

### 3. Descrizione dell'approccio integrato per dare risposta alle esigenze di sviluppo individuate e per realizzare le potenzialità dell'area

#### A. Descrizione della Strategia integrata

La Strategia dell'Area Urbana Funzionale di Lanciano si afferma in virtù del processo partecipato di concertazione, confronto e condivisione delle traiettorie di sviluppo e da una visione condivisa del futuro espressa dalle comunità locali coinvolte.

L'analisi di contesto e i contributi dei partner locali hanno permesso di proiettare una rappresentazione chiara dei fabbisogni del territorio evidenziando da un lato i punti di forza e le opportunità, dall'altro i punti di debolezza e le minacce.

La Strategia punta a organizzare il territorio per migliorarne l'attrattività turistica e rafforzare l'identità territoriale al fine di aumentare le presenze con ricadute positive su tutta l'area.

La visione strategica è orientata a:

- Migliorare l'offerta turistica attuale organizzando un'offerta turistica qualificata, per tutte le stagioni e sostenibile
- Stimolare la ristrutturazione e il miglioramento degli attuali servizi al turismo al fine di sfruttare le potenzialità territoriali e ne esaltino le potenzialità e l'identità (Bike)
- Migliorare l'esperienza di visita delle risorse locali attraverso l'introduzione di soluzioni tecnologiche innovative ICT che migliorano lo story telling e rendono la visita più immersiva
- Sviluppare progetti di rete tra operatori pubblici e privati, per rafforzare la comune identità territoriale e migliorare l'esperienza di visita dei turisti
- Sviluppare ed incentivare le attività di promozione e marketing del territorio

I punti chiave sono:

#### 1. sviluppare offerta turistica qualificata perché:

- il movimento e la domanda turistica internazionale crescono e cresceranno più delle nostre (attuali) capacità di intercettarla e fidelizzarla;
- importanti nuovi mercati si stanno affacciando e modificheranno, in un prossimo futuro, sempre più i flussi turistici tradizionali.
- Il comprensorio deve lavorare per essere in grado d'intercettare parte di questo fenomeno globale e lo può fare solo valorizzando la capacità d'impresa, puntando su tipicità e qualità del suo territorio e delle sue strutture, evitando di rincorrere una politica dei prezzi verso il basso (pur mantenendo un corretto rapporto qualità/prezzo) che deprimerebbe offerta e margini, mentre lascerebbe campo aperto alla psicosi del declino e alla crescita di competitori diretti e indiretti;

È indispensabile:

- ✓ Sviluppare il sistema infrastrutturale per migliorare la fruibilità delle emergenze e incrementare la bellezza dei luoghi, anche tramite la riqualificazione degli stessi; importante garantire i servizi essenziali quali l'erogazione costante dell'acqua, la viabilità e gli altri servizi primari per i turisti
- ✓ Favorire la mobilità sostenibile
- ✓ Tutelare la Biodiversità e migliorare gli ecosistemi naturali dentro e fuori i Siti Natura 2000 e sviluppare i Contratti di fiume
- ✓ Riqualificare energeticamente gli edifici pubblici

#### Quadro logico della Strategia

OBIETTIVI GENERALI	OBIETTIVI LOCALI
<b>OG1</b> – Organizzare il territorio per aumentare i consumi legati alla visita.	<b>OL 1</b> – Sviluppare l'offerta "all seasons" per aumentare la capacità ricettiva locale.

	<b>OL 2</b> – Potenziare il sistema delle infrastrutture pubbliche a servizio degli attrattori turistici dell’area e migliorarne le connessioni.
	<b>OL 3</b> – Migliorare i servizi puntuali degli attrattori turistici dell’area.
	<b>OL 4</b> – Potenziare le competenze le competenze locali mediante attività formative per specifici target dell’accoglienza.
<b>OG2</b> – Rafforzare l’identità territoriale.	<b>OL 5</b> – Sostenere le attività di integrazione delle reti locali degli operatori pubblici/privati per migliorare la percezione del territorio.
	<b>OL 6</b> – Sviluppare attività di comunicazione e marketing a specifici target turistici.

**OL 1** – Sviluppare l’offerta “all seasons” per aumentare la capacità ricettiva locale.

Raggiungere questo obiettivo impone una serie di interventi che prevedano l’incremento delle presenze turistiche e un indotto economico meglio distribuito in periodi differenti dai picchi stagionali. Determinate risulterà l’azione di promozione e marketing.

L’area è condizionata in gran parte dal prodotto mare, un prodotto cosiddetto “maturo” dei mesi estivi nei quali si concentrano i picchi di arrivi/presenze. Anche i Comuni non costieri sono condizionati da tale prodotto, anche se in alcuni c’è una distribuzione maggiore nel corso dell’anno per le attività business. La Primavera e l’Autunno/Inverno rappresentano periodi di potenziale crescita seppur rimanendo stagioni che dal punto di vista turistico presenta maggiori criticità rispetto alla stagione estiva, cambiamenti climatici permettendo. Questo a causa di un prodotto turistico meno definito rispetto al “Mare” e di un pubblico meno omogeneo. La situazione di difficoltà è imputabile in gran parte anche all’incapacità degli operatori di rinnovarsi e adattarsi ai cambiamenti di mercato, ai desideri dei viaggiatori giovani e meno giovani, per riposizionare un prodotto “nuovo”.

Prioritariamente risulta determinante sviluppare i prodotti Cicloturismo e la Vacanza Attiva in fase continuamente crescente con un pubblico sempre più attento; la presenza della Via Verde sta già producendo effetti molto positivi.

Per proporre un’immagine nuova al turista, potrebbero essere intraprese anche due azioni complementari tra loro. La prima centrata su momenti di animazione, eventi e divertimento. La seconda sul turismo attivo, investendo in proposte e infrastrutture sportive e di svago.

Azioni/interventi

*A1.1 Realizzazione di eventi organizzati per specifici target.*

L’intervento prevede di organizzare manifestazioni ed eventi che possano interessare specifici ambiti: musicale; artistico; culturale. Gli eventi dovranno essere organizzati secondo un calendario condiviso tra amministrazioni pubbliche e operatori turistici locali e dovranno puntare ad un target regionale ed extraregionale così da consentire la permanenza per almeno un weekend nel territorio.

*A1.2 Realizzazione di eventi sportivi sulle infrastrutture sportive e di svago esistenti.*

La presenza di infrastrutture turistiche (via verde) e di svago (percorsi ciclabili e pedonali in area urbana e non) consente di organizzare manifestazioni sportive amatoriali e professionistiche tali da poter mobilitare associazioni sportive con numerosi iscritti. Gli eventi possono riguardare ad esempio non limitativo il podismo e il ciclismo o anche altri sport. Particolare attenzione può essere prestata allo sport paralimpico e agli eventi ad esso collegati. Le manifestazioni dovranno puntare ad un target regionale ed extraregionale così da consentire la permanenza per almeno un weekend nel territorio.

Le due azioni/interventi hanno bisogno di una forte collaborazione con partner locali in grado di farsi carico dell’organizzazione degli eventi e delle manifestazioni. Inoltre si dovranno trovare date al di fuori del periodo estivo.

**OL 2** – Potenziare il sistema delle infrastrutture pubbliche a servizio degli attrattori turistici dell’area e migliorarne le connessioni.

Gli attrattori turistici, come più volte detto, possono svolgere un ruolo decisivo per il comparto turistico dell’Area solo se riescono ad essere pienamente organizzati in maniera adeguata ad ospitare i turisti/visitatori. Diverse sono le questioni che il territorio dovrà affrontare per migliorare la propria offerta turistica, tra queste: come rendere gli attrattori maggiormente fruibili in termini di servizi; organizzare la Via Verde della Costa dei Trabocchi come sistema connesso con altri attrattori turistici mediante percorsi di mobilità lenta tali da consentire di aumentarne l’appeal. Tutte le azioni e gli interventi previsti saranno organizzati in forma integrata tra le istituzioni e gli stakeholder locali al

di garantire la sostenibilità nel tempo delle realizzazioni che dovranno svolgere il ruolo di valore aggiunto ad un sistema di attrattori che assume valore nell'insieme.

Azioni/interventi

#### *A2.1 Fruizione degli attrattori turistici.*

Per alcuni attrattori, ad es. "Via Verde della Costa dei Trabocchi", la principale carenza infrastrutturale riguarda i servizi destinati al loro utilizzo come i parcheggi per auto anche come aree di scambio attrezzate, le rastrelliere per bici, gli spazi di sosta come punti di osservazione del paesaggio ed altri.

L'azione punta a migliorare gli attrattori turistici realizzando infrastrutture tali da poter ridurre il "gap" di dotazione materiale a loro disposizione. In alcuni casi gli interventi riguarderanno anche la riqualificazione urbana con finalità turistiche.

#### *A2.2 Mobilità di connessione sostenibile con la Via Verde.*

La "Via Verde della Costa dei Trabocchi" pensata come sistema di mobilità a "pettine", capace di connettersi anche con i Comuni e gli attrattori turistici dell'interno per offrire una mobilità outdoor con percorsi variegati con forte spirito identitario, culturale e ambientale. Questa è la motivazione principale per la realizzazione di interventi di connessione con la Via Verde a partire dai Comuni più interni all'Area. Si tratta di sviluppare infrastrutture per la modalità ciclopedonale in connessione anche con altri percorsi di mobilità lenta presenti sul territorio e con la Via Verde.

Tutti gli interventi di mobilità lenta saranno accompagnati da Accordi tra gli Enti coinvolti e associazioni locali al fine di garantire la sostenibilità nel tempo dell'infrastruttura, in particolare manutenzione, pulizia e percorribilità.

**OL 3** – Migliorare i servizi puntuali degli attrattori turistici dell'area.

La vacanza attiva in tutte le sue forme, quali cicloturismo, e-bike, running ed altro, rappresentano un segmento importante del turismo dell'Area verso il quale bisogna migliorare l'offerta dei principali attrattori per aumentarne i consumi legati alla visita. La scelta progettuale di sviluppare il turismo "attivo" in tutte le sue varianti sull'Area, è dettata dall'attuale insufficienza di offerta delle risorse naturali e ambientali presenti nonostante il loro potenziale. In una realtà che ben si presta ad essere esplorata favorendo un turismo attivo, esperienziale e di conoscenza risulta importante scommettere su questi attrattori affinché possano suscitare nel turista/visitatore motivazioni plurime: la principale è la possibilità di fare esperienza nelle bellezze paesaggistiche presenti nell'Area o nelle riserve naturali riconosciute.

#### *A3.1 Interventi infrastrutturali nelle riserve naturali per migliorarne l'attrattività.*

Le riserve naturali presenti nell'Area sono ormai storici luoghi consolidati di biodiversità protetta. Ciò nonostante, necessitano di interventi puntuali che ne aumentino ulteriormente l'offerta per una visita organizzata e più strutturata come durata. Sono interventi di valorizzazione di ecosistemi ambientali presenti nelle riserve dell'Area quali parchi, spazi verdi, argini di corsi d'acqua, ecc. e assumono anche la funzione di ripristinare ecosistemi importanti per l'adattamento ai cambiamenti climatici.

**OL 4** – Potenziare le competenze locali mediante attività formative per specifici target dell'accoglienza.

La formazione continua degli operatori, degli amministratori e degli stakeholder del territorio, mira ad aggiornare le competenze degli attori del settore turistico per rispondere alle trasformazioni in atto e per condividere le azioni previste dalla presente Strategia. La formazione diviene così strumento fondamentale per la valorizzazione turistica del territorio e non dovrà essere solo di tipo formale, ma dovrà essere una formazione sul campo e di condivisione per favorire una maggiore conoscenza del "prodotto-turistico-territorio".

#### *A4.1 Formazione per comprendere gli scenari del turismo*

La formazione si concentrerà sugli scenari e sullo sviluppo del turismo, capire le nuove tendenze, il concetto di sostenibilità i vari "turismi": lento, all'aria aperta, ritorno, bike, ecc.. Sulla transizione digitale e la Transition pathway for tourism, la comunicazione nell'era digitale, la gestione degli strumenti digitali necessari all'utilizzo del Tourism Digital Hub Italia.it, gestione efficace dei principali social network, gestione della web reputation e delle recensioni online, principi fondamentali di funzionamento degli algoritmi di ricerca dei principali OTA (booking, airBnB) e aggregatori (trivago, expedia, tripadvisor, etc.). Infine l'accoglienza di persone con disabilità, concetto di accessibilità e disabilità, gestione di esigenze speciali, l'adeguamento delle strutture ricettive, adeguamento dell'offerta turistica.

#### *A4.2 Formazione per aumentare le competenze sull'accoglienza turistica.*

La formazione contribuirà a migliorare le competenze sul concetto di accoglienza e la personalizzazione del servizio, la presentazione degli ambienti, comunicazione non verbale e paraverbal, Hospitality Etiquette per stranieri, tecniche per attrarre flussi turistici nei periodi di bassa stagione e la destagionalizzazione dell'offerta. Comunicazione e gestione

della relazione con il cliente per il marketing. Narrazione del territorio e storytelling, analisi delle principali risorse del territorio. Competenze linguistiche: principalmente inglese turistico e formazione linguistica su tematiche legate al territorio.

Target specifici per le due azioni: Operatori dell'accoglienza e ricettività e Amministratori locali.

L'operatore turistico dovrà:

- ✓ interpretare le esigenze del cliente e fornirgli "risposte" soddisfacenti;
- ✓ comunicare le peculiarità del territorio e le opportunità di utilizzazione a fini turistici che esso offre;
- ✓ gestire l'accoglienza nel rispetto delle regole e delle tecniche del proprio settore di appartenenza;
- ✓ esprimersi in lingua inglese.

Le azioni di riqualificazione, i cui contenuti e le cui modalità di erogazione variano in ragione della tipologia di destinatari, andranno rivolte a:

- imprenditori/manager e addetti all'accoglienza nelle imprese della ospitalità (ricettività e ristorazione);
- commercianti (imprenditori e collaboratori/dipendenti) ed artigiani;
- addetti all'accoglienza e alla commercializzazione di prodotti tipici locali;
- guide e accompagnatori di soggiorno (ad es. per una migliore fruizione del prodotto "itinerari", a seguire);
- personale di contatto e di assistenza (vigili urbani, addetti ai trasporti pubblici, etc.);
- specialisti di destinazione e operatori dell'intermediazione addetti alla costruzione di pacchetti territoriali;
- funzionari pubblici dei comuni coinvolti nella DMC.

**OL 5** – Sostenere le attività di integrazione delle reti locali degli operatori pubblici/privati per migliorare la percezione del territorio.

Nel corso degli ultimi decenni, il territorio del Sangro Aventino, che ricomprende l'intera Area Urbana Funzionale di Lanciano ma più ampio, ha sperimentato e consolidato iniziative volte a creare strumenti di reti locali (Sangro Aventino Card) e sviluppare una identità riconoscibile di territorio (segnaletica turistica con marchio di territorio). Mentre il primo strumento continua e oramai ha raggiunto una sua storicità e fidelizzazione con gli operatori pubblici e locali del territorio, la segnaletica turistica ha perso la sua forza d'immagine territoriale unitaria e necessita di una sorta di restyling. A partire da questi strumenti bisognerà articolare interventi che ne rafforzino il loro valore.

*A5.1 – Rafforzare la Card turistica come strumento di rete pubblico/privato.*

La Sangro Aventino Card è un consolidato strumento di rete capace di integrare enti pubblici e operatori privati ed è in grado di comunicare le principali bellezze e possibilità di svago offerte dal territorio attraverso il coinvolgimento delle Amministrazioni locali, dei gestori di beni culturali e naturalistici e degli operatori privati del territorio. Lo strumento consente di avere un biglietto d'ingresso ridotto presso i piccoli musei, le aree naturalistiche e le aree archeologiche che aderiscono al circuito; consente di avere uno sconto presso le strutture dell'accoglienza, i venditori di prodotti tipici e presso i fornitori di servizi turistici che aderiscono. La logica del sistema di rete consente a tutti di dare/avere con un saldo positivo perché capace di aumentare il numero di presenze e la conoscenza del territorio e di elevare i consumi legati alla visita del territorio.

Questo strumento necessita di essere rafforzato e di adeguarlo anche alle esigenze dell'Area Urbana Funzionale di Lanciano e della sua Strategia.

*A5.2 – Adeguare la segnaletica turistica 2.0.*

Una segnaletica turistica chiara e riconoscibile che indichi le attrazioni del territorio è sinonimo di organizzazione e attenzione all'accoglienza del visitatore. L'azione intende partire dalla segnaletica esistente per pensare un restyling capace di adeguarsi alle nuove esigenze e che permetta di rendere maggiormente identitario e riconoscibile l'Area con particolare attenzione alla digitalizzazione; è importante realizzare anche la mappatura e messa in rete di alcuni percorsi ciclopedonali.

L'azione si pone anche l'obiettivo e il miglioramento dell'accesso ai siti di interesse turistico-culturale e naturalistico con lo scopo di completare l'offerta turistica.

**OL 6** – Sviluppare attività di comunicazione e marketing a specifici target turistici.

L'Obiettivo Locale è declinato al punto 7 della Strategia d'area.

*B. Ambiti e settori di intervento che si intende attivare per attuare la Strategia*

La scelta degli ambiti e settori di intervento è stata effettuata tenendo conto di tre categorie principali:

1. Le caratteristiche specifiche dell'area, evidenziate nell'analisi SWOT, ed i relativi bisogni di intervento.

2. Le visioni condivise dagli attori del territorio, rilevate sia attraverso un'inchiesta sulle intenzioni di investimento e sia con la consultazione dei protagonisti.
3. Le caratteristiche specifiche dello strumento finanziario (Avviso Regione sull'OP5).

Su tali categorie gli ambiti ed i settori di intervento sono i seguenti:

- Rigenerazione dello spazio urbano, attraverso il recupero del patrimonio edilizio pubblico con finalità turistiche, culturali, aggregative e sociali.
- Riattivazione, valorizzazione di ecosistemi ambientali, quali parchi, spazi verdi, argini di corsi d'acqua, ecc., con la finalità sia di creare nuovi spazi di socialità che contribuiscono al miglioramento della qualità della vita, sia la funzione di ripristinare ecosistemi che svolgono una funzione importante nell'adattamento ai cambiamenti climatici.
- Mobilità sostenibile, infrastrutture per i pedoni e per i mezzi non alimentati con combustibili fossili, interventi di info-mobilità, lo sviluppo dell'inter-modalità, allestimento di hub per la logistica e la mobilità sostenibile, ecc.
- Promozione e marketing del territorio urbano, valorizzazione degli elementi identitari della cultura e del turismo per attrarre turisti dall'esterno del sistema territoriale e far emergere le potenzialità della area urbana interessata.

#### *Criteria per l'indicazione dei progetti/operazioni*

Per la definizione delle operazioni da proporre al sostegno del PR Abruzzo FESR 2021-2027, Priorità 5 "Riequilibrare l'Abruzzo per un benessere diffuso", Obiettivo specifico 5.2, Azione 5.2.1 "Attuazione delle Strategie territoriali per le Aree interne". Date le risorse disponibili per l'area, gli importi medi per ogni operazione consentiranno di intervenire, prevalentemente, sugli attrattori già attivi che nel tempo hanno maturato esperienze nell'organizzare specifici prodotti turistici. Sono disponibili euro 2.758.137,22 per gli ambiti tematici a, b e d.

Conseguentemente i criteri possono essere:

- La rilevanza dei siti e l'attrattività delle mete compreso eventuali percorsi ciclo-pedonali turistici
- le presenze turistiche presso le mete di visita che registrano già attualmente come da dati DMC di cui al punto 2.,
- la consistenza delle strutture turistiche e le presenze turistiche
- complementarità e sinergie con altri investimenti in corso o che la Coalizione territoriale potrebbe attivare

#### *C. Descrizione degli elementi di continuità e/o completamento della Strategia con gli investimenti realizzati o in corso di realizzazione nell'area*

*In corso di definizione*

#### *D. Complementarità e sinergie della Strategia con altri investimenti, che si intende attivare su altre Azioni del Programma, su altri Programmi, sul PNRR, etc.*

Sulla base degli obiettivi individuati, degli ambiti di intervento selezionati e dei progetti in corso di seguito si riportano i riferimenti normativi delle azioni finanziabili da fondi FESR e FSC che possono supportare possibili interventi complementari:

- FESR Obiettivo Specifico 2.1 "Promuovere l'efficienza energetica e ridurre le emissioni di gas a effetto serra" (attuato mediante l'Azione 2.1.1 - Riquilibrare l'efficienza energetica degli edifici pubblici);
- FESR Obiettivo Specifico 2.2 "Promuovere le energie rinnovabili in conformità della direttiva (UE) 2018/2001 sull'energia da fonti rinnovabili, compresi i criteri di sostenibilità ivi stabiliti" (attuato mediante l'Azione 2.2.1 - Supporto alla produzione di energie rinnovabili negli spazi pubblici e l'Azione 2.2.2 - Supporto alla produzione di energie rinnovabili in aree pubbliche caratterizzate da passività ambientale);
- FESR Obiettivo Specifico 2.4 "Promuovere l'adattamento ai cambiamenti climatici, la prevenzione dei rischi di catastrofe e la resilienza, prendendo in considerazione approcci ecosistemici". interventi su edifici scolastici e residenze popolari (ATER);
- FESR Obiettivo Specifico 2.7 "Rafforzare la protezione e la preservazione della natura, la biodiversità e le infrastrutture verdi, anche nelle aree urbane, e ridurre tutte le forme di inquinamento" azioni da condurre nell'ambito dei Contratti di Fiume;
- FSE+ attività formative;

- FSC – Contributi AI Comuni con Popolazione inferiore a 30.000 abitanti per la rigenerazione urbana;
- FEASR – CSR Abruzzo 2023-2027 – SRG06 Cooperazione Leader.