

Sintesi della scheda di progetto

(secondo le indicazioni della proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio
COM (2020) 408 final, del 28 maggio 2020)

Proponente:

Rete dei 23 Comuni del cratere sismico abruzzese 16/17

Titolo del progetto: ***living Gran Sasso***

La proposta promuove l'attivazione di un modello di turismo in grado di generare benefici nei quattro pilastri dello sviluppo sostenibile: l'economia, la diversità culturale, la società e l'ambiente.

L'intervento intende rafforzare la coesione economica, sociale e territoriale nell'area del cratere abruzzese 2016/2017 e nello specifico:

1. migliorando l'accessibilità, la fruibilità e la visibilità delle aree interne, attraverso lo sviluppo di un sistema turistico ospitale basata sull'attivazione delle risorse disponibili in chiave turistica;
2. favorendo la partecipazione e il coinvolgimento delle comunità locali nella progettazione, gestione e animazione.

Il progetto coinvolge i 23 comuni del cratere sismico abruzzese 2016/17 in un percorso di valorizzazione che contribuisca al rilancio dell'area del Gran Sasso d'Italia, facendo leva sugli elementi intangibili culturali e sociali che costituiscono la matrice identitaria e l'armatura culturale del territorio su cui attivare innovative dinamiche di sviluppo locale. Il progetto intende pertanto proporre un turismo basato sulla comunità (Community-based tourism) in quanto rappresenta una risposta efficace sia per i turisti, i quali hanno la possibilità di diventare una componente partecipativa attiva dell'offerta turistica della destinazione grazie alla possibilità di vivere in loco delle vere e proprie esperienze autentiche, sia per la comunità che deve rimanere sempre la protagonista indiscussa del processo di sviluppo locale, preservando la qualità della vita e il territorio con le sue peculiarità.

La proposta punta a incrementare i flussi turistici grazie al riposizionamento competitivo della destinazione generato dalle seguenti realizzazioni:

- amministratori e attori locali formati in ambito turistico;
- comunità locali attive e partecipi nel processo di sviluppo del territorio;
- rete istituzionale implementata per un'azione sistemica unitaria utile al superamento della frammentazione degli interventi esistenti, inefficaci e non sostenibili;
- patrimonio immobiliare esistente recuperato, riutilizzato, reso fruibile e accessibile a fini turistici e culturali;
- sistema per la fruizione virtuale del patrimonio culturale oggi non accessibile, che accompagni l'attesa della ricostruzione post sisma;
- sistema turistico locale implementato con soluzioni tecnologiche che permettano una fruizione smart del territorio;
- esperienze turistiche uniche innovative, in grado di sposare le potenzialità ambientali, culturali ed enogastronomiche del territorio, progettate, promosse e commercializzate.

Linee di intervento previste: 1. Turismo e comunità ospitale; 2. Riuso di edifici del patrimonio pubblico e privato; 3. Digitalizzazione e innovazione.

1. Turismo e comunità ospitale

La finalità dell'intervento è di quella di allargare l'arena decisionale locale circa la predisposizione di azioni e strategie per il turismo sostenibile e la nascita di una rete locale che giochi un ruolo da protagonista nello sviluppo e gestione della destinazione, determinando la nascita di una comunità ospitale in grado di

"trasformare" la tradizionale vacanza in un'esperienza di viaggio, in cui l'ospite diventa cittadino temporaneo del borgo, protagonista delle esperienze vissute e storyteller del territorio". Si tratta di un percorso per "mettere in movimento" ogni componente economica, produttiva e le risorse umane e culturali del luogo per una maggiore competitività sul mercato turistico.

Azioni:

1.1) Laboratorio di progettazione partecipata. L'azione è finalizzata alla costruzione di una visione più condivisa possibile di turismo accogliente e sostenibile, attraverso l'identificazione e il coinvolgimento degli attori locali (cittadini, amministratori, imprese, associazioni,...) nella lettura/analisi/riflessione sui punti di forza e di debolezza del territorio, l'analisi/raccolta/confronto di esperienze e buone pratiche, la generazione di scenari e di idee da parte, rispettivamente, di gruppi di portatori di interesse e tematici,...

1.2) Laboratorio di orientamento, accompagnamento e formazione. Il percorso, tenuto da professionisti ed esperti, è rivolto ai giovani e agli operatori con l'intento di educare e formare soggetti attenti e sensibili alle potenzialità e problematiche del territorio, in grado di sviluppare iniziative in linea con la visione e gli obiettivi di sviluppo della destinazione. Gli argomenti del percorso di orientamento e formazione (marketing territoriale e del turismo, legislazione, conoscenza del territorio, mestieri tradizionali - artigianato, enogastronomia, agricoltura, ... - lingue, ..., uso delle nuove tecnologie e dei mezzi di comunicazione) saranno affrontati sia attraverso lezioni frontali e case histories sulle tematiche trattate che, soprattutto, attraverso attività pratiche (project work, workshop e borse lavoro). La relazione tra riflessioni teoriche, esperienze pratiche e scambio tra le varie generazioni, contribuirà allo sviluppo di competenze adeguate all'attuale contesto del mercato turistico.

1.3) Networking attraverso l'adesione a circuiti e reti locali e nazionali (es. Lega Ambiente, Slow food, Borghi autentici, Borghi più belli d'Italia, Bandiere arancioni TCI e ANCI Abruzzo, DMC Gran Sasso Laga, DMC Gran Sasso Laga e Terre Vestine, Associazione Distretto Turistico Montano Gran Sasso d'Italia, GAL Gran Sasso Velino, GAL Terre d'Abruzzo...)

2. Riuso di edifici del patrimonio pubblico e privato

Nei piccoli Comuni dell'entroterra molti edifici ristrutturati o in corso di ristrutturazione, con in fondo della ricostruzione, sono e probabilmente saranno inutilizzati perché non rappresentano, per le amministrazioni, luoghi funzionali alle attività istituzionali e, nell'ambito privato, per le famiglie la prima abitazione. Spesso sono destinati a rimanere vuoti simulacri dello splendore di un tempo, soggetti al deterioramento degli anni a venire. Questo ricco patrimonio di immobili rappresenta un unicum da riattivare per una nuova accoglienza e servizi di qualità, in edifici che con la loro storia, struttura ed atmosfera, segnano la differenza rispetto al comune vivere metropolitano.

Su questo patrimonio storico-architettonico che ha mantenuto una grande autenticità all'interno di uno scenario di sviluppo sostenibile ed inclusivo, è previsto l'intervento di rifunzionalizzazione per offrire una nuova vita ad un tesoro della terra abruzzese e rendere ancor più attrattivi i luoghi dell'area del Gran Sasso.

L'intervento è finalizzato alla riattivazione di edifici del patrimonio pubblico e privato attraverso il coinvolgimento di imprese (in particolare giovani, cooperative di comunità) e associazioni. Potranno essere privilegiati gli immobili: vincolati e/o di rilievo storico (Castelli, Conventi, Eremi, Dimore, Borghi); tipici manufatti della tradizione locale; localizzati in prossimità di attrattori particolarmente significativi o nelle immediate vicinanze di località di partenza/arrivo di percorsi, punti intermodali e nodi di accesso al territorio. I nuovi usi saranno prevalentemente intesi quali servizi da offrire al turista e articolati attorno alle funzioni di sosta, permanenza, svago e relax.

L'intervento prevede:

- *la mappatura e identificazione degli edifici pubblici e privati* attraverso un'attività di selezione, condotta a partire da un "paniere" di beni segnalati dai comuni e dai privati interessati e rispondenti a determinati requisiti (immediata prossimità ad attrattori, interesse storico, accessibilità effettiva o potenziale...);

- *lo studio di fattibilità per identificare i servizi suscettibili di attivazione* nell'ambito dei beni individuati, considerando sia le potenzialità del mercato che i fabbisogni territoriali. Ad esempio, tra le attività che potrebbero essere proposte per il riuso dei beni ci sono: Ristoro, Osteria, Enoteca, Locanda; Bottega artigianale / Vendita prodotti tipici e a km zero; Punti vendita prodotti specializzati per escursionisti, camminatori e ciclisti; Presidio medico / Ambulatorio medico / Prestazioni fisioterapiche/ Fisioterapia; Centro benessere / SPA; Piccole ciclostazioni e ciclofficine; Aree e spazi attrezzati; Ricettività e Ospitalità (alberghiera / extralberghiera / all'aria aperta); Rent bike, Servizio taxi, Bike service, Horse service; Ufficio promozione locale / Ufficio turistico / Info point; Presidio territoriale; Luoghi per la formazione dedicata ai temi del turismo lento e alle professionalità di settore; Attività sociali, ricreative, culturali; Servizi alla persona (bambini, anziani, disabili, etc.);
- *bando rivolto a tutti gli operatori* che hanno interesse a sviluppare un progetto (turistico, culturale, ...) dall'elevato potenziale per l'area, in una logica di partenariato pubblico-privato, a beneficio di tutta la collettività.

La proposta dei beni sul mercato avviene con procedura ad evidenza pubblica, mediante concessione gratuita (9 anni rinnovabili per altri 9) ad imprese e associazioni con soci under 40 e concessione di valorizzazione fino a 50 anni (la concessione gratuita di un bene pubblico è uno strumento introdotto dal DL Art Bonus e Turismo). Per partecipare alla gara è necessario presentare una proposta che non prevede l'offerta di un canone: la valutazione si baserà unicamente sugli elementi qualitativi del progetto, che dovranno essere coerenti con la filosofia e le finalità dell'iniziativa. Tra i fattori che incideranno sul punteggio della proposta è inclusa la sostenibilità, le specifiche azioni previste per la salvaguardia e la tutela dell'ambiente, la messa a disposizione di spazi per la comunità locale.

Ai progetti selezionati è concesso: un contributo per investimenti e spese di gestione fino a un massimo di 450.000 euro (cofinanziamento pubblico 70%); un contributo in servizi di assistenza (sviluppo business plan, management aziendale, marketing, assistenza legale, ...).

Dettaglio costi:

- € 1.150.000 (per i 23 Comuni) per mappatura, studi, servizi di assistenza ai promotori, gestione procedure;
- € 10.350.000 (per i 23 Comuni) contributo ai privati per riattivazione immobili (piccole opere murarie, attrezzature, utenze, forniture/materie prime, promozione, personale, ...).

2. Digitalizzazione e innovazione

L'intervento intende introdurre tecnologie e strumenti digitali per aumentare l'engagement del consumatore e innovare la gestione della offerta promo-commerciale e di booking on line.

Azioni:

3.1 Realizzazione di un DMS – Destination Management System. Si tratta di archivio unico centralizzato per la raccolta, la gestione e la diffusione di dati, informazioni ed offerte turistiche, comprese le funzionalità di booking di servizi ricettivi e complementari dell'area progetto. La piattaforma DMS è composta da: un sistema di caricamento, archiviazione e gestione delle anagrafiche commerciali degli operatori, del catalogo dei prodotti con relative disponibilità e listini (Data Warehouse), inclusi i materiali multimediali a supporto; un motore di ricerca e di estrazione di dati per l'interfacciamento con sistemi esterni che permette di rilevare l'offerta sulla base di criteri di filtro flessibili; un sistema di prenotazione che fornisce diverse modalità di acquisizione delle prenotazioni. Il sistema realizza in questo modo il data warehouse dell'offerta turistica dell'area e può inoltre essere utilizzato come IBE (internet booking engine) direttamente nei siti di promozione e di commercializzazione, pubblici e privati; in questo caso l'utente potrà effettuare la sua ricerca ed effettuare l'acquisto sul sito terzo. In particolare, sarà resa disponibile un'interfaccia di booking online integrabile sui siti dei singoli operatori aderenti al progetto (widget), che consentirà di prenotare ed acquistare direttamente sul sito privato dell'operatore la disponibilità caricata sul DMS.

3.2 Realtà virtuale e realtà aumentata

La figura del turista-viaggiatore è radicalmente cambiata, da consumatore a consum-attore: un soggetto sempre più consapevole delle scelte di acquisto. In quest'ottica le azioni di comunicazione devono essere in grado di toccare l'emotività e coinvolgere i sensi, passando dallo storytelling allo storyliving.

L'azione intende spingere le persone a esplorare le località dell'area con fini turistici, applicando a strutture ricettive, siti e attrattori:

- pratiche fondate sul concetto di “pre-esperienza”: applicando le qualità immersive della Virtual Reality (VR) a strutture ricettive e risorse del territorio, si fornisce, tramite i virtual tours, un assaggio dell'ambiente fisico di cui si ha la possibilità di fare esperienza, registrando un miglioramento delle conversioni in vendite nella sfera promozionale e la comparsa di uno strumento inedito per il crossselling. Infatti, la realtà virtuale, in ambito comunicazione e marketing, consente un nuovo modo di raccontare i brand, coinvolgendo ed emozionandogli utenti. In ambito business, integrata nelle strategie di marketing, può trasformarsi in uno strumento strategico, funzionale agli obiettivi aziendali;
- soluzioni di “augmented reality” (AR) per offrire un arricchimento della percezione sensoriale umana mediante informazioni interpolate digitalmente che non sarebbero percepibili con i cinque sensi. La realtà aumentata arricchisce quindi la realtà fornendo all'utente maggiori informazioni sul mondo che lo circonda integrando al mondo esistente elementi digitali (ecco perché “aumentata”).