

Interreg
Italia-Österreich
European Regional Development Fund



**Euregio
Family
Pass**

L'EuregioFamilyPass

La carta famiglia per tutta l'Euregio

*Uno studio che mette a confronto esempi europei di buone pratiche a sostegno delle famiglie.
Un contributo per l'ulteriore sviluppo dell'EuregioFamilyPass.*



GIULIA CAMBRUZZI

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO - ANNO DI PUBBLICAZIONE 2021

L'EUREGIOFAMILYPASS

LA CARTA FAMIGLIA PER TUTTA L'EUREGIO

Uno studio che mette a confronto esempi europei di buone pratiche a sostegno delle famiglie.
Un contributo per l'ulteriore sviluppo dell'EuregioFamilyPass.

GIULIA CAMBRUZZI
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO
ANNO DI PUBBLICAZIONE 2021

Studio di fattibilità realizzato nell'ambito di un accordo di collaborazione tra il GECT "Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino" e l'Università di Trento sotto la direzione scientifica della dott.ssa Giulia Cambuzzi e tradotto in lingua tedesca dalla Dr.ⁱⁿ Verena Egger.

1. INTRODUZIONE	6
1.1 Obiettivo e significato dell'assegno di ricerca	6
1.2 Struttura del report	6
1.3 Metodologia di ricerca	6
1.3.1 Collezione e selezione dei dati	7
1.3.2 Benchmark relativo	7
2. EUREGIOFAMILYPASS	9
3. CASI DI STUDIO E BEST PRACTICE	11
3.1 Elenco e presentazione dei casi di studio	11
3.1.1 Carte vantaggi di carattere transfrontaliero dedicata alle famiglie con figli	12
3.1.1.1 FamilyNet, Bassa Austria, Burgenland, Bratislava, Trnava, Moravia meridionale, Vysocina (Austria, Slovacchia, Repubblica Ceca)	12
3.1.1.2 Gezinspas/Familienpass, Vaals, Aachen, Düren (Olanda, Germania)	13
3.1.2 Carte vantaggi transfrontaliere	15
3.1.2.1 Cross-Border Cooperation, Tornio-Haparanda (Finlandia, Svezia)	15
3.1.2.2 Eurocidade Card, Chaves-Verín (Portogallo, Spagna)	16
3.1.2.3 IBK - Lago di Costanza (Germania, Austria, Svizzera, Liechtenstein)	19
3.1.3 Carte vantaggi regionali o nazionali per famiglie	21
3.1.3.1 E-Children's Card, Mudrica (Croazia)	21
3.1.3.2 NÖ Familienpass, Bassa Austria (Austria)	24
3.1.3.3 OÖ Familienkarte, Alta Austria (Austria)	25
3.1.3.4 Rodinnè Pasy, Moravia meridionale (Repubblica Ceca)	26
3.1.3.5 Rodinný Pas, Bratislava (Slovacchia)	28
3.1.3.6 Vorarlberger Familienpass, Vorarlberg (Austria)	29

3.2 Best Practices	31
3.2.1 Servizi per le famiglie	31
3.2.2 Digitalizzazione	36
3.2.3 Aspetto transfrontaliero	40
3.2.4 Aspetti tecnici/strutturali	42
4. RISULTATI	46
4.1 Best practice immediatamente applicabili	46
4.2 Best practice applicabili in futuro	48
4.3 Sfide da affrontare	51
5. DISCUSSIONE E CONCLUSIONI	53
5.1 Ranking di best practice e analisi SWOT	53
5.2 Adattamenti e migliorie apportabili	58
5.3 Raccomandazioni	58
6. BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	60
6.1 Bibliografia	60
6.2 Sitografia	60
6.3 Lista delle tabelle	62
6.4 Lista delle figure	62
6.5 Glossario	63

1.1 OBIETTIVO E SIGNIFICATO DELL'ASSEGNO DI RICERCA

L'assegno di ricerca si inserisce nel contesto della proposta progettuale "EuregioFamilyPass-Vantaggi/servizi/ offerte senza confini per le famiglie nell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino" nell'ambito del programma INTERREG V-A Italia-Austria 2014-2020 EuregioFamilyPass, il quale si è posto come primo punto da definire, la scelta dell'oggetto dello studio.

Lo studio è stato realizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Trento, Dipartimento di Economia e Management attenendosi al criterio della minimizzazione dei costi e massimizzazione dei risultati. È stato valutato il know how dell'università in materia e la possibilità della multidisciplinarietà garantita dall'impiego di un intero dipartimento, oltre che ad un team composto anche dai responsabili di progetto.

Lo studio mira a fornire una base importante per il futuro dell'EuregioFamilyPass riguardo una categoria che potenzialmente è in grado di fornire esempi e modelli di riferimento, in ambito provinciale e regionale, circa i comportamenti e le pratiche per le famiglie. Inoltre, lo studio potrà fungere da supporto per tutti gli altri progetti di studi successivi che si intenderà intraprendere.

1.2 STRUTTURA DEL REPORT

L'elaborato è diviso in cinque capitoli. Il primo fornisce un'introduzione allo studio e al contesto della ricerca, presentando obiettivi e significatività dello studio, nonché la metodologia con cui si è proceduto nella ricerca, ovvero spiegando il ruolo e l'approccio della ricercatrice, la teoria con la quale sono stati collezionati e selezionati i dati ed infine il metodo adottato nella fase di analisi dei dati. Il capitolo due presenta la descrizione dell'EuregioFamilyPass; il tre descrive i casi di studio presi in considerazione e le best practice che, in linea con il tema del progetto, sono state ritenute strategiche ai fini degli obiettivi preposti. Nel capitolo quattro sono presentati i risultati della ricerca, (contenenti anche le "sfide da affrontare"), i quali sono poi discussi nel capitolo cinque (discussione e conclusione) e posti in relazione al ranking delle best practice e le azioni da svolgere per collimare strategie, risultati e adattamenti. Il capitolo termina con una breve sezione sulle raccomandazioni e suggerimenti relativi alle attività future da adottare.

1.3 METODOLOGIA DI RICERCA

Per questa ricerca si è seguito un approccio case study multiplo¹ mirato sulle realtà comparabili all'EuregioFamilyPass. Questo significa che sono state studiate più realtà e ne sono state comprese le differenze e le somiglianze. Uno dei principali vantaggi di questo metodo è che con più casi di studio analizzati, si crea una teoria più convincente in quanto le conclusioni sono radicate in diverse prove empiriche. Pertanto, più casi consentono un'esplorazione più ampia delle questioni di ricerca e dell'evoluzione teorica. Tuttavia, la scelta nell'utilizzare un approccio case study multiplo è stata vincolata dalla necessità di studiare più realtà in quanto non è stata trovata, a livello europeo, una situazione che fosse comparabile perfettamente all'EuregioFamilyPass.

Trattandosi di casi di studio, la ricerca risulta essere un esame empirico che analizza in profondità più casi reali e attuali considerando la difficoltà nel determinare i confini tra fenomeno e contesto². Sono state undici le realtà europee che per le loro caratteristiche strutturali, gestionali e culturali sono state selezionate come determinanti e strategiche ai fini dell'obiettivo dello studio di fattibilità. L'approccio per l'investigazione ha coinvolto sia metodi quantitativi che qualitativi per consentire di comprendere come manager, amministratori e dipendenti pubblici, confezionino un servizio utile e il più facilmente fruibile per la comunità di riferimento.

Sono state identificate quattro categorie da implementare (servizi per le famiglie, digitalizzazione, aspetto transfrontaliero e aspetti tecnici/strutturali) per lo sviluppo di criteri adatti ad una situazione ideale di EuregioFamilyPass. Ognuno dei quattro punti chiave menzionati sopra è stato approfondito attraverso l'analisi dei

¹ Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. multiple case studies: A comparative study. 15. ² Hollweck, T. (2016). Case Study Research: Design and Methods. Thousand Oaks (CA). SAGE Publication, Inc. (Fifth Ed.)

casi di studio che hanno contribuito, in base alle proprie caratteristiche, a spiegare una o più categorie.

Degli undici casi di studio descritti, tre sono stati selezionati per partecipare a un webinar³ in cui il 14 maggio 2021 nell'ambito della Giornata Internazionale della Famiglia si è discusso dei diversi servizi a favore delle famiglie, della loro gestione e organizzazione.

La selezione dei partecipanti è stata mirata e sono stati scelti casi in base alle loro caratteristiche affini alle quattro priorità selezionate e alle best practice identificate.

I dati raccolti sono stati poi analizzati secondo un processo di benchmark relativo e hanno restituito una serie di ranking di best practice che hanno permesso di identificare le strategie immediatamente applicabili e quelle che invece necessitano di adattamenti specifici e ulteriori approfondimenti per poter essere implementate sulla base della situazione attuale dell'EuregioFamilyPass e delle risorse al momento disponibili. Con i dati ottenuti dallo studio di fattibilità, è stato deciso di procedere anche con un'analisi SWOT incentrata sull'EuregioFamilyPass, anch'essa con l'obiettivo di identificare i punti chiave sui quali sarà necessario concentrare l'attenzione e gli sforzi per un ulteriore sviluppo della carta famiglia dell'Euregio.

1.3.1 COLLEZIONE E SELEZIONE DEI DATI

I dati che sono stati utilizzati nello studio provengono sia da interviste, che da una ricerca autonoma adottata dalla ricercatrice.

Una prima fase si è occupata di ricerca di realtà simili o comunque comparabili all'EuregioFamilyPass. Il criterio di comparabilità si è occupato di identificare non solamente quelle realtà che erano strutturate come l'EuregioFamilyPass, ma anche quelle che condividevano soltanto alcune delle caratteristiche chiave, che sono state identificate con: la transfrontalierità, la molteplicità di servizi offerti e la digitalizzazione. Questa prima fase ha quindi permesso la raccolta di dati statistici delle aree selezionate attraverso lo studio dei siti internet e il reperimento delle informazioni in maniera libera e aperta.

Nel momento in cui hanno preso forma i casi di studio che meritavano un ulteriore approfondimento, è cominciato lo scambio con i responsabili dei progetti. Sono state poste delle domande semi-strutturate incentrate sulle best practice che hanno permesso di risparmiare in termini di preparazione, analisi e interpretazione, di conseguenza risulta essere il sistema più idoneo per studi esplorativi⁴.

Nel complesso si è cercato di rispondere a domande connesse alle prospettive future e all'idea o meno di istituire nuove collaborazioni transazionali.

Tuttavia, lo studio svolto ha rilevato delle limitazioni riconducibili ai pochi dati reperibili e, in alcuni casi, alla scarsa collaborazione da parte degli enti per lo scambio di informazioni. Parallelamente sono sopraggiunti anche dei limiti connessi alle interviste di natura qualitativa dovuti perciò a interpretazioni soggettive che sono emerse dal confronto tra individui appartenenti a contesti e culture diverse. A ciò si aggiunge la scarsa presenza di casi di studio strutturati come l'EuregioFamilyPass che ha fatto sì che si procedesse a un'analisi di benchmark relativo in quanto non si è trovato un esempio che garantisse una comparazione ottimale. La distinzione tra benchmark assoluto e relativo avviene in base all'oggetto di analisi e i partner di processo. Nel primo caso lo studio si concentra nel comparare la soluzione ottimale con quella da analizzare. Nel secondo caso invece, vengono prese in considerazione più realtà che possiedono diverse caratteristiche eccellenti, ma che nel complesso non permettono di arrivare a una soluzione globale ottimale⁵.

1.3.2 BENCHMARK RELATIVO

In questo studio sono state analizzate undici situazioni per valutare sia i risultati attesi in termini di servizi alle famiglie, digitalizzazione e transfrontalierità, sia tutta una serie di caratteristiche relative alla gestione e all'amministrazione dei servizi alle famiglie. La ricerca si è sviluppata in tre fasi, ciascuna caratterizzata da specifici obiettivi e strumenti,

³ Webinar EuregioFamilyPass "Uno sguardo verso altre realtà" tenutosi il 14/05/2021 su piattaforma Zoom. Ospiti coinvolti nella discussione: Vorarlberger Familienpass, FamilyNet Bratislava, Eurocidade Card Chaves-Verin ⁴ Gillham, B. (2005). Research interviewing: The range of techniques. Milton Keynes (UK). Open University Press ⁵ Stelli. (2006). Il benchmarking. Armando Editore.

per ottenere una base dati e una valutazione quantitativa complessiva su ognuno degli undici casi considerati, una valutazione qualitativa ex ante sui casi che avevano caratteristiche congruenti con le best practice identificate, una valutazione qualitativa ex post del sottoinsieme di casi studio selezionati e interrogati.

Nella fase uno sono stati ricercati nei siti internet pubblici dei singoli progetti dati quantitativi riguardanti la gestione e l'amministrazione del servizio (vedi paragrafo 1.3.3 Selezione dei dati). Con le informazioni a disposizione, nella fase due, è stata costruita la base dati relativa ai progetti ed è stata confrontata con le best practice inizialmente definite. I dati emersi hanno così permesso di dividere le undici realtà prese come base per lo studio di fattibilità in sottogruppi a seconda della loro appartenenza e utilità per una o più best practice.

L'obiettivo della fase tre è stato quello di valutare qualitativamente, attraverso domande specifiche dirette ai singoli casi studio, gli interventi e le azioni svolte nel loro contesto operativo.

I dati ottenuti non essendo di numero elevato, non hanno richiesto l'utilizzo di cluster analysis sul campione dei casi studio.

Tabella n.1, obiettivi e metodologia delle fasi di ricerca⁶

	FASE 1	FASE 2	FASE 3
OBBIETTIVI	Raccolta di molti dati (non specifici) per avere esplorazione di idee in via generale dei casi studio.	Raggruppamento in cluster dei casi studio per ricavare statisticamente le informazioni raccolte sulla popolazione.	Valutazione qualitativa di azioni, interventi e connessioni causa-effetto tra più variabili.
METODOLOGIA	Ricerca esplorativa per conoscere e indagare.	Ricerca descrittiva con un design predefinito e strutturato.	Ricerca causale attraverso domande specifiche personali.

⁶ EuregioFamilyPass, obiettivi e metodologia delle fasi di ricerca, grafica Excel, 2021.

2. EuregioFamilyPass

Informazioni di base: l'EuregioFamilyPass è un progetto congiunto del GECT Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino (di seguito riportato con il termine "Euregio"), del Land Tirolo e delle Province Autonome di Trento e di Bolzano approvato nel 2014 e avviato nel 2017 con lo scopo di integrare e sviluppare le carte vantaggi previste per le famiglie nei tre territori e renderle così meglio fruibili e utilizzabili a livello di Euregio. L'EuregioFamilyPass, raggruppa quindi le carte famiglia esistenti nei tre territori: "Tiroler Familienpass" (Tirolo, introdotta nel 2001), "EuregioFamilyPass Alto Adige" (Alto Adige, introdotta nel 2017) e "Family Card" (Trentino, introdotta nel 2016), e i possessori possono usufruire dei vantaggi offerti dai partner convenzionati non solo nel territorio di residenza ma anche negli altri due territori.

Diversità linguistica: nei tre territori l'aspetto linguistico è molto importante, viene parlato il tedesco, l'italiano e il ladino (una lingua appartenente al gruppo linguistico retoromanzo). Questa multiculturalità mette a disposizione dei cittadini le reciproche conoscenze delle vicine realtà transfrontaliere valorizzandone la storia, gli obiettivi e le iniziative di una collaborazione che anzitutto vuole essere vissuta come un'amicizia tra territori dalla comune identità.

Promozione: l'attività di promozione avviene attraverso i social network Facebook e Instagram, in cui è stata creata la pagina di "Euregio" che promuove le iniziative organizzate, tra cui anche quelle dell'EuregioFamilyPass. In più, nel sito ufficiale dell'Euregio c'è una pagina dedicata all'EuregioFamilyPass che ne offre una rappresentazione schematica d'insieme e garantisce agli utenti un accesso ai portali dedicati dei rispettivi territori. Anche l'attività di comunicazione attraverso l'EuregioFamilyPass News contribuisce all'attività di promozione, nonché i libricini per i bambini in cui ci sono giochi e attività per i più piccoli e un video promozionale che uscirà nell'anno in corso.

Governance: il monitoraggio sullo stato di attuazione dell'"EuregioFamilyPass" è affidato ad una cabina di regia composta dai dirigenti delle agenzie/dipartimenti competenti per la famiglia di tutti i territori e il responsabile del progetto per l'Euregio che svolgono anche funzioni consultive, di promozione e di interpretazione autentica delle disposizioni che vengono decise dagli organi decisionali.

Caratteristiche della carta: l'EuregioFamilyPass è una carta rilasciata a famiglie residenti nei diversi territori dell'Euregio con almeno un figlio minore di 18 anni che si basa sul reciproco riconoscimento, ma la gestione delle rispettive carte (rapporti con i partner aderenti e le eventuali estensioni ad altri membri familiari) spetta ai singoli territori. Ciò significa che sebbene le carte possano essere utilizzate indistintamente in tutti e tre i territori, ognuno di questi ne stabilisce il regolamento interno, in cui si assiste ad uno scambio regolare di tutti i partner e le attività congiunte vengono concordate e pianificate insieme. Il layout è unico ma allo stesso tempo garantisce l'appartenenza all'identità territoriale, si presenta sotto forma di tessera plastificata in cui un lato è personalizzato per ciascun territorio e raffigura la carta vantaggi locale e l'altro è rappresentato da alcuni elementi stilistici comuni come il logo distintivo dell'Euregio e, il logo dell'EuregioFamilyPass.

Servizi offerti: le famiglie dell'Euregio possono contare su tanti vantaggi, servizi e numerose iniziative che contraddistinguono la comunità dell'Euregio, dal settore della cultura e del tempo libero a quello del commercio, della sanità e della mobilità. In Tirolo esiste l'"Oma+Opa Bonus" per i nonni e in Alto Adige è stata introdotta una carta nonni i quali possono usufruire degli sconti quando sono con i nipoti.

Gestione dei partner: i partner controllano l'"EuregioFamilyPass" e nel caso in cui non sia riportata l'indicazione del numero e dell'età dei figli, potranno chiedere di dimostrare la parentela esibendo un documento ufficiale di identità con foto. Ogni territorio gestisce ed organizza i partner fornitori di beni o servizi secondo le modalità

specifiche di ogni singola carta famiglia. Ai partner fornitori di beni o servizi che aderiscono al progetto viene rilasciato il marchio "EuregioFamilyPass" con la dicitura "Member of" insieme ad un manuale d'uso del marchio contenente le istruzioni di utilizzo dello stesso.

Obiettivo del progetto: l'EuregioFamilyPass favorisce la collaborazione transfrontaliera in maniera concreta e indirizzata al sostegno delle famiglie con figli, per consolidare una cultura Euregio, favorendo la mobilità e gli scambi tra le famiglie delle tre province e rafforzando il senso di appartenenza verso il territorio stesso. L'idea è di superare la concezione di confini amministrativi e identificarsi come membri di un territorio che condivide cultura e tradizioni. Per raggiungere tale obiettivo è stato utilizzato lo strumento delle carte famiglia (EuregioFamilyPass) che agevolano i possessori grazie a offerte, sconti e promozioni condivisi nelle tre province dell'Euregio.

Finanziamento: l'EuregioFamilyPass viene finanziato fino alla fine del progetto Interreg (31.12.2021) principalmente da fondi europei (85%) e per il restante 15% dall'Euregio (fondi propri).

3. Casi studio e best practice

3.1 ELENCO E PRESENTAZIONE DEI CASI DI STUDIO

Nella tabella numero 2 sono elencati gli undici casi di studio ed è stato apportato il loro nome specifico, il territorio o i territori di svolgimento e la tipologia della carta/servizio.

Tabella n. 2, casi di studio selezionati⁷

NOME DELLA CARTA	AREA COINVOLTA	TIPOLOGIA DI CARTA
CROSS-BORDER COOPERATION	Tornio-Haparanda	Carta transfrontaliera
E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA	Croazia	App nazionale per famiglie con figli
EUROCIDADE CARD	Chaves-Verín	Carta transfrontaliera
FAMILYNET	Austria, Slovacchia e Repubblica Ceca	Carta transfrontaliera per famiglie con figli
GEZINSPAS-FAMILIENPASS	Vaals-Aachen-Düren	Carta transfrontaliera per famiglie con figli
INTERNATIONALE BODENSEE-KONFERENZ	Lago di Costanza	Carta transfrontaliera
NÖ FAMILIENPASS	Bassa Austria	Carta regionale per famiglie con figli
OÖ FAMILIENKARTE	Alta Austria	Carta regionale per famiglie con figli
RODINNĚ PASY	Moravia meridionale	Carta regionale per famiglie con figli
RODINNÝ PAS	Bratislava	Carta regionale per famiglie con figli
VORARLBERGER FAMILIENPASS	Vorarlberg	Carta regionale per famiglie con figli

Fonte: NS elaborazione dati 2021

⁷ EuregioFamilyPass, casi di studio selezionati, 2021

L'attività di ricerca ha svelato la presenza di diverse realtà europee che hanno introdotto dei servizi per le famiglie e/o cittadini sotto forma di carte a livello regionale/interregionale/transfrontaliero. Di conseguenza l'analisi ha garantito una base per lo studio e la ricerca di contesti con i quali confrontare l'EuregioFamilyPass e poter ricavare così degli spunti per sviluppare e rendere più fruibile, pratico e vantaggioso per le famiglie, questo servizio dell'Euregio. È stato possibile avere un contributo da tutta Europa. Infatti, le realtà che sono state attentamente valutate sono dislocate in diverse aree europee che, di conseguenza, possiedono cultura e tradizioni diverse sia l'una dall'altra, ma anche rispetto l'area dell'Euregio. Ad esempio, analizzando il caso di Chaves-Verín si deve considerare che si sta studiando una situazione in cui è radicata la cultura iberica. Infatti, trovandosi all'estremo ovest del contesto europeo, tale situazione si presenta, sia da un punto di vista politico-economico, che socio-culturale, distinta rispetto a quella del FamilyNet presente in Slovacchia oppure della cooperazione Tornio-Haparanda in Scandinavia. Qui di seguito verranno presentati i singoli casi di studio organizzati secondo una logica di cluster per caratteristiche e tipologia di servizio offerto, questa rappresentazione vuole restituire un quadro comparativo più semplice e organico. Seguendo questa strategia sono tre i gruppi che hanno preso forma durante lo studio. Il primo riguarda quelle realtà che predispongono una carta vantaggi di carattere transfrontaliero dedicata alle famiglie con figli (Gezinspas-Familienpass Vaals-Aachen- Düren e FamilyNet Austria, Slovacchia, Repubblica Ceca). Il secondo cluster identificato comprende i casi studio che hanno come focus solamente l'aspetto transfrontaliero e che quindi prevedono un sistema facilitatore di movimento tra territori di confine (Eurocidade Card Chaves- Verín, IBK – Lago di Costanza, Cooperazione transfrontaliera Tornio-Haparanda). Infine il terzo gruppo racchiude tutte quelle situazioni in cui esiste una carta vantaggi per famiglie con figli, ma che è limitata al territorio nazionale o addirittura regionale (Vorarlberger Familienpass, NÖ Familienpass in Bassa Austria, Rodinný Pas Bratislava, Rodinnè Pasy Moravia meridionale, OÖ Familienkarte in Alta Austria, e-Children's Card Mudrica Croazia).

3.1.1 CARTE VANTAGGI DI CARATTERE TRANSFRONTALIERO DEDICATA ALLE FAMIGLIE CON FIGLI

3.1.1.1 FAMILYNET, BASSA AUSTRIA, BURGENLAND, BRATISLAVA, TRNAVA, MORAVIA MERIDIONALE, VYSOCINA (AUSTRIA, SLOVACCHIA, REPUBBLICA CECA)

Informazioni di base: il FamilyNet è un progetto intrapreso nel 2012 e concluso nel 2014 dai territori della Bassa Austria, Burgenland, Bratislava e Trnava, i primi due situati in Austria e gli ultimi due in Slovacchia. L'idea è nata all'interno del programma Interreg SK-AT⁸ e successivamente, si sono inserite in questo piano anche, due regioni della Repubblica Ceca.

La collaborazione interregionale e transnazionale ha permesso in un primo momento di creare un clima di fiducia e di reciproca condivisione. Il progetto, con orizzonte temporale 2014, si è lasciato alle spalle una serie di carte adottate dai singoli paesi che però non hanno più collaborato tra loro. A tal proposito, ogni territorio qui sopra menzionato ha attualmente la propria carta per famiglie che utilizza per soddisfare le esigenze dei propri cittadini, i quali però non possono più godere di un reciproco servizio di sconti e agevolazioni tra gli Stati che in passato erano associati tramite il FamilyNet. Le carte nei diversi territori assumevano un design diverso e non c'era alcuna forma di struttura grafica comune. Anche la gestione delle tessere era svolta autonomamente dalle rispettive regioni.

Diversità linguistica: il progetto, particolarmente ambizioso, mirava a connettere due territori molto diversi culturalmente e tradizionalmente. Inizialmente lo scoglio della lingua di comunicazione, tedesco in Austria e slovacco in Slovacchia, ha fatto sì che si dovesse interagire in inglese all'interno del gruppo di lavoro, mantenendo però le rispettive lingue per le comunicazioni esterne dirette alla popolazione.

Governance: dato il carattere cooperativo e collaborativo del progetto, i decision maker erano la regione di

⁸ INTERREG Slovakia-Austria European Regional Developing Fund, www-old.sk-at.eu/ (accesso 15/05/2021)

Bratislava e Trnava per la Slovacchia e del Burgenland e della Bassa Austria per il versante austriaco. Ed è stata proprio questa la difficoltà maggiore, ovvero il riuscire a costruire una rete regionale di partner pubblici aumentando la consapevolezza delle famiglie di appartenere a questo network e aumentare così l'offerta rendendo più attrattivi i luoghi e i servizi alle famiglie.

Obiettivo del progetto: la collaborazione tra le regioni col progetto Interreg con orizzonte 2014 a suo tempo aveva previsto un aumento del numero di visitatori della regione, soprattutto tra le giovani famiglie con bambini, ma non solo, perché questo progetto aveva permesso di collegare le regioni di confine e far conoscere le peculiarità di queste zone attraverso una carta sconti presso partner convenzionati. Così facendo si è creata e resa possibile un'offerta di vantaggi per le famiglie titolari delle carte. Il progetto poteva essere considerato uno strumento per integrare l'offerta turistica e portare le esperienze attraenti disponibili nella regione al gruppo mobile e attivo della popolazione, ovvero le famiglie con bambini. A tal proposito le attività del progetto "FamilyNet" completavano adeguatamente la strategia di politica familiare e supportavano lo sviluppo di un'ampia gamma di attori regionali e locali nel turismo e nell'approccio della cultura tradizionale della regione alle giovani famiglie.

Finanziamento: le attività sono state possibili grazie al finanziamento di INTERREG AT-SK, che nel programma europeo 2007-2013 ha garantito i fondi necessari all'introduzione del FamilyNet.

3.1.1.2 GEZINSPAS/FAMILIENPASS, VAALS, AACHEN, DÜREN (OLANDA, GERMANIA)

Informazioni di base: nella situazione della carta famiglia Vaals-Aachen-Düren, il quadro in questione è quello transfrontaliero tedesco-olandese. Istituita alla fine del 2017, e utilizzabile ufficialmente nel 2018, è tuttora operativa la carta famiglia transfrontaliera tra la regione di Aachen e Vaals. La carta era già presente nel 2006 nei dieci comuni della regione urbana tedesca e fino ad allora è stata rilasciata a quasi 25.000 famiglie (555.000 circa è la popolazione della regione di Aachen di cui il 14% ha un'età compresa tra gli 0 e i 18 anni)⁹. Vaals è il primo comune "straniero" a essere stato aggiunto e raggiunto dalla tessera, che ha poi preso il nome di "Gezinspas" (pass per famiglie in olandese). Sebbene appartenga allo stato olandese, fa parte della conurbazione di Aachen e dista 5 km dalla città tedesca, infatti risulta essere il comune olandese con la più alta presenza tedesca (26%)¹⁰. Vaals offre la possibilità di usufruire ai possessori della carta famiglia di oltre 25 aziende che hanno aderito al progetto, mentre sono 450 quelle coinvolte nella regione tedesca. Dai dati statistici aggiornati al 2021, la popolazione di Vaals è poco superiore di 10.000 persone di cui il 15,9% ha un'età compresa tra gli 0 e i 18 anni¹¹.

Diversità linguistica: la particolare localizzazione delle due città e la ricca presenza di tedeschi a Vaals fanno sì che, sebbene istituzionalmente si parlino due lingue diverse (tedesco ad Aachen e olandese a Vaals), nell'area di confine Germania-Olanda, il tedesco sia molto conosciuto e diffuso, in questo modo la cooperazione è facilitata¹², anche se i rispettivi siti internet e le comunicazioni sono redatte con la lingua ufficiale del territorio amministrativo.

Promozione: come vedremo durante l'analisi dei casi successivi, le attività sui social network sono gestite in vari modi. Nel caso specifico di Aachen e Vaals due pagine Facebook (una per il rispettivo territorio) sono amministrate individualmente, e vengono periodicamente aggiornate con tutte le attività e le notizie generali utili alla popolazione. Non vi è nulla perciò di specifico a favore del Familienpass o del Gezinspas. Le informazioni riguardo i partner associati con le offerte, gli sconti e il valore di questi, sono consultabili solamente dal sito ufficiale del comune di riferimento, sul quale una pagina è stata dedicata alla carta famiglia. A conclusione di ciò, si può affermare che la promozione viene svolta in maniera indipendente, e per rafforzare la pagina Facebook la regione di Aachen permette di consultare una newsletter online che viene periodicamente aggiornata con le informazioni utili alle famiglie in termini di attività per il tempo libero.

⁹ City population, www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dtregion_aachen/05334002_aachen/ (accesso 01/06/2021) ¹⁰ CBS, www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners (accesso 01/06/2021) ¹¹ CBS, www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkinggroei (accesso 01/06/2021) ¹² Città slow, www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/ (accesso 01/06/2021)

Governance: anche l'organizzazione viene strutturata in maniera autonoma, la regione della città di Aachen è organizzata come un'associazione innovativa composta oltre che dalla città di Aachen, anche da altre nove città tedesche, mentre la gestione della carta famiglia di Vaals è nelle mani del piccolo comune di Vaals. Nel primo caso quindi c'è una sola persona referente che è dedicata alla gestione del Familienpass, nel secondo caso un ufficio del Municipio cittadino di Vaals gestisce, oltre alla carta famiglia, anche altri servizi pubblici per il cittadino.

Caratteristiche della carta: il Familienpass e il Gezinspas sono delle carte per le famiglie (genitori affidatari, accompagnatori) con almeno un bambino di età inferiore ai 18 anni o con un bambino disabile di età inferiore ai 27 anni. Il pass è gratuito e viene rilasciato dal comune. Il pagamento di 10 € è necessario solamente nel caso in cui si richieda il rilascio della seconda tessera a seguito di smarrimento o danneggiamento. I possessori possono usufruire di promozioni e offerte di imprenditori locali convenzionati. Un totale di oltre 25 negozi, ristoranti e hotel¹³ a Vaals partecipano al progetto e offrono sconti e promozioni speciali e un ammontare di quasi 450 partner fanno lo stesso ad Aachen¹⁴.

I due comuni, lavorando a stretto contatto, garantiscono che l'emissione della carta famiglia avvenga alle stesse condizioni, ed è in questo modo che i titolari del Gezinspas e i titolari del Familienpass della regione della città di Aachen possono usufruire delle stesse offerte in maniera reciproca.

Nell'interesse della cooperazione regionale, l'uso reciproco delle due carte famiglia è stato concordato anche con il distretto di Düren (Germania), che offre anch'esso una carta per le famiglie. Ciò significa che i titolari di carta famiglia del distretto di Düren possono utilizzare le offerte della carta famiglia regionale e transfrontaliera (città di Aachen e comune olandese di Vaals).

Ogni famiglia riceve un massimo di due carte, che vengono rilasciate a due persone adulte autorizzate e a tutti i figli della famiglia. Se nasce un altro bambino, deve essere rilasciata una nuova carta e la vecchia deve essere restituita. La tessera non è più valida quando il figlio più piccolo ha compiuto 18 anni (27 anni se il figlio è disabile). Il Familienpass non è cedibile, di conseguenza è utilizzabile solamente dalle persone nominate sulla carta.

La richiesta della tessera non può essere fatta alla regione, ma deve essere presentata presso il comune della città in cui i bambini vivono con i/il genitori/e. Per gestire questo servizio, è stato istituito nella città di Aachen un ufficio che ha lo scopo di fornire tutte le informazioni necessarie e rispondere alle eventuali domande dei cittadini. La partecipazione al progetto non prevede nessun costo tributario ed è volutamente mantenuta semplice e non burocratica. La registrazione può essere fatta in qualsiasi momento e non si viene vincolati da alcuna scadenza, anche in caso di risoluzione. Per l'utilizzo della carta è necessaria la presentazione della tessera (e controllo con documento d'identità se richiesto) prima dell'acquisto o pagamento della prestazione.

Servizi offerti: ad eccezione dei servizi assicurativi e correlati (consulenti finanziari/patrimoniali, fornitori di servizi immobiliari ecc.), che sono esclusi dal catalogo dei servizi, i vantaggi offerti rappresentano un'ampia varietà di ambiti della vita quotidiana familiare, ed è la presenza di questa vasta gamma di offerte che rende la carta famiglia così interessante e utile per le famiglie.

Gestione dei partner: i partner associati (pubblici o privati) che forniscono vantaggi alle famiglie sui beni o servizi, possono decidere autonomamente la portata dello sconto e la sua periodicità (una tantum, ricorrenti oppure promozioni speciali). Ogni fornitore può applicare criteri formali che devono essere soddisfatti da un familiare prima di poter beneficiare delle promozioni/offerte. I fornitori stessi decidono se le prestazioni possono essere utilizzate da tutta la famiglia o dai singoli membri. Gli imprenditori possono aderire in qualsiasi momento compilando il modulo di partecipazione digitale presente sul sito. Le offerte si applicano ai titolari della carta famiglia di Vaals e quelli della città di Aachen. Per i fornitori registrati è previsto l'annuncio dello sconto su riviste e opuscoli informativi (aggiornati periodicamente), la presenza online e la pubblicità del prodotto/servizio che beneficia dell'agevolazione

¹³ Gemeente Vaals, www.vaals.nl/inwoners/gezinspas (accesso 26/05/2021) ¹⁴ Staedteregion Aachen, <https://bportal.staedteregion-aachen.de/staedteregion-a-z/-/egov-bis-detail/dienstleistung/13166/show> (accesso 11/06/2021)

in occasione di eventi. In più tutta una serie di servizi di accompagnamento e valorizzazione vengono rilasciati ai partner che possono così pubblicizzarsi con il logo del Familienpass: "Siamo un'azienda a misura di famiglia" sia sotto forma di adesivo per la vetrina, che per la carta intestata.

Obiettivo del progetto: la nascita della carta per servizi alle famiglie ad Aachen risale al 2006 e l'estensione all'area del comune di Vaals mira ad approfondire e incrementare lo scambio delle famiglie e stimolare l'attività imprenditoriale.

Finanziamento: il progetto s'inserisce nel programma Euregio Mosa-Reno, un programma europeo che ha permesso il finanziamento del progetto.

3.1.2 CARTE VANTAGGI TRANSFRONTALIERE

3.1.2.1 CROSS-BORDER COOPERATION, TORNIO-HAPARANDA (FINLANDIA, SVEZIA)

Informazioni di base: un progetto strutturalmente diverso è quello intrapreso dalle due città di Tornio e Haparanda, rispettivamente in Finlandia e Svezia. In quest'area si trova l'Arco di Botnia, la regione di confine tra la Svezia e la Finlandia con un regime frontaliero aperto alla collaborazione, la quale, in via ufficiosa, è iniziata negli anni '60 mentre il sistema formale per la cooperazione è iniziata nel 1987, anno in cui è stato fondato anche il ruolo di specialista dello sviluppo transfrontaliero (ufficio con una persona responsabile delle collaborazioni). Gli abitanti delle città di Tornio e Haparanda attraversano quotidianamente il confine, principalmente per fare shopping, per lavoro, per scopi ricreativi o per visitare amici e parenti non essendoci un controllo di frontiera. La cooperazione è facilitata da molti secoli di storia comune, relazioni pacifiche, livelli simili di sviluppo economico e una lunga tradizione di collaborazione in campo economico, sociale e culturale. Inoltre, la collaborazione in questa zona è facilitata dai due organismi di cooperazione transfrontaliera: l'associazione Bothnian Arc e la provincia Bothniensis¹⁵. La limitata accessibilità interna dovuta alle lunghe distanze fisiche tra i principali centri e città regionali e la barriera linguistica possono essere considerati aspetti importanti che ostacolano l'integrazione transfrontaliera ed è per questo che il maggior numero di servizi pubblici transfrontalieri si trova lungo il confine, nelle città gemellate Tornio e Haparanda. Queste due aree contano oltre 10 servizi pubblici transfrontalieri e accordi di collaborazione. L'attenzione particolare dei servizi offerti riguarda l'istruzione, la sanità e la pianificazione del territorio. Lo sviluppo di questa serie di servizi nell'arco di Botnia è considerato importante dal punto di vista dell'aumento della competitività e dell'attrattività della regione e di una migliore gestione delle risorse in comune. I servizi transfrontalieri nel campo dell'istruzione mirano a costruire e rafforzare l'aspetto culturale della cooperazione e ad abbassare la barriera linguistica. Lo sviluppo di un programma congiunto di educazione nelle lingue minoritarie e di educazione all'imprenditorialità giovanile per gli studenti delle scuole è stato tra le idee suggerite per nuovi progetti di condivisione dei servizi. Quasi tutti i progetti più grandi sono stati un successo; costruzione della città, architettura, scuola comune ecc. Vengono seguite le leggi del paese in cui il lavoro effettivo viene svolto. Tuttavia ci sono alcuni problemi irrisolti, come l'impossibilità di gestire insieme l'assistenza sanitaria e l'ufficio del lavoro, ad esempio, a causa delle leggi e della privatizzazione delle aziende.

Diversità linguistica: le lingue parlate nell'area in questione sono lo svedese, il finlandese e il meän kielì (un antico dialetto locale), perciò nella comunicazione (incontri, newsletter ecc.) vengono usate tutte e tre. Tuttavia, la Finlandia ha anche lo svedese come seconda lingua ufficiale, quindi tutti lo capiscono e questo semplifica notevolmente la cooperazione.

Promozione: la promozione a livello di integrazione e di coinvolgimento della popolazione viene svolta anche da

¹⁵ Interact, Keep.eu, www.keep.eu/projects/667/Bothnian-Arc-Arctic-Coastal-T-EN/ (accesso 01/06/2021) ¹⁶ Haparanda Tornio, www.haparandatornio.com/ (accesso 10/06/2021)

un ufficio turistico che mira a pubblicizzare le attività e le peculiarità sia di Tornio che di Haparanda¹⁶. Tale ufficio gestisce un sito internet redatto in inglese, ma con la possibilità di scegliere sia la lingua finlandese sia la svedese. In più due pagine, una Facebook e una Instagram (entrambe redatte in lingua inglese), contribuiscono a informare e tenere aggiornati gli utenti e i turisti riguardo le attività e le offerte attive nella zona di Tornio e Haparanda.

Governance: un aiuto importante per la gestione di questo tipo di servizi transfrontalieri è la configurazione del territorio dell'Arco di Botnia che è stato definito dalle autorità locali e che quindi non segue i confini amministrativi regionali. Sono i comuni membri dell'associazione Bothnian Arc che si occupano della cooperazione transfrontaliera come parte dei loro piani strategici locali con l'obiettivo generale di sviluppare le città in un'area finanziariamente e funzionalmente attraente nel campo internazionale.

L'associazione Bothnian Arc è il principale organo di governo nella zona di confine che lavora per facilitare la cooperazione regionale e lo sviluppo strategico, non ha potere normativo ma è coinvolta nel coordinamento delle politiche nell'area di confine e nella definizione di iniziative comuni. Ha principalmente autorità municipali come membri del consiglio¹⁷. Di conseguenza, la base legale è l'organizzazione comunale, che segue le leggi e i sistemi in entrambi i paesi (che sono quasi gli stessi). Per la cooperazione esiste un gruppo che si riunisce periodicamente composto dai leader e i membri del consiglio comunale (5 per entrambi i comuni). In questi incontri si danno consigli, si discute e si preparano le decisioni finali che vengono poi messe in atto dai consigli comunali di entrambe le città nello stesso momento (al massimo entro un mese). Nello specifico, il dipartimento tecnico e commerciale ha riunioni ogni mese e quello del turismo gestisce un progetto comune "Due paesi una destinazione". Per ogni decisione e attività vengono seguite le leggi UE sulla privacy (GDPR).

Obiettivo del progetto: la visione dell'associazione Bothnian Arc è quella di sviluppare la più funzionale e integrata regione di confine del Nord Europa con una forte crescita economica, un benessere sociale avanzato e un ambiente sostenibile e pulito. Per perseguire ciò sono stati condivisi tra Tornio e Haparanda 18 progetti suddivisi in 6 temi: istruzione, pianificazione del territorio, sanità e inclusione sociale, protezione ambientale, gestione della protezione civile e dei disastri, occupazione e mercato del lavoro. Il team mira a lavorare e trovare le modalità affinché i benefici siano 50-50. Ad esempio mantenendo le aree e gli edifici comuni cosicché i costi si possano dividere equamente tra le due città. Anche gli incontri e gli eventi vengono organizzati al 50-50 tra Haparanda e Tornio.

Finanziamento: i comuni di Tornio e Haparanda finanziano la cooperazione al 50-50, gestiscono un budget comune composto da una certa somma di denaro (decisa a seguito di una pianificazione del lavoro di anno in anno). In più vengono utilizzati i finanziamenti internazionali per progetti, come INTERREG IVA, il quale ha permesso lo sviluppo di un programma strutturale della rete di interrelazione e un assetto innovativo per la cooperazione.¹⁸

3.1.2.2 EUROCIDADE CARD, CHAVES-VERÍN (PORTOGALLO, SPAGNA)

Informazioni di base: il contesto di riferimento è quello iberico, precisamente a nord del confine dei due stati. I due sindaci delle città di Chaves e Verín, rispettivamente situate in Portogallo e in Spagna, hanno preso la decisione di iniziare una cooperazione, di conseguenza l'iniziativa spagnolo-portoghese risulta essere di tipo top down (calato dall'alto, ovvero da un'istituzione con poteri decisionali). Inizialmente, nel 2008, la nuova Eurocittà era iniziata come un accordo tra due comuni, ma ben presto le difficoltà connesse allo sviluppo di progetti comuni privi di supporto GECT hanno cominciato ad essere importanti, perciò le amministrazioni comunali hanno chiesto di creare un GECT nel 2013¹⁹ con l'obiettivo di trovare un modo per aggiungere valore all'area di confine e coordinare dei servizi comuni con un sistema transfrontaliero. Ciò ha contribuito a introdurre nel 2015 la "Eurocidade Card"

¹⁷ Espon EGCT, www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies (accesso 03/06/2021) ¹⁸ Bothnian arc, www.ec.europa.eu/regional_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothnianarc.pdf (accesso 01/06/2021) ¹⁹ EGCT Eurocidade Chaves Verín, www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRActivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx (accesso 27/05/2021)

che, tuttora operativa, ha permesso (e permette) ai cittadini di Chaves e Verín di avere sconti nei servizi pubblici (piscine, saune, attività sportive, servizi informatici) cercando così di convertire il più possibile le città in un'area di investimenti pubblici e promuovendo un utilizzo comune ed efficiente delle risorse. Sono considerati eurocittadini solo le persone legalmente residenti a Chaves e Verín. Nel 2013 sono stati modificati tutti i regolamenti di funzionamento degli impianti comunali e, oltre alla modifica dei prezzi, è stata inserita una clausola in cui si specifica che un cittadino di uno dei due comuni (ad esempio Chaves) ha gli stessi diritti di un cittadino residente nell'altro comune (nel contesto dell'esempio Verín). La funzione principale della Eurocidade Card è quella di poter garantire che il suo utente sia residente nel comune. Ciò le consente di avere una serie di vantaggi, un accesso comune e universale a servizi pubblici di natura collettiva in entrambe le città e per tutti i residenti. L'innovazione riguardo l'Eurocidade Card che sarà introdotta a breve, eliminerà la discriminazione nei servizi pubblici e differirà solo i residenti e i non residenti nei servizi privati (turismo e commercio).

Le due città si compongono di 57.000 abitanti, rispettivamente 42.000 a Chaves e 15.000 a Verín e ad oggi (maggio 2021), registrano un numero di carte emesse pari a 11.488, ovvero il 20% degli abitanti di Chaves e Verín è in possesso della Eurocidade Card. Un sistema di lettori di carte nelle strutture comunali permette di sapere il numero di registrazioni e l'utilizzo delle stesse.

Diversità linguistica: nelle due città si parlano tre lingue diverse, spagnolo e galiziano a Verín e portoghese a Chaves e, sebbene le due città siano molto vicine tra loro, gli abitanti di Chaves non parlano galiziano. Infatti, sia il sito web del progetto, che quello in cui sono elencati e descritti tutti i partner associati, sono redatti in entrambe le lingue. Tuttavia nel sito web tra le opzioni linguistiche disponibili figurano anche il galiziano e l'inglese.

Promozione: turisticamente le due città si stanno promuovendo con una strategia comune pubblicizzandosi come "Eurocittà dell'acqua", sulla quale poi hanno costruito una serie opportunità attrattive quali: le fonti termali, escursioni lungo i torrenti o ancora, i tour enogastronomici. Tutto quello che riguarda la promozione a livello turistico sul web, viene pubblicato in lingua inglese. Per quanto riguarda i social network, c'è una differenza di gestione a seconda che si tratti di Facebook o Instagram. Nel primo caso le pubblicazioni, pressoché giornaliere, vengono descritte tendenzialmente in spagnolo, viene utilizzato il portoghese solamente se il post riguarda una promozione o un'offerta situata a Verín. Diverso è invece il caso di Instagram, sebbene anche in questo permanga la costanza di aggiornamento della pagina, ogni pubblicazione viene descritta prima in lingua portoghese e poi in quella spagnola (entrambe anticipate dall'emoji rappresentante la bandiera dello stato di appartenenza).

Governance: amministrativamente, per rendere possibile l'utilizzo della stessa carta in due territori si è proceduto in maniera diversa. Avendo la Spagna il sistema di residenza nelle singole città, l'unica cosa che ha fatto (e sta facendo) la piattaforma della Eurocidade Card è fare un'interrogazione ai dati contenuti nel database comunale per confermare se si è registrati o meno, controllo che viene fatto sia al momento dell'iscrizione, che ad ogni mese di aggiornamento del database. In Portogallo invece la residenza è confermata al momento della registrazione, nel documento di identificazione personale, dove è registrato l'indirizzo ufficiale.

Nel nuovo sistema, dove le persone potranno registrarsi in un FrontOffice, nel caso della Spagna, il certificato elettronico nazionale sarà utilizzato nei dispositivi fissi ed elettronici che consulteranno il registro. Nel contesto portoghese sarà invece la Mobile Digital Key (che è simile al certificato elettronico spagnolo) a confermare direttamente la residenza in quanto è un documento che è associato al documento nazionale.

Caratteristiche della carta: la carta introdotta nell'Eurocittà Chaves-Verín viene rilasciata gratuitamente a tutti i residenti nei due rispettivi comuni. La residenza è un criterio fondamentale per ottenere la card, tanto che deve essere dimostrata tramite appositi documenti ufficiali ed è per questo che non è possibile

²⁰ Eurocidade Chaves Verín AECT, www.en.eurocidadedchavesverin.eu/ (accesso 01/06/2021)

cedere la carta ad altri soggetti. Il pagamento di una somma simbolica di 3 euro è richiesto solamente nel momento in cui c'è il rilascio di una seconda tessera, causa smarrimento o danneggiamento²⁰.

Fin dal primo rilascio dell'Eurocidade Card nel 2013, il residente può trovare il modulo di registrazione sulla piattaforma e può autorizzare o meno l'ente Eurocity all'invio di email di newsletter ed eventi di divulgazione. Nell'ottica di rendere la carta dematerializzata, recentemente è stata progettata una nuova piattaforma, in cui la carta virtuale avrà la precedenza sulla carta fisica. Tra le altre modifiche quindi, saranno aggiornate le relative disposizioni alla privacy e protezione dei dati adeguandole al Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016.

Servizi offerti: nel momento in cui un cittadino di una delle due città (Chaves o Verín) istituisce la Eurocidade Card, nel comune di riferimento potrà: avere accesso ai servizi forniti dalle biblioteche comunali dell'Eurocittà, sconti sull'utilizzo delle strutture comunali di Eurocittà, sconti sugli eventi culturali, sportivi e ricreativi organizzati dai due comuni, sconti sui servizi termali terapeutici o di benessere, ingresso gratuito ai musei comunali di Chaves e Verín, accesso alle iniziative di formazione promosse, partecipazione a lotterie e concorsi dell'Eurocittà²¹.

Le attuali agevolazioni sono frutto della politica individuale di ogni comune, e sono state adeguate con l'attuazione della carta. A Verín, ad esempio, prima dell'esistenza della tessera, c'era una differenza nei prezzi di accesso tra residenti e non residenti. Da quando è stata lanciata la carta nel 2013, il concetto di residente è cambiato in quello di eurocittadino. A Chaves, invece, c'erano i prezzi di utilizzo e di accesso, quindi l'unico cambiamento è stato nell'introduzione di uno sconto per gli utenti della carta e ogni comune ha deciso il criterio per utilizzare i benefici. L'idea di estendere il servizio anche ai turisti prevede un'inclusione di partner appartenenti al settore privato (commercio e turismo), e armonizzarlo all'Eurocidade Card seguendone gli stessi criteri, ovvero con sconti estesi del 5% o del 10% sui prodotti. Relativo al turismo, l'obiettivo è di aggiungere, oltre agli stessi servizi comunali e commerciali per i residenti, benefici legati al settore turistico (sconti negli esercizi alberghieri, visite guidate ecc.). La differenza principale è il tempo per convalidare la carta (in linea di massima 5 giorni), perché esiste un'importante comunità di emigranti (principalmente nella parte portoghese) che ogni anno tornano a casa per le vacanze.

Gestione dei partner: per l'utilizzo della tessera, e il conseguente ottenimento dello sconto/beneficio, è necessario presentare e convalidare la carta presso gli sportelli e/o le strutture aderenti prima dell'acquisto del bene o del pagamento della prestazione.

Dal punto di vista degli enti aderenti, per la partecipazione al progetto è necessario compilare una dichiarazione di impegno che include lo sconto (deciso in maniera autonoma dall'esercente pubblico) che avrà validità per un anno e sarà prorogabile per periodi uguali e successivi. Verrà estinta solamente a seguito di una dichiarazione presentata dal soggetto aderente, con un preavviso di almeno 30 giorni dalla scadenza del rinnovo. Al momento i benefici sono solo nelle strutture pubbliche e i servizi più richiesti sono le piscine pubbliche e gli impianti sportivi, infatti, la domanda delle carte aumenta ogni anno in estate. In più, quando sono organizzate delle attività non vengono mai escluse le persone che non hanno la tessera.

Agli esercenti affiliati viene consegnato un adesivo che viene posto all'ingresso dello stabilimento e consente al titolare della carta di verificare la presenza dello sconto sull'acquisto dei beni e la fornitura di servizi in quella struttura.

Obiettivo del progetto: lo scopo che ha mosso tale iniziativa è sorto da un bisogno principalmente, economico, sociale e secondariamente anche istituzionale, culturale e di convergenza ambientale per gli abitanti delle due città. Ai possessori (residenti in una delle due città sopra menzionate) è infatti garantito lo stesso vantaggio/beneficio, alle stesse condizioni dei servizi che già hanno nel loro comune di residenza, favorendo così lo scambio

²¹ Eurocidade Chaves Verín AECT, www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao (accesso 01/06/2021) ²² Ayuntamiento de Ayamonte, [www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/\(accesso 01/06/2021\)](http://www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/(accesso%2001/06/2021))

delle popolazioni di queste due città e aumentando l'offerta e la diversità dei servizi²². La carta ha permesso la materializzazione del concetto della collaborazione transfrontaliera e dell'equità del trattamento dei cittadini, che prescinde dalla nazionalità di appartenenza.

Dal punto di vista economico invece, tale servizio favorisce un miglior bilanciamento della gestione dei fondi pubblici grazie allo sfruttamento di economie di scala, all'utilizzo e la gestione condivisa delle risorse esistenti e un planning comune di servizi futuri.

Le motivazioni economiche e sociali si sono tradotte in obiettivi mirati all'universalità dell'accesso ad un set di servizi pubblici per una collettività che è formata dalle due città; alla promozione e al consolidamento di un sentimento di appartenenza ad un'identità che esula da quella nazionale e che afferisce a un'idea europeo/transfrontaliera; alla visibilità di immediati benefici a livello individuale del singolo privato in un contesto però di Eurocittà; all'evitare una duplice introduzione di tali strumenti nelle due città e la conseguente duplicazione di costi; infine incoraggiare una riflessione nelle implicazioni e negli interventi in materia giuridica che potrebbero costituire delle barriere per le azioni proposte.

Visti i dati statistici sopra riportati, in cui solamente quasi il 20% della popolazione possiede la Eurocittà Card, gli amministratori vogliono sfruttare questo discreto margine di miglioramento offrendo più opportunità ai cittadini possessori della carta, introducendo un'app digitale che affianca l'utilizzo di quella cartacea, il pagamento contactless, una partnership con il trasporto pubblico, il noleggio di biciclette, il car sharing, il parcheggio e una carta per i turisti, in modo tale che possano spostarsi liberamente tra queste due città.

Finanziamento: questo progetto di cooperazione è finanziato dal programma del Fondo europeo di sviluppo regionale per la cooperazione tra regioni dell'Unione europea INTERREG V-A Spagna- Portogallo. È stato lanciato grazie ai fondi di INTERREG 2007-2014 ed ha potuto svilupparsi grazie al replicato del programma INTERREG 2014-2020. Questi finanziamenti sono utilizzati per implementare il processo e migliorare i servizi, ma gli sconti sono di responsabilità dei comuni, quindi non vengono né pagati direttamente dal progetto né viene data loro una compensazione finanziaria.

3.1.2.3 IBK - LAGO DI COSTANZA (GERMANIA, AUSTRIA, SVIZZERA, LIECHTENSTEIN)

Informazioni di base: la Internationale Bodensee Konferenz (IBK) è un'associazione cooperativa degli Stati e dei Cantoni di Baden-Württemberg, Sciaffusa, Zurigo, Turgovia, San Gallo, Appenzello Esterno, Appenzello Interno, Principato del Liechtenstein, Vorarlberg e Baviera che rispettivamente appartengono agli stati della Germania, Svizzera, Principato del Liechtenstein e Austria^{23 24}. Nel 2000 è stata introdotta la carta del Bodensee con il nome di "Bodensee Erlebniskarte" (carta dell'esperienza Bodensee), poi nel 2019 il progetto è stato preso in carica da un'altra direzione amministrativa la quale ha ristrutturato il sistema e cambiato il nome della carta, ovvero Bodensee Card^{PLUS}, quello attuale.

Nel contesto pluriregionale del Lago di Costanza, esistono due carte che offrono vantaggi alle famiglie: la Bodensee Card^{PLUS} e il Bodensee Ticket²⁵. Entrambe le iniziative, non sono pensate solamente per le famiglie, ma lo sono anche per i turisti, per tale motivo risulta difficile confrontare il numero di carte rispetto alla popolazione. Tuttavia, grazie ad un sistema di conteggio di emissioni condiviso, è possibile risalire al numero di carte emesse all'anno, che in media, per la Bodensee Card^{PLUS} ammonta a 25.000. Numero pressoché costante negli anni, eccezion fatta per l'anno 2019/20 che ha registrato 15.000 emissioni a causa della pandemia da COVID-19 .

Diversità linguistica: sebbene i territori facenti parte dell'IBK appartengano a quattro Stati diversi, la comunicazione non risulta essere un problema in quanto il tedesco è la lingua principale parlata in tutte e quattro le aree affacciate al Lago di Costanza, di conseguenza anche nel caso della collaborazione e della gestione back office si utilizza il tedesco.

²³ Internationale Bodensee Konferenz, www.bodenseekonferenz.org/statut (accesso 06/06/2021) ²⁴ INTERREG Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein 2014-2020, www.interreg.org/ (accesso 01/06/2021) ²⁵ Lago di Costanza Vacanze e viaggi, www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/bcp (accesso 03/06/2021)

Promozione: avendo una forma diversa rispetto agli altri esempi trattati nel report, il quadro più ampio e più turistico fa sì che il servizio delle carte venga gestito da un ente sovranazionale predisposto a promuovere in modo omogeneo ed equilibrato gli Stati localizzati ai confini del lago. Perciò, oltre al sito ufficiale con estensione europea del Bodensee redatto in inglese, una pagina Facebook, una Instagram e una Twitter sono dedicate alla promozione delle attività organizzate presso il lago e di conseguenza interessati dai diversi territori. Per quando riguarda Instagram è stato deciso di istituire due hashtag: “#bodensee4eu” e “#bodenseecard” per identificarsi a livello di social media marketing. Un'altra iniziativa promossa dall'associazione, è quella di mettere a disposizione degli interessati le brochure online gratuite così i diretti interessati possono riceverle a casa via posta e consultarle prima di recarsi sul luogo, in questo modo si risparmia anche sulla stampa di volantini che se non utilizzati, a lungo andare andrebbero cestinati.

Governance: le iniziative promosse lungo il Lago di Costanza sono gestite dall'Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH)²⁶, l'organizzazione internazionale che riunisce enti ed aziende turistiche locali sul Lago di Costanza. È compito delle diverse società, attraverso azioni di formazione e divulgazione nelle diverse aree di competenza (distretti, destinazioni, associazioni), portare a conoscenza dell'ITB GmbH gli interessi, le aspettative, le informazioni turistiche, e la composizione dei partner associati (e aziende) che, autonomamente sono stati determinati.

Una volta ottenute le informazioni, l'IBT ha come compito principale quello di realizzare e sviluppare strategie turistiche, temi e contenuti di brand, sulla base di ciò che è stato elaborato nel progetto “Posizionamento della regione internazionale del Bodensee”. Ne deve decidere anche la conduzione tematica, la coordinazione della ricerca di mercato e l'analisi della concorrenza, il marketing e la promozione dell'immagine per la regione internazionale del Lago di Costanza nei mercati principali attuali e in quelli internazionali. Inoltre l'IBT realizza diverse sinergie, organizzando cooperazioni e scambi di esperienze tra i diversi attori del turismo.

Le società che fanno parte dell'IBT GmbH e che le forniscono informazioni, appartengono agli Stati e alle regioni affacciate al Lago di Costanza. Il team di incaricati dell'IBT GmbH invece è composto da nove funzionari che, con mansioni diverse, operano tutto l'anno per promuovere e integrare i territori.

Caratteristiche delle carte: come anticipato, esistono due diversi tipi di carte nell'area del Lago di Costanza:

- Bodensee Card^{PLUS} è una carta concepita non solamente per famiglie residenti, ma anche per turisti. Se si acquista la Bodensee Card^{PLUS} si ha il vantaggio di accedere gratuitamente a molte delle attrazioni situate nelle regioni del Lago di Costanza. Per i bambini sotto i 6 anni questi servizi sono sempre gratuiti. La Bodensee Card^{PLUS} rappresenta un biglietto per oltre 160 esperienze e permette di viaggiare gratuitamente su battelli di linea e usufruire di sconti riservati esclusivamente ai titolari della Bodensee Card^{PLUS}. Tale carta è disponibile in diverse opzioni, per 3 o 7 giorni selezionabili individualmente. Quando si accede ad un'attrazione o si prende un traghetto, la Bodensee Card^{PLUS} viene scansionata, e da quel momento la giornata si considera iniziata. Nello stesso giorno si può utilizzare la carta per tutte le esperienze desiderate.
- Bodensee Ticket è un biglietto destinato ai singoli, alle coppie adulte e piccoli gruppi (da 1 a 2 adulti e da 0 a 4 bambini, i quali non necessitano di essere legati gli uni agli altri con da rapporto di parentela). Tale biglietto garantisce a questi di poter usare i treni e altri mezzi di trasporto a prezzi vantaggiosi. Sono riconosciute le tessere sconto per i trasporti pubblici nazionali. Per i bambini dai 6 ai 15 anni è rilasciata a prezzo ridotto, mentre è gratuita per i bambini sotto i 6 anni. Esistono però delle differenze in alcune aree per diversi tipi di servizio. Ad esempio, per quanto riguarda il treno, in Svizzera e Austria, il Bodensee Ticket è valido su tutte le tratte, in Germania è utilizzabile solo sulle tratte brevi, sono escluse invece quelle a lunga percorrenza.

²⁶ Bodenseekreis, www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/ (accesso 07/06/2021)

Obiettivo del progetto: l'IBK è nata con l'obiettivo di mantenere e promuovere la regione del Lago di Costanza come uno spazio vitale, naturale, culturale ed economico attraente e di rafforzare la solidarietà regionale. Attraverso il coordinamento politico e i progetti comuni, l'IBK fornisce un contributo sostenibile al superamento dei confini nella regione. La missione di IBK per l'area del Lago di Costanza costituisce la base della cooperazione. L'IBK si inserisce all'interno di INTERREG Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein, un programma regionale dell'Unione europea (UE) per promuovere la cooperazione transfrontaliera, ed è fatto su misura per la regione nella zona di confine tra il Lago di Costanza e il Reno. Descrive le condizioni strutturali e socio-economiche dell'area, determina obiettivi e strategie, regola l'attuazione del programma e definisce priorità e campi di azione per il periodo di finanziamento.

Finanziamento: la Bodensee Card è reperibile online o nei 100 negozi situati attorno al Lago di Costanza, i cosiddetti: "punti vendita Bodensee CardPLUS Summer". Essendo un "progetto di solidarietà", questo servizio è stato introdotto dalla società IBT GmbH che finanzia la vendita delle carte, non è quindi, al contrario di molti esempi trattati, finanziata da INTERREG, ma si tratta di un progetto che si auto sostiene attraverso i ricavi generati. Allo stesso tempo, i partner rinunciano ad una parte del ricavato offrendo sconti e vantaggi economici sul costo di accesso al servizio. Il Bodensee Ticket invece è acquistabile nelle stazioni dei treni, autobus della Svizzera e Austria, mentre in Germania lo si può trovare anche negli uffici turistici e negli hotel.

3.1.3 CARTE VANTAGGI REGIONALI O NAZIONALI PER FAMIGLIE CON FIGLI

3.1.3.1 E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA (CROAZIA)

Finanziamento: la Croazia ha sviluppato una rete innovativa completamente digitalizzata per gestire il settore sanitario nazionale. Parallelamente a questo, è stato deciso di introdurre anche una serie di servizi, tra cui l'e-Children's Card Mudrica come misura di prenatalità che, attraverso un sistema di sconti e agevolazioni per gli utenti con figli, indipendentemente dal loro reddito, consente un accesso più favorevole a beni e servizi per il miglioramento dello standard familiare.

È stata coinvolta una società esterna (APIS IT d.o.o.) per condurre lo sviluppo e l'implementazione del sistema informativo e-Children's Card Mudrica (firmato l'accordo legale tra APIS IT doo e l'Ufficio Centrale dello stato per la Demografia e la Gioventù a seguito di un appalto pubblico). Il servizio e-Citizen è un'infrastruttura di governance che fornisce, tra gli altri servizi, una banca dati necessaria per la carta e-Children Mudrica che tiene conto anche della normativa GDPR (regolamento UE sulla protezione dei dati personali). I potenziali utenti sono indirizzati al servizio e-Citizen che è il primo passo nella richiesta della e-Children's Card Mudrica (verifica automatizzata in background se il potenziale utente soddisfa i criteri per la richiesta della carta e-Children Mudrica che sono l'aver la cittadinanza della Repubblica della Croazia, essere genitori, tutori terzi o genitori affidatari di figlio/i fino a 18 anni).

L'Ufficio statale Centrale per la Demografia e la Gioventù sta progettando di aggiornare ed espandere l'app mobile "Mudrica" (che è al momento in fase di appalto) perché, ha un ampio margine di sviluppo, progresso e inserimento di nuovi servizi per gli utenti e i fornitori.

Per verificare se l'utente (potenziale) soddisfa le condizioni per la possibilità di utilizzare la carta elettronica per bambini "Mudrica", l'Ufficio Centrale dello stato per la Demografia e la Gioventù tratta le seguenti categorie di dati personali:

- dati identificativi di base: nome, cognome, PIN (Personal Identification Number)
- dati sulla cittadinanza.

Per determinare a quale minore si è imparentati e avere la possibilità di utilizzare la e-Children's Card Mudrica, vengono invece trattati i dati del minore relativi a:

- dati identificativi di base: nome, cognome, PIN (Personal Identification Number)
- data di nascita, informazioni sul fatto che il bambino sia nato vivo.

Il progetto è stato designato senza scadenza con l'obiettivo di diventare strutturale all'interno del sistema di servizi statali con una previsione di utenti registrati a fine 2021 di 25.000, in quanto nelle sole prime 24 ore dalla sua circolazione, 389 soggetti si sono registrati²⁷. Il 23 giugno 2021, l'e- Children's Card Mudrica ha raggiunto oltre 9.050 utenti (iscrizioni), numero ritenuto dagli amministratori lodevole considerando che è stata rilasciata il 21 dicembre 2020 e la situazione pandemica ha rivisto le stime predette.

Il nome dell'iniziativa ha volutamente messo in primo piano i figli, questo perché il messaggio che il governo centrale vuole condividere è che una carta per bambini aiuta i genitori e tale carta è un simbolo del consenso sociale sul rinnovamento demografico e per la promozione delle famiglie con più figli.

Promozione: le attività di sviluppo e promozione dell'e-Children's Card Mudrica sono condotte attraverso la pagina Facebook, il sito web specializzato (in cui sono spiegate tutte le informazioni necessarie sia per registrarsi, che per diventare partner), i partner (attraverso le loro pagine web e i loro social media) e le campagne nazionali promosse su piattaforme digitali (social network, di cui una interamente condotta a fine dicembre 2020 e all'inizio di gennaio 2021, e media digitali). Se combinati, i siti e le pagine di promozione online permettono una portata di 1500 utenti per pubblicazione (cifra in continuo aumento).

La seconda campagna è invece in corso e include spot su autobus, tram, cartelloni pubblicitari in tutta la Croazia. Inoltre, l'Ufficio Statale Centrale per la Demografia e la Gioventù sta progettando di includere spot televisivi, conferenze, e altri eventi pubblici con i partner per promuovere la e- Children's Card Mudrica.

Governance: la gestione del servizio è svolta dall'Ufficio Statale Centrale per la Demografia e la Gioventù con sede a Zagabria, il quale si ramifica in una serie di altri sotto uffici e quello che ha il compito di curare, gestire e organizzare il progetto e-Children's Card Mudrica (app mobile gratuita) è il Dipartimento per il coordinamento delle politiche demografiche all'interno del settore dello sviluppo demografico, nonché servizio indipendente per programmi e progetti nel campo della demografia e della gioventù.

Lo sviluppo e l'implementazione del sistema informativo e-Children's Card Mudrica è stato condotto dall'11 settembre 2019 fino al 21 dicembre 2020, data del rilascio al pubblico. È importante riconoscere che l'idea iniziale e la gestione del progetto sono state condotte da funzionari statali dell'Ufficio Statale Centrale per la Demografia e la Gioventù che hanno collaborato con APIS IT d.o.o. e non ci sono stati altri consulenti stipendiati o assunti per questo progetto.

Caratteristiche dell'applicazione: nella prima fase, la e-Children's Card Mudrica è disponibile come applicazione mobile gratuita "Mudrica" attraverso la quale i genitori ricevono sconti, ed è collegata al sistema e-Citizens, che garantisce l'accuratezza e la sicurezza dei dati e contribuisce alla digitalizzazione odierna.

La Croazia, avendo il sistema sanitario e sociale completamente digitalizzato permette l'accesso alla e-Children's Card nel sistema "e-Citizens" selezionando semplicemente l'"e-service" nel menu "e-services disponibili", in questo modo le famiglie non hanno bisogno di recarsi agli sportelli, ma possono fare tutto online utilizzando il proprio device. Quindi, per usufruire dei vantaggi della e- Children's Card Mudrica, è necessario installare l'applicazione digitale "Mudrica" sul dispositivo mobile. L'app è destinata ai genitori e prevede vantaggi o sconti su beni o servizi con partner concordati.

²⁷ Central State Office for Demography and Youth, www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902 (accesso 28/05/2021) ²⁸ Central State Office for Demography and Youth, www.e-djecjakartica.hr/ (accesso 28/05/2021)

L'utilizzo è semplice e intuitivo. Una volta identificato il partner associato, gli utenti della e- Children's Card Mudrica mostrano lo schermo del loro smartphone che contiene i dati:

- nome e cognome;
- carta d'identità;
- data di scadenza (il figlio più piccolo compie 18 anni in quella data);
- categoria dell'utente (1, 2, 3+ a seconda del numero di bambini di età inferiore ai 18 anni, vedi sotto).

Quando l'utente preme il pulsante "acquista", l'applicazione mobile genera un codice a barre e i partner lo possono scansionare. Come misura di sicurezza, è stato disabilitato lo screenshot dello schermo per evitare eventuali contraffazioni. Gli amministratori stanno pianificando un aggiornamento dell'applicazione in modo tale che gli utenti possano utilizzare "Mudrica" anche nei negozi online dei partner. Gli sviluppatori dell'app e gli amministratori del e-Children's Card Mudrica stanno cercando di trovare la soluzione migliore da implementare affinché il servizio sia di facile utilizzo per gli utenti e per i partner.

Servizi offerti: il servizio riunisce una vasta gamma di partner pubblici e privati provenienti da settori culturali, economici, sanitari, educativi, sportivi e altri importanti per la famiglia, e rappresenta quindi una sorta di consenso sociale sul rinnovamento demografico per promuovere le famiglie con più bambini. La gamma di benefit e servizi forniti alle famiglie con bambini attraverso la e-Children's Card Mudrica oltre a migliorare lo standard familiare, contribuisce anche ad una migliore disposizione del tempo della famiglia nella vita quotidiana.

Gli sconti con la e-Children's Card Mudrica sono validi per tutti, aumentano con l'aumentare del numero di bambini in famiglia e sono suddivisi in tre categorie in base al dimensione del nucleo familiare:

- 1° categoria -> un bambino
- 2° categoria -> due bambini
- 3° categoria -> tre o più bambini.

Gestione dei partner: l'Ufficio statale centrale per la demografia e la gioventù offre ai partner il vantaggio di determinare autonomamente i loro sconti su prodotti o servizi. I partner sono tenuti a compilare il modulo che definisce i loro sconti e i dipendenti dell'Ufficio Statale importano tali dati nell'applicazione.

Obiettivo del progetto: attraverso la e-Children's Card Mudrica il governo croato mira a garantire una più facile e maggiore disponibilità di beni e servizi a tutte le famiglie. Inoltre questo progetto intende sensibilizzare le aziende pubbliche e private a comprendere le esigenze di questa fetta di popolazione e sostenerla reciprocamente e in modo solidale. Un punto importante stabilito dal governo croato è quello di incoraggiare e responsabilizzare le famiglie nell'educazione dei figli²⁹.

Finanziamento: il governo croato è il finanziatore di tale innovativo progetto delegato all'Ufficio Centrale dello stato per la Demografia e la Gioventù, mentre la messa a disposizione di sconti e offerte è a carico dei partner fornitori. Il budget iniziale per lo sviluppo e l'implementazione del sistema informativo e-Children's Card Mudrica è stato di 1.597.000,00 kune croate (213.087,71 euro³⁰) e per la manutenzione del sistema informativo 383.175,00 kune croate l'anno (51.127,04 euro³¹).

²⁹ Central State Office for Demography and Youth, www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902 (accesso 28/05/2021) ³⁰Il Sole 24 ore, www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1 (accesso 30/06/2021) ³¹Il Sole 24 ore, www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1(accesso 30/06/2021)

3.1.3.2 NÖ FAMILIENPASS, BASSA AUSTRIA (AUSTRIA)

Informazioni di base: il Familienpass della Bassa Austria (NÖ Familienpass) rappresenta il più veterano degli esempi di carta famiglia in Austria. Ad oggi registra quasi quarant'anni di attività, ciò significa che le prime carte per famiglie austriache che offrono sconti per trascorrere del tempo con i propri figli risalgono agli anni 1980. Come spiegato precedentemente, al momento la partnership con la Slovacchia è inattiva, ma all'interno del territorio della Bassa Austria il NÖ Familienpass è perfettamente funzionante. Percorrendo la storia della carta famiglia della Bassa Austria, la si può dividere in tre fasi: la prima, in cui la carta è stata introdotta dalla regione della Bassa Austria per i propri cittadini; la seconda in cui grazie al progetto INTERREG AT-SK è stata creata la collaborazione con altri territori (anche fuori confine statale); ed infine la terza, in cui la transnazionalità si è interrotta e si è tornati alla situazione iniziale in cui la carta è destinata solamente alle famiglie con figli della Bassa Austria. Di conseguenza la diversità linguistica si è dovuta affrontare solamente nel periodo di cooperazione con la Slovacchia (e Repubblica Ceca in seguito). La popolazione della Bassa Austria è di 1.691.040 di cui il 17,5% ha un'età inferiore ai 18 anni³².

Promozione: le famiglie della Bassa Austria si possono tenere informate riguardo le attività e le novità connesse alla carta famiglia attraverso la pagina Facebook e Instagram che, al contrario di altri esempi visti e analizzati nel presente report, sono dedicati interamente al NÖ Familienpass. Dal lunedì al venerdì, una volta al giorno viene pubblicato un post su Facebook in cui vengono date informazioni relative ai nuovi partner, alle iniziative presenti, alle attività programmate per il weekend o per i mesi a seguire. La stessa cosa viene fatta su Instagram in cui grazie all'hashtag "#nöfamilienland" le famiglie possono condividere foto e contribuire a promuovere la carta famiglia sui social. Ovviamente, su entrambe le piattaforme, la lingua utilizzata è il tedesco. Un altro strumento di promozione è la newsletter che, se si decide di ricevere, deve essere richiesta attraverso una procedura online di dichiarazione disponibile sul sito web del NÖ Familienpass. In questo caso, 5-7 volte all'anno via e-mail vengono spedite informazioni su argomenti familiari, eventi e opportunità per attività ricreative nella Bassa Austria e per il NÖ Familienpass. Il consenso a ricevere la newsletter può essere revocato ogni volta che viene inviata la mail cliccando su "Cancella iscrizione alla newsletter"³³.

Governance: il NÖ Familienpass è gestito dalla NÖ Familienland GmbH³⁴, un centro di competenza per il lavoro familiare nella Bassa Austria aperto nel 2014, un anno dopo la sua fondazione avvenuta su iniziativa del consigliere provinciale per la famiglia. Le attività hanno lo scopo di sostenere le famiglie, le comunità e le istituzioni nel settore dell'assistenza all'infanzia, dello sviluppo, dell'educazione della salute dei bambini e dei giovani, della compatibilità tra famiglia e lavoro, dello sviluppo dei sostegni delle famiglie, dell'interazione delle generazioni e dello smantellamento delle barriere. Nella gestione delle attività c'è un gruppo di lavoro formato da un amministratore delegato, nove funzionari occupati nella compatibilità tra famiglia e lavoro, cinque nel servizio della famiglia, tre negli spazi di movimento e incontro, otto nella comunicazione e marketing e uno alla contabilità e controllo.

Caratteristiche della carta: la carta famiglia nella Bassa Austria permette a tutti i genitori con figli di ottenere sconti sulle attività del tempo libero. Gli sconti non si limitano ai genitori e ai nonni, ma si estendono anche agli zii, amici di famiglia e babysitter. È gratuita e offre sconti per le famiglie della regione della Bassa Austria e alle regioni austriache circostanti.

Il presupposto è che almeno un adulto o un bambino abbia la residenza nella Bassa Austria. Una volta emesso, il NÖ Familienpass è valido fino a quando il figlio (più giovane) raggiunge i 18 anni e può essere prolungato fino a quando viene percepito l'assegno familiare per un figlio.

Servizi offerti: i partner al momento sono circa 550 e per identificarli è sufficiente utilizzare la ricerca online disponibile sul sito o sull'app. La funzione "filtro" permette di suddividere per distretto, stato e industria. Inoltre, è

³² Statcube, www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825 (accesso 27/06/2021)

³³ NÖ FAMILIENLAND GMBH, www.familienpass.at/ (accesso 10/06/2021) ³⁴ NÖ FAMILIENLAND GMBH, www.noefamilienland.at/ (accesso 10/06/2021)

anche possibile cercare gli extra adatti alle famiglie come ad esempio "sala giochi", "accessibilità". La pianificazione delle escursioni viene garantita con l'integrazione di Google Maps e la collaborazione con Outdooractive: una piattaforma digitale leader nella cartografia e percorsi outdoor diffusa in tutto il mondo. Le regioni limitrofe nelle quali è possibile trovare dei partner sono: Burgenland, Carinzia, Alta Austria, Salisburgo, Stiria, Tirolo e Vienna.

Un altro servizio del NÖ Familienpass è quello assicurativo, infatti, alle famiglie che possiedono la carta famiglia, viene concessa anche un'assicurazione contro gli infortuni ad un prezzo conveniente. L'assicurazione riguarda l'invalidità contro gli infortuni e le prestazioni ospedaliere. Ci sono diverse opzioni: quella "Standard", quella "Premium" e quella "ActivePlus" che offre a nonni, parenti e accompagnatori protezione in caso di invalidità permanente, spese di soccorso, medicinali e trattamenti e benefici per la salute.

Lo sconto presso i fornitori selezionati viene elargito a seguito della dimostrazione del NÖ Familienpass. La carta, rilasciata gratuitamente, consente anche al titolare di usufruire del programma ÖBB VORTEILScard³⁵, una carta che permette di viaggiare in modo flessibile in tutta l'Austria dando la possibilità di ottenere sconti sull'acquisto dei biglietti dei treni e degli aerei.

3.1.3.3 OÖ FAMILIENKARTE, ALTA AUSTRIA (AUSTRIA)

Informazioni di base: la OÖ Familienkarte è una carta per sconti che viene concessa a tutte le famiglie dell'Alta Austria. La popolazione in questa regione è di 1.495.756 abitanti di cui il 18,2% ha età compresa tra gli 0 e i 17 anni³⁶. Il totale delle famiglie è di 632.136 le quali hanno un numero medio di bambini di 1.67 di cui 135.067 bambini hanno un'età inferiore ai 15 anni³⁷.

Promozione: la comunicazione avviene in tedesco, in quanto è solamente interna l'area di competenza della carta. In lingua locale è anche la promozione che avviene sul sito internet ufficiale della OÖ Familienkarte, nel quale ci sono tutte le informazioni della carta famiglia, comprese le sovvenzioni connesse ai sussidi familiari e alle politiche regionali sulla famiglia a cui vi si può accedere con la OÖ Familienkarte, nonché una sezione dedicata all'educazione genitoriale, e tutti i dettagli utili per le famiglie e i partner³⁸. Per quanto riguarda la promozione sui social network invece, una pagina Facebook e una Instagram sono dedicate alla carta famiglia e notizie relative ad eventi e offerte sono prontamente pubblicate su tali piattaforme. Per i servizi digitali, anche un'app è stata realizzata. L'applicazione per la carta famiglia, oltre ad offrire le stesse opportunità della tessera cartacea, offre ai titolari di questa la possibilità di assicurarsi dei buoni di alcune aziende partner. Una volta aperta l'app della carta famiglia, è sufficiente vedere i tipi di voucher offerti e scegliere quello desiderato. Il voucher deve essere riscattato direttamente dall'azienda partner, attraverso un clic sul pulsante "Riscatta voucher". I buoni riscattati perdono la loro validità e non potranno essere disponibili per altre famiglie, di conseguenza se una famiglia, una volta confermato il buono, non lo volesse più utilizzare, lo può cancellare in modo tale che ridiventi disponibile per un'altra famiglia. In questo modo si spingono gli utenti a consultare l'app con costanza per verificare la presenza di voucher. Infine una newsletter viene mandata periodicamente agli utenti per tenerli informati riguardo eventi stagionali e offerte.

Governance: la gestione della carta è svolta da un team di impiegati dipendenti dal dipartimento della famiglia dell'assessorato alla Famiglia della provincia dell'Alta Austria. La squadra è composta da quindici funzionari che occupano rispettivamente diversi ruoli: promozione delle organizzazioni familiari, segreteria, invio opuscoli informativi, sostegno alla famiglia (bonus, eventi scolastici, indennità multipla), pubblicazione della rivista di famiglia dell'Alta Austria, concorsi ed eventi, emissione e cambio della carta famiglia Alta Austria, gestione del sito web, newsletter digitale, report online, sostegno alla famiglia, educazione dei genitori.

³⁵ Der NÖ Familienpass - Land Niederösterreich, www.noefamilienpass.at (accesso 10/06/2021) ³⁶ Statistik Austria, www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html (accesso 13/05/2021) ³⁷ Land Oberösterreich, www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm (accesso 13/05/2021) ³⁸ OÖ Familienkarte, www.familienkarte.at/de/familienkarte.html (accesso 18/06/2021)

Caratteristiche della carta: la carta è rilasciata alle famiglie che hanno un figlio di età inferiore ai 19 anni (o superiore se percepisce assegni familiari). Con queste condizioni le famiglie ricevono gratuitamente la carta famiglia dell'Alta Austria previa richiesta, ovvero compilando i moduli disponibili presso l'Ufficio dell'Alta Austria o sul portale online della regione.

Per i cittadini stranieri (ad eccezione dei cittadini di uno stato membro dell'UE) deve essere allegata la prova di un permesso di soggiorno (permesso di residenza valido o decisione di asilo). I genitori che vivono separatamente dai loro figli possono richiedere una carta famiglia se c'è un certificato di divorzio o un contratto di mantenimento che dimostra che il richiedente e il figlio/i risiedono in Alta Austria. È onere del richiedente notificare immediatamente al dipartimento della famiglia qualsiasi modifica dei requisiti per l'ottenimento della carta famiglia dell'Alta Austria. Il processo di candidatura è molto semplice, una volta compilato e firmato il modulo, questo va presentato all'autorità locale responsabile o all'autorità municipale per la conferma delle informazioni. Il comune poi, inoltra la domanda al dipartimento della famiglia dello stato dell'Alta Austria. La carta verrà inviata al richiedente circa 3-4 settimane dopo la domanda, e sarà valida fino al 19° anno di età del figlio minore, o fino al momento in cui un figlio non percepirà più gli assegni familiari.

Servizi offerti: i vantaggi della carta famiglia prevedono sconti presso varie aziende dell'Alta Austria nei settori del tempo libero, gastronomia e servizi che, come società partner, forniscono offerte su misura di famiglia (nella struttura dei prezzi e delle tariffe) nell'Alta Austria.

Importante è anche l'assicurazione contro gli infortuni per bambini e genitori che è gratuita con la carta famiglia³⁹. Viene inoltre consegnata gratuitamente l'ultima edizione dell'Alta Austria Family Journal, che contiene interessanti informazioni e novità per la famiglia, nonché l'elenco aggiornato delle aziende partner e le loro offerte speciali; garantito il servizio online con un account genitoriale digitale; inviata la partecipazione gratuita agli eventi organizzati dal dipartimento della famiglia dello stato dell'Alta Austria; garantite informazioni continue su tutte le innovazioni e i cambiamenti nelle misure di sostegno a misura di famiglia e nelle campagne orientate alla famiglia nello stato dell'Alta Austria, assicurati viaggi più economici sia in autobus che in treno grazie alla partnership con l'Associazione dei trasporti dell'Alta Austria e con la WESTbahn, sia la possibilità di rifornimento di carburante ad un prezzo più economico presso le stazioni di rifornimento Tower Oil e Doppler BP.

Anche i nonni, possono godere degli sconti concessi alle famiglie tramite la OÖ Familienkarte se esibiscono la carta famiglia dell'Alta Austria (dei genitori) su cui sono iscritti i nipoti presso gli enti identificati con il logo "nonnonno". Di conseguenza non è prevista una carta separata per i nonni. Anche la carta famiglia digitale (tramite app) è un servizio offerto ai nonni, i quali possono attivare l'app digitale sul proprio smartphone.

Con la carta famiglia dell'Alta Austria è possibile viaggiare a basso costo in treno e autobus. I genitori che viaggiano con uno o più figli ricevono un biglietto di sola andata o giornaliero a tariffa ridotta sui trasporti regionali. Tutti i bambini fino a 15 anni viaggiano gratuitamente se il genitore ha acquistato un biglietto (singolo o giornaliero). Per i figli con età superiore ai 15 anni si applica la tariffa ridotta. Tale regolamento viene garantito anche ai nonni.

Obiettivo del progetto: l'impegno con cui l'Alta Austria gestisce questo servizio ha l'obiettivo di ridurre al minimo l'onere finanziario delle famiglie e creare le condizioni necessarie affinché i giovani possano decidere di creare una famiglia. È quindi una delle massime priorità della politica regionale quella di rafforzare le famiglie e promuoverle.

3.1.3.4 RODINNĚ PASY, MORAVIA MERIDIONALE (REPUBBLICA CECA)

Informazioni di base: il progetto di collaborazione tra Austria e Slovacchia si era esteso anche alla regione di Vysocina e Moravia meridionale, per poi inserirsi anche in quello di Olomouc, di Pardubice, di Ústí, della Boemia meridionale, di Hradec Králové e di Kromeríž (Repubblica Ceca). Anche in questo caso, l'interruzione della

³⁹ OÖ Familienkarte, www.familienkarte.at/de/familienkarte/ihre-vorteile/ooeversicherung.html (accesso 13/05/2021)

cooperazione non ha fermato l'utilizzo e lo sviluppo delle carte famiglie nei singoli territori. Ad oggi le carte famiglia sono un'attività delle singole regioni della Repubblica Ceca, le quali continuano a fornire servizi all'interno dei propri confini regionali. Nello specifico, in Repubblica Ceca sono nove su quattordici le regioni che hanno una propria carta sconti per famiglie (Rodinnè Pasy in ceco) e sono: la regione di Ústí, della Boemia meridionale, della Boemia centrale, di Hradec Králové, Kromeríž, di Pardubický, della Moravia-Slesia, della Moravia meridionale e quella degli Altopiani. I residenti nelle altre cinque regioni ceche non possono ottenere la carta, e di conseguenza gli sconti, in quanto le amministrazioni regionali non hanno aderito all'iniziativa⁴⁰. I dati riportati riguardano la carta sconti per famiglie presente nella Moravia meridionale, in quanto ogni regione ceca si amministra la propria carta, seppur mantenendo la reciprocità degli sconti offerti.

Il numero di famiglie iscritte al Rodinnè Pasy della Moravia meridionale sono 80.000 e più di 800 sono i partner aderenti⁴¹.

Promozione: la Moravia meridionale ha predisposto un sito web dedicato alla carta famiglia in cui presenta le informazioni e descrive le offerte. Ogni soggetto coinvolto (famiglie e partner) ha la propria sezione con i chiarimenti necessari. Anche una pagina Facebook dedicata alla carta famiglia pubblica periodicamente notizie relative alle novità (nuovi partner, eventi, concorsi). In più, un'app digitale è stata introdotta per offrire la possibilità di trasferire la carta vantaggi su smartphone e utilizzarla così in modo digitale. Infatti, una volta scaricata l'app sul proprio dispositivo, è necessario inserire il codice della carta famiglia in modo tale da associarlo ad essa ed avere il riconoscimento del servizio.

Viene redatto ogni sei mesi anche un catalogo (formato pdf e cartaceo) in cui sono elencati tutti i partner con i relativi sconti e i concorsi a premi promossi dalla regione. Inoltre, sempre due volte l'anno viene pubblicata anche una rivista in cui vengono inseriti articoli informativi su argomenti di interesse sociale e familiare con l'aggiunta di una sezione dedicata ai bambini in cui ci sono giochi, indovinelli, filastrocche e attività ludiche.

Governance: la governance, è composta dalla consigliera per le Politiche Sociali e Familiari della regione della Moravia meridionale che è la responsabile del Rodinnè Pasy, la quale collabora con una società esterna (la Vertigo.cz) che fornisce il servizio di pubblicità e produzione grafica (sia per il sito web che per l'app) e Rodinnà Politika che si occupa della politica familiare in Moravia meridionale.

Caratteristiche della carta: la partecipazione e la richiesta del Rodinnè Pasy è gratuita per le famiglie. La condizione fondamentale è la residenza permanente in Moravia meridionale e almeno un figlio di età inferiore ai 18 anni. La registrazione avviene a seguito della compilazione di un format online in cui vengono richiesti semplicemente i dati anagrafici dei genitori, dei figli, un recapito telefonico e un indirizzo e-mail. Dopo 4-6 settimane la carta viene spedita all'indirizzo di residenza indicato. Ogni famiglia può ricevere al massimo due carte.

All'interno della Repubblica Ceca, la carta Rodinnè Pasy può essere utilizzata indipendentemente dalla regione in cui è stata emessa (a patto che la si usi in una delle nove regioni che hanno una carta famiglia e quindi dei partner aderenti). Le carte sono riconoscibili a vicenda. Il principio generale è che gli sconti non si sommano. Per godere dei vantaggi riguardanti le attività del tempo libero è necessaria la presenza del titolare della tessera con almeno un figlio (riportato sulla tessera). Per acquisti regolari è sufficiente solo il titolare della carta.

Servizi offerti: i titolari della tessera Rodinnè Pasy possono usufruire di sconti nell'area della cultura, degli sport, degli acquisti (abbigliamento, elettronica, articoli sportivi ecc.), servizi (ristoranti, alloggi, vacanze ecc.) e altre attività ricreative.

Gestione dei partner: molto spesso i fornitori sono organizzazioni pubbliche della regione, dei comuni e delle

⁴⁰ Rodinnè pasy, www.rodinnepasy.cz/ (accesso 08/06/2021) ⁴¹ Rodinnè pasy, www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/ (accesso 08/06/2021)

città: musei, piscine, teatri, monumenti, terme, campi sportivi ed eventi culturali. I fornitori di sconti coinvolti nel progetto sono contrassegnati con un particolare adesivo introdotto appositamente per questa iniziativa. Gli enti associati sono organizzazioni pubbliche e soggetti privati.

Obiettivo del progetto: l'obiettivo sotteso all'introduzione della carta per famiglie è quello di alleviare i bilanci familiari nello shopping e nel tempo libero.

Finanziamento: questa carta non è solamente una carta sconto, ma funge anche da punto di informazione grazie ai social Network (Facebook) e alle newsletter, perché ogni giorno fornisce suggerimenti per eventi culturali, attività sportive, viaggi ed eventi per bambini nella Moravia meridionale (e non solo), ed è finanziata dalla regione stessa.

3.1.3.5 RODINNÝ PAS, BRATISLAVA (SLOVACCHIA)

Informazioni di base: il Rodinný Pas, che si inserisce nel contesto transfrontaliero del sistema di passaporti familiari (FamilyNet) introdotto nel 2012 e concluso nel 2014, continua all'interno della regione di Bratislava (Slovacchia) a offrire il servizio alle famiglie associate, mentre (come già detto) è cessato il rapporto di reciprocità con gli altri territori della Bassa Austria e del Burgenland. La popolazione della regione di Bratislava al 31 dicembre 2019 era di 669.592 e rappresentava il 12,3% della popolazione totale della Slovacchia con un tasso di natalità positivo del 12,3% (dati del 2020)⁴², nella regione di Bratislava, più di 6.048 famiglie sono registrate con il Rodinný Pas ⁴³. Sebbene l'accordo transfrontaliero sia cessato, il numero di emissioni della carta famiglia non si è interrotto, anzi, nel 2019 si è registrata una media di 100 iscritti al mese, mentre questa tendenza è diminuita drasticamente nel 2020 a causa della pandemia da Covid-19.

Diversità linguistica: essendo stato interrotto il rapporto di reciprocità oltre confine, anche la difficoltà linguistica non risulta essere più un ostacolo alla comunicazione (interna ed esterna). Infatti, le informazioni vengono rilasciate in slovacco, in quanto lingua nazionale.

Promozione: è stato investito un budget per inserire una pubblicità a pagamento su Facebook per promuovere la carta famiglia e indire vari concorsi che, oltre a riscuotere molto successo tra le famiglie, fungono anche da veicolo di coinvolgimento delle persone in generale. Un altro canale pubblicitario utilizzato dalla regione di Bratislava, è quello del sito web ufficiale regionale, con il quale è stata concordata una visibilità regolare che riesce a raggiungere un pubblico molto ampio con l'obiettivo di reclutare nuovi utenti. Infine, i titolari del Rodinný Pas, mensilmente ricevono la newsletter in cui sono presentati tutti gli eventi in programma e le novità del momento, comprensive degli sconti, delle offerte e dei concorsi attivi.

Governance: la governance del progetto attualmente è interamente localizzata e gestita dalla regione di Bratislava, precisamente dallo Slovak House of Centrope⁴⁴, un'organizzazione che dal 2016 si occupa di amministrare il Rodinný Pas e che tutte le decisioni importanti siano approvate dalla regione.

Il focus delle attività sono lo sviluppo regionale, culturale e turistico interconnessi con progetti europei di carattere transnazionale e culturale.

Nello specifico, il team che gestisce la carta famiglia è composto da tre dipendenti, dei quali uno si dedica alla promozione (testi, informazioni, aggiornamenti), all'acquisizione di nuovi fornitori (e conclusione di contratti), alla spedizione delle carte famiglia agli utenti, alla comunicazione con le persone e creazione e valutazione dei concorsi. Un altro funzionario con mansioni di editor si occupa della preparazione dei testi, ricerca degli eventi, video maker, notizie quotidiane e newsletter. Il ruolo di controllo e gestione del lavoro è affidato invece al senior manager.

⁴² DATAcube, www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk (accesso 28/05/2021) ⁴³ Trnavský kraj, www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk (accesso 28/05/2021) ⁴⁴ House of Centrope, www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/ (accesso 28/05/2021)

Caratteristiche della carta: nella regione di Bratislava le caratteristiche tecniche della carta sono rimaste invariate, di conseguenza il Rodinný Pas viene rilasciato alle famiglie (anche partner non sposati, single, persone che si occupano di bambini) con figli di età inferiore ai 18 anni e residenza permanente nella regione in questione. La registrazione e la carta sono gratuite e tutti i costi associati all'emissione delle stesse sono pagati dalla regione autonoma di Bratislava.

Per usufruire dello sconto è necessario presentare la tessera prima del pagamento. La rete di sconti è molto ampia e riguarda i settori della cultura, dello sport, del turismo, della ricreazione, dello shopping e di altri servizi. Tali vantaggi vanno dal 7-20% per gli enti privati e fino al 50% per le organizzazioni pubbliche⁴⁵.

L'aggiornamento delle offerte avviene ogni mese tramite invio di una newsletter con una chiara descrizione degli eventi del mese, consigli per trascorrere il tempo libero e informazioni sugli sconti da sfruttare.

L'aumento del numero di famiglie iscritte ha ampliato l'opportunità di aumentare i potenziali clienti delle aziende, le quali hanno ottenuto un'importante visibilità sulla homepage del progetto, un aumento della consapevolezza dei loro prodotti o servizi attraverso la newsletter, una pubblicazione dei contributi promozionali sul profilo attivo di Facebook delle carte per famiglie, una promozione del prodotto o servizio sotto forma di concorsi organizzati e un'opportunità di promuovere gratuitamente i servizi, prodotti, attività e corsi.

Obiettivo del progetto: il focus è sui servizi nella regione di Bratislava forniti per i bambini, ma un nuovo percorso dedicato agli anziani è stato strutturato nell'ultimo anno. Di conseguenza ora il team è impegnato nella ricerca di partner che potrebbero essere interessanti per questa categoria, come ad esempio cliniche mediche o attrezzature dentali. Questa nuova sfida ha fatto sì che si accantonasse per il momento l'idea di una nuova cooperazione transfrontaliera, in quanto l'impegno richiesto per l'apertura ad una nuova fetta di popolazione richiede l'impiego di tutte le risorse disponibili.

Finanziamento: il Rodinný Pas, se prima poteva usufruire di risorse finanziarie europee, grazie all'inserimento del programma INTERREG AT-SK, ora non essendoci più nessuna collaborazione manca anche il sostegno economico. Tuttavia, è la regione di Bratislava che finanzia ormai da più di sei anni il progetto delle carte famiglia nella regione.

3.1.3.6 VORARLBERGER FAMILIENPASS, VORARLBERG (AUSTRIA)

Informazioni di base: il presente esempio di carta famiglia ha un'estensione diversa rispetto ai casi visti in precedenza. Il territorio interessato da questo progetto è limitato allo stato federato del Vorarlberg in Austria. Il contesto di riferimento è quindi ridimensionato e meno complesso rispetto ad una carta transfrontaliera, tuttavia la strutturazione del servizio offerto sotto forma di carta vantaggi per le famiglie, presenta delle peculiarità importanti ed efficaci al fine dello studio di fattibilità.

Il censimento del mese di ottobre del 2020 ha registrato una popolazione di poco meno di 400.000 abitanti nello stato federato del Vorarlberg e di questi 44.000 sono famiglie con figli di età fino ai 18 anni. Su un totale di 44.000 famiglie ben l'80% possiede il Vorarlberger Familienpass.

Diversità linguistica: in questo caso trattandosi di un'iniziativa interna ad un territorio amministrativo, non ci sono problematiche connesse alla diversità linguistica, difatti il sito internet è pubblicato in lingua tedesca e, a differenza dei casi visti in precedenza, il Vorarlberg ha strutturato un'app anch'essa con settaggio in tedesco o in inglese.

Promozione: la promozione di questa iniziativa avviene innanzitutto sul sito istituzionale del Vorarlberg, dove in una pagina dedicata al Familienpass vengono date tutte le informazioni e spiegati i passaggi per effettuare la

⁴⁵ Rodinný Pas, www.rodinne-pasy.sk/ (accesso 11/06/2021)

richiesta online della carta. In più, una sezione con le FAQ permette di dare risposta a quelle domande che risultano essere più frequenti. Anche in questo caso una pagina sui social media Facebook e Instagram e un canale YouTube sono stati creati per informare tutti i cittadini sulle novità e iniziative promosse all'interno della regione, senza alcun focus specifico per il Familienpass. Dedicato esclusivamente al Vorarlberger Familienpass è invece un'app in cui i possessori della carta famiglia possono consultare i partner e i relativi sconti e vantaggi. Anche una newsletter viene inviata periodicamente ai possessori della carta famiglia⁴⁶.

Governance: il Vorarlberger Familienpass è gestito da un'associazione che opera grazie a un sussidio proveniente dal governo locale. Ogni nuova funzione però, come la progettazione o il marketing, è strettamente coordinata con il governo locale e nello specifico con il dipartimento della famiglia e della gioventù.

Caratteristiche della carta: l'ottenimento della tessera avviene previa richiesta presso le autorità locali o compilando il modulo online presente sul sito istituzionale del Vorarlberg (in questo secondo caso la tessera viene spedita a casa tramite posta). In seguito alla richiesta, la tessera viene spedita automaticamente ogni anno fino a quando i figli non avranno compiuto 18 anni. Lo smarrimento/danneggiamento della carta o nel caso di variazioni nei dati (es. trasloco o nascita di altri figli), permetterà di ritirare una nuova carta per famiglia presso l'autorità locale.

L'app invece può essere scaricata gratuitamente e permette di usare la carta famiglia digitale in aggiunta o in sostituzione a quella in formato cartaceo. Tutte le attuali offerte e promozioni, sconti, concorsi e orari di apertura sono facilmente reperibili nell'app accedendovi tramite codice di accesso concesso dall'autorità locale di appartenenza.

La carta funziona all'interno del territorio austriaco del Vorarlberg, tuttavia ci sono alcuni partner in Germania e in Svizzera che hanno deciso di aderire all'iniziativa e offrire sconti e vantaggi alle famiglie con figli che presentano il Vorarlberger Familienpass. Si tratta di sconti applicati a gite di un giorno per le famiglie dello stato federato austriaco, i partner esteri sono stati scelti direttamente dalle famiglie del Vorarlberg le quali hanno espressamente richiesto ai gestori del servizio Familienpass di negoziare sconti con determinati soggetti. In questo caso però il servizio non è reciproco in quanto nei paesi esteri in cui sono stati stipulati questi accordi (Germania e Svizzera) non ci sono delle carte che ne permettono la corrispondenza biunivoca.

Servizi offerti: gli sconti riguardano attività nei settori del tempo libero, dello sport, della cultura, dell'educazione dei genitori e dei trasporti pubblici, ma anche eventi e particolari manifestazioni. Nel trasporto pubblico, ad esempio, un genitore paga la tariffa intera e i figli registrati sul Familienpass viaggiano gratuitamente su autobus e treni nel Vorarlberg.

Questo servizio si estende anche ai nonni. Se i nonni viaggiano con almeno un nipote non assistito, i bambini iscritti con il Vorarlberger Familienpass e un secondo nonno viaggiano gratis. Il prerequisito è che un nonno abbia acquistato un biglietto valido. La carta famiglia può essere scaricata anche sullo smartphone dei nonni ed è quindi automaticamente inclusa nelle offerte.

Gestione dei partner: nel Vorarlberg i partner sono più di 200, alcuni situati anche in Germania e in Svizzera. I partner non ricevono alcun compenso, viene però garantita loro la pubblicità del prodotto durante gli eventi, sulla rivista "Familienpass" (pubblicata 6-8 volte l'anno) e sulla rispettiva app.

Obiettivo del progetto: lo scopo è quello di sollevare finanziariamente le famiglie, attirare l'attenzione sulle attività per il tempo libero nel Vorarlberg e rafforzare l'esperienza della comunità nelle famiglie rendendo attrattivo il trasporto pubblico.

⁴⁶ Vorarlberger Familienpass, www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass (accesso 05/06/2021)

Finanziamento: come detto precedentemente è il governo locale che finanzia il progetto del Familienpass nel Vorarlberg, e lo fa predisponendo un budget periodico per le attività e la gestione dello stesso.

3.2 BEST PRACTICE

Come anticipato nel paragrafo 1.3 “Metodologia della ricerca”, a seguito dello studio e dell’analisi degli undici casi reali che sono stati presi in considerazione per lo studio di fattibilità, si è proceduto alla definizione, identificazione e approfondimento delle best practice.

Nello specifico, tre sono le caratteristiche chiave ritenute fondamentali e indispensabili per raggiungere gli obiettivi dello studio di fattibilità progettato dall’Euregio. A seguito dell’analisi di questi aspetti, verranno studiate anche le caratteristiche tecniche strutturali/gestionali ritenute migliori ai fini del raggiungimento dello scopo preposto, alle quali è stato dedicato un sotto capitolo.

Le best practice in questione si riconducono a: “servizi alle famiglie”, “digitalizzazione”, “aspetto transfrontaliero”, nonché come accennato sopra, “aspetti tecnici strutturali/gestionali”.

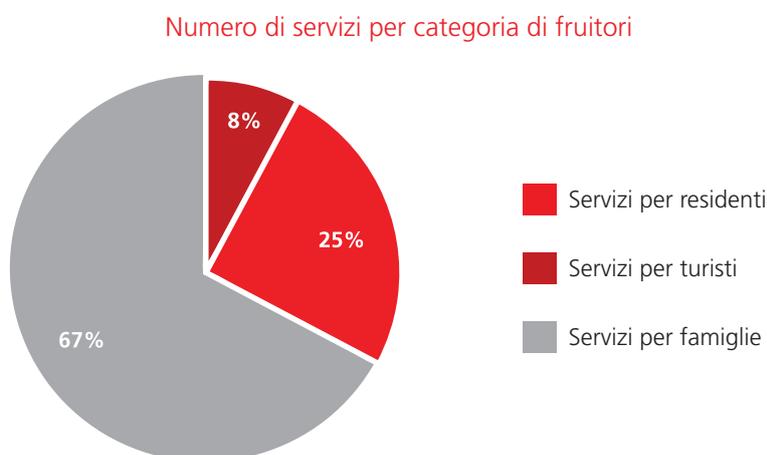
Nel primo caso sono stati approfonditi i settori coinvolti nelle offerte, gli eventi di coinvolgimento e la rilevanza dei servizi offerti. Per quanto riguarda la digitalizzazione, sono stati analizzati gli strumenti digitali adottati, la loro implementazione, il loro utilizzo, la gestione, il funzionamento e la diffusione. La terza best practice ha permesso di concentrarsi sulle modalità in cui viene gestito e rilevato il flusso migratorio delle famiglie tra i territori coinvolti. Infine, è stata presentata la parte più tecnica di approfondimento delle modalità di gestione dei vari servizi, aspetti amministrativi e burocratici connessi alle diverse amministrazioni dei progetti, siano essi carte o app.

3.2.1 SERVIZI PER LE FAMIGLIE

In tutti e undici gli esempi trattati nel presente studio di fattibilità, sono state riscontrate delle strategie di offerta di servizi che hanno coinvolto un ampio spettro di attori appartenenti sia al settore pubblico che privato. Non tutti i casi di studio affrontati però, hanno come destinatari le famiglie. In alcune situazioni, i vantaggi e le offerte sono disponibili a tutti i cittadini con residenza nel territorio in questione. Questo è il caso della cooperazione tra Tornio e Haparanda, di Chaves- Verín e di IBK in cui addirittura una carta è offerta ai turisti. In tutti gli altri casi, un requisito indispensabile per poter accedere al vantaggio offerto è la presenza di uno o più figli di età inferiore ai 18 anni.

Come mostra il grafico nella figura numero 1, la gran parte dei risultati ottenuti provengono dall’analisi di realtà riguardanti carte o servizi digitali offerti alle famiglie con figli.

Figura n. 1, numero di servizi per categoria di fruitori⁴⁷.

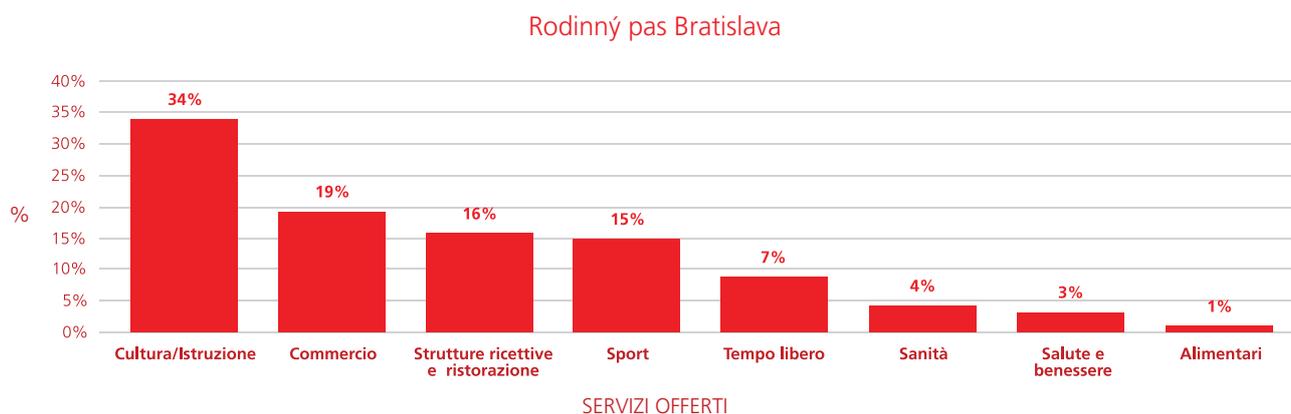


⁴⁷ EuregioFamilyPass, numero di servizi per categoria di fruitori, grafica Excel, 202

In molte delle realtà analizzate è stata riscontrata un'ampia gamma di servizi messi a disposizione degli utenti. Infatti, non c'è nessuna realtà che preveda il rilascio di promozioni o sconti riguardanti solamente un settore del mercato. È invece ben radicato nel sistema di scontistiche alle famiglie il coinvolgimento di un elevato numero di partner che rappresentano la più estesa riproduzione del mercato reale.

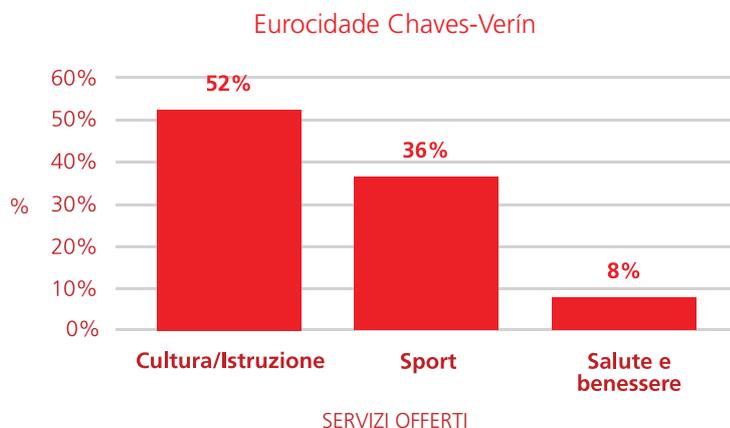
Un esempio che esprime al meglio tale varietà di servizi è il Rodinný Pas di Bratislava dove, sebbene il 56% dei partner sono riconducibili al settore "Cultura/Istruzione", "Sport e Tempo libero", il restante appartiene a quello "Alimentare", "Strutture ricettive e ristorazione", "Commercio", "Sanità", e "Salute benessere".

Figura n. 2, servizi offerti attraverso il Rodinný Pas nella regione di Bratislava⁴⁸



Un altro interessante focus sul tipo di vantaggi, è quello dell'accordo tra le due municipalità Chaves e Verín. Trattandosi di una partnership comunale, i servizi offerti provengono solamente dagli enti pubblici che di conseguenza si riassumono in sconti e promozioni nel settore della "Cultura" (musei e mostre), e dell'"Istruzione", con cui gli utenti possono ottenere vantaggi economici sull'iscrizione a corsi di musica, di arte o di teatro; al settore dello "Sport" (riguardanti l'accesso a piscine o palestre pubbliche) ed infine a quello del "Salute e benessere" (con offerte nei centri termali).

Figura n. 3, percentuale di partner nei settori coinvolti nell'Eurocidade Card Chaves-Verín⁴⁹.

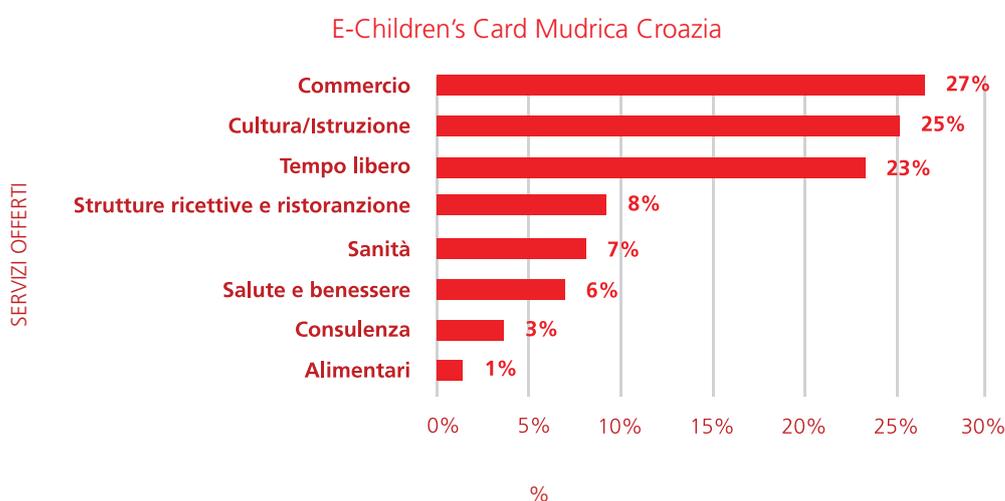


⁴⁸ EuregioFamilyPass, servizi offerti attraverso il Rodinný Pas nella regione di Bratislava, grafica Excel, 2021 ⁴⁹ EuregioFamilyPass, percentuale di partner nei settori coinvolti nell'Eurocidade Card Chaves-Verín, grafica Excel, 2021

Il settore della sanità, seppur in molti Stati viene gestito in maniera diversa, con una tendenza pubblica piuttosto che privata a seconda delle situazioni, registra sempre un discreto numero di partner e quattro casi su undici, offrono sconti e vantaggi. È l'esempio della Croazia, in cui quasi ben il 10% dei fornitori di sconti alle famiglie riguarda il settore sanitario. Nello specifico si fa riferimento a un policlinico di ginecologia che garantisce una percentuale di sconto dal 5% al 10% sulle visite, oppure un centro logopedagogico in cui le offerte vanno dal 5% al 15% sulle terapie.

Non è solamente il ruolo giocato dal settore sanitario ad aver attirato l'attenzione dello studio, ma uno degli aspetti che contraddistingue molti dei casi studiati è la preponderanza con cui il commercio rappresenta una parte importante e determinante del servizio. Il 73% ha partner privati appartenenti a tale settore e fornisce sconti alle famiglie con figli o ai residenti, scegliendo di loro spontanea volontà di rinunciare ad una parte del guadagno e aderire alle iniziative promosse. Ad esempio con la e-Children's Card Mudrica il settore più ricco di partner è proprio quello del commercio, come mostrato in figura sottostante.

Figura n. 4, percentuale di partner nei settori coinvolti nell'E-Children's Card Mudrica Croazia⁵⁰

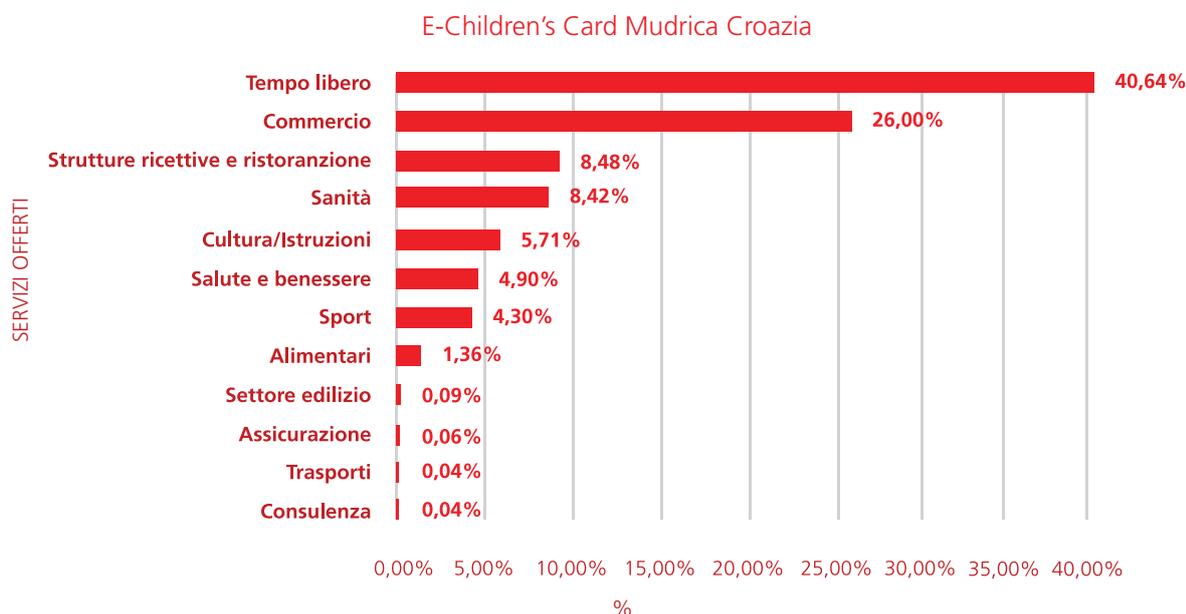


Era evidente che il commercio giocasse un ruolo importante all'interno della pianificazione delle carte famiglia, ma non con una così marcata persistenza, in quanto presuppone la rinuncia ad una parte di guadagno del singolo imprenditore. Inoltre, risulta evidente che, se la carta (o l'applicazione) rilasciata ha lo scopo di aiutare le famiglie con figli, un aiuto essenziale deve essere previsto a livello economico negli acquisti per diminuire l'aggravio che le famiglie devono affrontare.

In generale però, approfondendo l'analisi al numero di offerte e alla loro natura, si nota che la prevalenza di queste è connessa al tempo libero (40,64%) (che di conseguenza interessano anche il settore della ristorazione e ricettività) con cui mirano a valorizzare il tempo che le famiglie trascorrono assieme. Con la figura numero 5 si può avere un'idea della composizione generale delle offerte rilasciate. Scorrendo le voci della figura numero 5 vediamo che il trasporto ha un peso inferiore all'1%, questo perché il servizio in questione, sebbene molto importante, è estremamente complesso da integrare all'interno della carta famiglia, in quanto è solitamente un ente terzo che gestisce il trasporto pubblico (o appalti tra pubblico e privato), di conseguenza la carta famiglia non sempre garantisce la gratuità o il prezzo agevolato nel caso di fruizione. Da una prima analisi, le realtà che hanno una partnership con il trasporto sono il 55%, le quali però offrono un limitato numero di offerte.

⁵⁰ EuregioFamilyPass, percentuale di partner nei settori coinvolti nell'E-Children's Card Mudrica Croazia, grafica Excel, 2021

Figura n. 5, percentuale di offerte per settore di appartenenza⁵¹.



Nel caso dell'Alta Austria, l'Associazione dei trasporti della regione offre ad un genitore che viaggia con il proprio figlio/i sui trasporti regionali un biglietto di sola andata o giornaliero a tariffa ridotta. La tariffa ridotta si applica anche ai genitori che viaggiano da soli senza figli (se in possesso della OÖ Familienkarte) e tale offerta è estesa anche ai nonni. La carta famiglia OÖ e la ÖBB ÖSTERREICHcard (carta dei trasporti nell'Alta Austria) sono riconosciute come prova dell'autorizzazione.

Nella Bassa Austria invece esiste una collaborazione tra il NÖ Familienpass e la Westbahn (agenzia dei trasporti) che concede ai possessori della carta vantaggi per famiglie lo sconto del 5% sulle prenotazioni online (o tramite l'app) dei biglietti del treno. Lo sconto è rilasciato anche ai titolari della carta per famiglie che viaggiano da soli e in ogni caso i bambini fino a 15 anni viaggiano gratis.

Un'altra forma di cooperazione con il trasporto pubblico è garantita nel Vorarlberg per i possessori del Familienpass che acquistano un biglietto VVV per il trasporto su treni e autobus. In questo caso, il ticket è acquistabile direttamente nell'app della carta famiglia la quale emette il biglietto elettronico ed è concesso anche ai nonni.

Il caso della carta famiglia di Vaals-Aachen-Düren è interessante da presentare in quanto solamente la parte tedesca ha una cooperazione con l'Associazione dei trasporti di Aachen (AVV), la quale offre ad un prezzo vantaggioso il biglietto famiglia Regione Aachen con cui tutte le persone iscritte sulla carta famiglia possono utilizzare per un giorno tutti i mezzi di trasporto AVV (autobus e treni locali) nella regione di Aachen (o nel distretto di Düren). Questa decisione è stata presa perché i molti partner presenti nel catalogo della carta famiglia sono facilmente raggiungibili con i mezzi pubblici.

Nelle rispettive carte per famiglia della Bassa e Alta Austria, è presente tra i servizi anche quello assicurativo contro infortuni. La differenza è che nel primo caso, con il NÖ Familienpass si accede alla possibilità di stipulare un contratto di assicurazione ad un prezzo vantaggioso, nel secondo caso, con l'ottenimento della OÖ Familienkarte, l'assicurazione contro infortuni è gratuita e copre sia i bambini che i genitori.

⁵¹ EuregioFamilyPass, percentuale di offerte per settore di appartenenza, grafica Excel, 2021

Parlando di turismo invece, gli unici due casi che si rivolgono direttamente ai turisti sono la Cooperazione transfrontaliera tra Tornio e Haparanda e la Cooperazione internazionale IBK che, attorno al lago di Costanza raccoglie e coordina le proposte turistiche lagunari e di viabilità di Germania, Lago di Costanza, Austria, Svizzera e Liechtenstein. Nel caso scandinavo, una vera e propria agenzia turistica coordina le informazioni e le attività fruibili nelle due città e le promuove, non solo ai residenti, ma anche e soprattutto ai turisti.

Nel secondo caso invece, si tratta di due diversi tipi di carta a pagamento che, una volta acquistate permettono di avere degli sconti nei diversi Stati affacciati al lago. La carta destinata al trasporto transfrontaliero è reperibile in Germania nelle stazioni ferroviarie, nei traghetti, negli autobus, nei punti di informazione turistica e in alcuni alberghi, in Austria e in Svizzera in tutte le stazioni dei trasporti pubblici (treni e autobus). L'altra carta, la Bodensee Card^{PLUS}, ha invece un obiettivo più turistico ed è acquistabile online e in altri 100 punti vendita intorno al Lago di Costanza.

I servizi al turismo però non si limitano a questi due casi, perché parlando di turismo intendiamo anche quello interno, sia questo regionale che nazionale. In tutti i casi analizzati una componente consistente dei fornitori appartiene al settore terziario e in particolar modo alle strutture ricettive e di attività dedicate al tempo libero (musei, parchi, cinema). Questo, sebbene non venga comunicato come attività di promozione turistica, di fatto lo è perché favorisce lo spostamento delle famiglie per motivi non lavorativi. Le offerte legate al "Tempo libero" sommate a quelle delle "Strutture ricettive e ristorazione", a "Salute e benessere" (che solitamente riguardano SPA, centri benessere e termali) e "Cultura/Istruzione" (tra cui anche accesso a musei, mostre, convegni) rappresentano il 59,73% del totale delle offerte.

In questo senso si inserisce anche l'aspetto dell'organizzazione di eventi, anch'essi con l'ottica di coinvolgere le famiglie e attirarle in un dato luogo e in un momento o periodo specifico. Questa attività necessita di ottima coordinazione (nel caso di realtà transfrontaliere) e organizzazione, nonché di un cospicuo investimento di tempo e denaro. Tra le undici situazioni studiate, il 64% organizza eventi e sono: il Familienpass della Bassa Austria, il Rodinný Pas Bratislava, la e- Children's Card Mudrica, il Familienpass nel Vorarlberg, la OÖ Familienkarte in Alta Austria, il Rodinnè Pasy in Moravia meridionale e l'Eurocidade Card Chaves-Verín, che tra tutti è l'unico ad essere transfrontaliero.

Gli eventi in questione sono spesso legati a festività nazionali o internazionali. Ad esempio in Moravia meridionale le famiglie che possiedono il Rodinnè Pasy in occasione della Giornata internazionale dell'infanzia, il 1° giugno hanno potuto partecipare gratuitamente ad eventi e manifestazioni organizzate per i bambini, come: le "foreste delle fiabe", le "foreste stregate", le competizioni sportive o la "giornata delle gare per bambini". L'Alta Austria, ad esempio, già da gennaio ha strutturato il calendario completo degli eventi per l'anno in corso (nel 2021 offre ben 4328 eventi), oppure e-Children's Card Mudrica (Croazia) che in occasione della "Giornata internazionale della famiglia" ha rilanciato sui social una serie di iniziative proposte per il weekend. Anche il Vorarlberg ha organizzato degli eventi accorpandoli in settimane tematiche, come la "settimana dell'ambiente" o quella "del libro".

Un'altra forma di coinvolgimento delle famiglie molto praticato, è l'organizzazione di concorsi a premi. Sono il 36% dei casi studiati che periodicamente organizzano dei concorsi per le famiglie con bambini che possiedono la carta vantaggi.

Ad esempio il Rodinnè Pasy organizza solitamente due concorsi all'anno. In vista del Natale a Hladrádko City Brno ha indetto una competizione di una settimana su temi natalizi per le famiglie con figli. Il primo premio era di un soggiorno di tre giorni presso una struttura specializzata in soggiorni vantaggiosi nella Moravia meridionale. Altri premi erano forniti da negozi di giocattoli, musei e osservatori. Sempre per i possessori della carta famiglia ceca, un interessante concorso mirato alla scoperta e conoscenza del territorio viene lanciato ogni anno nel periodo estivo. La gara consiste nel scegliere delle zone della regione e porre domande di carattere storico, politico, geografico, o di interesse generale alle quali le famiglie sono invitate come sfida a darne risposta. A fine estate, si analizzano le informazioni ricevute e si decreta il vincitore, anche per questo concorso il primo premio è un soggiorno di un fine

settimana. Nel caso in questione, nell'app e nel sito della carta famiglia c'è una sezione (e una pagina nel caso del sito) nella quale le famiglie trovano le domande e la possibilità di darvi risposta.

L'Alta Austria invece, organizza concorsi fotografici per le famiglie che possiedono la OÖ Familienkarte come il concorso "Il mio momento più bello in famiglia" (fotografie che ricordassero un momento particolare trascorso in famiglia) o "Sono un modello" (fotografie che ritraevano i bambini e i ragazzi inseriti nel loro ambiente sociale e assimilati al comportamento dei loro genitori, come cucinare insieme, fare shopping, fare escursioni, fare musica o lavarsi i denti). Al vincitore del distretto sono state date due Vorteils-card Family per un anno (per il trasporto pubblico), a quello regionale una vacanza in famiglia per due notti con pensione completa.

Un altro focus da analizzare è quello del settore alimentare. Sebbene sul totale delle offerte questo rappresenti solo l'1,36% (figura numero 5), è stato rilevato che il 45% dei casi, ha partner appartenenti a questo settore. Ad esempio la Moravia meridionale sugli oltre 800 fornitori, quasi il 2% fornisce sconti nel settore alimentare, e tali offerte vanno da uno sconto diretto sul totale della spesa (dal 3% al 20%) fino ad un 50% sulle singole consumazioni di bevande nei locali. Anche Slovacchia, Alta Austria, Bassa Austria e Croazia, all'interno del loro piano di servizi alle famiglie, hanno un ammontare di partner appartenenti al settore alimentare che si aggira intorno all'1%.

In conclusione, tra i partner che offrono sconti e offerte per le famiglie è stato visto esserci una prevalenza dei soggetti appartenenti al settore del "Commercio" e del "Tempo libero" (compreso di musei, parchi, strutture ricettive), i quali risultano essere strategici nell'ottica di coinvolgere le famiglie nelle attività collettive, aiutarle dal punto di vista economico e avvicinarle ad altri territori (nel caso di carte transfrontaliere) in quanto l'obiettivo sotteso all'introduzione di questi servizi è economico-sociale e solamente con una politica top down è possibile ottenere ciò.

3.2.2 DIGITALIZZAZIONE

I casi di studio che si sono rivelati più utili per l'indagine dell'aspetto e della transizione verso la digitalizzazione sono: il Vorarlberger Familienpass (Austria), la OÖ Familienkarte (Austria), l'e-Children's Card Mudrica (Croazia) e il Rodinnè Pasy (Moravia meridionale) in quanto hanno delle caratteristiche digitali ben strutturate. Ciò nonostante, anche gli altri esempi sono stati utilizzati per la raccolta dati e l'elaborazione di alcuni grafici. L'analisi non si è concentrata solamente nell'identificazione di quali fossero gli strumenti digitali adottati, ma anche il loro utilizzo, l'implementazione, la gestione, il funzionamento e la diffusione.

I supporti digitali che nel contesto dei servizi alle famiglie sono stati implementati, si riconducono al sito web e alle app per smartphone che, in alcuni casi sostituiscono totalmente il formato fisico delle carte emesse.

In tutti gli undici casi studio analizzati, le informazioni principali sono reperibili nei rispettivi siti web. Tuttavia, il 73% di questi dispone di un proprio sito web con il proprio indirizzo dedicato alla carta famiglia, mentre il 27% pubblica le informazioni in una pagina web dedicata, ma che rientra nel sito della regione (o provincia o ente competente per la politica delle famiglie o del servizio erogato).

A livello di informazione su sito web (o pagina) personale, il 45% dei casi studio ha aggiunto un sistema di filtri per facilitare la ricerca del partner da parte degli utenti.

Nel caso della OÖ Familienkarte oltre al filtro territoriale (per "Distretti") ci sono anche il filtro per tipo di servizio ("Tempo libero", "Divertimento vacanza", "Istruzione/Consulenza" o "Acquisti"), per servizi extra ("Fasciatoio", "Area giochi", "Menù per bambini") e quello per la disponibilità al bonus nonna-nonno. Nella Bassa Austria invece la funzione di filtro consente di suddividere per "Distretto", per categoria ("Gastronomia", "Tempo libero", "Commercio") e per extra ("Sala giochi" o "Senza barriere"). Il Rodinný Pas filtra solamente per categoria ("Tempo libero" o "Negozio e servizi") e per regione. Infine il Rodinnè Pasy in Moravia meridionale ha adottato un sistema molto dettagliato per la selezione del partner, in cui ben 14 diverse categorie in altrettante regioni ceche possono essere scelte come filtro.

Altro supporto è quello dell'app digitale per la quale, il 45% dei casi studio analizzati offre tale servizio ai titolari registrati. Gli utilizzi dell'app prevedono un immediato riconoscimento, una più facile fruibilità del servizio e un risparmio sia da un punto di vista economico che di impatto ambientale legato alla stampa delle singole tessere e dei buoni, che rimangono in questo caso in formato digitale.

Il 45% dei casi possiede un'applicazione digitale che offre lo stesso servizio della carta fisica, quello della e-Children's Card Mudrica non va ad affiancarsi a quello cartaceo, ma lo sostituisce, di conseguenza l'attività di offrire vantaggi alle famiglie con figli inserisce direttamente nella gestione digitale strutturata a livello governativo centrale. Nel caso croato quindi nessun supporto fisico è stato previsto per questo tipo di servizio, ma la possibilità di godere di una piattaforma digitale già ben sviluppata e contenente i dati necessari al controllo dei requisiti e al rilascio dell'accesso e dell'utilizzo dell'app, ha garantito e agevolato sia la gestione da parte degli amministratori, sia la fruizione da parte delle famiglie. Mentre nei casi del Vorarlberger Familienpass, OÖ Familienkarte, Rodinně Pasy e NÖ Familienpass, l'app è stata introdotta in un secondo momento rispetto alla tessera. Dai dati forniti dal Vorarlberger Familienpass, secondo le statistiche di Play/App Store, sono 10.000 gli utenti attivi in media ogni mese⁵².

Come gli esempi mostrano, introdurre un'app richiede tempo (generalmente da 6 a 8 mesi) e una strategia ben pianificata, nonché un consistente investimento di denaro (in tutti i casi in cui vi è un'app digitale sono state contattate delle aziende esterne che si sono occupate dell'implementazione). È necessario stabilire il budget che si è disposti a pagare, ad esempio nella regione del Vorarlberg, per l'introduzione di una carta giovani è stato necessario un investimento di circa 50.000 €. È importante poi stabilire chi manterrà l'app una volta creata, ad esempio per il Vorarlberger Familienpass, tre sono gli addetti (uno alla comunicazione, uno alla pianificazione e uno all'assistenza tecnica).

Attraverso il sito web o l'app, le famiglie possono verificare quali siano i partner e in alcuni casi anche la loro geolocalizzazione, grazie al supporto di Google Maps che spesso viene integrato nel sistema. Di conseguenza vi è la possibilità di visualizzare le aziende partner direttamente sulla mappa digitale e con l'attivazione del GPS sul proprio smartphone (nel caso in cui vi sia anche l'app) è possibile verificare il percorso da svolgere con tutte le indicazioni necessarie. In tal modo le famiglie, tramite la ricerca online sull'app o sul sito web, ottengono informazioni riguardo la propria posizione e la zona/distretto del servizio desiderato e risulta così molto più immediata l'individuazione della localizzazione dell'offerta, la possibilità di accedervi, e i servizi ad essa connessi (in termini di attività del tempo libero, della ristorazione e delle strutture ricettive). In più, i partner hanno la possibilità di aggiornare in tempo reale le informazioni e renderle direttamente fruibili alle famiglie.

A questo proposito, il 50% delle realtà hanno implementato questo sistema di localizzazione istantanea nel proprio canale di comunicazione.

In alcune situazioni l'app dei servizi alle famiglie è connessa ad altre piattaforme, come nel caso della partnership tra NÖ Familienpass e Outdooractive, una piattaforma di localizzazione e tracciamento di sentieri e percorsi. In questo modo non solo è possibile pubblicare le offerte con il loro preciso posizionamento, ma anche creare una community in cui i fruitori (nel caso in questione le famiglie) si possono scambiare commenti e consigli relativi alla gita effettuata.

Il 25% dei casi di studio ha integrato il servizio con altre piattaforme (rilevamento e community: Outdooractive, di comunicazione: Vertigo, di trasporti: OBB, Sistema sanitario statale (e-Citizens). Per quanto riguarda il Rodinně Pasy, l'app è stata progettata e creata/codificata da una società digitale esterna mentre per il suo coordinamento e sviluppo sono responsabili direttamente gli amministratori e i gestori del servizio. Di conseguenza anche i contenuti, l'organizzazione delle informazioni e del layout sono di competenza di quest'ultimi.

Una strategia per incentivare l'uso del sistema digitale piuttosto che quello cartaceo è stato ideato dall'Alta Austria che ha disposto dei buoni e dei concorsi disponibili esclusivamente a coloro che utilizzano l'applicazione. Inoltre, in questa regione si è pensato anche a quelle famiglie che non godono di molta dimestichezza con la tecnologia ed

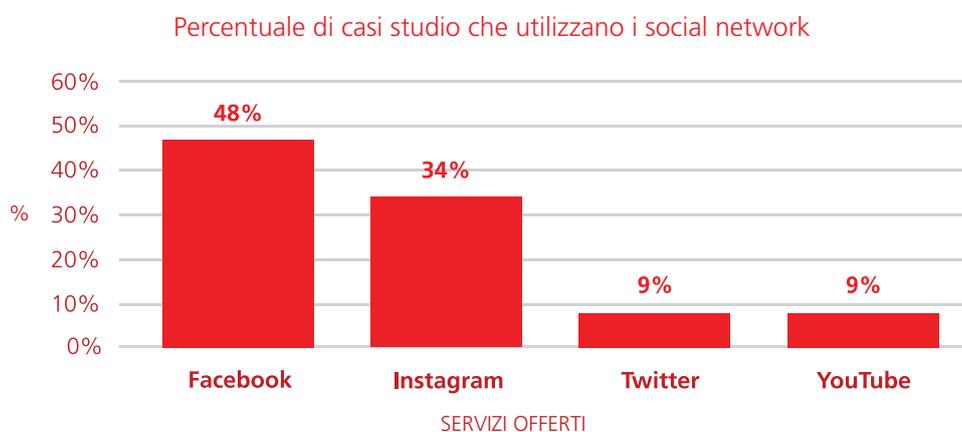
⁵² Intervista online a Dietmar Übelher in data 11/06/2021

è stato predisposto per loro una formazione digitale che prevede un breve corso prenotabile in qualsiasi momento. Con l'accesso all'app le famiglie hanno anche a disposizione un calendario di eventi in cui trovano i suggerimenti per trascorrere il tempo libero nella propria regione.

È stato visto che avere un sistema governativo digitale già radicato nella comunità in cui ogni cittadino ha il proprio profilo, e con cui dalla stessa piattaforma può accedere a tutti i servizi statali previsti (tra cui anche la e-Children's Card Mudrica) risulta avere un ottimo appeal tra i soggetti (fornitori, fruitori, gestori) facenti parte del programma. Uno dei maggiori vantaggi del servizio digitale è quello del poter aggiornare istantaneamente le informazioni e renderle immediatamente fruibili agli utenti. Di conseguenza l'aggiornamento dell'app è un passaggio imprescindibile ed essenziale. Nel Vorarlberger Familienpass le informazioni riguardo nuovi sconti, promozioni e conclusioni di offerte, possono essere divulgati dal gestore che riceve la notizia da parte del fornitore (e settimanalmente aggiorna l'app), attraverso i social network, in cui una volta alla settimana vengono pubblicati due o tre nuovi post e dai singoli partner che possono presentare argomenti che li riguardano personalmente e inserire le promozioni. Considerando che tutti i casi studio analizzati dispongono di un sito web o di una pagina dove pubblicare informazioni, anche la registrazione, per l'83% dei casi studio, è possibile farla online.

Come anticipato, riguardo la best practice della digitalizzazione, un focus importante è dedicato ai social network, i quali sono considerati al giorno d'oggi una delle principali fonti di comunicazione. Diretti e puntuali, riescono sia a catturare l'attenzione che a mantenere aggiornato il soggetto iscritto. Il 91% dei casi studio utilizza uno o più social network per comunicare con le famiglie o con i cittadini. Di seguito, nella figura numero 6, vediamo la scelta delle piattaforme. Al primo posto c'è Facebook, che risulta essere il più utilizzato, al secondo Instagram e, al terzo, Twitter e YouTube.

Figura n. 6, numero di casi studio che utilizzano social network (con distinzione)⁵³.

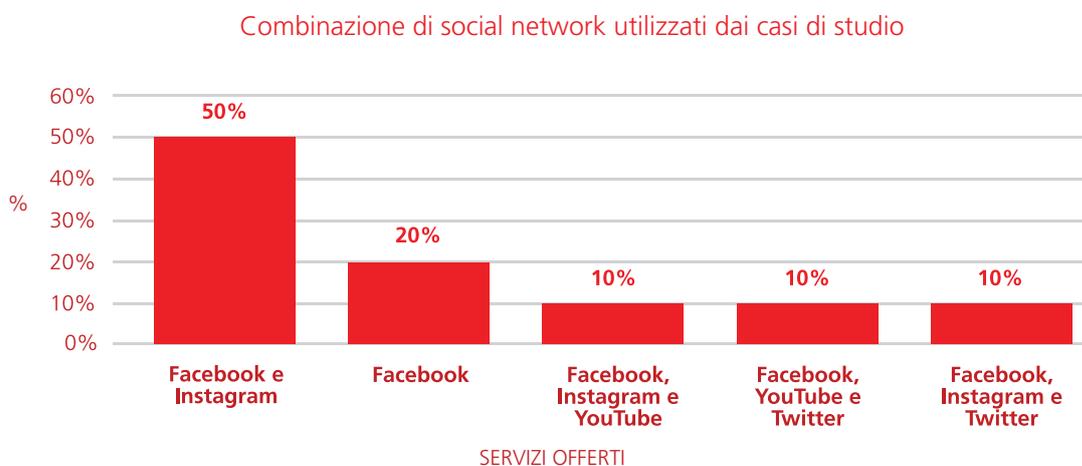


Nei dati riportati sopra c'è da specificare che tra gli utilizzatori di Instagram, quasi il 30% ha introdotto un proprio hashtag, con il quale si promuove e si fa promuovere dalle famiglie stesse che, pubblicando foto e utilizzando l'hashtag (#) di riferimento, permettono alla pagina di acquisire più visitatori.

Le realtà adottano uno o più social network, a seconda della disponibilità di tempo, denaro e conoscenze. Nello specifico, la combinazione più sfruttata è quella di Facebook e Instagram, che sono i social attualmente più popolari⁵⁴. Da notare che, solamente il 18% (Rodinnè Pasy e il Rodinný Pas) utilizza un solo canale social (Facebook).

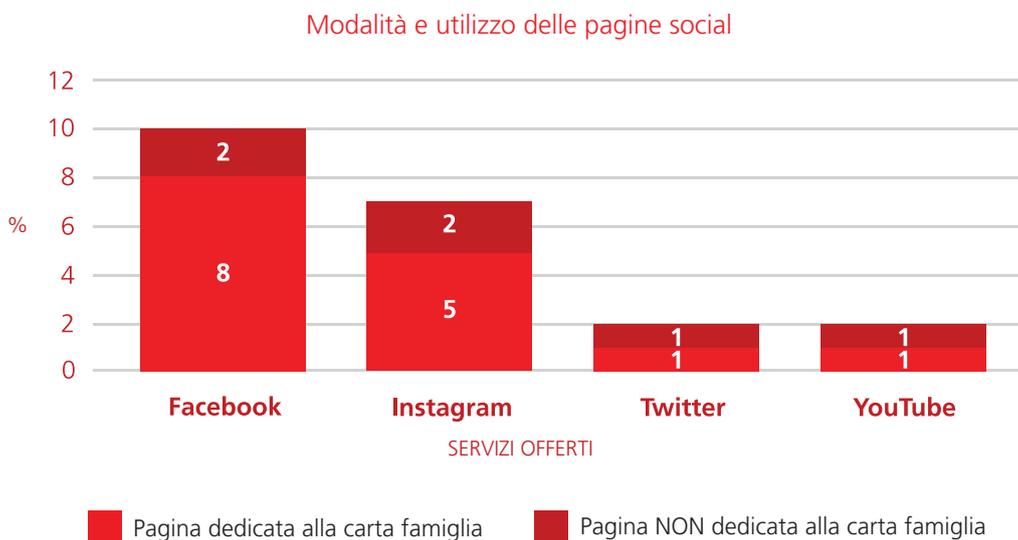
⁵³ EuregioFamilyPass, numero di casi studio che utilizzano social network (con distinzione), grafica Excel, 2021 ⁵⁴ Inside marketing, www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/ (accesso 28/08/2021)

Figura n. 7, combinazione di social network utilizzati dai casi di studio⁵⁵.



Infine, è interessante mostrare tra i social network implementati, quanti siano stati creati appositamente per la carta vantaggi. Ad esempio per Facebook, otto casi su dieci hanno creato una pagina solamente per il servizio di sconti, due invece pubblicano le informazioni della carta sconti all'interno della pagina del sito ufficiale della regione Vorarlberg (inteso come stato federato austriaco) o della regione di Aachen e comune di Vaals (nel caso del Gezinspas-Familienpass, Vaals-Aachen-Düren).

Figura n. 8, modalità e utilizzo delle pagine social⁵⁶.

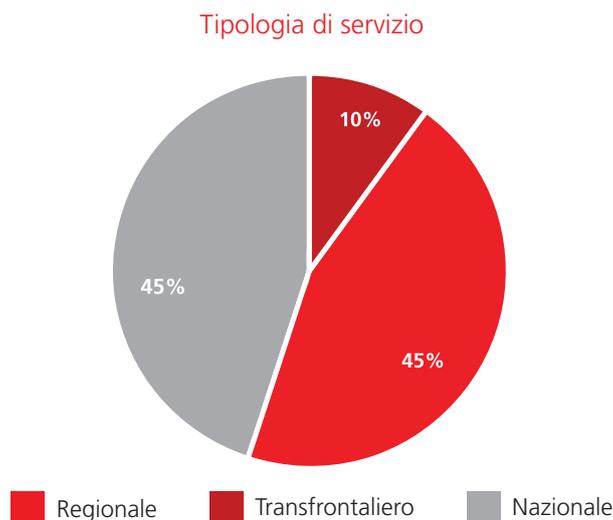


⁵⁵ EuregioFamilyPass, combinazione di social network utilizzati dai casi di studio, grafica Excel, 2021 ⁵⁶ EuregioFamilyPass, modalità e utilizzo delle pagine social, grafica Excel, 2021

3.2.3 ASPETTO TRANSFRONTALIERO

Per analizzare la transfrontalierità è stato necessario studiare quelle realtà che hanno rapporti di cooperazione e di reciprocità con altri territori. Nel caso specifico di questo studio di fattibilità e la tipologia di servizio offerto, il 45% dei casi studio analizzati dispone di una carta vantaggi transfrontaliera tra due o più Stati diversi, un altro 45% è regionale, e solamente il 10% è organizzato a livello nazionale (il caso della Croazia).

Figura n. 9, tipologia di servizio⁵⁷.

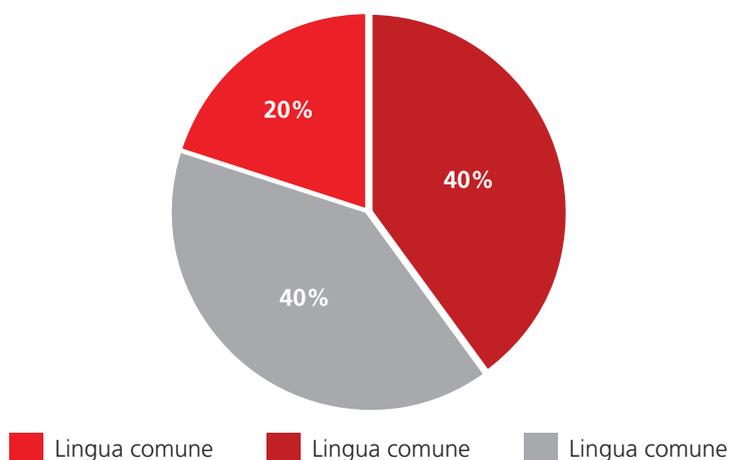


Tuttavia, del 45% dei casi regionali che sono stati introdotti con l'idea di ricoprire una capillarità limitata alla regione, il 100% ha poi instaurato una reciprocità anche con altre regioni appartenenti allo stesso stato. Questo riguarda quindi la NÖ Familienkarte, il OÖ Familienpass, il Vorarlberger Familienpass che tra di loro godono di questa flessibilità; il Rodinnè Pasy che viene riconosciuto in altre otto regioni ceche e il Rodinný Pas che si estende anche alla regione di Trnava della Slovacchia. Il caso del Vorarlberg in più, ha stipulato accordi oltre i confini nazionali con alcuni fornitori (in Germania e in Svizzera), i quali accettano il Vorarlberger Familienpass, ma senza alcuna reciprocità. Il principale scoglio dei rapporti transnazionali è la diversità linguistica all'interno del gruppo di lavoro. Nel 45% dei casi che hanno questa caratteristica, il 40% comunica con la lingua comune, che risulta essere il tedesco (IBK e Vaals-Aachen-Düren), il 20% mantiene la propria lingua di appartenenza, e quindi portoghese tra i colleghi di Chaves e spagnolo (o galiziano) a Verín, e il restante 40% utilizza una lingua franca, ovvero l'inglese, per comunicare internamente. Nel caso della Cooperazione Tornio-Haparanda, sebbene le differenze linguistiche e culturali tra Svezia e Finlandia siano ben radicate, nella tradizione di cooperazione nordica, queste non sono significative, in più lo svedese è la seconda lingua ufficiale in Finlandia. Ovviamente, l'uso diffuso dell'inglese aiuta anche a ridurre l'importanza delle barriere linguistiche, anche se la conoscenza "dell'altra lingua" è relativamente comune lungo confine (figura numero 10).

⁵⁷ EuregioFamilyPass, tipologia di servizio, grafica Excel, 2021

Figura n. 10, lingua utilizzata per la comunicazione⁵⁸.

Combinazione di social network utilizzati dai casi di studio



Degli esempi studiati di carattere transnazionale, il 40% è gestito a livello organizzativo comunale (Eurocidade Card Chaves-Verin e Gezinspas-Familienpass Vaals-Aachen-Düren); il 20% da un'associazione pubblica (Cooperazione Tornio-Haparanda) in cui i comuni sono i principali stakeholder dell'associazione e le autorità nazionali e regionali, che detengono il potere decisionale e il budget in materia di innovazione, sono coinvolte nella governance in misura marginale; un altro 20% in maniera regionale (il FamilyNet, ormai interrotto) e infine un altro 20% che è gestito da un'organizzazione aziendale di aziende turistiche (IBK).

Figura n. 11, livello di organizzazione delle carte transnazionali⁵⁹.



⁵⁸ EuregioFamilyPass, , lingua utilizzata per la comunicazione, grafica Excel, 2021 ⁵⁹ EuregioFamilyPass, livello di organizzazione delle carte transnazionali, grafica Excel, 2021

Complessa, e in alcuni casi articolata, è la composizione del gruppo di lavoro per i progetti transfrontalieri. Nei casi analizzati tuttavia la numerosità del team non è elevata. Si passa dai due funzionari per la Cooperazione Tornio-Haparanda (con ruolo di facilitatori per le interazioni tra gli attori, non gestiscono i progetti ma agiscono come catalizzatori) ai nove addetti per l'IBT per la Bodensee CardPLUS sul Lago di Costanza. In generale, il 60% ha un organico che supera i 3 impiegati, il restante 40% ne ha meno o uguale a 3.

Dovendo gestire uno spostamento oltre confine, sono necessari dei sistemi di registrazione di passaggi. Ad esempio, dietro la Bodensee Card c'è un sistema di schede tecniche attraverso il quale vengono registrate le vendite e le accettazioni. Ogni carta, caricabile con denaro, ha un proprio codice QR che viene scansionato presso i partner di servizio e archiviato nel sistema. In questo modo si possono avere liquidazioni mensili e in ogni momento si può fare una valutazione statistica. L'uso della carta è reso anonimo in modo che non sia possibile alcuna valutazione individuale. È stato concluso un contratto di elaborazione dei dati dell'ordine con i punti vendita e i partner di servizio. Il caso iberico invece ha predisposto dei lettori carte municipali in entrambi i comuni, cosicché si possano registrare i passaggi (4.000 vidimazioni giornaliere e in media 10.000 al mese). Tra Tornio e Haparanda invece, sebbene ci siano pochi dati disponibili sui flussi transfrontalieri, i passaggi delle persone e dei veicoli vengono registrati in prossimità del confine con sistemi elettronici integrati e ammontano a circa 14 milioni l'anno, tuttavia gli altri flussi non sono soggetti a misurazioni sistematiche.

3.2.4 ASPETTI TECNICI/STRUTTURALI

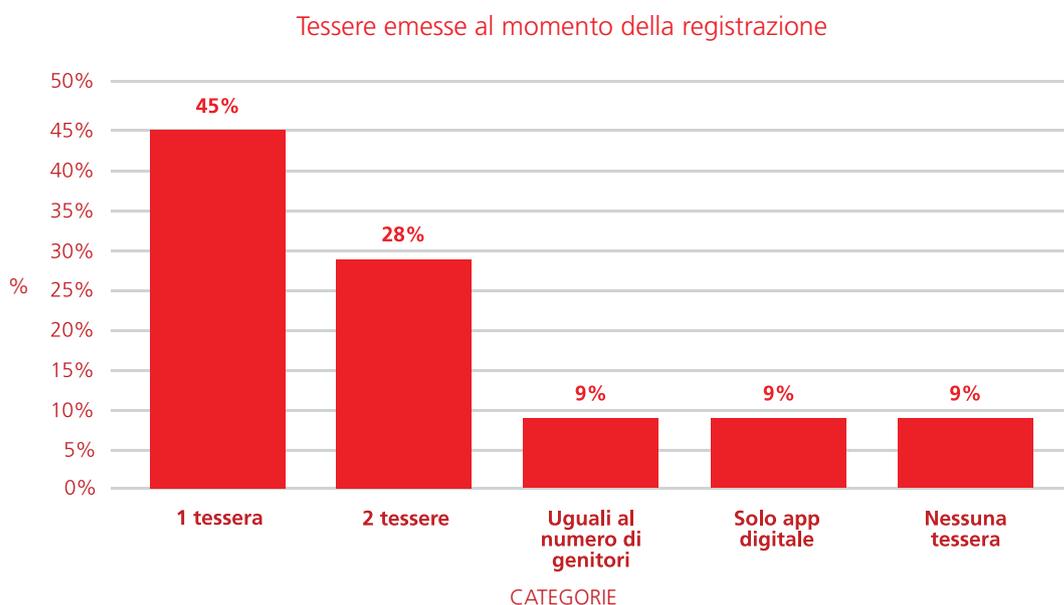
Infine, è stato necessario approfondire anche l'aspetto tecnico della gestione delle carte/app adottate nelle varie zone d'Europa. Com'è stato visto nel capitolo 3.1, ogni progetto (interno o transfrontaliero) ha un proprio sistema di organizzazione del servizio alle famiglie. A tal proposito, analizzando quelle che sono le best practice riguardanti le caratteristiche gestionali, tecniche e di struttura della carta, innanzitutto è stato visto che tutti i casi studio tranne la Cooperazione Tornio-Haparanda e IBK, rilasciano la tessera o l'app gratuitamente ai soggetti interessati. Di questi, solamente due realtà prevedono un pagamento (di 3€ nel caso di Chaves-Verín e 10€ nel caso di Vaals-Aachen-Düren) nel caso di rinvio di un'ulteriore carta causa danneggiamento o smarrimento. La preponderanza di una strategia top down arrivata "dall'alto" (l'82% dei casi) rispetto quella bottom up (18%) è giustificata dal fatto che le amministrazioni pubbliche hanno voluto introdurre un sistema che sgravasse il più possibile le famiglie dagli acquisti quotidiani e dalle attività del tempo libero.

A seguito dell'iscrizione al servizio offerto, la maggior parte dei casi studio 45% rilascia una sola tessera per famiglia con i nomi degli utenti abilitati all'utilizzo, mentre il 28% ne rilascia due. Il 9%

(ovvero la Moravia meridionale) rilascia un numero di tessere pari al numero di genitori iscritti al momento della registrazione, un altro 9% (e-Children's card Mudrica) avendo solamente il servizio digitale, predispone un account con cui i genitori possono accedere all'app. Infine un altro 9% (la Cooperazione Tornio-Haparanda), non avendo nessuna forma né cartacea né digitale, non rilascia alcun supporto.

⁶⁰ EuregioFamilyPass, numero di tessere emesse al momento della registrazione, grafica Excel, 2021

Figura n. 12, numero di tessere emesse al momento della registrazione⁶⁰.

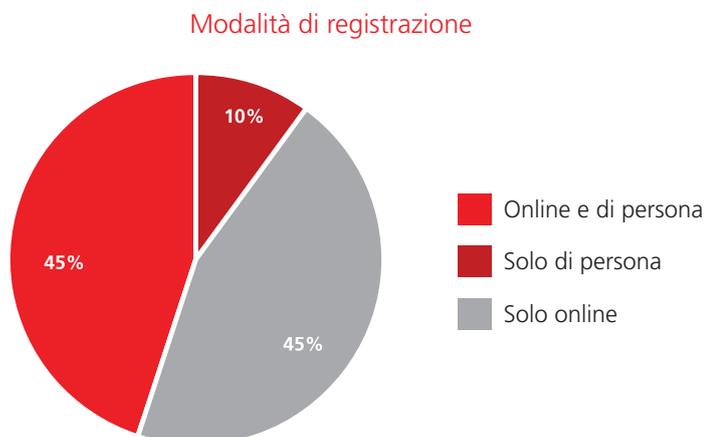


Riguardo al numero delle tessere, un accenno va fatto su quanti di coloro che le rilasciano le tessere utilizzino un sistema di aggiornamento elettronico/digitale (il 36%) e quanti invece manuale, inviando così ogni anno (oppure ogni qualvolta avviene una modifica ai dati) la tessera nuova (il 64%).

Il rilascio della tessera prevede delle tempistiche che vanno da un minimo di 3 settimane (Alta Austria) a un massimo di 6 (Moravia meridionale). Diverso è invece il discorso della Croazia che, avendo tutto digitalizzato, nel giro di qualche giorno viene attivato il servizio e-Children's Card Mudrica.

La modalità di registrazione della carta invece può avvenire solamente online, online e di persona, oppure solamente di persona. Nel 45% delle situazioni questo passaggio può avvenire in entrambi i modi, un altro 45% solamente online e un 10% solo recandosi presso gli uffici comunali o distrettuali.

Figura n. 13, modalità di registrazione al servizio⁶¹

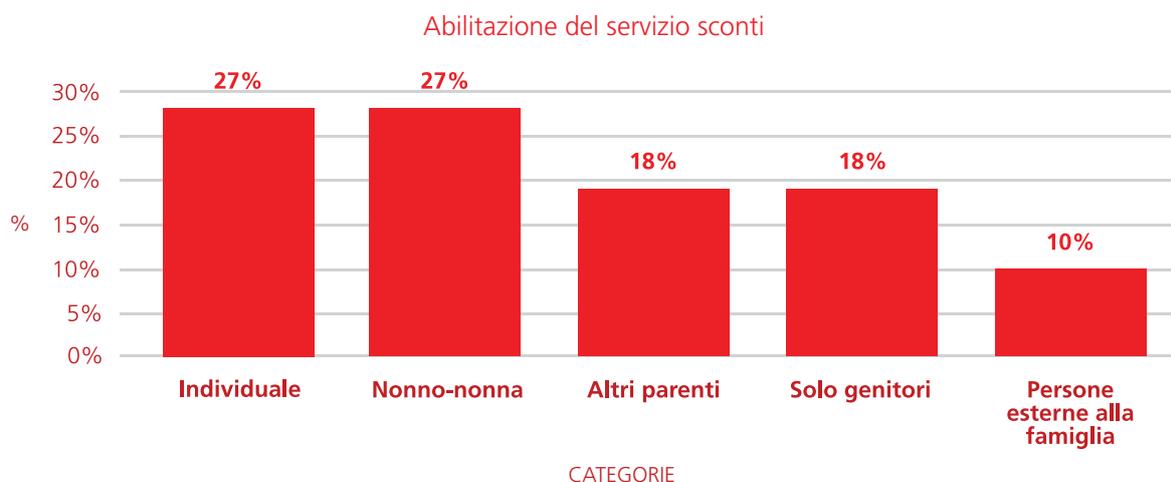


⁶¹ EuregioFamilyPass, modalità di registrazione al servizio, grafica Excel, 2021

Per la carta famiglia di Vaals-Aachen-Düren è richiesto di recarsi presso gli uffici comunali consegnando documenti di riconoscimento dei membri della famiglia. Il sistema croato è quello più veloce ed economico, tra i casi descritti, perché permette di ridurre costi burocratici e amministrativi avendo già a disposizione i dati dei cittadini.

Tra le best practice connesse agli aspetti organizzativi c'è anche il target dell'offerta. Il 27% dei casi rilascia il servizio alla persona fisica (individuale) in quanto fruitrice (Eurocidade Card Chaves-Verín, Cooperazione Tornio-Haparanda, IBK), un altro 27% si estende anche ai nonni (Vorarlberger Familienpass, NÖ Familienpass, OÖ Familienkarte), mentre un 18% lo rilascia solo ai genitori, un altro 18% ha esteso il servizio ad altri parenti oltre i nonni e un 10% ha ampliato l'utilizzo a persone senza alcun legame di parentela con la famiglia (babysitter o amici).

Figura n. 14, abilitazione del servizio di sconti⁶².



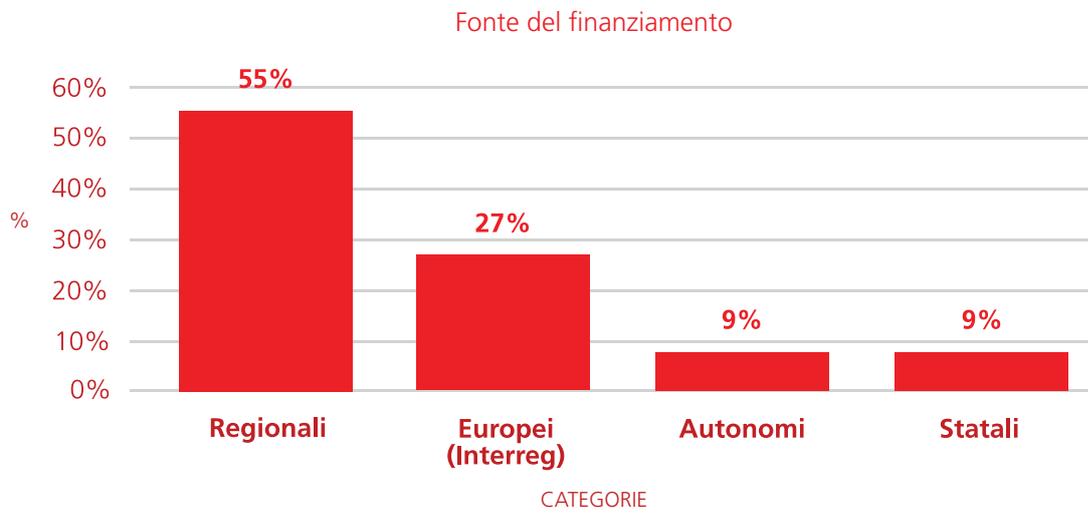
Ragionando sempre dal punto di vista del gestore, oltre al servizio di sconti, nella maggioranza dei casi (64%) viene mandata una newsletter ai titolari del servizio con informazioni utili, elenco dei partner e in alcuni casi anche giochi per bambini (Moravia meridionale). Nel caso della Bassa Austria, ad esempio, la newsletter viene inviata 5/7 volte l'anno via email e per riceverla è necessario rilasciarne il consenso. Gli iscritti al Rodinný Pas di Bratislava ne ricevono una al mese, mentre il Vorarlberg predispone un calendario annuale con le attività e gli eventi e lo manda all'inizio di ogni anno. Il caso IBK invece dà la possibilità di scegliere le materie di interesse (escursioni, trasporti, wellness) sul proprio sito e richiederne l'invio per posta.

Trasferendo l'attenzione sui partner fornitori di sconti, è stato rilevato che il 73% dei casi, può decidere autonomamente l'importo dello sconto o l'offerta da proporre. Il restante 27% è invece vincolato ad offrire uno sconto minimo del 5%.

Infine, riguardo al finanziamento è difficile definire con rigore la provenienza del fondo, in quanto spesso proviene da diverse fonti diverse. Per tale motivo è stata fatta una distinzione che prende in considerazione la provenienza della parte più consistente del finanziamento. In questo modo è possibile individuare chi attinge principalmente a fondi regionali (54%), europei (27%), autonomi (9%) e statali (9%).

⁶² EuregioFamilyPass, abilitazione del servizio di sconti, grafica Excel, 2021

Figura n. 15, fonte di finanziamento⁶³.



⁶³ EuregioFamilyPass, fonte di finanziamento, grafica Excel, 2021

4. Risultati

4.1 BEST PRACTICE IMMEDIATAMENTE APPLICABILI

Un fattore importante, e da non sottovalutare, nel momento della distinzione tra best practice immediatamente applicabili e quelle applicabili in futuro è l'aspetto politico-giuridico, in quanto essendo l'Euregio un'area transnazionale è anche soggetta a diverse norme. Risulta evidente quindi che determinate decisioni non possono essere applicate nello stesso modo in tutto il territorio dell'EuregioFamilyPass. Tale situazione è un vincolo non solo alla reciprocità, ma anche alla gestione e amministrazione della carta famiglia. È appunto questo aspetto politico uno dei criteri che ha permesso di suddividere le best practice in "immediatamente applicabili" e "applicabili in futuro". Tale suddivisione è stata fatta seguendo anche un parametro tempistico (medio/lungo termine e breve termine), in quanto le best practice che richiedono dei tempi di introduzione e applicazione più brevi siano considerate come "immediatamente applicabili", mentre quelle che richiedono un'analisi, un confronto e uno studio più approfondito, siano invece identificate come "applicabili in futuro". In questo modo, il primo soggetto che dovrebbe attivarsi nell'adempiere determinate attività è l'Euregio, affinché possa costruire una solida base per facilitare l'introduzione delle best practice alle tre agenzie territoriali del Tirolo, Alto Adige e Trentino, cosicché l'EuregioFamilyPass si sviluppi in maniera omogenea sulla base dei risultati positivi ottenuti in altre realtà europee. L'Euregio, in collaborazione con le tre province, dovrebbe quindi mettere a disposizione delle tre aree operative appartenenti alle tre province, le capacità e gli strumenti per poter introdurre le best practice. Successivamente, a livello operativo, i tre territori dovrebbero sfruttare questi elementi per introdurre (in modo omogeneo e condiviso per quanto possibile) nella propria area di competenza le buone pratiche selezionate.

Le best practice identificate gioverebbero l'utilizzazione della carta in quanto in altre aree europee questo servizio è attivo da molto più tempo, perfettamente funzionante e integrato nella comunità. Di conseguenza, quelle qui sotto elencate sono le proposte potenzialmente applicabili per l'EuregioFamilyPass, in quanto organismo propulsore che ha l'obiettivo di promuovere la mobilità e la creazione del senso di comunità e partecipazione tra i tre territori.

In questo senso è stato utile analizzare tali situazioni per capirne la struttura, le attività e l'organizzazione. Le best practice applicabili nel breve periodo sono di seguito presentate in ordine alfabetico.

Coinvolgimento diretto delle famiglie

Una strategia facilmente e immediatamente adottabile è quella sviluppata dal Voralberg. Nel caso specifico, è stata coinvolta direttamente la popolazione che ha espresso, attraverso l'invio di email o tramite social network, la richiesta di avere dei particolari partner, anche fuori confine, i quali hanno aderito su base volontaria, senza alcun incentivo pubblico e/o privato, ma andando incontro alle esigenze specifiche delle famiglie. Questa iniziativa richiederebbe innanzitutto la predisposizione nel ricevere privatamente dei messaggi sotto forma di commenti e/o richieste da parte delle famiglie e successivamente una cabina di regia che, oltre a discutere della coerenza e compatibilità della richiesta con l'obiettivo del progetto, dovrebbe determinare la concreta fattibilità della collaborazione. La raccolta delle risposte potrebbe avvenire direttamente sul sito (o sull'app una volta creata).

Concorso premi

Un'interessante iniziativa è quella dell'organizzazione regolare di concorsi a premi. Se fatto ispirandosi al contesto ceco, l'idea di organizzare una serie di domande sul territorio (in questo caso della Moravia meridionale) incentiverebbe le famiglie a viaggiare all'interno dello stesso e sfruttare le offerte dei partner aderenti al progetto e, come premi utilizzare i beni e servizi dei fornitori associati, cosicché se ne aumenti conoscenza e promozione.. Anche l'EuregioFamilyPass tal volta organizza interessanti concorsi che hanno lo scopo di coinvolgere le famiglie e far scoprire il territorio Euregio.

Filtro selezione partner

Una best practice molto frequente è quella del sistema “filtro” nel sito web (e nell’app ove presente) per facilitare la rappresentazione e la ricerca dei partner affiliati. Sebbene questa caratteristica sembri di secondaria importanza, permetterebbe un immediato reperimento delle informazioni dal sito internet, le quali si identificano per tipologia, categoria, extra. È quindi indispensabile che le categorie siano più chiare possibili per essere facilmente trovate dagli utenti (come nel caso della Bassa Austria o della Slovacchia). Come visto del capitolo 3.2.2, una caratteristica filtro completa e ben strutturata non è presente in tutti i casi analizzati e questo succede anche all’interno dei tre territori Euregio.

Newsletter mensili con giochi per i bambini

La realtà che ha spiegato al meglio la best practice delle newsletter mensili con giochi per bambini è la Slovacchia. Ogni mese, infatti, invia una newsletter alle famiglie (anche l’Euregio pubblica l’EuregioFamilyPass News ogni 3-4 mesi) con divertenti giochi per i più piccoli, sfide e indovinelli. In questo modo sono i bambini che vengono coinvolti nel progetto. In più, nel sito internet del Rodinný Pasy, è possibile ritrovare in documenti pdf i giochi di tutte le edizioni passate delle riviste.

Organizzazione di eventi condivisi

Il caso di Eurocidade Card Chaves-Verín, è molto attivo all’organizzazione di eventi condivisi tra i due territori per sensibilizzare e consapevolizzare i cittadini all’aspetto transfrontaliero e all’integrazione tra culture che, sebbene siano diverse, condividono tratti importanti e decisivi ai fini della collaborazione. Ovviamente non tutti gli eventi organizzati nelle due città sono condivisi, ma vi è la possibilità per i residenti di parteciparvi senza alcun costo o onere aggiuntivo. Anche in questo caso l’EuregioFamilyPass partecipa ad eventi condivisi nei tre territori.

Sito web personale dedicato alla singola carta famiglia

Un passaggio importante che introduce anche la successiva best practice, è l’istituzione di un sito web che sia esclusivamente dedicato alla carta famiglia e non solo come pagina succursale all’interno di siti regionali, provinciali o comunali. Avere questo sito dedicato solamente alla carta famiglia (come nel 73% dei casi analizzati), facilita e semplifica la ricerca delle informazioni. Ciò non vieta però che il sito ufficiale della carta famiglia abbia un rimando in altri siti (come quello provinciale, locale o regionale o dell’ufficio delle amministrazioni competenti). Questo può avvenire anche in senso contrario, infatti, i partner della e-Children’s Card Mudrica, all’interno del loro sito internet comunicano la partnership con la carta per famiglie, di conseguenza oltre ad informare gli utenti, grazie al rimando con il link, si contribuisce alla promozione del servizio. Una forma simile di sito internet generale dell’EuregioFamilyPass esiste già e racchiude anche i rimandi ai tre territori.

Social network

L’introduzione di una piattaforma comoda e pratica che permetta alle famiglie di comunicare con gli amministratori del progetto, sarebbe molto utile ai fini promozionali dell’EuregioFamilyPass. In questo contesto un ruolo decisivo lo assumono i social network. Nel caso specifico dello studio in corso, è stato visto che Facebook e Instagram risultano essere le piattaforme più utilizzate dai casi studio analizzati. Anche in questo caso però, sarebbe necessario introdurre una pagina dedicata alla carta famiglia, e soprattutto tenerla aggiornata con una periodicità giornaliera. Nel caso di Instagram, molto utile sarebbe lo sfruttamento dell’hashtag, questo sistema di tag per il quale ci si può pubblicizzare gratuitamente grazie agli utenti stessi (come fanno la Bassa Austria e l’IBK). In più, sia Facebook che Instagram permettono la traduzione del messaggio nella lingua di impostazione del device, superando così l’ostacolo della diversità linguistica. Tuttavia permane l’inconveniente legato alla gestione, perché anche i social network necessitano di un piano editoriale programmato e definito a monte e un sistema per accogliere i follower.

Tempistiche prestabilite

È importante che le decisioni prese tra i diversi territori, e nei territori stessi, vengano istituite rispettando delle tempistiche ben definite. Ad esempio il caso della Cooperazione Tornio- Haparanda recepisce le decisioni prese nel contesto della collaborazione transnazionale e le mette in atto entro un mese dalla loro approvazione. Questo trasmette ai cittadini serietà del programma e l'effettiva utilità e operatività della Cooperazione. Tale procedura viene adottata anche per quanto riguarda l'inserimento e l'aggiornamento degli sconti e promozioni dei partner, i quali seguono la stessa logica di tempestività e rapidità, supervisionata dal team operativo della Cooperazione Tornio-Haparanda che si impegna ad osservare che tutti applichino le disposizioni prestabilite.

4.2 BEST PRACTICE APPLICABILI IN FUTURO

In una logica di medio lungo termine, sarebbe necessario ragionare su alcune best practice che col tempo, dopo un'attenta fase di analisi e pianificazione potrebbero essere introdotte nel contesto dell'EuregioFamilyPass. Nel paragrafo "Sfide e conclusioni" si affronteranno le criticità riguardo ai modelli proposti.

Applicazione per smartphone

È il caso dell'app digitale per supporti Android ed ios in cui quasi la metà dei casi studio analizzati l'hanno introdotta e questo dimostra che è un trend comune (e in crescita) in questo tipo di situazioni. Il passaggio alla digitalizzazione potrebbe semplificare non solo l'utilizzo del servizio da parte dei soggetti che ormai sfruttano lo smartphone per la maggior parte dei servizi (anche per il biglietto aereo), ma potrebbe anche ridurre lo spreco connesso alla stampa delle tessere e faciliterebbe così la raccolta dei dati e i passaggi transfrontalieri. Tuttavia questo passaggio comporta non pochi problemi, tra questi è da considerare la ferrea politica di riservatezza dei dati che deve essere assicurata a coloro che adottano il sistema digitale, la strutturazione e l'introduzione degli strumenti immateriali più idonei (con una fase di educazione sia degli utenti che degli operatori) e la registrazione dei dati e organizzazione in database. Anche per i partner, l'introduzione dell'app, se strutturata in comune accordo con i fornitori e con le stesse finalità e caratteristiche dell'attuale carta, potrebbe agevolare la fase di registrazione dello sconto, la promozione e la gestione dell'erogazione del servizio stesso. In questo senso si potrebbe utilizzare una sola app (uguale per famiglie e fornitori) che però, a seconda del login di accesso permette di tenere distinte queste due figure. L'aver un sistema digitalizzato permetterebbe più facilmente di avviare il passaggio successivo (al quale sta lavorando la Croazia), ovvero quello di predisporre un sistema per il quale sia possibile utilizzare l'app digitale Mudrica anche per acquisti nei negozi online dei partner. Riprendendo le questioni politiche sottese all'organizzazione, questo passaggio all'abilitazione all'acquisto da parte delle carte è pensato per il futuro, in quanto non si parla di qualche mese, ma di alcuni anni, perché è una questione che richiede tempo e organizzazione. Questa evoluzione si potrebbe rivelare importante, perché negli ultimi anni l'e-commerce si è rivelato sempre più determinante (si è visto ancor di più durante il periodo Covid-19) e mettere a disposizione delle famiglie la possibilità di sfruttare, tramite la propria carta/app, sconti anche sugli acquisti online garantirebbe un enorme vantaggio di popolarità e risparmio. Non solo le attività commerciali, ma anche quelle culturali e ludiche legate al tempo libero, se introducessero la possibilità di acquistare i ticket applicando già lo sconto famiglia, ridurrebbero i tempi di attesa alla cassa e offrirebbero un servizio migliore. Nell'introdurre l'app digitale è importante, per i rapporti transnazionali, garantire un settaggio bilingue per facilitare l'utilizzo della stessa per entrambe le nazionalità.

Creazione banca dati

Infine, una volta strutturata una buona piattaforma digitalizzata sarebbe utile introdurre un sistema di raccolta dati dei partner che vada a confluire in una banca dati digitale comune per tutte le regioni perché possa costruire uno storico adatto a poter fare delle stime e delle conclusioni rapportate a dei dati oggettivi, veritieri e rappresentativi

della realtà. Il caso del Vorarlberg ad esempio utilizza i sistemi forniti da Google per avere dati riguardanti i social o il sito web, mentre per l'applicazione utilizza gli strumenti digitali dell'App Store. Mentre un sistema più sofisticato è quello dell'IBK che ha disposto un circuito all'interno delle Bodensee Cards attraverso il quale vengono registrate le vendite e le accettazioni. Ogni carta che possiede il proprio codice QR viene scansionata presso i partner di servizio e archiviata nel sistema. In questo modo in ogni momento è possibile fare una valutazione statistica e i dati della carta non vengono gestiti da società esterne. L'uso della carta è reso anonimo in modo che non sia possibile alcuna valutazione individuale rispettando sempre la direttiva UE sulla protezione dei dati. La maggior parte dei casi studio analizzati che ha una banca dati ben strutturata e funzionante, si è affidata ad una società esterna che ha creato l'applicazione, lasciando poi interna la gestione e l'analisi dei dati.

Incentivo di partner del settore sanitario con piattaforma sanitaria locale

Un modo per aiutare le famiglie ad affrontare le spese della loro quotidianità, sarebbe quello di stimolare e incentivare aziende sanitarie ad unirsi come partner. In questo senso farmacie, parafarmacie e strutture sanitarie private fornirebbero sconti e vantaggi economici alle famiglie con figli. Difatti, l'Alta e la Bassa Austria seguendo hanno capito questo bisogno ancora molto tempo addietro e hanno deciso di introdurre come servizio alle famiglie con figli l'assicurazione (nel primo caso addirittura gratuito, nel secondo è prevista una quota assicurativa a prezzo agevolato). Di conseguenza, pacchetti assicurativi annuali vengono offerti alle famiglie, le quali sono coperte da eventuali infortuni e dalle rispettive spese mediche che in assenza del tetto assicurativo si dovrebbero accollare.

Il passaggio successivo (quello che ha fatto la Croazia) sarebbe quello di inserire il servizio dedicato alle famiglie con figli nel sistema sanitario nazionale digitale (in questo caso si parla sempre di una carta nazionale). Sebbene questo non corrisponda allo scopo dell'EuregioFamilyPass, il territorio Euregio potrebbe avere le capacità per introdurre un'innovazione simile se concordata a livello politico dalle autorità decisionali. Con questo sistema, non ci sarebbe bisogno di aggiornare periodicamente i dati in quanto il sistema disporrebbe di tutte le informazioni necessarie, e in secondo luogo il servizio alle famiglie diventerebbe un passaggio automatico per le famiglie che, una volta soddisfatti i requisiti, vi accederebbero automaticamente grazie alle proprie credenziali nazionali. Infatti il sistema croato è riuscito a inserire la verifica automatizzata in background con il quale si accerta se il potenziale utente soddisfa o meno i criteri per la richiesta della e-Children's Card Mudrica. In questo modo si ha un notevole risparmio di tempo da parte delle autorità incaricate al controllo dei titoli, e da parte delle famiglie, le quali ricevono l'accesso al servizio con tempistiche considerevolmente minori rispetto i sistemi utilizzati dagli altri casi studio, sebbene anch'essi predispongano la registrazione online. Con tale modalità, si garantirebbe una riduzione delle tempistiche connesse al controllo dei dati e di rilascio della carta notevolmente minore rispetto quelle previste per la registrazione ed emissione tradizionale. Anche in questo caso, già in alcuni territori Euregio tale organizzazione è alquanto simile a quella qui sopra descritta, in tal senso l'indicazione si vuole indirizzare verso quelle aree in cui questo servizio non è ancora attivo o organizzato.

Non sempre necessaria la presenza fisica dei figli

In molte occasioni i figli non sono presenti al momento della fruizione del servizio di sconto. Basti pensare al settore del commercio o alimentare, dove spesso sono i genitori che individualmente si occupano di fare gli acquisti. Se in linea con la politica familiare, le carte famiglia potrebbero essere utilizzabili anche senza la presenza fisica del figlio, o come nel caso dell'Alta Austria garantire lo sconto sui mezzi di trasporto anche solamente al genitore, il quale è comunque in possesso della Familienkarte.

Questo perché incoraggerebbe un utilizzo maggiore della carta famiglia e in alcune situazioni, come presso gli esercizi commerciali o nel sistema del trasporto pubblico, non sempre il figlio è col genitore, ma la possibilità di accedere allo sconto potrebbe essere rilasciata lo stesso. In questo modo le famiglie sarebbero più stimolate a istituire la carta. Il motivo per il quale questa best practice si trova nel comparto "applicabili in futuro", è perché

per attuarla sono necessarie delle decisioni politiche a livello organizzativo centrale che richiedono del tempo per essere analizzate.

Numero di tessere emesse e aggiornamento

Un punto importante è quello del numero di carte emesse. I casi studio analizzati hanno registrato comportamenti diversi a questo proposito, ma l'idea di base, e più idealmente, sarebbe quella di rilasciare un numero di tessere pari al numero di genitori che ne hanno fatto richiesta (come avviene in Tirolo e per il Rodinnè Pasy) così da limitare gli sprechi legati all'emissione di carte superflue. In questo caso, non sono molti i casi che aggiornano la carta vantaggi digitalmente (l'aggiornamento è previsto per i dati anagrafici in quanto nella maggior parte dei casi i vantaggi sono previsti fino al raggiungimento della maggiore età dei figli) e questo comporta enormi costi e rifiuti. L'idea sarebbe quindi di adottare un sistema di aggiornamento informatizzato mantenendo sempre la stessa carta, la quale smetterebbe di essere funzionante nel momento in cui i requisiti fondamentali venissero meno, caratteristica già presente in alcuni territori Euregio, ma non in tutti. Anche in questo caso, come nel precedente, affinché si possa ottenere questo risultato, sono necessarie delle azioni politiche che richiedono tempo e decisioni delicate da prendere.

Partnership con altre piattaforme

Una volta che si è dato il via alla fase di digitalizzazione, sarebbe utile instaurare una partnership con altre piattaforme. È il caso della Bassa Austria che, con un accordo con il partner Outdooractive, permette alle famiglie di avere informazioni aggiuntive riguardo i percorsi pedonali e in bicicletta da fare con la famiglia con tutta una serie di recensioni che aiutano a contestualizzare meglio il servizio. Questa piattaforma lavora in molti paesi centro europei tra cui Italia e Austria e distingue principalmente tre livelli di servizio: "Community", "FreeBusiness" e "Business", in base all'obiettivo che il cliente vuole raggiungere. Per lo studio Euregio sarebbe applicabile il pacchetto: "Servizi" per presentare il territorio, creare visibilità e interesse B2B, in cui oltre alla tracciatura dei percorsi, è prevista la creazione di una documentazione completa e funzionale delle avventure da scoprire in loco, delle soluzioni tecniche per creare una presentazione attrattiva dei percorsi nel proprio sito, la pubblicazione delle avventure del territorio nella piattaforma "outdooractive.com" e nell'app Outdooractive per sistemi iOS e Android e la distribuzione delle avventure da scoprire attraverso la rete dei partner Outdooractive. In più, questa collaborazione permetterebbe di creare un valore aggiunto per il territorio e gli abitanti, i quali hanno a disposizione un sistema di gestione intuitivo che aiuta a facilitare il lavoro quotidiano, soluzioni tecniche per realizzare con poco impegno tecnico una presentazione attrattiva all'interno del proprio sito web, una piattaforma Outdooractive e la rete di partner per creare visibilità e far conoscere il territorio e l'export dei dati in formato strutturato (xml/json) per mettere in sicurezza il lavoro investito nell'inserimento e aggiornamento dei dati. I costi dipendono dal livello di servizio richiesto per il progetto da realizzare. La parte dei servizi della "Community" sono gratuite (con la possibilità di avere un abbonamento Pro o Pro+ che prevede un costo che va da 30€ a 60€), mentre la parte B2B, con soluzioni di business che vengono erogate come servizi Software (SaaS), hanno un canone annuale al quale si applica un listino prezzi solidale che si basa sul sviluppo turistico del territorio. Questo permette a destinazioni piccole e poco sviluppate di avere le stesse funzioni professionali che hanno a disposizione le destinazioni grandi. In aggiunta, il sistema Outdooractive organizza i dati inseriti in maniera intelligente in una banca dati centrale. I dati inseriti e gestiti nella banca dati vengono consegnati al termine della collaborazione in un formato strutturato (xml/json). Il sistema permette anche di condividere i dati gestiti come OpenData Creative Commons.

Altre partnership sono quelle con il servizio di trasporto locale, grazie al quale dall'app digitale della carta famiglia è possibile acquistare il biglietto del treno o dell'autobus a prezzi scontati dedicati alle famiglie, e in questo modo l'app della carta famiglia funge anche da vero e proprio biglietto digitale del mezzo di trasporto.

Reciprocità completa del servizio

Considerando i casi di studio transnazionali, un sistema di perfetta reciprocità nell'utilizzo degli sconti e vantaggi (Chaves-Verín o la Cooperazione Tornio-Haparanda) permetterebbe alle famiglie di evitare spiacevoli inconvenienti e dimostrare quell'uguaglianza che con l'EuregioFamilyPass si vuole trasmettere. Tuttavia la realtà iberica e quella scandinava sono notevolmente più piccole rispetto l'Euregio, di conseguenza risulta anche più semplice applicare una completa reciprocità del servizio offerto. In più, nel territorio coperto dall'EuregioFamilyPass vi sono alcune differenze culturali che, per come sono strutturate, è importante mantenere distinte.

Rilascio della tessera a persone extra genitori

Com'è stato visto, alcuni casi analizzati di situazioni di carte famiglia, le singole tessere (o accesso all'app) vengono rilasciate (e di conseguenza i servizi e i vantaggi economici ad esse connessi) anche a persone extra genitori. In alcuni casi ciò avviene solamente con persone appartenenti al nucleo familiare, in altri casi invece, i fruitori sono degli estranei (babysitter). Questo potrebbe concretamente aiutare le famiglie che spesso, per motivi lavorativi, devono affidare i figli a individui che se ne occupano e ne hanno la responsabilità nei vari momenti della giornata. Tuttavia questa è una questione politica che andrebbe discussa e verificata.

Servizi di geolocalizzazione

Connessa alle caratteristiche digitali, potrebbe essere utile e apprezzato dalle famiglie, introdurre un sistema di geolocalizzazione che permetta alle famiglie che si trovano fuori casa e in possesso dello smartphone, di capire la locazione del fornitore e di conseguenza il tragitto più semplice e breve per raggiungerlo. In questo caso è necessario appoggiarsi alla piattaforma Google Maps per garantire una copertura totale della fornitura, tuttavia ciò nel territorio Euregio non è possibile a causa della nominazione bi/trilingue dei luoghi. Per quanto banale possa sembrare, la possibilità di identificare precisamente il partner attraverso un link istantaneo (e non dovendo copiare e incollare l'indirizzo del luogo) e di conseguenza il tragitto per raggiungerlo è fondamentale per la soddisfazione del fruitore del servizio ed è appunto quello che è stato fatto dall'EuregioFamilyPass con la mappa interattiva.

4.3 SFIDE DA AFFRONTARE

Date le complesse caratteristiche delle carte famiglia dell'Euregio, sono molte le sfide che, in base alla tipologia di offerta si devono affrontare. Nel caso delle cooperazioni transfrontaliere, il problema maggiore sta nell'evitare che un territorio sfrutti maggiormente le promozioni e le disponibilità rispetto all'altro. Questo potrebbe verificarsi ad esempio nel progetto IBK, ma la IBT ha organizzato una struttura di benefit che garantisce che non ci sia nessuna differenza tra le regioni, infatti la carta è utilizzata e accettata nello stesso modo in tutte le aree interessate dal progetto (vale anche per l'EuregioFamilyPass). Oltre alla diversità di trattamento, un'altra minaccia per gli accordi transnazionali è quella della cessazione del contratto una volta esauriti i fondi a disposizione del progetto INTERREG, cosa che è successa al FamilyNet AT-SK. È necessario mettere i territori nelle condizioni di poter continuare la relazione e il servizio anche dopo la fine del progetto INTERREG.

Negli accordi spesso ci sono realtà con disponibilità e capacità d'investimento economica maggiore rispetto ad altre, ed è in quest'ottica che risulta necessario riconoscere gli sforzi dei singoli territori coinvolti e dare loro il giusto riconoscimento.

Per raggiungere gli obiettivi di politica familiare sottesi al progetto in questione, è utile aumentare i partner e le famiglie registrate, in modo tale da poter coprire un bacino di utenti più elevato che garantirà maggiori servizi e un più frequente utilizzo della carta. In questo modo si viene a creare una community in cui sia le famiglie che i partner si scambiano informazioni e idee. In questo senso il coinvolgimento è essenziale. Ascoltare i bisogni delle famiglie come ha fatto il Vorarlberg, che ha accolto le richieste dei titolari della carta famiglia e ha stipulato contratti con

fornitori esterni al Vorarlberg e addirittura esterni all’Austria. Anche i fornitori devono essere ascoltati e deve essere data loro la giusta visibilità e promozione, sia questa sul sito web, sulle pagine dei social network, sugli opuscoli informativi, attraverso loghi che attestano la partecipazione al progetto, sebbene questi canali vengano usati costantemente dall’Euregio per raccogliere importanti informazioni e feedback.

L’ambito della digitalizzazione è molto delicato, ormai il mondo è “smart” e “digital”, di conseguenza anche i servizi alle famiglie si devono adattare a questa tendenza. La digitalizzazione permette di velocizzare i passaggi e di conseguenza risparmiare tempo prezioso sia per gli amministratori che ricevono le richieste direttamente dal sito, sia per le famiglie che possono registrarsi da casa e sfruttare e utilizzare lo smartphone per accedere al servizio, che per i partner che possono aggiornare le offerte e registrare l’avvenuto godimento del servizio in via digitale. Tuttavia è necessario predisporre una piattaforma ben organizzata e funzionale per renderne più fluido possibile l’utilizzo. Una volta creata può diventare anche un canale di promozione, ma come le pagine dei social network, deve essere costantemente aggiornata. È la comunicazione continua che fa sì che famiglie e partner si abituino ad utilizzare questo servizio in modo tale da diventare un automatismo sia nella registrazione che nella fruizione. Tuttavia ogni decisione, scelta, progetto intrapreso necessita di fondi di sostentamento e, dai casi studio cui sono stati ottenuti i dati relativi ai finanziamenti, è emerso che uno dei costi maggiori (oltre ai costi del personale) è dato dall’introduzione di app digitali (perché richiesta la collaborazione di società esterne) e dal mantenimento dei siti web o pagine social. Perciò, i finanziamenti europei sono fondamentali per poter implementare le best practice immediate, e soprattutto quelle future, sebbene questo si scontri con la caratteristica di alcuni finanziamenti che hanno durata limitata nel tempo, ma che vengono rinnovati anche per più volte.

Altro fattore da tenere in considerazione è connesso alla gestione dei dati sugli spostamenti tra confini, sull’utilizzo della carta, sulla partecipazione degli utenti e sull’introduzione (o uscita) di fornitori. Dati che, una volta analizzati, sono di grande aiuto agli amministratori per prendere decisioni strategiche e operative. Come verrà ripreso nel capitolo successivo, potrebbe essere utile istituire una forma di diritto comune sui dati dell’EuregioFamilyPass, in modo tale che le tre aree possano condividere dati e informazioni sulle movimentazioni delle carte che restituirebbe un’immediata ricezione dell’andamento delle politiche applicate nell’Euregio e un suo pronto adattamento e miglioramento. La politica di privacy annessa a tale argomento impedisce questa condivisione di dati personali, tuttavia le informazioni anonime e quantitative potrebbero essere utilizzate a fini statistici.

5.1 RANKING DI BEST PRACTICE E ANALISI SWOT

Ranking di best practice

A seguito della descrizione delle carte famiglia e dell'illustrazione di quali siano le best practice da implementare nell'EuregioFamilyPass, si è vista la necessità di rappresentare una sorta di ranking (classifica) di tutte le caratteristiche rilevanti dei casi di studio che sono stati analizzati. Alcuni casi, come ad esempio il rilascio della carta a persone extra genitori, si inserisce in un contesto politico complesso che necessita di una più approfondita discussione ragionata in ogni singola regione.

È stato utilizzato un modulo di estrazione dati standardizzato per estrarre le informazioni metodologiche chiave che caratterizzano le realtà studiate⁶⁴. Con l'estrazione dei dati è stata eseguita una sintesi narrativa raggruppando gli studi in base alla tipologia e alle caratteristiche del servizio. La revisione narrativa, come detto fin dall'inizio, ha indicato che nessuna singola metodologia era superiore, ma molti dei metodi condividevano dettagli rilevanti. Pertanto è stato formulato un quadro di buone pratiche, strutturato attorno alle componenti comuni identificate nella revisione narrativa, che ha funzionato attraverso le caratteristiche e le tipologie analizzate. Il quadro delle best practice è progettato per informare i decisori sull'identificazione di un metodo di classificazione delle scelte e garantire che le metodologie siano eseguite secondo le buone pratiche identificate. Di conseguenza, il passaggio successivo è stato quello di considerare le best practice del capitolo 4 e riordinarle secondo una scala decrescente in base al loro peso percentuale. Ciò ha restituito la tabella numero 3 in cui è possibile trovare un elenco di best practice presentato non secondo un criterio qualitativo, ma basato su uno standard quantitativo. In questo modo nelle prime posizioni ci sono quelle best practice che, analizzando gli undici casi studio, sono presenti con una frequenza maggiore. Mentre nelle ultime posizioni ci sono quelle buone pratiche che, seppur molto importanti, non compaiono spesso nelle situazioni europee analizzate. Questa logica è stata replicata anche per la successiva distinzione in best practice applicabili immediatamente e in futuro. Nel caso della tabella numero 3, al primo posto c'è la possibilità di registrarsi al servizio delle carte sconto online (opzione già possibile in tutti e tre i territori Euregio) e la divulgazione delle informazioni attraverso i social network. Al secondo posto lo sfruttamento di una politica top down per l'introduzione del servizio, e al terzo posto la possibilità da parte dei partner di decidere autonomamente l'ammontare dello sconto e la tipologia dell'offerta da elargire (opzione già possibile in alcuni territori Euregio).

Sempre al terzo posto (con lo stesso punteggio) rientra la creazione di un sito web dedicato esclusivamente all'iniziativa promossa, caratteristica che l'Euregio già possiede e sfrutta egregiamente, ma essendo questa una rappresentazione di best practice, è stato deciso di prenderla ugualmente in considerazione nell'elencazione delle buone pratiche.

L'organizzazione di concorsi a premi (attività che solo il 36% dei casi studio promuove), si trova in fondo alla lista, ma come è stato visto, ha un enorme potenziale in termini di coinvolgimento e promozione del servizio. Al penultimo posto c'è l'integrazione con altre piattaforme, anche in questo caso solamente il 27% delle realtà ha questo tipo di partnership e, infine solo il 25% offre sconti e vantaggi anche ai residenti.

⁶⁴ O'Brien, E., Taft, R., Geary, K., Ciotti, M., Suk, J., & Suk, J, Best practices in ranking communicable disease threats (2015)

Tabella n. 3, ranking di best practice⁶⁵

RANKING BEST PRACTICE	
REGISTRAZIONE ONLINE DELLA CARTA	91%
SOCIAL NETWORK	91%
POLITICA TOP DOWN	82%
AUTONOMIA DEI PARTNER NELLA GESTIONE VANTAGGI	73%
SITO WEB PERSONALE PER CARTA	73%
PAGINA SOCIAL NETWORK DEDICATA	72%
TESSERA RILASCIATA A PERSONE EXTRA GENITORI	72%
NEWSLETTER	64%
ORGANIZZAZIONE DI EVENTI	64%
AGGIORNAMENTO CON RILASCIO UNA NUOVA TESSERA	63%
GOVERNANCE CON PIÙ DI 3 FUNZIONARI	60%
FINANZIAMENTO REGIONALE	55%
SISTEMI DI GEOLOCALIZZAZIONE	55%
ATTIVITÀ TRANSFRONTALIERA	46%
REGISTRAZIONE DELLA CARTA ONLINE E DI PERSONA	46%
REGISTRAZIONE DELLA CARTA SOLO ONLINE	46%
APP DIGITALE	45%
FILTRI PER LA SCELTA SUL SITO	45%
ORGANIZZAZIONE A LIVELLO COMUNALE	45%
ORGANIZZAZIONE A LIVELLO REGIONALE	45%
UNA SOLA TESSERA RILASCIATA IN FASE DI REGISTRAZIONE (PREVISTO AGGIORNAMENTO ANNUALE AUTOMATICO)	45%
UTILIZZO DI UNA LINGUA COMUNE	40%
UTILIZZO DI UNA LINGUA FRANCA	40%

⁶⁵ EuregioFamilyPass, ranking di best practice, grafica Word, 2021

ORGANIZZAZIONE DI CONCORSI A PREMI	36%
TESSERA RILASCIATA SOLO AI GENITORI	36%
INTEGRAZIONE CON ALTRE PIATTAFORME	27%
SERVIZI PER RESIDENTI	25%

Ranking di best practice immediatamente applicabili

Il secondo step è stato quello di creare un ranking estrapolandolo dalla tabella n 1, in modo tale da rappresentare la relazione delle caratteristiche delle carte vantaggio europee con quelle che sono le esigenze di applicabilità immediata all'EuregioFamilyPass. Nel caso in questione, la prima azione necessaria che sarebbe da introdurre sono le pagine social, utili a promuovere iniziative e informazioni. L'Euregio è presente in entrambi i social network dove comunica tutte le iniziative promosse, di conseguenza sarebbe facilitato nell'ipotesi di introdurre anche le pagine dedicate all'EuregioFamilyPass, in quanto conosce già il funzionamento sia di Facebook che di Instagram. Anche la partecipazione ad eventi su misura per le famiglie Euregio risultano essere delle attività molto utilizzate dalle realtà studiate, e nei casi di transfronlinearità, gli eventi proposti sono nella maggior parte condivisi. Segue, al terzo posto, la strutturazione completa e ben strutturata di filtri nel sito internet. Con una percentuale più bassa invece si posiziona l'organizzazione di concorsi a premi, sebbene (come visto sopra) con un potenziale di coinvolgimento notevolmente più elevato. Anche la newsletter con giochi per bambini si trova in fondo alla classifica, ma ciò non significa che sia una best practice meno rilevante, ma solamente che sono poche (ovvero il 36%) delle realtà studiate che propone questa attività.

Tabella n. 4, ranking best practice immediatamente applicabili⁶⁶

RANKING BEST PRACTICE IMMEDIATAMENTE APPLICABILI	
PAGINA SOCIAL NETWORK DEDICATA	72%
ORGANIZZAZIONE DI EVENTI	64%
FILTRI PER LA SCELTA SUL SITO	45%
AGGIORNAMENTO IN MODO DIGITALE	37%
NEWSLETTER CON GIOCHI PER BAMBINI	36%
ORGANIZZAZIONE DI CONCORSI A PREMI	36%

Ranking di best practice applicabili in futuro

Con la stessa logica è stato deciso di strutturare un ranking di best practice anche per le attività applicabili in futuro. In questo caso è risultato che la tessera rilasciata a persone extra genitori è molto utilizzata nelle altre realtà. Al secondo posto invece si trovano i sistemi di geolocalizzazione e al terzo l'introduzione di un'app digitale che sostituisce il formato cartaceo. Meno comune, ma molto efficiente è invece la perfetta reciprocità del servizio.

⁶⁶ EuregioFamilyPass, ranking di best practice immediatamente applicabili, grafica Word, 2021

Tabella n. 5, ranking best practice applicabili in futuro⁶⁷

RANKING BEST PRACTICE APPLICABILI IN FUTURO	
TESSERA RILASCIATA A PERSONE EXTRA GENITORI	72%
SISTEMI DI GEOLOCALIZZAZIONE	55%
APP DIGITALE	45%
PIÙ TESSERE RILASCIATE PER FAMIGLIA	45%
SOFTWARE BANCA DATI	36%
INTEGRAZIONE CON ALTRE PIATTAFORME	27%
RECIPROCIÀ COMPLETA DEL SERVIZIO	18%

Riprendendo i criteri scritti all'inizio del capitolo, le tabelle dei ranking di buone pratiche sopra riportate non vogliono essere una classifica di migliori best practice (nelle prime posizioni) e peggiori (nelle ultime), ma sono state presentate in questo modo con l'obiettivo di mostrare quali tra le buone pratiche individuate nel corso dell'analisi, siano più utilizzate e sfruttate in altri contesti europei. Questo semplicemente permette di capire quali siano le iniziative/attività con un percorso storico già avviato e di conseguenza con una solidità, popolarità e funzionalità maggiore. Allo stesso tempo, quelle con una percentuale più alta (nelle prime posizioni) essendo più diffuse, facilitano il reperimento di più informazioni. Le best practice applicabili in futuro, si inseriscono in un contesto politico e devono essere discusse più in dettaglio a livello generale (di Euregio) e successivamente anche all'interno dei singoli territori (Tirolo, Alto Adige e Trentino). In questo senso l'orizzonte temporale di attuazione di queste buone pratiche è molto più esteso (si parla quindi di anni) perché sono necessarie delle programmazioni strutturate e organizzate.

A seguito della spiegazione del ranking si riporta, come elemento chiave ai fini dello studio e della sua discussione, l'elenco di best practice che, presenti nel documento, sono già attive e utilizzate all'interno dei territori Euregio. In alcuni casi, tali pratiche sono condivise e integrate in tutte e tre le aree al livello euroregionale: l'organizzazione di concorsi a premi, il filtro per la selezione dei partner e la geolocalizzazione (entrambi grazie alla mappa interattiva), il giornale pubblicato quattro volte l'anno "EuregioFamilyPass News", una brochure informativa per gli utenti, la partecipazione ad eventi in tutti e tre i territori, il sito web comune nella Homepage Euregio, l'utilizzo di canali digitali Euregio e delle province per la pubblicazione di notizie inerenti l'EuregioFamilyPass e il rispetto delle tempistiche prestabilite. Mentre, in altri casi come: l'utilizzo di un'app digitale, l'aggiornamento automatico della tessera, il numero di tessere emesse in base al numero di genitori e il rilascio della carta a persone extra genitori, sono servizi e caratteristiche anch'essi già previsti dall'EuregioFamilyPass in alcune aree Euregio, ma non uniformati nell'intera area.

Analisi SWOT

Essendo la matrice per l'analisi SWOT uno strumento usato per prendere decisioni di tipo strategico, è stato deciso di costruirne una per l'EuregioFamilyPass.

Nella prima riga sono presentati i fattori interni, ovvero gli aspetti del progetto che dipendono dall'organizzazione. In particolare, nella sezione di sinistra sono elencati i "punti di forza", mentre in quella di destra i "punti di

⁶⁷ EuregioFamilyPass, ranking best practice applicabili in future, grafica Word, 2021

debolezza". Scaturiti entrambi dai fattori interni, sia i punti di forza che i punti di debolezza possono essere attivamente modificati dall'organizzazione.

La seconda riga invece contiene quei fattori esterni su cui l'Euregio non ha potere ma che allo stesso tempo devono essere tenuti sotto controllo. Sono queste le "opportunità" (sezione di sinistra) e le "minacce" (sezione di destra).

Tabella n. 6, analisi SWOT EuregioFamilyPass⁶⁸

	FATTORI POSITIVI	FATTORI NEGATIVI
FATTORI INTERNI	<ul style="list-style-type: none"> • Facilità nella comunicazione interna • Cabina di regia ben strutturata • Design chiaro e subito riconoscibile 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversa gestione delle politiche familiari tra i territori • Mancanza di assoluta reciprocità dei servizi e del trattamento • Disomogeneità nel numero di servizi nei tre territori Euregio
FATTORI ESTERNI	<ul style="list-style-type: none"> • Aree limitrofe ricche di benefit per le famiglie • Ottima rete di collegamento infrastrutturale nell'Euregio • Passato storico comune 	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie sempre più esigenti • Sempre meno tempo da dedicare al tempo libero da parte delle famiglie • Trend del costo della vita in aumento

Per quanto riguarda i punti di forza dei fattori interni, riguardo la "facilità nella comunicazione interna" sono stati trovati sistemi e modi di lavorare che sono adatti al contenuto del progetto e alle realtà di ogni agenzia. "Cabina di regia ben strutturata" è un altro punto di forza in quanto questa è composta dai dirigenti delle agenzie/dipartimenti competenti per la famiglia di tutti i territori e il responsabile del progetto per l'Euregio. Di conseguenza si tratta di personale qualificato che garantisce un coordinamento delle attività con una logica partecipativa e un'alta professionalità. In più, un punto di forza particolarmente importante è il supporto dato da una "tradizione storica comune" che identifica i territori dell'Euregio. Tale caratteristica non è per nulla banale o scontata, infatti una relazione che nasce tra territori che condividono cultura e tradizioni simili, nonché un passato caratterizzato da rapporti e legami importanti ne favorisce la collaborazione. Infine, dal punto di vista estetico, l'EuregioFamilyPass ha una grafica inconfondibile che gli permette di essere chiaro all'interno del territorio Euregio, ma allo stesso tempo di identificare la propria area di appartenenza. Questa peculiare caratteristica non è stata rilevata in nessun caso analizzato.

Tra i punti di debolezza dei fattori interni invece è stata inserita la "diversa gestione delle politiche familiari tra EuregioFamilyPass", che in alcuni casi può causare una confusione da parte delle famiglie, oltre ad un senso di disuguaglianza. Questo si traduce in "mancanza di assoluta reciprocità dei servizi e del trattamento", che si distanzia dalla logica della carta vantaggi per famiglie condivisa che scaturisce una "disomogeneità nel numero di servizi nei tre territori Euregio".

In basso a sinistra invece ci sono le opportunità che sorgono dal fatto che attorno al contesto Euregio ci sono territori che possiedono dei servizi sotto forma di carte famiglia con la logica dell'EuregioFamilyPass. In tal modo

⁶⁸ EuregioFamilyPass, analisi SWOT EuregioFamilyPass, tabella Word, 2021

è possibile avere dei contatti e scambiare informazioni utili che potrebbero anche sfociare in possibili partnership redditizie. Inoltre, un'ottima opportunità per la transnazionalità dell'EuregioFamilyPass è data dal fatto che esiste un'ottima rete di collegamento infrastrutturale nell'Euregio", perciò lo spostamento interregionale in questo senso è ulteriormente avvantaggiato.

Infine le minacce dei fattori esterni sono dovute al fatto che le famiglie (ma in generale le persone) sono sempre più esigenti e quindi diventa difficile riuscire a sostenere questo trend nell'offerta di servizi in modo tale da soddisfare i titolari dell'EuregioFamilyPass e i partner. In più, con la società in continua evoluzione, è sempre minore il tempo libero da dedicare alla famiglia, di conseguenza molte attività legate al tempo libero rischiano di non collimare con le esigenze e le richieste delle famiglie stesse. Concludendo, una minaccia che condiziona le scelte di tutti i soggetti coinvolti è l'andamento crescente del costo della vita, il quale vincola le scelte non solo delle famiglie, ma soprattutto dei partner che si rendono meno disponibili a collaborare in progetti come EuregioFamilyPass.

5.2 ADATTAMENTI E MIGLIORIE APPORTABILI

Come anticipato nel capitolo 4.1, considerando il fatto che tutti i territori hanno un dipartimento competente nell'ambito della pubblica amministrazione che sono incorporati in questa logica, è difficile introdurre un sito web apposito per l'EFP, che sostituisca il sito dell'agenzia del dipartimento.

Ancora una volta sono necessarie delle decisioni a livello politico di tutti i territori Euregio che diano le linee guida e gli strumenti idonei ai tre territori per comunicare e definire uno standard da applicare ai siti internet.

In secondo luogo, con l'idea di introdurre un sistema di app digitalizzato che permetta alle famiglie di utilizzare la carta famiglia in via immateriale, sarebbe importante svolgere un sondaggio tra i partner per capire in che modo preferirebbero registrare lo sconto, se attraverso un QR code oppure un codice a barre. Questo si dimostrerebbe molto utile, in quanto si mirerebbe a collimare le esigenze dei fornitori secondo una politica di bottom up. Un sistema digitalizzato inoltre permetterebbe anche di evitare l'inutile attesa delle famiglie agli sportelli dei fornitori per fare, o solamente rettificare, la registrazione.

Introducendo l'app sarà importante fornire tutti i servizi ad essa connessi, di conseguenza un buon sistema di filtraggio per selezionare effettivamente il servizio richiesto con i dovuti supporti "extra" sarà fondamentale, nonché l'integrazione con piattaforme di geolocalizzazione per permettere una più accurata e puntuale localizzazione del servizio, il quale può essere implementato con ulteriori software partnership.

Infine, per raccogliere i dati, non è sufficiente l'attuale sistema che registra solamente le nuove iscrizioni, ma sarà necessario un software più strutturato che sia in grado di restituire anche dei piccoli, ma molto utili, risultati di analisi. Questo si scontra con la dura e complessa politica di privacy. I dati, che sarebbero molto utili a livello di analisi statistica, per essere raccolti richiedono delle autorizzazioni particolari che a loro volta sono regolamentati da normative europee rigide e molto elaborate che richiedono tempo e costi elevati per l'implementazione.

Come è stato visto, l'aspetto digitale è un fattore che sicuramente necessita uno spazio importante all'interno delle politiche dell'EuregioFamilyPass. Tuttavia ci sono una serie di servizi che possono sfruttare questa innovazione e possono essere ricondotti al pagamento contactless (progetto molto ambizioso pianificabile su un progetto di lungo termine), che quindi sviluppa ulteriormente la carta e la potrebbe far diventare anche uno strumento di pagamento, utilizzata poi ad esempio per il noleggio delle biciclette elettriche nelle città (progetto di Chaves e Verín in via di strutturazione).

5.3 RACCOMANDAZIONI

La digitalizzazione favorisce e facilita la fruizione del servizio per la famiglia (o l'utente nel caso delle carte vantaggi per residenti o turisti), ma dal punto di vista dei partner l'utilizzo di un'app ha un aspetto gestionale diverso.

Sebbene questi siano favorevoli alla sua introduzione e ne comprendano le potenzialità e l'utilità (anche secondo la prospettiva di facilità di promozione) è necessario che tutti accettino la carta vantaggi in formato digitale e che si dotino di un sistema univoco di riconoscimento del servizio. I partner non hanno alcun vantaggio nello scannerizzare un QR-Code piuttosto che adottare un altro sistema di lettura, di conseguenza con un numero di partner elevato ci sono molti sistemi diversi di cash-register che di conseguenza non permettono di ottenere una banca dati organica e completa. Allo stesso tempo, l'utilizzo da parte delle famiglie di un servizio non gestito in maniera perfettamente omogenea, ovvero richiedendo sistemi diversi di lettura dello sconto a seconda del soggetto partner, potrebbe causare perplessità e complessità tanto da generare l'effetto di contrarietà al servizio e di conseguenza il suo inutilizzo.

È per questo motivo che l'introduzione di un'app digitale è stata categorizzata come best practice da introdurre in futuro, perché prima sarà necessario coinvolgere maggiormente i partner e le famiglie investigando sulle loro preferenze, cosicché sia possibile strutturare un sistema (anche appoggiandosi a ditte esterne) per sviluppare una piattaforma digitale coerente con le richieste ed esigenze della comunità.

Spesso i rapporti tra due o più territori nel corso della loro collaborazione possono affrontare delle discordie su determinate decisioni, un modo affinché si possa garantire una corretta e funzionale cooperazione è quello di operare sempre secondo l'obiettivo di equità di trattamento. Come nel caso di Tornio-Haparanda, in cui tutti i progetti, gli accordi, le decisioni, ma soprattutto i costi e i benefici sono gestiti con una logica 50-50, anche nel contesto Euregio deve esserci una precisa ripartizione eguale dell'onere e delle risorse.

Un'altra peculiarità alla quale è necessario prestare attenzione è la transnazionalità della carta. L'obiettivo è quello di facilitare lo spostamento dei cittadini nell'Euregio condividendo le risorse e i benefici e allo stesso tempo sviluppare il senso di appartenenza; un'appartenenza ad un territorio con confini propri dettati da cultura e tradizioni, che condivide gli stessi vantaggi e svantaggi. È quindi necessario riuscire a gestire al meglio i rapporti tra i partner dei diversi territori e l'Euregio, affinché per ognuno di essi ci sia sempre interesse nel rimanere e portare avanti il progetto EuregioFamilyPass. Per fare ciò è necessario stimolare l'utilizzo della carta famiglia con offerte e benefici descritti nel presente report. In questo modo si evita di seguire l'esempio del FamilyNet Austria-Slovacchia, per il quale nel momento in cui sono terminati i fondi INTERREG, si sono interrotti anche i rapporti. Avendo invece una consolidata percezione della carta, della sua utilità e del suo potenziale, se non dovessero più esserci dei fondi destinati a questo progetto, esso sarebbe in grado di mantenersi grazie all'autofinanziamento, come succede per l'IBK nel Lago di Costanza. Per un ulteriore sviluppo all'EuregioFamilyPass non solo sono state individuate delle best practice d'azione, ma sono anche state divise in immediatamente applicabili e applicabili in futuro. Nel presente studio sono state elencate tutta una serie di best practice in parte condivise anche con l'EuregioFamilyPass che corrisponde (a volte anche soltanto parzialmente) a molte caratteristiche elencate.

Da non sottovalutare è l'aspetto politico, essendo l'Euregio un'area transnazionale è anche soggetta a diverse leggi che governano i due stati. D'altro canto, però, il vantaggio dell'EuregioFamilyPass è che ha il sostegno della politica di tutti e tre i territori, come sottolinea il protocollo d'intesa del 27.05.2021 firmato da tutti e tre gli assessori per la famiglia e che è stato scritto con il sostegno dei presidenti dell'Euregio nel quale è stabilita la continuazione del progetto EuregioFamilyPass. In conclusione, è possibile affermare che, a ricerca conclusa, l'EuregioFamilyPass nella sua struttura e organizzazione è unico nell'UE.

Infine, non da ultimo, come è stato visto per il progetto transfrontaliero austriaco-slovacco che si è interrotto, diventa strategica la costante collaborazione e cooperazione tra i territori. Prima di poter promuovere il servizio all'esterno (alle famiglie) è necessaria una forte e trasparente comunicazione interna, che abbia una continuità nel tempo e che possa garantire il passaggio delle informazioni in maniera chiara e immediata. Solo in questo modo si riuscirà a mantenere un servizio costante ed evitare gli errori che sono stati commessi in altre situazioni affini a quella dell'EuregioFamilyPass.

6.1 BIBLIOGRAFIA

Bill, G. (2005). Research Interviewing: The Range Of Techniques: A Practical Guide. McGraw-Hill Education (UK).

Espas, Unione Europea (2015), Tendenze globali fino al 2030: l'UE sarà in grado di affrontare le sfide future?

Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. Multiple case studies: A comparative study. 15.

Hollweck, T. (2016), Robert K. Yin (2014). Case Study Research Design and Methods (5th ed.).

Thousand Oaks, CA: Sage. 282 pages. The Canadian Journal of Program Evaluation. <https://doi.org/10.3138/cjpe.30.1.108>

O'Brien, E., (2015). Taft, R., Geary, K., Ciotti, M., Suk, J., & Suk, J. (s.d.). Best practice in ranking communicable disease threats: A literature review

Stelli Giovanni (2006). Il benchmarking. Armando Editore.

6.2 SITOGRAFIA

Ayuntamiento de Ayamonte,

www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/ (ultimo accesso 01/06/2021)

Bodenseekreis, www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/ (ultimo accesso 07/06/2021)

Bothian Arc, www.ec.europa.eu/regional_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothianarc.pdf (ultimo accesso 01/06/2021)

CBS, www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners (ultimo accesso 01/06/2021)

CBS, www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsgroei (ultimo accesso 01/06/2021)

Central State Office for Demography and Youth, www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902 (ultimo accesso 28/05/2021)

Central State Office for Demography and Youth, www.e-djecjakartica.hr/ (ultimo accesso 28/05/2021)

Città slow, www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/ (ultimo accesso 05/06/2021)

City population, www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dteregion_aachen/05334002_aachen/ (ultimo accesso 01/06/2021)

DATAcube, www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk (ultimo accesso 28/05/2021)

Der NÖ Familienpass Land Niederösterreich, www.no.e.gv.at/noe/Familien/Familienpass.html (ultimo accesso 10/06/2021)

ESPON EGCT, www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies (ultimo accesso 03/06/2021)

EGCT Eurocidade Chaves Verín, www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRActivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx (ultimo accesso 27/05/2021)

Eurocidade Chaves Verín AECT, <http://en.eurocidadechavesverin.eu/> (ultimo accesso 01/06/2021)

Eurocidade Chaves Verín, <http://www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao> (ultimo accesso 01/06/2021)

Gemeente Vaals, www.vaals.nl/inwoners/gezinspas (ultimo accesso 26/05/2021)

Haparanda Tornio, <https://haparandatornio.com/> (ultimo accesso 10/06/2021)

Il Sole 24 ore, www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1 (ultimo accesso 30/06/2021)

Inside marketing, www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/ (ultimo accesso 28/08/2021)

INTERACT, KEEP.EU, <https://keep.eu/projects/667/Bothnian-Arc-Arctic-Coastal-T-EN/> (ultimo accesso 01/06/2021)

Internationale Bodensee Konferenz, www.bodenseekonferenz.org/statut (ultimo accesso 06/06/2021)

Interreg Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein 2014-2020, <https://www.interreg.org/> (ultimo accesso 01/06/2021)

Interreg Slovakia-Austria European Regional Developing Fund, www.sk-at.eu/ (ultimo accesso 15/05/2021)

Interviste online in data 11/06/2021

- Dietmar Übelher, responsabile IT, database, app, strumenti online Aha Vorarlberg
- Nerea Pérez Adriano, responsabile tecnico del progetto europeo Eurocidade Chaves-Verín, AECT

Lago di Costanza Vacanze e viaggi, www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/ bcp (ultimo accesso 03/06/2021)

Land Oberoesterreich Statistik, www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm (ultimo accesso 13/05/2021)

NÖ FAMILIENLAND GMBH, www.familienpass.at/ (ultimo accesso 10/06/2021)

NÖ FAMILIENLAND, www.no.e-familienland.at/ (ultimo accesso 10/06/2021)

OÖ Familienkarte, www.familienkarte.at/de/familienkarte.html (ultimo accesso 18/06/2021)

OÖ Familienkarte, www.familienkarte.at/de/familienkarte/ihre-vorteile/ooeversicherung.html (ultimo accesso 13/05/2021)

Rodinný Pas, www.rodinne-pasy.sk/ (ultimo accesso 11/06/2021) Rodinné pasy, www.rodinnepasy.cz/ (accesso 08/06/2021)

Rodinné pasy, www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/ (accesso 08/06/2021)

Slovak House of Centrope, www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/ (accesso 11/06/2021)

Staedteregion Aachen, <https://bportal.staedteregion-aachen.de/staedteregion-a-z/-/egov-bis-detail/dienstleistung/13166/show> (ultimo accesso 11/06/2021)

Statcube, www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825 (ultimo accesso 27/06/2021)

Statistik Austria, www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html (ultimo accesso 13/05/2021)

Transfrontier Operational Mission (MOT), www.espaces-transfrontaliers.org/en/resources/territories/cross-border-conurbations/haparanda-tornio/haparando-tornio-4/ (accesso 02/07/2021)

Trnavský kraj, www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk (accesso 28/05/2021)

Vorarlberger Familienpass, www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass (ultimo accesso 05/06/2021)

6.3 LISTA DELLE TABELLE

TABELLA N. 1, OBIETTIVI E METODOLOGIA DELLE FASI DI RICERCA

TABELLA N. 2, CASI DI STUDIO SELEZIONATI

TABELLA N. 3, RANKING DI BEST PRACTICE

TABELLA N. 4, RANKING BEST PRACTICE IMMEDIATAMENTE APPLICABILI

TABELLA N. 5, RANKING BEST PRACTICE APPLICABILI IN FUTURO

TABELLA N. 6, ANALISI SWOT EUREGIOFAMILYPASS

6.4 LISTA DELLE FIGURE

FIGURA N. 1, NUMERO DI SERVIZI PER CATEGORIA DI FRUITORI.

FIGURA N. 2, SERVIZI OFFERTI ATTRAVERSO IL RODINNÝ PAS NELLA REGIONE DI BRATISLAVA.

FIGURA N. 3, PERCENTUALE DI PARTNER NEI SETTORI COINVOLTI NELL'EUROCIDADE CARD CHAVES-VERÍN.

FIGURA N. 4, PERCENTUALE DI PARTNER NEI SETTORI COINVOLTI NELL'E-CHILDREN'S CARD MUDRICA CROAZIA

FIGURA N. 5, PERCENTUALE DI OFFERTE PER SETTORE DI APPARTENENZA.

FIGURA N. 6, NUMERO DI CASI STUDIO CHE UTILIZZANO SOCIAL NETWORK (CON DISTINZIONE).

FIGURA N. 7, COMBINAZIONE DI SOCIAL NETWORK UTILIZZATI DAI CASI DI STUDIO55.

FIGURA N. 8, MODALITÀ E UTILIZZO DELLE PAGINE SOCIAL.

FIGURA N. 9, TIPOLOGIA DI SERVIZIO.

FIGURA N. 10, LINGUA UTILIZZATA PER LA COMUNICAZIONE.

FIGURA N. 11, LIVELLO DI ORGANIZZAZIONE DELLE CARTE TRANSNAZIONALI
FIGURA N. 12, NUMERO DI TESSERE EMESSE AL MOMENTO DELLA REGISTRAZIONE.
FIGURA N. 13, MODALITÀ DI REGISTRAZIONE AL SERVIZIO
FIGURA N. 14, ABILITAZIONE DEL SERVIZIO DI SCONTI
FIGURA N. 15, FONTE DI FINANZIAMENT.

6.5 GLOSSARIO

AVV: Aachener Verkehrsverbund (associazione dei trasporti di Aachen) GDPR: General Data Protection Regulation
GECT: Gruppo Europeo di Cooperazione Territoriale
GmbH: Gesellschaft mit beschränkter Haftung (società a responsabilità limitata)
IBK: Internationale Bodensee Konferenz
IBT: Internationale Bodensee Tourismus GmbH NÖ: Niederösterreich (Bassa Austria)
ÖBB: Österreichische Bundesbahnen (ferrovie federali austriache) OÖ: Oberösterreich (Alta Austria)
SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (punti di forza, punti di debolezza, opportunità, minacce)
VVV: Vorarlberger Verkehrsverbund (associazione dei trasporti del Vorarlberg)



www.familypass.eu