



-  **Camillo Marracino EUProjects** 29 maggio 2023, 20:09
Progetto TAKE IT SLOW - Local Community of Practice - Richiesta inform... [Dettagli](#)
A: + 18



Gent.mi membri del Local Community of Practice,

con le presente email torno a voi per informarvi che ci avviciniamo alle fasi salienti del nostro progetto.

Uno degli obiettivi principali del nostro progetto è quello di sviluppare uno Smart Action Plan attraverso il quale evidenziare le principali necessità del territorio e suggerire le potenziali soluzioni.

Per questo motivo abbiamo necessità del vostro supporto e del vostro personale parere per **individuare i principali fabbisogni (3 fabbisogni) per valorizzare il patrimonio culturale e naturale della Costa dei trabocchi, e gli eventuali suggerimenti/iniziative da mettere in campo per ovviare alle evidenziate difficoltà.**

Vi chiediamo di **rispondere entro il prossimo lunedì 5 giugno** a questa nostra necessità, per poter poi discutere insieme nel prossimo meeting del LCP che si svolgerà in una data che identificheremo attraverso il link al doodle che trovate di seguito (tra il 6 e l'8 giugno), da **votare entro il prossimo giovedì 1 giugno 2023.**

https://doodle.com/meeting/participate/id/_____

Vi ringraziamo anticipatamente per l'attenzione accordataci.

Distinti saluti

Camillo Marracino
Project Manager

cell:

ACERBO BEST PRACTICE – SMART ACTION PLAN

Il nostro team "Hadriaticum Seaway", in rappresentanza della nostra scuola è diventato a tutti gli effetti membro del LOCAL COMMUNITY OF PRACTICE. Siamo stati quindi coinvolti nello sviluppo di uno SMART ACTION PLAN attraverso cui evidenziare le principali necessità del territorio e suggerire le possibili soluzioni.

Per questo motivo abbiamo individuato alcuni fabbisogni per valorizzare il patrimonio culturale e naturale della Costa dei Trabocchi - zona pilota abruzzese del progetto Interreg Take It Slow - e abbiamo elaborato dei suggerimenti e delle iniziative da mettere in campo.

1° FABBISOGNO:

Innanzitutto, è necessario ANALIZZARE I DATI reali e aggiornati delle valutazioni dirette degli utenti della destinazione turistica, al fine di trarre informazioni preziose per strutturare una strategia di comunicazione e offrire servizi migliori.

La SOLUZIONE potrebbe essere una raccolta delle tracce digitali relative ai luoghi e alle attrazioni della Costa dei Trabocchi, che potrebbe non coincidere con l'idea che le istituzioni e gli stakeholder hanno della destinazione/zona pilota.

2° FABBISOGNO

Occorre individuare gli argomenti di discussione dei residenti e dei visitatori relativi alla Costa dei Trabocchi/zona pilota intermodale. Infatti la reputazione di una destinazione va di pari passo con l'esperienza dei visitatori, in altre parole occorre analizzare il cosiddetto "SENTIMENT". La percezione può variare in base ai diversi mercati, alla tipologia e provenienza dei visitatori. In qualità di studenti che si occupano di studiare il marketing e la promozione turistica, riteniamo che una analisi approfondita consenta di mettere in atto le migliori strategie, identificare i punti deboli, individuare eventuali problematiche e apportare delle azioni correttive.

Nello specifico, un'analisi del "sentiment" consentirebbe di sfruttare i punti forti (per esempio specifiche spiagge, specifici locali, specifiche attività ed esperienze) e allineare una campagna di marketing efficace rispetto alle aspettative dei viaggiatori. Il turismo sostenibile che si vuole implementare sulla zona pilota non è più un turismo di nicchia poiché i viaggiatori sono sempre più consapevoli dell'impatto ambientale e sono in cerca di mete di viaggio che utilizzino prioritariamente pratiche sostenibili.

SOLUZIONI:

- A livello visuale proponiamo di apporre all'esterno di ogni spazio/stakeholder una cartellonistica con foto e testi accattivanti che testimonino l'obiettivo/i di sostenibilità raggiunto (rientrante/i tra i 17 dell'agenda 2030). In questo modo risulterebbe evidente e concreto il contributo che gli STAKEHOLDERS stanno offrendo al raggiungimento degli obiettivi ONU.
- In parallelo si potrebbero proporre delle esperienze basate sulla *gamification* (geocaching/contest fotografici/ giochi fisici e virtuali ecc.) – da progettare coinvolgendo start up locali - che consentirebbero un'interazione e un coinvolgimento attivo dei visitatori.