans les différents micro-territoires

- c) Sviluppo di iniziative/eventi/progetti a livello micro-territoriale e regionale | Développement d'initiatives / événements / projets au niveau micro-territorial et régional
- d) Partecipazione a eventi/iniziative/progetti condotti da altri | Participation à des événements / initiatives / projets menés par d'autres

Allegato : Il questionario inviato alle aziende QMBAC della Corsica | Annexe : Le questionnaire envoyé aux entreprises QMBAC en Corse



QUALITY MADE_Community_Lab_Questionario

Domande

Risposte

Impostazioni

Sezione 1 di 6

La durabilité de QUALITY MADE en Corse ✕ ⋮

QUALITY MADE est un label d'Identité Culturelle de haute qualité qui certifie les entreprises dont les activités sont fondées sur des principes de durabilité culturelle, environnementale et sociale.

QUALITY MADE s'adresse aux voyageurs à la recherche de lieux authentiques et uniques, d'une expérience de voyage qui respecte l'environnement et les territoires.

Les entreprises certifiées QUALITY MADE ont en commun d'être profondément enracinées dans le territoire, d'être attentives à la culture locale, d'accorder une grande attention aux produits et aux services de haute qualité et à leur forte connotation artisanale et territoriale.

QUALITY MADE est basé sur 5 principes listés ci-dessus.

Ce questionnaire a le but d'analyser comment ces principes QUALITY MADE pourront être exploitées au niveau de la Corse et devenir durable.

Dopo la sezione 1 [Continua alla sezione successiva](#) ▼

Sezione 2 di 6

Principe n. 1 de QUALITY MADE ✕ ⋮

LE VOYAGE CHANGE LES PERSONNES, LES PERSONNES QUE TU RENCONTRES CHANGENT LE VOYAGE



les diversités dans le respect mutuel.

Les relations humaines sont au coeur de notre vision: les habitants et les visiteurs ne se contentent pas de coexister, mais vivent des expériences communes en tant que "citoyens temporaires"

Nous sommes prêts à accueillir les touristes sur nos territoires, à parler de notre culture, de nos traditions. Nous lui ferons vivre des expériences réelles et peu connues.

De votre connaissance, est-ce qu'il y a des expériences dans votre village/ville/micro-région déjà en course pour développer ce principe? *

Testo risposta lunga

Comment ce principe pourra se développer dans le prochain futur dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

Qui sont les acteurs privés et publics qui pourront travailler avec votre entreprise pour développer ce principe dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

Dopo la sezione 2 Continua alla sezione successiva

Sezione 3 di 6

Principe n. 2 de QUALITY MADE



NOTRE IDENTITÉ EST TON EXPÉRIENCE

Nous sommes des personnes enracinées dans notre territoire: nous le connaissons bien, nous l'aimons et le respectons.

Tu voyageur sentiras faire partie de notre identité, tu respireras une atmosphère authentique, tu vivras un style de vie naturel, tu découvriras des endroits cachés et des traditions ancestrales pour une expérience



De votre connaissance, est-ce qu'il y a des expériences dans votre village/ville/micro-région déjà en course pour développer ce principe? *

Testo risposta lunga

Comment ce principe pourra se développer dans le prochain futur dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

Qui sont les acteurs privés et publics qui pourront travailler avec votre entreprise pour développer ce principe dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

Dopo la sezione 3 Continua alla sezione successiva ▼

Sezione 4 di 6

Principe n. 3 de QUALITY MADE



LES RESSOURCES DU MONDE SONT LIMITÉES, NOUS EN PRENONS SOIN ET LES PRÉSERVONS

Le développement durable est un style de vie. Dans notre travail nous voulons apporter une contribution positive à ce monde en prenant soin des ressources limitées de notre planète.

Nous voulons réduire les conséquences des actions de l'homme sur l'environnement en promouvant un tourisme lent qui se concentre sur la qualité de l'expérience, la profondeur de l'émotion, le contact avec la nature et les gens.

De votre connaissance, est-ce qu'il y a des expériences dans votre village/ville/micro-région déjà en course pour développer ce principe? *



Testo risposta lunga

Comment ce principe pourra se développer dans le prochaine futur dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

Qui sont les acteurs privés et publiques qui pourront travailler avec votre entreprise pour développer ce principe dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

Dopo la sezione 4 Continua alla sezione successiva

Sezione 5 di 6

Principe n. 4 de QUALITY MADE



LE DÉVELOPPEMENT DURABLE EST UN PARCOURS: NOUS CROYONS AU POUVOIR DES GESTES CONCRETS ET QUOTIDIENS

Chaque jour notre vision de la durabilité se traduit par des gestes concrets, petits ou grands, mais toujours cohérents et visant à:

- soutenir la production et la consommation locales avec des produits en circuit court;
- réduire l'utilisation des plastiques
- agir pour économiser l'énergie et surveiller la consommation des ressources
- réduire les émissions de CO2 générées par tous les services
- promouvoir des actions de protection des ressources naturelles et de conservation de la biodiversité
- sensibiliser par l'éducation à la durabilité et les bonnes pratiques
- respecter, préserver et valoriser les traditions locales
- promouvoir une mobilité durable dans notre région.

De votre connaissance, est-ce qu'il y a des expériences dans votre village/ville/micro-région déjà en course pour développer ce principe? *



Comment ce principe pourra se développer dans le prochain futur dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

Qui sont les acteurs privés et publiques qui pourront travailler avec votre entreprise pour développer ce principe dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

Dopo la sezione 5 Continua alla sezione successiva ▼

Sezione 6 di 6

Principe n. 5 de QUALITY MADE ✕ ⋮

LE "COMMENT" FAIT LA DIFFÉRENCE.
QUALITÉ, PASSION ET VISION DU FUTUR SONT NOTRE FORCE

Nous prenons le même soin de nos voyageurs que de notre personnel.

Nous pensons à des lieux de travail sûrs et sains, nous réalisons des parcours internes d'éducation à l'environnement et de bonnes pratiques, nous promovons la culture du territoire et le développement durable.

Nous avons des valeurs profondes qui nous guident dans tous les aspects de notre activité. Nous nous inspirons au tourisme responsable pour favoriser une " interaction positive entre l'industrie du tourisme,

De votre connaissance, est-ce qu'il y a des expériences dans votre village/ville/micro-région déjà en course pour développer ce principe? *

Testo risposta lunga



Testo risposta lunga

Qui sont les acteurs privés et publiques qui pourront travailler avec votre entreprise pour développer ce principe dans votre village/ville/micro-région? *

Testo risposta lunga

