

IL FERMANO RIPARTE



Progetto Pilota

Sviluppo ecosistema territoriale e digitale,
Pubblico-Privato, a sostegno delle imprese

INDICE

1. VISIONE.....	3
2. OBIETTIVI	4
3. AZIONI	4
<i>Azione 1 - Sul territorio.....</i>	<i>4</i>
<i>Azione 2 – APP Mobile.....</i>	<i>5</i>
<i>Azione 3 – Promozione.....</i>	<i>7</i>
4. TEMPI E COSTI.....	7

1. Visione

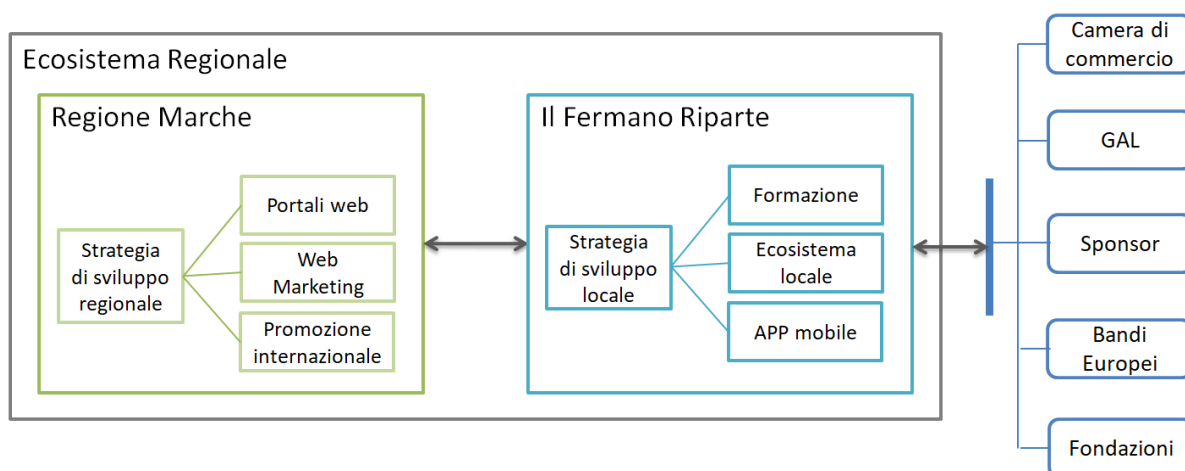
Il Fermano riparte è un'idea progettuale che raccoglie una volontà congiunta di 17 comuni colpiti dal sisma dell'alto Fermano a sviluppare insieme un progetto strategico per il rilancio del turismo dell'entroterra.

La seguente proposta progettuale concretizza una sinergia anche a più ampio raggio, sposando le azioni che la Regione Marche sta attuando nella valorizzazione e sviluppo delle Marche, facendo propria la strategia e mettendo a fattor comune quanto fatto da ogni ente locale a livello turistico.

Scopo

Lo scopo è quello di sviluppare un progetto pilota, di rilevanza regionale, in grado di valorizzare il patrimonio culturale ed ambientale diffuso di ogni Comune e mettere a disposizione le informazioni e i servizi di qualità che il territorio nel suo insieme offre, consapevoli che il turista è sempre più itinerante, che ama conoscere e gustare le realtà locali.

Progetto modulare, che oltre ad integrarsi con la piattaforma regionale, converge con più linee di intervento, quindi con la potenzialità di far crescere di volta in volta il sistema turistico dell'area e le imprese coinvolte, sia in termini di opportunità che di qualità.



Inoltre, la best practice (strategica e di sinergia, formativa, digitale ed integrata) diventa di fatto di rilevanza regionale, ponendo i 17 comuni come eccellenza attiva nell'intero territorio regionale.

La stessa, nel tempo potrà essere arricchita da nuove funzionalità (es. statistiche di benchmarking settoriali messe a disposizione degli operatori e delle amministrazioni, prenotazioni in real time, network digitale degli attori, ecc.), sviluppate dalla Regione stessa o da altri progetti pilota; una progettualità condivisa e modulare in grado di arricchire nel tempo strumenti strategici, per una visione d'insieme qualitativa e a supporto dello sviluppo del sistema turistico.

2. Obiettivi

A tal fine si punta a:

- sviluppare sul territorio un prodotto turistico qualitativo, trasversale e concreto;
- determinare un ecosistema ricco di relazioni, sinergie e competenze trasversali, una contaminazione tra i vari attori pubblici e privati;
- mettere a disposizione al turista quanto il patrimonio diffuso offre, accompagnandolo tramite strumenti digitali e rendendo l'esperienza unica.

3. Azioni

Azione 1 - Sul territorio

Al fine di sviluppare un prodotto turistico di qualità, la strategia deve essere condivisa, inclusiva e attuata in sinergia con le parti attive sul territorio, in maniera capillare.

Questo significa un pieno coinvolgimento, in grado di contaminare le parti, formare le imprese di tutti i settori merceologici e facilitare lo sviluppo di nuove idee e/o attività, favorendo la nascita di nuovi posti di lavoro.

Le Attività che si prevedono in questa azione per questa progettazione sono:

- **COMUNICAZIONE E NETWORKING:** divulgare sul territorio la strategia e il prodotto turistico che si sta sviluppando, a partire dagli attori protagonisti (es. strutture ricettive, ristoratori, guide, associazioni bike, ecc.) fino a raggiungere ogni impresa e responsabilizzando ogni attore. Questo verrà implementato tramite la programmazione di seminari informativi,
 - uno generale orientato allo sviluppo dell'attività (come presentarsi al mercato, sviluppare di una ricettività di qualità, incrementare i propri clienti e renderli fedeli, ecc.) e
 - tre più specifici divisi per settore di attività
 - ricettività e ristorazione,
 - imprese di produzione agro vitivinicole,
 - artigianato e produzione di eccellenza.
 - .
- **TRAINING ON THE JOB – LA FORMAZIONE IN AFFIANCAMENTO:** individuare, tramite la definizione di una apposita graduatoria delle aziende più attive e propositive nel settore turismo, una consulenza personalizzata, orientata a sviluppare il proprio business e sviluppare un nuovo concetto di turismo, orientato alla qualità, all'esperienza e al vivere un'emozione unica. Tale attività

vuole colmare eventuali gap culturali, arricchire le aziende del territorio e favorire la contaminazione delle best practice, la crescita di nuove attività collegate al territorio e la diffusione del patrimonio culturale esistente.

- **VERIFICA, MONITORAGGIO E VALUTAZIONE:** attivare azioni di monitoraggio e controlli a campione, con lo scopo di supervisionare e mantenere un servizio qualitativo alto, almeno rispondente ai requisiti richiesti dai disciplinari regionali, e valutare i riscontri del progetto. A titolo di esempio: n. strutture ricettive bike friendly, N. di attività sviluppate sulla scia della formazione, n. di eventi, n. aziende agricole coinvolte, n. strutture che mettono a disposizione degustazioni di prodotti tipici locali, ecc.).

Azione 2 – APP Mobile

La proposta di sviluppare un'APP Mobile permette di mostrare al visitatore cosa il territorio offre, direttamente correlato alle sue preferenze e al posto in cui si trova, e alla volontà di accompagnarlo durante la propria esperienza di viaggio, proponendo attività e nuove esperienze.

Ovviamente **strutturata in multilingua e sviluppata in maniera nativa per ambienti iOS ed Android, l'APP mobile fa da guida al turista, inglobata in un dispositivo che oramai ogni persona porta sempre con sé, e si alimenta direttamente dal portale regionale**, mostrando tutti i Punti di Interesse già contemplati (sia nel portale regionale turistico che nel progetto Smart City) che i percorsi bike e relativi servizi (per il momento attivo per il cluster bike, ma successivamente estendibile a tutto il turismo lento/esperienziale) sempre inseriti nel portale regionale. Questo elude dal peso e dal costo di ogni attore a dover:

- mantenere un sito web che replichi le stesse informazioni;
- reinserire i contenuti e aggiornarli in più portali;
- promuovere il portale su canali locali, nazionali e internazionali, tradizionali e web (attività che normalmente richiede forti budget, non proprio associabili alle casse dei singoli piccoli comuni);

ma offre l'enorme **vantaggio di auto sostenersi e mantenersi nel tempo, grazie all'azione sinergica con la Regione**. Infatti, sostenuto il costo di sviluppo e avvio delle azioni qui descritte, la piattaforma si auto sosterrà e promuoverà nel tempo, senza necessariamente avere continui investimenti da parte degli enti.

Il turista può profilarsi e in base alle proprie caratteristiche e preferenze, l'app si adatta mostrando con priorità i luoghi, le attività e gli eventi che meglio rispecchiando le scelte del visitatore.

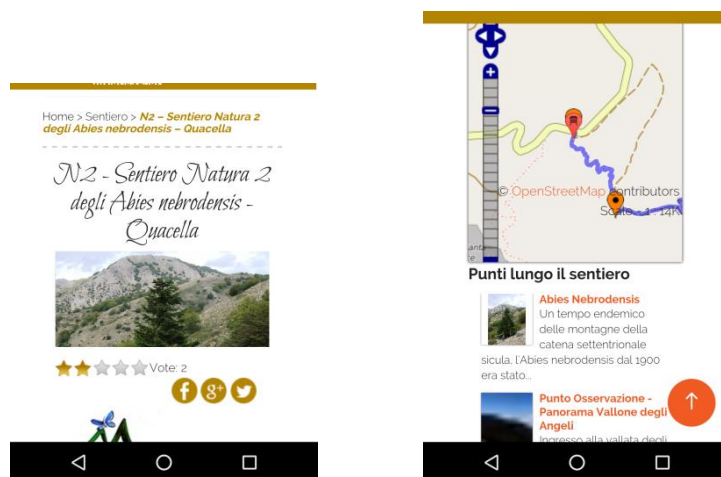
Con l'approvazione del visitatore, le informazioni vengono monitorate, permettendo una osservazione attiva su cosa viene fatto nel territorio e quali sono le preferenze.

Le informazioni contemplate e mostrate al turista sono di due tipi:

- statiche: punti di interesse classificati per tipologie, **descrizioni, numeri utili, ecc.** anche correlati trasversalmente per aree tematiche (es. tartufo, orchidee, ecc.)

- dinamiche: **eventi, servizi turistici, degustazioni e visite aziendali, tour culturali programmati, ecc..** Quest'ultimi possono veder associati a vincoli (es. minimo gruppo di 3 persone), a numeri utili per avere maggiori informazioni e, eventualmente, la **possibilità di prenotare**.

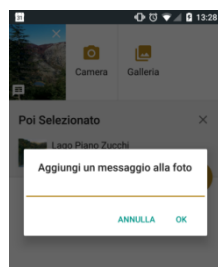
Queste informazioni oltre che ad essere descrittive, possono essere associate a video, volantini, pdf, ecc. e vengono georeferite su mappe visualizzabili nell'APP stessa.



Sfruttando la georeferenziazione del punto e della posizione del visitatore, **eventi e opportunità presenti nelle vicinanze possono essere notificate all'utente stesso, rendendo lo strumento proattivo**.

Inoltre, **il turista è parte attiva**, il protagonista della visita e in qualsiasi momento può:

- condividere una foto e la propria esperienza/storia direttamente nel portale regionale, associandola ad un POI e/o percorso;
- condividere la propria esperienza sui social più famosi, nel proprio profilo, utilizzando # condivisi, al fine di incrementare il passaparola digitale.



Storie



Sensazioni indescrivibili
02/11/2015
Vorrei potervi descrivere con
sono stati i miei giorni nel Dist
Parchi delle Madonie e Hime.

Con una logica win win al fine di garantire una sinergia a vantaggio di tutti gli attori e la relativa partecipazione, l'APP permette **l'accesso tramite credenziali** alle varie strutture/stakeholder individuati sul territorio, pubblici e privati, al fine di:

- tenere aggiornati i propri dati, a partire dai contatti di riferimento, immagini, ecc. Questi aggiornamenti si ripercuoteranno automaticamente nei portali regionali.
- introdurre nuove esperienze, eventi, tour e/o servizi, in modo da ritrovarle automaticamente sia nel portale regionale che nell'APP, sfruttando la promozione internazionale, web e non che la Regione fa ogni anno.

Azione 3 – Promozione

Oltre a condividere gli strumenti regionali e l'APP mobile con gli attori protagonisti del territorio locale, al fine di avere un effetto moltiplicatore sull'attività promozionale che la Regione avvia ogni anno, si ritiene fondamentale avviare azioni sinergiche e definire delle partecipazioni attive alle fiere, tra quelle in calendario, per promuovere l'area specifica.

Oltre alla partecipazione ai vari workshop, organizzati ad esempio alla Bit, importante è avere una partecipazione attiva costante, con uno spazio dedicato per la diffusione e promozione del territorio locale.

Prevedere e formare una persona che si focalizzi e promuova eventi, attività sportive, il cibo, ecc., e attivare la partecipazioni di aziende locali che possono far degustare e vendere i propri prodotti tipici (es. olio, formaggi, tartufo, ecc.) sicuramente fa da cassa di risonanza per il territorio locale.

I costi dello stand sono normalmente coperti dalla Regione, quindi si andranno a sostenere costi di materiali (brochure, roll up, video specifici, ecc.) e costi di trasferta.

4. Tempi e costi

In piena sinergia con i tempi di sviluppo della piattaforma regionale dedicata al Bike e alla promozione internazionale programmata dalla Regione (TTG di Rimini 10-12 ottobre 2018 e Bit di Milano 10-12 febbraio 2019), si prevede di avviare uno sviluppo imminente delle attività dedicate al territorio e alla comunicazione, prevedendo il lancio dell'APP mobile alla bit 2019.

Importo complessivo del progetto: 100.000€ iva compresa