
REGIONE
ABRUZZO



GIUNTA REGIONALE D'ABRUZZO
DIPARTIMENTO SVILUPPO ECONOMICO -TURISMO

PIANO STRATEGICO DEL TURISMO
2023-2025

Dicembre 2022

REGIONE
ABRUZZO





SOMMARIO

PARTE PRIMA	7
ANALISI DEGLI ELEMENTI DI CONTESTO	7
1.0 - La Regione Abruzzo nel contesto nazionale ed internazionale.	7
1.1 - L’Abruzzo nella Unione Europea: regione transizione/mezzogiorno.	7
1.2 - L’Abruzzo in Italia: Regione Coordinatrice del Turismo fra le Regioni.	12
1.3 - Economia regionale e turistica.	12
1.4 - L’occupazione in Abruzzo e nel turismo.	13
2.0 - L’Abruzzo ed il Turismo.	16
2.1 - Riferimenti normativi di settore.	17
2.2 - La Organizzazione Turistica regionale il suo sistema di Governance.....	18
3.0 - La domanda turistica regionale.	19
3.1 - Analisi dei flussi turistici.....	20
3.1.1 - Arrivi e Presenze.	20
3.1.2 - Focus sul biennio della pandemia COVID-19	26
3.1.3 - Provenienza dei turisti italiani e stranieri.	32
3.1.4 - Focus su arrivi in aereo.	36
3.2 - Caratteristiche della domanda.	38
3.2.1 - Occupazione e permanenza media	38
3.2.2 - Profili socioeconomici dei turisti.	46
3.2.3 - Sentiment Analysis sui turisti	46
3.2.4 - Report dalle azioni di promozione regionali: esigenze dei turisti e del trade.	60
4.0 - L’offerta turistica regionale.	64
4.1 – Risorse e attrattori turistici regionali	65
4.2 – Territori e Turismi	73
4.2.1 - Aree marine: spiagge e coste per turismo balneare, relax e attivo.....	73
4.2.2 - Aree interne, rurali, montane e protette per turismo montano, natura e outdoor	75
4.2.3 - Aree urbane e metropolitane per turismo legato a grandi eventi e convention.....	77
4.2.4 - Arte, Cultura, Tradizioni, Enogastronomia ed Artigianato per turismo diffuso.....	78
4.3 – Caratteristiche climatiche.	80



4.4 - Infrastrutture e servizi	80
4.4.1 - Collegamenti: accessibilità, mobilità e trasporti	80
4.5 - I servizi ricettivi e di alloggio	83
4.5.1 - La ricettività alberghiera ed Extra-alberghiera	83
4.5.2 - Focus: le forme di alloggio emergenti - CAV (case vacanze) e ABT (affitti a breve termine)	86
4.6 - I servizi turistici aggiuntivi ed esperienziali	87
4.7 - Le indicazioni delle grandi società di consulenza turistica mondiale	90
4.8 - Alcune Best Practice utili provenienti dalla precedente programmazione	92
4.8.1 - Ecosistema Turistico Digitale e DMS (Destination Management System)	92
4.8.2 - Marchio e disciplinare del “Turismo Attivo e Sostenibile”	93
4.8.3 - “Abruzzo Bike to Coast” e “Abruzzo Bike Friendly”	95
4.8.4 - Grandi Eventi e Convention	95
PARTE SECONDA	99
IL PIANO STRATEGICO DI SVULUPPO TURISTICO REGIONALE 2023-2025	99
5.0 Il Piano Strategico Turistico Regionale	99
5.1 - Linee guida e riferimenti programmatici	99
5.1.1 - WTO ed organismi internazionali	99
5.1.2 - Unione Europea – Programmi diretti e Coesione	100
5.1.3 - PNRR Italia ed altre risorse disponibili	101
5.1.4 - La coerenza con il Piano Strategico del Turismo	101
5.2 - Implicazioni strategiche ed aree prioritarie di intervento da analisi svolte	102
5.2.1 – Swot Analysis	102
5.2.2 – Implicazioni strategiche	104
6.0 - La strategia per lo sviluppo turistico regionale per il triennio 2023 - 2025	105
6.1 - Obiettivi e Posizionamento Strategico	105
6.2 - Linee e portafoglio prodotti turistici suggeriti	106
6.2.1 – Prodotto “Relax e Benessere”	106
6.2.2 – Prodotto “Saperi e Sapori”	107
6.2.3 - Prodotto “Didattica”	107
6.2.4 – Prodotto “Sport e vacanza attiva”	108
6.2.5 – Prodotto “Eventi a tema”	108



6.2.6 - Prodotto “Itinerari a tema”	109
6.3 - Obiettivi quantitativi e priorità commerciali.....	110
6.3.1 - Matrici di attrattività e competitività rispetto a provenienza	110
6.3.2 - Matrici di attrattività e competitività target.....	111
6.3.3 - Matrici di attrattività e competitività prodotto ed esperienza.....	112
6.4 - Mercati e Target	114
6.4.1 - Elementi, interventi ed attività per la ottimizzazione dei prodotti attuali.....	118
6.5 – Aree prioritarie di intervento.	119
6.5.1 - Green: La competitività di un ecosistema turistico sostenibile.	119
6.5.2 - Digital: La ricerca e lo sviluppo e le soluzioni tecnologiche.....	121
6.5.3 - Networking: La regolamentazione e la governance pubblica.....	123
6.5.4 - Tailormade: Valorizzazione e personalizzazione delle offerte	124
6.5.5 - Investimenti Turistici integrati: infrastrutture e servizi fra PA e PMI.....	125
6.5.6 - Attività formative: aggiornamento e sviluppo di competenze professionali.	128
6.5.7 - Strumenti Innovativi finanziari per supportare gli investimenti.....	129
6.5.8 - Strategie ed attività di promozione e comunicazione coordinata, integrata	131
7.0 – Le Azioni prioritarie e di riferimento per il 2023-2025.....	135
7.1 - Il Transition Pathway for Tourism e la recente Agenda Europea per il Turismo 2030.	135
7.2 - Le “100 Azioni per lo sviluppo turistico sostenibile in Abruzzo”.	143
7.3 - Una strategia comune per azioni coordinate intersettoriali e multi-fondo.....	155
PARTE TERZA	157
IL PIANO STRATEGICO PER IL TURISMO 2023-2025, LE RISORSE ED I PROGRAMMI OPERATIVI.....	157
8.0 - Azione coordinata, integrata e multifondo.....	157
8.1 - Aspetti strategici e sinergici.....	158
9.0 - I Programmi di Coesione Regionale 2021-2027.....	158
9.1 - Le principali linee strategiche proposte nei documenti di indirizzo comunitari, nazionali e regionali.....	158
9.2 - Il turismo e la cultura nel Programma Regionale FESR Abruzzo 2021-2027.....	160
9.2.1 - Turismo e cultura nell’OP 1 e nella S3 del PR FESR 21-27.....	161
9.2.2 - Turismo e cultura nell’OP 5 del PR FESR 2021-2027.....	163



9.2.4 - I territori interessati.	165
9.2.5 - L'OP 5: gli obiettivi specifici e le Azioni.	167
9.2.6 - Azione 5.1.1: Rigenerazione dello spazio urbano.	168
9.2.7 - Azione 5.2.1: Nuovi investimenti nell'economia della cultura e del turismo.	168
9.2.8 - La dotazione finanziaria dell'OP 5 nei settori turismo e cultura.	172
9.3 - Il turismo e la cultura nel Programma Regionale FSC Abruzzo 2021-2027.	172
9.4 - L'ITS "Turismo e Cultura" e il Programma Regionale FSE Abruzzo 2021-2027.	174
9.5 - Turismo e Sviluppo Rurale Partecipato nel PSR - FEASR Abruzzo 2021-2027.	176
9.6 – Raccordo e Protocolli con altri organismi attivi a favore del turismo	176
9.7 – La Cooperazione Territoriale Europea	Errore. Il segnalibro non è definito.
9.8 – Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza	Errore. Il segnalibro non è definito.



PARTE PRIMA

ANALISI DEGLI ELEMENTI DI CONTESTO

1.0 - La Regione Abruzzo nel contesto nazionale ed internazionale.

L'Abruzzo è una delle 20 regioni italiane, ha statuto ordinario ed è annoverata fra quelle del "Mezzogiorno" d'Italia, e composta da quattro province, Chieti, Pescara, Teramo e L'Aquila e, quest'ultima, è anche capoluogo di regionale.

La Regione è situata ad est nel centro Italia, affaccia sul mare Adriatico e si estende sull'Appennino integrando nel suo territorio le cime più alte della catena che costituisce la spina dorsale della penisola.

L'Abruzzo è la regione con la più alta percentuale di territorio ricompreso in aree protette e, per questo motivo, è spesso identificato come regione dei Parchi.

Oltre al Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, primo in Italia ad essere costituito in forma privata da oltre 100 anni, sono presenti anche il Parco Nazionale del Gran Sasso Laga e il Parco Nazionale della Majella, nei quali sono rispettivamente presenti i due omonimi gruppi montuosi con le cime più alte dell'Appennino: Monte Corno Grande (2914 m s.l.m.) e Monte Amaro (2795 m s.l.m.).

L'Abruzzo è spesso identificato anche per aver dato i natali al poeta Ovidio, al filosofo Benedetto Croce, all'inventore Corradino D'Ascanio e al celeberrimo Gabriele D'Annunzio e a tanti altri personaggi illustri, ma, allo stesso tempo, per varie motivazioni, è stato inserito fin dall'800 negli itinerari di Gran Turismo degli inglesi, poi più volte come meta di soggiorni vacanza dei reali d'Italia ed, in seguito, come brevi momenti di evasione ed immersione nella natura da Papa Giovanni Paolo II.

1.1 - L'Abruzzo nella Unione Europea: regione transizione/mezzogiorno.

Le aree geografiche italiane considerate sono, di norma, il Nord, il Centro e il Mezzogiorno.

Il Nord comprende le regioni del Nord-Ovest (Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta) e quelle del Nord-Est (Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige, Veneto).

Il Centro comprende le regioni Lazio, Marche, Toscana ed Umbria.



Il Mezzogiorno comprende le regioni dell'Italia Meridionale o Sud Italia (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia) e quelle dell'Italia insulare (Sardegna, Sicilia).

L'Abruzzo è classificato nell'Italia meridionale per ragioni storiche, in quanto faceva parte del Regno delle Due Sicilie prima dell'unità d'Italia del 1861.

L'Unione Europea, attraverso la politica di sviluppo regionale, mira a raggiungere la coesione economica, sociale e territoriale, riducendo le disparità fra le diverse regioni degli Stati Membri.

Per il raggiungimento di tali obiettivi, l'Unione Europea, sulla base di accordi stipulati con i singoli Stati Membri (Accordi di Partenariato) e secondo regole condivise, assegna, in un arco temporale di sette anni (ciclo di programmazione), specifiche risorse finanziarie, alle quali si aggiungono quelle nazionali messe a disposizione dai medesimi Stati Membri. L'utilizzo e il funzionamento di tali fondi sono disciplinati da specifici Regolamenti emanati dalla Commissione europea.

Per l'Italia, al perseguimento delle finalità strategiche dei Fondi UE per la coesione, concorrono anche interventi attivati a livello nazionale e complementari alla programmazione comunitaria, finanziati con le risorse del Fondo di Rotazione di cui alla L. 183/1987, nonché ulteriori risorse nazionali del Fondo Sviluppo e Coesione (FSC), che attua l'obiettivo costituzionale di "rimuovere gli squilibri economici e sociali", in attuazione dell'articolo 119, comma 5, della Costituzione.

In Abruzzo, l'attuazione della politica di coesione regionale 2021-2027 passa attraverso i seguenti fondi comunitari:

- Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), destinato a contribuire alla correzione dei principali squilibri regionali esistenti nell'Unione, partecipando allo sviluppo e all'adeguamento strutturale delle regioni in ritardo di sviluppo, nonché alla riconversione delle regioni industriali in declino (articolo 176 TFUE);
- Fondo sociale europeo Plus (FSE+), profondamente innovato rispetto al precedente ciclo 2014-2020, che rappresenta il principale strumento dell'Unione Europea (UE) per investire nelle persone, destinato a sostenere l'attuazione del pilastro europeo dei diritti sociali, sostenere l'occupazione e creare una società equa e socialmente inclusiva.

L'indirizzo strategico delle risorse della coesione per il ciclo 2021-2027 (che analogamente ai precedenti cicli di programmazione, sono finanziate da risorse europee, cui è associato un cofinanziamento nazionale obbligatorio) è stato definito anche in coerenza con i contenuti del Piano nazionale per la ripresa e la resilienza (PNRR).

Le risorse messe a disposizione dall'Unione europea, si ricorda, sono aggiuntive, mai sostitutive, rispetto alle normali fonti di finanziamento delle diverse politiche in capo a ogni Stato membro, sulla base del **principio dell'addizionalità**.

A seguito dell'entrata in vigore del quadro legislativo della politica di coesione 2021-2027, la Commissione europea ha adottato la Decisione di esecuzione 2021/1130 del 5 luglio 2021, con la quale sono state individuate le aree ammesse a beneficiare del finanziamento dei Fondi strutturali.

Quanto alle risorse, con la Decisione di esecuzione 2021/1131 del 5 luglio 2021, la



Commissione europea ha definito la ripartizione tra gli Stati membri degli stanziamenti complessivi destinati dalla UE alla politica di coesione 2021-2027, a valere sul Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), Fondo sociale europeo Plus (FSE+) e Fondo di coesione (del quale l'Italia, tuttavia, non beneficia essendo destinato ai paesi più arretrati).

Gli stanziamenti complessivi della UE per la politica di coesione 2021-2027 - indicati in coerenza con l'accordo generale sul Quadro finanziario pluriennale 2021-2027 - sono pari, in termini di impegni, a 392 miliardi di euro (a prezzi correnti, che tengono conto di un tasso d'inflazione annuo del 2%), quasi un terzo del bilancio totale dell'UE.

Di questi, 378,2 miliardi di euro, sono destinati alla politica di coesione mediante l'attuazione, come nella precedente programmazione, di **due obiettivi**:

- a) **obiettivo “Investimenti a favore dell'occupazione e della crescita”;**
- b) **obiettivo “Cooperazione Territoriale Europea” (Interreg).**

All'obiettivo “Investimenti a favore dell'occupazione e della crescita” sono destinate 369 miliardi di euro (circa il 92% delle risorse totale disponibili).

Le risorse residue (circa 9 miliardi) sono destinate all'Obiettivo “Cooperazione territoriale europea” (Interreg), corrispondenti al 2% delle risorse globali disponibili per gli impegni di bilancio a titolo dei Fondi per il periodo 2021-2027.

L'obiettivo europeo «Investimenti a favore dell'occupazione e della crescita» interessa le seguenti categorie di regioni:

- **regioni meno sviluppate**, ovvero con un PIL pro capite inferiore al 75% della media UE-27, con assegnazioni iniziali pari a 227 miliardi di euro (72,5%);
- **regioni in transizione**, con un PIL pro capite fra il 75% e il 100% della media UE, con assegnazioni iniziali pari a 53,5 miliardi di euro (17,1%);
- **regioni più sviluppate**, con un PIL pro capite superiore al 100% della media dell'UE, con assegnazioni iniziali pari a 30,5 miliardi di euro (9,7%).

Lo 0,6% del totale (vale a dire, circa 2,1 miliardi di euro) è assegnato specificamente a finanziamenti supplementari per le **regioni ultraperiferiche**.

Per quel che concerne l'individuazione delle categorie di regioni, si ricorda che, nel ciclo 2014-2020, le regioni meno sviluppate sono state individuate come quelle il cui PIL pro-capite è inferiore al 75% della media del PIL dell'UE-27; le regioni in transizione, quelle il cui PIL pro-capite è compreso tra il 75% e il 90% della media del PIL dell'UE-27; le regioni più sviluppate, quelle il cui PIL pro-capite è superiore al 90% della media del PIL dell'UE- 27.

Nel ciclo di programmazione 2021-2027, nell'ottica di ampliare la categoria delle regioni beneficiarie, viene innalzata la soglia prima prevista per la categoria delle regioni cosiddette in transizione, prevedendosi, infatti, un rapporto RNL pari o superiore al 75% e inferiore al 100% della media UE (in luogo della precedente forbice 75-90%).



È così che l'**Abruzzo**, seppur appartenendo geograficamente al Mezzogiorno d'Italia, si conferma nel novero delle regioni in transizione.

Nella tabella che segue è riportata la ripartizione tra gli Stati membri delle risorse comunitarie complessivamente destinate ai fondi per la coesione, a prezzi correnti (cioè comprensivi degli effetti dell'indicizzazione annuale), ai sensi delle Decisioni UE n. 2021/1131 (riparto risorse FESR, FSE+ e FC nell'ambito dell'obiettivo «Investimenti a favore dell'occupazione e della crescita» e dell'obiettivo «Cooperazione territoriale» e n. 2021/1129 (riparto JTF).

(milioni di euro -prezzi correnti)

	Obiettivo "Investimenti a favore dell'occupazione e della crescita - IOC"					Fondo Transizione Giusta (JTF)		Obiettivo "Cooperazione territoriale"	TOTALE
	Fondo coesione	FESR e FSE Plus				Obiettivo IOC	Strumento europeo ripresa		
		Regioni meno sviluppate	Regioni in transizione	Regioni più sviluppate	Regioni ultra periferiche (*)				
Belgio		122,7	1.185,6	1.012,2	-	80,0	102,6	375,8	2.878,9
Bulgaria	1.266,2	7.703,1	658,5	-	-	567,1	723,0	136,0	11.063,9
Cechia	6.365,3	6.876,3	6.169,0	31,6	-	716,3	922,7	312,0	21.446,2
Danimarca	-	-	82,1	173,5	-	39,0	50,0	259,1	608,7
Germania	-	-	9.461,0	7.979,0	-	1.034,9	1.392,8	1.021,7	20.939,4
Estonia	820,2	-	2.195,2	-	-	155,0	198,9	58,3	3.427,6
Irlanda	-	-	251,9	652,2	-	37,0	47,5	294,5	1.283,1
Grecia	3.023,4	15.435,8	1.860,7	-	-	363,4	466,5	128,7	21.278,5
Spagna	-	18.099,8	11.522,1	4.398,1	673,1	380,4	488,3	697,4	36.259,2
Francia	-	1.981,9	10.818,2	2.261,3	683,7	451,0	579,0	1.111,5	17.886,6
Croazia	1.182,4	7.338,3	-	-	-	81,4	104,5	187,6	8.894,2
Italia	-	30.087,9	1.528,4	9.533,7	-	450,8	578,8	951,2	43.130,8
Cipro	178,3	-	689,1	-	-	44,3	56,8	37,4	1.005,9
Lettonia	1.038,7	3.203,9	-	-	-	84,0	107,7	49,9	4.484,2
Lituania	1.418,7	4.553,0	-	42,8	-	119,7	153,6	83,4	6.376,2
Lussemburgo	-	-	-	29,7	-	4,1	5,2	29,1	68,1
Ungheria	2.602,2	18.767,8	-	99,1	-	114,3	146,7	259,7	21.989,8
Malta	165,2	-	598,8	-	-	10,2	13,1	23,2	810,5
Paesi Bassi	-	-	189,5	730,5	-	272,8	350,3	380,1	1.923,2
Austria	-	-	46,4	834,6	-	59,4	76,3	220,5	1.287,2
Polonia	9.283,1	57.687,1	4.485,6	157,0	-	1.684,7	2.162,7	569,6	76.029,8
Portogallo	3.399,3	17.677,8	778,1	380,0	157,4	98,0	125,8	139,3	22.755,7
Romania	3.537,7	25.185,0	-	124,0	-	936,9	1.202,8	374,0	31.360,4
Slovenia	718,2	1.722,0	-	543,2	-	113,3	145,4	75,3	3.317,4
Slovacchia	1.613,0	10.501,7	-	20,0	-	201,0	258,0	224,2	12.817,9
Finlandia	-	-	881,5	151,0	460,0	203,9	261,8	163,3	2.121,5
Svezia	-	-	152,0	1.229,4	187,7	68,2	87,5	357,7	2.082,5
Costa d'Avorio	-	-	-	-	-	-	-	552,3	552,3
TOTALE	36.612,0	226.964,6	53.553,6	30.487,9	2.161,9	8.423,3	10.813,5	9.072,7	378.079,5

(*) L'Unione Europea (UE) conta 9 regioni ultraperiferiche, o scarsamente popolate, geograficamente molto distanti dal continente europeo. Si tratta di Guyana francese, Guadalupa, Martinica, Mayotte, Isola della Reunione e Saint-Martin (Francia), Azzorre e Madeira (Portogallo) e Isole Canarie (Spagna).

Fonte: Decisioni Commissione europea.

Per quanto riguarda l'Italia, il nuovo ciclo di programmazione 2021-2027 vede alcune modifiche nella classificazione delle singole regioni.

Infatti, sono considerate **"in transizione"** non solo l'**Abruzzo**, che si conferma in questa categoria, ma anche Umbria e Marche (precedentemente tra quelle "più sviluppate").

Le regioni **"meno sviluppate"** sono quelle rimanenti del Mezzogiorno (Campania, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna), mentre le **"più sviluppate"** comprendono quelle del Centro-Nord, con l'esclusione di Umbria e Marche.



In particolare, le risorse europee assegnate all'Italia, per l'Obiettivo Investimenti, sono destinate per oltre 41,150 miliardi a valere sui Fondi FESR e FSE+, così ripartiti:

- “regioni meno sviluppate” (Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna: 30,1 miliardi;
- “regioni in transizione” (**Abruzzo**, Umbria e Marche): 1,5 miliardi;
- “regioni più sviluppate” (restanti regioni del centro-nord): 9,5 miliardi.

	Obiettivo "Investimenti a favore dell'occupazione e della crescita"			Fondo Transizione Giusta		Obiettivo "Cooperazione territoriale"	TOTALE
	FESR e FSE Plus			Obiettivo IOCC	Strumento europeo ripresa		
	Regioni meno sviluppate	Regioni in transizione	Regioni più sviluppate				
Italia	30.087,90	1.528,40	9.533,70	450,8	578,8	951,2	43.130,80

La strategia e le priorità nell'uso di questi fondi sono definite dall'Accordo di Partenariato stipulato tra lo stato membro Italia e la Commissione UE, ai sensi del Regolamento (UE) n. 2021/1060.

L'Accordo di Partenariato tra Italia e Commissione europea, relativo al ciclo di programmazione 2021-2027 è stato approvato con Decisione di esecuzione CE il 15 e firmato il 19 luglio 2022.

In relazione ai Programmi Regionali FESR e FSE+, all'Abruzzo, in quanto “*regione in transizione*”, è stata assegnata la seguente dotazione finanziaria (in euro):

	Contributo dell'Unione	Contributo Nazionale	Totale
PR Abruzzo FESR 2021-2027	272.421.436,00	408.632.154,00	681.053.590,00
PR Abruzzo FSE+ 2021-2028	162.636.582,00	243.954.873,00	406.591.455,00

La strategia e le priorità nell'uso di questi fondi sono definite nei rispettivi Programmi Regionali Abruzzo 2021-2027.

Per quanto attiene alle competenze del Dipartimento Sviluppo Economico -Turismo, le azioni da realizzare con le risorse messe a disposizione dal Programma Regionale FESR Abruzzo 2021-2027 sono dettagliate nella Parte Terza del presente documento.



1.2 - L'Abruzzo in Italia: Regione Coordinatrice del Turismo fra le Regioni.

La Regione Abruzzo, ormai da anni, riveste il ruolo di coordinatrice delle Regioni in materia di turismo, tanto che la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome del 6 maggio 2021, nell'aggiornare le funzioni di Coordinatore e Coordinatore vicario delle proprie Commissioni, ha confermato in capo alla Regione Abruzzo il ruolo di coordinatrice della Commissione Politiche per il Turismo.

L'attività della Commissione in sede politica e del Coordinamento quale sede tecnica, costituisce il punto di sintesi delle volontà regionali in merito agli indirizzi governativi di politica generale incidenti nelle materie di competenza regionale.

Il ruolo è particolarmente strategico in quanto il Turismo rientra fra le deleghe costituzionali attribuite alle Regioni ed il ruolo dell'Abruzzo è proprio quello di favorire il confronto, guidare la discussione, accogliere le decisioni da portare all'esame della Conferenza delle Regioni e, successivamente, al Governo nazionale per quanto concerne il Turismo.

1.3 - Economia regionale e turistica.

Per quanto concerne lo scenario macroeconomico, la Banca d'Italia fornisce il seguente spaccato della economia in Abruzzo (cfr., <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/economie-regionali/2022/2022-0013/index.html?dotcache=refresh>):

“In Abruzzo, come nel resto del Paese, il 2021 è stato caratterizzato da una ripresa dell'attività economica, seguita alla fase recessiva innescata dalla pandemia. Secondo l'indicatore trimestrale dell'economia regionale (ITER) elaborato dalla Banca d'Italia, nel complesso dell'anno il prodotto sarebbe cresciuto del 6,3 per cento (6,6 per cento in Italia in base ai dati dell'Istat). Dopo il marcato rimbalzo registrato nel primo semestre rispetto allo stesso periodo del 2020, caratterizzato dal lockdown, il recupero è proseguito nella seconda parte dell'anno, anche se con una dinamica inferiore rispetto a quella dell'economia nazionale. Le crescenti difficoltà nell'approvvigionamento di alcuni input produttivi importati e i rincari dei beni energetici, acuitisi ulteriormente nei primi mesi del 2022 con lo scoppio del conflitto in Ucraina, potrebbero compromettere la prosecuzione della fase di recupero dell'economia regionale.

L'attività produttiva è tornata a espandersi nell'industria e nelle costruzioni, più moderatamente nei servizi.

Nel terziario, il graduale allentamento delle restrizioni alla mobilità e il parziale recupero della spesa delle famiglie, nel corso dell'anno ha favorito il commercio e il turismo, i cui livelli di attività hanno comunque continuato a mantenersi al di sotto di quelli del 2019.

Relativamente al settore del turismo, nei primi nove mesi del 2021, le presenze nelle strutture



ricettive sono cresciute del 20% rispetto allo stesso periodo del 2020, grazie in particolare all'andamento positivo della stagione balneare. I soggiorni di visitatori stranieri, fortemente penalizzati nel 2020, sono pressoché raddoppiati, arrivando a rappresentare circa il 10% delle presenze complessive, una quota ancora lievemente inferiore rispetto ai livelli registrati nel 2019. Anche i livelli di attività dello scalo aeroportuale di Pescara si sono solo parzialmente ripresi con un aumento del transito dei passeggeri del 43,3 % rispetto allo stesso periodo del 2020, sia in relazione alle tratte nazionali che a quelle internazionali, comunque inferiore di oltre il 60% rispetto a quelli registrati nello stesso periodo nel 2019”.

Inoltre, un'attenta analisi dell'economia turistica regionale è rinvenibile nel **DEFRA Abruzzo 2023/2025 (approvato con la D.G.R. n. 657/C del 10 novembre 2022)**, il quale ha evidenziato che *“nel 2021 le presenze nelle strutture ricettive del 30 per cento circa rispetto all'anno precedente - beneficiando in particolare dell'andamento positivo della stagione balneare, guidato principalmente dal turismo nazionale – sebbene nel complesso il movimento turistico in regione non ha ancora recuperato i livelli precedenti la pandemia. Il numero di passeggeri transitati presso l'Aeroporto d'Abruzzo nel 2021 è più che raddoppiato nel confronto con l'anno precedente, mantenendosi comunque su valori inferiori di quasi la metà rispetto a quelli osservati prima dell'emergenza sanitaria. Anche le vendite di carburanti presso la rete ordinaria dei distributori della regione, in parte correlate con l'andamento del settore dei trasporti, si sono riportate sui livelli precedenti la pandemia nel corso del secondo trimestre del 2021, in concomitanza con la ripresa dei livelli di attività del terziario, per poi stabilizzarsi nei mesi successivi.”.*

1.4 - L'occupazione in Abruzzo e nel turismo.

In Abruzzo, nel 2021, si sono registrati 454.000 occupati, quasi il 2% in più dell'anno precedente. Anche il tasso di occupazione mostra un incremento di quasi un punto percentuale arrivando a quota 57,8%, il migliore del Mezzogiorno e mezzo punto in meno di quello nazionale

In generale in Abruzzo, così come nel Sud, il tasso di occupazione maschile è superiore a quello delle donne. Nel turismo, invece, accade il contrario e sembra favorirle.

Riguardo al turismo nel 2021 si sono registrati 44.341 avviamenti ovvero il 31,5% in più rispetto all'anno precedente dove il dato era pari a 33.724 unità anche se ancora il 16% più bassi rispetto al 2019 che mostrava 52.817 avviamenti (tabella 10).



	2019		2020		2021	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
F Com	2.099	4%	1.275	4%	1.769	4%
F ExtraCom	2.070	4%	1.347	4%	1.900	4%
F ITA	25.032	47%	15.920	47%	21.228	48%
M Com	493	1%	332	1%	392	1%
M ExtraCom	2.810	5%	1.867	6%	2.621	6%
M ITA	20.313	38%	12.983	38%	16.431	37%
Totali	52.817		33.724		44.341	

Tabella 10 Numero di avviamenti per nazionalità e per sesso nel periodo 2019-2020 nel settore “attività dei servizi di alloggio e di ristorazione. Fonte: UNILAV

La quota maggiore degli avviamenti, pari a 21.228, fa riferimento alle donne italiane (F ITA) che rappresentano il 48% del totale.

Al secondo posto, con 16.431 avviamenti ci sono i maschi italiani pari al 37% del totale e, infine, i maschi e le femmine extra comunitari, i maschi e le femmine comunitarie con valori al di sotto del 6% (Figura 16).

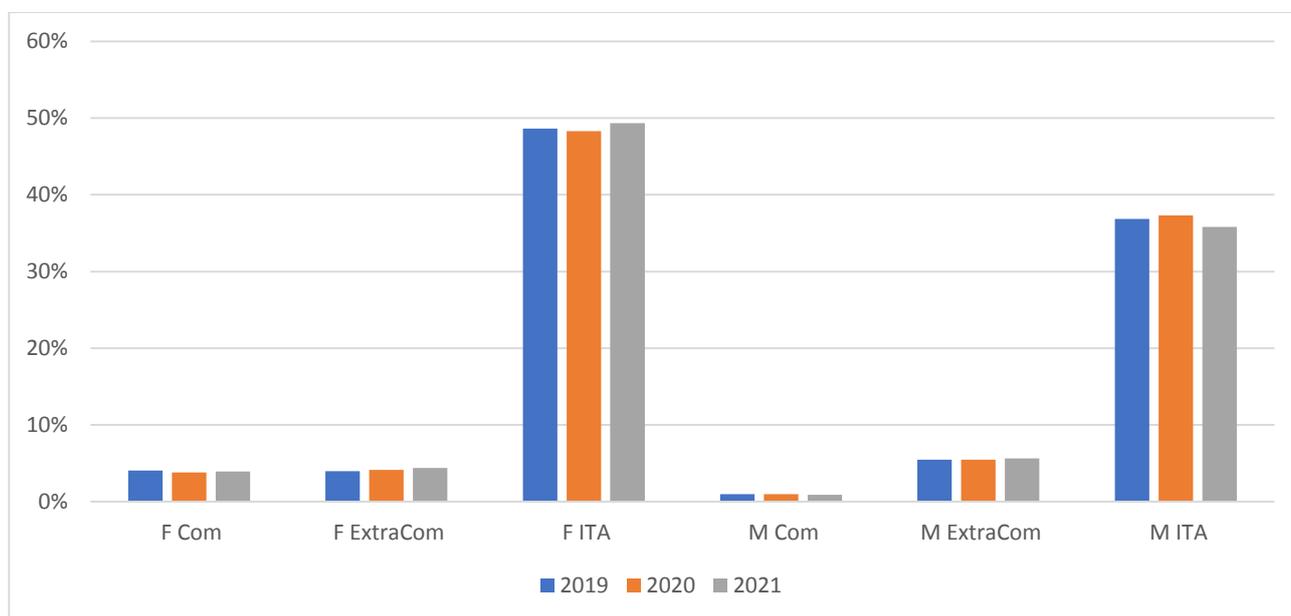


Figura 16 Rappresentazione dell'incidenza degli avviamenti per sesso e per nazionalità. Fonte Unilav

Complessivamente gli avviati nel 2021 sono 27.464 unità, ovvero, il 26% in più all'anno precedente e il 5% ancora inferiori rispetto al 2019 quando, allora, si contavano 29.140 unità.

	2019		2020		2021	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
F Com	1.187	4%	828	4%	1.079	4%
F ExtraCom	1.159	4%	903	4%	1.200	4%
F ITA	14.169	49%	10.525	48%	13.551	49%
M Com	289	1%	212	1%	249	1%
M ExtraCom	1.595	5%	1.190	5%	1.548	6%
M ITA	10.741	37%	8.126	37%	9.837	36%
Totali	29.140		21.784		27.464	

Tabella 11 Numero di avviati per nazionalità e per sesso nel periodo 2019-2020 nel settore "attività dei servizi di alloggio e di ristorazione. Fonte: UNILAV



Anche in questo caso, le donne italiane sono risultate le più avviate. Nel 2021 si contano 13.551 unità avviate pari al 49% del totale.

Passando alla natura dei contratti, nel 2021, il sistema UNILAV ne registra 29.485, il 24% in più rispetto all'anno precedente anche se il 5% in meno rispetto al 2019 (tabella 12).

	2019		2020		2021	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
F TD	9.765	31%	7.583	32%	9.807	33%
F TI	6.750	22%	4.673	20%	6.023	20%
M TD	7.184	23%	5.770	24%	7.127	24%
M TI	5.441	17%	3.758	16%	4.507	15%
Totali	31.159		23.804		29.485	

Tabella 12 Numero di contratti a tempo determinato e indeterminato per genere nel settore “attività dei servizi di alloggio e di ristorazione” e nel periodo 2019-2021. Fonte: UNILAV

Complessivamente, nel 2021, sono stati registrati 10.530 assunzioni a tempo indeterminato, il 57% a favore della componente femminile.

2.0 - L'Abruzzo ed il Turismo.

Gli indicatori macroeconomici attestano che la Regione Abruzzo risulta essere la più sviluppata e industrializzata del Mezzogiorno in termini di PIL ma, allo stesso tempo, essa ha anche il primato di regione italiana con la più alta estensione territoriale di aree protette (oltre il 36,3% di territorio ricompreso in Parchi Nazionali, Regionali, riserve di vario genere e zone “speciali” (SIC, ZPS e Natura 2000).

Questo particolare connubio denota sinteticamente sia la propensione allo sviluppo produttivo, economico e sociale, sia la grande cultura autoctona della conservazione che ha permesso di istituire parchi e riserve su territori antropizzati che hanno permesso una convivenza equilibrata fra uomo e natura, integrando produzioni e tradizioni con la conservazione degli elementi che potessero garantire il mantenimento delle condizioni di vita quotidiana.



La difficoltà di sopravvivere in aree sempre più svantaggiate rispetto a quelle più produttive e commerciali, hanno favorito lo spopolamento verso le valli e le aree costiere, lasciando quindi sempre più conservato il patrimonio naturalistico, ma hanno esposto a rischio ogni altro patrimonio antropologico, culturale e sociale.

Il turismo in Abruzzo rappresenta già uno dei settori importanti nell'attuale PIL regionale ma, rispetto a quanto sopra evidenziato e agli scenari di contesto, esso oggi può consentire di mantenere e garantire un ulteriore sviluppo economico con produzioni non delocalizzabili e sostenibili, diffuse territorialmente sia nelle aree costiere e commerciali che nelle aree interne e montane, aperte alle contaminazioni con altre filiere produttive che ne costituiscono i contenuti di competitività e al tempo stesso consentono una miglior qualità della vita anche nei territori più svantaggiati.

Quanto evidenziato rappresenta, oggi, una serie di opportunità per compiere una grande operazione di riconversione produttiva di prodotto e di processo, che abbia come punti di forza la conservazione della natura, il recupero ed il mantenimento delle tipicità, dei sapori, dei saperi, delle tradizioni, dei mestieri, della più ampia gamma di risorse e contenuti autentici, che possa intercettare una domanda turistica sempre più sensibile, attenta ed esigente con offerte innovative, sostenibili, digitalizzate, espresse e gestite localmente con diretto coinvolgimento dei territori e degli operatori locali e che garantisca una accoglienza specializzata e disponibile per ogni improvvisa necessità.

2.1 - Riferimenti normativi di settore.

Come già detto, la Costituzione Italiana - Titolo V, assegna alle regioni le competenze in materia di turismo e ad essa si richiama il "Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo" così come modificato, da ultimo, dalla L. 23 dicembre 2021, n. 238.

Numerose anche le direttive, i regolamenti ed anche le semplici Comunicazioni approvati e diffusi dalla Unione Europea, recepiti e resi operativi da altrettanti strumenti normativi nazionali e regionali, sia in materia prettamente turistica, sia anche su attività connesse e relative alla libera concorrenza e circolazione di beni, servizi, professionisti e lavoratori, alla sicurezza ed alla fruizione accessibile, nonché a quanto concerne la tutela dei Consumatori per la vendita di servizi (Codice del Consumo D.L. n. 206/2005 aggiornato Legge n. 238/2021) di Pacchetti Turistici e/o Servizi Turistici Collegati (D.L. n. 62/2018), di promozione e comunicazione trasparente, di prenotazione sia online che offline.

La legge fondamentale sull'organizzazione turistica regionale è la L.R. n. 54/1997 (Ordinamento della organizzazione turistica regionale) che, insieme alla L.R. n. 15/2015 (Il sistema di Governance turistica regionale), costituiscono attualmente le fondamenta del turismo in Abruzzo.

La L.R. n. 54/1997 ha subito nel tempo numerose modifiche, tra cui le norme di soppressione della ex Agenzia Regionale per la Promozione Turistica, soppressa nel 2012, con il trasferimento delle competenze all'interno degli uffici regionali, o delle norme di riferimento delle competenze



delle Province, anch'esse abrogate a seguito della riforma Del Rio.

A queste ultime, si aggiunge una pleora di norme di settore, primarie e secondarie, che disciplinano i vari ambiti del turismo.

A questa situazione frammentaria e datata, poiché non più rispondente alle esigenze del territorio, si è fatto fronte con la redazione di un testo unitario seguendo il filo conduttore dell'armonizzazione e della semplificazione della normativa del turismo. Si è ritenuto che, riunire in un unico documento la sovrabbondanza di norme di settore, attuando, al contempo, un'opera di ripulitura di norme estremamente risalenti nel tempo, potesse essere un valido strumento per i destinatari pubblici e privati della norma.

Attualmente il progetto di legge, che ha già superato l'esame delle commissioni, è giunto alla fase dell'approvazione in Consiglio.

2.2 - La Organizzazione Turistica regionale il suo sistema di Governance

Nell'ultimo decennio, la Regione Abruzzo ha intercettato le esigenze di riorganizzazione economica e territoriale al fine di concorrere allo sviluppo ed alla valorizzazione turistica delle risorse locali, favorendo processi di aggregazione programmatica, progettuale ed operativa tra attori pubblici e privati coinvolti nel settore turistico.

Il decollo turistico viene programmato nella nascita di destinazioni e prodotti turistici integrati, che attraverso innovative capacità progettuali e nuovi sistemi trasversali del settore aggregano uniformemente le diverse attrattive del territorio abruzzese.

Lo stimolo all'imprenditoria locale funge da traino per una promozione turistica ad ampio raggio che, attraverso la promozione di progetti di sviluppo turistici per destinazione e prodotti condivisi con il territorio e l'amministrazione regionale, cerca di raggiungere una competitività turistica nei mercati italiani ed esteri grazie a strumenti di innovazione ed internazionalizzazione indirizzati alla valorizzazione dell'offerta turistica regionale.

La L.R. 9 giugno 2015, n. 15 *Il sistema di Governance turistica regionale* ha posto le basi della partnership tra amministrazione regionale e operatori del settore turistico, favorendo la nascita delle *Destination Management Company (DMC)*, organizzazioni di governance locale e project management aperte all'accesso ed alla partecipazione di operatori pubblici o privati, per gestire lo sviluppo turistico riferito ad **una o più destinazioni** attraverso la partecipazione finanziaria degli attori interessati ed in connessione con la programmazione regionale, nazionale, comunitaria.

Ad esse, nel panorama della governance, si aggiunge la *Product Management Company (PMC)* anch'essa organizzazione aperta all'accesso ed alla partecipazione di operatori pubblici o privati, con l'intento di gestire lo sviluppo turistico riferito ad **uno o più prodotti regionali** sempre con le medesime modalità delle DMC.



La PMC, inoltre, assicura alla Regione il supporto logistico per la gestione di reti e piattaforme regionali articolate tematicamente relativamente alle linee di prodotto di competenza, per la attivazione e gestione di servizi alle imprese e ai turisti. È parte attiva della promozione dell'offerta turistica, con la condivisione di proposte turistiche identificate da una o più linee di prodotto allo scopo di rendere più attrattiva l'offerta turistica sul mercato nazionale ed estero.

È di rilievo il ruolo della PMC di "Organismo Intermedio" per l'attuazione di specifiche azioni, interventi, attività o progetti in qualità di soggetto gestore qualificato di piani e programmi europei, nazionali, regionali.

Quest'ultima, ai sensi della Legge regionale 40/2012 e del Regolamento UE 651/2014, è riconosciuta ed opera anche in qualità di Polo di Innovazione per il dominio "Turismo" nell'ambito della ricerca e della innovazione e nella nuova Smart Specialization Strategy (S3) Abruzzo, così come, a seguito di convenzioni fra le Associazioni di Comuni e il Polo di Innovazione, questa gestisce anche le funzioni progettuali, direttive ed operative per conto dei Distretti Turistici individuati dalla Regione Abruzzo e riconosciuti dal Ministero del turismo ai sensi del DL 83/2014, modificato e convertito 106/2014.

In questo caso il partenariato del turismo ha un sistema di governance formale che affianca la Regione Abruzzo in materia turistica, garantendo diversi organismi per le diverse funzioni ed attività: Distretti Turistici per la programmazione turistica territoriale, Polo di Innovazione per il supporto per favorire ricerca ed innovazione nelle PPAA e nelle PMI, PMC e DMC per la gestione operativa di azioni, interventi, investimenti ed attività finalizzate allo sviluppo turistico della produzione e della offerta turistica locale, sia per linee di prodotto regionali, sia per proposte territoriali e di destinazione turistica.

È da segnalare che questo stesso sistema ed assetto, a seguito di numerosi confronti fra Regione e portatori di interessi, è stato recentemente confermato, rafforzato e conseguentemente inserito nel nuovo Testo Unico per la Organizzazione Turistica regionale già in discussione presso il Consiglio Regionale per la approvazione finale.

Tale scenario consente alla Regione Abruzzo di avvalersi di soggetti regionali o territoriali individuati con procedure di trasparenza ed a seguito di avvisi pubblici, aperti sia a tutti gli operatori turistici, singoli o aggregati, così come può consentire ad altri soggetti ed organismi, (CCIAA, GAL, Patti Territoriali, Partenariati di progetto, altri) di partecipare nel sistema di governance turistica regionale favorendo altresì azioni coordinate, integrate e complementari avvalendosi di esperienze disponibili e in tal senso specializzate.

3.0 - La domanda turistica regionale.

La domanda turistica regionale, come normalmente avviene nella consolidata prassi di analisi dei dati, degli aspetti e degli elementi da considerare ed elaborare al fine di ottenere utili indicazioni e soluzioni per conseguenti scelte e decisioni programmatiche, si sofferma sulla analisi dei flussi turistici (arrivi e presenze, provenienze dei turisti italiani e stranieri) e sulle sue caratteristiche



(occupazione di camere, permanenza media di soggiorno, profili socio-economici, sentiment analysis, esigenze dei turisti e del trade).

3.1 - Analisi dei flussi turistici.

Alla regolare analisi sui flussi turistici e sulle provenienze, in questa particolare congiuntura temporale sono stati integrati alcuni focus di approfondimento dedicati a comprendere meglio impatti, conseguenze e forecast prima, durante e dopo la pandemia.

3.1.1 - Arrivi e Presenze.

Il 2021 è stato l'anno della resilienza per il turismo che, storicamente, è il settore più colpito dalle grandi crisi ed è quello che ha sofferto di più il drammatico epilogo delle misure di contenimento della pandemia da COVID-19 che hanno, di fatto, azzerato i movimenti turistici soprattutto nel periodo a cavallo tra il primo e il secondo trimestre del 2020.

Nel 2021, in base ai dati dell'Assessorato al Turismo della Regione, l'Abruzzo ha fatto registrare una ripresa dei movimenti. Dopo la battuta d'arresto, l'economia turistica è tornata a crescere e si sono registrate 5.197.765 unità, ovvero il 30% in più del 2020 quando si sono registrati 4.012.792 di pernottamenti.

L'incremento, però, anche se positivo, non è riuscito a compensare del tutto le perdite. Rispetto al 2019 si è dovuto segnalare la persistenza di un dislivello delle presenze del 16% in gran parte dovuto agli effetti delle misure restrittive che hanno penalizzato, in particolare, il movimento turistico dei primi due mesi quando, la contrazione, ha registrato, rispetto al 2020, un vertiginoso calo del 74%.

Per conoscere le prospettive e porre le basi dello sviluppo occorre partire da un'analisi di lungo corso per comprendere le dinamiche e intercettare le traiettorie di sviluppo.

L'analisi dell'indice di variazione delle presenze rispetto all'anno precedente (figura 1) evidenzia un comportamento, inizialmente, divergente e successivamente in progressivo allineamento al dato nazionale. Gli effetti dell'ondata di crisi economica del periodo 2012-2013 hanno avuto, nella regione, un impatto decisamente più negativo e più incisivo rispetto al dato nazionale rallentando di molto la ripresa che, anzi, nel 2014 ha fatto registrare una caduta di nove punti percentuali, in controtendenza al dato nazionale. La ripresa tardiva è dovuta anche al fatto che gli effetti della crisi si sono cumulati con quelli del terremoto.

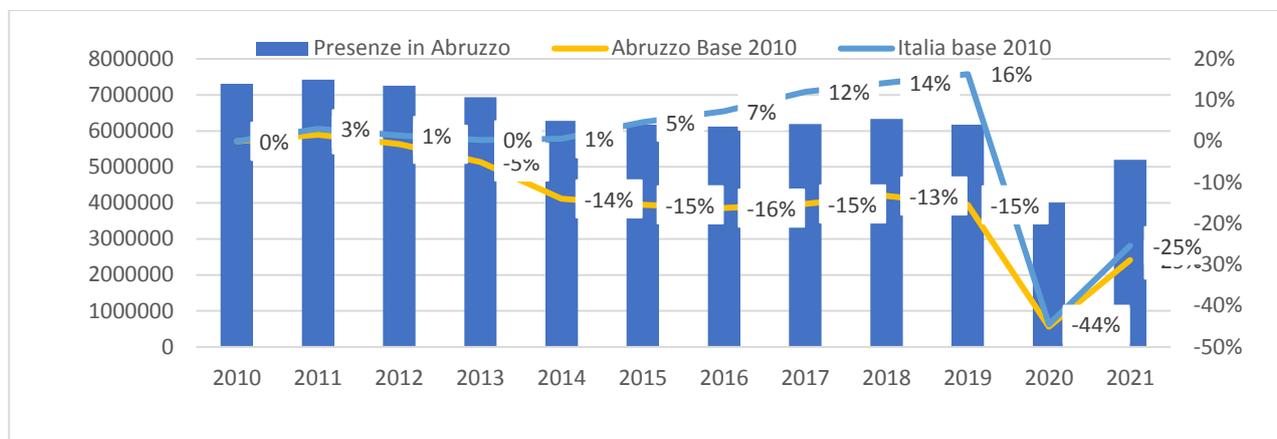


Figura 1. Gli istogrammi riportano lo stock delle presenze in Abruzzo per anni dal 2010 al 2021. Sull'asse secondario vengono riportati gli indici di variazione delle presenze in Abruzzo e in Italia per lo stesso periodo

Nel 2020, a causa degli effetti restrittivi, l'indice, rispetto al 2019, è scivolato a quota -35%, risultato, comunque, più contenuto rispetto al valore di -52% registrato a livello Nazionale e dovuto al minor peso che la componente straniera rappresenta in Abruzzo. Nel 2021 la ripresa ha portato l'indice a crescere anche se di quattro punti percentuali in meno rispetto al dato macroeconomico che è risultato pari al 34%

L'analisi degli indici a base 2010 permette di approfondire le conseguenze delle dinamiche negative che si sono susseguite. Dal 2014 le presenze, seppure in lenta ripresa, si sono contratte, mediamente, del 15%, rispetto al 2010, con la perdita di circa un milione di pernottamenti all'anno in controtendenza al dato Nazionale che mostra una dinamica opposta e in crescita, mediamente, del 9% con un incremento dell'indice a quota 16% nel 2020 (figura 2).

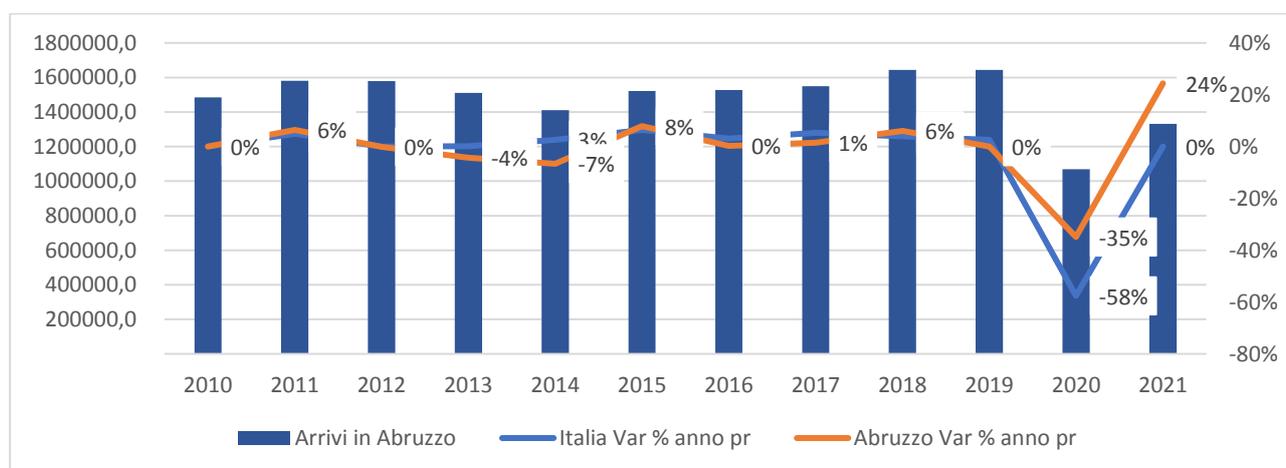


Figura 2 Dinamica delle presenze. Gli istogrammi riportano lo stock delle presenze nel periodo 2010-2021. Sull'asse secondario gli indici di variazione Italia e Abruzzo con il 2010 anno base.



Gli arrivi in Abruzzo nel 2021, in base ai dati dell'Assessorato al Turismo della Regione, sono 1.330.887 il 24% in più rispetto al 2020 ma il 19% in meno rispetto al 2019.

L'analisi di lungo corso (Figura 3) rivela che, nel decennio 2010 - 2019, gli arrivi oscillano tra 1.4 MI e 1.6MI con una punta minima e una punta massima, rispettivamente, nel 2014 e nel 2019

Dal 2015, fino al 2019, l'indice di variazione degli arrivi rispetto all'anno precedente, mostra un andamento altalenante, in controtendenza al dato nazionale in continua crescita. Dal 2012 al 2014 l'incremento annuo degli arrivi nella regione è negativo fino a toccare il -7% nel 2014, mentre, a livello nazionale, nello stesso anno, si registra un incremento del 4%. Occorre aspettare il 2019 perché gli effetti delle crisi vengano, in parte, riassorbiti e perché gli arrivi tornino a superare la soglia di 1.6 MI.

La capacità di resilienza viene messa a dura prova nel 2021 quando, a seguito della pandemia che ha precipitato gli arrivi a quota - 35%, l'Abruzzo registra il 24% in più degli arrivi, favorito anche da una nuova tendenza del profilo del viaggiatore più attento a luoghi aperti e distanziati dove vivere un'esperienza naturalistica (figura. 3)

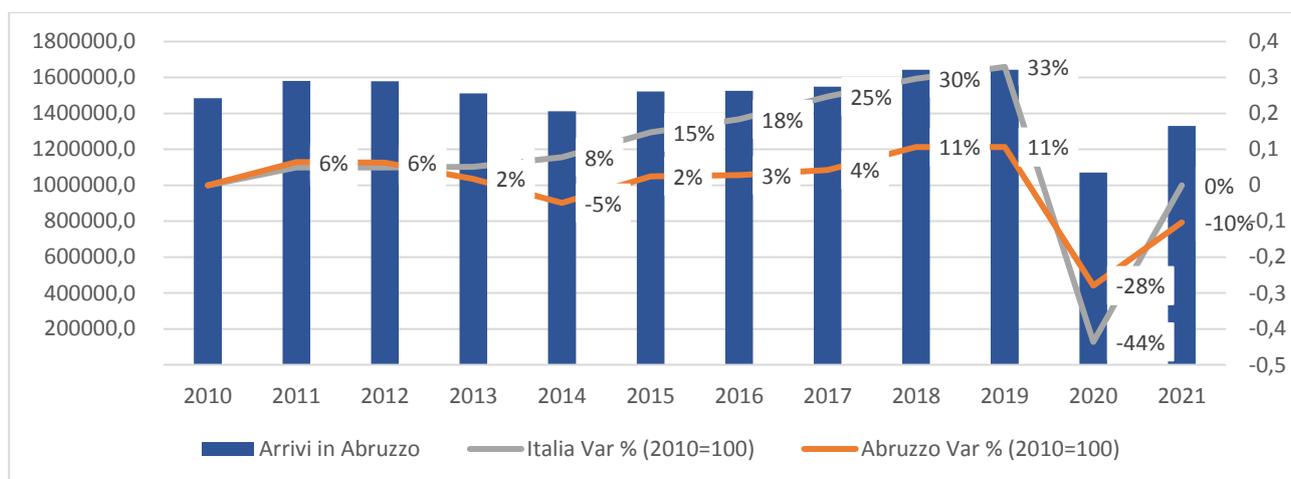


Figura 3 Gli istogrammi rappresentano lo stock degli arrivi osservato dal 2010 al 2021. Sull'asse secondario vengono riportati gli indici di variazione in Italia e in Abruzzo nello stesso periodo di tempo.

L'analisi degli indici base evidenzia ancora di più l'andamento ondulatorio che ha portato gli arrivi nel 2018 ad un incremento dell'11% rispetto al 2010, ovvero tre volte meno del dato nazionale.

In generale, nel periodo 2011 – 2019, il bilancio è, comunque, positivo e pari a 22.000 unità

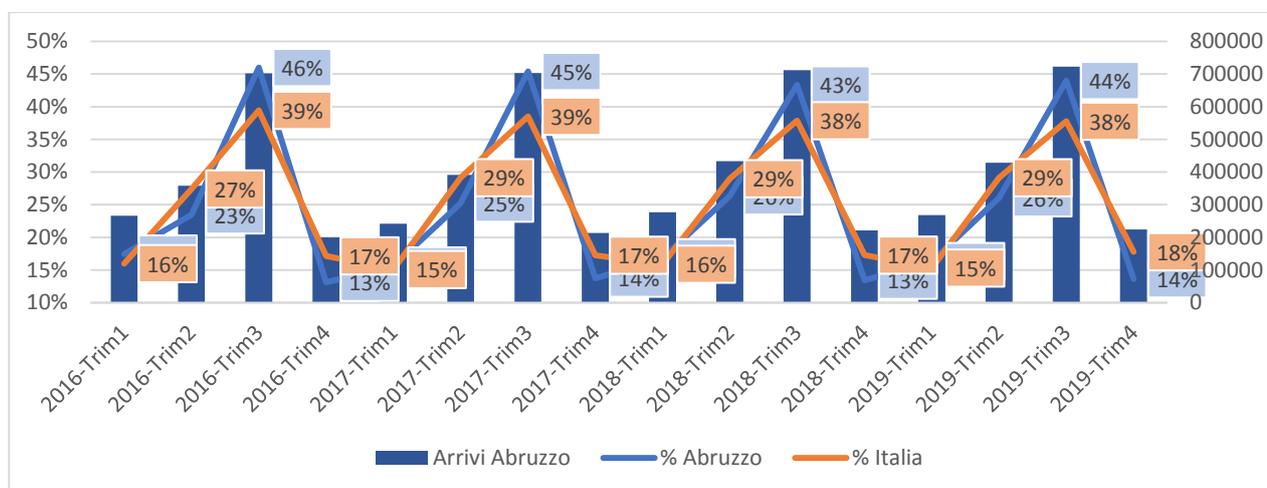


Figura 4 Dinamica degli arrivi. Gli istogrammi riportano lo stock degli arrivi nel periodo 2010-2021. Sull'asse secondario gli indici di variazione Italia e Abruzzo rispetto al 2010 come anno base.

Un impulso positivo viene dall'Aeroporto d'Abruzzo che, nell'ultima decade, secondo i dati riportati da Assoaeroporti, ha visto incrementare il numero di passeggeri del 52% , passando da 461.000 unità del 2010 a 703.386 del 2019. Sempre con riferimento alla struttura aeroportuale, il dato del 2021, conteggia 381.241 unità e denota una crescita del 20% rispetto al 2020, anche se il dato risulta ancora inferiore del 45% rispetto al 2019.

L'analisi della domanda di lungo periodo viene completata da considerazioni strutturali, in termini di stagionalità e localizzazione.

In media, nel periodo 2016-2019, il 44% degli afflussi, pari a circa 700.000 unità, si concentra nel terzo trimestre evidenziando una forte componente stagionale superiore del 6% rispetto al dato Nazionale. (Figura 4)

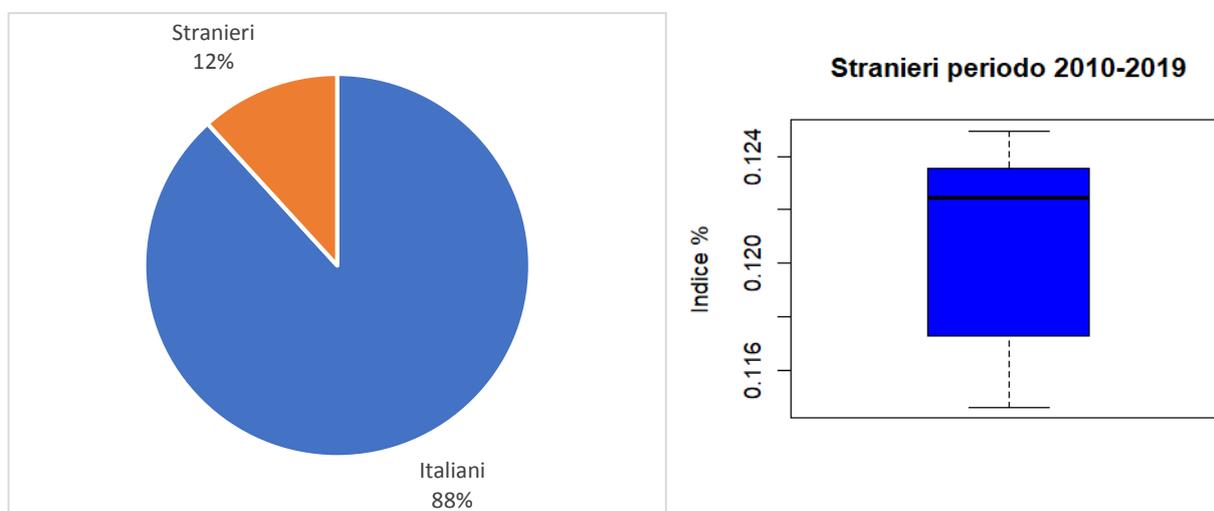


Figura 5 Dinamica della stagionalità in Abruzzo. Gli istogrammi riportano lo stock degli arrivi per trimestri dal 2019 al 2019. Sull'asse secondario le incidenze percentuali del trimestre sul totale anno corrispondente per Abruzzo e Italia.

L'analisi territoriale mostra che Teramo è la provincia in cui la ripartenza è stata più decisa. Nel 2021 si registrano i valori più alti sia in termini assoluti con 503.762 arrivi, sia in termini incrementali con il 37% rispetto all'anno precedente. Un incremento che ha fatto lievitare di quattro punti percentuali l'incidenza del turismo sulla provincia, passato dal 34% al 38% (Tabella 1). Anche Chieti e Pescara fanno registrare incrementi positivi, rispettivamente del 30% e del 32% rispetto al 2020. Incrementi che portano a migliorare, anche se di un solo punto percentuale, il peso del turismo nella provincia teatina cosa che, invece, non accade nella provincia di Pescara dove l'incidenza turistica è passata dal 23% al 21%. Infine L'Aquila è l'unica provincia che presenta una variazione negativa dell'1% registrando 288.199 arrivi, contro i 291.755 dell'anno precedente. Una contrazione che erode il potere attrattivo di due punti percentuali: rispetto al 2016 il peso della provincia aquilana passa dal 24% al 22%

Anno	Chieti	L'Aquila	Pescara	Teramo	Totale
------	--------	----------	---------	--------	--------



	v.a	%	v.a	%	v.a	%	v.a	%	v.a
2016	284.147	19%	358.748	24%	349.787	23%	533.770	35%	1.526.452
2017	299.397	19%	345.654	22%	352.798	23%	550.804	36%	1.548.653
2018	307.379	19%	388.955	24%	381.492	23%	565.261	34%	1.643.087
2019	299.570	18%	403.761	25%	377.066	23%	562.769	34%	1.643.166
2020	199.005	19%	291.755	27%	211.614	20%	367.493	34%	1.069.867
2021	263.010	20%	288.199	22%	275.916	21%	503.762	38%	1.330.887
Variazioni rispetto anno precedente									
2017	5%		-4%		1%		3%		1%
2018	3%		13%		8%		3%		6%
2019	-3%		4%		-1%		0%		0%
2020	-34%		-28%		-44%		-35%		-35%
2021	32%		-1%		30%		37%		24%

Tabella 1 Arrivi in Abruzzo per provincia nel periodo 2019-2021 e indici di variazione rispetto all'anno precedente

Se confrontiamo il dato rispetto al 2019, il quadro che ne deriva evidenzia come gli incrementi siano stati significativi ma non sufficienti e tali da riuscire a compensare il gap rispetto al periodo pre covid.

	2021	2019	Var 2021/2019
Chieti	263.010	299.570	-14%
L'Aquila	288.199	403.761	-40%
Pescara	275.916	377.066	-37%
Teramo	503.762	562.769	-12%
Abruzzo	1.330.887	1.643.166	-23%

Tabella 2 Ripartizione degli arrivi in Abruzzo per provincia nel periodo 2021 e 2019 e relativa variazione percentuale



In questo scenario Teramo e Chieti registrano scollamenti minori e pari, rispettivamente, a -12% e -14%. Pescara e L'Aquila sono quelle che hanno risentito maggiormente con divari di -37% e -40%.

3.1.2 - Focus sul biennio della pandemia COVID-19

Il 2021 è un anno decisivo per la ripartenza del movimento turistico in Abruzzo. Grazie agli effetti positivi del piano vaccinale, presentato dal ministro della Salute al Parlamento il 2 dicembre 2020 ed entrato a pieno regime a gennaio 2021, in Abruzzo gli arrivi tornano a crescere.

Nel 2021 la regione conta 1.330.887 arrivi, il 24% in più rispetto al 2020 anche se, il saldo, rispetto al 2019, rimane ancora negativo e pari a -19%.

La dinamica dei movimenti nei periodi pandemici mostra andamenti contrapposti. Ad un calo vertiginoso degli arrivi avutosi tra gennaio e febbraio che sono passati da 173.704 del 2020 a 43.061 del 2021 portando l'indice a -75%, si contrappone una decisa ripresa che ha caratterizzato tutta la seconda metà del 2021 e che, nei mesi estivi, ha fatto registrare 974.135 arrivi portando a superare del 4% l'indice pre-covid riferito al 2019. Se si esclude il decremento registrato nei primi due mesi e dovuto agli effetti delle prime misure restrittive (lockdown) entrate in vigore in tutta Italia a febbraio 2020, il 2021 si caratterizza per una decisa ripresa degli arrivi su tutti e tre i periodi pandemici (figura 11).

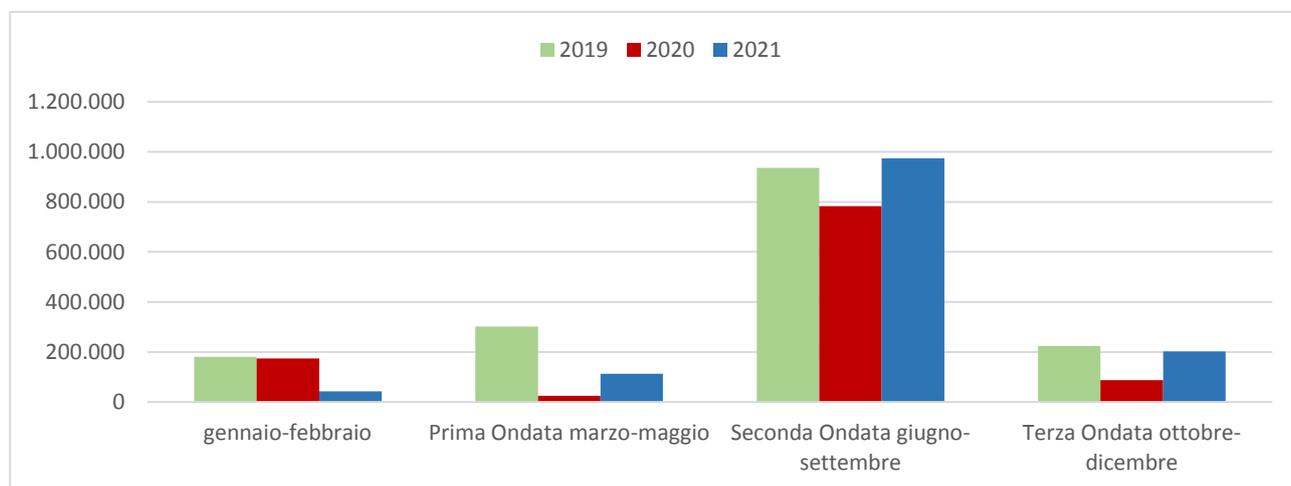


Figura 11 Dinamica degli arrivi in Abruzzo tra il 2019 e il 2021 rispetto al periodo relativo alle tre ondate

La ripartenza del movimento turistico viene evidenziata soprattutto nel periodo compreso tra marzo e maggio, denominata "prima ondata". Rispetto a questo periodo, nel 2021, vengono registrate 112.182 arrivi, il 351% in più rispetto al 2020 anche se il 63% in meno rispetto al 2019 (tabella 4).

Il trend positivo viene confermato nel periodo della seconda ondata che fa riferimento ai mesi compresi tra giugno e settembre. In questo periodo, nel 2021, vengono registrati 974.135 arrivi, il



24% in più rispetto al 2020 e, addirittura, il 4% in più rispetto allo stesso periodo del 2019.

	Italia	Abruzzo	L'Aquila	Teramo	Pescara	Chieti	
	2020						
gennaio-febbraio	12.171.240	173.704	91.754	18.851	39.025	24.074	
Prima Ondata: marzo-maggio	1.405.697	24.870	9.287	3.820	6.295	5.468	
Seconda ondata: giugno-settembre	36.152.861	783.625	170.433	328.180	137.515	147.497	
Terza Ondata: ottobre-dicembre	5.972.340	87.668	20.281	16.642	28.779	21.966	
intero anno	55.702.138	1.069.867	291.755	367.493	211.614	199.005	
	2021						
gennaio-febbraio	2.511.506	43.061	9.708	8.752	13.308	11.293	
Prima Ondata: marzo-maggio	6.237.633	112.182	23.588	29.774	33.234	25.586	
Seconda ondata: giugno-settembre	49.027.929	974.135	188.199	433.011	167.656	185.269	
Terza Ondata: ottobre-dicembre	16.098.212	201.509	66.704	32.225	61.718	40.862	
intero anno	73.875.280	1.330.887	288.199	503.762	275.916	263.010	
	Var % 2021 vs 2020						
gennaio-febbraio	-79%	-75%	-89%	-54%	-66%	-53%	
Prima Ondata: marzo-maggio	344%	351%	154%	679%	428%	368%	
Seconda ondata: giugno-settembre	36%	24%	10%	32%	22%	26%	
Terza Ondata: ottobre-dicembre	170%	130%	229%	94%	114%	86%	
intero anno	33%	24%	-1%	37%	30%	32%	
	Var % 2021 vs 2019						
gennaio-febbraio	-79%	-76%	-90%	-50%	-65%	-55%	
Prima Ondata: marzo-maggio	-79%	-63%	-71%	-59%	-61%	-58%	
Seconda ondata: giugno-settembre	-25%	4%	18%	0%	-4%	10%	



Terza Ondata: ottobre-dicembre	-31%	-10%	4%	-18%	-20%	-7%	
intero anno	-44%	-19%	-29%	-10%	-27%	-12%	

Tabella 4 Dinamica degli arrivi in Abruzzo per provincia tra il 2019 e il 2021 rispetto al periodo relativo alle tre ondate.

Nel periodo della terza ondata, compreso tra i mesi di ottobre e dicembre, nel 2021 vengono registrati 201.509 arrivi, il 130% in più rispetto al 2020 come conseguenza della riapertura degli impianti sciistici che porta il dato ad allinearsi rispetto a quello del 2019, anche se con un distacco di -10%.

Il dato è in linea con la tendenza nazionale. Tra gennaio e febbraio in Abruzzo si registrano -75% degli arrivi, il 4% in più rispetto al dato macroeconomico. Anche nel periodo della prima ondata, nella regione, si assistono ad incrementi di arrivi superiori. Tendenza che si inverte nella seconda e terza ondata quando gli arrivi crescono ma meno che a livello nazionale e questo è dovuto al minor peso che la componente estera rappresenta in Abruzzo.

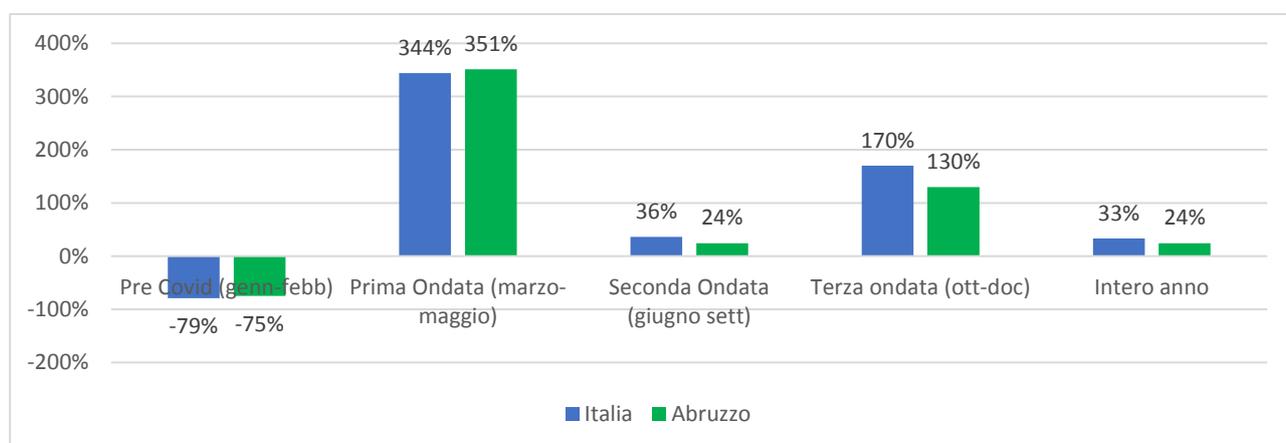


Figura 12 Indici di variazione degli arrivi registrati nel 2021 rispetto al 2020 in Italia e in Abruzzo rispetto alle ondate pandemiche.

A livello territoriale Teramo è la provincia che guida la ripresa facendo registrare il miglior risultato regionale con 503.762 arrivi, ovvero, il 37% in più rispetto all'anno precedente riducendo il gap a -10% rispetto al 2019.

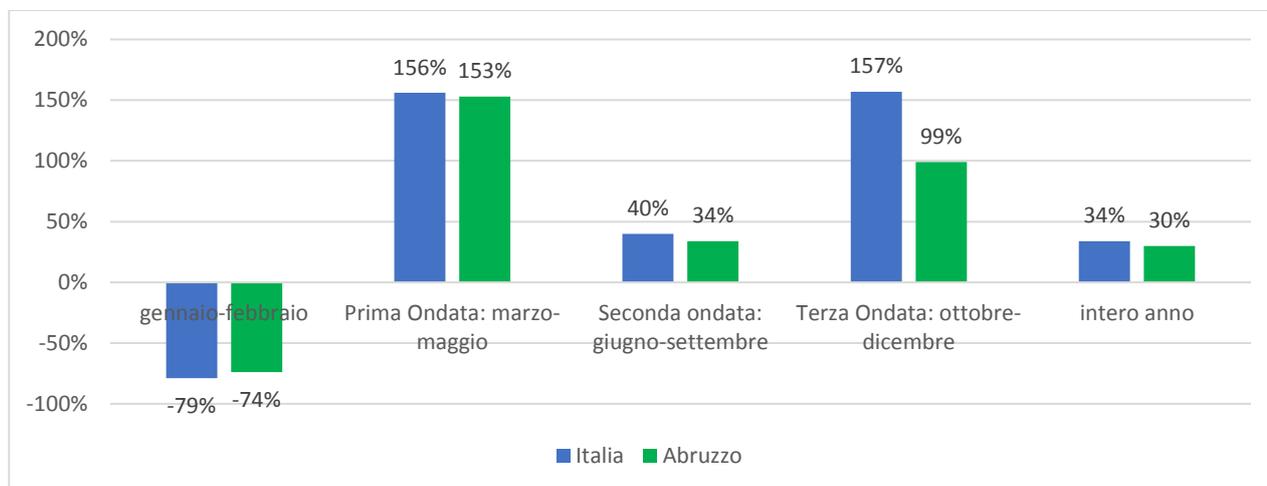


Figura 13 Arrivi in Abruzzo nel 2021 per Provincia in relazione al periodo delle tre ondate pandemiche.

L'Aquila, invece, è l'unica provincia che nel 2021 chiude con un saldo negativo pari all'1% facendo registrare 288.199 arrivi leggermente inferiori alle 291.755 unità del 2020. La peggior performance è dovuta al fatto che la provincia ha risentito più delle altre della chiusura degli impianti sciistici della prima parte dell'anno quando erano ancora attive le norme di contenimento COVID. Il risultato negativo non è stato compensato dalle migliori performance relative al periodo della seconda e terza ondata quando sono state registrati, rispettivamente, 188.199 e 66.704 arrivi, pari, a più 10% e più 229% rispetto al 2020 e, più 18% e più 4% se confrontati con il 2019

Subito dopo Teramo, Chieti nel 2021 fa registrare 263.010 arrivi, ovvero il 32% in più rispetto al 2010 e il 12% in meno rispetto al 2019. Come per la provincia aquilana, anche per la provincia teatina, la chiusura degli impianti sciistici nella prima parte del 2021 ha comportato una contrazione degli arrivi di oltre il 50% anche se, in questo caso, il dato negativo dei primi mesi è stato compensato dalla ripresa del turismo costiero nel periodo giugno – settembre che si è sommato alla riapertura degli impianti sciistici nel periodo ottobre-dicembre e hanno registrato incrementi, rispettivamente, del 26% e dell'86%.

Quasi a pari merito con Chieti, troviamo la provincia di Pescara che, nel 2021, registra 275.916 unità, il 30% in più rispetto al 2020 e il 27% in meno rispetto al 2019. Nel 2021, tranne che per i primi mesi, il dato provinciale mostra incrementi positivi rispetto a tutti e tre i periodi della pandemia. Tuttavia, rispetto ai risultati delle altre province, se compariamo il dato al 2019, emerge il peggior risultato con decrementi pari a -4% e -20% a testimonianza di una minore capacità attrattiva del territorio rispetto al periodo pre covid.

Anche le presenze registrano una dinamica positiva in linea con gli arrivi. Nel 2021 in Abruzzo si contano 5.197.765 presenze, il 30% in più rispetto all'anno precedente e il 4% in meno rispetto al trend nazionale.

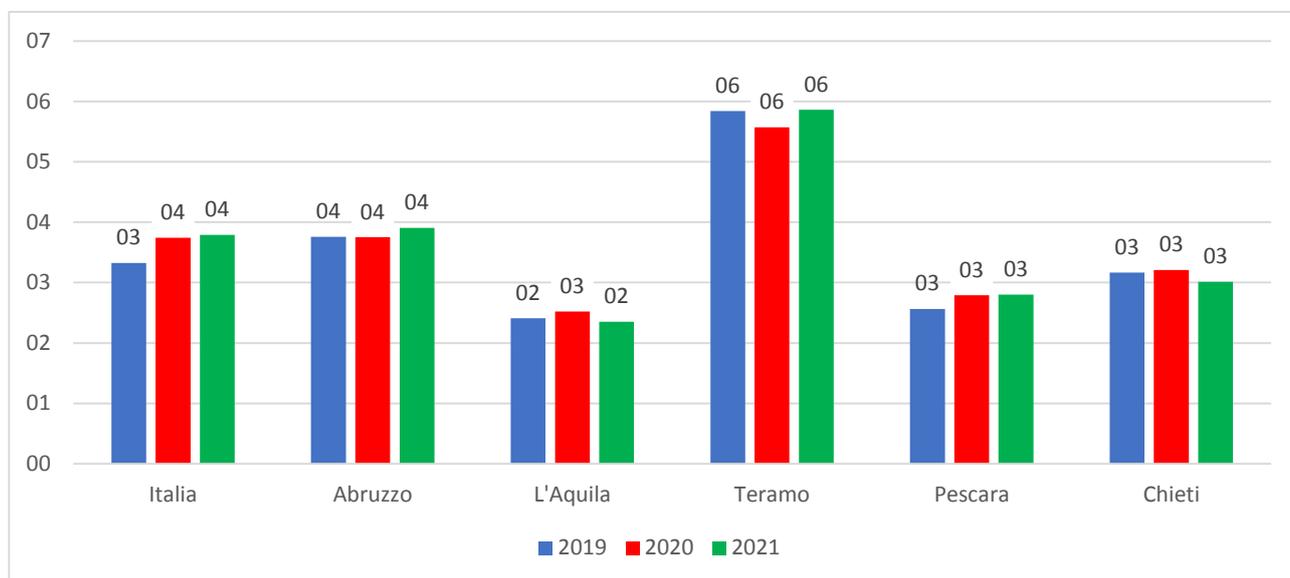


Figura 14 Indici di variazione delle presenze registrate nel 2021 rispetto al 2020 in Italia e in Abruzzo rispetto alle ondate pandemiche.

Nel periodo gennaio febbraio il dato segna una contrazione di -74%, risultato più contenuto di cinque punti rispetto al dato nazionale che scivola a quota -79%. Durante la prima e seconda ondata il dato appare in linea con quello nazionale mentre, in riferimento alla terza ondata, il gap aumenta in maniera significativa.

A livello regionale, tra ottobre e dicembre, nel 2021 si registra il 99% in più delle presenze mentre, a livello nazionale, la variazione è superiore di circa 60 punti percentuali attestandosi al 157% in più rispetto al 2020 ed evidenzia il problema strutturale del turismo abruzzese caratterizzato, per lo più, da italiani con un'incidenza di spesa inferiore alla media.

A livello territoriale, così come per gli arrivi, anche per le presenze Teramo si conferma alla guida della ripresa del movimento turistico con 2.954.125 presenze, ovvero, il 44% in più rispetto al 2020 e il -10% rispetto al 2019 (tabella 5)

	Italia	Abruzzo	L'Aquila	Teramo	Pescara	Chieti
	2020					
gennaio-febbraio	35.755.189	399.219	219.987	54.038	75.127	50.067
Prima Ondata: marzo-maggio	7.476.822	98.533	28.060	32.773	22.459	15.241



Seconda ondata: giugno-settembre	146.532.382	3.306.523	446.754	1.900.133	437.400	522.236
Terza Ondata: ottobre-dicembre	18.682.692	208.517	41.198	60.923	55.759	50.637
intero anno	208.447.085	4.012.792	735.999	2.047.867	590.745	638.181
	2021					
gennaio-febbraio	7.484.090	102.864	21.932	29.047	26.040	25.845
Prima Ondata: marzo-maggio	19.115.892	249.369	49.129	81.252	62.130	56.858
Seconda ondata: giugno-settembre	205.569.439	4.430.051	481.441	2.746.925	574.469	627.216
Terza Ondata: ottobre-dicembre	48.018.114	415.481	125.431	96.901	110.219	82.930
intero anno	280.187.535	5.197.765	677.933	2.954.125	772.858	792.849
	Var % 2021 vs 2020					
gennaio-febbraio	-79%	-74%	-90%	-46%	-65%	-48%
Prima Ondata: marzo-maggio	156%	153%	75%	148%	177%	273%
Seconda ondata: giugno-settembre	40%	34%	8%	45%	31%	20%
Terza Ondata: ottobre-dicembre	157%	99%	204%	59%	98%	64%
intero anno	34%	30%	-8%	44%	31%	24%
	Var % 2021 vs 2020					
gennaio-febbraio	-79%	-75%	-91%	-44%	-60%	-61%
Prima Ondata: marzo-maggio	-76%	-62%	-71%	-59%	-58%	-58%
Seconda ondata: giugno-settembre	-21%	-4%	10%	-6%	-5%	-6%
Terza Ondata: ottobre-dicembre	-20%	-11%	-4%	-7%	-27%	1%
intero anno	-36%	-16%	-30%	-10%	-20%	-16%

Tabella 5 Dinamica delle presenze in Abruzzo per provincia tra il 2019 e il 2021 rispetto al periodo relativo alle tre ondate

L'Aquila conferma essere l'unica provincia che chiude con un saldo negativo pari a -8%, mentre le province di Pescara e Chieti mostrano indici positivi, rispettivamente del 31% e del 24%.

Se si rapporta il valore delle presenze a quello degli arrivi si ottiene il numero medio di



pernottamenti. In Abruzzo il dato è migliore, anche se di poco, rispetto sia al dato nazionale e sia a quello dell'anno precedente.

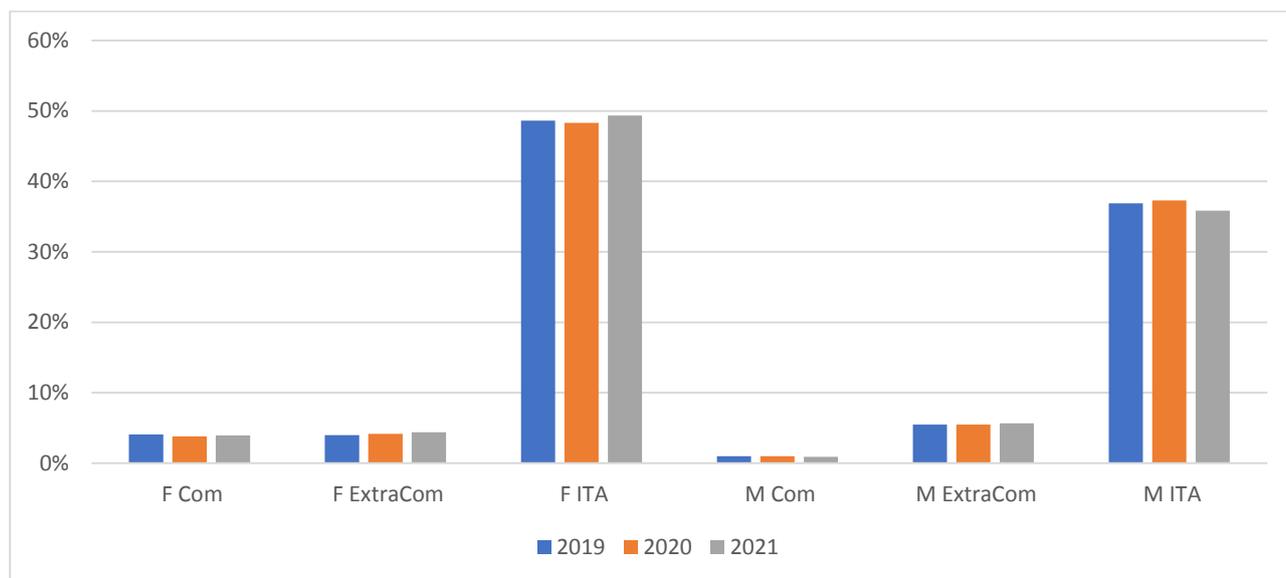


Figura 15 Numero medio di pernottamenti in Italia, in Abruzzo e nelle singole province nel periodo 2019-2021

Anche in questo caso Teramo è la provincia che mostra il numero medio di pernottamenti pro capite più elevati con quota 5,9 superiore al valore del 2020 che poneva l'indicatore a quota 5,6. Seguono Chieti, Pescara e L'Aquila con valori rispettivamente pari a 3,0, 2,8 e 2,4 notti.

3.1.3 - Provenienza dei turisti italiani e stranieri.

Il 2021 fa registrare la ripresa dei flussi turistici dall'estero. Sono 112.731, l'87% in più rispetto all'anno precedente ma il 41% in meno rispetto al 2019. Il tracollo dei movimenti internazionali ha portato l'incidenza della componente estera a cadere ai minimi mai registrati nell'ultimo ventennio e pari all'8,5%.

Storicamente, in Abruzzo, gli stranieri non hanno mai avuto un'incidenza molto elevata. La regione, infatti, è al 16° posto in termini di capacità attrattiva della domanda estera. Nel 2019 gli Italiani rappresentano l'88% degli arrivi, mentre, la restante parte, pari al 12% è data dagli stranieri. Il peso di quest'ultima componente nel decennio 2010-2019 è rimasta piuttosto costante ed è oscillata tra l'11,5% e il 12,5% (figura 6).

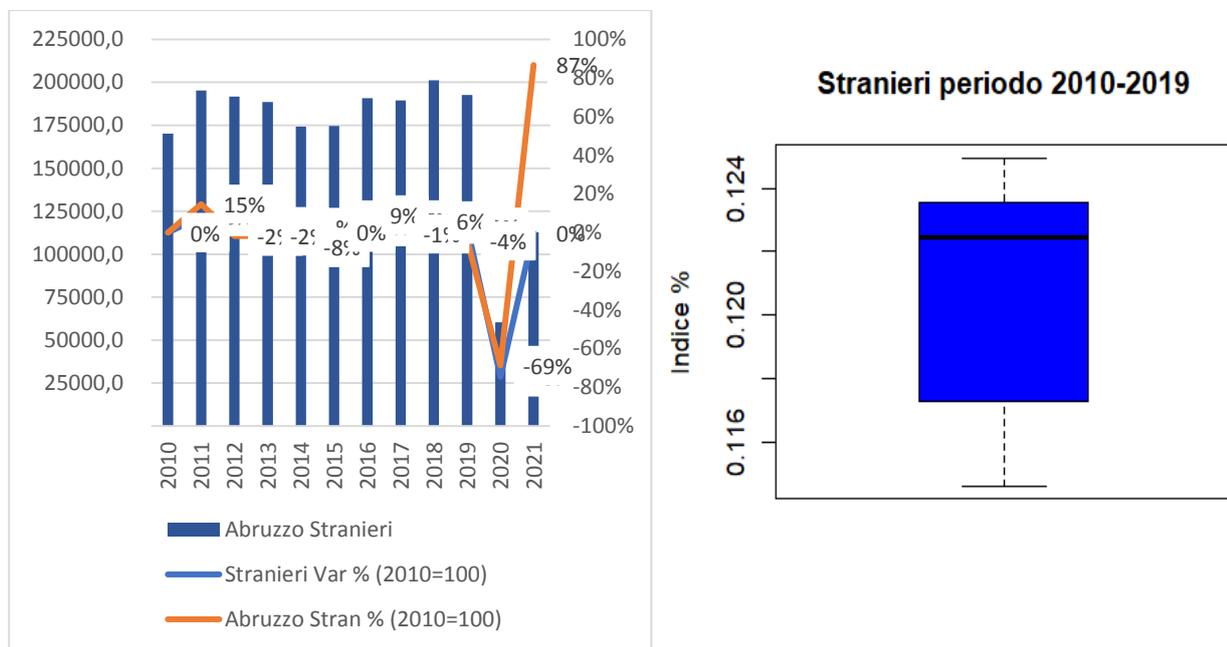


Figura 6 Composizione della domanda turistica tra italiani e stranieri e Box Plot raffigurante la variabilità dell'incidenza estera sul totale nel periodo 2010-2019

Nel 2019, anno pre-covid, gli stranieri sono 192.703, il 4% in meno rispetto all'anno precedente e in controtendenza rispetto al dato Nazionale che, nello stesso periodo, fa registrare un incremento del 3%. (Figura 7).

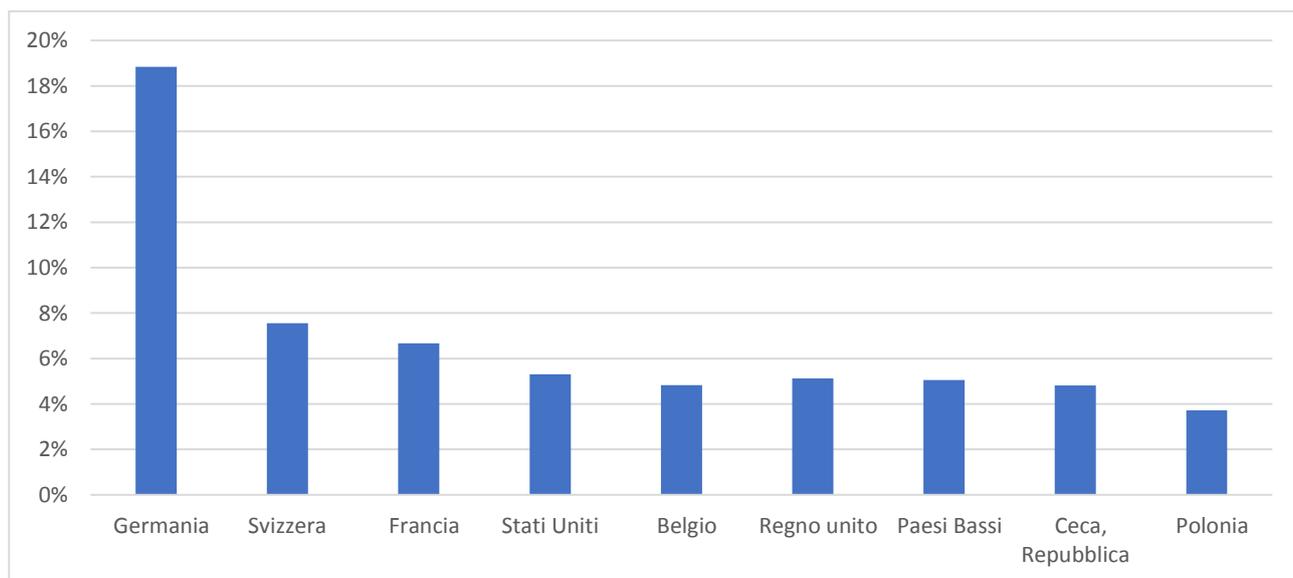




Figura 7 Dinamica degli arrivi degli stranieri. Gli istogrammi riportano lo stock degli arrivi della componente estera nel periodo 2010-2021. Sull'asse secondario gli indici di variazione Italia e Abruzzo rispetto all'anno precedente

La domanda estera, nel decennio 2010-2019, è prevalentemente Tedesca e rappresenta il 19% del totale.

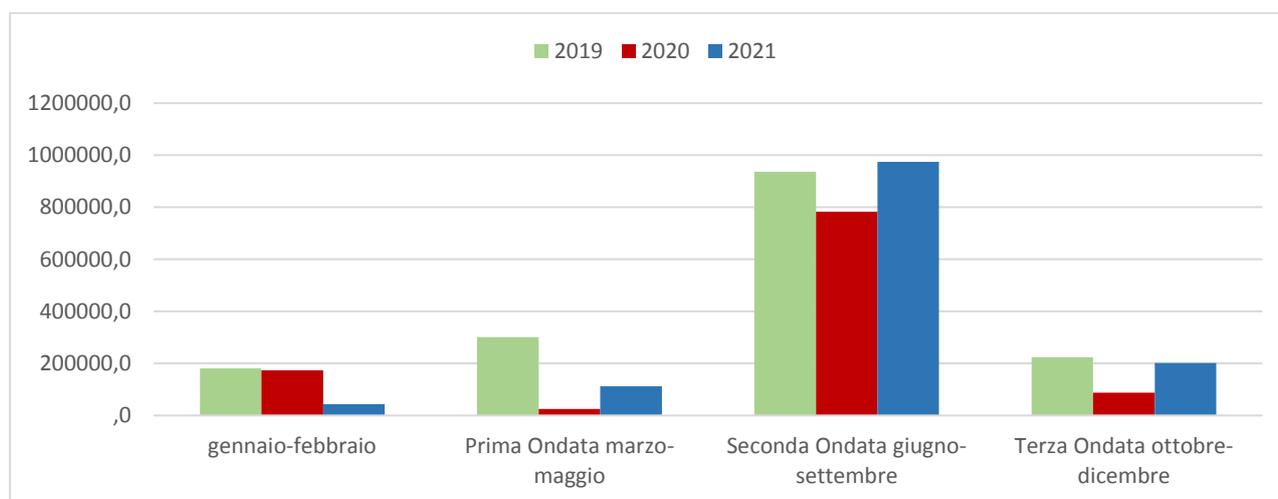


Figura 8

Al secondo posto (Tabella 3), ad oltre dieci punti percentuali di distacco, ci sono i residenti in Svizzera che si attestano a quota 8% con 14.641 arrivi, pari al 13% del totale, il 70% in più rispetto al 2020 e il 4% in meno rispetto al 2019. Seguono: Francia, Stati Uniti, Belgio, Regno Unito, Paesi Bassi, Repubblica Ceca e Polonia e Russia che rappresentano quote comprese tra il 7% e il 4% del totale. Nel 2021, complessivamente, gli arrivi da questi Paesi delineano il 73% della domanda turistica estera.

Paese	2019		2020		2021		2020 vs 2019	2021 vs 2019
	v.a	%	v.a	%	v.a	%		
Germania	34.798	18%	14.604	24%	28.426	25%	95%	-18%
Svizzera	15.198	8%	8.606	14%	14.641	13%	70%	-4%
Francia	12.897	7%	4.520	7%	9.047	8%	100%	-30%
Stati Uniti	11.549	6%	1.235	2%	3.688	3%	199%	-68%



Belgio	10.360	5%	3.968	7%	7.551	7%	90%	-27%
Regno Unito	9.371	5%	3.017	5%	2.306	2%	-24%	-75%
Paesi Bassi	8.990	5%	3.210	5%	5.856	5%	82%	-35%
Ceca, Repubblica	8.573	4%	967	2%	4.267	4%	341%	-50%
Polonia	8.081	4%	1.492	2%	4.446	4%	198%	-45%
Russia	4.214	2%	681	1%	900	1%	32%	-79%
Ucraina	-	-	-	-	1.112	1%		
Totale	192.703	64%	60.372	70%	112.731	73%		

Tabella 3. Dinamica degli arrivi per Paese di provenienza della domanda estera nel periodo 2019-2021 e indici di variazione del 2021 vs 2020 e del 2021 vs 2019

Un doveroso focus va alla dinamica relativa agli arrivi dalla Russia e dall'Ucraina. Nel 2021 si registrano 900 Russi pari all'1% del totale, il 32% in più rispetto all'anno precedente ma il 79% in meno rispetto al 2019. I residenti Ucraini sono 1.112 unità, pari all'1% del totale e, secondo l'Istat, appaiono solo nel 2021 e non negli anni precedenti.

La componente italiana, nel 2021, rappresenta l'85% del totale, in crescita di due punti rispetto all'anno precedente e di tre rispetto al 2019. Nel 2021 l'85% proviene da 8 regioni che fanno riferimento, rispettivamente, a Lazio con il 24%, Lombardia con il 13%, Campania e Abruzzo con quote pari all'11%. Segue la Puglia con il 9%, Emilia-Romagna con il 6% e Veneto e Piemonte che si assestano, rispettivamente, a quota 5% e 4% (tabella 4).

Paese	2019		2020		2021		2021 vs 2020	2021 vs 2019
	v.a	%	v.a	%	v.a	%		
Lazio	343.130	24%	241.063	24%	262.093	22%	9%	-24%
Lombardia	186.423	13%	132.714	13%	189.693	16%	43%	2%
Campania	163.654	11%	114.151	11%	117.504	10%	3%	-28%
Abruzzo	156.749	11%	104.822	10%	129.450	11%	23%	-17%
Puglia	129.684	9%	81.727	8%	90.583	7%	11%	-30%



Emilia-Romagna	91.755	6%	70.830	7%	89.525	7%	26%	-2%
Veneto	67.218	5%	48.773	5%	66.228	5%	36%	-1%
Piemonte	52.536	4%	39.296	4%	90.583	7%	131%	72%
Totale arrivi Italiani	1.450.463	82%	1.009.495	83%	1218156	85%	21%	-16%

Tabella 4 Dinamica degli arrivi degli italiani per regione di residenza nel periodo 2019-2021 e indici di variazione del 2021 vs 2020 e del 2021 vs 2019

Nel 2021, rispetto all'anno precedente, tutti i saldi sono positivi. Si va da un minimo del 3% della Campania a un + 131% dal Piemonte. Quest'ultima, insieme alla Lombardia, è l'unica regione che registra variazioni positive anche rispetto al 2019 con quote, rispettivamente, del 2% e del 72%.

3.1.4 - Focus su arrivi in aereo.

Un'ultima considerazione proviene dai dati forniti dall'Aeroporto d'Abruzzo. L'indagine eseguita dall'Ente Saga, gestore aeroportuale, è stata realizzata tra settembre e ottobre 2019 su un campione di 2.200 soggetti in partenza. A ciascuno è stato somministrato un questionario finalizzato a rilevare il profilo del passeggero.

Seppure l'indagine sia stata effettuata a cavallo di due trimestri e, di conseguenza, non permette una fotografia complessiva della dinamica dei flussi in arrivo, è possibile trarre qualche interessante informazione che, per la dimensione campionaria, riesce comunque a fornire uno spaccato piuttosto significativo del fenomeno oggetto di interesse estendibile, con i dovuti riguardi, al totale annuo.

In particolare, dalla ricerca si evince che, nel periodo in questione, circa il 55% del transito attiene a persone che rientrano presso la loro residenza dopo aver pernottato nella Regione. Questo dato caratterizza l'incoming e misura la capacità attrattiva della nostra regione attraverso il suo Aeroporto.

La composizione dello stock è simile a quella dell'intera Regione Abruzzo.

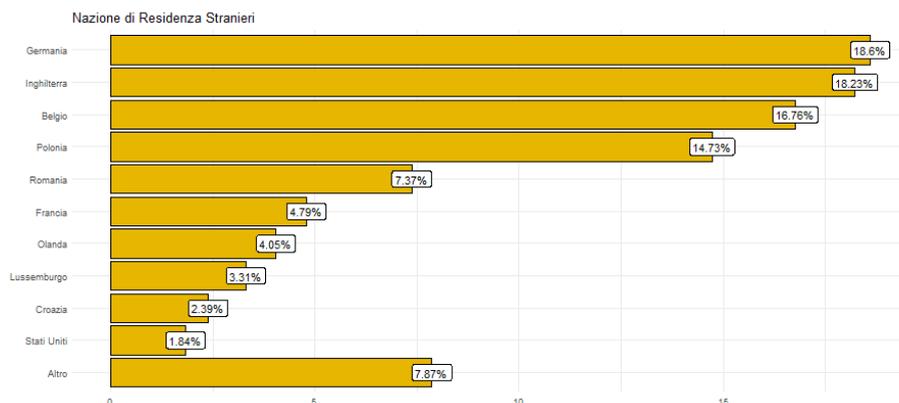


Figura 9 Paese di provenienza degli arrivi della componente estera dall'Aeroporto d'Abruzzo

Le più importanti provenienze fanno riferimento a Germania, Inghilterra, Belgio e Polonia che, globalmente, rappresentano, circa, il 70% del totale.

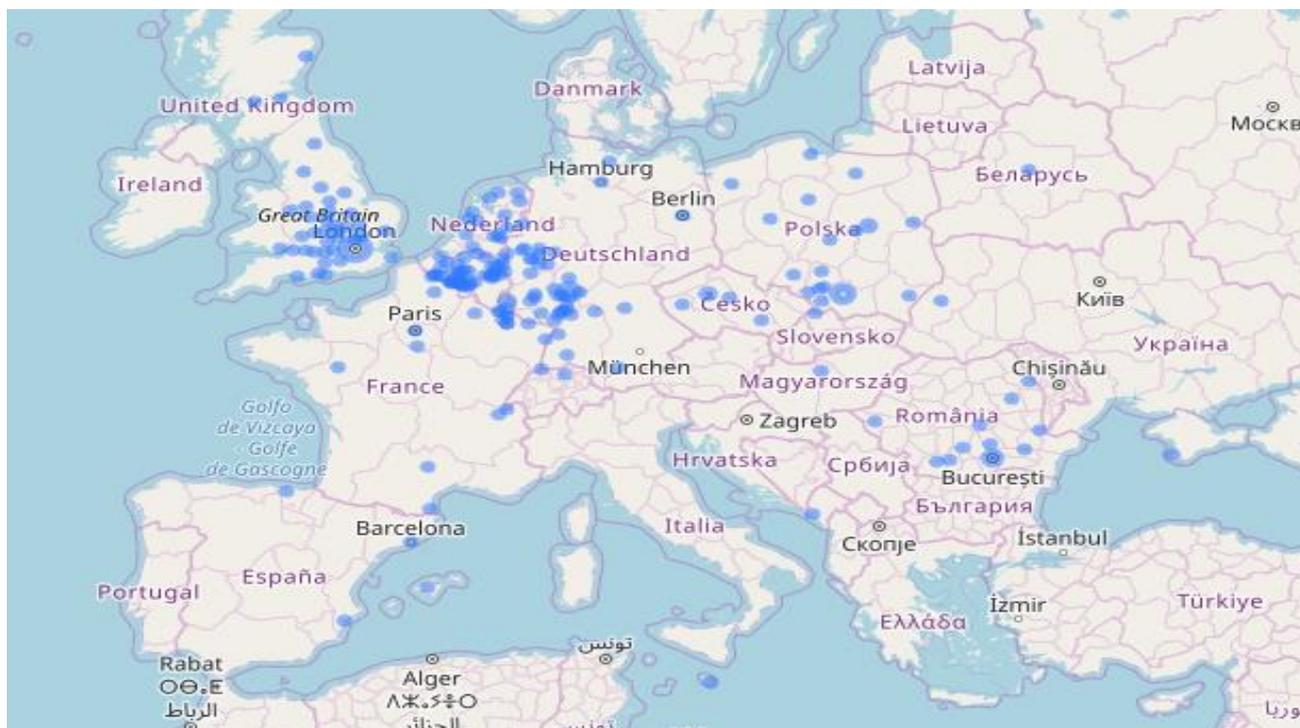


Figura 10 Bacini di utenza della componente estera che arriva in Abruzzo utilizzando l'aereo.



3.2 - Caratteristiche della domanda.

Anche in questa area di approfondimento, sono stati considerati dati ed aspetti utili ad avere una angolatura di visione più ampia e dettagliata per quanto concerne la occupazione lorda dei posti letto e la permanenza media dei turisti nelle strutture ospitanti, il loro profilo socio economico, il loro ingaggio con l'offerta turistica in generale o con alcuni particolari specifici asset o eventi (sentiment analysis), le esigenze riscontrate presso turisti e trade a seguito della partecipazione in fiere e workshop di settore, nazionali ed internazionali.

3.2.1 - Occupazione e permanenza media

Per consentire una lettura ed interpretazione puntuale, si specifica che l'analisi sulla occupazione riguarda quella relativa ai posti letto corrispondenti alla consistenza della offerta ricettiva alberghiera ed extra-alberghiera: si tratta di occupazione lorda che quindi non considera le chiusure stagionali, ma comunque fornisce un andamento periodico indicativo e sufficiente a comprendere il fenomeno, nonché a comprendere le opzioni di destagionalizzazione praticabili.

Le percentuali di occupazione media annuale, essendo lorde, sono falsate complessivamente e nei diversi comparti in quanto calcolate sulla base di posti disponibili durante tutto l'anno. Si riscontra pertanto un maggior abbassamento soprattutto nelle basse stagioni in quanto le presenze vengono ripartite fra tutti i posti letto e non solo fra quelli relativi a strutture aperte. Indicative, comunque, le percentuali da cui si comprende chiaramente i cambi di stagione ed i periodi sui quali intervenire per destagionalizzare e migliorare le performance nelle strutture aperte.

Più reali le occupazioni in alta stagione poiché coincidenti con le massime aperture di strutture e posti letto disponibili.

Attendibili invece i periodi di permanenza media per mese e su base annuale, dai quali si evince che i turisti si fermano per periodi più lunghi nelle strutture ricettive extra-alberghiere fra le quali sono ricompresi i villaggi ed i campeggi.

Dati e indicatori Alberghieri – intera regione.

Flussi Mese	Italia		Estero		Totale		Occupazione media	Permanenza media
	Arr	Pre	Arr	Pre	Arr	Pre		
Gennaio	16.724	37.303	708	2.306	17.432	39.609	2,62%	2,27
Febbraio	19.810	41.067	758	2.463	20.568	43.530	2,88%	2,12
Marzo	20.818	45.520	1.073	3.268	21.891	48.788	3,23%	2,23



Aprile	20.817	44.452	877	3.082	21.694	47.534	3,15%	2,19
Maggio	44.988	82.824	3.225	7.317	48.213	90.141	5,97%	1,87
Giugno	107.087	316.409	7.449	24.878	114.536	341.287	22,60%	2,98
Luglio	186.281	763.762	18.358	78.737	204.639	842.499	55,80%	4,12
Agosto	230.100	1.046.762	14.512	63.677	244.612	1.110.439	73,54%	4,54
Settembre	104.274	336.010	13.622	54.034	117.896	390.044	25,83%	3,31
Ottobre	58.755	110.749	6.975	19.537	65.730	130.286	8,63%	1,98
Novembre	41.724	79.169	3.173	9.124	44.897	88.293	5,85%	1,97
Dicembre	58.441	111.861	2.541	7.108	60.982	118.969	7,88%	1,95
Totali	909.819	3.015.888	73.271	275.531	983.090	3.291.419	18,16%	3,35

Dati ed indicatori Extra Alberghieri – intera regione.

Flussi Mese	Italia		Estero		Totale		Occupazione media	Permanenza media
	Arr	Pre	Arr	Pre	Arr	Pre		
Gennaio	2.203	8.362	130	1.081	2.333	9.443	0,47%	4,05
Febbraio	2.583	9.060	145	1.222	2.728	10.282	0,51%	3,77
Marzo	2.515	10.038	141	963	2.656	11.001	0,55%	4,14
Aprile	3.420	11.207	197	1.238	3.617	12.445	0,62%	3,44
Maggio	12.511	33.031	1.603	6.435	14.114	39.466	1,97%	2,80
Giugno	41.713	201.110	4.444	21.027	46.157	222.137	11,11%	4,81
Luglio	83.820	515.918	10.978	54.312	94.798	570.230	28,53%	6,02
Agosto	105.033	691.525	10.280	56.282	115.313	747.807	37,42%	6,49
Settembre	28.313	167.132	7.947	38.617	36.260	205.749	10,29%	5,67
Ottobre	10.761	24.495	2.507	11.003	13.268	35.498	1,78%	2,68



Novembre	5.663	16.034	644	2.153	6.307	18.187	0,91%	2,88
Dicembre	9.895	22.701	460	1.630	10.355	24.331	1,22%	2,35
Totali	308.430	1.710.613	39.476	195.963	347.906	1.906.576	7,95%	5,48

Dati ed indicatori complessivi – intera regione.

Flussi Mese	Italia		Estero		Totale		Occupazione media	Permanenza media
	Arr	Pre	Arr	Pre	Arr	Pre		
Gennaio	18.927	45.665	838	3.387	19.765	49.052	1,40%	2,48
Febbraio	22.393	50.127	903	3.685	23.296	53.812	1,53%	2,31
Marzo	23.333	55.558	1.214	4.231	24.547	59.789	1,70%	2,44
Aprile	24.237	55.659	1.074	4.320	25.311	59.979	1,71%	2,37
Maggio	57.499	115.855	4.828	13.752	62.327	129.607	3,69%	2,08
Giugno	148.800	517.519	11.893	45.905	160.693	563.424	16,06%	3,51
Luglio	270.101	1.279.680	29.336	133.049	299.437	1.412.729	40,26%	4,72
Agosto	335.133	1.738.287	24.792	119.959	359.925	1.858.246	52,96%	5,16
Settembre	132.587	503.142	21.569	92.651	154.156	595.793	16,98%	3,86
Ottobre	69.516	135.244	9.482	30.540	78.998	165.784	4,73%	2,10
Novembre	47.387	95.203	3.817	11.277	51.204	106.480	3,03%	2,08
Dicembre	68.336	134.562	3.001	8.738	71.337	143.300	4,08%	2,01
Totali	1.218.249	4.726.501	112.747	471.494	1.330.996	5.197.995	12,35%	3,91

Andando ad approfondire la situazione nei diversi ambiti turistici territoriali, possiamo comprendere anche come intervenire più specificatamente per migliorare la destagionalizzazione nelle diverse destinazioni, definendo anche quale durata di offerta/vacanza proporre in relazione a ciascun di esse in modo complementare rispetto alle attuali performance.



Gli ambiti presi in esame sono quelli coincidenti con coppie di DMC accorpate ed attive sul territorio regionale, in modo da consentire eventuali misurazioni e confronti evolutivi storicizzabili per destinazioni.

Ambiti esclusivamente Aree Costiere

2021 - Ambito Costa Teramana

	Alberghiero		Extra-alberghiero		Complessivo	
	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media
Gennaio	1,55%	3,42	0,27%	7,87	0,77%	3,88
Febbraio	1,58%	2,93	0,30%	4,75	0,80%	3,21
Marzo	1,67%	2,60	0,30%	6,25	0,84%	2,98
Aprile	1,74%	2,87	0,39%	4,22	0,92%	3,13
Maggio	4,11%	2,22	2,50%	3,65	3,13%	2,74
Giugno	31,69%	4,05	18,94%	6,34	23,93%	4,90
Luglio	82,32%	5,40	48,10%	8,14	61,50%	6,43
Agosto	101,90%	6,10	58,95%	9,36	75,76%	7,30
Settembre	32,77%	5,41	16,45%	9,55	22,84%	6,68
Ottobre	4,38%	2,97	1,34%	5,15	2,53%	3,44
Novembre	3,68%	3,17	0,38%	5,04	1,67%	3,34
Dicembre	3,19%	3,03	0,43%	3,92	1,52%	3,15
Totali	22,55%	5,05	12,36%	8,11	16,35%	6,11

In questo caso riscontriamo una stagionalità praticamente circoscritta fra giugno e settembre, per lo più fra la metà di giugno e la metà di settembre: nei mesi rimanenti, anche se le percentuali di occupazioni dovrebbero essere riproporzionate sui livelli di apertura, restano costanti le presenze di flussi in transito presumibilmente legati a soggiorni di affari e lavoro e non turistici.



Ambiti Misti – Costa, Collina e Montagna

2021 - Ambito Costa e Montagna Chietina

Flussi Mese	Alberghiero		Extra-alberghiero		Complessivo	
	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media
Gennaio	2,39%	2,47	0,19%	2,67	0,85%	2,50
Febbraio	2,81%	2,38	0,27%	3,65	1,04%	2,54
Marzo	3,53%	2,63	0,31%	3,65	1,29%	2,76
Aprile	3,37%	2,73	0,35%	3,02	1,26%	2,78
Maggio	4,76%	2,02	0,80%	2,07	1,99%	2,03
Giugno	16,97%	2,47	5,57%	3,60	9,01%	2,85
Luglio	36,58%	3,20	15,95%	4,99	22,17%	3,90
Agosto	52,29%	3,86	21,16%	5,49	30,55%	4,51
Settembre	19,03%	2,67	5,69%	4,13	9,71%	3,12
Ottobre	6,71%	2,19	0,87%	2,31	2,63%	2,22
Novembre	5,02%	2,39	0,57%	3,08	1,91%	2,51
Dicembre	5,29%	2,33	0,55%	2,49	1,98%	2,36
Totali	13,23%	2,97	4,36%	4,55	7,03%	3,49

Si ripropone la situazione precedente con la aggiunta dell'area Majella Orientale: il 2021 è stato anno di chiusure invernali COVID, ma anche in altri anni precedenti, la presenza di turismo montano in questo ambito è quasi totalmente assente in stagione invernale in corrispondenza di scarsa conoscenza o fruizione di attività esperienziali di stagione.



Ambiti esclusivamente Aree Interne e Montane

2021 - Ambito Alto Sangro e Terre d'Amore

Flussi Mese	Alberghiero		Extra-alberghiero		Complessivo	
	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media
Gennaio	1,18%	2,32	0,39%	4,30	0,85%	2,54
Febbraio	1,70%	1,99	0,46%	2,99	1,18%	2,10
Marzo	1,51%	2,79	0,50%	5,76	1,09%	3,10
Aprile	0,93%	2,27	0,43%	3,23	0,72%	2,45
Maggio	3,33%	1,69	1,43%	1,72	2,54%	1,70
Giugno	8,66%	2,00	2,97%	1,86	6,30%	1,97
Luglio	28,94%	2,86	9,79%	2,14	20,97%	2,69
Agosto	53,97%	3,39	24,43%	2,87	41,68%	3,25
Settembre	14,88%	2,39	4,51%	1,94	10,56%	2,30
Ottobre	7,02%	1,76	2,63%	1,94	5,19%	1,80
Novembre	2,92%	1,63	1,02%	1,80	2,13%	1,66
Dicembre	16,63%	2,00	3,66%	1,97	11,23%	1,99
Totali	11,81%	2,58	4,35%	2,37	8,70%	2,53

2021 - Ambito Altipiani delle Rocche e Marsica

Flussi Mese	Alberghiero		Extra-alberghiero		Complessivo	
	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media
Gennaio	3,75%	2,30	0,69%	2,90	2,17%	2,38
Febbraio	4,32%	2,27	0,64%	2,85	2,43%	2,33



Marzo	5,44%	2,49	0,75%	2,37	3,03%	2,48
Aprile	4,20%	2,42	0,75%	2,24	2,42%	2,39
Maggio	6,35%	2,07	1,59%	1,69	3,90%	1,98
Giugno	8,27%	2,46	2,85%	2,09	5,48%	2,35
Luglio	19,19%	2,77	4,23%	2,21	11,49%	2,64
Agosto	36,46%	3,22	9,47%	2,78	22,56%	3,12
Settembre	10,24%	2,09	2,14%	1,96	6,07%	2,07
Ottobre	7,68%	1,93	1,42%	1,74	4,45%	1,89
Novembre	4,95%	1,86	0,86%	2,56	2,84%	1,95
Dicembre	12,18%	1,82	1,66%	1,86	6,76%	1,82
Totali	10,25%	2,44	2,25%	2,28	6,13%	2,41

2021 - Ambito Gran Sasso e Laga

Alberghiero

Extra-alberghiero

Complessivo

Flussi Mese	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media
Gennaio	3,96%	2,42	0,69%	2,63	2,02%	2,46
Febbraio	4,27%	2,21	0,83%	3,04	2,23%	2,35
Marzo	4,84%	2,13	0,88%	3,16	2,49%	2,28
Aprile	3,70%	2,18	0,94%	2,44	2,06%	2,24
Maggio	7,90%	1,77	2,04%	2,05	4,42%	1,84
Giugno	10,69%	1,73	4,15%	1,84	6,81%	1,77
Luglio	17,45%	1,88	8,73%	2,04	12,27%	1,95
Agosto	26,41%	2,10	14,09%	2,58	19,10%	2,28
Settembre	15,11%	1,76	4,52%	1,97	8,83%	1,82



Ottobre	10,85%	1,77	2,97%	2,11	6,18%	1,86
Novembre	7,66%	1,87	1,89%	2,57	4,24%	2,02
Dicembre	7,56%	1,66	2,23%	1,87	4,40%	1,72
Totali	10,03%	1,90	3,66%	2,22	6,25%	2,00

Anche in questi casi, con ambiti interamente montani, la stagionalità estiva è concentrata ancor più su due/tre mesi. Il 2021 è stato anno di chiusure invernali COVID, ma negli anni precedenti, la occupazione posti letto di turismo montano, in proporzione alla conoscenza delle località e destinazioni ed alla presenza di attività ed esperienze invernali fruibili, ripropone una concentrazione per Natale, Capodanno ed i tre mesi di inizio anno.

Ambiti misti con prevalenza Aree Urbane

2021 - Ambito Pescara e Terre Pescaresi

Flussi Mese	Alberghiero		Extra-alberghiero		Complessivo	
	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media	Occupazione media	Permanenza media
Gennaio	5,11%	1,82	1,86%	4,20	3,81%	2,05
Febbraio	5,41%	1,75	1,78%	4,00	3,95%	1,95
Marzo	6,09%	1,88	1,90%	4,17	4,41%	2,08
Aprile	6,88%	1,82	2,16%	4,04	4,98%	2,02
Maggio	11,54%	1,69	3,02%	2,68	8,12%	1,79
Giugno	28,20%	2,39	5,61%	2,61	19,12%	2,41
Luglio	63,53%	3,55	14,00%	2,77	43,63%	3,43
Agosto	77,16%	3,85	22,92%	3,22	55,36%	3,73
Settembre	34,03%	2,54	7,05%	2,53	23,19%	2,54
Ottobre	18,77%	1,79	4,36%	2,29	12,98%	1,84



Novembre	12,36%	1,62	3,21%	2,82	8,69%	1,73
Dicembre	11,00%	1,61	3,30%	2,66	7,90%	1,73
Totali	23,34%	2,60	5,93%	2,92	16,34%	2,64

In questo ultimo caso, il turismo mare evidenzia i picchi di stagione estiva, ma l'occupazione posti letto perdura ridotta ma in modo abbastanza omogeneo durante l'intero anno in corrispondenza di grandi eventi o manifestazioni.

3.2.2 - Profili socioeconomici dei turisti.

Come già evidenziato nella parte iniziale, le caratteristiche di chi visita l'Abruzzo vengono definite in base a dati oggettivi che riguardano le statistiche sulle provenienze e in base a considerazioni che riguardano lo stile delle vacanze.

Nel 2014, secondo il Cresa, la quota di spesa turistica imputabile agli stranieri è del 10,6%, la più bassa tra tutte le regioni Italiane. La quota riferita agli Italiani corrisponde al 52,1% e quella sostenuta dagli abruzzesi è pari al 37,3%.

Il turismo è prevalentemente costiero: il 64% delle presenze è in località marine, il doppio rispetto alla media italiana. Il 51% si concentra nella provincia teramana

Sono predominanti profili di reddito medio bassi (anche fra gli stranieri), con una modesta quota di turismo benestante. Chi visita l'Abruzzo è fortemente abitudinario, il che lo rende prevedibile, ma ha una spiccata propensione a costruirsi la vacanza in modo autonomo, poco influenzato dai social.

Prevale un livello di istruzione intermedio (stranieri > 40% con laurea). Il turista che sceglie l'Abruzzo parte con intenzioni multiple (gastronomia, sport, shopping, cultura, eventi), nella pratica ridotte a poche, solide certezze quali escursioni (bici, aree/parchi naturali), pratica sportiva (bici, camminate) e naturalmente il mare. Si aggiunge anche un po' di shopping (abbigliamento, artigianato) e qualche evento (concerti). Inoltre, chi visita l'Abruzzo predilige una dimensione conosciuta e sperimentata, non cerca attrazioni o luoghi esclusivi né novità. È molto legato alle esperienze già fatte e vorrebbe riviverle ogni volta, senza particolari aspettative.

3.2.3 - Sentiment Analysis sui turisti

In un quadro economico, ambientale e sociale in grande mutamento e dalle prospettive non sempre facilmente prevedibili, la strutturazione di una pianificazione strategica del turismo necessita un'approfondita analisi del contesto di riferimento.

Per ridurre i margini di incertezza, si è consolidata la consapevolezza che alle fonti ufficiali (ad esempio la consistenza dei flussi turistici o la numerosità delle strutture ricettive registrate), vanno affiancate ulteriori **fonti di dati alternativi**, che con dettagli quantitativi e qualitativi più efficaci e



con un aggiornamento più adeguato, riescono a supportare la pianificazione strategica oltre che l'operatività quotidiana di chi gestisce e lavora all'interno delle destinazioni turistiche.

In questo contesto, nasce la collaborazione tra la **Regione Abruzzo** e **The Data Appeal Company**, che monitora e analizza i big data delle tracce digitali, ovvero il risultato delle interazioni tra le persone che la visitano e la vivono e che, attraverso i diversi canali online, si trasformano in recensioni, giudizi, commenti, post, ecc, che ne formano l'*appeal*, ovvero la **reputazione digitale**.

Nel turismo è stato ampiamente dimostrato che la reputazione ha un'influenza diretta non solo sul processo di acquisto da parte del visitatore delle singole componenti dell'esperienza, ma anche e sempre di più sul modo di approcciarsi e vivere un territorio, e di conseguenza entrare in quel processo di coinvolgimento e fiducia che è la vera chiave di successo per operatori e destinazioni.

Il documento che segue declina la reputazione online della Regione Abruzzo, attraverso l'utilizzo di una tecnica particolarmente innovativa e sofisticata come quella della **Sentiment Analysis**, ovvero su algoritmi proprietari basati su un modello di machine learning nell'ambito NLP (Natural Language Processing), che analizza le conversazioni online e fornisce uno score multiclasse (positivo, negativo e neutro) di qualsiasi testo.

L'esito è un indice, il sentiment, **che misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti**. In altre parole, definisce in dettaglio qual è la percezione reale dei visitatori nella destinazione, un fattore decisivo in grado di influenzare sia le scelte di consumo in destinazione, sia dei futuri visitatori. **Più alto è il Sentiment, più positiva è l'esperienza.**

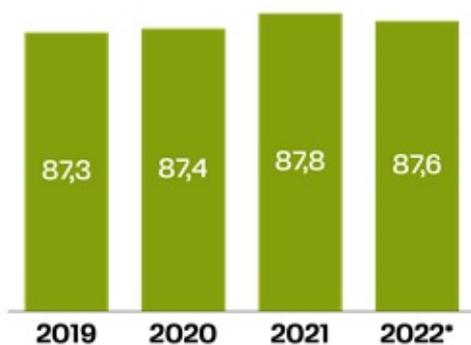
La declinazione dell'analisi della reputazione online segue **due ambiti di riferimento**:

- la **Regione Abruzzo** intesa nel complesso, con il dettaglio del valore dell'Indice di Sentiment confrontato anche con il dato nazionale e i principali competitor regionali, la sua evoluzione temporale, la declinazione nei comparti di analisi e le caratteristiche della domanda di riferimento.
- le applicazioni della Sentiment Analysis a due temi importanti per la Regione Abruzzo:
 - il **Ritiro del Napoli Calcio**;
 - la **Ciclovía adriatica – Abruzzo Bike To Coast**.

Il periodo di analisi comprende complessivamente **39 mesi**, da gennaio 2019 a marzo 2022, per dare una lettura il più possibile aggiornata e dinamica. Ai **numeri** sono affiancate **linee guida testuali** a supporto della lettura e dell'interpretazione per la strutturazione del piano di strategico del turismo della Regione Abruzzo.

Analisi A - Regione Abruzzo

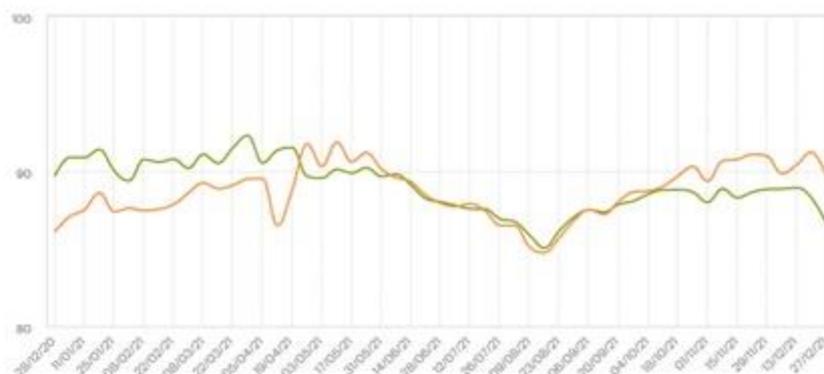
Il sentiment, ovvero l'indice sintetico su base 100 che misura il grado di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica delle tracce digitali, si attesta complessivamente su un valore **molto buono**, e in continuo aumento nel periodo di riferimento analizzato a livello annuale.



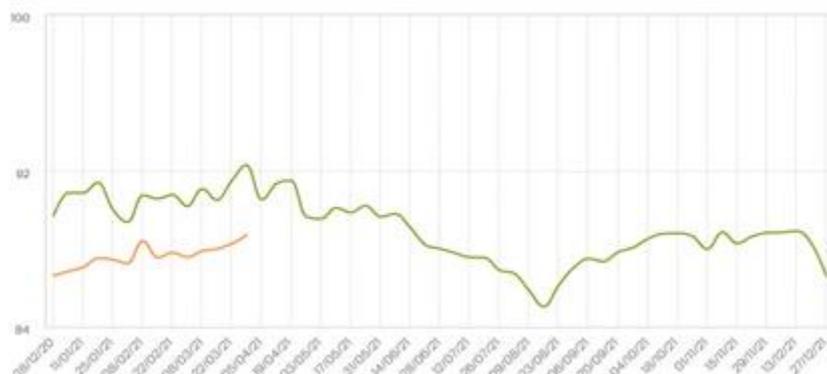
2020	2021	2022*
+0,1	+0,4	-0,2

(* primi 3 mesi)

L'analisi dell'andamento del sentiment nel tempo fa emergere come **il valore del 2021 sia il più alto rilevato negli ultimi 3 anni**, ma che sia al contempo prevalentemente dovuto ai primi 9 mesi dell'anno. Da ottobre 2021 si registra un abbassamento, in particolare a fine anno, portando l'indice a un livello inferiore rispetto al 2020. Nel 2022, sebbene l'indice di sentiment sia più basso dei valori record del 2021, la tendenza è a un progressivo innalzamento del grado di soddisfazione. Il continuo monitoraggio di questo indicatore, può essere un valido "termometro" che impegna le destinazioni a **prendere in considerazione anche gli aspetti reputazionali nella delineazione degli obiettivi strategici**

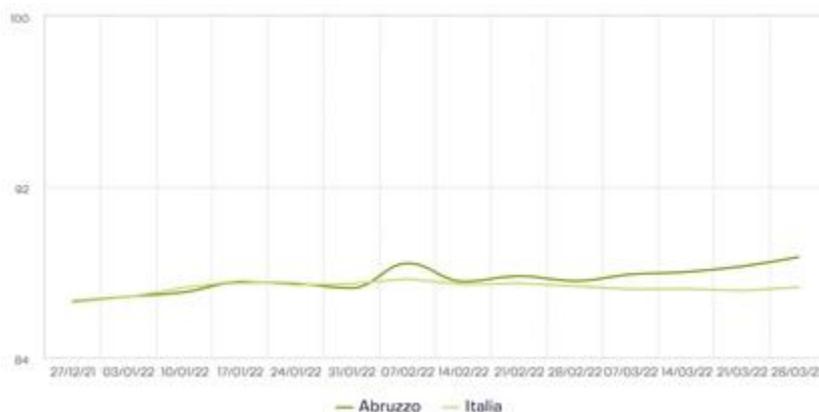


REGIONE
ABRUZZO



Il confronto dell'Indice di Sentiment nel **2021**, porta l'Abruzzo a registrare un indice **più elevato di 0,4 punti rispetto al dato nazionale complessivo**. Va inoltre sottolineato come il livello **sia costantemente più alto nel corso di tutto l'anno**, registrando un allineamento solamente nell'ultima settimana dell'anno. Proseguendo il confronto dell'Indice di Sentiment nel **2022**, si rileva un indice **più elevato di 0,3 punti rispetto al dato nazionale complessivo**. Va inoltre sottolineato come il livello non solo **sia costantemente più alto nel corso dei primi tre mesi**, ma da marzo 2022 il sentiment abbia **un tasso di crescita decisamente superiore** a quello italiano.



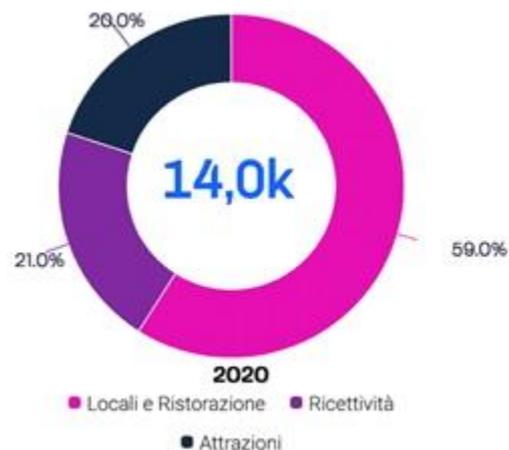
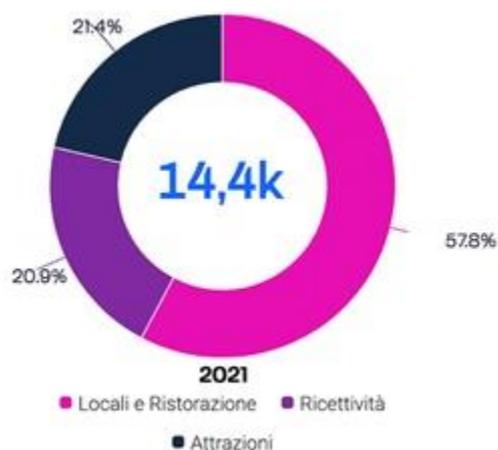


L'analisi del sentiment è stata estesa anche a un set di competitor regionali individuati dalla Regione Abruzzo: Friuli-Venezia Giulia, Emilia Romagna, Marche, Umbria, Puglia.

	Regione	2021	2020	Variazione
1	Abruzzo	87,8	87,4	+0,4
2	Friuli VG	87,4	87,0	-0,4
3	Emilia-Romagna	86,8	87,3	-0,5
4	Marche	87,7	87,4	+0,3
5	Umbria	89,1	89,1	—
6	Puglia	87,3	87,3	—

Il confronto con i principali competitor regionali dimostra quanto sia **elevato il valore del sentiment in Abruzzo**, secondo solo all'Umbria nel 2021, a seguito della **variazione positiva più alta**.

Sono oltre **14,4 mila** i POI (punti di interesse) che presentano almeno un contenuto digitale nel 2021 nei tre comparti analizzati: ricettività, locali e ristorazione, attrazioni. Il confronto con l'anno precedente vede un aumento di circa 400 POI, indice che un numero significativo di strutture rimaste chiuse nel 2020 hanno visto invece un'apertura nel 2021.



Nel dettaglio dei comparti, la ricettività registra complessivamente un sentiment di 87,5. B&B e agriturismi rilevano i valori più elevati. Molto apprezzato lo staff e la pulizia, da migliorare le camere, -in particolare il bagno - e i servizi.



I locali e la ristorazione rilevano un sentiment di 87,5. L'atmosfera e l'accoglienza del personale sono molto apprezzate, così come la bellezza dei luoghi in cui si trovano le strutture. Il prezzo un



aspetto nel mirino dei visitatori.



Elevato il sentiment delle attrazioni, che raggiungono un 89,6. La bellezza dei luoghi e dei panorami incanta il visitatore. Apprezzata l'accoglienza e la professionalità del personale e delle guide, così come l'offerta di attività.





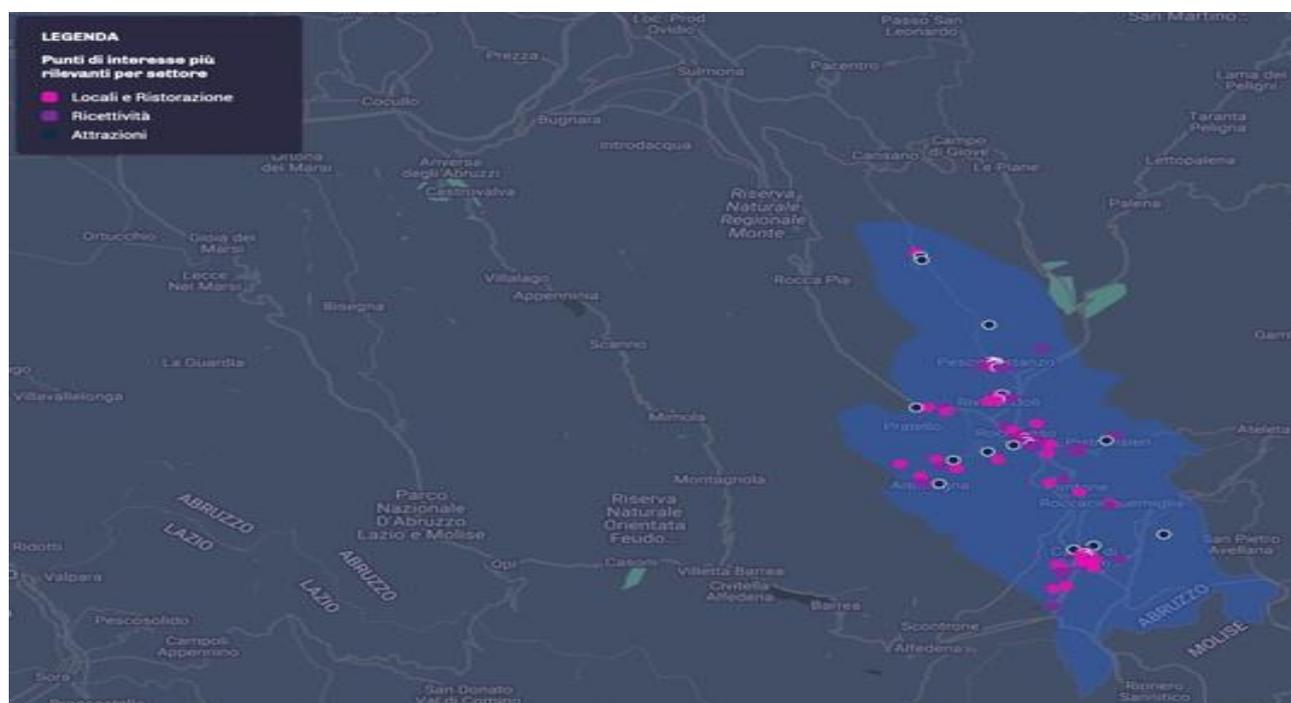
In alcuni degli oltre 100 canali monitorati, The Data Appeal Company rileva altre caratteristiche dei visitatori, come la provenienza e la tipologia di viaggio. Nel 2021 in Abruzzo i visitatori sono prevalentemente italiani, che viaggiano in coppia (oltre la metà) o in famiglia. Interessante target di riferimento il viaggiatore da solo, che registra una quota non marginale (11,35) e il secondo livello di sentiment più elevato dopo le coppie.

	Contenuti ↓	Sentiment		Contenuti ↓	Sentiment
Italia	88,1%	85,7 _{/100}	Coppie	50,0%	87,0 _{/100}
Germania	2,5%	86,8 _{/100}	Famiglie	27,8%	85,6 _{/100}
Svizzera	1,4%	84,7 _{/100}	Singolo	11,3%	86,8 _{/100}
Francia	1,1%	84,6 _{/100}	Amici/Gruppo	10,0%	85,8 _{/100}
Belgio	1,0%	86,5 _{/100}	Viaggio di lavoro	0,9%	86,0 _{/100}

Analisi B - Ritiro Napoli Calcio

In relazione alla Convenzione tra la Regione Abruzzo e la S.S.C. Napoli S.P.A. per l'organizzazione dei ritiri estivi precampionato della prima squadra in Abruzzo, è stata applicata la Sentiment Analysis al territorio interessato, individuato dalla Regione Abruzzo, comprendente 4 comuni: Castel di Sangro, Roccaraso, Pescocostanzo, Rivisondoli.

REGIONE
ABRUZZO



L'analisi è stata mettendo a confronto il periodo di riferimento del ritiro, con lo stesso periodo dell'anno precedente, per valutarne le differenze sulle principali metriche di valutazione rilevate tramite la piattaforma Data Appeal.

	Indicatore	24 ago-7 sett 2020	24 ago-7 sett 2019	Variazione
1	Numero dei contenuti	2000	1400	+42,9%
2	Sentiment generale	84,5	87,1	-2,6
3	Sentiment ricettività	85,3	88,1	-2,8
4	Sentiment locali e ristorazione	83,3	85,7	-2,4
5	Sentiment attrazioni	90,2	91,4	-1,2



	Indicatore	3-14 ago 2021	3-14 ago 2020	Variazione
1	Numero dei contenuti	2100	1900	+10,5%
2	Sentiment generale	83,9	84,7	-0,6
3	Sentiment ricettività	84,5	85,9	-1,4
4	Sentiment locali e ristorazione	82,6	82,9	-0,3
5	Sentiment attrazioni	90,8	93,2	-2,4

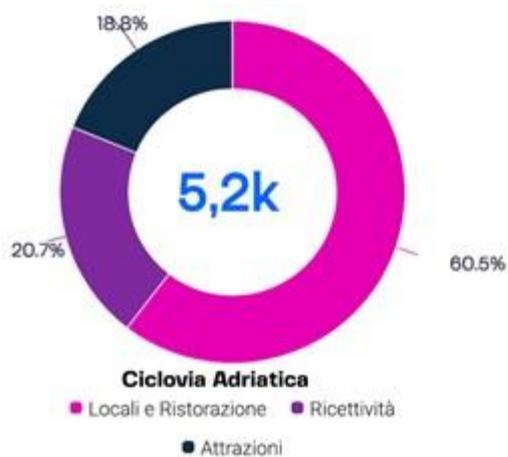
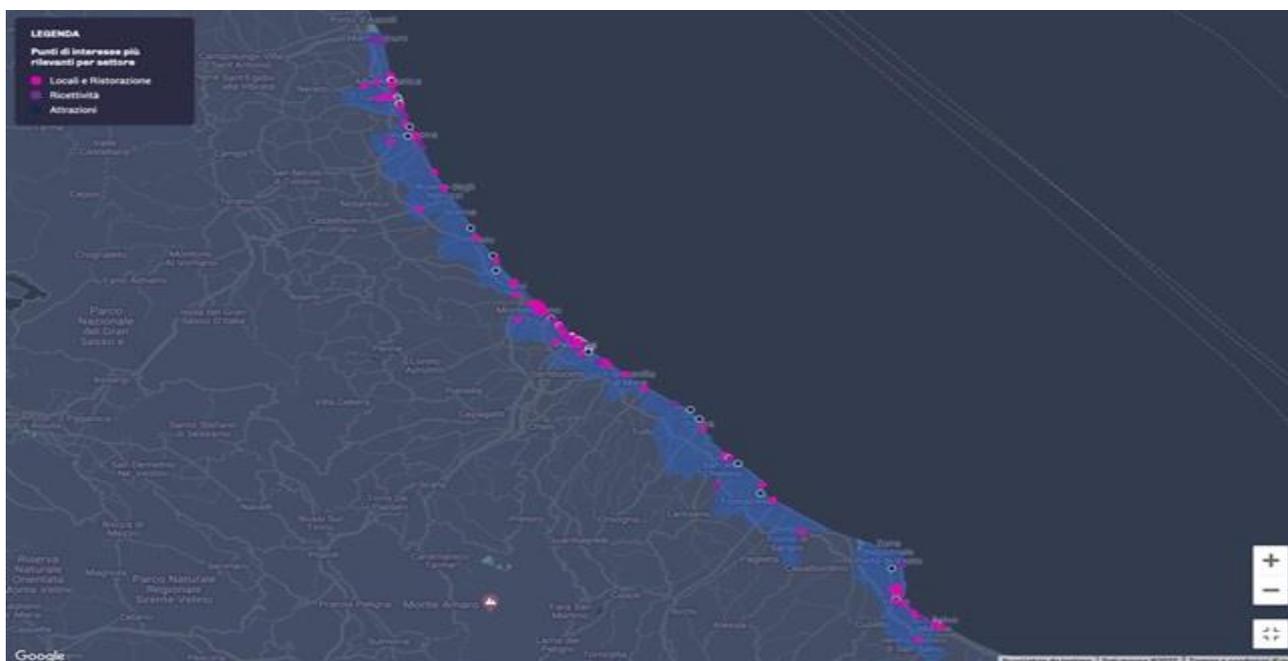
Quello che emerge è che il Ritiro Napoli Calcio ha un impatto importante sul territorio nel quale avviene, con incremento a doppia cifra nel numero di contenuti online che vengono rilevati sui comparti relativi al settore turistico. Allo stesso tempo si rileva un abbassamento del livello di sentiment, più marcato nel ritiro 2020 rispetto al ritiro 2021. Una possibile interpretazione si lega proprio alla definizione di sentiment, ovvero del grado di soddisfazione percepito dai visitatori.

Quando nella località il numero di visitatori aumenta con un tasso a doppia cifra, la percezione del visitatore rispetto alla soddisfazione dell'esperienza tende ad abbassarsi. Questo accade perché probabilmente si abbassa in parte la qualità dell'offerta proposta, conseguenza della necessità da parte degli operatori di affrontare volumi più elevati, che portano a una maggiore richiesta, congestione, traffico, oltre che a tipologie di clienti diversi, gruppi di tifosi ad esempio, che possono da una parte avere esigenze diverse dalla clientela abituale, ma anche creare punti di attrito con gli altri visitatori.

Analisi C - Ciclovia Adriatica – Abruzzo Bike To Coast

La Ciclovia Adriatica insiste su un territorio molto vasto comprendente 17 comuni della costa abruzzese. L'applicazione della sentiment analysis a questo territorio permette di registrare la consistenza delle metriche di valutazione rilevate da The Data Appeal Company e confrontarle con il dato regionale.

Dal punto di vista quantitativo, i POI (punti di interesse) con contenuti digitali negli ultimi 12 mesi compresi in questi comuni, rappresentano oltre un terzo dei POI regionali, rilevando quindi l'importanza dell'area dal punto di vista turistico, in particolare per il prodotto balneare.



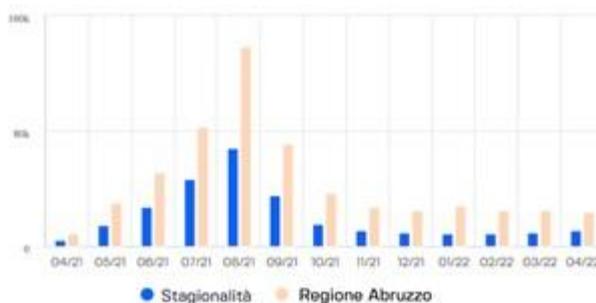
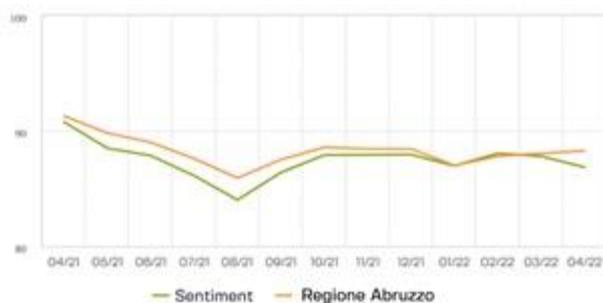
Inoltre, i contenuti digitali relativi ai POI compresi in questi comuni, rappresentano quasi la metà dei contenuti totali regionali (47,2%), ribadendo l'importanza dell'area per la reputazione online dell'intera regione Abruzzo. Dal punto di vista della stagionalità, questa è meno marcata rispetto al dato regionale, con i mesi spalla di maggio e settembre che rilevano ancora un buon numero di presenze.



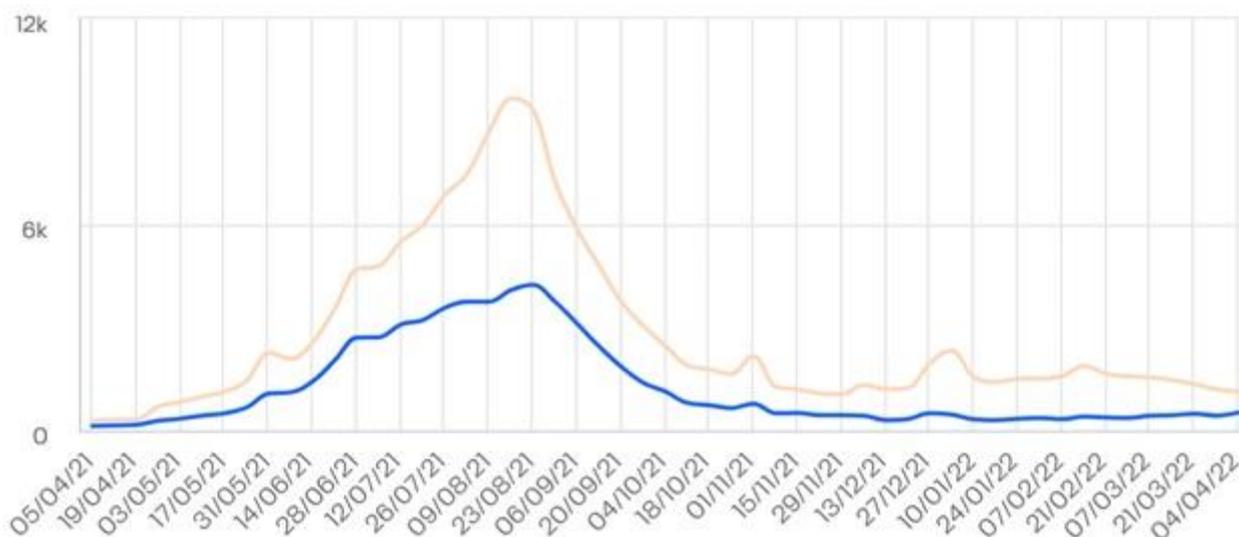
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

261,0k vs. **553,4k**
Contenuti

50,7 vs. **38,2**
Contenuti per POI



Questo diventa ancora più evidente selezionando solamente il comparto ricettivo, dove il dettaglio settimanale dell'andamento dei contenuti online espressi dai turisti pernottanti fa vedere una curva di stagionalità molto più piatta e distribuita in maniera più uniforme.

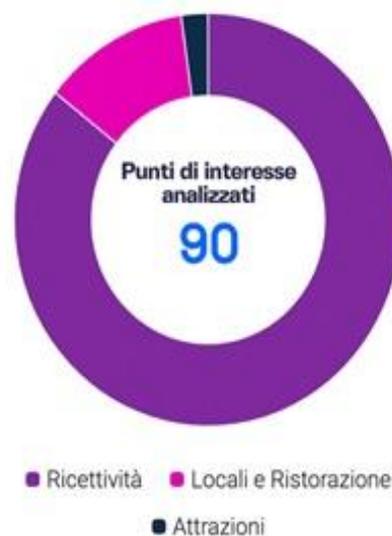
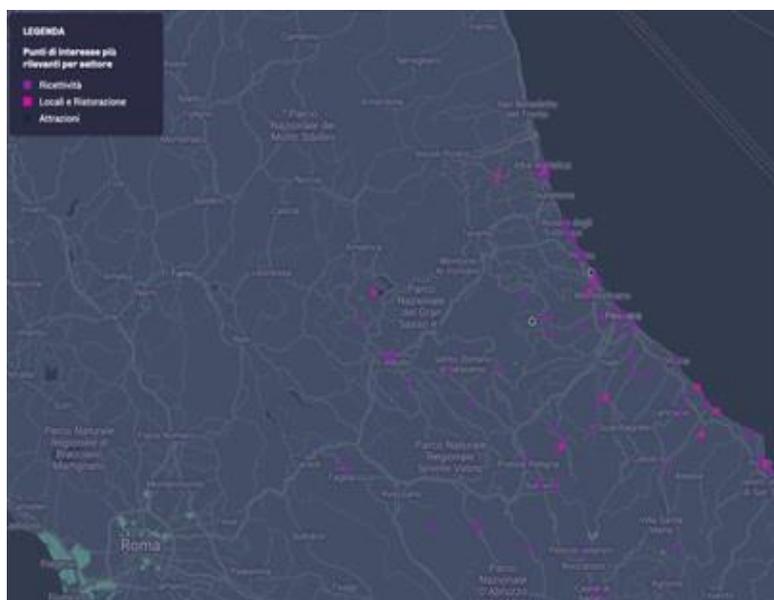


Dal punto di vista del sentiment, il grado di soddisfazione degli ultimi 12 mesi si attesta a un livello di 86,4, in crescita di 0,1 punto rispetto ai 12 mesi precedenti, ma di 1,2 punti inferiore rispetto al dato regionale. Il picco più basso si raggiunge nell'intorno del Ferragosto, dove la grande massa di volumi può influire sulla percezione complessiva della soddisfazione della vacanza, anche in relazione alle aspettative delle diverse tipologie di visitatori.

REGIONE
ABRUZZO



Per approfondire ulteriormente l'esame del sentiment specifica per il prodotto cicloturistico in Abruzzo, è stata creata un'ulteriore analisi prendendo in considerazione non più i territori attraversati dalla Ciclovia Adriatica, ma tutti qui POI dei comparti considerati, relativi a strutture aderenti alla rete Abruzzo Bike Friendly. Negli ultimi 12 mesi sono 90 i POI appartenenti alla rete ABF che presentano almeno un contenuto digitale, per la stragrande maggioranza appartenenti a strutture ricettive (86%), ma anche locali e ristorazione (12%) e attrazioni (2%).



La sentiment analysis rileva come il grado di soddisfazione degli ultimi 12 mesi dei clienti delle strutture appartenenti alla rete ABF presenti da una parte un incremento rispetto ai 12 mesi precedenti (prima figura) in due comparti su tre, ma anche un livello più elevato in tutti i comparti analizzati quando confrontato con la media regionale (seconda figura).



RICETTIVITÀ

SENTIMENT ⓘ

87,3 /100 vs. **87,5** /100

LOCALI E RISTORAZIONE

SENTIMENT ⓘ

88,2 /100 vs. **85,6** /100

ATTRAZIONI

SENTIMENT ⓘ

91,9 /100 vs. **85,3** /100

RICETTIVITÀ

SENTIMENT ⓘ

87,3 /100 vs. **87,3** /100

LOCALI E RISTORAZIONE

SENTIMENT ⓘ

88,2 /100 vs. **87,4** /100

ATTRAZIONI

SENTIMENT ⓘ

91,9 /100 vs. **89,5** /100

Per tradurlo in concetti operativi, l'adesione alla rete ABF comporta per le strutture un vantaggio netto dal punto di vista della soddisfazione della propria clientela, base fondamentale per consolidare un rapporto di fiducia anche per le prossime stagioni.

Un ulteriore vantaggio è una maggiore internazionalizzazione della domanda, ovvero è evidente come la quota di visitatori stranieri che negli ultimi 12 mesi hanno avuto una esperienza in una delle strutture analizzate appartenenti alla rete ABF (in blu, nella figura) sia più alta rispetto alla media regionale (in arancione). Il confronto con la media regionale vede una quota di italiani inferiore di quasi 3 punti percentuali (85,8% contro 88,7%), mentre sono superiori le quote di tedeschi, svizzeri, belgi e francesi: tutte nazionalità in cui il cicloturismo è una componente importante tra i motivi di viaggio. A livello di singole nazionalità il sentiment dei clienti delle strutture appartenenti alla rete ABF presenta livelli diversificati: più alto della media regionale per italiani, tedeschi e svizzeri, più basso per i belgi e i francesi. A livello di aggregato, comunque il sentiment dei visitatori internazionali è di 87,5, di un punto più elevato rispetto alla media regionale per lo stesso periodo di riferimento.



MERCATI

	Contenuti ↓	Sentiment
Italia	85,8% - 88,7%	86,4 ₁₀₀ - 85,5 ₁₀₀
Germania	3,3% - 2,3%	87,0 ₁₀₀ - 86,7 ₁₀₀
Svizzera	2,0% - 1,3%	86,3 ₁₀₀ - 84,9 ₁₀₀
Belgio	1,4% - 0,9%	84,0 ₁₀₀ - 86,5 ₁₀₀
Francia	1,1% - 1,0%	84,7 ₁₀₀ - 84,8 ₁₀₀

3.2.4 - Report dalle azioni di promozione regionali: esigenze dei turisti e del trade.

Nel corso degli ultimi 5 anni, Abruzzo Innovazione Turismo, in qualità di PMC (Product Management Company) per le linee di prodotto turistico regionale, ha promosso l'Abruzzo presenziando oltre 50 eventi internazionali fra fiere, workshop ed attività di promozione di tipo B2B e B2C tenutesi nelle principali città europee, per promuovere l'offerta turistica abruzzese e per approfondire la conoscenza dei principali mercati internazionali, sia in presenza che on line.

A seguito delle suddette attività, sono stati prodotti e riconsegnati in regione appositi report dai quali si propone la seguente sintesi per quanto concerne le esigenze dei turisti e le esigenze del trade nei diversi mercati di provenienza. I materiali sono disponibili in versione integrale presso il Dipartimento Turismo della Regione Abruzzo e presso la PMC (www.abruzzoinnovatur.it)

Esigenze dei turisti

- **Paese di riferimento: Danimarca.** Fra le attività richieste gli sport outdoor quali cicloturismo, escursionismo e passeggiate in genere con tappe a tema, enogastronomia e visite nelle cantine vinicole. Fra le escursioni molto richiesta la gamma di visite lungo la costa con barche private e charterismo nautico.

I danesi organizzano ogni loro cosa con anticipo utilizzando molto i canali intermediati, agenzie di viaggio, on ed off line, oppure le OLTA maggiormente conosciute, pagano quasi ogni cosa con carte di credito.

- **Paese di riferimento: Svezia.** Fra le attività e servizi più richiesti quelli relativi ad attività per la pratica di sport outdoor quali cicloturismo, escursionismo (in particolare escursioni via mare) e passeggiate in genere con tappe a tema, nonché attenzione



all'enogastronomia con richieste di degustazioni e scuole di cucina.

Anche da quest'area di provenienza, le prenotazioni vengono spesso effettuate con anticipo, attraverso canali intermediati o OLTA. Diffusissimo l'utilizzo di carte di credito.

- **Paese di riferimento: Austria.** Fra le attività più richieste gli sport outdoor quali cicloturismo, escursionismo e passeggiate in genere con tappe a tema enogastronomia e visite nelle cantine nonché le visite a sfondo culturale.

In molti utilizzano i canali intermediati, oppure le OLTA conosciute. Molto diffuso il pagamento con carte di credito. I referenti di ENIT Austria e Rep. Ceca hanno più volte sottolineato che gli austriaci prenotano ogni servizio anche con anticipo, utilizzando molto i canali intermediati, oppure le OLTA maggiormente conosciute, pagano quasi ogni cosa con carte di credito.

- **Paese di riferimento: Repubblica Ceca.** La preferenza dell'area d'interesse è risultata equilibrata e ripartita in egual misura fra turismo balneare e turismo montano. Il turista tipo sia che viaggi individualmente o in gruppo, predilige il trasporto in autopullman dal luogo di partenza. Fra le attività più richieste biking, trekking, hiking, canoa, rafting e tour culturali ed esperienziali. Numerose le richieste di soggiorno sulla costa con particolare interesse a pernottamenti in camping dotati di bungalow e/o case mobili, ovvero la attenzione per servizi qualitativi di medio alto livello.
- **Paese di riferimento: Regno Unito.** Interesse verso attività esperienziali sui diversi temi (attività sciistiche, viaggi a tema religioso abbinati ad escursioni diverse, laboratori di cucina e di ceramica). Fra le attività più richieste quelle relative alla pratica di sport outdoor quali cicloturismo, escursionismo e passeggiate in genere con tappe a tema ed enogastronomia. Come tutti i popoli europei, anche la domanda inglese organizza e prenota ogni servizio relativo con anticipo. In molti utilizzano i canali intermediati, agenzie di viaggio, on ed off line, oppure le OLTA maggiormente conosciute, pagano quasi ogni cosa con carte di credito.
- **Paese di riferimento: Polonia.** Il tipo di turismo che il mercato polacco predilige è quello di gruppi a sfondo religioso e/o culturali, principalmente organizzato in gruppi. Fra le attività e servizi più richiesti: cicloturismo, escursionismo e passeggiate in genere con tappe a tema, tour enogastronomici e visite nei luoghi di culto. Richieste di turismo scolastico sia in estate che in inverno. Degna di evidenza anche la richiesta di pacchetti per viaggi di lavoro e "shopping tour". Vengono preferiti i viaggi in autopullman dalla Polonia verso l'Italia, a seguito per tutto il tour. Per gli individuali è invece preferito il viaggio in aereo.
- **Paese di riferimento: Olanda.** Altissimo interesse verso un turismo open air, attento alle aree protette e Parchi. Fra le attività e servizi più richiesti quelli relativi alla vacanza al mare e/o montagna in totale autonomia e a contatto con la natura prediligendo il turismo attivo (cicloturismo e trekking). Importante anche l'interesse per soggiorni



romantici con contenuto culturale, eno-gastronomico ed escursionistico. Prediletta la sistemazione open-air, in villaggi o campeggi con area camper attrezzata. L'auto o il camper risulta la modalità di spostamento prescelta. Come tutti i popoli europei, anche la domanda olandese organizza e prenota ogni servizio con anticipo. In molti utilizzano i canali intermediati, oppure le OLTA maggiormente conosciute, pagano quasi ogni cosa con carte di credito.

- **Paese di riferimento: Irlanda.** Fra le attività e servizi più richiesti quelli relativi alla vacanza costituita da attività outdoor quale trekking, escursioni nelle riserve naturali. Molto interesse per la possibilità di esperienze gastronomiche e richieste di visite guidate nei borghi e centri d'interesse culturale. Anche la domanda irlandese organizza e prenota con anticipo di circa 6/8 mesi prima della data di partenza. In molti utilizzano i canali intermediati, agenzie di viaggio, on ed off line, oppure le OLTA maggiormente conosciute, pagano quasi ogni cosa con carte di credito.
- **Paese di riferimento: Svizzera.** Fra le attività e servizi più richiesti quelli relativi all'outdoor, come il cicloturismo, sia mare che montagna, nonché le vacanze contenenti esperienze artistiche e didattiche in laboratori artigianali o nelle fattorie. Il mezzo di trasporto preferito resta l'auto o, in caso di turismo open air, il camper.

La domanda svizzera organizza e prenota ogni servizio relativo alla vacanza anche con anticipo, utilizzando i canali intermediati, agenzie di viaggio, oppure le OLTA e pagano quasi ogni cosa con carte di credito.

- **Paese di riferimento: Belgio.** Caratteristica di questo paese è l'acquisto della vacanza in un determinato periodo dell'anno, quando hanno a disposizione la loro mensilità aggiuntiva che utilizzano per acquistare proposte convenienti. La vacanza tipo si basa sul tema della scoperta di nuove destinazioni puntando su autenticità, natura ed esperienze enogastronomiche. Fra le attività più richieste quelle relative allo sport outdoor tra cui snorkeling e canoa, escursionismo con visite guidate. In molti utilizzano i canali intermediati, agenzie di viaggio, oppure le OLTA e pagano quasi ogni cosa con carte di credito.
- **Paese di riferimento: Germania.** Interesse per attività di scoperta ed esperienziale sui diversi temi, pratica di sport outdoor quali cicloturismo, trekking, escursionismo e passeggiate con tappe a tema ed enogastronomia. La tipologia di sistemazione preferita risulta il camping e/o mobile home, sia in località di mare che in montagna per soggiorni settimanali. Come tutti i popoli europei, anche la domanda tedesca organizza e prenota ogni servizio relativo alla vacanza anche con anticipo. In molti utilizzano i canali intermediati, agenzie di viaggio oppure le OLTA maggiormente conosciute.

Esigenze del trade

L'ENIT, in collaborazione con le sedi estere, ha dato il via ad una serie di appuntamenti denominati "TURISMè", focalizzati sui mercati, prodotti e tendenze turistiche dei vari paesi europei,



per conoscere in maniera più approfondita i mercati al fine di ottimizzare l'offerta e cercare di essere competitivi sul mercato venendo incontro alle esigenze dei singoli paesi di provenienza.

- **Paese di riferimento: Spagna.** La responsabile della sede ENIT di Madrid ha evidenziato quanto il turismo rappresenti il settore più importante, prima industria del paese. L'Italia è una destinazione tra le più gettonate. Anche il direttore di Tourmundial, TO specializzato in viaggi Leisure, Mice e Bleisure ha sottolineato come l'Italia sia la prima destinazione in termini di preferenza per la sua vicinanza territoriale con un focus sulle città d'arte, come Firenze e Venezia.
- **Paese di riferimento: Francia.** La responsabile ENIT a Parigi ha fornito una serie di dati utili sul mercato francese e di quanto sia strategico per l'Italia poiché essa risulta tra le destinazioni estere più gettonate insieme a Grecia e Portogallo. Matthieu Mariotti, responsabile del T.O. Donatello (Gruppo Kuoni), specializzato nel prodotto Italia con 8.000 clienti principalmente individuali. Le destinazioni principali sono: Puglia, Sicilia, Napoli e Venezia, prediligendo la natura.
- **Paese di riferimento: Germania.** La responsabile ENIT di Francoforte ha proposto un'overview sul paese tedesco evidenziando come l'Italia con le sue bellezze sia la destinazione ideale per i tedeschi. Le località gettonate sono: Lago di Garda, Trentino e località dell'Adriatico e si parla essenzialmente di una tipologia di viaggi individuali. L'Italia è la seconda meta più ricercata per destinazioni; il trend è quello di prediligere vacanze in relax, da trascorrere in famiglia tra mare e natura.
- **Paese di riferimento: UK e Irlanda.** Il responsabile della sede ENIT di Londra rivela che l'Italia è la terza destinazione preferita dagli inglesi dopo Spagna e Francia, mercato importantissimo se si considera che, nel 2019, 6,3 milioni di turisti inglesi hanno scelto l'Italia mentre 500.000 quelli provenienti dall'Irlanda. Aumentano le richieste per quanto riguarda il settore del lusso. Ricerca di mete meno gettonate che possano offrire prodotti di nicchia quanto più possibile personalizzati con percorsi enogastronomici e visite guidate nei borghi.
- **Paesi di riferimento: Austria e Svizzera.** Il responsabile ENIT di Vienna ha illustrato la situazione dell'Austria: con i suoi nove milioni di abitanti, ha fatto registrare negli ultimi 10 anni un andamento in crescente aumento tanto che gli ultimi dati relativi al 2019 hanno registrato 2.600.000 arrivi in Italia con 9.500.000 di pernottamenti, così da risultare al sesto posto come spesa turistica. Le mete preferite per i viaggi in Italia: regioni del Nord Est, Friuli-Venezia-Giulia ed Emilia-Romagna, la zona dei laghi come il Lago di Garda e Trentino-Alto Adige.

La responsabile di ENIT Zurigo ha riportato i dati del paese elvetico, con 8.500.000 di abitanti hanno un grande potere d'acquisto. Popolo che viaggia molto in Italia, con soggiorni di 10-14 giorni, nei mesi di aprile, maggio, settembre e ottobre, prediligendo un tipo di vacanza all'insegna della natura, sostenibile in strutture di lusso come il glamping ma anche semplici alloggi mentre tra gli sport preferiti spiccano golf e mountain bike.



- **Paesi di riferimento: Paesi nordici.** L’Ambasciatore italiano in Svezia ha focalizzato l’attenzione sul loro grande potere di spesa per il mercato turistico italiano. Danimarca, Svezia, Finlandia registrano un PIL pro capite altissimo per cui ne consegue che la capacità di spesa è relativamente importante tanto da registrare in Italia 2.500.000 presenze di turisti svedesi. Il turista svedese è attratto dal LIFESTYLE italiano, valorizzando i punti di forza proponendo un tipo di vacanza sofisticata e focalizzata sulle esigenze del turista svedese.

L’Ambasciatore italiano in Finlandia ha tracciato l’immagine del turista finlandese tipo e di ciò che ricerca durante la propria vacanza, attratto da sport e natura, itinerari a cavallo, tutte le attività outdoor quali: kyte surf, hiking, golf. Elemento importantissimo è la fidelizzazione: il turista finlandese notoriamente è abituato a muoversi in campo di prevedibilità e ad un primo approccio appare quanto mai restio a scoprire posti nuovi.

L’Ambasciatore italiano in Norvegia, fa sapere che l’Italia, è un paese molto amato. Michael Kapil, Direttore Marketing Ticket Leisure Travel, la più grande agenzia di viaggio della Scandinavia, rileva che le prenotazioni online sono nettamente cresciute negli ultimi anni senza però disdegnare i classici canali di prenotazioni poiché il cliente ha l’aspettativa di ricevere competenza e convenienza.

Secondo uno studio condotto a febbraio 2020, l’Italia si è classificata al quinto posto tra le mete preferite dagli Scandinavi, dopo Spagna, Croazia, Grecia e Portogallo. Tra le città preferite al primo posto resta sempre Roma. Nel caso di viaggi in Italia, propensi ad affittare un’auto oppure spostarsi in treno, optando per località dove la natura rappresenta l’elemento essenziale nel quale praticare sport all’aria aperta soprattutto hiking e bike senza dimenticare il lifestyle italiano di cui i paesi nordici vanno pazzi e i percorsi di enogastronomia.

- **Paesi di riferimento: Russia e paesi CSI.** La responsabile ENIT di Mosca ha introdotto i mercati di competenza delineando un’area molto vasta. L’Italia ha una posizione di privilegio tra le destinazioni preferite dalla popolazione. Nel 2019, la popolazione russa ha compiuto più di 16 milioni di viaggi all'estero per scopi turistici: 1,6 milione in più rispetto al 2017. Per la prima volta, l’Italia entra tra le prime tre destinazioni leader, tanto che i Tour Operator rilevano un notevole aumento dei volumi rispetto ai risultati dello scorso anno.

4.0 - L’offerta turistica regionale.

L’offerta turistica regionale, come consuetudine, viene analizzata ed articolata fra risorse ed attrattori turistici (naturalistiche ed ambientali, artistico-culturali, storiche, archeologiche, enogastronomiche, culturali e di altro genere), territori e rispettivi turismi praticati e praticabili,



caratteristiche climatiche, infrastrutture e servizi, i servizi ricettivi e di alloggio, i servizi turistici complementari ed esperienziali, un focus sui forecast elaborati da grandi società di consulenza e su best practice che possono consentire di definire proposte turistiche più accattivanti e/o competitive.

4.1 – Risorse e attrattori turistici regionali

L’Abruzzo si affaccia ad est sul Mar Adriatico e confina a nord con le Marche, ad ovest con il Lazio e a sud con il Molise. La sua sigla internazionale è ABR, ha una popolazione di 1.263.660 abitanti distribuiti su una superficie di 10.831,50 kmq con una conseguente densità abitativa di 117,59 abitanti kmq., comprende 4 province L’Aquila, Chieti, Pescara e Teramo nei quali sono presenti 305 comuni, si affaccia sul mare con 133 km di coste diverse (spiagge prevalentemente sabbiose a nord ed estremo sud, in alcuni casi in ghiaia, o costa rocciosa più o meno alta alternata a piccole calle sabbiose da Ortona a Casalbordino).

4.1.1 - Risorse naturalistiche ed ambientali.

L’Abruzzo è la regione dei vasti paesaggi appenninici, ricca di biodiversità. I bacini vallivi che si aprono all’interno sono contornati dalle aspre creste dell’Appennino centrale. Le montagne rappresentano il 65% dell’intero territorio regionale dove, numerose sorgenti, danno origine ad una cospicua risorsa idrica (circa 950 milioni di metri cubi di acqua dolce).

I Comuni ricadenti in aree montane e cioè facenti parte delle Comunità Montane sono 227 su 305 ovvero il 73,4 del totale. Questi insistono su una superficie di 8.224 kmq che costituisce il 76,2% del territorio regionale con una popolazione di 436.928 (pari al 43,5 del totale).

Come poc’anzi evidenziato, l’Abruzzo ospita all’interno del proprio territorio tre Parchi Nazionali: il Parco Nazionale d’Abruzzo, Lazio e Molise, il Parco Nazionale della Maiella e il Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga; un Parco Regionale: il Sirente-Velino; un’Area marina protetta: la Torre del Cerrano e altre 38 aree protette, che nell’insieme rappresentano il 36,3% della superficie totale della Regione che, proprio per questo motivo è stata riconosciuta “Regione Verde d’Europa”.

Pertanto, la Natura in Abruzzo è una grande realtà, una risorsa da salvaguardare pensando alle generazioni future attraverso azioni attente che consentano di beneficiarne a residenti e turisti.

La Regione Abruzzo, con oltre un terzo del proprio territorio destinato ai Parchi, vanta, dunque, non solo un primato culturale e lungimirante nella salvaguardia dell’ambiente, ma può essere definita come principale area naturalistica d’Europa, cuore verde del Mediterraneo, avendo investito nella tutela dell’ambiente, che è una grande risorsa e proprio per questo la Regione deve assumere il ruolo di leader nel “turismo verde o ecoturismo”, destinando risorse adeguate ad una fruizione consapevole (che presuppone conoscenza e sensibilizzazione in tutti i settori della società) e sostenibile (che



richiede infrastrutture e servizi).

Il patrimonio naturalistico abruzzese è collocato principalmente, ma non esclusivamente, sulle montagne, dove i paesaggi, gli ecosistemi e la biodiversità variano a seconda della quota, passando da ambienti mediterranei a scenari tipicamente alpini. Nell'estrema varietà dei suoi habitat naturali l'Abruzzo si propone come uno straordinario laboratorio biologico per la conservazione della natura, di specie di piante e animali uniche e rare, e di ecosistemi spesso ancora integri e per questo da tutelare.

A completare l'offerta turistica delle aree protette anche importanti riconoscimenti internazionali, a partire da quelli UNESCO che nel 2017 ha inserito le antiche faggete del Parco nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, dove ci sono boschi con alberi di quasi 600 anni, nel patrimonio mondiale dell'Umanità e nel 2021 ha designato il Parco Nazionale della Maiella a "Geoparco mondiale UNESCO", portando così molti visitatori ad avvicinarsi ad aspetti molto particolari (ecologici nel primo caso, geologici nel secondo) del territorio: interesse esclusivo di studiosi del settore fino a qualche tempo fa e coinvolgimento di numerosissimi visitatori oggi.

Il sistema montano abruzzese si spinge fino a poche decine di chilometri dalla costa, sulla quale le cime più alte si proiettano come una spettacolare balconata affacciata sul mare offrendo panorami unici in tutte le stagioni dell'anno.

In Abruzzo si alternano paesaggi naturali tra i più vari: dai vastissimi piani carsici del Gran Sasso agli Altopiani Maggiori; dai profondi canyon della Maiella alle estese foreste della Laga; dagli alti pascoli ai selvaggi ambienti rupestri; dalle spiagge ampie e sabbiose della costa nord alle insenature e baie della riviera sud; e ancora cascate, grotte e persino un ghiacciaio, il Calderone, l'unico dell'Appennino e il più meridionale d'Europa.

La montagna dell'Appennino abruzzese è composta soprattutto da formazioni calcareo – dolomitico. I rilievi sono compatti maestosi con assoluta predominanza dei calcari. Le forme fondamentali della montagna dell'Appennino abruzzese sono due: creste appuntite su pareti verticali, aspre e dirupate al contrario di forme massicce e tondeggianti con superfici spoglie e sassose. All'estremità nord-occidentale i Monti della Laga presentano stratificazioni marnoso-arenacee oltre i 200m. I massicci dell'Appennino abruzzese da nord-ovest a sud-est continuano con andamento convesso verso l'interno. Il passo delle Capannelle (m. 1238) tra la conca aquilana e l'alto Vomano separa i Monti della Laga dal Gran Sasso d'Italia che estende le masse calcaree per 40 km fino a campo Imperatore. Il Corno Grande (m. 2912) è la cima più alta ma ci sono molte altre cime al di sopra dei 2000 m., il Corno Piccolo, Monte Camicia ecc. Dalla parte orientale di Campo Imperatore il massiccio procede fino alle gole di Popoli per arrivare a sud-est con la Montagna del Monte Morrone (m. 2061). Il rilievo penetra nella parte occidentale della Majella e scende a Guado San Leonardo per risalire fino a Monte Amaro (m. 2793) il più grande massiccio della Maiella seconda in Italia peninsulare. Il fianco sud-orientale della Maiella scende sulla Valle dell'Aventino fino al Monte Secine (1883 m.) ultima appendice dell'Arco Abruzzese esterno. L'arco abruzzese interno, invece si trova l'Aterno e il Salto-Liri. A nord inizia con il monte Nuria (1888 m.) separato dal gruppo del Terminillo dalla Valle del Velino e supera i 2000 m. con i massicci del Monte Velino e del Monte Sirente. La serie più interna dei rilievi è dominata dal gruppo dei Monti Simbruini e dei Monti Ernici. Le Montagne dell'Abruzzo meridionale rappresentano i rilievi subappenninici. I rilievi sono



compatti; la compattezza è interrotta solo dal solco Liri oltre il quale c'è un'aspra catena che prosegue fino ai monti del Parco Nazionale d'Abruzzo e al gruppo della Meta. I Fiume e torrenti Trigno-Biferno e Fortore scavano nelle rocce profonde e ampie Valli trasversali. La zona altopiano che domina il Sangro culmina nel Monte "Il Campo (m. 1745)" a nord-est di Capracotta e nel Monte Capraio. Un'altra superficie elevata è quella della Montagnola (m. 1428) fra gli opposti bacini del Trigno e del Volturno.

Rilevante a livello regionale, il "Cammino grande di Celestino": 225 km circa di percorso che unisce il cuore della Regione al mare Adriatico toccando luoghi straordinari: dalla Basilica di Collemaggio lungo la Valle dell'Aterno fino alla Valle Peligna e alla Maiella, passando per paesi medievali e siti archeologici. Da qui, tra gli eremi e i santuari della Montagna Madre, si giunge fino al mare, ad Ortona. Ideato nel 2018 dal Parco Nazionale della Maiella oggi vede annualmente una frequenza sul tracciato di circa 3000 visitatori.

La costa abruzzese, suddivisa nelle province di Teramo, Pescara e Chieti, si allunga per 133 chilometri di spiagge bagnate da un mare limpidissimo e baciata dal sole per molti mesi l'anno.

La costa nord presenta una grande varietà di territori. Dalla foce del Tronto, che segna il confine con le Marche, fino all'altezza del fiume Foro, situato poco a sud di Francavilla al Mare la spiaggia è sabbiosa e bassa. La spiaggia appare come un ampio e uniforme nastro dorato di sabbia finissima, con arenili larghi fino a trecento metri; in alcuni tratti c'è ancora la tipica macchia mediterranea, con le dune a segnare il margine fra la spiaggia e le verdi pinete.

Alcune tra le spiagge più belle si trovano a Tortoreto, Giulianova, Silvi Marina, Roseto degli Abruzzi, a Pescara, dove è possibile lasciarsi andare a lunghe passeggiate nella Pineta d'Avalos e nella Pineta di Santa Filomena. Più a nord, uno splendido e celebre bosco di pini accompagna Pineto alla sua spiaggia; poco distante una fitta macchia di Pini domestici e Pini d'Aleppo avvolge la robusta e solenne Torre di Cerrano, in passato vedetta e baluardo contro le incursioni dei pirati moreschi.

La costa meridionale diventa rocciosa all'altezza di Ortona e svetta dal mare nelle suggestive scogliere di Punta di Ferruccio e Punta di Acquabella, della Punta del Cavalluccio e di Punta Aderci. Le scogliere e le piccole insenature con spiagge e calette si alternano le spiagge di ciottoli, dove le acque limpidissime permettono di immergersi ed osservare i bellissimi e ricchi fondali marini. Fra le alte arenarie delle scogliere si apre poi il dolce golfo di Venere, seguito ancor più verso sud da quello ampio e animato di Vasto, con le larghe spiagge che tornano di nuovo ad essere sabbiose fino al confine col Molise. Unica è la Costa dei trabocchi, un tratto di mare dominato dalla presenza di antiche macchine da pesca montate su palafitte (i trabocchi) che in alcuni casi offrono anche opportunità di soggiorno e ristorazione per i turisti. La costa dei trabocchi con la sua natura rigogliosa e selvaggia si estende per circa sei chilometri e comprende località come Ortona, Fossacesia, Torino di Sangro. Le colline dell'entroterra, coltivate e colorate dalle piantagioni, irrompono sulla costa sorvegliata dagli antichi trabocchi, fanno da scenografia al mare. In questa zona tutti i piccoli centri della costa sono caratterizzati da un aspetto tipico dei porticcioli di pescatori. Questa parte della costa è più riservata e romantica, piena di spazi tranquilli, di calette isolate, dalle spiagge protette dalle scogliere e dall'atmosfera particolare dei borghi marinari. Questi luoghi erano amati anche da Gabriele D'Annunzio che qui trascorreva lunghi periodi alla ricerca della giusta ispirazione.



4.1.2 - Risorse artistiche e culturali.

Nella regione fiorì isolata una civiltà artistica che non trova legami con le altre più evolute manifestazioni dei popoli italici. Fra le testimonianze più antiche (sec. VI-II a. C.) si registrano resti di insediamenti fortificati, necropoli e altri reperti archeologici, tra cui primeggia, per la sua potenza stilistica, l'enigmatica statua del Guerriero di Capestrano (sec. VI a. C., conservata a Chieti nel Museo Nazionale Archeologico). Con l'avvento del dominio di Roma, documentato nei suoi primi contatti con gli Italici nei resti di alcuni monumenti (santuario di Ercole Curino, presso Sulmona, siti archeologici di Alba Fucens, nei pressi di Massa d'Albe, e di Iuvanum, la fisionomia degli antichi centri mutò: lo attestano le numerose vestigia rimaste, tra cui il teatro di Chieti, l'anfiteatro e il teatro di Amiternum, le colonne corinzie e la stessa base romana della chiesa di San Pietro ad Alba Fucens. Dopo la fine dell'Impero Romano e le varie distruzioni, soltanto in età bizantina si ebbe una certa attività artistica (cattedrale di Santa Maria Aprutiensis, a Teramo), intensificatasi poi in età longobarda e carolingia (abbazia benedettina di San Giovanni in Venere, presso Fossacesia, chiesa di San Pietro ad Oratorium, a Capestrano, chiesa di San Clemente al Vomano, a Notaresco, poi distrutte e ricostruite in epoca romanica, sec. XII-XIII). Con la fioritura dell'edilizia benedettina, di cui ben poco rimane (abbazia di San Liberatore a Maiella, nei dintorni di Serramonacesca), vennero a costituirsi, influenzate dalla presenza dei lapicidi lombardi, le prime scuole locali di artisti e artigiani, che ebbero poi una rigogliosa ramificazione nella regione, con attivissime scuole minori come quelle di Valva e Casauria. L'architettura romanica si diffuse attraverso l'opera di maestranze lombarde, ma si sviluppò come elemento tipico della regione la facciata a coronamento orizzontale, che persisterà fino a tutto il sec. XIV. Particolare importanza ha la ricerca dell'effetto pittorico, ottenuto mediante la scultura o la decorazione policroma (che indica dei probabili influssi veneto-bizantini). L'aspetto ornamentale trovò ricca affermazione nel rivestimento di absidi e nel coronamento di portali e finestre (basilica di San Pelino o Valvense, a Corfinio, e l'abbazia di San Clemente a Casauria, entrambe del sec. XII). Alla manodopera borgognona si devono le più significative realizzazioni d'architettura gotica cistercense: la chiesa abbaziale di Santa Maria Arabona, a Manoppello, fondata nel 1208; quella, poi distrutta, di Santa Maria della Vittoria, presso Scurcola Marsicana; l'interno della cattedrale di Atri e il presbitero della chiesa di Santa Maria Maggiore a Lanciano. Se a L'Aquila (dove fa eccezione la chiesa di San Domenico, di manodopera francese) il gotico importato da Napoli (emblematica è la facciata della chiesa di Santa Maria di Collemaggio) mal s'inserì nei tradizionali schemi del romanico, ad Atri maestri locali (Raimondo di Poggio e Rainaldo da Atri) operarono (1302-05) con ben diverso risultato l'innesto dell'elegante stile francese nel severo contenuto degli schemi romanici. Seguendo questo indirizzo il gotico penetrò nel Chietino, a Guardiagrele, Lanciano e Teramo. Una caratteristica a sé assunse la sobria architettura francescana, a una sola navata a copertura lignea. Più che la scultura medievale, di cui i maggiori esponenti furono Ruggero, Roberto e Nicodemo, che dalla metà del sec. XII eseguirono cibori e amboni, fu la pittura ad affermarsi attraverso importanti cicli di affreschi, da quelli benedettini della chiesa di San Pietro ad Oratorium (sec. XII) alle pitture tardo bizantineggianti (1190) di Luca Pallustro da Lanciano, all'affresco del 1237 di Armanino da Modena (conservato a L'Aquila nel Museo Nazionale d'Abruzzo). Già gotici sono gli affreschi della chiesa di Santa Maria Assunta (sec. XIII), a Bominaco, nei pressi di Caporciano, e quelli di San Giovanni in Venere (fine del sec. XIII). Lento e ritardato si attuò



l'accoglimento del linguaggio rinascimentale, che nella pittura trovò il suo più grande assertore nell'abruzzese Andrea Delitio (affreschi nella cattedrale romanica di Atri, ca. 1481) e più tardi in altri artisti, quali P. Alamanno, Giovannantonio da Lucoli e l'ecclettico Cola dell'Amatrice. Dalle correnti del Rinascimento toscano giunsero, e tardi attecchirono nel substrato gotico, le nuove forme architettoniche: palazzo dell'Annunziata (che conserva insieme aspetti gotici, rinascimentali e barocchi) e la fontana del Vecchio (1474), a Sulmona; Palazzo Ducale, a Tagliacozzo, i castelli di Celano e di Capestrano e, a L'Aquila, la rinascimentale-barocca basilica di San Bernardino. Se più complesso appare lo sviluppo della scultura nel Quattrocento, sottolineato dalla presenza di artisti diversi (Gualtiero d'Alemagna e il lombardo Giovanni de' Rettori), questa si rivela, tuttavia, il campo più valido per l'affermarsi di artisti locali, come Nicola da Guardiagrele, pittore e orafo, che rinnovò il modello delle tradizionali croci di processione abruzzesi (croce del Museo Diocesano dell'Aquila, 1434; paliotto argenteo della cattedrale di Teramo, 1433-48) e Silvestro dell'Aquila (sepolcro di Maria Pereira Camponeschi, 1496, e mausoleo, 1505, entrambi nella basilica di San Bernardino a L'Aquila). Nel Cinquecento giunsero nuovi maestri a rivitalizzare l'arte dell'Abruzzo, quali Girolamo da Vicenza, il comasco Paolo de Garviis, Cola dell'Amatrice, autore della facciata della chiesa di San Bernardino a L'Aquila, e lo spagnolo P. L. Scrivà, che progettò il castello di L'Aquila (1534-67), uno dei maggiori esempi di struttura difensiva rinascimentale concepita sulla base dei più aggiornati dettami dell'ingegneria militare dell'epoca. Il maggior numero di affreschi della prima metà del Cinquecento fu dovuto all'attività di Francesco da Montereale. Con la sua opera Madonna degli Angeli tra San Sebastiano e San Rocco (1509), nella chiesa di San Silvestro a L'Aquila, la pittura abruzzese si aprì al linguaggio umbro del Perugino e del Pinturicchio, divulgato però dall'artista con formule già in ritardo rispetto agli sviluppi raffaelleschi. Al linguaggio estremamente semplificato del monterealese si rifecero numerosi artisti attivi nell'area nordoccidentale dell'Abruzzo, rimasti insensibili persino all'arrivo a L'Aquila della Visitazione di Raffaello (1519), destinata alla cappella Branconio in San Silvestro, ma conservata al Museo del Prado, a Madrid. Agli arrivi esterni le tendenze locali risposero scegliendo la via della mediazione, come dimostra l'opera di P. Cesura, che nel Miracolo di Sant'Antonio e nell'Adorazione dei pastori per San Bernardino a L'Aquila tentò un accordo tra elementi michelangioleschi e raffaelleschi, o quella di G. P. Cardone, cui si devono gli affreschi del refettorio di San Bernardino, la Madonna del Rosario (1580) della basilica dell'Assunta a Pescocostanzo e il gonfalone della città (1579). Influenze venete (Tiziano, il Veronese) sono invece riscontrabili in opere dell'area adriatica abruzzese, come il gruppo di tele di Santa Maria Maggiore, a Vasto, o, a Chieti, i dipinti in San Giovanni dei Cappuccini. Nell'età della Controriforma giunsero a L'Aquila alcune tele di B. Ciarpi, maestro di Pietro da Cortona, che rafforzarono quel filone anticaravaggesco, di matrice toscana, mirante a neutralizzare la lezione del naturalismo del Caravaggio con l'inserimento delle figure dei santi entro gli schemi iconografici tradizionali. I tentativi di adesione al metro caravaggesco furono invece perseguiti dal fiammingo L. Finson, autore dell'Annunciazione conservata al Museo Nazionale d'Abruzzo, e da Tanzio da Varallo (Circoncisione di San Remigio a Fara San Martino, Madonna e santi nella collegiata di Pescocostanzo). Nel 1640 e in tempi successivi è attestata a Chieti la presenza del pittore G. B. Spinelli, che alternò soggiorni prolungati a Napoli a periodi di attività in Abruzzo. A lui si deve l'introduzione nella regione di quella visione naturalistica improntata inizialmente ai modi di M. Stanzione, suo maestro, e successivamente a quelli del Battistello. Nella seconda metà del sec. XVII l'opera degli artisti locali fu influenzata dall'arrivo di un importante gruppo di opere di M. Preti, conservate al Museo Nazionale d'Abruzzo,



e di una Visitazione di L. Giordano. Giunsero anche dipinti di artisti di scuola romana, come la Strage degli innocenti di F. Cozza, e opere di G. Brandi e di L. Baldi (l'Annunciazione dell'omonima chiesa di Sulmona e l'Adorazione dei pastori del Museo Nazionale d'Abruzzo), in cui si scorgono influssi di G. Reni. Nel sec. XVII la lavorazione della maiolica giunse a risultati di notevole valore artistico, specialmente con la dinastia dei Grue, che operarono nell'antica manifattura di Castelli. Nel Settecento trovò più decisa affermazione nel territorio abruzzese la pittura napoletana, anche in conseguenza dell'ampia ristrutturazione di numerosi edifici ecclesiastici che videro impegnati architetti napoletani come M. Gioffredo (facciata della chiesa del Carmine a Vasto) e il Fuga (Santa Caterina a L'Aquila). Infatti, a parte il prevalere in alcuni casi di esperienze romane (affreschi del chiostro francescano di Castelli e decorazione della volta di San Domenico ad Atri), le suggestioni pittoriche fin dall'inizio del sec. XVIII furono legate all'arte di F. Solimena da una parte e di P. De Matteis dall'altra, prima che nuove esperienze prendessero il sopravvento con la diffusione delle opere di F. De Mura (Santissima Trinità nella chiesa di San Basilio a L'Aquila; Ecce Homo e Andata al Calvario nella chiesa dell'Assunta di Castel di Sangro) e poi di quelle di G. Diano, attivo tra Chieti e Lanciano. Nella seconda metà del sec. XVIII, mentre prevalevano soluzioni figurative razionalistiche (testimoniate dall'arrivo nella badia morronese di Sulmona del San Benedetto in estasi di A. R. Mengs) legate al neoclassicismo, che non ebbe però nella regione un vasto seguito, operò in Abruzzo il molisano P. Gamba, allievo del Solimena, attivo a Barrea, a Penne e a Sulmona. Tra il 1788 e il 1789 G. Diano decorò il duomo di Lanciano, intervenendo nei pennacchi della cupola e nella volta del presbiterio; a Chieti affrescò il salone dell'ex collegio gesuitico e realizzò il San Giuseppe Calasanzio per la chiesa di San Domenico. Nell'Ottocento l'Abruzzo fu la patria di numerosi pittori di fama, formati a contatto con l'ambiente napoletano e maturati spesso in contrapposizione alle tendenze ivi prevalenti. È il caso dei Palizzi, la cui ricerca veristica si oppose sia alla pittura di D. Morelli sia a ogni tendenza puramente folcloristica, o di T. Patini, che con la sua opera entrò in polemica con la politica postunitaria, dimostratasi inefficace alla realtà meridionale. Un'altra presenza di rilievo fu quella di F. P. Michetti, che approfondì nelle sue opere lo studio dell'ambiente abruzzese recuperato nei suoi aspetti primordiali (Sposalizio in Abruzzo, 1876; Processione del Corpus Domini a Chieti, 1877; Il voto, 1883; La figlia di Jorio, 1895, conservato nel Palazzo del Governo a Pescara; Gli storpi e Le serpi, inizi sec. XX, custoditi nel Municipio di Francavilla al Mare). Tra la fine del sec. XIX e i primi decenni del Novecento si colloca la figura del pescarese B. Cascella, artista di evidente vena dannunziana. Pittore e ceramista, sviluppò notevoli interessi grafico-litografici, che lo spinsero nel 1899 a fondare la rivista L'illustrazione abruzzese. Con la famiglia Cascella, che ha dato alla regione ben tre generazioni di artisti, si giunge alla produzione figurativa abruzzese novecentesca, nel cui panorama si segnalano i figli di Basilio, Tommaso e Michele, noto quest'ultimo soprattutto per le vedute marine e urbane, e i ritratti femminili realizzati con grande padronanza delle più varie tecniche pittoriche e grafiche. Fra i maggiori scultori e ceramisti europei sono di certo da annoverare Andrea e Pietro Cascella, figli e allievi di Tommaso. In campo architettonico, l'Abruzzo si è sempre dimostrato refrattario ai tentativi di infiltrazione dei nuovi linguaggi artistici, preferendo al nuovo una politica di tutela e recupero del patrimonio storico esistente. Quasi del tutto assenti sono le presenze di stampo modernista, a eccezione del centro culturale di Pescara (E. Montuori, 1962). Testimonianze del postmoderno di maniera, come le forme concavo-convexe di retaggio barocco, si trovano nel centro culturale Ignazio Silone di Avezzano (1970-82), opera di P. Portoghesi e V. Gigliotti, e in quello di Sulmona (1970-83).



Ricco il patrimonio di usi, costumi e tradizioni, figure importanti come G. D'Annunzio e B. Croce, artisti e scrittori quali F. P. Michetti, I. Silone, E. Flaiano, la dinastia dei pittori, scultori e ceramisti Cascella sono tra gli esponenti più importanti che, fra i sec. XIX e XX, hanno contribuito a far conoscere l'Abruzzo.

In Abruzzo esiste un patrimonio alimentare e gastronomico di incredibile varietà e originalità, molto spesso frutto di lavorazioni artigianali, tramandate da generazione in generazione.

Allo stato attuale, i prodotti tradizionali abruzzesi registrati sono 144 e appartengono alle seguenti categorie: bevande analcoliche, distillati e liquori – carni fresche e loro preparazioni – condimenti – formaggi – grassi – paste fresche e prodotti di panetteria, biscotteria, pasticceria e confetteria – preparazioni di pesci, molluschi e crostacei – prodotti della gastronomia – miele – prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati.

Alcune di queste produzioni, nel tempo, si sono diffuse su media e larga scala per essere apprezzate in tutto il mondo, come è avvenuto ad esempio per il vino e la pasta, la cui produzione ha acquistato notorietà sin dalla fine dell'800 grazie alle decine di "pastai-maccaronari" operanti nell'area frentana, oggi rappresentati in ogni continente da alcuni importanti aziende.

Se ci si sposta nell'entroterra, si trovano prodotti di grande pregio: i tartufi (sia bianchi che neri) di cui l'Abruzzo è tra i più importanti produttori in Italia, per qualità e quantità; lo zafferano dell'Aquila prodotto nel particolare microclima dell'altopiano di Navelli; le lenticchie di Santo Stefano di Sessanio e gli altri legumi di montagna; l'aglio rosso di Sulmona nella Valle Peligna; i carciofi di Cupello nel vastese; le patate e le carote del Fucino. Inoltre, le incontaminate zone montane e pedemontane, così ricche di erbe aromatiche e di fiori, sono l'ambiente ideale per l'importante produzione di miele, nonché per quella di foraggi naturali che consentono di ottenere una straordinaria varietà di formaggi di varie stagionature e diversa provenienza, come i pecorini e le ricotte di Farindola, di Castel del Monte, di Scanno o Atri (per citare solo le zone più conosciute), o come le caciotte e i caciocavalli della zona frentana, dell'alta Valle Peligna e dell'alto Sangro.

Tra le specialità dell'Abruzzo meritano un posto d'onore i salumi da taglio come la ventricina del medio e alto Vastese, le mortadelline di Campotosto, il salame aquilano, il salsicciotto frentano, le salsicce di carne e di fegato (anche condite con miele e peperoncino) e la ventricina teramana (spalmabile).

Legati alle feste e alle tradizioni locali sono poi i dolci tipici come le neole, la pizza dolce (pan di spagna con crema e cioccolato), i bocconotti lancianesi e teramani, i confetti di Sulmona, i vari torroni e le diverse versioni del pan rozzo celebrato da Gabriele d'Annunzio, magari da abbinare a un bicchierino di tradizionale vino cotto, di ratafià, di liquore alla genziana o di Centerbe di Tocco da Casauria.

Questa grande varietà di prodotti tipici corrisponde a una vasta tradizione gastronomica tuttora viva nelle abitudini alimentari degli abruzzesi. Inoltre, la rielaborazione delle antiche ricette ad opera di attenti ristoratori e di docenti di scuole alberghiere e di cucina, che in Abruzzo vantano una lunga tradizione, ha consentito una diffusione internazionale dei piatti tipici abruzzesi.

Diverse sono le particolarità storiche che raccontano l'Abruzzo agroalimentare. La prima



riguarda il territorio dell'attuale provincia di Teramo, che è noto per l'originalità di molte ricette – rispetto a una maggiore omogeneità delle altre aree della regione – derivante dall'influsso di cuochi di alta scuola che tra il '500 e il '600 erano al servizio di alcune famiglie nobiliari e ancora di più al seguito dei francesi. Si tratta di elementi che confermano, qualora ce ne fosse bisogno, quanto il destino politico-amministrativo e quindi socioeconomico di un territorio segni definitivamente la vita quotidiana per le successive generazioni, se è vero che lo stesso capoluogo ospitava già all'epoca l'attività di decine fra locande e osterie (a fine '800 se ne potevano contare in più di cento), e che la cucina teramana conserva tuttora tocchi di raffinatezza e di forte caratterizzazione territoriale. Ne sono esempio le screppelle ('mbusse, ossia bagnate in brodo, o in timballo), i ravioli dolci, le mazzarelle, il tacchino alla canzanese, la 'ndocca 'ndocca, solo per citare alcune pietanze.

Ma la storia della cultura materiale dell'Abruzzo, sempre sul finire del 1500, rivela un'altra particolarità che ha come protagonisti il borgo di Villa Santa Maria, situato nella media valle del Sangro in provincia di Chieti, ma soprattutto i membri della famiglia Caracciolo, dalla quale nacque Francesco (Ascanio) Caracciolo, divenuto santo patrono dei cuochi italiani. Furono loro a fondare quella che può essere definita la prima scuola di cucina, oggi molto conosciuta tra gli addetti ai lavori grazie all'abilità di chef e maître attivi in ogni parte del mondo che hanno studiato nel locale istituto alberghiero, un'istituzione di grande prestigio che ha dato impulso alla nascita delle altre scuole alberghiere abruzzesi in cui annualmente si diplomano centinaia di nuovi operatori del settore.

Il terzo e più curioso riferimento dell'Abruzzo alimentare è legato alla Panarda, un banchetto di antiche quanto incerte origini ma di incredibile varietà; era composto infatti da decine di portate (chi dice 40, 50, 70, 80... in relazione all'importanza e alla ricchezza del signorotto del paese che apriva la propria casa alla gente comune), ognuna delle quali annunciata da un colpo di cannone.

4.1.3 - Altre risorse di rilevanza turistica.

Il lungo passato agricolo e pastorale dell'Abruzzo ha segnato profondamente sia la cultura popolare, sia il folclore e le tradizioni. Regione quant'altre mai conservatrice, anche per la caratteristica configurazione orografica, rivela nelle sue usanze ascendenze arcaiche e antichissime, conservate nell'ambito della tradizione cristiana. È questo il caso, per esempio, della Festa dei Serpari che si tiene la prima domenica di maggio a Cucullo, cittadina in cui è conservata la reliquia del "sacro dente" appartenente a san Domenico, cui si attribuiscono poteri magico-terapeutici. Il rito ha inizio nella chiesa, dove i fedeli e i pellegrini rendono omaggio a san Domenico. Successivamente, si svolge la processione nel corso della quale la statua del santo, ricoperta di serpi, attraversa le strade del paese. È intrisa di rituali magico-propiziatori anche la festa di San Zopito, che si celebra il lunedì successivo alla Pentecoste, presso Loreto Aprutino, durante la quale un bue con in groppa un fanciullo viene fatto inginocchiare di fronte al sagrato della chiesa di San Pietro. Un accenno particolare merita la festa di San Giovanni, che raccoglie a Civitella Roveto devoti provenienti da tutta la valle e che lega alla celebrazione del santo un vero e proprio rito delle acque sulle sponde del fiume Liri. Il calendario delle ricorrenze sacre e profane in Abruzzo è fittissimo e ricorda momenti cardine della vita, nonché eventi importanti: è, quest'ultimo, il caso della "Perdonanza" di L'Aquila (che rievoca l'indulgenza plenaria concessa da papa Celestino V in occasione della sua elezione), mentre legati al lavoro nei campi sono sia la Gara del Solco dritto a Rocca di Mezzo (si tratta di tracciare un solco perfettamente



rettilineo della lunghezza di 3 km) sia le feste del fuoco che incendiano le montagne d'inverno. Altre feste sono rievocazioni storiche o di eventi leggendari, come la Festa dei Banderesi a Bucchianico, la Sagra dei Saraceni a Villamagna, o ancora la Giostra Cavalleresca a Sulmona. Al calendario delle ricorrenze sacre appartengono soprattutto le processioni e i rituali della Settimana Santa, come la Processione del Cristo Morto di Chieti o la Sacra Rappresentazione di Pasqua a Spoltore, o le celebrazioni della Pasqua a Sulmona. La tradizione abruzzese rivive anche nelle attività artigianali, che annoverano alcune produzioni storiche (ceramiche di Castelli e di Palena; oreficerie e artistiche filigrane soprattutto a Sulmona e a L'Aquila; merletti a Pescocostanzo e Scanno; oggetti in rame e ferro battuto in tutta la regione) e altre particolari (confetti a Sulmona, fisarmoniche ad Atri e Carsoli, coperte dai tipici disegni a Taranta Peligna). Lungo le vie abruzzesi della transumanza si è sviluppata una pregevole arte pastorale, in cui spicca la lavorazione del legno. L'intaglio di oggetti lignei ha dato vita a un importante polo produttivo nel settore del mobile. Da menzionare anche l'ampia e variegata gamma dei tipici costumi popolari, fra i quali spiccano quelli di Scanno.

Altra caratterizzante risorsa di rilevanza turistica è rappresentata dai borghi, l'Abruzzo vanta un numero importante di piccoli suggestivi borghi la maggior parte dei quali risale al periodo medievale. Nelle zone più interne dominano incontrastati la pietra viva e la malta. I paesi dominano gli spazi, arroccati su colline e monti a difendersi dagli attacchi esterni, spesso ancora circondati da imponenti cinta murarie. Le vie sono strette fino alla sommità in cui si levano castelli, rocche o torri. Le case-mura sono attaccate le une alle altre, quasi senza spazi, con finestre molto piccole e solo ai piani superiori. Verso la costa la pietra lascia il posto al mattoncino, il paesaggio si fa più morbido e la struttura dei borghi si apre ad una architettura urbanistica, pur sempre di origine medievale se non romana, ma più influenzata dal rinascimento e dalla ricchezza degli scambi commerciali. Adagiati sulle colline o raccolti sui monti, i borghi rappresentano la vera anima della regione e un viaggio alla scoperta dell'Abruzzo non può prescindere da un'esperienza viva per le vie e le piazze di un borgo storico.

4.2 – Territori e Turismi

4.2.1 - Aree marine: spiagge e coste per turismo balneare, relax e attivo.

L'Abruzzo è una regione tutta da scoprire che ha nella varietà paesaggistica il suo punto di forza: 133 chilometri di costa, lungo la quale si alternano arenili di sabbia dorata e fresche pinete, scogliere, promontori e calette di ciottoli, spiagge animate e lidi solitari dove crogiolarsi in pace. Il mare d'Abruzzo è tutto questo e molto di più grazie alle sue numerose località premiate con le prestigiose "Bandiere Blu".

La principale offerta turistica per queste aree è rappresentata dalla linea "mare per famiglie", per la quale occorre specializzazione, qualificazione e caratterizzazione.

Questo significa specializzarsi in maniera da incidere positivamente sul flusso stagionale estivo. L'intera filiera, accoglienza, ospitalità, servizi, tempo libero e conoscenza del territorio, è chiamata ad esprimere standard qualitativi elevati rispetto alla soddisfazione delle esigenze della specifica



tipologia di turista, ai suoi comportamenti e alle sue aspettative, tale da rendere il prodotto “prodotto ideale” per le vacanze per famiglie.

L’azione strategica dovrà puntare sull’integrazione tra le località di mare, con elevate presenze di turisti, ed i borghi e le comunità rurali dell’entroterra, al fine di trasferire in tali contesti una parte del valore aggiunto turistico, ridurre lo squilibrio socio-economico e compensare le tendenze allo spopolamento.

Nel perseguire l’obiettivo dell’integrazione turistica tra costa ed entroterra si ritiene indispensabile sviluppare un’offerta di servizi capace di coinvolgere i turisti presenti nelle località balneari in escursioni ed attività, organizzate o autonome, di durata giornaliera o almeno serale, verso i luoghi dell’entroterra.

È necessario lavorare sulla criticità costituita dalle motivazioni di viaggio del “turista del mare” e, a tal proposito, **bisogna assicurare due condizioni:**

- **unicità dell’esperienza**, secondo il principio per cui meno questa è ripetibile, più viene tollerata la distanza percorsa nell’escursione (e maggiore è la disponibilità ad un eventuale pernottamento);
- **qualità e facilità di fruizione del servizio**, la cui assenza può pregiudicare completamente l’interesse per l’escursione scoraggiando chi, nell’attitudine propria di un’esperienza sedentaria come quella balneare, può essere di per sé poco propenso alla mobilità.

Il target caratterizzato dalla maggiore mobilità è sicuramente quello più giovanile, ma le famiglie, specie quelle con bambini in età scolare, possono rappresentare un mercato potenziale: a fronte di una minor mobilità, potrebbero infatti offrire maggiore apprezzamento e curiosità per esperienze di scoperta, specie se accompagnate da attività di natura didattica ed educativa.

L’offerta di servizi deve essere declinata e differenziata tenendo conto della specificità dei prodotti e dei target potenziali. Ogni possibile ambito tematico presenta inoltre differenti caratteri organizzativi, criteri di qualità e target di riferimento.

Tra gli **ambiti tematici di interesse prioritario** per lo sviluppo dell’offerta di servizi turistici figurano:

- **gli eventi** (sagre enogastronomiche, feste patronali, festival musicali e culturali), in particolare quanto inseriti in location di pregio paesaggistico e caratterizzati da elevata autenticità per la partecipazione rilevante dei residenti;
- **i circuiti delle tipicità enogastronomiche** (es. città del vino, strade dei sapori), con le aziende agrituristiche, le osterie e le botteghe artigianali in esse localizzati, che, prescindendo dal grande evento, possono rappresentare motivazione sufficiente per l’escursione occasionale nell’entroterra, anche con finalità di shopping enogastronomico;
- **i parchi a tema sostenibili**, che affiancano esperienze culturali ed emozionali peculiari ad un contesto paesaggistico di pregio (es. parco avventura, parco geo-minerario,



ecomuseo, parco-museo d'arte contemporanea).

La intera lunghezza della costa abruzzese, 133 km, è servita interamente dalla cosiddetta “Bike to Coast”, pista ciclopedonale che corre lungo la costa dal confine con le Marche a Nord a quello con il Molise a Sud.

Ultimamente le attenzioni del pubblico e dei turisti sono più intensamente concentrate sul segmento novità di recente realizzazione denominato “**Via Verde dei Trabocchi**” alla quale, con la aggiunta di una serie di svincoli che consentono di fruire di ulteriori percorsi nella parte interna collinare, è possibile utilizzare una più ampia “**Rete ciclabile dei Trabocchi**”.

Il contesto naturalistico e particolare nel quale si inserisce il percorso, ha moltiplicato esponenzialmente la forza di questo asset attrattore fino al punto da essere inserito come tappa iniziale del **Giro d’Italia 2023**.

Grande attrazione, grande promozione, grande comunicazione, ma urgenza di definire collaborazioni e partnership fra pubblici e con privati al fine di ottimizzare investimenti ed azioni finalizzate al miglioramento di accessibilità verso l’area, mobilità interna multimodale e sostenibile, sistemi di parcheggi e servizi di scambio, servizi turistici, logistici e di sicurezza, punti info ed ogni altro aspetto al fine di mantenere una qualità di servizio ed accoglienza all’altezza delle aspettative dei visitatori.

4.2.2 - Aree interne, rurali, montane e protette per turismo montano, natura e outdoor

Dalle spiagge è possibile, in poco tempo, spostarsi verso lo splendido entroterra ricco di Parchi e Riserve, di borghi e castelli, eremi e abbazie, laghi e zone archeologiche e avere l’opportunità di partecipare a numerosi eventi di richiamo internazionale ed un’enogastronomia e prodotti agroalimentari di eccellenza.

Come già evidenziato l’Abruzzo vanta nel proprio territorio una altissima concentrazione di aree protette, ma contestualmente, delle cime più alte dall’Appennino nelle quali sono incastonate celeberrime località turistiche leader nel centro sud Italia e nel mediterraneo per il turismo invernale e quello outdoor in genere. In alcuni casi è stato quindi trovato un equilibrio fra conservazione e turismo anche intensivo, in altri casi occorre supportare la transizione verso un turismo sempre più sostenibile attraverso la ottimizzazione di infrastrutture e produzione di servizi introducendo innovazione di prodotto e di processo, soluzioni a basso impatto e consumo, tecnologie digitali e aggiornamento professionale per operatori e maestranze.

L’area montana abruzzese, i suoi parchi, le sue vette che dominano la catena degli appennini e sono caratterizzate e conosciute per numerosi diversi aspetti, esercitano da sempre una grande attrazione di flussi e presenze da Roma e dal Lazio, da Napoli e dalla Campania, dallo stesso Abruzzo, dalla Puglia, dalle Marche, da tutto il centro sud Italia. Negli ultimi anni è senza dubbio cresciuta la presenza di turisti provenienti da Malta, Inghilterra, Germania, Olanda e Belgio. Grande la potenzialità di trainare l’economia e lo sviluppo, grandi le opportunità di sviluppare ulteriormente arrivi e presenze: fatta eccezione per alcuni periodi di tutto esaurito, resta da ottimizzare le stagioni estiva ed invernale e da accrescere la destagionalizzazione attraverso proposte impregnate di



contenuti legati alla enogastronomia ed alle tradizioni locali.

Negli anni dell'emergenza da COVID19 si è indubbiamente registrato un notevole incremento delle presenze turistiche nelle aree interne e nei Parchi: la garanzia di grandi spazi all'aria aperta, la possibilità di visitare luoghi e svolgere attività esperienziali che aiutano il benessere psico-fisico, messo a dura prova durante la pandemia, l'opportunità di scegliere tra numerose destinazioni su un territorio vastissimo, hanno avvicinato moltissimi cittadini alla montagna e alle aree interne, alle attività tipiche di questi luoghi (trekking, escursionismo, passeggiate a cavallo, mountain bike, cammini, grotte, ma anche enogastronomia e recupero delle cultivar tradizionali che stanno diventando attività trainanti nel settore) e moltissimi di questi "nuovi turisti" sono tornati anche ad emergenza terminata, avendo scoperto luoghi e attività di cui fino ad allora ignoravano l'esistenza.

Le aree interne e protette presenti nella Regione Abruzzo supportano l'offerta turistica dei propri territori con centinaia di chilometri di sentieri di cui assicurano la manutenzione per garantirne la fruizione turistica durante tutto l'anno unitamente a numerosi musei e centri visita, giardini botanici e aree faunistiche, di guide e itinerari tematici, di eventi e culto delle tradizioni, contribuendo in modo determinante ad avviare e sostenere il sistema economico, culturale e sociale nel rispetto dei criteri di sostenibilità ambientale, attuando la cosiddetta "transizione ecologica" ancor prima che questo termine diventasse di uso comune.

Strettamente legato allo sviluppo, è la sostenibilità e la conseguente possibilità di conservare integro quello che oggi è il plus principale, la presenza degli attrattori che innestano il meccanismo di offerta turistica, la peculiarità e la qualità di quest'ultima, primi fra tutti quelli naturalistici ed ambientali, caratterizzati comunque dalla antropizzazione cui si legano sapori e saperi autentici.

Si prevede di aumentare gradualmente i flussi turistici soprattutto con una programmazione puntata alla destagionalizzazione, alla gamma di contenuti/produzioni locali, alla cultura minore ampiamente presente nell'area.

Si prevede altresì di ottimizzare la gestione dei suddetti flussi incentivando e proponendo modalità di accesso e mobilità più sostenibili e, di conseguenza, una offerta legata alla sostenibilità ed alla autenticità rispetto ad un mercato sempre più attento, specialmente dai paesi europei ed esteri dai quali potranno provenire significativi aumenti dei flussi fuori stagione.

La line guida per sviluppare proposte ottimali è senza dubbio quella di ricercare il giusto connubio che consenta di avere una "sostenibilità competitiva" nei confronti della domanda e, nel contempo, una "competitività sostenibile" che assicuri la coerenza di posizionamento ed il mantenimento dei plus che rendono possibile la attuale caratterizzazione della offerta Abruzzo e di quella della linea in oggetto.

Dalla creazione di microsistemi e di sistemi settoriali da ricondurre al più ampio Sistema di Governance Turistica regionale, quale strumento per lo sviluppo intersettoriale e di raccordo fra le risorse, produzioni ed i servizi ricettivi ed i servizi complementari, si passa alla esigenza di far funzionare meglio il sistema creato, proseguendo l'iter di ammodernamento, riqualificazione delle aziende, di creare strumenti di sistema settoriali e territoriali che possano supportare le filiere ricercando a un lato migliori collaborazioni, convergenze, complementarità ed integrazione operativa ed economica, dall'altro lato porre in essere azioni rilevanti di supporto all'intero sistema nell'insieme



delle esigenze di competitività, tutela dell'ambiente, miglioramento della qualità della vita e nuove forme di economia attraverso progetti ed interventi in grado di capitalizzare i risultati per una utilizzazione ed un vantaggio per la collettività dei residenti o turisti presenti.

Nell'ottica di crescita suddetta, tanti e concreti sono i vantaggi competitivi per quanti decidano di concentrarsi sulla produzione di servizi legati all'incoming sul territorio, ancor di più oggi in riferimento alla grande diffusione della filosofia del fare sistema per valorizzare le risorse, arricchire i contenuti della offerta, offrire qualità ma contestualmente specializzazione, proporre costantemente novità ed appeal sui diversi temi in grado di intercettare passioni ed aspettative di comunità più o meno ampie ed importanti, più o meno riconducibili ad opinion leader, trascinatori ed "animatori" di vario genere.

L'attrazione verso nuovi segmenti di domanda, infatti, consente ad una destinazione di arricchire e diversificare il proprio portafoglio clienti, con la possibilità di interagire in modo propositivo anche con gli operatori esteri.

Il vero punto di debolezza del turismo nelle aree interne, montane e protette della Regione Abruzzo è, però, rappresentato dalle infrastrutture e dai servizi. Difatti, la rete viaria non è sempre adeguata alle esigenze, con strade non sempre in grado di sostenere il traffico veicolare che in alcuni periodi dell'anno diventa caotico sia in relazione alle condizioni strutturali, ma, soprattutto, in relazione alla mancanza di adeguati collegamenti con servizi pubblici che dovrebbero permettere al grande pubblico di raggiungere almeno le principali sedi delle aree protette. Nonostante la vicinanza a grandi aree metropolitane come Roma e Napoli (che al massimo distano 2 ore di auto dai principali parchi nazionali) sono quasi del tutto assenti collegamenti che consentano di limitare il ricorso ai mezzi privati, determinando così un incremento esponenziale del traffico, con le conseguenze facilmente immaginabili in termini di inquinamento, rumore, progressivo aumento della non sostenibilità di una fruizione che dovrebbe invece limitare l'impatto.

Diventa, quindi, discriminante una scelta organizzativa da parte della Regione affinché investa in servizi che permettano di rendere fruibile le principali aree protette durante tutto l'anno, abbattendo i livelli di traffico, anche ipotizzando per alcune aree specifiche modelli già adottati in altre zone del mondo con sistemi di numero chiuso da integrare, ovviamente, con una adeguata rete di mobilità sostenibile che deve ovviamente passare per infrastrutture dedicate quali sono le piste ciclabili.

A completare il quadro delle esigenze operative non può mancare un cenno alla rete di servizi digitali, che in molte delle aree interne sono carenti se non totalmente assenti, determinando così disagi che a volte rappresentano delle vere criticità visto che incidono, negativamente, anche sulla sicurezza delle persone.

4.2.3 - Aree urbane e metropolitane per turismo legato a grandi eventi e convention

Il Turismo Congressuale, d'Affari o, come recentemente ridefinito di Business e Leisure (Bleisure) si conferma un segmento di mercato di notevole interesse, sia nazionale che internazionale per i numeri che esprime, la complementarità e la capacità di impatto con altre forme di turismo, l'integrazione territoriale che richiede e realizza (che coinvolge totalmente imprenditorialità,



industria culturale e università, oltre agli operatori della filiera turistica).

Il comparto tende da una parte a “concentrare” eventi tradizionali in luoghi precisi, dall’altra parte a esplorare e sperimentare in una miriade di domande e offerte che superano il congressuale e si specializzano su: convegni, conferenze, seminari, simposi, meetings, active meetings, tavole rotonde, workshop, labs, conventions, educationals, special events, festivals, kick off aziendali, incentive, etc.

Quantità e qualità della domanda nazionale e internazionale, creano una ottima opportunità di mercato per le destinazioni che hanno ed avranno la capacità di predisporre offerte competitive e proporle ai potenziali clienti con innovative tecnologie e contenuti accattivanti.

Ogni territorio ha almeno 5 ragioni fondamentali per sostenere questa tipologia di turismo:

- 1) rappresenta una forma di turismo di qualità;
- 2) genera ulteriore indotto turistico sul territorio;
- 3) offre opportunità di destagionalizzazione dei flussi turistici;
- 4) genera impatto economico positivo immediato sul territorio;
- 5) genera impatto socio-culturale positivo sul territorio.

Normalmente queste offerte hanno sempre riguardato centri urbani e metropolitani ricchi di ogni tipologia di servizio di logistico e di ospitalità, compresa la buona accessibilità e gli aspetti ludico ricreativi, ma recentemente si afferma sempre più la scelta di destinazioni attrezzate che possono offrire una immersione in luoghi unici, autentici dal punto di vista naturalistico, culturale, storico, antropologico, ovvero particolari per aspetti ancora sconosciuti e interessanti da scoprire.

In Abruzzo è possibile trovare un giusto connubio fra i maggiori centri urbani e l’immediato entroterra, potendo proporre sia eventi in città, sia in destinazioni celebri costiere o dell’entroterra, sia in formula mista fra città ed aree minori o interne attraverso escursioni giornaliere.

4.2.4 - Arte, Cultura, Tradizioni, Enogastronomia ed Artigianato per turismo diffuso.

Uno dei modi migliori per scoprire la regione è quello di intraprendere un viaggio di gusto tra le sue eccellenze gastronomiche che spaziano da prelibatezze di origine pastorale a specialità marinare. L’Abruzzo è definita anche la Terra dell’oro giallo perché nell’Altopiano di Navelli, in provincia di L’Aquila, viene prodotto il miglior zafferano al mondo. L’Abruzzo è noto anche per l’ampia produzione di formaggio e di olio. Sulmona, in provincia di L’Aquila, è famosa in tutto il mondo per la sua produzione di confetti e ospita la più antica fabbrica di questo prodotto dolciario. L’Abruzzo è anche la patria del buon vino e produce etichette d’eccellenza riconosciute e apprezzate a livello internazionale. Recentemente sono stati festeggiati i 50 anni del Montepulciano d’Abruzzo, il vino simbolo di questa regione, e rappresenta oltre l’80% del totale dei vini ivi prodotti.

Il turismo culturale origina dal bisogno umano per la diversità, per l’accrescimento del livello culturale dell’individuo attraverso nuove conoscenze, esperienze, incontri. Il consumo di cultura come fenomeno diffuso si va spostando sempre più verso una dimensione di esplorazione identitaria,



il cui senso non è solo di tipo individuale, ma assume nuovi significati con il bisogno da parte degli individui a integrarsi e a identificarsi in gruppi all'interno dei quali è possibile condividere una vocazione. Per questi motivi è cresciuto l'appello dei cosiddetti centri minori, per la loro capacità di rispondere all'esigenza di viaggi brevi e alla ricerca della qualità della vita in contesti che emozionano il turista e lo gratificano con esperienze profonde, intime e culturalmente significative.

Le principali destinazioni del turismo culturale in Italia restano le grandi città d'arte, ma sono cresciute e si sono moltiplicate diverse esperienze di turismo culturale legate a risorse, territori ed emergenze cosiddette minori. Queste esperienze hanno assunto molteplici forme (parchi letterari, reti di piccoli musei, eventi culturali, distretti della cultura, ecc.) ed hanno avuto alterne vicende, ma sono la testimonianza della vitalità del prodotto e soprattutto di quanto sia necessaria e proficua la sinergia tra cultura e turismo.

Il turismo dei borghi nasce posizionandosi come un "turismo minore" diverso e per certi versi alternativo rispetto a quello dei grandi flussi del turismo culturale che interessano gli itinerari turistici più famosi. La domanda nei borghi è prevalentemente di origine interna, mentre i flussi internazionali si orientano verso le grandi città d'arte che costituiscono le mete tradizionali del turismo culturale. Negli anni più recenti è cominciata una nuova fase del turismo nei borghi; questi non sono più visti come un prodotto di nicchia, minore, ma vengono percepiti invece come "eccellenze" turistiche del nostro Paese, in grado di soddisfare quell'esigenza di conoscenza che diventa fattore sempre più importante nella domanda turistica. Si registra la tendenza sul mercato nazionale ai viaggi di "conoscenza" che generano occasioni di scoperta e di crescita culturale. Un turismo che cerca lo spirito dei luoghi, che ama le relazioni con i residenti, che si auto organizza la vacanza, personalizzando la propria scelta inserendo sia proposte di grande qualità ed eccellenza che vacanze basate sulla semplicità.

Negli ultimi anni si sono andati diffondendo nelle varie regioni diversi processi di certificazione della qualità territoriale e delle produzioni locali, con l'attribuzione di marchi a valenza regionale e nazionale quali strumenti che rientrano nel quadro delle strategie di valorizzazione e di promozione dello sviluppo territoriale (per es.: Bandiera Arancione, Borghi più belli d'Italia, Borghi Autentici d'Italia, Città slow).

Turismo religioso e pellegrinaggi assemblano infinite possibili combinazioni tra sacro e profano. Il Pellegrino è un turista che affronta un viaggio volontario e temporaneo verso un luogo diverso dalla residenza permanente, con motivazioni intermedie tra turismo e religione, imprimendo allo spazio un significato più o meno intenso, specie allo spazio sacro e, conseguentemente, attribuiscono un diverso valore d'uso al territorio. Il concetto di turismo religioso si lega alla richiesta di luoghi, dove i visitatori più che la soddisfazione di un'esigenza intima, di fede, tentano di recuperare il senso d'identità con siti che hanno un significato storico e culturale. Esiste dunque un continuum tra fenomeno religioso, pellegrinaggio, turismo a valenza religiosa e la diffusa riscoperta dei beni culturali ecclesiastici e siti religiosi. L'esperienza del viaggiare che si attua attraverso il turismo religioso non è facilmente catalogabile e si presta a interpretazioni diverse e riferibili al pellegrinaggio, al viaggio culturale, al turismo sociale, al turismo scolastico.



4.3 – Caratteristiche climatiche.

L'altitudine così marcatamente differenziata, l'apertura al mar Adriatico, il potente allineamento dei monti più esterni dell'Appennino che formano una vera e propria barriera ai movimenti delle masse d'aria provenienti da ovest, fanno sì che per l'intero Abruzzo si riscontrino due situazioni climatiche diverse, una tipicamente mediterranea nella zona litoranea e collinare, ed una seconda più marcatamente continentale nelle aree montuose interne.

La parte più prossima al mare presenta un clima tipicamente mediterraneo, con estati calde e inverni in genere tiepidi. La sezione montana presenta estati calde ma temperature invernali decisamente basse, molto marcate sono le differenze tra i valori invernali, mediamente intorno agli 8 °C sulla costa e intorno a 0 °C a 1.000 metri di altitudine.

Lo sbarramento esercitato dai rilievi produce effetti anche sulle precipitazioni che giungono soprattutto dal Tirreno. Nella fascia più occidentale delle catene appenniniche si riscontrano sino a 2.000 mm annui di precipitazioni, che scendono a 1.500 sui rilievi più orientali. Altrettanto frequenti sono in inverno le precipitazioni nevose che danno luogo a un innevamento piuttosto prolungato sopra i 1.000 metri di quota. I minimi di piovosità sono uniformi in tutta la fascia marittima e collinare e si aggirano sui 600 mm annui. Le precipitazioni registrano ovunque un massimo in novembre-dicembre, e un minimo estivo, generalmente in luglio.

4.4 - Infrastrutture e servizi

4.4.1 - Collegamenti: accessibilità, mobilità e trasporti.

Il termine accessibilità viene inteso come capacità di “accedere” ad una determinata destinazione, o in altre parole, come facilità con cui questa può essere raggiunta dagli utenti che viaggiano sulle reti di trasporto. Per il turismo l'accessibilità è elemento fondamentale poiché incide sull'attrattività e quindi sulla competitività del territorio.

L'accessibilità esterna si riferisce alla facilità con la quale si può raggiungere una località turistica attraverso le reti dei trasporti nazionali ed internazionali.

La mobilità interna fa riferimento alle possibilità di spostamento in un territorio con riferimento alle zone di origine e di destinazione, alle vie di comunicazione, ai possibili percorsi, nonché alla tipologia di trasporto sia esso pubblico o privato.

L'Abruzzo è racchiuso tra il mare Adriatico e le cime dell'Appennino centrale, facilmente raggiungibile sia da nord che da sud, grazie agli ottimi collegamenti a livello nazionale ed internazionale. All'interno della regione sono presenti due aeroporti: l'Aeroporto Internazionale d'Abruzzo "Pasquale Liberì" di Pescara e l'Aeroporto dei Parchi dell'Aquila situato tra L'Aquila e Preturo. A poca distanza sono presenti anche gli scali romani dell'Aeroporto di Fiumicino e di Ciampino.



La Regione Abruzzo è facilmente raggiungibile in macchina e in moto, percorrendo l'autostrada A1 Adriatica che collega Bologna a Bari, la A24 che collega Roma, L'Aquila e Teramo e la A25 tra Roma e Pescara; in treno utilizzando la Ferrovia Adriatica per l'Abruzzo con le regioni costiere adriatiche e la Ferrovia Roma-Avezzano-Sulmona-Pescara che connette la regione con la capitale ed il Lazio.

Molto sentito è il tema della scarsa qualità della viabilità e dei trasporti, in chiave di fruibilità di località e di siti turistico-culturali, e di efficienti sistemi di informazione su tali collegamenti.

Elenchiamo di seguito **le principali infrastrutture che costituiscono la rete dei trasporti regionale:**

- **Aeroporto Internazionale d'Abruzzo a Pescara;**
- **Aeroporto dei Parchi a Preturo;**
- **Autostrada A14 Bologna – Taranto -Uscite:** Val Vibrata, Teramo, Giulianova, Roseto, Atri, Pineto, Pescara nord, Città S. Angelo, Pescara Ovest, Chieti, Pescara Sud, Francavilla, Ortona, Lanciano, Val di Sangro, Casalbordino, Vasto nord, Vasto sud;
- **Autostrada A24 Roma – L'Aquila – Teramo - Uscite:** Carsoli, Oricola, Tagliacozzo, Valle del Salto, Tornimparte, L'Aquila ovest, L'Aquila est, Assergi, Colledara, S. Gabriele, Basciano, Val Vomano, Teramo;
- **Autostrada A25 Torano – Pescara - Uscite:** Magliano dei Marsi, Avezzano, Celano, Pescina, Cocullo, Pratola Peligna, Bussi, Casauria, Scafa, Alanno, Chieti, Pescara, Villanova;
- **Pedemontana Abruzzo – Marche - Comuni attraversati:** Archi, Casoli, Chieti, Ripa Teatina, San Martino sulla Marrucina, Bisenti, Campoli, Canzano, Castiglione Messer Raimondo, Castilenti, Sant'Egidio alla Vibrata, Sant'Omero, Teramo, Cepagatti, Penne;
- **Raccordo Autostradale Chieti – Pescara - Comuni attraversati:** Chieti, San Giovanni Teatino, Francavilla al Mare, Città S. Angelo, Montesilvano, Pescara;
- **Sistema diffuso di strade statali e provinciali;**
- **Ferrovia S. Vito/Lanciano-Castel di Sangro - Comuni attraversati:** Archi, Bomba, Chieti, Lanciano, Quadri, San Vito chetino, Castel di Sangro, L'Aquila;
- **Linea FS Avezzano – Sora – Roccasecca - Stazioni attraversate:** Avezzano, Capistrello, Cupole, Pescocanale, Canistro, Civitella Roveto, Civita d'Antino, Morino, Morrea, Castronovo, S. Vincenzo Valle Roveto, Roccavivi, Balsorano, Ridotti, Collepiano, Compre S. Vincenzo Valle Roveto;
- **Linea FS Bologna - Bari tratta abruzzese Martinsicuro (TE) - San Salvo (CH) -**



Stazioni attraversate: Alba adriatica, Nereto, Controguerra (TE), Tortoreto Lido (TE), Giulianova (TE), Roseto degli Abruzzi (TE), Pineto, Atri (TE), Silvi (TE), Montesilvano (PE), Pescara Centrale, Pescara Porta Nuova, Francavilla al Mare (CH), Tollo, Canosa Sannita (CH), Ortona (CH), S. Vito, Lanciano (CH), Fossacesia (CH), Casalbordino, Pollutri (CH), Porto di Vasto (CH), Vasto, S. Salvo (CH);

- **Linea FS Giulianova – Teramo - Stazioni attraversate:** Teramo, Castellalto, Canzano, Bellante, Ripattone, Notaresco, Mosciano S. Angelo, Giulianova;
- **Linea Ferroviaria Pescara – Roma - Stazioni attraversate:** Pescara Centrale, Pescara Porta Nuova, Pescara San Marco, Chieti, Manoppello, Alanno, Scafa, Caramanico, Piano d’Orta Bolognana, Torre dei Passeri, Bussi, Popoli Vittorito, Pratola Peligna, Sulmona, Prezza, Goriano Sicoli, Cocullo, Carrito, Ortona, Pescara, Collarmele, Cerchio, Aielli, Celano, Ovindoli, Avezzano, Scurcola Marsicana, Villa S. Sebastiano, Tagliacozzo, Sante Marie, Colli di Monte Bove, Carsoli, Oricola, Pereto.
- **Linea Ferroviaria Sulmona - Castel di Sangro, Carpinone, Isernia - Stazioni attraversate:** Sulmona, Sulmona, Introdacqua, Pettorano sul Gizio, Campo di Giove, Campo di Giove M. Maiella, Palena, Rivisondoli, Pescocostanzo, Roccaraso, Alfedena, Scontrone, Castel di Sangro;
- **Linea Ferroviaria Sulmona – L’Aquila – Rieti – Terni - Stazioni attraversate:** L’Aquila, Sulmona, Pratola Peligna, S. Demetrio né Vestini, Molina Aterno, Castelvechio Subequo, Paganica, Tornimparte.
- **Porto di Giulianova - Porto Turistico di Roseto - Porto di Pescara - Porto Turistico di Francavilla - Porto di Ortona - Porto Turistico di Fossacesia - Porto di Vasto; Porto Turistico di San Salvo.**

4.4.2 - Altre infrastrutture, attrezzature e servizi

- **Infrastrutture tempo libero.**
 - Stabilimenti balneari, Impianti di risalita, Impianti sportivi, Aree fieristiche e convention;
 - Centri Commerciali, Vie dello Shopping, Outlet Village, Multisala per i quali diversi territori ne determinano anche aperture ed autorizzazioni.
- **Altri servizi (ristorazione, uffici postali, banche e bancomat, servizi sanitari, etc.)**
 - Servizi numerosi ed assortiti, diffusi nelle aree territoriali più frequentate che ne determinano anche aperture ed autorizzazioni.
- **Informazioni al turista.**



Le informazioni al turista vengono fornite dagli uffici IAT finora riferiti alla rete regionale dei punti di informazione ed accoglienza.

In molti centri operano le Pro Loco e in molti centri dei parchi operano gli uffici informativi di questi ultimi.

Le informazioni fornite sono però “circoscritte” all’area di riferimento e, a volte, gli orari di apertura e chiusura sono limitati a poche ore.

Tra i servizi privati citiamo quelli svolti dai consorzi e dalle associazioni di operatori, nonché quelli svolti da agenzie di viaggio e dalle biglietterie dei principali vettori attivi nel territorio regionale.

4.5 - I servizi ricettivi e di alloggio.

Il sistema ricettivo abruzzese è capace di grandi numeri e di ogni tipo di performance: dalle proposte più qualificate e prestigiose alle sistemazioni più familiari.

Il ventaglio dell’offerta relativa all’accoglienza è particolarmente ampio e diversificato: comprende alberghi, agriturismi, B&B, affittacamere, rifugi Alpini e camping che propongono servizi di eccellenza in grado di soddisfare ogni tipo di esigenza degli ospiti.

4.5.1 - La ricettività alberghiera ed Extra-alberghiera.

ABRUZZO anno 2021

Classificazione	Esercizi	Camere	Letti	Bagni
Alberghi a 5 stelle e 5 stelle lusso	5	273	591	277
Alberghi a 4 stella	110	5722	11929	5712
Alberghi a 3 stella	432	14509	28666	14412
Alberghi a 2 stella	97	1716	3173	1629
Alberghi a 1 stella	85	1065	1974	975
Totale Alberghi	729	23285	46333	23005
Residenze turistico alberghiere	48	1554	4000	1536



Totale Alberghiero	777	24839	50333	24541
Campeggi e aree attrezzate per camper e roulotte	73	8362	29695	1927
Villaggi turistici	5	724	2707	623
Campeggi e Villaggi turistici in forma mista	13	2200	8884	802
Alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	643	4348	9441	3914
Alloggi agroturistici	426	2244	5506	1623
Ostelli per la Gioventù	28	250	706	171
Case per ferie	10	541	849	519
Rifugi di montagna	15	77	315	61
Bed & Breakfast	1395	4029	8518	3277
Totale Extra Alberghiero	2608	22775	66621	12917
TOTALE COMPLESSIVO	3385	47614	116954	37458

Anche in questo caso, per comprendere meglio l'entità della offerta ricettiva e la sua consistenza in termini di camere e posti letto, ci soffermiamo a fornire un approfondimento verticale su sei ambiti turistici nei quali sono attive coppie di DMC aggregate, sempre al fine di avere una leggibilità riferita ad ambiti interni e montani (Gran Sasso Laga, Altipiani delle Rocche e Marsica, Alto Sangro e Terre d'Amore) ambiti misti (Costa e montagna chietina), ambiti urbani (Pescara e Terre pescaresi) ed ambiti esclusivamente costieri (Costa teramana).

Questo spaccato evidenzia come e dove sarà più opportuno intervenire a supporto della offerta di servizi ricettivi e di alloggio in genere.

01. Gran Sasso e Laga

Tipologia Strutture	Esercizi	Camere	Letti	Bagni
Strutture alberghiere	77	1866	3840	1807
Strutture Extra alberghiere	501	2381	5597	1826
Totali	578	4247	9437	3633



02. Altipiani delle Rocche e Marsica

Tipologia Strutture	Esercizi	Camere	Letti	Bagni
Strutture alberghiere	53	1423	2799	1370
Strutture Extra alberghiere	151	1328	2974	578
Totali	204	2751	5773	1948

03. Alto Sangro e Terre d'Amore

Tipologia Strutture	Esercizi	Camere	Letti	Bagni
Strutture alberghiere	141	3701	7554	3637
Strutture Extra alberghiere	309	2111	5384	1203
Totali	450	5812	12938	4840

04. Costa e Montagna Chietina

Tipologia Strutture	Esercizi	Camere	Letti	Bagni
Strutture alberghiere	113	3502	6965	3446
Strutture Extra alberghiere	631	5447	16116	2682
Totali	744	8949	23081	6128

05. Pescara e Terre Pescaresi

Tipologia Strutture	Esercizi	Camere	Letti	Bagni
Strutture alberghiere	113	4782	9976	4760
Strutture Extra alberghiere	648	3098	6701	2416
Totali	761	7880	16677	7176



06. Costa Teramana

Tipologia Strutture	Esercizi	Camere	Letti	Bagni
Strutture alberghiere	280	9565	19199	9521
Strutture Extra alberghiere	368	8410	29849	4212
Totali	648	17975	49048	13733

4.5.2 – Focus: le forme di alloggio emergenti - CAV (case vacanze) e ABT (affitti a breve termine).

I fattori che contribuiscono alla scelta dell'Abruzzo come meta turistica sono due: il binomio morfologia e cultura e la competenza degli operatori di settore che propongono un'offerta turistica unica, variegata, di qualità e valorizzata da iniziative sempre allettanti ed innovative.

Nell'offerta turistica dell'Abruzzo rientrano la costiera marina lunga 133 chilometri con 6 bandiere blu, i parchi Nazionali, i mille sentieri dei monti, un grande museo all'aperto e i Borghi d'Abruzzo, un turismo rurale e sostenibile, nonché un turismo religioso.

Ma non basta avere paesaggi incantati o spiagge con bandiere blu. Per attirare flussi turistici, è necessario predisporre una serie di servizi, spiccatamente ricettivi, ma anche ludici, ricreativi, sportivi, culturali, in grado di soddisfare le più diverse esigenze dell'ospite. La presenza di infrastrutture, l'accessibilità al territorio e la presenza di servizi rappresentano, inoltre, un notevole valore aggiunto alla capacità di attrarre turisti. Da sempre apprezzata per la varietà dell'offerta turistica e per la cultura dell'ospitalità che la caratterizza, la regione Abruzzo, nel 2021, dispone di 3.383 strutture ricettive, di cui 776 alberghi, pari al 23% di strutture, per un totale di 46.311 posti letto. Nell'ultimo decennio, a fronte di una sostanziale stabilità della domanda turistica, si assiste ad un incremento delle strutture ricettive del 49%, passando da 2.274 nel 2010 a 3.383 unità nel 2021 (Tabella 6)

	2010		2020		2021		2021 vs 2010
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	
Strutture alberghiere	821	36%	776	24%	776	23%	-5%
Esercizi extra alberghieri	1453	64%	2494	76%	2607	77%	79%
Totale	2274		3270		3383		49%

Tabella 6 Dinamica del numero di esercizi alberghieri ed extra alberghieri nel decennio 2010-2021



La crescita è dovuta all'esplosione dei B&B che nell'ultimo decennio hanno conseguito un incremento del 136% passando da 590 a 1.392 unità.

A questo fenomeno si aggiunge quello delle “Case Vacanze – CAV” emerso negli ultimi anni grazie alla promulgazione della legge del 28 gennaio del 2020 che ha modificato la L.R. 11/1993 ed ha introdotto il Codice identificativo di riferimento (CIR) a tutte le strutture ricettive turistiche, ivi compresi i B&B a conduzione familiare e gli appartamenti mobiliati per uso turistico.

Questo ha contribuito all'emersione di una forma di turismo non censita e lo stesso aumento è compatibile con le esigenze di distanziamento che la pandemia ha richiesto.

Il forte incremento del fenomeno ha spinto l'Osservatorio regionale sul Turismo dell'Abruzzo a programmare, per il 2022 un campione statistico della ricettività ed extra ricettiva con la finalità di studiare e comprendere i fenomeni di connessione al turismo in chiave soprattutto economica.

4.6 - I servizi turistici aggiuntivi ed esperienziali

Il forte incremento del fenomeno ha spinto l'Osservatorio regionale sul Turismo dell'Abruzzo a programmare, per il 2022 un campione statistico della ricettività ed extra ricettiva con la finalità di studiare e comprendere i fenomeni di connessione al turismo in chiave soprattutto economica.

Da altri strumenti e sistemi di rilevamento o dati già presenti nell'ambito di altri progetti regionali e/o territoriali (es: campione su oltre 200 operatori partecipanti a DMC e PMC), si fornisce qui di seguito un approfondimento sui servizi turistici complementari, ovvero anche su quei servizi che, pur non essendo formalmente turistici, integrano in maniera importante la offerta turistica con contenuti che ne determinano attenzione, specializzazione e competitività.

4.6.1 - Offerta di servizi complementari prodotto turistico (servizi funzionali alla vacanza).

Sinteticamente e per tipologia di prodotto, nelle offerte dei diversi fornitori presentate sui siti web e nel corso di eventi fieristici, è stata rilevata la presenza dei seguenti servizi:

- Attrezzature, impianti ed infrastrutture per il turismo balneare
- Attività outdoor in genere
- Esperienze Escursioni guidate su più temi e contenuti
- Eventi sportivi e culturali su ogni livello e per ogni utenza – professionale, amatoriale
- Degustazioni in varie modalità e per diverse produzioni locali
- Rete regionale IAT Uffici di Informazione ed Assistenza Turistica
- Centri visite e informazioni nelle aree protette



- Rete museale e beni culturali regionali
- Strutture per la didattica in fattoria o laboratorio e per la educazione ambientale
- Terme, Centri benessere e SPA interne a strutture ricettive o anche accessibili per ospiti esterni
- Punti noleggio e accompagnamento per trekking, biking ed equitazione
- Dipsportismo nautico ed altri sport acquatici in genere
- Stabilimenti balneari, aree bambini ed attività ludico ricreative
- Impianti di risalita, piste da sci e anelli di fondo
- Attività invernali e legate alla neve, ciaspolate, parapendio, snowkite, motoslitta, altro
- Pareti attrezzate per arrampicata e ferrate
- Percorsi, sentieri e tracciati per trekking, biking ed equitazione
- Impianti, infrastrutture ed attrezzature per il tempo libero in genere
- Sale riunioni e conferenze
- Servizi congressuali e logistici di supporto
- Cinema, teatri e strutture multisala
- Centri commerciali ed outlet
- Aree per la pratica di pesca sportive in acqua dolce
- Servizio assistenza ed accompagnamento pesca in mare

4.6.2 - Altre componenti del prodotto turistico (contenuti specializzanti per la vacanza).

In relazione ai suddetti servizi, si riscontra a titolo esemplificativo e non esaustivo la presenza dei seguenti contenuti accattivanti, di interesse e motivazione per i potenziali turisti:

- Stabilimenti balneari multifunzione e strutturati per quanto riguarda la gamma dei servizi offerti
- Strutture ricettive dedicate o “preparate” per famiglie, cicloturisti ed altri specifici segmenti di domanda specializzata
- Gamma di servizi specializzati e fruibili facilmente per una stessa tematica o disciplina sportiva
- Diversità delle proposte mare vivibili in differenti soluzioni costiere: sabbia, sassi scogli, roccia



- Presenza di trabocchi caratteristici
- Ristoranti stellati o riconosciuti dalle più importanti guide di settore e scuole di alta cucina
- Premi, festival, rassegne ed eventi musicali, cinematografici e culturali in genere
- Eventi e sagre legati alle tradizioni locali
- Eventi sportivi periodici o estemporanei ad ogni livello e per ogni utenza
- Raduni a tema e per gruppi di appartenenza
- Presenza di aree protette fruibili per vacanze ed attività outdoor
- Possibilità di praticare vacanze sostenibili e a diretto contatto con la natura
- Presenza di borghi e centri storici di vario genere e natura (Montani, Rurali, Marini)
- Possibilità di vivere esperienze autentiche scoprendo le tradizioni, i sapori ed i saperi locali
- Attività didattiche praticabili per ragazzi ed adulti in fattorie e/o laboratori artigiani
- Fruibilità di beni culturali, musei, eremi ed altri luoghi artistico-culturali
- Possibilità di effettuare visite e degustazioni presso i luoghi delle produzioni tipiche locali
- Possibilità di praticare attività sportive ed esperienziali con accompagnatori qualificati e in sicurezza
- Luoghi dannunziani o legati ad altri personaggi illustri, accessibili, raggiungibili e fruibili
- Sicurezza, varietà di piste da sci ed innevamento
- Presenza di strutture termali, centri benessere e spa
- Informazioni diffuse e fruibili – segnaletiche, punti info ed operatori specializzati
- Assistenza agli ospiti/consumatori a loro garanzia e tutela – call center dedicati
- Facilità e semplicità di comprensione, prenotazione e fruizione dei servizi
- Presenza ed utilizzabilità di tecnologie digitali con tecnologia responsive adeguata ai diversi supporti utilizzati
- Possibilità di approfondire luoghi ed opportunità di vacanza prima del viaggio attraverso canali e modalità diversificate ed utilizzate dai diversi segmenti del target group
- Possibilità di condividere esperienze, contenuti, momenti e racconti verso i propri followers o con le community di appartenenza.



4.7 - Le indicazioni delle grandi società di consulenza turistica mondiale

Da un recente studio e conseguente analisi condotta dal Polo di innovazione regionale per il Turismo, sono stati approfonditi i forecast condotti dalle più importanti società di consulenza turistica mondiale e per le quali si fornisce sintesi qui di seguito.

McKinsey

Per reinventare l'economia del turismo disponendo di un budget di 9 trilioni di dollari, in un articolo pubblicato lo scorso Agosto 2020 (by Margaux Constantin, Steve Saxon, and Jackey Yu), la società fornisce le indicazioni come fare e cosa tenere in considerazione:

- Interfacce pubblico-privato e centri di coordinamento strategico ed operativo
- Nuovi meccanismi di finanziamento
- Comunicazione trasparente e coerente su protocolli
- Trasformazione digitale e analitica nel turismo
- Sempre con attenzione a green&digital

Oliver Wyman (per WTTCI)

Anche questa società di consulenza turistica, con attività di rilevanza globale, suggeriva già dal settembre 2020 che a fronte dell'impatto pandemico e della nuova domanda turistica che si sarebbe conseguentemente ridefinita e determinata, si sarebbe dovuto prontamente riorganizzare e riconvertire l'offerta turistica mondiale su tre grandi pilastri portanti:

- Sostenibilità
- Digitalizzazione
- Innovazione (processo, prodotto e tecnologica)

PWC Italia (PricewaterhouseCoopers Spa Italia)

Infine, più dettagliatamente la PWC Italia, sempre fin dal 2020 ipotizzava e prefigurava quali potessero essere i 10 elementi per ridefinire e adeguare l'offerta turistica in modalità competitiva:

- Modelli travel business - salute/sicurezza
- Incentivi per espansione e non solo assistenza
- Digitalizzazione e viaggio personalizzato



- Ampliare e riqualificare offerta turistica
- Infrastrutture mobilità e accesso destinazioni
- Digital upskilling e formazione professionale
- Superare frammentazione del settore
- Accelerare l'offerta turistica sostenibile
- Efficace comunicazione di attrazioni e brand
- Cogliere il potenziale delle tecnologie digitali

Le suddette indicazioni sono ulteriori declinazioni e puntualizzazioni che in effetti focalizzano meglio nel periodo post COVID quanto già in precedenza espresso e definito nei documenti internazionali per lo sviluppo turistico sostenibile, la innovazione nel turismo, la implementazione di tecnologia digitale, l'utilizzo di reti e networking sia su livello locale fra operatori, sia sui livelli internazionali con partnership commerciali e distributive, tenendo infine in grande considerazione la necessità di personalizzazione richiesta ormai dai singoli turisti per ogni occasione di viaggio.

In sintesi, la definizione delle nuove offerte competitive verso i turisti, dovranno essere:

- Green e sostenibili, ambientalmente e socialmente (conservazione ed inclusione);
- Digitalizzate e interoperabili fra piattaforme e reti (integrazione fra PPAA e PMI)
- Definite in Networking fra operatori locali aggregati (coesione territoriale) ed Adatte a Partnership commerciali internazionali (internazionalizzazione)
- Tailormade – elastica, flessibile, personalizzabile per ogni turista ed ospite

Al fine di consentire quanto sopra, occorre operare per supportare gli operatori del settore con quattro strumenti ed azioni ad esse strettamente funzionali e propedeutiche come:

- Strumenti Finanziari Innovativi per facilitare l'accesso al credito e investimenti pubblici e privati
- Strumenti per il supporto progettuale di attività ed investimenti innovativi ed integrati
- Aggiornamento e formazione per gli operatori del settore e delle produzioni coinvolte
- Azioni coordinate fra organismi pubblici e privati per ottimizzare investimenti in comunicazione



4.8 - Alcune Best Practice utili provenienti dalla precedente programmazione

Al fine di proseguire quanto intrapreso nel precedente periodo di programmazione, nonché in coerenza con quanto prescritto dalle linee del periodo 2014-2020, si evidenziano alcune best practice utili per consentire una ulteriore evoluzione, estensione e/o replicabilità più diffusa su più utenti ed operatori o su ulteriori destinazioni turistiche e territori regionali.

4.8.1 - Ecosistema Turistico Digitale e DMS (Destination Management System)

Il PST (Piano Strategico Turismo) nazionale del precedente periodo, nella Macro-Iniziativa “Competitività, innovazione e digitalizzazione” prevedeva l’azione n. 21 “Italia Destination Management System”, e più specificatamente la Linea di intervento, inerente l’interoperabilità digitale DMS nazionale attraverso il quale il sistema turistico italiano potrà gestire in modo integrato l’informazione, la promozione e la commercializzazione dell’offerta turistica nazionale, attraverso la completa integrazione dei servizi privati con quelli pubblici (ticketing dei musei, eventi, biglietti di viaggio), attraverso specifiche operative condivise che possono condurre alla standardizzazione degli elementi informatici (descrizioni, informazioni e transazioni operative e commerciali).

In relazione ad esso ed a seguito di AdP fra l’allora MiBACT e la Regione Abruzzo in qualità di Capofila per il suo ruolo di Coordinamento della Commissione Turismo ed Industria Alberghiera nella Conferenza delle Regioni e Provincie Autonome, è stato realizzato sia il “Modello di DMS Nazionale”, concepito in Nodi Regionali serviti da DMS (Destination Management System) o resi interoperabili tramite API con un primo prototipo di aggregatore nazionale centralizzato con informazioni sul tema “Eventi”, sia il “Modello di Metasearch e/o Market Place Turistico” su nodi regionali e su aggregatore nazionale per integrare e gestire funzioni ed aspetti commerciali al fianco della informazione istituzionale.

Dagli output provenienti da ADP hanno tratto spunto e sviluppo:

- il nuovo “HUB Digitale del Turismo” (TDH022) a valere su PNRR, Missione 1, Componente 3, Investimento 4.1 e nel quale possono confluire i dati dai “nodi regionali”, dalle PPAA e dai soggetti privati che aderiranno per conferire i propri dati nelle modalità stabilite dalle Deontologie definite.
- le azioni programmate nel POT FSC 2014/2020 approvato con Del. CIPESS 58/2021 con particolare attenzione alle Schede 54 “Knowledge base per assistenza ai turisti” e 56 “Italia Destination Management System (DMS) per fornire alle regioni che ne faranno richiesta, un DMS o almeno un modulo di interfaccia con il TDH022 per il trasferimento di offerte promozionali e commerciali per affiancarle alle informazioni relative a punti di interesse, eventi e anagrafiche e dei servizi di alloggio ed attività esperienziali, nonché anche la Scheda 52 “Montagna Italia” che chiede la



interoperabilità con il TDH022.

- le azioni a breve attuate dalle Regioni e Provincie Autonome a seguito delle risorse loro assegnate con Decreto MiTur nell'ambito del fondo per la promozione del turismo DL 34/2020 e L.77/2020 2020, come disposto nel Piano di Promozione 2021 del Ministero del Turismo B2 Interoperabilità.

Il nuovo portale www.italia.it, costituisce la vetrina del TDH022 per la promozione internazionale e nazionale, insieme alle aree scalabili di promozione regionale con esso collegabili e proponibili per azioni coordinate fra Mitur, ENIT e Regioni supportate i “gruppi di lavoro interoperabilità MiTur/ENIT/regioni” e la nuova “Media House ENIT” finalizzata ad amplificare, diffondere e distribuire informazioni e contenuti oltre quelli editati sul portale www.italia.it.

I precedenti AdP hanno gestito attività di raccordo per la raccolta, la archiviazione e la creazione di database tematici in corso di integrazione nel portale interregionale “Viaggio Italiano” ed ora in Italia.it attraverso TDH022. Sarà presto importante poter disporre su piattaforme interregionali a tema e su TDH022 degli stessi dati, istituzionali e commerciali, anche alla luce dei prossimi Progetti afferenti ai “circuiti nazionali di eccellenza a sostegno dell’offerta turistica e del Sistema Italia” definiti all’Art. 22 del Codice del Turismo (fra i 13 c’è anche quello della montagna).

Oltre alla promozione organizzata per i suddetti temi da ENIT, occorre “popolare” quest’ultimo con offerte commerciali provenienti dai nodi regionali, ovvero caricati su DMS locali/regionali o interregionali tematici che possano interoperare con TDH022, integrando alle informazioni istituzionali la possibilità di facilitare le prenotazioni e conversioni per servizi o pacchetti turistici.

Il PST Piano Sviluppo Turistico 2017-2022 – linea B.1.3 “Interoperabilità digitale DMS” riprende dal modello AdP la definizione secondo cui “Il DMS è un software che gestisce in modo integrato le informazioni, risorse e servizi di una destinazione turistica e attua le sue politiche di informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione, automatizzando i processi e le attività delle organizzazioni turistiche. Inoltre, permette la diffusione dei contenuti a uffici informazioni, portali territoriali e tematici, applicazioni web e canali commerciali di tutti gli attori del sistema turistico.

Le principali funzionalità di un DMS consistono nella gestione di tutti i servizi turistici in un unico database e la connessione di quest’ultimo con i principali canali di distribuzione delle informazioni e di commercializzazione dei prodotti turistici.”

4.8.2 - Marchio e disciplinare del “Turismo Attivo e Sostenibile”

Ad evidenziare come lo stesso concetto di sostenibilità sia ben sviluppato in primis all’interno delle aree protette, è da citare la adesione ultradecennale del Parco Nazionale d’Abruzzo, Lazio e Molise, al percorso previsto dalla Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS), al quale altri Parchi (anche il Parco Regionale Sirente Velino l’ha recentemente ottenuta) stanno valutando l’adesione, in linea con le prerogative proprie di aree protette di livello internazionale.

Al fine di definire un sistema di valorizzazione diffuso anche all’esterno delle aree protette



regionali per attività outdoor sostenibili, fornendo al tempo stesso garanzie di affidabilità ai turisti ed incentivazione gli operatori turistici per migliorare i propri servizi in modalità compatibile, nell'ambito del Progetto interregionale di eccellenza In.Itinere finanziato dall'allora MiBACT, la Regione Abruzzo, avvalendosi di Abruzzo Innovazione Turismo (Polo di Innovazione per il Turismo) e Legambiente Nazionale, ha realizzato e riconsegnato al MiBACT il Dossier preliminare, il Marchio ed il Disciplinare per il "Turismo Attivo e Sostenibile", contenente i criteri per la sua declinazione ed assegnazione in ambito regionale/locale e per le diverse discipline sportive.

La sua "Versione Base" utilizza parametri ed indicatori già presenti in altri sistemi di valutazione relativamente al turismo sostenibile, ovvero con quelli previsti in:

- UN WTO - Codice Etico Mondiale del Turismo;
- UN - Piattaforma GDG's "Agenda 2030";
- Europarc - Carta Europea del Turismo Sostenibile - CETS
- Convenzione degli Appennini (siglata all'Aquila il 24.02.06 da Minambiente, ANCI, UPI, UNCEM, Federparchi, Legambiente, e le regioni Lombardia, Piemonte, Liguria, Toscana, Emilia-Romagna, Marche, Umbria, Abruzzo, Lazio, Molise, Campania, Basilicata, Puglia, Calabria e Sicilia – in rev.
- Disciplinare di certificazione Legambiente Turismo;
- Indicatori di sostenibilità ATTA (Adventure Travel Trade Association).

Anche l'ottenimento di altre certificazioni aggiuntive è facilitato, come ad esempio:

- ETIS (European Tourism Indicators System for sustainable destination management)
- GSTC (Global Sustainable Tourism Council).

Il disciplinare prevede la assegnazione del marchio a seguito del raggiungimento di un punteggio minimo su tre griglie di criteri di valutazione:

- Criteri di Sostenibilità (validi in ogni regione/provincia) automatico con CETS parte 2 o 3;
- Criteri di coesione ed aggregazione locale (da declinare per regione/provincia);
- Criteri relativi alla disciplina di turismo attivo (da definire con le Federazioni di riferimento);

Disciplinare e Marchio sono stati presentati al Coordinamento e alla Commissione Nazionale del Turismo e dell'Industria Alberghiera in occasione della Conferenza delle Regioni e, con la nota 18/126/ CR11/C16 del 18 ottobre 2018 quest'ultima ha comunicato gli esiti della più ampia Conferenza di Ocre sul Turismo Sostenibile.

Esso potrà quindi facilmente essere adottato e utilizzato dalle diverse Regioni e Provincie autonome come strumento operativo per attribuire una attestazione, credibile ed affidabile, di qualità e di sostenibilità in grado di fornire valore aggiunto e maggior competitività ai servizi e alle proposte



turistiche destinate a segmenti di target specialistici.

4.8.3 - “Abruzzo Bike to Coast” e “Abruzzo Bike Friendly”

Il 2021 è l’anno della ripartenza ma anche del cambiamento. Oltre al turista interessato a destinazioni, strutture e attività standard che hanno da sempre caratterizzato il turismo di massa, recentemente inizia ad emergere la figura del turista più interessato agli aspetti identitari e peculiari della comunità e dei territori visitati.

La domanda turista in epoca “Covid” risulta profondamente cambiata sulla base delle necessità di sicurezza, igiene, pulizia e distanziamento sociale.

Nel 2020 emerge un profilo del turista più sostenibile: evita le masse, preferisce posti che inducono serenità, ospitalità, garanzie sanitarie, verde e natura ed ampi spazi, prodotti turistici ad alto valore di esperienza.

Da questo punto di vista, l’Abruzzo, si trova in una posizione di vantaggio competitivo rispetto ad altre destinazioni, vista la caratterizzazione dell’offerta di vacanza connotata dalla possibilità di fruire di spazi aperti, ampi e poco affollati, di una natura “importante” e protetta, di borghi e centri abitati con scarsa densità demografica e facili da raggiungere, ideali per attività all’aria aperta, cammini, cicloturismo, scoperta culturale e gastronomia.

In questa direzione con DGR n. 72 del 03.02.2020 la Giunta Regionale ha approvato il Disciplinare per favorire lo sviluppo, la qualificazione e la nascita di un nuovo brand chiamato “Abruzzo Bike Friendly”. Si tratta di un’azione di networking opportunamente costruita intorno alla figura del ciclista amante delle escursioni e dell’ambiente, cd. “*cicloturista*”, il cui principale punto di attrazione regionale è costituito dalla pista pedonale denominata “Abruzzo Bike to Coast” che si estende per 133 km e che tocca i comuni costieri che vanno da Martinsicuro a San Salvo:

Martinsicuro, Alba Adriatica, Tortoreto, Giulianova, Roseto degli Abruzzi, Pineto, Silvi, Montesilvano, Pescara, Francavilla al Mare, Ortona, San Vito Chietino, Rocca San Giovanni, Fossacesia, Torino di Sangro, Vasto, San Salvo.

La pista ciclabile è stata creata riqualificando l’antico percorso ferroviario e destinandola, appunto, ad area ciclabile. Questa riconversione ha incrementato il potere attrattivo del territorio abruzzese ed è risultato da volano per aggregare e mettere a sistema una serie di servizi turistici in un’ottica sistemica.

Le strutture ricettive che intendono aderire garantiscono una serie di servizi volti a supportare il ciclista che vanno dalle semplici rastrelliere a kit di riparazione per le bici.

4.8.4 - Grandi Eventi e Convention.

Ma l’offerta cicloturistica non è il solo asset strategico.

Nel 2020 con la DGR 374/2020, la Giunta Regionale ha approvato la Convenzione tra la Regione Abruzzo e la S.S. Calcio Napoli S.P.A. per l’organizzazione dei ritiri estivi precampionato



della prima squadra in Abruzzo e, nello specifico, a Castel di Sandro (AQ).

L'intervento nasce con l'intento di promuovere il turismo sportivo, fenomeno che unisce la dedizione per una disciplina sportiva alla volontà di praticarla oppure di seguirla da spettatori in particolari contesti, luoghi e periodi dell'anno, concretizzandosi di fatto in una vacanza verso altre destinazioni

Il calcio, per esempio, rientra in quella categoria di sport che porta innumerevoli fan (che in questo caso specifico diventano tifosi) – spinti dalla passione – a divenire turisti sportivi, appunto, per seguire la squadra del cuore presso destinazioni lontane dalla propria residenza, e il viaggio si trasforma in una vacanza. I ritiri estivi, nello specifico, rappresentano una manifestazione/evento che, per un lasso di tempo medio-breve, consentono ai tifosi di seguire la squadra per cui si fa il tifo e i propri beniamini nella fase iniziale della stagione sportiva, quando comincia a delinearsi la rosa per la stagione in corso e il gruppo si compatta dopo le vacanze.

In questa direzione Castel Di Sangro dal 2020 e, più nello specifico dal 24 agosto al 7 settembre del 2020 ha ospitato il primo ritiro estivo della S.S Calcio Napoli. A questa è seguita una seconda edizione nel 2021. I periodi di riferimento sono, rispettivamente:

- tra il 24 agosto ed il 7 settembre del 2020
- tra il 5 e il 14 agosto del 2021

Secondo i dati della Regione Abruzzo, nel 2021, nei comuni che fanno parte dell'Area Sangro, ovvero, Castel di Sangro, Roccaraso, Rivisondoli, Pescocostanzo, sono stati registrati 7.298 arrivi, il 12% in più rispetto al 2020 quando il dato era pari a 6.500 unità (Tabelle 7 e 8).

		2020	2021	2021 vs 2020
A G O S T O	5	340	504	48%
	6	397	754	90%
	7	627	1023	63%
	8	984	751	-24%
	9	838	939	12%
	10	778	607	-22%
	11	520	560	8%
	12	547	583	7%
	13	682	763	12%



	14	787	814	3%
Totale		6500	7298	12%

Tabella 7 Arrivi nel periodo che va dal 5 al 14 agosto nei comuni dell'Area Sangro. 2020-2021. Fonte Regione Abruzzo

Il dato sulle presenze conferma come il turismo sportivo incida significativamente sull'offerta. Nello stesso periodo dell'anno si registrano 24.275 presenze contro le 22.124 del 2020 e si segnala un incremento del 10%.

		2020	2021	2021 vs 2020
A G O S T O	5	1.558	1.842	18%
	6	1.594	2.055	29%
	7	1.922	2.518	31%
	8	2.351	2.106	-10%
	9	2.069	2.461	19%
	10	2.335	2.570	10%
	11	2.392	2.576	8%
	12	2.472	2.572	4%
	13	2.578	2.684	4%
	14	2.853	2.891	1%
	Totale		24.275	10%

Tabella 8 Presenze nel periodo 5 - 14 agosto nei comuni dell'Area Sangro. 2020-2021. Fonte Regione Abruzzo

I dati degli arrivi e delle presenze confermano un trend crescente anche se confrontati con il periodo pre covid del 2019. Nel 2020, il Napoli Calcio è stato ospitato nel periodo compreso tra il 24 agosto e il 7 settembre. In quel periodo si registrano 7.201 arrivi, pari al 95% in più rispetto all'anno precedente e 22.435 presenze anch'esse superiori al 94% rispetto allo stesso periodo del 2020 (Tab.9).



		2019		2020		Var perc 2020 vs 2019	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
		3702	11584	7201	22435	95%	94%
A G O	24	436	1680	937	2227	115%	33%
	25	219	864	537	2320	145%	169%
	26	428	896	495	2350	16%	162%
	27	197	868	563	2179	186%	151%
	28	209	860	898	2476	330%	188%
	29	180	791	870	2581	383%	226%
	30	276	832	287	1119	4%	34%
	31	358	766	454	867	27%	13%
S E T .	1	92	359	182	924	98%	157%
	2	179	441	231	987	29%	124%
	3	141	520	192	980	36%	88%
	4	100	526	413	1047	313%	99%
	5	341	671	741	1271	117%	89%
	6	187	759	229	599	22%	-21%
	7	359	751	172	508	-52%	-32%

Tabella 9 Arrivi e presenze globali nei comuni della Val di Sangro tra il 2019 e 2020 e rispettivi indici di variazione

I dati mostrano che per tutte le giornate si registrano incrementi positivi rispetto ai dati del 2019 sia in termini di presenze che di arrivi.



PARTE SECONDA

IL PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO TURISTICO REGIONALE 2023-2025

5.0 Il Piano Strategico Turistico Regionale.

La redazione del presente parte del Piano Strategico del Turismo è il frutto di un lavoro preparatorio svolto da un apposito gruppo di lavoro ed al conseguente confronto con gli *stakeholders* nell'ambito di un virtuoso percorso *bottom up*.

Le evoluzioni dei cambiamenti climatici, la accresciuta sensibilità verso la natura e l'ambiente, la adozione di nuovi stili di vita, evoluzione culturale e tendenze di consumo hanno fatto in modo che la conservazione della natura, realizzata da azioni di salvaguardia e protezione da parte delle aree protette, è diventata valore aggiunto di mercato e requisito di competitività per il turismo, per i suoi servizi e le sue offerte sostenibili, per la quotidiana vita delle comunità e dei cittadini.

5.1 - Linee guida e riferimenti programmatici.

In riferimento a quanto appena evidenziato, ovviamente con attinenza al turismo sostenibile ed a quanto strettamente con esso collegato, fra i principali documenti di indirizzo internazionale e di riferimento per le programmazioni comunitarie, nazionali e regionali sopracitate, per gli aspetti Digital & Green, per una efficace e coerente azione progettuale, riteniamo necessario tenere in considerazione anche i seguenti documenti, per brevità solo elencati.

5.1.1 - WTO ed organismi internazionali

Questi i principali documenti di riferimento prodotti e diffusi dal WTO per il Turismo:

- G20 Roma - Sette aree prioritarie – n.5 Transizione verde – n.6 Transizione digitale;



- G20 Bali – Cinque aree prioritarie – n.2 Digitalizzazione-Clima, Conservazione, Economia circolare;
- UN - Agenda for Sustainable Development 2030 - Paris Climate Agreement;
- UN - Mobilizing Sustainable Transport for Development;
- UNWTO - Global Code of Ethics for Tourism;
- ONU SDG's 2030 - Goal 8 - "Lavoro Dignitoso e Crescita Economica" - Turismo Sostenibile;
- ONU SDG's 2030 - Goal 11 - "Città e Comunità Sostenibili" - Mobilità Sostenibile;

5.1.2 - Unione Europea – Programmi diretti e Coesione

Dai programmi LIFE di tutela delle biodiversità, si è passati alla presenza di obiettivi ed azioni per lo sviluppo sostenibile prese a riferimento da più Programmi EU o in ambito dei PO, attuati nell'ambito delle Politiche e dei Fondi di Coesione e, nel nuovo periodo di programmazione, ai cosiddetti “New Deal – Digital & Green” che costituiscono i pilastri fondamentali di ogni azione ritenuta strategica ed efficace per le imprese, i cittadini e le loro comunità con riferimento a programmazioni con obiettivi al 2030 ed oltre, sia a livello comunitario che mondiale per le rispettive “transizioni”.

Le risorse previste nel Multiannual Financial Framework (MFF) e quelle aggiuntive della Next Generation EU (NGEU), sia nell'ambito dei Programmi Europei, sia a valere sugli strumenti nazionali, interregionali, regionali e di cooperazione della politica di coesione, incluse quelle SIE e del PNRR e quelle FSC ridefinite nelle Schede del nuovo Piano Operativo Turismo - POT (delibera CIPESS 58/2021), rappresentano quindi una occasione unica per procedere attraverso grandi programmi di spesa ed investimento a favore e supporto delle aree interne, delle principali catene montuose delle Alpi e degli Appennini.

- Agenda Europa 2020 – Cinque aree prioritarie – n.2 Transizione Green – n.3 Transizione digitale;
- Smart Specialization Strategy (S3) EU 21-27 - "Sviluppo Sostenibile" - S3 per SDG's (S4);
- Europarc – CETS Carta Europea del Turismo Sostenibile;
- Decisione Esecutiva della Commissione C (2022)4787Final del 15.07.22

Accordo di Partenariato UE con la Repubblica Italiana:

- OP4 una Europa più Sociale ed Inclusiva OS 4.VI Cultura e Turismo;
- OP1 attraverso il rafforzamento della competitività dei settori culturali e creativi e del settore turistico;



- OP2 mediante il sostegno alla transizione verde negli stessi settori, e la protezione dai rischi del patrimonio naturale e culturale;
- OP5 attraverso componenti tematiche nell'ambito delle strategie territoriali integrate.
- Delibera del Parlamento Europeo in materia di DMA (Digital Market Act) e DSA (Digital Service Act), rispettivamente per il mercato digitale e i servizi digitali.

La programmazione in corso consente agli attori dello sviluppo locale innumerevoli opportunità per innovare, ottimizzare, riconvertire le strategie e progettare investimenti complessivamente utili alla conservazione della natura, alla resilienza delle comunità, delle culture, delle economie, delle vocazioni e delle diverse autenticità locali che sono il valore aggiunto caratterizzante anche a fini turistici rispetto ai diversi target di utenza: una grande occasione di migliorare ed innovare sul livello locale, ma anche di connettersi su un livello scalabile fino al globale.

5.1.3 - PNRR Italia ed altre risorse disponibili

A seguito della integrazione del Programma di Ripresa e Resilienza con il precedente Next Generation EU, anche l'Italia ha definito il proprio PNRR Piano Nazionale di ripresa e resilienza.

Nel Piano sono ricomprese sei Missioni specifiche nelle quali, per la sua trasversalità e contaminazione strutturale e produttiva, il turismo viene in più casi citato e considerato, ma la Missione nella quale esso è più direttamente coinvolto e sicuramente la M1C3 – Turismo e Cultura – Intervento 3, Turismo 4.0, con preponderanza assoluta nell'Investimento 4.1 – hub del Turismo digitale e nell'investimento 4.2 – Fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche.

In coerenza con lo stesso PNRR che sarà attuato dal Governo, ci sono anche alcune azioni che sono state definite avvalendosi delle regioni e per le quali queste saranno i soggetti attuatori. Anche la Regione Abruzzo ha predisposto ed approvato le sue Schede afferenti al PNRR e, fra esse anche una scheda dedicata agli Aiuti per investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili, accompagnamento dei processi di riorganizzazione e ristrutturazione aziendale e implementazione di modelli innovativi aziendali di organizzazione del lavoro a sostegno delle imprese del settore turistico, nell'attuale emergenza da post COVID-19. La strategia del presente piano la include fra le azioni coerenti e la considera parte integrante della stessa e anticipatrice delle linee dello stesso.

5.1.4 - La coerenza con il Piano Strategico del Turismo

Questo Piano risulterà coerente anche con i seguenti pilastri del Nuovo Piano Strategico del Turismo 2023/2027 redatto dal Ministero del Turismo.

PST - Secondo pilastro: Un turismo digitale.

Riguarda la digitalizzazione e l'innovazione dell'ecosistema del Turismo, che sappia perseguire



la realizzazione di importanti progettualità, quali il “Tourism Digital Hub (TDH)”, in linea con gli indirizzi europei. Il TDH si configura come occasione privilegiata per consentire di mettere a “sistema” il variegato mondo del turismo, sia pubblico che privato, sfruttando il potenziale tecnologico per offrire servizi innovativi al turista favorendo una “esperienza” personalizzata, sostenibile e di lungo termine. Ma la digitalizzazione riguarda tutta la filiera e la catena del valore del prodotto turistico e deve nascere da un processo di innovazione di prodotto e di servizio attraverso un processo di condivisione delle migliori esperienze di transizione da un turismo di tipo “classico” ad un turismo “innovativo”, anche attraverso gli strumenti di incubazione delle PMI messi a disposizione a livello comunitario.

PST -Terzo pilastro: Un turismo sostenibile ed integrato.

Questo obiettivo mira a promuovere la crescita sostenibile, in termini di sostenibilità culturale e di sostenibilità ambientale. Si tratta di cambiare il modello di turismo in chiave di circolarità e tutela della biodiversità, che tenga conto della preferenza espressa dai turisti europei in tema di mobilità dolce (cammini, ferrovie storiche, percorsi ciclabili, etc.) e offerte di trasporto sostenibile, anche al fine di corrispondere, più in generale, agli obiettivi di decarbonizzazione del Green Deal e contribuire all’affermazione di un’economia globale più sostenibile. In questo ambito, si intende ricomprendere anche il “turismo di prossimità”, la promozione di trasporti turistici sostenibili, l’intermodalità e la facilitazione dell’accesso, per i turisti al trasporto pubblico locale; lo scambio di esperienze tra diverse località e territori sui modelli di turismo sostenibile; il sostegno all’adozione di modelli di economia circolare e a sistemi sostenibili di gestione dei rifiuti nelle località turistiche. Si promuoverà la certificazione del prodotto turistico eco sostenibile in linea con quanto sta definendo la Commissione europea.

5.2 - Implicazioni strategiche ed aree prioritarie di intervento da analisi svolte

5.2.1 – Swot Analysis.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Risorse ed attrattori	Risorse ed attrattori
Risorse e siti culturali ed ambientali-Parchi	Limitata Fruibilità
Clima	Centro polivalenti per eventi e congressi



Produzioni Enogastronomiche-Ristorazione	Acquistabilità dei singoli servizi
Tradizioni e mestieri-laboratori, scuole, rete museale	Acquistabilità pacchetti
Luoghi di culto e siti artistico culturali	Acquistabilità attraverso mezzi innovativi
Immagine forte e conosciuta e legata ai parchi	Scarsa partecipazione locale al sistema di accoglienza
Luoghi ed impianti per la didattica e lo sport	Scarsa possibilità di diffusione esperienze
Ricettività	Ricettività
Assortimento della Offerta ricettiva	Prenotabilità on line-diretta con pagamento
Crescente diffusione dell' offerta ricettiva	Presenza su piattaforme e reti di booking
Crescita cultura del trade presso operatori	Carenza disciplinari di prodotto
Crescita accordi potenziali e accesso reti	Collegamento al territorio e alle sue peculiarità
Servizi complementari	Servizi complementari
Buona presenza di variegati servizi	Carenza disciplinari ed affidabilità
Crescita coscienza di integrazione	Sistema di informazione obsoleto e non in rete
Crescita connessione con ricettività	Improvvisazione del singolo
Aumento delle proposte turistiche	Scarso utilizzo di soluzioni innovative
Infrastrutture	Infrastrutture
Buona localizzazione- Roma, Napoli e Centro Sud	Sistemi e mappature geo-referenziate
Buona accessibilità viabilità, aeroporto, porti, ferrovia, tutti snodi con traffico in crescita	Sistema della mobilità interna fra punti di arrivo e destinazioni turistiche
Buona presenza di Impianti sportivi e per lo sci	Servizi in rete - bigliettazione unica per tipologia
Presenza di alcune eccellenze nel congressuale	Assenza rete fra struttura , servizi e punti info
Rapporto con la domanda	Rapporto con la domanda
Clientela fidelizzata-86% Italiana	Mantenere competitività, rispetto all'area web 2.0
Buon appeal su clientela estera, monti, natura, enogastronomia e mestieri	Scarse azioni di fidelizzazione attraverso meccanismi di accumulo punti e incentivazione
Buona possibilità di proporre week end a tema durante	Modalità di pagamento differenziate e Pagamenti



tutto l'anno	dilazionati – sistemi di fidelizzazione
Vasta gamma di esperienze praticabili per tema	Fiducia nella tutela del consumatore
Rapporto con le popolazioni locali	Rapporto con le popolazioni locali
Presenza di molti piccoli centri e borghi - facilità di coinvolgimento e story telling	Scarsi strumenti e spazi di coinvolgimento nell'offerta
Presenza di tradizioni, produzioni e mestieri	Accessibilità luoghi di produzione-sicurezza-rete
Azioni di sistema	Azioni di sistema
Buona presenza di associazioni e consorzi di operatori	Azioni limitate alla promozione-mezzi obsoleti
Opportunità finanziarie attivabili	Scarsa informazione, opportunità mercati, fondi

5.2.2 – Implicazioni strategiche.

- Realizzare azioni di progetto coerenti ma anche complementari a programmi, progetti, interventi ed attività realizzate da soggetti diversi in una convergenza strategica ed integrata che permetta la ottimizzazione delle risorse e la sinergia di impatto e risultato.
- Realizzare azioni di animazione, informazione e formazione per accrescere la cultura sul turismo sostenibile presso le PPAA e le PMI, favorendo la loro aggregazione su modelli organizzativi locali inseriti in network e/o partnership regionali, interregionali, nazionali ed internazionali.
- Realizzare un progetto costituito da azioni che producano proposte e offerte turistiche di turismo regionale per linee di prodotto, digitalizzate, consultabili personalizzabili e prenotabili on line attraverso piattaforme per la gestione di destinazioni, con soluzioni scalabili in modalità multicanale e multimediale.
- Realizzare piani e progetti costituiti da azioni che producano proposte e offerte per un turismo regionale effettivamente sostenibile, validabili da organismi riconosciuti e credibili, riconducibili a gamma brandizzata riconoscibile presso i turisti e consumatori.
- Realizzare piani e progetti in cui le offerte di turismo attivo e sostenibile regionale, trovino valore aggiunto nella natura ben conservata, nelle autenticità delle culture, delle tradizioni, delle produzioni locali, fornendo ad esse occasioni commerciali verso turisti e visitatori.
- Definire e/o partecipare in reti interregionali per lo sviluppo turistico e sostenibile, coinvolgendo e supportando le aggregazioni locali per organizzazione delle proposte turistiche delle diverse destinazioni.



- Utilizzare a supporto delle Reti le azioni di sviluppo locale messe in campo a fini turistici dai GAL e dalle Aree Protette, attivando efficaci azioni di coesione ed aggregazione, integrazione progettuale, complementarità di risorse, sinergia di proposta, efficacia nei risultati.
- Utilizzare il DMS per le destinazioni abruzzesi avvalendosi e potenziando gli investimenti e gli utilizzi già effettuati da Regione Abruzzo ed alcuni GAL abruzzesi.
- Estendere l'utilizzo del DMS e la interoperabilità con TDH022 anche a reti in coerenza con i Circuiti di Eccellenza, utilizzando risorse complementari, aggiuntive e disponibili.
- Cogliere l'opportunità di utilizzare il Marchio e Disciplinare del Turismo Attivo e Sostenibile anche su livelli sovraregionali e interregionali, creando reti di destinazioni e servizi interregionali, tematiche e per disciplina. (es: Abruzzo Bike Friendly).

6.0 - La strategia per lo sviluppo turistico regionale per il triennio 2023 - 2025

6.1 - Obiettivi e Posizionamento Strategico

Gli obiettivi operativi possono essere così sintetizzati:

- Migliorare la qualità dei servizi turistici presenti nell'offerta turistica regionale;
- Sviluppare i flussi legati alle vacanze su nuovi tematismi o nuove proposte su tematismi esistenti;
- Sviluppare i flussi legati ad altri segmenti di domanda su tematiche specifiche che possano favorire la destagionalizzazione;
- Migliorare i sistemi di fruibilità dei comprensori, in termini di accessibilità, mobilità, accoglienza ed informazione turistica, integrazione di servizi, risorse e produzioni tipiche al fine di fornire contenuti importanti alle proposte per specifici target;
- Ottimizzare le performance delle proposte turistiche attuali attraverso interventi ed attività specificatamente dedicate a migliorarne la specializzazione e la qualità dei servizi in esse inclusi;
- Migliorare la gestione della comunicazione verso target mirati e pubblici specializzati attraverso la implementazione di strumenti di web marketing e social network;
- Migliorare la cultura di impresa degli operatori turistici abruzzesi per mezzo di attività di approfondimento, formative e di aggiornamento continuo;
- Realizzare ogni utile connessione e sinergia fra dipartimenti regionali, Regione



Abruzzo-Parchi- CCIAA e PPAA in genere, nonché fra Fondi e finanziamenti gestiti in capo a diversi soggetti pubblici e/o privati.

In riferimento a quanto già descritto nei precedenti capitoli, valutati i contenuti che caratterizzano il Piano Strategico Turistico Regionale sulla base delle percezioni già presenti nei diversi segmenti del target group e la riconoscibilità di questi come potenziali fornitori di servizi per le loro esigenze, per le loro necessità esperienziali, per le motivazioni che li inducono all'acquisto e le modalità con le quali procedono in tal senso, la strategia di posizionamento deve necessariamente allinearsi con la strategia complessiva in riferimento alla strategia unitaria del brand regionale, continuando ad accompagnare al marchio “**Abruzzo**” il claim “**made in nature, made in Italy**”.

Il **Posizionamento** delle proposte turistiche regionali dovrebbe essere ottenuto essenzialmente intersecando al meglio offerte e prodotti turistici sui seguenti assi cartesiani:

X = leadership connessa ad elementi natura e di autenticità

Y = specializzazione nel permettere di vivere passioni attraverso esperienze su misura

6.2 - Linee e portafoglio prodotti turistici suggeriti

6.2.1 – Prodotto “*Relax e Benessere*”

- a) **Segmenti di Target interessati:** Famiglie, gruppi sportivi, gruppi individuali, coppie, anziani;
- b) **Aree prioritarie di provenienza:** Italia e estero, Centro-sud Italia (Lazio, Campania, Puglia);
- c) **Composizione gruppo di viaggio;**
- d) **Gruppi individuali, gruppi sportivi, amanti della natura, e del benessere;**
- e) **Modalità di viaggio:** Mezzi propri, mezzi pubblici (treno, bus), biciclette;
- f) **Motivazioni prioritarie:** Relax, benefici climatici ambientali, divertimento;
- g) **Esperienze prioritarie;**
- h) **Relax, riposo, mare;**
- i) **Descrizione del prodotto, risorse, ricettività, servizi e componenti coinvolte:** Pacchetti mare; Uso gratuito della piscina nelle strutture; Animazione diurna e serale; Servizio spiaggia;
- j) **Livelli qualitativi della offerta e definizione tipologia servizi.** I livelli qualitativi, in base alla media nazionale, sono di qualità medio-alta: Pacchetti alla scoperta del territorio



marino, con inclusi servizi spiaggia e per le strutture dotate pacchetti benessere

k) Canali distributivi: Tour Operator, Web, in loco;

l) Promozione e comunicazione: Brochures, Web, Social Network, tv, radio.

6.2.2 – Prodotto “Saperi e Sapori”

- a) **Segmenti di Target interessati:** Famiglie, giovani, terza età, gruppi individuali
- b) **Aree prioritarie di provenienza:** Italia e estero, Centro-sud Italia (Lazio, Campania, Puglia)
- c) **Composizione gruppo di viaggio:** Gruppi individuali, appassionati di cucina tipica, coppie;
- d) **Modalità di viaggio:** Mezzi privati, mezzi pubblici
- e) **Motivazioni prioritarie:** Gastronomia, Enogastronomia, Produzioni e cucina locale, ricerca della tipicità
- f) **Esperienze prioritarie:** Sagre, manifestazioni culinarie, corsi di cucina, degustazione prodotti tipici;
- g) **Descrizione del prodotto, risorse, ricettività, servizi e componenti coinvolte.** Straordinario patrimonio di prodotti tipici dell’agricoltura, di tradizione nella loro elaborazione, di ricette della cucina abruzzese. Altre coltivazioni che caratterizzano il paesaggio sono quelle dell’ulivo e della vite. Ricerca, acquisto e consumo di tali prodotti rappresentano, infatti, un’esperienza unica, che certi segmenti di turisti desiderano vivere durante la propria vacanza e che, pertanto, pongono alla base delle loro motivazioni e delle loro attese. Realizzazione di menù tipici usando solo prodotti locali, degustazione vini ed abbinamento di formaggi. Soggiorni enogastronomici.
- h) **Livelli qualitativi della offerta e definizione tipologia servizi.** Creazione di una promozione diretta ed indiretta delle produzioni locali per chi visita l'area, degustazione di prodotti tipici
- i) **Canali distributivi:** Tour Operator, Web, in loco
- j) **Promozione e comunicazione:** Brochure, Internet, riviste, fiere

6.2.3 - Prodotto “Didattica”

- a) **Segmenti di Target interessati:** Single, coppie, famiglie, turismo sociale (scuole e gruppi)
- b) **Aree prioritarie di provenienza:** Italia, Estero;
- c) **Composizione gruppo di viaggio:** Gruppi scolastici, Appassionati di cucina, colonie
- d) **Modalità di viaggio:** Mezzi privati, mezzi pubblici
- e) **Motivazioni prioritarie:** Cultura, enogastronomia, natura, esperienze religiose ed artistiche, ricerca delle tipicità naturalistiche.



- f) **Esperienze prioritarie:** Soggiorni didattici all'insegna del divertimento della cultura e della scoperta;
- g) **Descrizione del prodotto, risorse, ricettività, servizi e componenti coinvolte:** Soggiorno compreso di escursioni naturalistiche, fattorie didattiche e corsi di vario genere;
- h) **Livelli qualitativi della offerta e definizione tipologia servizi.** Offerta collegata al pernottamento e ospitalità in ambito agricolo/didattico e culturale
- i) **Canali distributivi:** Tour Operator, Web, in loco
- j) **Promozione e comunicazione:** Brochure, Web, Social Network, tv, radio

6.2.4 – Prodotto “Sport e vacanza attiva”

- a) **Segmenti di Target interessati:** Famiglie, gruppi sportivi, coppie
- b) **Aree prioritarie di provenienza:** Internazionale, Nazionale e Centro Sud Italia
- c) **Composizione gruppo di viaggio:** Gruppi individuali, associazioni sportive professioniste, associazioni sportive dilettanti
- d) **Modalità di viaggio:** Mezzi propri, bus, navetta Hotel
- e) **Motivazioni prioritarie:** Mare, sport estivi, divertimento
- f) **Esperienze prioritarie:** Sport Estivi, Divertimento
- g) **Descrizione del prodotto, risorse, ricettività, servizi e componenti coinvolte.** Il prodotto si riferisce all'offerta di soggiorni legati alla pratica sportiva dei principali sport (calcio, pallavolo, basket, sport minori, ciclismo ecc.) sia per partecipazione a tornei-manifestazioni, che per ritiri-allenamenti. Accesso impianti sportivi, sport da spiaggia quali beach soccer, beach tennis, beach rugby e beach volley, possibilità di praticare sport subacquei, vela
- h) **Livelli qualitativi della offerta e definizione tipologia servizi.** La proposta conterrà un'offerta “all inclusive” ed una “Single player” dove verrà lasciata maggiore libertà di scelta sullo o sugli sport da praticare;
- i) **Canali distributivi:** On line, telefonico, in loco
- j) **Promozione e comunicazione:** Brochure, Web, Social Network, tv, radio

6.2.5 – Prodotto “Eventi a tema”

- a) **Segmenti di Target interessati:** Famiglie, giovani, terza età, gruppi individuali;
- b) **Aree prioritarie di provenienza:** Nazionale e Centro Sud Italia
- c) **Composizione gruppo di viaggio:** Gruppi individuali, famiglie, ragazzi, gruppi



sportivi e non

- d) **Modalità di viaggio:** Mezzi privati, mezzi pubblici, servizio navetta
- e) **Motivazioni prioritarie:** Natura, Sport, enogastronomia, moda, tempo libero
- f) **Esperienze prioritarie:** Serate danzanti, cabaret, serate con giochi di società, attività ludiche di gruppo e sagre
- g) **Descrizione del prodotto, risorse, ricettività, servizi e componenti coinvolte:** Manifestazioni di intrattenimento, serate a tema, proiezione e degustazioni prodotti locali
- h) **Livelli qualitativi della offerta e definizione tipologia servizi:** Soggiorno e trasporto, servizi generali e punti di ristoro connessi con manifestazioni a tema
- i) **Canali distributivi:** Internet, in loco
- j) **Promozione e comunicazione:** Brochure, Web, Social Network, tv, radio

6.2.6 - Prodotto "Itinerari a tema"

- a) **Segmenti di Target interessati:** Famiglie, adulti, ragazzi, bambini
- b) **Aree prioritarie di provenienza:** Nazionale, Centro Sud Italia
- c) **Composizione gruppo di viaggio:** Gruppi individuali, gruppi sportivi, amanti della natura, associazioni sportive
- d) **Modalità di viaggio:** Mezzi privati, mezzi pubblici, bus navetta
- e) **Motivazioni prioritarie:** Natura, mare, sport, escursionismo
- f) **Esperienze prioritarie:** Escursioni, turismo naturalistico, trekking, biking,
- g) **Descrizione del prodotto, risorse, ricettività, servizi e componenti coinvolte:** Attività coordinata tra albergatori e altri operatori che permetta di organizzare un tour delle riserve marine, alla scoperta di paesi, sentieri, trabocchi, attività all'area aperta, trekking con guide e passeggiate.
- h) **Livelli qualitativi della offerta e definizione tipologia servizi:** Tour alla scoperta della natura del territorio attraverso varie attività sportive e varie;
- i) **Canali distributivi:** Tour operator, on line, telefonico, in loco
- j) **Promozione e comunicazione:** Web, Social Network, tv, radio



6.3 - Obiettivi quantitativi e priorità commerciali

6.3.1 - Matrici di attrattività e competitività rispetto a provenienza

Ciascun prodotto viene valutato sulla base dei parametri sopra elencati; per ciascuno il tipo di punto esprime la capacità attrattiva in relazione al singolo aspetto:

	Umbria	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia
Dimensione del mercato							
Evoluzione del trend							
Potenzialità sull'mercato							
Stagionalità							
Potere contrattuale verso la domanda							
Pressione concorrenziale							
Attrattività	Media	Media	Alta	Medio Alta	Media Alta	Alta	Alta
legenda	+ favorevole		Medio		- favorevole		

Ciascun prodotto viene valutato sulla base dei parametri sopra elencati; per ciascuno il tipo di punto esprime la capacità competitiva in relazione al singolo aspetto:

	Umbria	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia
Strutture ricettive							
Risorse umane							



Risorse naturali							
Prezzi							
Servizi pubblici							
Infrastrutture							
Sistema compl							
Marketing							
Investimenti							
Competitività	Medio Alta	Medio alta	Alta	Media	Media	Alta	Alta
legenda	+ favorevole		Medio		- favorevole		

6.3.2 - Matrici di attrattività e competitività target

Ciascun prodotto viene valutato sulla base dei parametri sopra elencati; per ciascuno il tipo di punto esprime la capacità attrattiva in relazione al singolo aspetto:

	Ragazzi	Giovani	Single	Coppie	Famiglie	Terza Età	Meetings
Dimensione del mercato							
Evoluzione del trend							
Potenzialità provenienza							
Stagionalità							
Potere contrattuale verso la domanda							
Pressione concorrenziale							
Attrattività	Alta	Media	Media	Medio-alta	Alta	Alta	Medio Alta



legenda	+ favorevole		Medio		- favorevole		

Ciascun prodotto viene valutato sulla base dei parametri sopra elencati; per ciascuno il tipo di punto esprime la capacità competitiva in relazione al singolo aspetto.

	Ragazzi	Giovani	Single	Coppie	Famiglie	Terza Età	Meetings
Strutture ricettive							
Risorse umane							
Risorse naturali							
Prezzi							
Servizi pubblici							
Infrastrutture							
Sistema compl							
Marketing							
Investimenti							
Competitività	Alta	Media	Media	Medio Alta	Medio Alta	Alta	Medio Alta
legenda	+ favorevole		Medio		- favorevole		

6.3.3 - Matrici di attrattività e competitività prodotto ed esperienza

Ciascun prodotto viene valutato sulla base dei parametri sopra elencati; per ciascuno il tipo di punto esprime la capacità attrattiva in relazione al singolo aspetto:

	Relax e benessere	Saperi e sapori	Didattica	Sport vacanza attiva	Eventi a tema	Itinerari a tema



Dimensione del mercato						
Evoluzione del trend						
Potenzialità sull'estero						
Stagionalità						
Potere contrattuale verso la domanda						
Pressione concorrenziale						
Attrattività	Alta	Alta	Media	Medio Alta	Media	Medio bassa
legenda	+ favorevole		Medio		- favorevole	

Ciascun prodotto viene valutato sulla base dei parametri sopra elencati; per ciascuno il tipo di punto esprime la capacità competitiva in relazione al singolo aspetto.

	Relax e benessere	Saperi e sapori	Didattica	Sport vacanza attiva	Eventi a tema	Itinerari a tema
Strutture ricettive						
Risorse umane						
Risorse naturali						
Prezzi						
Servizi pubblici						
Infrastrutture						
Sistema compl						
Marketing						



Investimenti						
Competitività	Alta	Medio alta	Alta	Media	Media	Medio-bassa
legenda	+ favorevole		Medio		- favorevole	

6.4 - Mercati e Target

Sulla base delle considerazioni precedenti, delle analisi effettuate sui dati allegati relativamente ai flussi turistici dell'area interessata, ai trend evolutivi dei numeri relativamente ad arrivi, presenze, provenienze, consistenze offerta, permanenze media, occupazione posti letto ed altri parametri e considerazioni, il portafoglio dei prodotti maggiormente attrattivi e competitivi si andrà ad articolare per mercati/target specialistici, importanti o di nicchia, individuando anche in proiezione gli effetti di azioni che prevedono la produzione e la ottimizzazione dei servizi e delle offerte, la comunicazione delle stesse, la fornitura di beni e servizi con la massima attenzione al sistema di accoglienza complessivo.

Riportiamo qui di seguito alcune prerogative di portafoglio e le matrici di priorità stagionali per provenienza, per target e prodotto. Nel portafoglio prodotti attuali figurano in maniera preponderante le proposte turistiche connesse ad attività sportive. Oltre ad essere elemento fondante per la linea Sport Out Door e Benessere, tali attività e servizi sono importanti anche nella scelta di location per meeting, eventi a tema e nel turismo di transito connesso a itinerari a tema. Data quindi la importanza degli elementi che ne definiscono offerta le caratteristiche e la competitività delle proposte sul tema, riportiamo una breve sintesi di indagini che abbiamo svolto sui suddetti aspetti.

Negli ultimi due decenni sia lo sport sia il turismo sono stati oggetto di ricerche che hanno permesso di conoscere meglio questi fenomeni. Da queste ricerche, il turismo sportivo appare come un fenomeno di recente identificazione e promozione. In particolare, alcune federazioni sportive nazionali e internazionali nel campo dello sci, della canoa-kayak e della vela si sono interessate al fenomeno, ma l'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) non lo ha ancora considerato in modo indipendente dagli altri fenomeni turistici.

Nella classificazione dell'OMT il turismo sportivo si trova all'interno della categoria "tempo libero, relax, vacanza". Ed è questa la classificazione recepita dalle varie organizzazioni nazionali che si interessano di turismo, ma non è certo con questa impostazione che è possibile chiarire e approfondire la conoscenza del fenomeno. La riflessione sul turismo sportivo non porta risultati soddisfacenti se esso viene concepito unicamente come sviluppo dello sport all'interno di un turismo più dinamico. Il turismo sportivo costituisce, infatti, un prodotto originale che non solo tiene conto dei rapporti che ci sono tra turismo e sport ma anche di una vera e propria osmosi delle attività sportive con quelle turistiche.



L'originalità del turismo sportivo risiede nell'integrazione di elementi propri ai settori dello sport e del turismo che conduce ad un prodotto autonomo. In prima approssimazione, si può dire che il turismo sportivo porta in sé l'esperienza motoria dello sport e i fattori culturali ad essa collegati e li combina al concetto di viaggio e soggiorno. Gli sport del turismo attivo costituiscono un largo ventaglio in cui ogni persona o gruppo di persone può trovare un'attività di riferimento in base alle proprie capacità tecniche ed al proprio livello fisico-energetico. La grande differenza con lo sport tradizionalmente inteso sta nel fatto che nel turismo sportivo d'azione il soggetto si confronta con delle tecniche e delle attrezzature più che con degli altri sportivi. Questo vale in generale, come eccezione c'è il caso di molti soggiorni brevi, dettati da obiettivi competitivi.

Un elenco delle attività:

- Soggiorno sportivo mono attività soggiorno sportivo pluri-attività (stage)
- Turismo sportivo nautico - turismo sportivo neve
- Turismo sportivo di acque vive escursionismo pedestre, gite in montagna
- Escursionismo a cavallo cicloturismo-mountain bike
- Raid sportivi arrampicata, ferrate, torrentismo, speleologia
- Sport aerei - caccia
- Pesca golf
- Soggiorno sportivo di incontro o di gara.

Tutte queste attività possono essere classificate anche in base al carattere itinerante o sedentario del soggiorno. Da questo punto di vista, il turismo sportivo può essere di "trapianto" (sedentarietà nel luogo di destinazione) o di "circolazione" (attività sportiva come mezzo di trasporto nomade).

Per quanto riguarda le modalità organizzative del turismo sportivo possiamo ricordare le seguenti:

- Turismo individuale o collettivo (gruppo, famiglia)
- Turismo a pagamento o gratuito
- Turismo autogestito o prodotto preconfezionato.

Qui di seguito invece le matrici relative ai quattro prodotti attualmente ben rappresentati, già precedentemente annunciate:

Prodotti e periodi stagionali

alta stagione

di rinforzo

	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----



Relax e benessere												
Sport e V. Attiva												
Eventi a tema												
Itinerari a tema												
Saperi e Sapori												
Didattica												

Priorità stagionali per provenienza dei turisti Italiani

alta stagione di rinforzo

	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Relax e benessere												
Sport e V. Attiva												
Eventi a tema												
Itinerari a tema												
Saperi e Sapori												
Didattica												

Priorità stagionali per provenienza dei turisti Stranieri

alta stagione di rinforzo

	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Sport e benessere												
Sport e V. Attiva												
Eventi a tema												
Itinerari a tema												
Saperi e Sapori												
Didattica												



Priorità dei prodotti per provenienza italiani

alta stagione

di rinforzo

	Umbria	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia
Relax e benessere							
Sport e V. Attiva							
Eventi a tema							
Itinerari a tema							
Saperi e Sapori							
Didattica							

Priorità dei prodotti per provenienza stranieri

alta stagione

di rinforzo

	Belgio	Danimarca	Francia	Germania	Paesi Bassi	UK	R Ceca	Russia
Sport e benessere								
Sport e V. Attiva								
Eventi a tema								
Itinerari a tema								
Sapori e Saperi								
Didattica								

Priorità dei prodotti per provenienza target

alta stagione

di rinforzo

	Ragazzi	Giovani	Famiglie con bimbi	Coppie senza figli	Coppie mature	Anziani	Aziende	Associaz.
Relax e benessere								
Sport e V. Attiva								



Eventi a tema								
Itinerari a tema								
Sapori e Saperi								
Didattica								

6.4.1 - Elementi, interventi ed attività per la ottimizzazione dei prodotti attuali

Qui di seguito riportiamo dei gruppi di elementi ed interventi ritenuti importanti per la ottimizzazione delle proposte turistiche attuali collegate ai vari prodotti turistici.

- **Valorizzazione di risorse ed aumento qualitativo e quantitativo degli attrattori fruibili.** Piccoli interventi strutturali e di ristrutturazione, adeguamenti, messa a norma, ammodernamento degli attrattori e delle risorse, delle attrezzature e degli impianti sportivi, dei centri benessere, delle location per meeting e riunioni e dei servizi logistici ad essi funzionali.
- **Miglioramento della accessibilità e mobilità sostenibile verso gli attrattori e le risorse . Rete interna, e rete con altre linee di prodotto regionali.** Azioni ed interventi per ottimizzare la accessibilità agli attrattori attraverso trasporto multimodale pubblico e privato per utenza sportiva, nonché per quella connessa ad eventi a tema e a itinerari a tema.

Azioni ed interventi per favorire e creare collegamenti/conessioni fra destinazioni turistiche regionali sul miglioramento dei prodotti individuati dalla linea di prodotto.

Azioni ed interventi per migliorare il sistema di informazione ed accoglienza per i suddetti prodotti.

- **Supporto offerta turistica integrata (attrattori + ricettività + servizi + accessibilità + mobilità + accoglienza).** Interventi per completare e rafforzare la offerta naturalistica e sportiva con servizi di ricettività innovativa, servizi di accoglienza e informazione in genere, strutture e infrastrutture per migliorare la pratica delle attività sportive, la didattica, il tempo libero e di ogni attività servizio possa offrire plus di appeal e fruibilità per il miglioramento dei prodotti in oggetto in entrambe le stagioni estiva ed invernale.

Realizzazione e/o recupero di infrastrutture, strutture ed impianti in una ottica di completamento funzionale, sostenibile, innovativo, di economicità e razionalizzazione attraverso l'applicazione di criteri e soluzioni di multifunzionalità.

- **Aumento delle capacità e delle competenze degli operatori locali.**

Attività di formazione, accompagnamento ed assistenza tecnica per lo sviluppo della offerta dei prodotti turistici regionali.



Interventi per favorire la formazione di una cultura di gestione, fruibilità, accoglienza e promozione in una ottica di sistema locale, sistema regionale, reti e sistemi di servizi.

- **Connessione in reti e promozione regionale delle proposte turistiche delle destinazioni.**

Interventi per la diffusione della offerta turistica regionale attraverso sistemi di innovation technology, ICT, Carte elettroniche e bigliettazioni con microchip, altri canali e mezzi di informazione, comunicazione.

Interventi per la promozione dei servizi e della offerta sportiva e congressuale in cui essi saranno inclusi.

Attività di animazione ed eventi per la valorizzazione di attrattori e offerte turistiche regionali in riferimento alle diverse linee di prodotto e in connessione con altre PPAA ed organizzazioni, nei confronti di segmenti di target di consumatori ed intermediari, nel contesto di un più ampio programma di cooperazione e raccordo fra azioni regionali, nazionali ed internazionali.

6.5 – Aree prioritarie di intervento.

Al fine di razionalizzare questo complesso lavoro di redazione confronto, sono state individuate le seguenti **otto aree prioritarie di intervento del presente Piano Strategico**. Esse sono:

- 1) **Green:** la competitività di un ecosistema turistico sostenibile;
- 2) **Digital:** la ricerca e lo sviluppo e le soluzioni tecnologiche;
- 3) **Networking:** la regolamentazione e la governance pubblica;
- 4) **Tailormade:** valorizzazione e personalizzazione offerte
- 5) **Investimenti Turistici Integrati:** infrastrutture/attività produttive - PA e PMI;
- 6) **Attività formative:** aggiornamento e lo sviluppo delle competenze professionali;
- 7) **Strumenti finanziari:** gli investimenti ed i finanziamenti.
- 8) **Promozione e comunicazione mirata per Mercati/Segmenti di Target.**

Esaminiamole nel dettaglio.

6.5.1 - Green: La competitività di un ecosistema turistico sostenibile.

La creazione di un ecosistema turistico sostenibile assume una particolare rilevanza, poiché



genera percorsi virtuosi di crescita dell'economia dei territori interessati, con conseguente aumento dei livelli di occupazione.

Le risorse pubbliche che saranno impiegate per perseguire questa finalità dovranno garantire che il settore del turismo sia meglio preparato ad affrontare le sfide future, rispetto a come ha subito la pandemia da Covid.19.

Nel complesso l'ecosistema turistico abruzzese deve divenire più resiliente e più sostenibile, anche attraverso una maggiore digitalizzazione ed una migliore gestione e mitigazione degli impatti negativi del turismo per l'ambiente, la salute umana e le comunità locali.

A livello metodologico, è necessario avviare percorsi virtuosi di formazione per i lavoratori e per gli operatori turistici, anche ricorrendo alle risorse del PR FES+ Abruzzo 2021-2027.

A tal fine, il dialogo sociale deve svolgere un ruolo fondamentale e deve essere sviluppato per garantire un innalzamento della qualità del lavoro, attraverso percorsi di formazione atti a fornire agli operatori dell'ecosistema turistico le competenze necessarie per essere innovative.

Grazie alle ingenti risorse previste dall'OP1 del PR FESR Abruzzo 2021-2027, bisogna programmare una serie mirata di sovvenzioni capaci di assicurare efficaci percorsi di crescita a favore delle imprese turistiche interessate.

Nello specifico, gli investimenti nell'ecosistema turistico devono contribuire a:

- assicurare la parità di accesso e accessibilità per le persone con disabilità e a mobilità ridotta, in termini di infrastrutture accessibili, trasporti, informazioni e servizi di sostegno;
- agevolare il diritto di godere delle vacanze;
- ridurre l'elevata stagionalità;
- favorire il crescente interesse per il turismo di prossimità;
- incentivare il turismo rurale ed ecologico;
- tenere in debita considerazione le pratiche emergenti per il telelavoro al di fuori della residenza abituale.

Attualmente, si riscontra che la pandemia determinata dal Covid-19 ha indebolito gli attori dell'ecosistema turistico europeo, con la conseguenza che le imprese extra-UE possono diventare più competitive, utilizzando o sviluppando servizi online per il turismo europeo attraverso le loro piattaforme informatiche.

Pertanto, è necessario sostenere fortemente l'innovazione delle imprese turistiche del nostro territorio, assicurando, al contempo, a quest'ultime, sia l'accessibilità alle piattaforme abilitate ai dati, sia la fruizione dei servizi ausiliari specializzati nell'analisi dei dati.

In tale contesto operativo, è fondamentale svolgere lo sforzo promozionale, volto a far percepire l'Abruzzo come una destinazione sicura ed ecosostenibile, sia per i viaggiatori europei, che per quelli viaggiatori internazionali.



Per perseguire questo obiettivo, oltre al predetto sforzo promozionale, è necessario adottare, sin da subito, una miriade di politiche turistiche, capaci di **rendere il turismo abruzzese più diversificato, inclusivo, resiliente e sostenibile**, facendo anche ricorso a azioni mirate a:

promuovere in modo mirato le destinazioni del territorio abruzzese più popolari, al fine di distribuire in modo più efficace i flussi di viaggiatori, nonché a mitigare i problemi derivanti dall'*overtourism*;

- incentivare modalità di lavoro più flessibili idonee a garantire che le destinazioni turistiche possano lavorare a una maggiore capacità durante tutto l'anno;
- bilanciare le vulnerabilità del sistema turistico abruzzese, ricorrendo a nuovi modelli di *business*, idonei a raggiungere i clienti locali e *online* durante le diverse stagioni;
- migliorare le carriere lavorative nel settore turistico, incentivando la creazione di contratti di lavoro più lunghi;
- favorire maggiori opportunità di riqualificazione, al fine di sviluppare professionalità idonee ad affrontare le sfide connesse alla transizione verde e digitale.

La pandemia determinata dal Covid-19 ci ha insegnato che, affinché una meta turistica sia considerata sicura, è necessario assicurare che i servizi turistici godano di standard sanitari elevati. A tal fine, è opportuno disporre di un punto di informazione centrale sulle norme transfrontaliere per facilitare i viaggi nel caso in cui circostanze eccezionali determinino un impatto sui viaggi e sull'interazione della popolazione con il territorio ospitante.

Obiettivi di questa Priorità:

- **implementare il disciplinare del turismo attivo e sostenibile;**
- **promuovere il marchio e la linea di prodotti aderenti al disciplinare suddetto.**

6.5.2 - Digital: La ricerca e lo sviluppo e le soluzioni tecnologiche.

Come è noto, nel corso degli ultimi anni, l'evoluzione e l'applicazione delle nuove tecnologie digitali hanno profondamente mutato gli stili di vita degli individui, rimodellando anche la modalità di fruizione del turismo.

Ovviamente, la portata dell'adozione di queste nuove tecnologie digitali varia a seconda dei paesi, dei settori, delle organizzazioni e dei luoghi. Tuttavia, le opportunità che ne derivano costituiscono una sfida da affrontare, tenuto conto del divario che si è creato tra le imprese turistiche guidate dalla tecnologia e collegate a livello mondiale e le micro e piccole imprese ancora legate a pratiche commerciali a bassa tecnologia.

Pertanto, uno dei settori prioritari sui quali dovrà intervenire il presente Piano Strategico del Turismo dovrà essere la promozione e la sensibilizzazione di una nuova cultura imprenditoriale digitale, volta a consentire a un maggior numero di imprese e cittadini di beneficiare delle opportunità



offerte.

È notorio come la pandemia di COVID-19 abbia accelerato le tendenze digitali nel turismo, favorendo:

- una maggiore domanda di comunicazione senza contatto;
- una crescente richiesta di esperienze virtuali, acquisti e transazioni on-line;
- una completa informatizzazione dei processi di monitoraggio e di gestione dei visitatori.
- una maggiore condivisione delle proprie esperienze turistiche (Confartigianato).

Pertanto, tutti i settori di intervento contemplati dal presente Piano Strategico dovranno essere assistiti nell'ottica di assicurare loro la maggiore digitalizzazione possibile.

Anche se gli effetti positivi della digitalizzazione siano sostanziali, bisogna, comunque tenere conto che la transizione digitale pone sfide significative. Tra queste sfide si segnalano:

- le preoccupazioni circa il rilascio e l'eventuale uso improprio dei dati personali;
- i risultati imprevedibili derivanti dall'attività dei social media, compresi volumi ingestibili di risposta dei visitatori;
- la mancanza di regolamentazione di taluni prodotti che ha un impatto negativo sulle comunità;
- le posizioni dominante di alcuni fornitori, con conseguenti pratiche non concorrenziali.

Pertanto, appare evidente come i lavoratori del turismo necessitano immediatamente di nuove e diverse competenze digitali, necessarie per essere competitivi nel nuovo sistema economico del turismo postpandemico.

Una sfida fondamentale per il turismo è la necessità di estendere l'accesso e garantire la fruizione delle nuove tecnologie digitali alle numerose micro e piccole imprese, nonché ai singoli lavoratori del settore, al fine di garantirne la competitività.

Bisogna eliminare il così detto "*digital divide*", conseguenza dello scarso accesso alle competenze e alla tecnologia digitale, i quali sono piuttosto elevati nel settore turistico.

Tale problema è ancor più particolarmente sentito in quelle attività (che sono, tra l'altro, la maggior parte), ove vi è la necessità di combinare le competenze digitali con le competenze complementari.

Inoltre, il settore turistico anche necessita di una nuova platea di figure professionali specializzate e con competenze adeguate, che non possono essere ottenute con una mera riqualificazione della forza lavoro esistente.

Pertanto, sorge l'esigenza di garantire percorsi, sia di riqualificazione, che di immissione *ex novo*, per assicurarsi figure professionali con specifiche competenze digitali. Ciò comporta una attenta e concreta pianificazione dei fabbisogni formativi.



Mentre le imprese turistiche di medie e grandi dimensioni possono beneficiare di una più favorevole condizione per sviluppare ed attuare le nuove strategie di digitalizzazione, la situazione è ben diversa per medie e piccole imprese.

Di conseguenza, la Regione Abruzzo, deve svolgere un ruolo importante nel creare le giuste condizioni per la trasformazione digitale dei modelli imprenditoriali del turismo e dell'ecosistema turistico in generale.

A tal fine, necessitano approcci politici integrati e coerenti capaci di:

- sfruttare le opportunità della digitalizzazione;
- affrontare contempo le sfide contingenti;
- ridurre al minimo le conseguenze negative che potrebbero emergere.

Tale obiettivo può essere raggiunto combinando iniziative a breve e lungo termine ed idonee a promuovere le condizioni necessarie per garantire la diffusione delle tecnologie digitali tra le micro, piccole e medie imprese:

- incoraggiando la loro partecipazione a questi processi innovativi;
- riducendo gli ostacoli burocratici e gestionali;
- migliorando le opportunità di digitalizzazione;
- incoraggiando nuovi modi di lavorare e nuovi approcci alla gestione digitale d'impresa.

Obiettivo di questa Priorità:

- **proseguire l'utilizzo del DMS come piattaforma regionale di aggregazione dati ed offerte;**
- **utilizzarlo per la interoperabilità con TDH Tourism Digital HUB nazionale (MIT ed ENIT);**
- **diffondere più ampiamente la conoscenza e l'utilizzo per operatori turistici.**

6.5.3 - Networking: La regolamentazione e la governance pubblica.

Un elemento fondante della gestione del presente Piano Strategico consta nella volontà di assicurare un costante e costruttivo dialogo istituzionale con gli stakeholders, facendo ricorso in un'ottica di apertura, partecipazione e sistematicità.

La costruzione del presente Piano Strategico deve essere basata, su modelli aperti e partecipativi, coinvolgendo gli stakeholder del sistema turistico abruzzese.

Essa consiste nella realizzazione di un'esperienza attraverso la strutturazione di opportuni



strumenti e processi, che permettano il presidio della fase attuativa secondo il medesimo approccio.

Una efficace gestione delle politiche turistiche necessita del coinvolgimento di tutte le Istituzioni presenti sul territorio, nel rispetto del ruolo che viene loro riconosciuto dalla Costituzione.

Analogamente, è importante avviare virtuose forme di collaborazione con il settore privato, il quale ha la responsabilità principale di assicurare i servizi, ma che è, al contempo, un fruitore dei servizi medesimi.

Tutto questo comporta la necessità di realizzare in modo efficace un coordinamento ed un sostegno tra tutti gli attori pubblici e privati coinvolti, attraverso l'istituzione di strutture permanenti, opportunamente costituite.

Inoltre, appare evidente l'importanza dell'azione, del sostegno e del coordinamento a livello locale, all'interno delle città e delle destinazioni rurali e costiere, che richiedono la presenza di organismi locali interessati al turismo, come le organizzazioni di gestione delle destinazioni, che siano collegati in rete e sostenuti dal centro.

Inoltre, i ruoli dei diversi livelli e componenti della governance e la loro capacità istituzionale devono essere oggetto di riesame periodico, attivando specifiche azioni di monitoraggio, volte a verificare la funzionalità del sistema.

Le fasi di implementazione, monitoraggio e sorveglianza del presente Piano Strategico devono prevedere un'intensa attività di concertazione istituzionale, nonché adeguati strumenti di partecipazione aperti a tutti gli stakeholder del turismo, sviluppando un c.d. "sistema organizzato" per la gestione integrata del turismo.

Più in generale, il confronto partenariale con gli stakeholders contribuirà, in un percorso bottom up (anche nell'ambito del'OP5 del PR FESR Abruzzo 2021-2027), al rafforzamento delle azioni attuative delle strategie, soprattutto per quanto riguarda l'accrescimento della competitività del turismo in Italia, in direzione anche della sostenibilità e dell'innovazione del comparto. A tali fini, ampliando ed estendendo il metodo partecipativo che deve caratterizzare l'O5 del PR FESR Abruzzo 2021-2027, si prevede il potenziamento di sistemi aperti e continui di comunicazione digitale che possano far proseguire lo scambio continuo di informazioni e orientamenti fra le istituzioni coinvolte e tutti gli stakeholder del settore.

Obiettivo di questa Priorità:

- **favorire la coesione e la aggregazione degli operatori utilizzando al meglio gli organismi di governance turistica regionale;**
- **favorire la convergenza su azioni regionali di sistema fra organismi pubblici e privati.**

6.5.4 - Tailormade: Valorizzazione e personalizzazione delle offerte

La crescita di community sempre più piccole e con esigenze specifiche rispetto a necessità



esperienziali diversificate e personalizzate, ha frantumato i segmenti della domanda aggregata in tanti tasselli che vanno a comporre il nuovo mosaico delle performance di vendita.

Autenticità - miglioramento qualitativo dei servizi.

La importante attenzione alle attività esperienziali ed outdoor, la riduzione delle permanenze medie dei soggiorni e delle vacanze distribuite durante l'intero anno, la necessità di disporre di servizi di alloggio in relazione alle esperienze da vivere e non viceversa, la esigenza di provare più situazioni e con diversi gruppi di viaggio (famiglia, colleghi, amici, gruppi di interesse o sportivi, club o associazioni varie), sono tutte necessità sempre più richieste o non evitabili per competere sui livelli di assortimento oltre che su quelli della qualità e del prezzo.

Inoltre, anche la modalità di informazione, prenotazione, fruizione e condivisione di luoghi, contenuti, attività, esperienze e novità da scoprire, richiedono accessibilità per tutti, facilità, sicurezza e quindi in sintesi, alta possibilità di personalizzazione delle proprie vacanze e corrispondente ampia elasticità di gestione della stessa.

I servizi di alloggio ed i servizi più prettamente turistici non sono sufficienti a garantire quanto esposto e, di conseguenza, occorre utilizzare ogni contaminazione possibile con risorse, beni, servizi e produzioni collaterali, locali e tradizionali, al fine di disporre di una vasta gamma di contenuti accattivanti ed autentici sui quali rendere possibile ogni forma di dynamic packaging solution.

In una corretta e sempre maggiore integrazione fra filiere il turismo diventa io vero volano e locomotiva trainante per risorse e produzioni locali, mentre queste ultime diventano valore aggiunto delle offerte turistiche specializzate.

Questo modello diviene ancor più virtuoso poiché consente sia di accrescere l'utilizzo di economia circolare, sia di favorire lo start up di nuove imprese ed attività e, conseguentemente la inclusione sociale, la occupazione e la qualità della vita che evita lo spopolamento di aree fragili, soprattutto interne e montane e ne favorisce l'attrazione nuova residenzialità anche periodica e lavorativa.

Obiettivo di questa Priorità:

- **favorire integrazione fra turismo ed altre filiere;**
- **promuovere ed incentivare azioni per consentire la inclusione da altre filiere nelle offerte turistiche anche attraverso azioni finanziate da fondi e settori diversi.**

6.5.5 - Investimenti Turistici integrati: infrastrutture e servizi fra PA e PMI

Per costruire un'economia turistica regionale più competitiva e sostenibile per il futuro sono necessari investimenti ed infrastrutture adeguate, necessarie e di qualità.

Tuttavia, uno sviluppo economico più sostenibile deve tenere conto degli obiettivi di riduzione della povertà e di lotta ai cambiamenti climatici stabiliti dall'Agenda 2030 e dall'Accordo di Parigi. Pertanto, gli investimenti nell'economia verde dovranno avvenire su una scala molto maggiore nei



prossimi decenni.

Negli ultimi anni, le destinazioni turistiche più competitive hanno istituito specifici programmi per:

- attrarre investimenti diretti interni ed esterni in prodotti e operazioni turistiche;
- mantenere un bilancio del settore pubblico idoneo a sostenere:
 - i servizi connessi al turismo;
 - la gestione delle destinazioni.

Ricordiamo che i requisiti di una infrastruttura pubblica nelle destinazioni comprendono:

- autostrade e servizi di trasporto;
- siti del patrimonio naturale e culturale;
- infrastrutture a sostegno della salute, della sicurezza, dei servizi digitali e di altro tipo.

A partire dal 2020, la pandemia determinata dal COVID-19 ha messo in forte sofferenza questi programmi.

Appare, quindi, evidente come un efficace intervento pubblico richieda una cooperazione significativa e strategie coordinate tra il Governo nazionale e le singole Regioni, nell'ambito di una pianificazione complessiva a lungo termine, tenuto, altresì, conto del tempo necessario per realizzare molte misure di salvaguardia dell'ambiente.

Ne consegue il necessario coinvolgimento del settore privato e della società civile, nonché la condivisione delle migliori pratiche e delle nuove idee tra i vari attori che devono guidare il passaggio verso un nuovo modello di sviluppo del turismo sostenibile.

Tutti questi interventi finalizzati alla raccolta delle risorse necessarie per il finanziamento di investimenti e infrastrutture capaci di assicurare una transizione verso un'economia del turismo resiliente e inclusiva possono essere sostenute da azioni finalizzate a:

- **Sviluppare le capacità ed il coordinamento delle operazioni per accedere a finanziamenti e realizzare investimenti sostenibili.** Tale azione richiede la realizzazione di un quadro coerente in materia di politica commerciale e di investimento per creare un contesto favorevole agli investimenti nel turismo sostenibile. Ciò comporta, altresì, il coordinamento delle azioni in diversi settori politici, tra cui il turismo, l'ambiente, l'innovazione ed i diversi livelli di governo del territorio regionale.
- **Migliorare dati ed analisi finanziaria per investimenti nello sviluppo del turismo sostenibile.** Attualmente, è disponibile un numero limitato di informazioni limitate circa:
 - l'efficacia degli strumenti di finanziamento disponibili e degli incentivi per sostenere processi di produzione più sostenibili;
 - l'incentivazione delle pratiche commerciali più responsabili nel settore del turismo.



Pertanto, tramite questa azione, si dovrà migliorare la capacità ammettere a finanziamento gli investimenti nel settore turistico, maggiormente capaci di ottenere risultati economici, sociali e ambientali.

- **Predisporre strategie e dei piani d'azione finanziari per il turismo sostenibile individuati e per altre attività correlate.** Con questa azione, devono essere garantire strategie lungimiranti e di piani d'azione per il settore del turismo, secondo quanto già individuato nell'ambito dei requisiti di resilienza dal PNRR. Sarà, altresì, necessaria una specifica attenzione alle politiche in materia di turismo sostenibile sono state menzionate in altri settori. Ovviamente, i singoli interventi devono prevedere anche obiettivi di finanziamento cumulativi.
- **Collegare le propensioni e le capacità di investimento alle possibili opportunità di finanziamento esterno a livello comunitario, nazionale e regionale.** Alcune delle azioni individuate riguarderanno non solo il turismo, ma anche i programmi per lo sviluppo regionale e sostenibile, l'ambiente, la tecnologia e l'innovazione, i trasporti e vari servizi sociali, nel rispetto delle rispettive opzioni di finanziamento.
- **Individuare possibili finanziamenti e partenariati del settore privato.** La necessità di un impegno del settore privato nelle strutture di governance e nella definizione delle politiche è fondamentale, al fine di contribuire a garantire affinché alcune delle azioni siano pertinenti ed attraenti per il finanziamento o la sponsorizzazione del settore privato commerciale. A tal fine, è necessario adottare misure per creare il quadro necessario per attrarre e incoraggiare gli investimenti del settore privato. L'istituzione di partenariati pubblico-privato e di altri meccanismi è essere molto utile per soddisfare alcuni requisiti di investimento.
- **Rafforzare il sostegno agli investimenti turistici da parte del settore bancario e delle istituzioni finanziarie internazionali e la promozione dello sviluppo di modalità di finanziamento alternative.** Le banche, le altre istituzioni finanziarie e gli organismi commerciali devono essere incoraggiati a prestare maggiore attenzione al finanziamento del turismo quale forma di commercio e quale strumento di crescita economica sostenibile. Il turismo può beneficiare dell'apertura a modalità di finanziamento alternative, con particolare riferimento, agli investimenti ed ai finanziamenti che comprendono modalità di condivisione del rischio basate su attività.

Obiettivo di questa Priorità:

- **Favorire Investimenti Turistici Integrati fra PA e PMI (PPT, CIS/Accordi di Programma allargati, Accordi e Contratti di sviluppo);**
- **Favorire la implementazione di project Bond ed altri strumenti di compartecipazione utilizzabili per approvvigionamenti di risorse finanziarie da investitori diversi.**



6.5.6 - Attività formative: aggiornamento e sviluppo di competenze professionali.

Questa area prioritaria di intervento è focalizzata sullo sviluppo del capitale umano occupato nel settore turistico, ricorrendo ad una programmazione sistematica dei percorsi di formazione professionale, al fine di innalzare la qualità dell'offerta turistica nell'ottica del soddisfacimento degli standard internazionali di settore.

Il raggiungimento di tale obiettivo necessita di un percorso *bottom up* connotato dalla stretta collaborazione tra le parti interessate pubbliche e private, al fine di assicurare un livello di qualità e competenze professionali in linea con la domanda del mercato.

Tale azione di riqualificazione del personale del comparto turistico deve cogliere la straordinaria opportunità fornita da:

- la necessità di valorizzare la promozione turistica in un'ottica ambientale e culturale;
- le ineludibili trasformazioni comportamentali conseguenti all'emergenza sanitaria globale.

Tuttavia, tale incredibile opportunità necessita dell'acquisizione di una visione globalmente più **“responsabile ed equilibrata”** dell'attività turistica.

Ne consegue, la necessità di riqualificare in tal senso il personale del comparto turistico, assicurando, al fine di renderlo idoneo a:

- affrontare la sfida della digitalizzazione e della sostenibilità;
- essere competitivo di fronte ad i nuovi approcci socioeconomici ed ai modelli di business più attuali;
- acquisire una capacità di riorganizzazione e di riattivazione dell'offerta, atta a proporre soluzioni inedite nel servire i mutati bisogni del turista.

Inoltre, siffatto sforzo formativo sarà, altresì, in grado di definire la costituzione di nuovi giacimenti occupazionali che caratterizzeranno il futuro del settore turistico.

In estrema sintesi, anche grazie all'importante sviluppo dello smart working ed alla crescente disintermediazione del settore dei viaggi, è possibile fornire al capitale umano interessato dai percorsi formativi:

- un pacchetto di nuove competenze necessarie nel settore turistico;
- la familiarità con le nuove tecnologie;
- la conoscenza di codici culturali e comunicativi in chiave digital;
- un rinnovato senso di responsabilità nella composizione delle proposte turistiche.

La ridefinizione delle competenze professionali comporta, altresì, una totale ridefinizione della mappa delle possibilità occupazionali nel settore turistico.

Infatti, accanto alle tradizionali figure attive nel turismo, che necessitano di un forte



rinnovamento (pena la loro progressiva marginalizzazione nel mercato del lavoro), è necessario dedicare tenere conto del fatto che, nel corso del tempo, i nuovi giacimenti occupazionali si incroceranno funzionalmente con tutta una serie di professioni che devono essere, sin da subito, indirizzate per garantire la massima sicurezza degli ambienti e delle infrastrutture turistiche, sia dal punto di vista organizzativo che più propriamente operativo.

Tali nuove figure devono anche essere in grado di svolgere una nuova e finora sconosciuta funzione. Dopo la pandemia, la sicurezza della meta turistica è divenuta un requisito essenziale affinché un'offerta turistica possa essere competitiva. Pertanto, risulta essenziale formare figure professionali, capaci di declinare tali aspetti per le specifiche esigenze del sistema turistico.

In estrema sintesi, è necessario adottare nuove strategie formative di alto livello nel settore turistico, idonee a stimolare e supportare:

- l'innalzamento dei livelli formativi;
- il dialogo tra il mondo accademico e le organizzazioni di categoria;
- il rafforzamento delle competenze in materia di transizione ecologica e digitale; ferma restando la conoscenza delle attrazioni turistiche del territorio;
- la cultura dell'emergenza e della gestione del rischio,
- la formazione continua.

Per rispondere in modo adeguato a siffatte istanze del settore turistico, è importante supportare il sistema universitario abruzzese nell'avviare specifiche iniziative formative, nonché nuovi programmi didattici *ad hoc*, garantendo, al contempo, un costante aggiornamento dei contenuti in stretto coordinamento con le imprese.

Obiettivo di questa Priorità:

- **Utilizzare ogni interazione ed opportunità in ottica multi-fondo (FERS-FSE) per la realizzazione di attività formative convergenti e coerenti con il presente Programma;**
- **Avvalersi al meglio del nuovo ITS Cultura e Turismo.**

6.5.7 - Strumenti Innovativi finanziari per supportare gli investimenti

I finanziamenti pubblici e privati devono svolgere un ruolo chiave nell'ecosistema turistico regionale ed i partenariati pubblico-privato sono fattori importanti della transizione verde e digitale per:

- sostenere l'adozione di pratiche più ecosostenibili;
- facilitare la condivisione dei dati e delle ricadute positive dell'innovazione digitale;



- sostenere la ricerca e l'innovazione delle imprese turistiche, nonché lo sviluppo delle competenze in tutti i settori e per tutti gli attori coinvolti nell'ecosistema turistico.

Le restrizioni e gli ostacoli ai viaggi, i blocchi multipli succedutisi dal mese di marzo 2020 a causa del Covid-19 hanno notevolmente compromesso la capacità dell'ecosistema turistico regionale di investire nello sviluppo di catene di approvvigionamento più resilienti e di nuovi servizi (come, ad esempio, turismo "green" o "lento").

Inoltre, durante la pandemia, la maggior parte dei settori dell'ecosistema turistico regionale ha dovuto riassetare i propri bilanci d'investimento e prendere in prestito denaro per coprire i costi fissi. Questo elevato livello di indebitamento rende il rifinanziamento e la raccolta di fondi a medio termine molto complessi. L'unica eccezione importante consiste nel capitale correlato agli investimenti di ricettività. Contrariamente ad altri settori, come le compagnie aeree o le crociere, in cui i beni si deprezzano rapidamente, l'ospitalità è ancora a raccogliere fondi per gli investimenti immobiliari. In particolare, i livelli di investimento sono in fase di ripresa con molti progetti precedenti alla pandemia da COVID-19, nonostante il fatto che i recenti problemi geopolitici comportino importanti ricadute negative sulle catene di approvvigionamento del settore delle costruzioni.

Nonostante i meccanismi di sostegno attivati, lo shock dovuto al COVID-19 ha avuto gravi ripercussioni sulla liquidità delle imprese turistiche, a causa del *lockdown*, che ha determinato chiusure di servizi ed un numero inferiore di clienti. Tale mancanza di liquidità, unitamente al debito accumulato, è sicuramente un ostacolo agli investimenti privati, specialmente per quanto concerne le imprese più piccole.

Inoltre, il clima degli investimenti è condizionato anche da alcune incertezze normative e di mercato.

Infine, gli investitori devono affrontare il fenomeno della volatilità della domanda a breve termine (con ondate di COVID-19 e restrizioni di viaggio mirate a casi specifici), con significative difficoltà nell'anticipare cambiamenti a lungo termine (come, ad esempio, la futura quota del turismo ecologico). Ne consegue che gli investimenti esteri diretti tendono a concentrarsi solo su alcuni settori, come i viaggi e altre tecnologie dei servizi turistici, alberghi e noleggio auto a breve termine.

Molti settori del turismo beneficiano del sostegno di circa quindici diversi programmi di finanziamento dell'Unione Europea, che, nel loro insieme, assicurano un sostegno più significativo di quanto sarebbe possibile con un unico programma di finanziamento dedicato. Per aiutare le parti interessate del turismo a trovare finanziamenti nell'ambito dei programmi dell'Unione Europea disponibili, la DG GROW pubblica una guida sui finanziamenti dell'Unione Europea per il turismo che fornisce esempi di progetti che hanno ricevuto finanziamenti nell'ambito di diversi programmi.

La Commissione Europea sostiene gli Stati membri nell'attuazione delle azioni e delle riforme necessarie per un turismo sostenibile, resiliente e digitale attraverso lo strumento di sostegno tecnico. Nel 2022, lo strumento di sostegno tecnico è stato mirato verso il sostegno dei diversi Stati membri nella promozione di una migliore governance dei dati, nello sviluppo di strumenti per la digitalizzazione dell'industria del turismo, il miglioramento dei luoghi di destinazione e la gestione della transizione verso un turismo sostenibile.



I fondi della politica di coesione si rivolgono alle Regioni dell'Unione Europea con l'obiettivo di sostenere la creazione di posti di lavoro e aiutare la competitività delle imprese. Siffatto sostegno è fornito nell'ambito del metodo di gestione concorrente, in cui gli Stati membri, le autorità regionali e locali sono responsabili dell'attuazione dei fondi, fissando le priorità in base alle esigenze individuate e nel rispetto delle condizioni stabilite. Tale metodo consente alle autorità nazionali, regionali e locali di istituire regimi che soddisfino le esigenze specifiche del territorio, con finanziamenti a carico del bilancio dell'Unione Europea accanto a finanziamenti nazionali e privati.

Per quanto concerne il periodo di programmazione 2021-2027, i fondi della politica di coesione, (in particolare, il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale - FESR) proseguiranno a fornire un ampio finanziamento nell'ambito degli obiettivi strategici, al fine di rafforzare le basi di un turismo più resiliente e sostenibile. Nello specifico, è stato aggiunto un nuovo obiettivo specifico al FESR, con l'obiettivo di promuovere il turismo sostenibile al fine di migliorare lo sviluppo economico e l'inclusione sociale, riconoscendo quindi il potenziale trasformativo del settore turistico nell'affrontare le sfide socioeconomiche e tenendo conto delle esigenze di trasformazione verde, digitale e di resilienza della catena del valore del turismo. Inoltre, sono disponibili risorse per il turismo sostenibile nell'ambito delle strategie di sviluppo locale integrate basate sulle esigenze e sulle potenzialità delle singole aree locali.

Sono, altresì, previsti specifici finanziamenti per gli operatori turistici e le PMI anche nell'ambito del PNRR, che forniscono un sostegno specifico alla transizione verde e alla transizione digitale. Inoltre, anche le misure relative all'apprendimento permanente, all'istruzione professionale e alla riqualificazione della forza lavoro potranno essere attivate a favore dei lavoratori alle dipendenze delle imprese turistiche.

Obiettivo di questa Priorità:

- **Supportare la creazione di piattaforme e strumenti finanziari innovativi al fine di agevolare l'accesso al credito e la fattibilità finanziaria per investimenti (EFSI, BEI, FEI, CdP e FIRA);**
- **Favorire la attivazione di fondi a rotazione di controgaranzia rispetto ai numerosi fondi di finanziamento previsti per le PMI dal PNRR.**

6.5.8 - Strategie ed attività di promozione e comunicazione coordinata, integrata

- Strategia dell'Immagine (brand regionale, claim e slogan di periodo)
- Mercati prioritari di provenienza
- Comunicazione di più organismi in modalità coordinata ed integrata con quella regionale

La **Strategia dell'Immagine** a cui si punta può invece essere così sintetizzata:



- Utilizzare gli elementi della gabbia cromatica o di griglia di impaginazione per la definizione ed il raccordo dell'immagine della PMC, con quella dei prodotti e delle proposte, in raccordo con quelle delle altre linee regionali di prodotto proposte dalla stessa Compagnia PMC Abruzzo Innovazione Turismo;
- Dettagliare con pay off o claim il contenuto delle proposte allineandole con i nuovi claim regionali.

Alla immagine di brand PMC andranno nel tempo ad aggiungersi degli elementi caratterizzanti per i diversi comprensori, DMC rendendoli riconoscibili e specializzati per alcuni elementi.

Per ottenere nel messaggio la immediata percezione del posizionamento proposto e delle rispettive specializzazioni e differenze che consentano una immediata identificazione delle stesse e dei loro contenuti, potranno essere utilizzati elementi grafici per ricondurre le proposte alle linee di prodotto regionali, ottenendo un effetto di integrazione, declinazione e definizione anziché di sovrapposizione di più messaggi contrastanti che producano confusione e incomprensione da parte dei nostri interlocutori.

Per quanto concerne la strategia di marketing, perfettamente in allineamento con il posizionamento e la strategia di immagine di brand e prodotto sopra definite, si procederà con un marketing differenziato composto da diverse gamme di proposte articolate per target, per periodo e per esperienze rivolte a gruppi/community di appassionati, ottenendo il nuovo passaparola fra appassionati dopo l'esperienza vissuta, il nuovo l'effetto di taggaggio e twitteraggio, l'inserimento su gallerie di video foto e social net in genere, recensioni positive che in questo caso riguardano le proposte e non il servizio ricettivo.

Per quanto concerne i **mercati prioritari di provenienza** e le attività su essi realizzabili, si evidenzia quanto segue:

Gli eventi ITB Berlino e WTM sono essenzialmente vetrine mondiali della variegata offerta turistica segmentata per territori, per temi e, sempre più, per attività e offerte rivolte a target specialistici. Essi non sono utili direttamente per i mercati nel cui contesto si svolgono (Germania e Inghilterra), ma per comunicazione e visibilità istituzionale ed internazionale: hanno valenza per farsi vedere da tutti quei mercati di maggior o minore interesse, anche non oggetto di azioni dirette e particolari: In altre parole più si concentra su alcuni mercati, più queste due occasioni diventano un modo di proporsi a platee vaste oltre i mercati di concentrazione. In tal senso una presenza regionale è di promozione istituzionale, comunicazione e relazionale a supporto della offerta regionale complessiva, ma non direttamente connessa a proposte commerciali "vendibili" in fiera.

Altri eventi fieristici sono invece fortemente legati ai mercati di provenienza e, in moltissimi casi, ad un turismo che ricerca autenticità, sostenibilità, attività ed esperienze di vario genere e natura. Fra esse sicuramente Utrecht in Olanda, Stoccarda in Germania, Bruxelles in Belgio, Monaco in Germania, altre fiere minori e di vicinato alle quali, differentemente dalle prime, non partecipa però ENIT: sono queste tutte occasioni di vendita diretta di offerte al pubblico ed occasioni annuali nelle



quali si acquistano le vacanze estive.

Nel corso degli ultimi anni e dalla partecipazione diretta in altri eventi, molti dei presenti evidenziano che in alcune realtà (Rep. Ceca, Vienna, Scandinavia, Germania stessa, Polonia) hanno reso commercialmente molto di più alcuni eventi di B2B organizzati da ENIT piuttosto che le fiere turistiche annuali di settore.

Per quanto concerne l'Italia, TTG e BIT hanno a livello nazionale lo stesso effetto di ITB e WTM a livello globale. Hanno ultimamente perso la dimensione di valenza internazionale ma hanno mantenuto una dimensione più ampia delle altre manifestazioni e una gamma generalista di prodotti, servizi, utenti, espositori e visitatori legati al mondo del turismo. Anche in questo caso quindi, meno fiere e workshop tematici si presenziano, più resta opportuna una presenza istituzionale per la visibilità generalista e indifferenziata. Al fianco di queste due, vi sono molte altre manifestazioni fieristiche e borsistiche che perdurano o nascono estemporaneamente sulla base di specifiche necessità ed evoluzioni della domanda.

Esistono quindi una serie di eventi d'area geografica ed altri eventi dedicati a segmenti specifici. Claudio Ucci fornisce alcuni dettagli e i presenti concordano che la BMT a Napoli, costituisce replica di BIT e TTG nel sud Italia, ma in alcuni casi con aree tematiche più o meno interessanti quali, ad esempio, il termalismo ed il benessere, lo sport, il bike, l'enogastronomia, i parchi, la cultura ed altri temi. Commercialmente utili per vendita diretta risultano ad esempio utili quelle già sperimentate come Artigiani in fiera a Milano, Salone del Gusto di Torino, Fiera del tempo libero a Bolzano ed altre su temi che possono favorire il contatto con target trasversali su contenuti specifici e target specializzati. La partecipazione alle fiere, ai workshop, così come la organizzazione di road show o educational/press Tour sarà oggetto di più precisa pianificazione annuale regionale, pur in raccordo con i seguenti mercati di interesse prioritario rispetto alle attuali provenienze nazionali ed internazionali, meglio se in concomitanza con la presenza di voli diretti dall'area di provenienza all'Aeroporto d'Abruzzo.

AREA 1 - Area Germanica.

Le aree maggiormente di interesse e su cui occorre concentrarsi sono quelle più a sud, quella di Baden Wurtemberg con epicentro su Stoccarda e quella limitrofa della Baviera con perno su Monaco di Baviera.

Le aree germaniche più a nord, così come altre aree sotto il controllo della stessa delegazione ENIT, (Polonia) potranno essere oggetto di azioni mirate ed offerte a misura di target, periodo o contenuto. Così come quelle austriache e svizzero-tedesche.

Per quest'area si ritiene utile che la Regione possa rendere disponibile uno spazio espositivo preallestito in occasione della Fiera di Stoccarda e della Fiera di Monaco di Baviera, consentendo alla PMC di presentare le offerte provenienti dalle DMC e dagli altri operatori coinvolti, soci e non soci.

Si ritiene altresì utile la organizzazione di workshop B2B, road show o altre attività su Germania



del nord (Francoforte, Colonia), Polonia, Austria e Rep. Ceca, avvalendosi del supporto delle delegazioni ENIT su Francoforte per Germania e Polonia, ENIT su Vienna per Austria e Rep. Ceca, altri operatori specializzati operativi in loco.

Ovviamente, in proporzione alle presenze ed agli eventi promo-commerciali, andranno definite le campagne di comunicazione a supporto istituzionale e più operativamente a supporto degli eventi.

Allo stesso modo andrebbero incentivate compagnie e vettori per favorire la provenienza dai bacini di interesse.

AREA 2 – Area Fiamminga

Le aree di Maggiore interesse sono Paesi Bassi, con epicentro sui centri maggiori (Amsterdam e Rotterdam) e Belgio con epicentro su Bruxelles. Anche in questo caso per aree come Utrecht, Aja, Anversa, nonché per Copenaghen, possano essere realizzate azioni mirate ed offerte a misura di target, periodo o contenuto.

Per quest'area si ritiene utile che la Regione possa rendere disponibile uno spazio espositivo preallestito in occasione della Fiera di Utrecht e della Fiera di Bruxelles, consentendo alla PMC di presentare le offerte provenienti dalle DMC e dagli altri operatori coinvolti, soci e non soci.

Si ritiene altresì utile la organizzazione di workshop B2B, road show o altre attività su Amsterdam, Rotterdam, Copenaghen, Anversa, avvalendosi del supporto delle delegazioni ENIT su Amsterdam o di altri operatori specializzati operativi in loco.

Anche in questo caso in proporzione alle presenze ed agli eventi promo-commerciali, andranno definite le campagne di comunicazione a supporto istituzionale e più operativamente a supporto degli eventi.

Allo stesso modo andrebbero incentivate compagnie e vettori per favorire la provenienza dai bacini di interesse.

ALTRE AREE – Mirate o pilota

Oltre alle aree di interesse prioritario, potranno essere utili presenze istituzionali regionali da prevedere in relazione ai budget disponibili su ITB Berlino e/o WTM Londra, ottimizzando la eventuale partecipazione con eventi B2B e da organizzare nel più ampio contesto delle fiere suddette.

Sul mercato inglese, o su alcuni mercati emergenti o di ulteriore interesse per azioni pilota, potrà essere utile organizzazione attività di workshop B2B, road show o altre attività avvalendosi del supporto delle delegazioni ENIT o di altri operatori specializzati operativi in loco.

Anche in questo caso in proporzione alle presenze ed agli eventi promo-commerciali, andranno definite le campagne di comunicazione a supporto istituzionale e più operativamente a supporto degli eventi.



MERCATI ITALIA

Per quanto concerne l'Italia, si definiscono prioritari le aree di provenienza Lazio (Roma), Campania (Napoli), Puglia soprattutto per la montagna e le aree interne, Lazio, Piemonte, Lombardia, Veneto, Trentino ed Emilia per le aree costiere.

Per quanto concerne le Fiere ed i Workshop sarà utile effettuare apposita specifica attività di riscontro presso gli operatori aggregati soci DMC e Consorzi regionali, GAL, al fine di ottenere il loro diretto interesse non solo per assicurare la partecipazione e presenza, ma anche per ricevere indicazioni più puntuali sulle attività che saranno svolte, le offerte che si intende presentare, le modalità operative con le quali si concretizzerà la presenza ed i fabbisogni espositivi e logistici a supporto che la Regione potrà eventualmente ed utilmente rendere disponibili.

La sperimentazione del “Sistema dei Parchi e delle Aree Protette della Regione Abruzzo” come un unicum è stata avviata già da tempo con la partecipazione congiunta ai principali eventi fieristici dedicati al settore turistico, di rilevanza sia nazionale, sia internazionale, in spazi condivisi ma “unitari”, in modo da dare una visione complessiva dell'intero territorio abruzzese e delle peculiarità che lo caratterizzano e che riguardano, oltre alla natura, la storia, la geologia, le tradizioni, l'educazione all'ambiente, gli sport compatibili, l'arte culinaria tradizionale.

È intenzione della Regione Abruzzo proseguire questa importante azione di comunicazione e promozione congiunta e univoca del territorio anche nelle annualità alle quali questo Piano si riferisce, così come recuperare partnership già messe in campo in precedenti occasioni fra Dipartimento Turismo della Regione Abruzzo, con le Province, i Parchi e le CCIAA, nonché coinvolgendo le PMC e DMC quali organizzazioni aggregate e attive per le destinazioni e le linee di prodotto turistico regionali.

7.0 – Le Azioni prioritarie e di riferimento per il 2023-2025.

7.1 - Il Transition Pathway for Tourism” e la recente Agenda Europea per il Turismo 2030.

In tal senso è evidente la utilità a procedere con progetti strategici che possano coinvolgere aggregazioni locali in reti sovraregionali, avvalendosi di interventi capitalizzabili, estendibili e replicabili, ottimizzando le risorse e gli investimenti attraverso la complementarità con altri progetti ed iniziative realizzate dai diversi soggetti PPAA e/o PMI, utilizzando risorse regionali, interregionali, nazionali o comunitarie, in coerenza con gli orientamenti raccolti nel “**Transition Pathway for Tourism**” pubblicato della DG del Mercato interno, dell'industria, dell'imprenditoria e delle PMI della Commissione Europea, nelle modalità contenute nei documenti da cui esso stesso



trae origine o trova conferme normative e/o declinazioni applicative.

Tale progettualità è suddivisa dalla già menzionata comunicazione comunitario in 27 aree tematiche. Esaminiamole nel dettaglio.

Tema 01

ALLEGATO 1: TABELLA DI AZIONI, SOGGETTI E RISULTATI

Tema	Azioni	Soggetti principali	Risultato	Fonte
NORMATIVA E GOVERNANCE PUBBLICA				
Tema 1: misure eque per le locazioni a breve termine	Rafforzamento del quadro dell'UE per le locazioni a breve termine per aumentare la trasparenza e migliorare l'accesso al mercato Attuazione di politiche in materia di servizi di locazione a breve termine che sostengano un'offerta equilibrata, equa e trasparente di tali servizi	Autorità nazionali, regionali e locali Commissione europea	Un mercato delle locazioni a breve termine florido e trasparente nell'UE, che crei opportunità e contribuisca all'ecosistema del turismo in modo completamente sostenibile	Relazione sulla consultazione ²²³ - sezione 1.3

Tema 02

Tema 2: sostegno normativo per viaggi multimodali	Rafforzamento del quadro dell'UE per facilitare la pianificazione del viaggio e l'emissione di biglietti multimodali mediante i servizi digitali	Commissione europea Autorità nazionali, regionali e locali Industria del turismo	Maggiori opportunità per i visitatori di fare viaggi porta a porta verso destinazioni dell'UE sia urbane che rurali	Relazione sulla consultazione - sezione 2.1
--	--	--	---	---

Tema 03

Tema 3: miglioramento delle statistiche e degli indicatori per il turismo	Revisione delle norme per la raccolta armonizzata dei dati sulle statistiche del turismo affinché includano elementi sulla sostenibilità economica, sociale e ambientale Migliore accesso ai dati per la produzione di statistiche ufficiali Inserimento di indicatori chiave di sostenibilità a livello di destinazione nel quadro armonizzato di raccolta dati sul turismo Attuazione del quadro operativo dell'UE per il turismo per sostenere il monitoraggio degli aspetti ambientali, digitali e socio-economici del turismo	Sistema statistico europeo (SSE) Commissione europea Industria del turismo Autorità regionali e locali Organizzazioni di gestione della destinazione	Revisione del quadro dell'UE per le statistiche sul turismo entro il 2030, contemplando indicatori sull'impatto economico, ambientale e sociale del turismo Produzione di statistiche ufficiali servendosi anche di dati raccolti privatamente, nel rispetto delle norme sulla protezione dei dati e dei legittimi interessi commerciali Quadro operativo dell'UE per il turismo disponibile e utilizzato dal pubblico	Relazione sulla consultazione - sezioni 1.2 e 1.4 Consultazioni degli Stati membri
--	---	--	--	---

Tema 04



Tema 4: sviluppo o aggiornamento di strategie complete per il turismo	Sviluppo di strategie nazionali o regionali complete che tengano conto della sostenibilità economica, ambientale e sociale del turismo Orientamenti e scambio di buone pratiche per lo sviluppo di strategie a livello nazionale, regionale e locale	Autorità nazionali, regionali e locali Industria del turismo Commissione europea	Tutti gli Stati membri o le loro regioni turistiche chiave devono avere strategie complete per il turismo entro il 2025 Eventi e risorse per lo scambio di migliori pratiche	Relazione sulla consultazione – sezioni 1.1 e 1.4 Consultazioni degli Stati membri
--	---	--	---	---

Tema 05

Tema 5: governance collaborativa delle destinazioni turistiche	Definizione di modelli di gestione delle destinazioni collaborativi e basati sui dati Assegnazione di premi per la gestione intelligente delle destinazioni (Capitale del turismo intelligente) Analisi e condivisione delle migliori pratiche relative alla gestione delle destinazioni	Organizzazioni di gestione della destinazione Autorità regionali e locali Industria del turismo Commissione europea Turisti	Tutte le organizzazioni di marketing e gestione delle destinazioni finanziate con fondi pubblici sostengono una governance collaborativa che include portatori di interessi pubblici e privati, residenti e visitatori Risultati e raccomandazioni di uno studio sui modelli di gestione delle organizzazioni di marketing e gestione delle destinazioni nell'UE	Relazione sulla consultazione – sezione 1.4
---	--	---	---	---

Tema 06

TRANSIZIONI VERDE E DIGITALE

Tema 6: mobilità sostenibile	Sviluppo da parte delle compagnie di trasporto passeggeri di piani di riduzione dei gas a effetto serra (GES) in linea con gli obiettivi della normativa sul clima	Industria del turismo Autorità nazionali, regionali e locali Turisti ²²⁴	Impegni e piani d'azione delle compagnie di trasporto passeggeri Piani di mobilità urbana sostenibile che includono la prospettiva dei visitatori Raddoppio del traffico ferroviario ad alta velocità entro il 2030	Relazione sulla consultazione – sezione 2.1
-------------------------------------	--	---	---	---

Tema 07

Tema 7: circolarità dei servizi turistici	Diffusione dell'uso di ingredienti forniti localmente a bassa impronta ambientale per ridurre l'impatto ambientale dei servizi alimentari Riduzione degli sprechi alimentari nel settore dell'ospitalità Riduzione e separazione dei rifiuti complessivi dei servizi turistici Aumento dell'efficienza idrica, riduzione dello stress idrico e dell'inquinamento e miglioramento dei servizi igienico-sanitari	Industria del turismo Autorità nazionali, regionali e locali Organizzazioni di gestione della destinazione Turisti ²²⁵	Riduzione degli sprechi alimentari da parte delle organizzazioni di turismo/ospitalità in linea con gli obiettivi dell'UE entro il 2030 Dimezzamento della quantità di rifiuti non riciclati entro il 2030 Premiare nel 2024 le città che riportano i progressi più consistenti nel periodo 2021-2023 nella riduzione dell'inquinamento di aria, acqua e suolo	Relazione sulla consultazione – sezioni 2.3 e 2.4
--	---	--	--	---

Tema 08



Tema 8: transizione verde delle imprese turistiche, comprese le PMI	Registrazione delle imprese turistiche, incluse le PMI, al sistema EMAS	PMI, industria del turismo Autorità nazionali, regionali e locali	Aumento del numero di organizzazioni turistiche registrate nel sistema EMAS	Relazione sulla consultazione – sezioni 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 e 2.5
	<p>Richiesta del marchio Ecolabel UE, di altri marchi ecologici EN ISO 14024 di tipo I, o di marchi volontari equivalenti, che siano indipendenti, basati su più criteri e verificati da terzi, da parte delle strutture ricettive turistiche, incluse le PMI</p> <p>Utilizzo dei pertinenti criteri dell'UE relativi agli appalti pubblici verdi (GPP) da parte degli operatori turistici, ove applicabile</p> <p>Programmi di sviluppo delle capacità, assistenza tecnica e finanziaria rivolti alle PMI, affinché si impegnino in pratiche e programmi rispettosi dell'ambiente</p>	Commissione europea Turisti ²²⁶	<p>Aumento del numero di servizi turistici con marchio Ecolabel UE o alloggi turistici che ricevono la certificazione di altri marchi ecologici EN ISO 14024 di tipo I, o di marchi volontari equivalenti indipendenti, basati su più criteri e verificati da terzi</p> <p>Maggiore utilizzo dei criteri GPP pertinenti dell'UE nell'acquisto di servizi dell'ecosistema del turismo</p> <p>Maggiore coinvolgimento delle PMI nei sistemi di certificazione ecologica</p>	

Tema 09

Tema 9: servizi turistici basati sui dati	cooperazione tra i portatori di interessi per concordare pratiche comuni (codice di condotta) e per condividere attivamente i dati relativi al turismo in uno spazio europeo di dati per il turismo	Industria del turismo, PMI Organizzazioni di gestione della destinazione Turisti	Codice di condotta per la condivisione dei dati concordato dai portatori di interessi entro il 2022	Relazione sulla consultazione – sezioni 3.1 e 3.4
	<p>aumento della condivisione dei dati nei servizi turistici personalizzati e nella gestione delle destinazioni, nel monitoraggio e nella fornitura di servizi, inclusa la creazione di nuove piattaforme tra le PMI</p> <p>Utilizzo dell'intelligenza artificiale e dell'innovazione basata sui dati, come i gemelli digitali locali per la pianificazione predittiva al fine di soddisfare con precisione la domanda e aumentare l'efficienza dei servizi dal punto di vista delle risorse</p>		Maggiore offerta di servizi turistici personalizzati e diffusione di strumenti di gestione della destinazione basati sui dati	

Tema 10

Tema 10: miglioramento della disponibilità online di informazioni sull'offerta turistica	Miglioramento della disponibilità online di informazioni convalidate su offerte turistiche sostenibili, accessibili o specificamente mirate	Industria del turismo, PMI Rete dei centri europei dei consumatori Organizzazioni di gestione della destinazione	Miglioramento della percezione dei cittadini dell'UE sulla disponibilità di informazioni affidabili sui servizi turistici e sulle relative caratteristiche	Relazione sulla consultazione – sezione 3.2
	<p>Sviluppo di partenariati con portali online e piattaforme di prenotazione per offrire maggiore visibilità ai fornitori di alloggi certificati</p> <p>Garanzia della disponibilità di informazioni sui diritti dei consumatori e sui meccanismi di risoluzione delle controversie per i turisti tramite i canali digitali della rete dei centri europei dei consumatori</p>			

Tema 11



Tema 11: migliori pratiche, apprendimento tra pari e attività di rete facilmente accessibili per le PMI	Istituzione di una piattaforma per la collaborazione tra le PMI del settore turistico e le destinazioni turistiche che ne faciliti l'accesso alle informazioni, agli strumenti specifici e alle opportunità di condivisione delle migliori pratiche e delle conoscenze per favorire la loro partecipazione alla duplice transizione	Commissione europea PMI, industria del turismo Organizzazioni di gestione della destinazione	Piattaforma da attivare entro il 2023	Relazione sulla consultazione, diverse sezioni
--	---	--	---------------------------------------	--

Tema 12

Tema 12: progetti e progetti pilota di ricerca e innovazione relativi al turismo circolare e rispettoso del clima	Partecipazione dei portatori di interessi del settore turistico alla cooperazione pubblico-privato volta alla preparazione di proposte di ricerca per bandi di finanziamento che accolgono progetti di ricerca e innovazione e progetti pilota legati al turismo circolare Sviluppo di modelli e pratiche trasferibili per il turismo sostenibile Istituzione di progetti pilota su larga scala nell'ambito del turismo sostenibile, ad esempio nelle isole e nelle regioni remote, comprese le regioni ultraperiferiche	Organizzazioni pubbliche e private del settore turistico Università e istituti di ricerca Organizzazioni di gestione della destinazione Autorità nazionali, regionali e locali	Modelli di turismo circolare e rispettoso del clima convalidati e trasferibili per diversi livelli di attuazione	Relazione sulla consultazione – capitolo 2
--	--	---	--	--

Tema 13

Tema 13: promozione dell'uso della metodologia PEF e OEF e dell'elaborazione di norme di categoria settoriali per l'ecosistema del turismo	Sostegno all'adozione dei metodi PEF/OEF nelle industrie turistiche per raccogliere dati di base per l'elaborazione di norme di categoria settoriali Elaborazione di norme di categoria per prodotti e servizi turistici tipici tenendo conto dei diversi contesti turistici (ad es. le località remote) Sviluppo di strumenti che assistano le imprese turistiche affinché eseguano valutazioni dei loro prodotti e servizi secondo i metodi PEF/OEF	Industria del turismo Università e istituti di ricerca Commissione europea	Parametri ambientali comuni in atto per prodotti e servizi turistici chiave, utilizzati da organismi pubblici e privati	Relazione sulla consultazione – sezione 2.5
---	---	--	---	---

Tema 14

Tema 14: attuazione tecnica per uno spazio di dati del turismo	Attuazione da parte dei portatori di interessi di un'azione preparatoria per lo spazio di dati del turismo, tenendo conto dell'interoperabilità con tutti gli spazi di dati europei e in linea con la legge sui dati	Industria del turismo Università e istituti di ricerca	Risultati dell'azione di coordinamento e sostegno avviata nel 2022 nell'ambito del programma Europa digitale	Relazione sulla consultazione – sezione 3.1
---	--	---	--	---

Tema 15

Tema 15: attività di ricerca e innovazione relative a strumenti e servizi digitali nel turismo	Modelli e meccanismi di gestione delle destinazioni basati sui dati Servizi turistici innovativi che utilizzano tecnologie avanzate (realtà virtuale, realtà aumentata, IA) e patrimonio culturale digitalizzato	Industria del turismo Università e istituti di ricerca Organizzazioni di gestione della destinazione	Soluzioni per la gestione della destinazione locale basata sui dati per monitorare la capacità di carico e il benessere Servizi pilota per migliorare le esperienze turistiche attraverso la realtà estesa e aumentata, i big dati e l'IA	Relazione sulla consultazione – sezioni 3.3 e 3.4
---	---	--	--	---

Tema 16



Tema 16: sostegno alla digitalizzazione delle PMI del settore turistico e delle destinazioni turistiche	<p>Sensibilizzazione delle PMI del settore turistico in merito ai benefici della digitalizzazione e ai programmi di digitalizzazione europei, nazionali e regionali esistenti per le PMI</p> <p>Sviluppo di un inventario consultabile degli strumenti e delle pratiche digitali trasferibili esistenti per le PMI e le destinazioni</p> <p>Creazione di una comunità di pratica e di una serie di strumenti condivisi per la gestione delle destinazioni basata sui dati</p>	<p>PMI, industria del turismo</p> <p>Autorità nazionali, regionali e locali</p> <p>Organizzazioni di gestione della destinazione</p> <p>Commissione europea</p>	<p>Il 90 % delle PMI del turismo ha raggiunto un livello base di intensità digitale entro il 2030 e partecipa alla catena del valore digitale del turismo</p> <p>Inventario online di strumenti e pratiche trasferibili pubblicato entro il 2023</p> <p>Comunità di pratica e strumenti per la gestione dei dati nelle destinazioni entro il 2023</p>	<p>Relazione sulla consultazione – sezioni 3.3, 3.4 e 3.5</p>
--	---	---	---	---

Tema 17

RESILIENZA				
Tema 17: continuità degli spostamenti transfrontalieri	<p>Digitalizzazione delle procedure per i visti Schengen per cittadini di paesi terzi</p> <p>Digitalizzazione dei documenti di viaggio per cittadini dell'UE per procedure di frontiera più efficienti e veloci</p>	<p>Commissione europea</p> <p>Stati membri</p>	<p>La Commissione presenterà due proposte: i)-una proposta di regolamento sulla digitalizzazione delle procedure di rilascio dei visti nel 2022; ii)-una proposta di regolamento sulla digitalizzazione dei documenti di viaggio e sull'agevolazione dei viaggi nel 2023.</p>	<p>Consultazioni degli Stati membri</p>

Tema 18

Tema 18: gestione coordinata e informazioni aggiornate sui viaggi	<p>Attuazione e ampliamento del quadro relativo al certificato COVID digitale dell'UE in base alle esigenze</p> <p>Messa a disposizione da parte degli Stati membri dell'UE di informazioni aggiornate sulle rispettive norme in materia di viaggi tramite "Re-Open EU"</p> <p>Apprendimento dalla pandemia di COVID-19 per rispondere meglio a futuri eventi eccezionali</p>	<p>Stati membri</p> <p>Commissione europea</p>	<p>Quadro relativo al certificato COVID digitale dell'UE aggiornato e ben funzionante</p> <p>Aggiornamento del portale "Re-Open EU"</p> <p>Risultati dello studio sulle lezioni apprese dalla pandemia di COVID-19 entro il 2023</p>	<p>Consultazioni degli Stati membri</p>
--	---	--	--	---

Tema 19

Tema 19: sensibilizzazione in merito alle esigenze in termini di competenze per la duplice transizione nel turismo	<p>Preparazione di materiale informativo sulle esigenze in termini di competenze per diverse tipologie di operatori del turismo</p>	<p>Partenariati per il turismo nell'ambito del patto dell'UE per le competenze</p>	<p>Brochure informativa pubblicata nel 2022</p>	<p>Relazione sulla consultazione – sezione 5.1</p>
---	---	--	---	--

Tema 20



<p>Tema 20: sensibilizzazione in merito ai cambiamenti della domanda turistica e alle opportunità della duplice transizione per il turismo</p>	<p>Campagna di divulgazione sul percorso di transizione per il turismo rivolta alle autorità, alle organizzazioni di gestione del turismo e alle PMI della destinazione per promuovere la pertinenza delle azioni legate alla duplice transizione e alla resilienza</p> <p>Attività di sensibilizzazione per aumentare la diffusione e la visibilità degli strumenti di sostenibilità, come pure la domanda da parte dei consumatori di opzioni sostenibili</p> <p>Sostegno alle attività di rete e di condivisione delle migliori pratiche tra le città premiate in Europa negli ambiti del turismo intelligente, della cultura, della sostenibilità, dell'innovazione, dell'accessibilità e del patrimonio europeo</p>	<p>Commissione europea Autorità nazionali e regionali Organizzazioni di gestione della destinazione</p>	<p>Attività divulgative sul percorso di transizione per il turismo nel 2022</p> <p>Integrazione di informazioni su programmi e marchi per la sostenibilità nelle campagne turistiche sostenute dall'UE</p> <p>Eventi per lo scambio e la promozione delle migliori pratiche tra le città premiate</p>	<p>Relazione sulla consultazione, diverse sezioni</p>
---	--	---	---	---

Tema 21

<p>Tema 21: coinvolgimento delle organizzazioni didattiche nello sviluppo e nel rinnovamento dell'istruzione nell'ambito del turismo</p>	<p>Integrazione dei nuovi profili di competenze nella politica e nei programmi di studio per l'istruzione e formazione professionale, mediante la cooperazione tra autorità</p> <p>didattiche, parti sociali e istituzioni per l'istruzione professionale e superiore</p> <p>Elaborazione di programmi di studio per il settore turistico mediante partenariati di cooperazione con il sostegno del programma Erasmus+ (azione chiave 2)</p> <p>Sviluppo di competenze e capacità del personale e degli allievi dell'istruzione turistica mediante le opportunità di mobilità del programma Erasmus+ per l'istruzione professionale e superiore</p>	<p>Istituti di istruzione professionale e superiore Partenariati per il turismo nell'ambito del patto dell'UE per le competenze</p>	<p>Nuovi profili di competenze inclusi nei programmi di studio per l'istruzione e formazione professionale</p> <p>Partenariati Erasmus+ istituti per la mobilità e lo sviluppo delle capacità nell'istruzione nell'ambito del turismo</p>	<p>Relazione sulla consultazione – sezione 5.1 Consultazioni degli Stati membri</p>
---	---	---	---	--

Tema 22

<p>Tema 22: patto per le competenze per il turismo</p>	<p>Creazione di partenariati per le competenze a livello nazionale, regionale e locale nelle principali regioni turistiche dell'UE</p> <p>Coinvolgimento di imprese turistiche, fornitori di istruzione, sindacati e altre organizzazioni affinché si impegnino in obiettivi di formazione concordati congiuntamente per la loro forza lavoro</p> <p>Corsi di formazione rapidi, regimi di apprendistato e modelli misti per i disoccupati e le persone in cerca di occupazione</p>	<p>Autorità nazionali, regionali e locali Industria del turismo Parti sociali (di settore) Istituti di istruzione e formazione</p>	<p>Partenariati per le competenze regionali e nazionali istituiti in tutti gli Stati membri</p> <p>Entro il 2030 l'80 % della forza lavoro del turismo avrà seguito attività formative</p>	<p>Relazione sulla consultazione – sezione 5.1</p>
---	---	--	--	--

Tema 23



Tema 23: sportello unico per le opportunità di apprendimento per le PMI del turismo	Punto di accesso digitale di facile utilizzo per le PMI del turismo sulle risorse di auto-apprendimento a pagamento/gratuite e sugli annunci aggiornati dei futuri eventi di formazione offerti da vari fornitori	Partenariati per il turismo nell'ambito del patto dell'UE per le competenze Commissione europea	Sostegno mediante la piattaforma per la collaborazione tra i portatori di interessi, da pubblicare entro il 2023	Relazione sulla consultazione – sezione 5.1
	Messa a disposizione di uno spazio online dove le PMI del turismo possono connettersi tra loro e condividere l'apprendimento reciproco			

Tema 24

Tema 24: equità e attrattiva dei posti di lavoro nel turismo	Offerta di un'occupazione stabile e dignitosa da parte delle imprese turistiche, con una retribuzione equa e paritaria, completa copertura previdenziale, rispetto dei diritti dei lavoratori di organizzarsi e contrattare collettivamente, contratti di lavoro e parità di genere Buon esempio dato dalle organizzazioni turistiche pubbliche nell'impiego di pratiche occupazionali eque Ispezioni e controlli delle condizioni di lavoro nel settore effettuati dalle autorità competenti	Industria del turismo Organizzazioni turistiche pubbliche Consigli d'impresa, rappresentanti dei lavoratori	Approcci segnalati per sostenere l'uguaglianza di genere, retribuzioni e condizioni di lavoro eque nel turismo, in linea con gli obblighi di comunicazione sulla sostenibilità ambientale e sociale	Relazione sulla consultazione – sezione 4.2
---	---	---	---	---

Tema 25

Tema 25: potenziamento di servizi turistici accessibili	Aumentare la consapevolezza dell'importanza dell'accessibilità nel settore turistico Migliore offerta e visibilità dei servizi turistici accessibili Applicazione delle norme UE sugli appalti pubblici accessibili	Autorità nazionali, regionali e locali Organizzazioni di gestione della destinazione Industria del turismo, PMI Organizzazioni di persone con disabilità	Maggiore offerta e accesso online alle informazioni sui servizi turistici accessibili	Relazione sulla consultazione – sezione 4.1
--	---	---	---	---

Tema 26

Tema 26: servizi turistici per visitatori e residenti	Diversificazione e sviluppo di servizi turistici a vantaggio sia dei residenti sia dei visitatori Considerazione di diverse tipologie di clienti, come famiglie o singoli, o persone con diversi orientamenti religiosi, spirituali o sessuali	PMI, industria del turismo Organizzazioni di gestione della destinazione Turisti e residenti	Maggiore varietà e diversità dell'offerta turistica che favorisce anche i collegamenti tra residenti e visitatori nonché esperienze turistiche autentiche legate alla cultura locale	Relazione sulla consultazione – sezioni 1.4 e 4.1
--	---	--	--	---

Tema 27



FINANZIAMENTO				
Tema 27: sostegno alla visibilità delle opportunità di finanziamento per gli operatori del turismo	Perfezionamento della guida sui finanziamenti dell'UE per il turismo mediante l'offerta di informazioni sui progetti finanziati di recente e sui prossimi inviti a presentare proposte	Commissione europea Autorità nazionali e regionali	Sostegno mediante la piattaforma per la collaborazione tra i portatori di interessi, da pubblicare entro il 2023	Relazione sulla consultazione, diverse sezioni; consultazioni degli Stati membri
	Sportello unico che rimandi alle principali risorse di sostegno e alle opportunità di finanziamento per le PMI del turismo a livello europeo, nazionale e regionale			
	Garanzia di una comunicazione efficace sul sostegno diretto alle PMI fornito nell'ambito delle azioni del COSME negli Stati membri			

Oltre ad essere coerenti con ogni premessa ed analisi evidenziata, con gli obiettivi e la strategia del Piano Strategico, le aree prioritarie di intervento ed ogni riferimento nazionale e comunitario in tema di transizione turistica digitale e green in riferimento agli appena elencati temi del “Transition Pathway for Tourism”, le successive Azioni definite sono perfettamente coerenti anche con l’ultima “Agenda Europea per il Turismo 2030”, sia per quanto concerne gli inviti formulati agli stati membri, sia per quanto contenuto nei cinque “Settori prioritari di intervento”:

Quadro politico e governance favorevoli;

- Transizione verde;
- Transizione digitale;
- Resilienza e inclusione;
- Competenze e sostegno alla transizione.

7.2 - Le “100 Azioni per lo sviluppo turistico sostenibile in Abruzzo”.

Giunti a questo punto, è necessario delineare le azioni prioritarie tipo attraverso le quali si esplicherà la strategia dello sviluppo turistico sostenibile della Regione Abruzzo.

Sempre nell’ottica di un percorso bottom up, si è scelto di rendere operativi gli esiti del progetto regionale “100 Azioni per lo sviluppo turistico sostenibile in Abruzzo”, finanziato dal POR FESR Abruzzo 2007/2013 Attività I.1.2.

Frutto di una consultazione condotta con gran parte degli stakeholder coinvolti nel turismo regionale e locale, il lavoro è stato realizzato dal Polo di Innovazione per il Turismo, avvalendosi della “Mario Cucinella Architets”.

Coerente con le strategie nazionali e comunitarie, articolato in 100 azioni per lo sviluppo sostenibile regionale in grandissima parte mai realizzate, a seguito di nuove consultazioni con i soggetti aggregati al Polo stesso (oltre 200 fra operatori turistici della ricettività e dei servizi



complementari), risulta ancora oggi attualissimo e strumento di chiara e riscontrabile verifica al quale ricondurre azioni ed investimenti sedicenti coerenti con la strategia turistica regionale o con lo sviluppo turistico.

Il nostro piano strategico per lo sviluppo turistico regionale utilizzerà queste 100 azioni come riferimento prioritario e principale per la valutazione di coerenza con la strategia turistica regionale, facilitando ruoli e competenze di tutti coloro che a vario titolo, pubblico o privato, vorranno utilizzare le risorse programmate nei fondi delle politiche di coesione e dei Programmi Europei ad accesso diretto.

Il documento originale illustra e descrive per ogni gruppo di azioni, i dati ed una breve analisi di contesto, i case history e le best practice adottate in situazioni simili, le schede delle azioni di seguito riportate ed ogni altra descrizione esplicativa attuativa.

Per ragioni di sintesi vengono riportate nel presente piano solo le dieci schede, ciascuna declinata in altrettante azioni per un totale complessivo di 100 azioni, ma l'intero documento risulterà essere parte integrante del Piano Strategico Regionale per il Turismo 2023-2205.

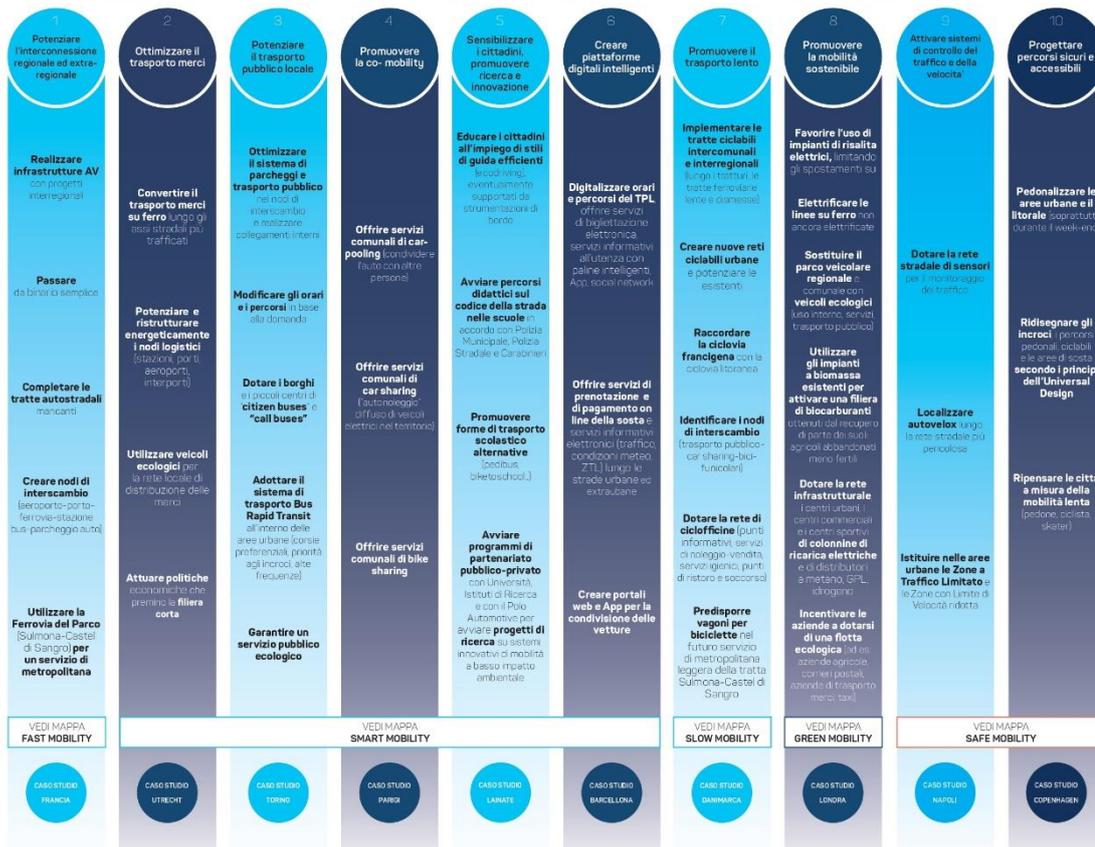


Scheda 01

10

Obiettivi Europei: **-CO₂, -consumi, +energia da rinnovabili, +AV e nodi intermodali, + sicurezza**

Libro Bianco



10 Azioni



Scheda 02

Obiettivi Europei: - 20% CO2, - 20% consumi energetici, + qualità edilizia, zero consumo di suolo netto, - rifiuti

Libro Bianco

20

10 Azioni

<p>1</p> <p>Decarbonizzare le città</p> <p>Avviare progetti di telecontrollo della rete energetica (smart grid)</p> <p>Sostituire gli impianti di illuminazione pubblica (smart lighting) con tecnologia LED</p> <p>Promuovere la nascita dei distretti energetici dotati di una rete di distribuzione efficiente dell'energia autoprodotta (all'interno di complessi ospedalieri, plessi scolastici e campus universitari, villaggi turistici, condomini)</p> <p>Avviare progetti di mitigazione ambientale, centrate sull'ambito stradale ed urbano e sui vuoti urbani (vedi scheda Dima)</p>	<p>2</p> <p>Decarbonizzare gli edifici</p> <p>Istituire una task force sugli audit energetici (per edifici pubblici e privati) per un monitoraggio continuo</p> <p>Ristrutturare energeticamente i monumenti, le case private e i nuclei storici degli edifici pubblici e privati più</p> <p>Favorire i contratti con le Società di servizi energetici o ESCO per finanziare progetti complessi di efficientamento energetico, nei edifici pubblici, funzionali a scuole, musei, teatri e biblioteche e privata (condomini, uffici)</p> <p>Modificare i Regolamenti edili in modo da incentivare strategie per ridurre l'impatto ambientale degli edifici (minori consumi di acqua, di energia, di impianti)</p>	<p>3</p> <p>Fornire incentivi per l'efficienza e la riduzione dell'impatto ambientale</p> <p>Incentivare (o rendere obbligatoria) l'adozione di sistemi di certificazione ambientale (es. Living Building Challenge, Lead Bream, Tacca Digno, Hqpl, CasaClima)</p> <p>Incentivare (o rendere obbligatoria) l'uso di simulazioni termo-dinamiche per la valutazione del fabbisogno energetico degli edifici</p> <p>Incentivare le imprese edili che aderiscono al Piano di gestione ambientale delle attività di</p>	<p>4</p> <p>Implementare gli open data e informare cittadini e tecnici</p> <p>Istituire un Osservatorio sulle città per valorizzare le eccellenze</p> <p>Monitorare attraverso la Mappa della Riqualificazione (WebGIS) l'avanzamento del programma regionale</p> <p>Pubblicare online progetti con certificazioni ambientali ed</p> <p>Istituire un Centro di Formazione Continua sull'innovazione edilizia coinvolgendo associazioni di categoria e ordini</p> <p>Pubblicare un Database delle tecniche costruttive tradizionali e dei materiali locali</p> <p>Diffondere Linee guida per una ristrutturazione edilizia low carbon suddivise per ambiti territoriali e tipologie</p> <p>Avviare processi virtuosi di risparmio energetico attraverso iniziative nelle imprese e nei cittadini e imprese</p>	<p>5</p> <p>Avviare progetti di miglioramento del benessere e della salubrità</p> <p>Incentivare interventi di risanamento termoisolamento soprattutto nelle aree urbane</p> <p>Utilizzare strategie di progettazione bioclimatica per aumentare il comfort negli edifici e nelle aree urbane (vedi scheda Clima)</p> <p>Garantire un accesso equo all'energia tramite l'uso di impianti ad energia rinnovabile soprattutto negli edifici di edilizia sociale</p>	<p>6</p> <p>Mettere in sicurezza il patrimonio edile ed infrastrutturale</p> <p>Istituire un Laboratorio Sismico 2.0 post emergenza per una diagnosi e affidata, valorizzando le esperienze maturate nel CRRPA e</p> <p>Definire piani di prevenzione e pianificazione sismica sulla base di una mappatura sismica dell'intero</p> <p>Avviare progetti di consolidamento statico e miglioramento sismico degli edifici esistenti, puntando su aree e delle infrastrutture più</p> <p>Diffondere Linee guida per un adeguamento sismico compatibile, suddivise per ambiti (borghi, centri storici, realtà rurali, periferie urbane) e per</p> <p>Rendere obbligatorio il libretto antisismico per tutti gli edifici</p> <p>Incentivare le imprese edili che adottano tecnologie di isolamento sismico</p>	<p>7</p> <p>Fermare il consumo di suolo attraverso la rigenerazione urbana e territoriale</p> <p>Considerare gli interventi di rigenerazione urbana di pubblico interesse, affidarli a portatori di pubblico interesse e con risorse pubbliche e servizi con obiettivi di migliorare spazi energetici e di comunità</p> <p>Definire nuovi standard urbanistici (inquadro parametri su affollamento, qualità ambientale, qualità architettonico-spaziale, accessibilità, sicurezza, servizi e sostituzione dei vigenti)</p> <p>Vietare l'uso al fine edificazioni di terreni agricoli e di vuoti urbani (con il rispetto all'impatto del cambiamento climatico e di ridurre l'impronta ecologica e di carbonio della regione)</p> <p>Consentire modifiche di altezza, sagoma e destinazione d'uso, di destinazione di destinazione e ricostruzione, in conformità con i nuovi standard urbanistici</p> <p>Riconvertire aree dismesse, come caserme e nuclei industriali</p> <p>Contenere lo sprawl urbano introducendo al interno della pianificazione comunale la norma della Cultura Verde sull'infrastruttura verde urbana e perurbana</p> <p>Assicurare la fattibilità degli interventi per tutti i soggetti coinvolti, coinvolgendo anche i meccanismi di governance finanziaria</p> <p>Favorire gli interventi di de-impermeabilizzazione del suolo</p>	<p>8</p> <p>Rispondere alla domanda di edilizia sociale</p> <p>Istituire un Laboratorio Permanente sul Social Housing per implementare sistemi costruttivi di qualità e</p> <p>Trasformare le periferie e le frazioni in eco-quartieri ed eco-villaggi (dalla viabilità migliorata)</p> <p>Favorire la riconversione di edifici abbandonati in residenze sociali temporanee, in co-housing, in social housing</p>	<p>9</p> <p>Creare la filiera del riuso dei materiali da costruzione</p> <p>Incentivare la formazione di reti di imprese legate all'edilizia e al trattamento dei rifiuti</p> <p>Diffondere sul territorio isole ecologiche attrezzate per la raccolta e la</p> <p>Incentivare le imprese edili che riciclano il volume di rifiuti conferito in discarica</p>	<p>10</p> <p>Diversificare i sistemi di raccolta dei rifiuti</p> <p>Fare la raccolta differenziata porta a porta nei piccoli</p> <p>Installare casonetti sotterranei nelle aree calde (con presenza di animali)</p> <p>Raccogliere i rifiuti con condutture depresso-attizzate nelle città</p> <p>Sviluppare app per aiutare a differenziare i rifiuti e per segnalare le situazioni di degrado</p> <p>Incentivare la raccolta differenziata con sconti e bollette per</p>
<p>VEDI MAPPA DECARBONIZZAZIONE URBANA ED EDILIZIA</p> <p>CASO STUDIO ROMA</p> <p>CASO STUDIO MILANO</p> <p>CASO STUDIO PARIGI</p>			<p>VEDI MAPPA QUALITÀ URBANA ED EDILIZIA</p> <p>CASO STUDIO USA</p> <p>CASO STUDIO OLANDA</p> <p>CASO STUDIO RETI</p>			<p>VEDI MAPPA CRESCITA EDILIZIA "ZERO"</p> <p>CASO STUDIO DREDA</p> <p>CASO STUDIO TORNO</p>		<p>CASO STUDIO MANTOVA</p>	<p>CASO STUDIO BELLUNO</p>



Scheda 03

Obiettivi Europei: + resilienza, + adattamento climatico, - vulnerabilità, contenimento dell'innalzamento delle temperature

Libro Bianco

30

10 Azioni

<p>1</p> <p>Tenere conto degli scenari di cambiamento climatico nella visione di sviluppo</p> <p>Effettuare un'analisi aggiornata della dinamica del cambiamento climatico nel territorio abruzzese: vulnerabilità, rischi.</p> <p>Approvare il PACC Piano regionale di Adattamento ai Cambiamenti</p> <p>Promuovere la nascita dei Piani Clima a livello locale affinché tengano conto degli scenari di cambiamento</p> <p>Promuovere l'adesione dei comuni alle reti europee e internazionale (Majors ADAPT, Network delle</p> <p>Adottare il buon senso e un approccio ecosistemico alla pianificazione, preferendo le strategie di mitigazione rispetto a quelle di</p> <p>CASO STUDIO COPENAGHEN</p>	<p>2</p> <p>Modificare i regolamenti edilizi</p> <p>Introdurre strategie di progettazione bioclimatica e di raccolta delle acque</p> <p>Introdurre il concetto di consumo di suolo</p> <p>Guidare il cittadino fornendo best practice e percorsi autorizzativi</p> <p>CASO STUDIO BOLOGNA</p>	<p>3</p> <p>Fornire incentivi</p> <p>Incentivare la ristrutturazione edilizia privata a basso impatto ambientale ed</p> <p>Incentivare il riuso dell'acqua piovana per l'innevvamento artificiale nei</p> <p>Incentivare le strutture alberghiere che riducono la domanda di acqua</p> <p>Incentivare l'uso dell'acqua piovana in agricoltura e le tecniche di lavorazione conservativa dei terreni agricoli che fra i vari vantaggi favoriscono la ritenzione idrica</p> <p>CASO STUDIO MODENA</p>	<p>4</p> <p>Avviare progetti di rigenerazione del paesaggio</p> <p>Raccogliere l'acqua piovana nelle aree naturali (creare stagni di rugiada, pozze naturali, convogliare le piogge lungo i pendii verso pozzi</p> <p>Recuperare ghiacciaie, pozzi e cisteme in disuso per la raccolta delle acque</p> <p>Raccogliere l'acqua dall'atmosfera nelle aree umide (installare condensatori atmosferici, costruire captatori</p> <p>Incrementare la ritenzione idrica dei suoli e ridurre il ruscellamento superficiale tramite l'uso di sistemi di drenaggio sostenibile SUDAS e la progettazione di corridoi ecologici e</p> <p>CASO STUDIO VENEZIA</p>	<p>5</p> <p>Avviare progetti di miglioramento del benessere e della salubrit�</p> <p>Migliorare l'approvvigionamento energetico: installare le smart-alcove che a media tensione, modernizzano gli impianti. Localizzare gli impianti a rischio in aree sicure, vicinizzare i provvigionamento</p> <p>Migliorare l'approvvigionamento idrico e di trattamento delle acque reflue (aumentare la capacit� dei sistemi fognaio, ridurre le perdite lungo la rete, ricalcolzare i tracciati e gli impianti a rischio in aree sicure, decentralizzare l'approvvigionamento idrico e il trattamento delle acque dando vita</p> <p>Assicurare la manutenzione delle strade (rimuovere la neve e il ghiaccio, pulire i tombini,</p> <p>CASO STUDIO BELLUNO</p>	<p>6</p> <p>Avviare progetti di rigenerazione urbana</p> <p>Incrementare il comfort invernale di piazze e strade (proteggere dai venti freddi, aprire varchi urbani per favorire l'irradiazione diretta, usare alberi caducifoglie lungo le strade</p> <p>Incrementare il comfort estivo di piazze e strade (piantare alberature stradali, aprire corridoi di ventilazione, sostituire l'asfalto con pavimentazioni ad alto SPI o consuperfici permeabili, utilizzare sistemi di raffrescamento</p> <p>De-impermeabilizzare le aree urbane per aumentare l'apporto di umidit� in atmosfera (incrementare le superfici permeabili, creare infrastrutture verdi quali alberature, tetti verdi, giardini urbani e</p> <p>Raccogliere l'acqua piovana negli invasi urbani per l'irrigazione dei giardini pubblici e per alimentare la vasche</p> <p>CASO STUDIO STOCCARDA</p>	<p>7</p> <p>Avviare progetti di ristrutturazione edilizia</p> <p>Dare priorit� ad edifici pubblici e ad edifici utilizzati da anziani e bambini (ristrutturare edifici istituzionali, centri anziani, mercati, biblioteche, scuole, edifici di</p> <p>Utilizzare strategie di progettazione bioclimatica per aumentare il comfort invernale e ridurre le spese energetiche (applicare l'isolamento termico, sostituire gli infissi, integrare serie solari, beneficiare della massa termica, ottimizzare la forma architettonica, ottimizzare l'orientamento e la dimensione delle</p> <p>Utilizzare strategie di progettazione bioclimatica per aumentare il comfort estivo e ridurre le spese energetiche (applicare il verde in facciata e sui tetti, integrare sistemi di controllo solare, favorire la ventilazione naturale, beneficiare delle</p> <p>Utilizzare strategie di raccolta delle acque piovane (integrare cisteme e pozzi negli edifici e</p> <p>CASO STUDIO OSNABRUCK</p>	<p>8</p> <p>Realizzare una rete unica regionale di monitoraggio climatico</p> <p>Istituire i Laboratori sul Clima trasformando le principali stazioni meteorologiche esistenti in centri di ricerca e monitoraggio</p> <p>Approvare uno standard per la misurazione dei</p> <p>Integrare e coordinare la rete delle stazioni climatiche</p> <p>CASO STUDIO LECCE</p>	<p>9</p> <p>Implementare gli open data</p> <p>Pubblicare on line una Mappa del rischio climatico (WebGIS) per identificare le aree a maggiore rischio e le strategie localizzate di adattamento e</p> <p>Pubblicare l'Atlante Climatico Regionale per fornire sia le serie storiche sia le previsioni climatiche</p> <p>CASO STUDIO VENEZIA</p>	<p>10</p> <p>Elaborare un Piano Regionale di Prevenzione ai allarme sugli effetti delle ondate di freddo/caldo sulla salute</p> <p>Monitorare in inverno soprattutto le aree montane e la provincia</p> <p>Monitorare in estate Teramo e le aree costiere oltre</p> <p>Elaborare un'App e un portale informativo per i</p> <p>CASO STUDIO LOMBARDIA</p>
---	---	---	--	--	---	--	--	---	---



Scheda 04

36

Obiettivi Europei: + fonti rinnovabili + sicurezza energetica + biodiversità

Libro Bianco

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<p>Implementare gli open data</p> <p>Pubblicare un Portale delle Rinnovabili per promuovere l'uso e comunicare il raggiungimento degli obiettivi del</p> <p>Approvare uno standard per la misurazione della copertura di energia termica con rinnovabile</p> <p>Pubblicare la Mappa delle Rinnovabili (WebGIS) per monitorare la produzione sul territorio e incentivare la formazione di comunità</p> <p>Pubblicare un registro dei produttori di biomassa in possesso della certificazione di qualità ed sostenibilità ambientale del</p> <p>Elaborare un Atlante delle Biomasse regionali in WebGIS (potenziale, vincoli, piattaforme di conferimento, impianti di</p>	<p>Aggiornare la normativa e fornire incentivi</p> <p>Aggiornare il Piano Energetico Regionale (PER) per incentivare l'uso decentralizzato la produzione di fonti rinnovabili elettriche</p> <p>Introdurre nei regolamenti editti l'obbligo di integrare negli edifici nuovi ed esistenti gli impianti di energia da fonti</p> <p>Introdurre semplificazioni amministrative e sgravi fiscali per gli impianti da FER nelle aree isolate, mal servite o soggette</p> <p>Incentivare il recupero degli antichi mulini ad acqua e degli impianti ad acqua</p> <p>Incentivare la sostituzione delle coperture in amianto con tetti</p> <p>Incentivare la quota di produzione di energia da FER eccedente gli</p> <p>Incentivare la sostituzione delle caldaie tradizionali, le caldaie a gasolio e le stufe a carbone con caldaie a biomassa, caldaie a condensazione o con</p>	<p>Promuovere la nascita di micro-reti energetiche</p> <p>Raggruppare i comuni che condividono problematiche energetico-ambientali simili in Direttrici Energetici per coinvolgere le azioni di livello regionale di Patto dei Sindaci da singoli comuni in un unico Piano Energetico di</p> <p>Realizzare digestori organici di comunità per la produzione di metano (presso ristoranti, ospedali, mercati, condomini, fattorie, mercati, aziende)</p> <p>Promuovere la nascita di "Comunità solari locali" tramite la realizzazione di un sistema integrato di gestione degli impianti FER diffusi</p> <p>Promuovere la nascita di Sistemi Semplici di Produzione e Consumo SSPC (S4P, S4U, S4SE, S4SSE) alimentati da mini generatori, impianti geotermici a bassa entalpia, mini e micro-idroelettrico, solare a concentrazione.</p> <p>Costituire dei Gruppi di Acquisto energia per l'acquisto di impianti solari o per stipulare contratti di acquisto di energia verde</p> <p>Distribuire sul territorio gli Ecosportelli</p>	<p>Promuovere la nascita di filiere corte</p> <p>Perimetrare i bacini di approvvigionamento della biomassa per consentire una disponibilità costante e sostenibile della</p> <p>Istituire la filiera delle biomasse</p> <p>Istituire la filiera del biogas e del</p> <p>Migliorare la qualità del rifiuto (campagne di sensibilizzazione sulla raccolta differenziata, promozione dell'uso di materiali biodegradabili e</p> <p>Coordinare e razionalizzare il sistema di raccolta dei rifiuti</p> <p>Promuovere gli acquisti verdi nelle PA per stimolare la domanda locale (acquisto di compost nella manutenzione del verde pubblico, acquisto di energia</p>	<p>Realizzare Impianti per la produzione di energia da FER</p> <p>Avviare un Piano per il risparmio energetico, lo sviluppo e l'impiego di energia da fonti rinnovabili negli edifici pubblici e</p> <p>Realizzare piattaforme agroforestali in zone accessibili e in funzione delle caratteristiche del bacino di approvvigionamento</p> <p>Realizzare impianti di piccola e media taglia per la produzione di energia da biomassa locale (in-villeggiando gli scarti</p> <p>Effettuare interventi di rewilding, riqualificazione ambientale e messa in sicurezza dei grandi impianti eolici</p> <p>Assicurare la manutenzione delle strade (rimuovere la neve e il ghiaccio, pulire i tombini e i</p> <p>Integrare impianti di teleriscaldamento e teleraffrescamento alimentati in prevalenza da FER nei progetti di rigenera-</p> <p>Avviare progetti di parchi eolici off shore nel rispetto dei vincoli ambientali, paesaggistici e militari e nel rispetto delle esigenze turistiche</p> <p>Realizzare impianti geotermici ad acqua di mare a servizio delle aree portuali e</p>	<p>Promuovere la ricerca e la formazione</p> <p>Elaborare uno studio sulle potenzialità delle rinnovabili nel territorio propeedeutico all'aggiornamento</p> <p>Valorizzare il Polo Innovazione</p> <p>Istituire i Parchi e le Fattorie dell'Energia Rinnovabile come centri di ricerca, accoglienza e</p> <p>Localizzare i laboratori per la selezione e certificazione delle materie prime seconde e monitorare le emissioni degli</p> <p>Elaborare una Linea Guida sull'integrazione e installazione di impianti FER in aree vincolate e</p> <p>Avviare progetti di ricerca sui vegetali a rapida crescita compatibili con la tutela del suolo, le necessità di approvvigionamento di cibo e con gli obiettivi</p>	<p>Decarbonizzare il settore della raffinazione</p> <p>Adeguare gli impianti e la rete di distribuzione ai più elevati standard internazionali di sicurezza e tutela ambientale e ai livelli europei di competitività e</p> <p>Avviare progetti di riconversione verde degli impianti incompatibili con gli standard (biotti finestrati, impianti eolici e fotovoltaico off-</p> <p>Verificare la compatibilità ambientale delle aree di stoccaggio dei pericoli e dei rifiuti pericolosi da raffinazione presenti sul</p> <p>Incentivare le imprese che adottano le BAT (Best Available Techniques) costantemente aggiornate dalla Commissione Europea per ammodernare gli</p> <p>Investire in progetti di ricerca sulle tecnologie di cattura e stoccaggio del</p>	<p>Monitorare il territorio e implementare la conoscenza</p> <p>Redigere una strategia regionale per la tutela della biodiversità in attuazione del Piano previsto nella Strategia Nazionale per le</p> <p>Istituire la Rete unica delle aree protette (per il territorio della Regione) e per una gestione coordinata per la conservazione delle conoscenze e delle</p> <p>Istituire un Osservatorio regionale della biodiversità con personale qualificato (ricerca, monitoraggio, formazione, progetti) valorizzando il Centro Studi per la rete Ecologica della Regione (Istituto Regionale Maria Goretti Alta Gioia e il Polo veterinario di</p> <p>Valorizzare ed implementare la banca del germoplasma regionale di somma mettendo a sistema i contratti degli orti</p> <p>Pubblicare l'atlante della biodiversità nella guida turistica con le varietà autoctone e in un catalogo delle specie autoctone</p> <p>Approvare il Piano Paesistico Venetoso regionale PPR per una gestione del territorio regionale ed implementare le buone pratiche regionali ed assegnare un premio turismo, biodiversità e ambiente agli operatori</p> <p>Avviare progetti di ristrutturazione dei giardini zoologici trasformando i giardini in parchi per la conservazione della biodiversità, prendendo spunto dalla EU Zoos Directive Good</p>	<p>Riconoscere nella biodiversità un valore economico</p> <p>Istituire la filiera della</p> <p>Sviluppare un'industria della ricerca e conoscenza sulla biodiversità (nelle filiere di ricerca e nei centri di ricerca) e nei centri di ricerca (Biosci, centri di ricerca biologiche, laboratori di scienze naturali, laboratori di</p> <p>Assumere un ruolo di capofila nei progetti di ricerca e consulenza sulla conservazione e specie, habitat, processi ecologici e</p> <p>Avviare iniziative nel settore agricolo ed ittico in linea con le proposte di riforma della Pesca PCP e della Politica Agricola Comune PAC 2014-</p> <p>Riqualificare i mercati di prodotti locali e promuovere la nascita di imprese di abito a Km0 e Km1 nei luoghi pubblici e lungo</p> <p>Istituire un Osservatorio regionale sugli Impatti ambientali del turismo (risparmio di pubblicazione una banca dati di buone pratiche regionali ed assegnare un premio turismo, biodiversità e ambiente agli operatori</p> <p>Assicurare la viabilità agli operatori turistici che si occupano di gestione ambientale (EMAS, ISO 14001 e di Marche di Qualità</p>	<p>Promuovere la qualità del paesaggio</p> <p>Pubblicare l'Atlante fotografico del paesaggio regionale utile strumento per i promotori turistici, aziende agricole e zootecniche.</p> <p>Avviare progetti di riqualificazione e riciclaggio ambientale di aree naturali degradate secondo i principi della progettazione</p> <p>Realizzare infrastrutture verdi e cinture verdi in ambito territoriale e urbano e individuare soluzioni di mitigazione degli impatti (boschi di naturalizzazione e ingegneria</p> <p>Implementare la rete degli ambasciatori del</p> <p>Incentivare le imprese che promuovono l'innovazione degli antichi saperi d'oliva</p> <p>Salvaguardare i terreni agricoli ad alto valore naturale (HNV High Nature</p> <p>Approvare il regolamento sull'amministrazione condivisa delle aree verdi e naturali pubbliche per promuovere il presidio del territorio a livello capolare (adotta un parco o un bosco, un'azienda, un'azienda, un'azienda, un'azienda, una</p>
<p>VEDI MAPPA GRANDI IMPIANTI E MICRORETI</p> <p>CASO STUDIO BOLOGNA</p> <p>CASO STUDIO PARCO NAZIONALE MARELLANO BELLUNES</p> <p>CASO STUDIO CELLE SVI</p> <p>CASO STUDIO LUCCA</p> <p>CASO STUDIO ORBASSANO (BI)</p>					<p>VEDI MAPPA ECOSISTEMA</p> <p>CASO STUDIO BRINDISI</p> <p>CASO STUDIO TREVISO</p> <p>CASO STUDIO ALESSANDRIA</p> <p>CASO STUDIO ALPI VALLE DEL TIGRO</p>				

10 Azioni



Scheda 05

OBIETTIVI EUROPEI: vivere bene entro i limiti del nostro pianeta, + qualità delle acque, + efficienza nell'uso della risorsa idrica, + sicurezza contro le alluvioni, + qualità dell'aria, - CO2, uso sostenibile del suolo, verso rifiuti zero, - rumore ambientale

42

Libro Bianco

<p>1</p> <p>Ridurre l'impronta ecologica regionale</p> <p>Impostare la politica di sviluppo regionale sul concetto di economia circolare (0 rifiuti, 0 consumo di suolo, 0 emissioni di CO2, autoproduzione energetica, impronta idrica sostenibile...)</p> <p>Introdurre la riforma fiscale ambientale, (il merito è la precisione Fiscale sui rischi da lavoro attraverso il corrispondente incremento della tassazione energetica, l'uso della scala fissa sull'incremento dell'aria e dell'acqua, l'aumento di prezzo di bene a servizio fino al pieno costo sociale).</p> <p>Avviare una campagna per l'analisi dell'impronta ecologica delle aziende pubbliche e private per valutare i margini di miglioramento.</p> <p>Promuovere la nascita di piccole imprese ad alta intensità di lavoro e specializzazione e localmente integrate rispetto ad industrie ad alta intensità di energia.</p> <p>Avviare campagne informative sull'impatto dei consumi alimentari</p> <p>CASO STUDIO FNLANDA</p>	<p>2</p> <p>Migliorare la qualità delle acque</p> <p>Incentivare la diffusione di impianti di fitodepurazione spazialmente per le aziende agricole, agriturismo, campeggi turistici, eccetera, decentralizzando la depurazione delle acque di scarico sul territorio.</p> <p>Dotare i percorsi turistici i parchi o la fascia costiera di servizi igienici ecocompatibili con fitodepurazione.</p> <p>Avviare progetti di riqualificazione dei canali agricoli (rifiuti di olio, cospa, frottola a monte e a valle, sezioni, irrigazione, progetta).</p> <p>Incrementare la capacità dei suoli di filtrare e drenare le acque di prima pioggia e le acque di infiltrazione tramite l'uso di sistemi di drenaggio sistemabile SUDS e la progettazione di corridoi ecologici e di.</p> <p>Approvare il regolamento sull'amministrazione condivisa del paesaggio a tutela di acqua (adotta un fossio, una spiaggia).</p> <p>Diffondere piattaforme di raccolta degli olii esausti per ridurre la contaminazione delle acque di scarico (di abitazioni, imprese).</p> <p>CASO STUDIO OSIO</p>	<p>3</p> <p>Ridurre i consumi di acqua</p> <p>Incorporare la valutazione della impronta idrica nei processi decisionali.</p> <p>Premiare le aziende agricole che adottano sistemi di irrigazione di precisione (sensori per la temperatura del fogliame, umidità del suolo, irrigazione a goccia) in alternativa all'irrigazione a scorrimento (riduzione del consumo idrico) e cultura di colture tolleranti il fabbisogno idrico (uso di sistemi di coltivazione idroponici).</p> <p>Incentivare le industrie e le aziende agricole che adottano gli standard ISO per ridurre i consumi di acqua e l'uso della risorsa.</p> <p>Premiare le società di gestione degli impianti idrici che effettuano l'arricchimento delle piste nel periodo estivo per ridurre la quantità di neve necessaria a renderle sciolte in inverno.</p> <p>Avviare un programma permanente di controllo e riparazione delle perdite nelle reti.</p> <p>Inserire il tema del risparmio idrico</p> <p>CASO STUDIO MARCHE</p>	<p>4</p> <p>Mettere in sicurezza il territorio</p> <p>Ottimizzare le reti di monitoraggio meteo-idro-piuvometriche e freatimetriche per la gestione del rischio idrogeologico idraulico e di siccità e per valutare la disponibilità della risorsa idrica superficiale e sotterranea.</p> <p>Avviare progetti diffusi di rigenerazione territoriale per trattenerne e filtrare le acque piovane a monte (naturalizzazione delle sponde, piantumazione di alberi, bacini di espansione, serbatoi).</p> <p>Incentivare la sostituzione delle coperture in amianto con tetti.</p> <p>Dotare gli edifici e la infrastruttura che amplificano i danni degli eventi climatici.</p> <p>Avviare un programma permanente di manutenzione dei corsi d'acqua e di.</p> <p>Assegnare i terreni agricoli abbandonati o degradati o a di.</p> <p>Rinaturizzare la fascia costiera, ripristinare i sistemi dunali e prevedere interventi di gestione dei livelli idrici tramite la realizzazione di canali, lagune e saline.</p> <p>CASO STUDIO BIENA</p>	<p>5</p> <p>Traghetare la regione verso il "bilancio emissioni zero"</p> <p>Sviluppare l'inventario del gas serra in linea con il sistema IPCC 14064.</p> <p>Dotare la Regione di un Sistema di Gestione ambientale certificato secondo la norma UNI EN ISO 14001 e.</p> <p>Approvare il Piano Aria regionale in linea con la strategia di adattamento di piano regionale.</p> <p>Incrementare il numero delle stazioni di monitoraggio dell'aria ARTA sul territorio regionale.</p> <p>Attivare i PAES (Piani d'azione per l'energia sostenibile) in tutti i comuni.</p> <p>CASO STUDIO BENIA</p>	<p>6</p> <p>De-carbonizzare i settori economici</p> <p>ENERGETICO (vedi scheda) Incentivare la nascita di imprese 100% rinnovabili.</p> <p>Promuovere i certificati verdi per la produzione di energia pulita.</p> <p>Decarbonizzare il sistema di produzione energetica regionale.</p> <p>INDUSTRIALE Incentivare le aziende che investono processi di rigenerazione sostenibile (certificazioni ISO, PEFC, LEED, Green Building, eccetera).</p> <p>Premiare le aziende che adottano i sistemi di gestione energetica.</p> <p>CIVILE Modificare i regolamenti edilizi (incentivi per ridurre l'impronta ambientale degli edifici).</p> <p>Incentivare la rendita occupazionale (riduzione di sistemi di certificazione ambientale per i certificati di qualità).</p> <p>AGRICOLA-FORESTALE Incrementare la capacità di assorbimento e stoccaggio di carbonio nei terreni agricoli e forestali.</p> <p>Incentivare le aziende zootecniche che adottano strategie di mitigazione dell'impronta di carbonio.</p> <p>TRASPORTI Incentivare la nascita di imprese 100% rinnovabili.</p> <p>TURISMO Incentivare la nascita di imprese 100% rinnovabili.</p> <p>CASO STUDIO ENILIA ROMAGNA</p>	<p>7</p> <p>Aumentare la fertilità del suolo</p> <p>Promuovere l'utilizzo del compost in agricoltura e per attività di riqualificazione ambientale di aree degradate e il riutilizzo della certificazione di.</p> <p>Realizzare impianti di compostaggio a servizio delle comunità.</p> <p>Incentivare la realizzazione di digesteri organici di comunità (per la produzione di fertilizzante naturale) (per evitare di portare rifiuti ad alcune comunità di stime) (dove chi è la necessità di una mensa di un albergo o di un comune).</p> <p>Premiare le aziende agricole che utilizzano tecniche di lavorazione conservativa dei terreni agricoli e tecniche in linea con la Politica Agricola Comune PAC 2014-.</p> <p>Implementare la rete degli ambasciatori del territorio in Abruzzo.</p> <p>Salvaguardare i terreni agricoli ad alto valore naturale (HNH High).</p> <p>Obbligare il riuso del suolo superficiale rimosso durante i cantieri (per migliorare terreni coltivabili, per bonificare siti contaminati, in un campo da golf o per elevare la qualità del terreno in un giardino).</p> <p>CASO STUDIO FALTONA</p>	<p>8</p> <p>Compensare l'impermeabilizzazione del suolo e fermare l'erosione</p> <p>Adottare il metodo "Green Public Procurement (GPP)" nelle procedure di acquisto di beni e servizi (per la commissione autorizzata).</p> <p>Dare vita alle agenzie di compensazione ufficialmente riconosciute (per la commissione autorizzata).</p> <p>Realizzare progetti di rigenerazione ambientale (dove chi è la necessità di una mensa di un albergo o di un comune).</p> <p>Inserire il ricorso alle tecniche di compensazione nei Regolamenti.</p> <p>Realizzare l'inventario forestale regionale (IR) e mappare la realizzazione del catasto delle aree percorse dal fuoco.</p> <p>Ripristinare la resilienza costiera attraverso progetti di riqualificazione urbana a lungo e medio termine.</p> <p>Rafforzare le procedure VAS e VIA, (nelle zone di alta vulnerabilità).</p> <p>CASO STUDIO LAZIO</p>	<p>9</p> <p>Aderire alla strategia rifiuti zero</p> <p>Creare distretti industriali del riuso e del riciclo (per la commissione autorizzata).</p> <p>Incentivare la raccolta di qualità, applicare la.</p> <p>Promuovere l'installazione di attrezzature per la riduzione volumetrica degli imballaggi (per la commissione autorizzata).</p> <p>Promuovere la lotta allo spreco alimentare attraverso progetti di riqualificazione urbana a lungo e medio termine.</p> <p>Avviare progetti innovativi di tracciabilità dei rifiuti.</p> <p>Introdurre il Piano di decontaminazione dell'edificio e di disassettamento degli.</p> <p>CASO STUDIO TERRACINA</p>	<p>10</p> <p>Ridurre l'esposizione al rumore ambientale</p> <p>Promuovere forme di mobilità sostenibile e dolce (servizio navetta, servizi di trasporto turistico e luoghi dello svago) (per la commissione autorizzata).</p> <p>Introdurre misure di gestione del traffico (dove chi è la necessità di una mensa di un albergo o di un comune).</p> <p>Introdurre nei Regolamenti Edilizi specifiche disposizioni (riguardo all'aspetto acustico) al clima acustico e ai requisiti acustici).</p> <p>Sovvenzionare la costruzione di case acusticamente sostenibili (per la commissione autorizzata).</p> <p>Promuovere la lotta allo spreco alimentare attraverso progetti di riqualificazione urbana a lungo e medio termine.</p> <p>Premiare le ditte costruttrici che adottano misure di mitigazione dell'impatto acustico.</p> <p>Revisionare il piano traffico e la gestione.</p> <p>CASO STUDIO PIRELLA-GOCCO</p>
--	---	---	--	--	--	--	--	---	---

10 Azioni



Scheda 06

Obiettivi Europei: + resilienza, + inclusione sociale, + occupazione, + salute (e + smart health), + sicurezza, + istruzione, + formazione continua

Libro Bianco

48

10 Azioni

<p>1</p> <p>Rafforzare le identità locali</p> <p>Creare filiere legate ai prodotti tipici, portatori di</p> <p>Condurre indagini sistematiche dei desideri e delle necessità su cui basare le scelte di trasformazione del</p> <p>Accompagnare con percorsi di partecipazione ogni scelta di trasformazione del</p> <p>Creare elementi fisici e grafici identitari dei luoghi per rafforzare il legame cittadino.</p> <p>Programmare iniziative sulla memoria e sulle tradizioni con le associazioni e le</p>	<p>2</p> <p>Sviluppare il senso di appartenenza alla comunità</p> <p>Realizzare piattaforme fisiche e virtuali di condivisione di quartiere e di strada (social street, Giornata Europea del vicinato, Net@bande di quartiere...) accessibili a tutte le età e capacità</p> <p>Regolamentare la piantumazione di un albero per ogni nuovo nato anche per comuni con meno di 15.000</p> <p>Creare laboratori multiculturali per facilitare l'integrazione tra cittadini stranieri ed italiani lingua.</p> <p>Creare Banche del Tempo e dei Sapori, luoghi dove le persone scambiano ore del loro tempo, ovvero offrono e ricevono servizi, conoscenze e scambiano</p> <p>Qualificare i luoghi dell'incontro per la comunità dove svolgere attività ed eventi (negozi, aziende)</p> <p>Utilizzare strumenti di e-democracy per condividere le scelte di trasformazione del</p>	<p>3</p> <p>Sviluppare sistemi di welfare inclusivi</p> <p>Realizzare progetti di social housing inclusivo (misti per età, provenienza etnica e funzioni sulla base dell'evoluzione del profilo delle</p> <p>Avviare progetti di cohousing a livello di quartiere, di condominio e di singolo appartamento per condividere spazi e servizi e avviare progetti di mutuo allo residenza anziani, residenza temporanea, vacanze</p> <p>Avviare progetti per la promozione dell'invecchiamento Attivo e la valorizzazione del ruolo degli anziani</p> <p>Inserire requisiti di accessibilità secondo i Principi dell'Universal Design e tecnologie domestiche per l'assistenza remota all'interno del</p> <p>Pianificare l'adattamento ambientale di spazi ed edifici pubblici o ad uso pubblico e della flotta dei mezzi di trasporto per estendere</p> <p>Attivare un Piano regionale d'assistenza e famiglie con neonati, a disabili ed anziani non autosufficienti mediante l'erogazione di servizi socio assistenziali domiciliari</p>	<p>4</p> <p>Equilibrare il mercato del lavoro</p> <p>Redigere ed aggiornare l'albo regionale delle figure professionali richieste dal</p> <p>Promuovere incubatori di startup, social hub e coworking puntando sui settori della green</p> <p>Promuovere i programmi europei di formazione ed impiego all'estero (es. Youth on the</p> <p>Incentivare l'imprenditorialità e l'occupazione femminile e l'inclusione di persone disabili nelle attività</p> <p>Promuovere programmi di inserimento lavorativo a cofinanziamento</p> <p>Adeguare gli spazi di lavoro ed i servizi complementari alle necessità di mamma-lavoratori, disabili e anziani (locali aziendali, spazi</p>	<p>5</p> <p>Promuovere la cultura della salute</p> <p>Creare e promuovere percorsi salute attrezzando a mettendo a sistema le aree verdi urbane</p> <p>Inserire mitigatori ambientali nelle aree antropizzate (tabelle di rischio, latifoglie, sistemi evaporativi, pavimentazioni chiare, coperture e</p> <p>Inserire informazioni sulla sostenibilità ambientale degli alimenti tipici (carbon footprint e</p> <p>Dotare le aree nevralgiche di defibrillatori e totem SOS (percorsi salute, percorsi escursionistici in montagna, strutture</p> <p>Avviare gare d'appalto per mense scolastiche ed ospedaliere biologiche e inclusive (prodotti di qualità certificata, a Km0, menù per intolleranti alimentari, per integrare la diversità</p> <p>Attivare il Fascicolo Sanitario Elettronico e promuovere la</p>	<p>6</p> <p>Agire sulla riqualificazione urbana</p> <p>Eliminare gli elementi che riducono la visibilità e aumentano i rischi di aggressioni, di furti nelle abitazioni</p> <p>Illuminare in maniera uniforme ed efficiente le strade e gli spazi pubblici per aumentare la percezione della sicurezza e ridurre i</p> <p>Introdurre attività commerciali, sportive e ricreative nei quartieri residenziali per un maggiore controllo</p> <p>Creare percorsi pedonali e ciclabili in prossimità dei percorsi scolari nel caso di aree scarsamente</p> <p>Aumentare l'attrattività degli spazi urbani attraverso la realizzazione di luoghi di incontro, di incontro ai trozzati all'aperto e l'organizzazione di</p>	<p>7</p> <p>Aumentare la qualità e l'offerta delle strutture scolastiche</p> <p>Effettuare audit energetici, sismici e del benessere prima di realizzare interventi sugli</p> <p>Migliorare la salubrità dell'aria agendo sul ricambio di aria e sulla riduzione dell'inquinamento chimico indoor e</p> <p>Promuovere il comfort visivo, acustico e termoisolamento (ottimizzare le aperture, riorganizzare le funzioni, posizionare elementi</p> <p>Raggruppare le strutture in distretti per dotarle di servizi complementari all'istruzione (mensa, residenze studentesche, palestre, spazi ricreativi e di gioco, biblioteca, sale studio, sale di informatica, laboratori, mediateche,</p> <p>Umanizzare gli spazi attraverso i via-via volti ad aumentare l'accoglienza per tutti, la qualità e bellezza degli spazi</p>	<p>8</p> <p>Migliorare il rapporto tra scuola, lavoro e tempo libero</p> <p>Aprire gli edifici scolastici al di fuori degli orari di didattica (attività extra curricolari per gli studenti e per i</p> <p>Organizzare corsi ed eventi di orientamento formativo e professionale nelle università rivolti agli studenti e alle</p> <p>Creare stabili programmi di tirocinio con le aziende locali finalizzati allo occupazione degli studenti al termine</p> <p>Attivare sistemi di monitoraggio e premiazione delle eccellenze aziendali</p> <p>Incentivare le imprese che offrono orari flessibili a studenti, persone con figli, con genitori anziani</p>	<p>9</p> <p>Qualificare l'istruzione</p> <p>Organizzare progetti scolastici legati agli obiettivi europei</p> <p>Organizzare esperienze nelle realtà agricole (fattorie didattiche) e produttive a cadenza regolare (cantieri aperti, visite agli impianti energetici)</p> <p>Sperimentare percorsi didattici innovativi che trattano le tematiche in modo trasversale alle varie discipline (biodiversità nelle scienze, in letteratura, nella</p> <p>Definire i contenuti dei corsi di formazione secondo i criteri EQF (European Qualification</p>	<p>10</p> <p>Creare un ambiente dinamico</p> <p>Creazione di un fondo regionale per l'animazione della cultura dell'efficienza emergenza in ambito</p> <p>Formare i produttori locali al circa le certificazioni di qualità dei prodotti e sostenibilità ambientale dei processi di</p> <p>Implementare il portale online regionale AMFORA per la gestione dei corsi di formazione finanziati o</p> <p>Promuovere i corsi online con valutazione delle competenze (presso gli ordini professionali, le associazioni di</p> <p>Istituire uno sportello itinerante presso le amministrazioni comunali per l'informazione sull'efficienza energetica, le fonti rinnovabili e le politiche</p> <p>Avviare programmi di apprendimento permanente per i con lavoratori anziani e</p>
+ INCLUSIONE SOCIALE		+ OCCUPAZIONE		+ SALUTE + SMART HEALTH	+ SICUREZZA	+ ISTRUZIONE		+ FORMAZIONE CONTINUA	
CASO STUDIO CORTESIO (TA)	CASO STUDIO MANERBO (BS)	CASO STUDIO (DE STRUP) (DI)	CASO STUDIO MALTA	CASO STUDIO ROMA	CASO STUDIO AMSTERDAM	CASO STUDIO AMBURGO	CASO STUDIO ABBADO	CASO STUDIO LONDRA	CASO STUDIO SVIZZERA



Scheda 07

Obiettivi Europei: **+banda larga e ≥30Mbps, +uso regolare e non uso di internet, +eGovernment, +acquisti / vendite online di cittadini e PMI**

Libro Bianco

52

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<p>Assicurare la copertura della banda larga</p> <p>Creare un portale on-line per i cittadini che fornisca informazioni e dati sullo stato di avanzamento della copertura digitale</p> <p>Sviluppare una rete in fibra ottica capace di raggiungere il 100%</p> <p>Promuovere la nascita di wireless communities per accelerare la copertura delle aree non raggiunte da alcun servizio ADSL in attesa dell'arrivo dei cavi in fibra mantenimento aperte le commissioni private Wi-Fi ad internet per le</p> <p>Potenziare la rete in rame con ADSL 2+ sfruttando le reti telefoniche</p> <p>Incentivare i servizi di Wi-Fi gratuito offerti dalle strutture ricettive, da bar e ristoranti nei dehors e dai servizi di trasporto e noleggio</p> <p>Trasformare gli edifici pubblici in HotSpot Wi-Fi gratuiti a servizio</p>	<p>Sviluppare la diffusione della banda ultralarga</p> <p>Redigere un Piano Strategico Regionale per la diffusione della Banda Ultra Larga consultabile on-line e capace di attirare</p> <p>Integrare i Piani di Riqualificazione dei borghi con progetti</p> <p>Fornire tecnologie VDSL (Very high speed Digital Subscriber Line) da connettere alla rete principale in fibra</p> <p>Installare diversi DSLAM (apparecchi elettronici di trasmissione) lungo la rete di accesso tra l'utente e la prima</p> <p>Realizzare infrastrutture smart, integrando tecnologie di telecomunicazione ultraveloce nelle reti elettriche, toriche del gas, delle fognature.</p> <p>Incentivare le compagnie telefoniche a diffondere tecnologie LTE (Long Term Evolution) e HSDPA (High Speed Downlink Packet</p>	<p>Promuovere l'uso di internet</p> <p>Organizzare corsi di alfabetizzazione digitale soprattutto per le persone a maggior rischio di esclusione sociale (anziani, disoccupati e</p> <p>Promuovere incontri tematici sull'identità digitale e sui social</p> <p>Creare dei Punti di Accesso Assistito ai Servizi on-line (PAAS) presso i principali punti di aggregazione locali, dando priorità ai Comuni con meno di</p> <p>Incentivare le imprese che si dotano di siti web accessibili con cui fornire informazioni fruibili da parte di tutti gli utenti</p>	<p>Favorire l'acquisto di strumenti informatici e abbonamenti Internet</p> <p>Supportare la smart education, fornendo a internet e LIM (Linguaggio Interattivo Multimediale) in scuole</p> <p>Erogare agevolazioni per canoni Internet, in base a specifici limiti di reddito e tipologie di</p> <p>Concedere contributi individuali per l'acquisto di apparecchiature informatiche ai cittadini che hanno partecipato ad una delle iniziative</p>	<p>Imporre la gestione in forma associata di servizi e funzioni amministrative</p> <p>Costituire "Unioni di Comuni" (accordi che prevedono l'esercizio associato delle funzioni fondamentali amministrative) per Comuni con meno di 5000 abitanti</p> <p>Prevedere "Unioni di Comuni" per Comuni con meno di 3000 abitanti, se si tratta di</p> <p>Istituire "Unioni Speciali" (accordi che prevedono l'esercizio associato di tutte le funzioni e di tutti i servizi comunali) per Comuni con massimo</p> <p>Costruire il nuovo Data Center Unico regionale presso la città dell'Aquila per razionalizzare la spesa e la gestione del CDO</p>	<p>Fornire servizi on-line per cittadini e imprese da parte della pubblica amministrazione</p> <p>Prevedere Progetti ALI (Alleanze Locali per l'Innovazione) nelle PA con priorità per i poli di servizi sprovvisti (Avezzano, Teramo, Giulianova,</p> <p>Elaborare Agende Digitali Locali (ADL) a livello comunale e sovramunicipale come strumento trasparente di pianificazione e concertazione territoriale, dando</p> <p>Dotare la Regione di un Sistema Pubblico per la gestione dell'Identità Digitale di cittadini e imprese (SPID), offrendo ai cittadini un unico canale di accesso ai servizi digitali (prenotazioni, analisi mediche, pagamento tasse, iscrizione a concorsi pubblici)</p> <p>Dotare le PA di sistemi di e-Democracy, Customer Satisfaction, protocolazione informatica, PEC (Posta Elettronica Certificata), firma digitale e fatturazione</p> <p>Garantire l'accessibilità e l'usabilità dei siti web</p>	<p>Massimizzare la diffusione dell'e-payment</p> <p>Sensibilizzare i cittadini riguardo l'uso della moneta elettronica con eventi</p> <p>Favorire le microtransazioni elettroniche attraverso sgravi</p> <p>Diffondere l'uso di buoni pasto digitali per lavoratori</p> <p>Integrare retail fisico e on-line mediante spazi fisico di promozione e presentazione di prodotti in vendita</p> <p>Sviluppare piattaforme digitali di logistica e consegna a domicilio all'interno dei diversi Sistemi Locali del Lavoro (local supplier)</p> <p>Utilizzare poli e interpoli logistici locali per la distribuzione e lo stoccaggio delle merci vendute o acquistate</p>	<p>Ottimizzare i livelli di sicurezza e privacy dei dati on-line</p> <p>Redigere un Piano Strategico Regionale sulla cyber-security secondo le linee guida</p> <p>Sviluppare risorse industriali e tecnologiche per la digital security attraverso i centri di ricerca e innovazione</p> <p>Incentivare l'adozione di sistemi di sicurezza e fidelizzazione presso le PMI come codici di condotta, processi di certificazioni e marchi</p> <p>Istituire sportelli Web Reputation, che forniscono informazioni sui contenuti lesivi on-line della reputazione personale e sul cyberbullismo, presso i capoluoghi di</p> <p>Favorire la creazione di CERT (Computer Emergency Response Team) presso le Pubbliche</p>	<p>Supportare la diffusione delle PMI</p> <p>Favorire l'acquisto di attrezzature, software e tecnologie informatiche attraverso</p> <p>Incentivare l'infrastrutturazione interna di reti di telecomunicazione mediante il credito</p> <p>Organizzare corsi di formazione del personale interno per l'utilizzo di software aziendali e/o di siti Internet/intranet proporzionalmente alla distribuzione locale degli addetti</p> <p>Fornire agevolazioni per la stipula di contratti in teleworking, attraverso sgravi fiscali per il</p> <p>Sostenere progetti di e-Business finalizzati all'utilizzo di ICT per ridurre i costi di prodotti e servizi, così come per migliorare la gestione degli acquisti</p>	<p>Favorire la diffusione di servizi Cloud Computing</p> <p>Erogare contributi per lo sviluppo di servizi Cloud Computing rivolti al mercato delle piccole e</p> <p>Favorire l'adozione da parte delle PMI di servizi Cloud Computing (SaaS - Software as a Service - PaaS - Platform as a Service - IaaS - Infrastructure as a Service) attraverso</p> <p>Programmare incontri di sensibilizzazione per gli operatori economici (quando al Digital Marketing e al Cloud Computing, in collaborazione con la Camera di Commercio</p> <p>Dotare le PA di servizi Cloud Computing per condividere e sistemi e</p>
VEDI MAPPA DIGITAL DIVIDE			VEDI MAPPA DIGITAL SOCIETY			VEDI MAPPA DIGITAL ECONOMY			
CASO STUDIO PROVINCIA AUTONOMA TRENTO	CASO STUDIO MILANO	CASO STUDIO EMILIA ROMAGNA	CASO STUDIO BOLOGNA	CASO STUDIO TOSCANA	CASO STUDIO ESTONIA	CASO STUDIO BERGAMO	CASO STUDIO FRIULI VENEZIA GIULIA	CASO STUDIO POTENZA	CASO STUDIO VENEZIA

10 Azioni



Scheda 08

Obiettivi Europei: + Ricerca, sviluppo e innovazione, + Green economy, Dotazione di una Smart Specialization Strategy

Libro Bianco

<p>1</p> <p>Promuovere la ricerca</p> <p>Incoraggiare gli investimenti privati in ricerca e sviluppo tramite protocolli di</p> <p>Realizzare piattaforme online per raccogliere manifestazioni di interesse, pubblicare avvisi e presentare progetti di ricerca ad</p> <p>Creare una Mappa della Ricerca per mostrare i progetti attivi e conclusi di ricerca sul territorio</p> <p>Favorire modelli di uso condiviso, multidisciplinare e collaborativo dei laboratori di analisi e di ricerca dei dipartimenti universitari, degli istituti tecnici e professionali e delle</p> <p>Dare visibilità ai privati che finanziano la ricerca negli atenei e nei</p> <p>Allineare la remunerazione economica (onorario, premi di risultato, ...) dei ricercatori ai livelli dei paesi d'avanguardia (USA, Giappone, Australia,</p>	<p>2</p> <p>Internazionalizzare la ricerca</p> <p>Istituire uno sportello APRE regionale per promuovere i Programmi comunitari di ricerca</p> <p>Stipulare accordi internazionali con professori, ricercatori, ricercatori,</p> <p>Promuovere e finanziare l'arrivo di professori visitatori stranieri (per attività)</p> <p>Promuovere la registrazione degli atenei ad EURAXESS, portale europeo per la mobilità dei</p> <p>Dotare gli atenei di strutture di qualità (residence universitarie, biblioteche, impianti sportivi, ...) per attrarre studenti, ricercatori e</p> <p>Offrire servizi di accoglienza (assistenza visto, alloggi, formazione linguistica, ...) in forma diretta o attraverso accordi con centri d'eccezione nazionali (es. Università per</p>	<p>3</p> <p>Aumentare il numero di brevetti</p> <p>Valorizzare, potenziare e razionalizzare la rete dei PATLIB (biblioteche, brevetti) e dei PIP (punti informativi in</p> <p>Istituire un fondo per premiare i progetti di ricerca che sfociano</p> <p>Organizzare seminari di formazione sull'importanza dei brevetti e pubblicare linee guida sulle procedure di deposito in accordo con</p> <p>Redigere un rapporto annuale sull'attività brevettuale e sulle best practices a livello</p> <p>Migliorare la qualità della formazione, istituendo dei tavoli di confronto fra i responsabili degli atenei del Sistema di Gestione per la Qualità (SGQ) e di Assicurazione della</p>	<p>4</p> <p>Ridurre la distanza tra ricerca e prodotto</p> <p>Estendere i partenariati per l'innovazione (PE) fra imprese, università e centri di ricerca (tramite i Poli</p> <p>Finanziare la partecipazione a Reti e Cluster</p> <p>Pubblicare il portale regionale per le startup (come punto di riferimento regionale per la creazione e il sostegno di imprese)</p> <p>Promuovere la nascita di incubatori di imprese per erogare servizi di investimento, formazione, assistenza legale e commerciale alle nascenti</p> <p>Incentivare la nascita di Parchi Scientifici e Distretti Tecnologici come luoghi di interconnessione fra realtà scientifica e</p> <p>Promuovere la nascita di Think Tank e spin-off accademici tramite partenariati pubblici</p>	<p>5</p> <p>Promuovere la nascita di Reti di impresa green</p> <p>Istituire la filiera del vivere sostenibile (architettura, materiali ecocompatibili, domotica, IoT, economia, università design, salute, rigenerazione urbana ed ambientale, paesaggio,</p> <p>Istituire la filiera del consumo sostenibile (moda e design, eco-sostenibile, cibo e testi) con i più punti vendita sostenibili, energie rinnovabili ed alternative, efficienza energetica, ESCO, certificazioni ambientali</p> <p>Istituire la filiera della produzione sostenibile (agricoltura, agricoltura di precisione, agricoltura sostenibile, robotica, informatica o tecnologie parametriche con certificazioni FSC, Ecocert, ISO, IFAEC,</p> <p>Istituire la filiera del divertimento sostenibile (Italiano sostenibile, sport, benessere, sagre, feste e concorsi virtuosi, eco-cinema e green club,</p> <p>Istituire la filiera del riuso, riciclo e recupero (abbigliamento, materiali edili, rifiuti, industria della selezione e certificazione delle materie seconde, ristoranti e mense eco, last minute market, green public</p> <p>Istituire la filiera della mobilità sostenibile (veicoli efficienti, veicoli ecologici, materiali avanzati, telelavoro, infrastrutture intelligenti,</p>	<p>6</p> <p>Promuovere la transizione verso la green economy</p> <p>Istituire un Osservatorio sulla green economy regionale per analizzare i consumi e tendenze e cadenze</p> <p>Pubblicare l'elenco dei profili professionali green</p> <p>Incentivare le imprese che migliorano le qualità e la sostenibilità dei loro processi e dei prodotti (LCA, Eco-design, Social, EPO,</p> <p>Istituire Banche della Terra per la concessione temporanea di terreni abbandonati ai privati abbandonati per avviare produzioni biologiche, idrodinamiche e progetti di</p> <p>Avviare un processo di riconversione degli impianti chimici per produzioni di chimica verde (plastiche e altri ricami, ecocompatibili, biocestranti) attraverso i poli di</p> <p>Incentivare la produzione di veicoli ecologici su oltre 1000 km di percorsi economici edo sviluppo per la promozione dell'edilizia</p>	<p>7</p> <p>Finanziare la ricerca e la formazione green</p> <p>Finanziare i progetti strategici di ricerca e innovazione connessi all'attuazione delle strategie di adattamento climatico e alla decarbonizzazione di città, edifici e</p> <p>Finanziare i progetti strategici di ricerca e innovazione connessi alla realizzazione</p> <p>Privilegiare i progetti di ricerca di ricerca e di ricerca che fanno parte di accordi</p> <p>Avviare percorsi formativi sui profili occupazionali green più ricercati nella</p> <p>Organizzare corsi e convegni di sensibilizzazione e formazione sulle opportunità del green</p> <p>Redigere l'Atlante dei progetti di ricerca che promuovono lo sviluppo sostenibile</p>	<p>8</p> <p>Promuovere progetti e processi produttivi di S3 formati, specializzati strategici</p> <p>Completare i filtri di approvazione e condivisione del documento sulla S3</p> <p>Inserire nei bandi la richiesta di motivazione di coerenza con la S3 regionale, come criterio di selezione</p> <p>Utilizzare i centri della ricostruzione post-sismi come laboratori sperimentali del DICAMA dell'Università</p> <p>Collegare alla formazione universitaria e sistemi produttivi d'eccellenza tramite borse di ricerca, dottorati industriali e sponsorizzazioni in alta</p> <p>Avviare sperimentazione sulla rigenerazione e decarbonizzazione delle aree costiere presso i Dipartimenti di Architettura e</p> <p>Promuovere la nascita di una piattaforma per il Crowdfunding incentrata al finanziamento di idee e progetti legati alla</p> <p>Realizzare piattaforme on line legate ai settori della S3 (risorse, rifiuti, automotive e riciclaggio, settore della vita smart) con modelli, mode e design per facilitare il dialogo fra le realtà</p>	<p>9</p> <p>Informare e consultare i cittadini sulle opportunità di sviluppo</p> <p>Creare un Centro di Informazione Europe Direct (EDIC) presso i capoluoghi di provincia (provincia L'Aquila)</p> <p>Aprire un Centro di documentazione europea (EDC) presso i capoluoghi di provincia (provincia</p> <p>Favorire la diffusione di Living Labs dove ricercatori, imprese e gruppi di cittadini scambiano idee e</p> <p>Organizzare eventi di sensibilizzazione sulle politiche comunitarie e sui finanziamenti europei presso aziende e pubbliche</p> <p>Leggare la formazione scolastica, universitaria e professionale ai temi individuati dalla S3</p>	<p>10</p> <p>Attivare sistemi di monitoraggio e valutazione dedicati alla S3</p> <p>Definire indicatori di monitoraggio a livello regionale, indicatori di strategia di risultato e</p> <p>Elaborare piani di valutazione della S3 da pubblicare on-line e da collegare alle attività di programma</p> <p>Implementare le attività del BIRTT con una valutazione degli interventi locali innovativi ex ante, in</p> <p>Elaborare un rapporto annuale del Poli d'Innovazione per comunicare i risultati e dare indicazioni sulle aree tecnologiche di</p> <p>Istituire una Commissione Qualità di valutazione dei progetti di ricerca e sviluppo per</p>
--	---	--	---	--	---	---	---	---	---

10 Azioni

VEDI MAPPA SVILUPPO COMPETITIVO				VEDI MAPPA SVILUPPO GREEN			VEDI MAPPA SVILUPPO SMART		
CASO STUDIO TOSCANA	CASO STUDIO GIAPPONE EUROPA	CASO STUDIO INCLIAE BASSA ROMAGNA	CASO STUDIO ROMA	CASO STUDIO ANVERSA DEGLI ABRUZZI	CASO STUDIO TOSCANA	CASO STUDIO EMILIA ROMAGNA	CASO STUDIO BOLOGNA	CASO STUDIO TORINO	CASO STUDIO PEMONTE



Scheda 09

Obiettivi Europei: **Crescita inclusiva:** occupazione, coesione sociale e territoriale. **Competitività:** innovazione, diversificazione dell'offerta. **Accessibilità turistica:** anziani, disabilità, intolleranze, soldi. **Ampliamento dell'offerta**

Libro Bianco

70

10 Azioni

<p>1</p> <p>Involgere le economie locali nel turismo</p> <p>Creare laboratori didattici su saperi e mestieri tradizionali</p> <p>Creare percorsi enogastronomici nelle zone di produzione DOP e</p> <p>Pubblicare un Database delle tecniche e dei</p> <p>Creare centri e percorsi tematici per il turismo didattico sulle energie sostenibili (p.esso dighe e centrali idroelettriche, parchi</p> <p>Valorizzare fiumi e laghi nell'ottica del pescaturismo e dell'ittiturismo, promuovendo la corretta fruizione degli ecosistemi acquatici e delle</p> <p>Coordinare e programmare le attività dei gruppi del turismo a cavallo, in bicicletta, ...</p>	<p>2</p> <p>Rafforzare l'identità locale</p> <p>Promuovere le peculiarità locali (artigianato, abbigliamento, enogastronomia, tradizioni, paesaggi, tecniche costruttive)</p> <p>Definire percorsi turistici e didattici dei trabocchi, dei pascoli d'alta montagna e dei</p> <p>Finanziare l'acquisto di attrezzature per laboratori artistici (ceramiche, lavorazione del vetro, legno, ...)</p> <p>Promuovere il Turismo di Ritorno attraverso iniziative (ad es. la cittadinanza affettiva) eventi ricreativi nei parchi nei percorsi e nei musei (ad es. i Musei della Memoria, Percorsi storici della resistenza partigiana ad Ortona, Sella Mella, ...)</p> <p>Organizzare parchi e percorsi medioevali ed archeologici dove svolgere attività e rievocazioni storiche</p> <p>Integrare gli elementi dell'identità locale nei prodotti del</p>	<p>3</p> <p>Tutelare la qualità e l'originalità del territorio</p> <p>Implementare l'Atlante dei Paesaggi per salvaguardare il paesaggio urbano storico e il paesaggio.</p> <p>Pubblicare un Database delle tecniche costruttive tradizionali per salvaguardare le</p> <p>Promuovere la ricerca per l'integrazione di soluzioni tecnologiche nelle architetture tradizionali (adeguamento degli involucri edili e degli impianti, miglioramento del</p> <p>Curare l'efficacia dei depuratori delle acque reflue degli acquedotti e delle reti</p> <p>Pubblicare una Linea Guida per un turismo sostenibile negli ecosistemi vulnerabili e nelle aree protette in linea con il documento CBD e con gli indicatori europei per il turismo</p> <p>Pubblicare il Manuale del dipartista per mitigare gli impatti del</p> <p>Dotarsi di una Conservatoria delle coste per individuare, tutelare ed acquisire al demanio pubblico aree di particolare pregio ambientale e paesaggistico</p>	<p>4</p> <p>Coordinare la formazione professionale e turismo</p> <p>Attivare un sistema di formazione continua per gli operatori del</p> <p>Definire percorsi regionali di formazione e abilitazione per</p> <p>Promuovere la continuità lavorativa attraverso tirocini nelle realtà produttive</p> <p>Promuovere la formazione turistica internazionale attraverso programmi di scambio (es. ...)</p> <p>Costruire e rafforzare le competenze degli operatori turistici nel campo del turismo</p> <p>Allineare i corsi linguistici negli istituti, nei corsi e nelle università alle lingue richieste dal mercato</p> <p>Creare nuovi posti di lavoro per la manutenzione e la pulizia continua dei</p>	<p>5</p> <p>Migliorare la gestione dei servizi e dei dati sul turismo</p> <p>Creare un sistema di monitoraggio del turismo attraverso</p> <p>Creare servizio di assistenza e coordinamento regionale delle card turistiche (loggi, alle città d'arte, ai parchi naturalistici, alle reti di borghi, ...). Ed un sito web dedicato (ad es. ...)</p> <p>Mappare e digitalizzare i siti d'interesse e degli OpenData per consentire un riuso efficiente delle</p> <p>Ottimizzare le app per smartphone dedicate ai turisti per offrire informazioni e servizi</p> <p>Georeferenziare i percorsi e i luoghi d'interesse (parchi, fermovini storici, passeggiate accessibili per tutti, percorsi alpini, piste da sci, ...). Le creare mappe online interattive integrate nei portali di</p> <p>Dividere i contenuti web per gli operatori del turismo da quelli</p>	<p>6</p> <p>Diversificare l'offerta turistica</p> <p>Offrire servizi integrati (attività, ...)</p> <p>Definire i target turistici principali per ogni località turistica e per i diversi periodi</p> <p>Attivare la Carta dell'accoglienza (carta di indirizzo di amministratori locali, DMO e operatori)</p> <p>Adeguare o creare strutture di accoglienza e Cammin Religiosi per</p> <p>Creare o adeguare percorsi e strutture specifiche per il turismo medico e del</p> <p>Incentivare il settore della ristorazione che offre menu con cibo</p> <p>Collegare gli itinerari in bici e a cavallo con le strutture di accoglienza turistica</p> <p>Qualificare e organizzare l'offerta delle seconde case (strutture in possesso di target qualitativi (aria, accessibilità, comfort, ...). Proporzionando all'accesso ad una rete di monitoraggio e divulgazione turistica del patrimonio</p>	<p>7</p> <p>Implementare i servizi e le informazioni sul turismo accessibile</p> <p>Sensibilizzare gli operatori turistici ed cittadini sul tema del</p> <p>Dotare il territorio di colonie SDB e</p> <p>Creare un portale web del turismo accessibile con informazioni per disabili motori, ipovedenti, persone con intolleranze alimentari, etc. (ad es. www. ...)</p> <p>Utilizzare le schede di accessibilità europee per le strutture e le destinazioni turistiche</p> <p>Raccogliere dati sulle richieste e necessità dei viaggiatori con esigenze di accesso</p> <p>Formare il settore dell'accoglienza e della ristorazione circa le intolleranze</p> <p>Formare personale turistico per l'accoglienza di</p>	<p>8</p> <p>Offrire strutture ed itinerari accessibili</p> <p>Verificare l'accessibilità delle aree di arrivo turistico (aerporti, porti, stazioni, parcheggi) e</p> <p>Eliminare le barriere architettoniche nelle strutture e nelle</p> <p>Sottoporre le strutture turistiche e i luoghi d'interesse alle valutazioni di organizzazioni indipendenti attive nell'ambito dell'accesso e della</p> <p>Realizzare parcheggi turistici collegati ai centri storici e ai luoghi di interesse tramite percorsi a bassa pendenza</p> <p>Creare percorsi accessibili in alta</p> <p>Adeguare o creare parchi gioco e parchi</p> <p>Creare, adeguare e segnalare percorsi (naturalistici, nelle città d'arte, ...) senza barriere architettoniche e adatti alle persone ipo</p>	<p>9</p> <p>Monitorare, mantenere ed integrare il patrimonio turistico</p> <p>Finanziare il monitoraggio e la manutenzione ordinaria degli elementi caratteristici del territorio (trabocchi, ...)</p> <p>Istituire il Catasto Regionale del Patrimonio escursionistico consultabile on-line</p> <p>Creare un servizio di coordinamento per monitorare e mantenere percorsi e sentieri (percorsi montani, ...) e sviluppare gli strumenti informativi (carte, app per smartphone, descrizioni, monitoraggio webcam, foto, ...)</p> <p>Avviare progetti di recupero dei borghi abbandonati prossimi alle aree tutelate per avviare attività diffuse di turismo e</p> <p>Provvedere ad una manutenzione ambientale continua di spiagge, fiumi, laghi, ...)</p> <p>Realizzare una rete dell'acqua piovana da usare come presidi antinquinando, per l'irrigazione e per i</p>	<p>10</p> <p>Estendere l'offerta in bassa stagione</p> <p>Potenziare l'offerta turistica legata all'enogastronomia, allo shopping, al culto religioso, al benessere e salute, ai congressi e agli eventi accademici</p> <p>Ricovertire edifici ed aree industriali dismesse per eventi culturali e commerciali (fiere, convention, ...)</p> <p>Attivare funivie ed impianti di risalita anche nella bassa stagione al servizio di</p> <p>Realizzare piste da slittino estivo aperte</p> <p>Convertire le piste da sci da fondo in percorsi aequistri nei periodi di bassa</p> <p>Prolungare l'apertura dei principali siti turistici pubblici e privati durante l'alta stagione per rafforzare la cultura</p> <p>Realizzare iniziative sportive a basso impatto ambientale legate alla popolazione e potenzialità del territorio: sport marini (vela, windsurf, kitesurf, snorkeling) e montani (escursionismo, free climbing, rafting, downhill, mountaintop, snowkite), equitazione, il</p>
<p>VEDI MAPPA TURISMO INCLUSIVO</p> <p>CASO STUDIO FIRENZE</p> <p>CASO STUDIO CUNEO</p> <p>CASO STUDIO FRAUENFELDEN SVIZZERA</p>				<p>VEDI MAPPA TURISMO ACCESSIBILE</p> <p>CASO STUDIO VALENZIA</p> <p>CASO STUDIO MALAGA</p> <p>CASO STUDIO PIEMONTE</p>		<p>CASO STUDIO TRENTO</p>			



Scheda 10

Obiettivi Europei: + Turismo sostenibile + Immagine e visibilità

Libro Bianco

76

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<p>Favorire la diffusione della certificazione Ecolabel</p> <p>Organizzare seminari obbligatori di formazione e promozione del marchio, soprattutto dove è alta la densità.</p> <p>Offrire rimborsi del titolo di viaggio per turisti che scelgono strutture ricettive.</p> <p>Prevedere sconti tariffari per le strutture ricettive.</p> <p>Fornire semplificazioni burocratiche per la richiesta di informazioni, moduli e autorizzazioni per le strutture ricettive.</p>	<p>Promuovere l'adesione di imprese e Comuni alle certificazioni Enas e Uni En Iso4001</p> <p>Premiare finanziariamente progetti innovativi sulla sostenibilità che coinvolgono università, enti di ricerca e operatori.</p> <p>Semplificare gli iter di autorizzazioni amministrative per chi è già in possesso.</p> <p>Introdurre significative agevolazioni fiscali per chi aderisce alle certificazioni come grandi riduzioni percentuali sulla.</p> <p>Prevedere corsi di formazione e sensibilizzazione in scuole, università e.</p> <p>Adottare regolamenti ambientali per l'organizzazione di manifestazioni di manifestazioni di lavoro svolto dagli operatori turistici delle.</p> <p>Sensibilizzare i visitatori sul tema del turismo sostenibile, realizzando un sito multilingue e materiale informativo sui territori, iniziative e strutture che adottano Sistemi di.</p>	<p>Sostenere l'ingresso di parchi e riserve nella carta CETS (Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle aree protette)</p> <p>Elaborare un Piano di Azione, secondo gli standard di validazione di European Federation, per le aree protette sprovviste, con priorità per i Parchi.</p> <p>Favorire l'adesione delle imprese locali alla Carta, informando gli attori riguardo i benefici che esse.</p> <p>Promuovere una stretta collaborazione tra i responsabili delle aree protette e le PMC e DMC interessate territorialmente, attraverso accordi e.</p> <p>Fornire aiuti pubblici per migliorare continuamente la sostenibilità del lavoro svolto dagli operatori turistici delle.</p> <p>Prevedere un Accordo del Forum di Turismo Sostenibile per la promozione, il mantenimento e il monitoraggio del Sistema di Adesione.</p>	<p>Sviluppare reti del turismo sostenibile</p> <p>Promuovere ed estendere la rete dei "Borghi attivi" green communities con priorità per i comuni con meno di 1000.</p> <p>Creare una "Rete dei Pellegrinaggi green" promuovendo strutture e Cammini.</p> <p>Valorizzare Parchi e percorsi tematici a favore di un turismo verde, delle ricostruzioni storiche e reti di eventi.</p> <p>Creare una rete di "Borghi rurali" che promuova attività e tradizioni agro-pastorali (in particolare, piccoli).</p> <p>Creare una rete di "Borghi aperti" per sviluppare Parchi avventura e attività sportive peculiari (basate sul trekking e con la musica, attività estive, mountain bike, snowkinging, ...).</p> <p>Creare una rete di "Borghi accessibili" che promuova percorsi naturali, urbani e d'alta quota.</p>	<p>Aderire alla rete NEC2ouR</p> <p>Stipulare un accordo tra PMC, Regione e Università per creare l'Osservatorio Regionale del Turismo (ORT) presso il Dipartimento di Scienze del Turismo di.</p> <p>Costituire Osservatori Turistici di Destinazione (OTD) presso le DMC, terminali e le località con più alte capacità.</p> <p>Mettere a disposizione risorse finanziarie per la sperimentazione del modello NEUS4ouR.</p> <p>Redigere Piani PIUSS (Piani Integrati Urbani di Sviluppo Sostenibile) per le località turistiche prioritarie.</p> <p>Individuare le destinazioni turistiche prioritarie e un sistema di indicatori per la gestione sostenibile, secondo gli standard.</p>	<p>Partecipare alle edizioni del concorso EDEN</p> <p>Elaborare, attraverso gli operatori locali, progetti turistici di eccellenza in località non tradizionali che sviluppino strategie innovative su diversi.</p> <p>Istituire e finanziare "Concorsi di idee" e laboratori progettuali sul tema del turismo accessibile, incluso e sostenibile presso università e centri di.</p> <p>Organizzare presso università e PA campagne promozionali e formative sul progetto EDEN (workshop, seminari, corsi, fiere del turismo).</p> <p>Premiare e promuovere la partecipazione delle PA alle edizioni del concorso EDEN, che si svolge con cadenza.</p> <p>Pubblicare e aggiornare costantemente beni e scendenze del concorso EDEN su tutti i portali on-line.</p>	<p>Ottimizzare le strategie di marketing on-line</p> <p>Sostenere e finanziare l'innovazione tecnologica delle PMI.</p> <p>Organizzare corsi linguistici ed informatici che tengano conto dei mercati emergenti BRIC (Brasile, Russia, India e Cina) presso le DMC turistiche e gli istituti professionali e.</p> <p>Favorire l'iscrizione sui motori di ricerca turistici internazionali di strutture ricettive, della ristorazione e.</p> <p>Aggiornare periodicamente il Piano Marketing.</p> <p>Estendere la promozione turistica della Regione anche ai mercati emergenti BRIC offrendo web-site in lingua, studiati secondo i diversi tipi di domanda turistica e collegati ai social network.</p> <p>Curare e migliorare costantemente la grafica, la "Presenza", la "Visibilità" e la "Reputazione" del portale regionale sul turismo soprattutto.</p> <p>Mappare e raccogliere feed di attività ed eventi, nell'ottica dell'interoperabilità e.</p>	<p>Potenziare il piano marketing off-line</p> <p>Prevedere manifestazioni e materiale promozionale (opuscoli informativi, manifesti, gadget e pacchetti turistici) nei settori turistici "ever green" (shopping, arte, cultura, ed enogastronomia) dando priorità alle.</p> <p>Programmare piccoli e grandi eventi, fiere, workshop e roadshow di settore uniformemente distribuiti sul territorio e durante tutto l'arco.</p> <p>Organizzare sagre e manifestazioni sostenibili, che prevedano l'uso di materiali biodegradabili, sistema di raccolta differenziata ed.</p> <p>Rendere attrattivo il mare d'inverno, attraverso la promozione di sport, assicurazioni e manifestazioni.</p> <p>Promuovere la montagna d'estate, assicurando un sistema di attività estive-primaverili di.</p> <p>Pianificare le "Feste del raccolto" per promuovere la.</p> <p>Organizzare concerti, eventi e spettacoli a contatto con la natura per valorizzare i beni storico-.</p>	<p>Stipulare accordi di co-marketing</p> <p>Attivare convenzioni con agenzie che gestiscono gruppi specifici di visitatori (benzoni, sportivi, religiosi e ordini).</p> <p>Valorizzare il territorio attraverso il turismo didattico locale e interregionale.</p> <p>Stipulare convenzioni con le compagnie di trasporto (ferrovie, maritime e aeree) per garantire accessibilità.</p> <p>Attivare partnership internazionali per promuovere il turismo sanitario (wellness ed).</p> <p>Aderire al "Progetto Caplupo" sul turismo sociale, favorendo scambi per gruppi a mobilità ridotta o.</p> <p>Organizzare educational tour e familiarisation trip con giornalisti, scrittori, fotografi, opinion-leaders, troupe televisive e cinematografiche, agenzie di pubblicità e.</p>	<p>Offrire un servizio efficiente di informazione e assistenza turistica</p> <p>Stipulare accordi e carta di servizi tra DMC e Regione per la gestione degli uffici IAT.</p> <p>Istituire sportelli informativi nei punti strategici del territorio (porti, aeroporti, stazioni ferroviarie ed accessi).</p> <p>Assicurare un'immagine uniforme e riconoscibile negli sportelli informativi e degli uffici IAT, promuovendo materiali e prodotti.</p>
VEDI MAPPA PROMOZIONE GREEN					VEDI MAPPA PROMOZIONE SMART				
CASO STUDIO RICCIONE	CASO STUDIO TAVERNELLE	CASO STUDIO MARCHE	CASO STUDIO PIEMONTE	CASO STUDIO TOSCANA	CASO STUDIO VILLI CANTIERI	CASO STUDIO SVIZZERA	CASO STUDIO LIGURIA	CASO STUDIO FRANCIENZA EMILIA	CASO STUDIO PUGLIA

10 Azioni



7.3 - Una strategia comune per azioni coordinate intersettoriali e multi-fondo.

Da anni si parla di fare sistema, di coesione, di complementarità, di programmazione unitaria, di investimenti integrati, di partnership pubblico private, di progetti complessi e di piattaforme finanziarie per rendere il tutto più fattibile in relazione alle linee di sviluppo nazionali e comunitarie.

Il Turismo probabilmente vanta il più alto numero di sovvenzioni, finanziamenti, investimenti, spese, progetti ed attività varie, svolte da diversi soggetti, tutti formalmente coerenti con la strategia turistica regionale, ma altrettanto indipendenti al punto che spesso non vengono neanche comunicati al Dipartimento Regionale competente consentendo la ottimizzazione della spesa e degli impatti in maniera grazie ad azioni convergenti e sinergiche.

Questa è la sfida che viene lanciata con la approvazione del presente Piano Strategico per il Turismo regionale: facilitare, favorire, invitare tutti coloro che ritengono di poter fornire un supporto reale e concreto allo sviluppo turistico regionale, a progettare ed agire in coerenza reale con questo strumento, facendo davvero squadra per utilizzare ogni opportunità a vantaggio degli operatori, agevolando, sostenendo la loro azione quotidiana per mantenere competitività e quote di mercato.

Una azione realmente coordinata dovrà vedere azioni coordinate ed integrate, complementari e multi fondo, definendo ogni volta e nelle diverse occasioni, le forme e le configurazioni per azioni convergenti e realmente coerenti con la strategia regionale per il turismo.

Saranno utili intese e convenzioni bilaterali fra Dipartimento del Turismo regionale da un lato e altri organismi dall'altro lato (Province, Parchi, CCIAA, SAGA, TUA, FIRA ed altre partecipate regionali), ovvero utili necessarie azioni interdipartimentali e multi-fondo che possano indirizzare ogni investimento a finalità turistica su questa stessa piattaforma strategica condivisa con gli stakeholder del turismo.

Saranno infine utili anche indirizzi e convergenze per la ottimizzazione di progetti per i quali sono beneficiari partenariati di vario genere e natura, invitandoli a non costituire alternative agli organismi preposti, ma ad avvalersi degli stessi per quando possibile e consentito, evitando sovrapposizioni di competenze e creando le condizioni di realizzazione migliori per un vantaggio ed una ricaduta diffusa e collettiva per il settore.

In tal senso sarà utile delineare i piani operativi e le azioni regionali, interregionali e transnazionali a valere sulle risorse disponibili sui fondi di Coesione regionali e nazionali, su altri fondi come il FUNT, Accordi di Programma, risorse regionali, altre risorse intercettabili direttamente

REGIONE
ABRUZZO



su Programmi Europei e su CTE Cooperazione Territoriale Europea, così come rendere convergenti azioni in capo a GAL, Patti Territoriali ed altri partenariati di progetto quando investono con finalità turistica.



PARTE TERZA

IL PIANO STRATEGICO PER IL TURISMO 2023-2025, LE RISORSE ED I PROGRAMMI OPERATIVI

8.0 - Azione coordinata, integrata e multifondo.

Le fonti finanziarie necessarie per assicurare una efficace promozione turistica ed una adeguata pianificazione delle politiche turistiche sono di origine eterogenea.

A fronte delle consuete disponibilità in seno al bilancio regionale ed alla finanza derivata dal bilancio e vincolata a specifiche finalità, svolge un ruolo altrettanto importante la dotazione finanziaria dei Programmi regionali 2021-2027 Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) e Fondo di Sviluppo e Coesione (FSC), i quali dedicano specifiche azioni a siffatte tematiche e che, quindi, meritano di essere oggetto di uno specifico approfondimento in tale sede.

In quest'ottica, nell'ambito del **Piano Strategico del Turismo 2023-2025 della Regione Abruzzo**, su proposta del Dipartimento Sviluppo Economico-Turismo (DPH), si innestano le azioni che verranno finanziate dalla politica di coesione regionale, con le risorse messe in campo dal FESR, FSE, FSC e FEASR nel periodo di programmazione 2021-2027.

Allo stesso modo si innestano le linee di altri Programmi ed Azioni condotte da Altri Dipartimenti ed altri organismi diversi dal Dipartimento, in ogni occasione che sono chiamati ad una coerenza programmatica regionale in materia di turismo o per il suo sviluppo su livelli locali e regionali.



8.1 - Aspetti strategici e sinergici.

Il turismo europeo si trova a dover affrontare molte sfide, a cominciare dall'esigenza di innovarsi continuamente e migliorare costantemente la qualità dei servizi.

Di conseguenza, il settore deve adeguarsi rapidamente alla rivoluzione digitale, con la conseguenza che necessita:

- adottare nuove forme di marketing, nuovi servizi di prenotazione, etc.;
- sviluppare nuovi prodotti (destinazioni turistiche) che abbiano una capacità di attrattiva e siano sostenibili per le comunità locali e l'ambiente.

Per restare competitivo, quindi, questo settore ha bisogno anche del sostegno dell'Unione Europea (UE). Ecco perché molti programmi dell'UE, per il periodo 2021-2027, sono rivolti anche al settore del turismo.

9.0 - I Programmi di Coesione Regionale 2021-2027.

9.1 - Le principali linee strategiche proposte nei documenti di indirizzo comunitari, nazionali e regionali.

La politica di coesione 2021-2027 ha rinnovato l'ambizione di rilanciare l'attenzione sui grandi traguardi europei, sintetizzati in modo evocativo dai titoli dei seguenti **cinque grandi Obiettivi di Policy (OP)**:

- **OP 1 un'Europa più intelligente;**
- **OP 2 un'Europa più verde;**
- **OP 3 un'Europa più connessa;**
- **OP 4 un'Europa più sociale;**
- **OP 5 un'Europa più vicina ai cittadini.**

In tale contesto, la politica mantiene i suoi caratteri multi tematici e, attraverso la declinazione dei numerosi **Obiettivi Specifici** dei Regolamenti dei Fondi FESR e FSE¹, presenta un largo campo di potenzialità di intervento.

Per comprendere l'esigenza di un sostegno al settore del **turismo**, nonché al correlato settore

¹ Fondo Sociale Europeo Plus.



della **cultura**, è utile ripercorrere il solco tracciato dai vari documenti posti alla base dell'elaborazione dei Programmi della politica di coesione.

Il **Country Report 2019 per l'Italia**, relazione con la quale la Commissione Europea (CE) esamina la situazione economica e sociale degli stati membri dell'Unione Europea, in riferimento agli ostacoli strutturali che limitano lo sviluppo di una forma innovativa e sostenibile del turismo in Italia, ha indicato nell'economia collaborativa un forte potenziale di crescita: viene evidenziato che l'assenza di una strategia chiara (ad esempio, sulle piattaforme collaborative per l'acquisto di servizi), accompagnata da una regolamentazione locale frammentata e spesso molto restrittiva, costituisce un onere particolarmente significativo per il settore. In ambito culturale, si sottolinea la necessità di investimenti per la promozione del relativo patrimonio e il sostegno delle imprese del settore, con particolare attenzione ai sistemi di produzione locali e ai posti di lavoro radicati nel territorio, anche attraverso la cooperazione territoriale.

Come indicato dal **Regolamento (UE) 2021/1058 del 24 giugno 2021**, il FESR dovrebbe **promuovere il turismo sostenibile in modo integrato**, in particolare rafforzando la cooperazione all'interno dei territori funzionali. Al fine di potenziare l'impatto del turismo sostenibile sull'economia, le imprese e le autorità pubbliche dovrebbero cooperare sistematicamente per fornire servizi di qualità in modo più efficiente nelle zone ad alto potenziale turistico, prestando la dovuta attenzione alla creazione di un contesto giuridico e amministrativo stabile che favorisca la crescita sostenibile di tali zone. **Le azioni sostenute nel settore del turismo sostenibile dovrebbero tenere conto delle best practices in questo settore, ad esempio l'approccio del «distretto turistico».**

Inoltre, **il turismo sostenibile richiede un equilibrio tra sostenibilità economica, sociale, culturale e ambientale.** L'approccio a favore di un turismo sostenibile dovrebbe essere conforme alla **Comunicazione della Commissione del 19 ottobre 2007** dal titolo *«Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo»*. In particolare, dovrebbe, facendo ricorso ad un approccio strategico integrato:

- tenere conto del benessere dei turisti;
- rispettare l'ambiente naturale e culturale;
- garantire lo sviluppo socioeconomico e la competitività delle destinazioni e delle imprese.

Ai sensi del Regolamento (UE) 2021/1060 del 24 giugno 2021, è opportuno prevedere un obiettivo specifico dedicato per sostenere le economie regionali fortemente dipendenti dai settori della cultura e del turismo. Ciò consentirebbe di sfruttare appieno il potenziale della cultura e del turismo sostenibile per la ripresa economica, l'inclusione sociale e l'innovazione sociale, lasciando impregiudicate le possibilità di fornire un sostegno a carico del FESR a tali settori nell'ambito di altri obiettivi specifici.

Il documento **Accordo di Partenariato per l'Italia**, nel sottolineare quanto sia necessario promuovere iniziative di riequilibrio territoriale tra diverse tipologie di territori, come periferie urbane, aree interne, aree caratterizzate da diverso grado di infrastrutturazione culturale e di attrattività turistica, **valorizza il ruolo del turismo nello sviluppo economico, specialmente**



attraverso l'uso e la rigenerazione di spazi e luoghi a fini culturali, creativi, turistici e di innovazione sociale, nell'ambito di processi multilivello e intersettoriali, in grado di attivare l'economia locale, promuovere partenariati pubblico-privati innovativi, creando altresì nuove opportunità di lavoro.

A livello regionale, il documento **Abruzzo Prossimo Linee di indirizzo strategico per lo sviluppo sostenibile e l'integrazione dei fondi 2021-2030**, in relazione alla *Promozione del turismo sostenibile*, insiste nella valorizzazione del patrimonio diffuso di storia, arte, cultura e tradizioni presenti nei piccoli borghi e nell'enorme patrimonio di aree protette, che fanno dell'Abruzzo una delle regioni più verdi d'Europa. Pertanto, **la programmazione regionale punta fortemente sulla promozione del turismo sostenibile, in armonia con l'ambiente e le comunità locali, che potranno godere dei benefici duraturi provenienti da questa attività.** Anche alla luce delle riflessioni poste dalla crisi pandemica, *c'è la necessità di immaginare un turismo basato su pratiche che non danneggino l'ambiente e che rendano protagoniste le comunità locali nella costruzione di uno sviluppo economico durevole*, capace di migliorare la loro qualità della vita. Per il perseguimento di questo obiettivo, *un ruolo centrale sarà svolto dal sostegno alle attività dei servizi turistici, ma anche a quelle delle produzioni locali tipiche, fattori identitari di grande attrazione.*

9.2 - Il turismo e la cultura nel Programma Regionale FESR Abruzzo 2021-2027.

Il **Programma Regionale FESR Abruzzo 2021-2027 (PR FESR Abruzzo 21-27)**, approvato in via preliminare dalla Giunta Regionale con Deliberazione di n. 204 del 14 aprile 2022, contribuisce al conseguimento degli obiettivi strategici dell'Unione Europea, sostenendo interventi rivolti al conseguimento dei traguardi fissati per un'economia climaticamente neutra (*Green Deal Europeo*) e per una società giusta e inclusiva (*Social Pillar Europeo*) e della transizione digitale (la *Digital Strategy europea*), inseriti nel più ampio contesto di adesione all'**Agenda ONU 2030**.

Nell'ambito del suddetto Programma, **il FESR fornisce un sostegno determinante al settore turistico-culturale**, al fine di migliorarne la competitività e la qualità dei servizi forniti a livello regionale o locale, in particolare nelle aree in declino industriale o rurale o in quelle in cui sia in corso un processo di riqualificazione urbana.

Il turismo è intimamente legato non solo all'economia dei territori, ma anche a tutti gli altri "temi unificanti" (lavoro di qualità, territorio e risorse naturali per le generazioni future, omogeneità e qualità dei servizi per i cittadini, cultura veicolo di coesione economica e sociale) che fanno da raccordo trasversale ai diversi obiettivi specifici e che ambiscono a mettere in luce le specifiche sfide che l'Italia deve continuare ad affrontare per concorrere ai grandi obiettivi europei.

In quest'ottica, *è opportuno favorire interventi a supporto di azioni di sistema diretti ad enfatizzare, sia gli attrattori territoriali, sia piattaforme di servizi condivisi*, in grado di rendere maggiormente fruibili la conoscenza delle peculiarità locali, l'accesso ai luoghi e l'offerta dei servizi



di accoglienza (cultura, ristorazione, soggiorno etc.).

La cultura e il patrimonio culturale costituiscono il più grande asset nazionale che unifica le potenzialità di territori, pur molto diversi se misurati su altre dimensioni. La consapevolezza che l'intervento sulla cultura, intesa come fattore di crescita socio-culturale, di identità regionale, di sviluppo del turismo, di promozione del territorio, di crescita e innovazione di processi, di servizi e prodotti, sia contemporaneamente capace di innescare sviluppo economico, di fungere da volano di coesione e da fattore di inclusione e, quindi, di sostenibilità sociale, è sempre più acquisita a livello europeo e nazionale.

In relazione ai settori turismo e cultura, **il Programma Regionale FESR Abruzzo 2021-2027**, alla luce delle precedenti considerazioni, e tenuto conto dell'approccio trasversale e intersettoriale che caratterizza questi campi di policy di prevalente interesse e competenza territoriale, **si adopera per:**

- **garantire notevoli opportunità di sostegno alle imprese in OP 1, attraverso il rafforzamento della competitività delle imprese del settore turistico e dei settori culturali e creativi;**
- **sostenere la transizione verde negli stessi settori;**
- **prevedere che gli investimenti in questi ambiti siano sostanzialmente considerati dalla progettualità di tipo integrato nel quadro delle Strategie Territoriali dell'OP 5.**

Infatti, **il sostegno alla promozione del territorio nell'ambito dell'OP 5 è fornito attraverso strategie di sviluppo territoriale e locale, in una delle forme indicate all'art. 28, lett. a), b) e c), del Regolamento (UE) 2021/1060.**

9.2.1 - Turismo e cultura nell'OP 1 e nella S3 del PR FESR 21-27.

Il comparto del turismo è strategico per l'economia regionale, contando quasi 18 mila imprese (mPMI).

Nell'ambito dell'OP 1, il sostegno al **sistema produttivo locale** è fornito attraverso gli Obiettivi Specifici (OS) di cui all'art. 3, comma 1, lett. a), punti i), ii), iii) e iv) del Regolamento (UE) 2021/1058:

- **OS i)** sviluppare e rafforzare le capacità di ricerca e di innovazione e l'introduzione di tecnologie avanzate;
- **OS ii)** permettere ai cittadini, alle imprese, alle organizzazioni di ricerca e alle autorità pubbliche di cogliere i vantaggi della digitalizzazione;
- **OS iii)** rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi;
- **OS iv)** sviluppare le competenze per la specializzazione intelligente, la transizione



industriale e l'imprenditorialità.

Per il comparto del turismo, tali obiettivi sono scaturiti da un serrato confronto con gli stakeholders, finalizzato a delineare i nuovi Domini tecnologici e le nuove Traiettorie di sviluppo nell'ambito della Smart Specialisation Strategy (S3) Abruzzo per il periodo di programmazione 2021-2027. Nei sei Domini individuati è annoverato anche quello *Mobilità e Turismo sostenibili*.

L'**OS i**) sostiene i processi di ricerca, innovazione, sviluppo e trasferimento tecnologico (realizzati anche in forma collaborativa tra imprese di diverse dimensioni, Università, Organismi di Ricerca) allo scopo di sviluppare e rafforzare la capacità di ricerca, sviluppo e innovazione, nonché l'introduzione di tecnologie avanzate, orientati ad incentivare i collegamenti tra il sistema delle imprese, Università e/o altri organismi di ricerca pubblici o privati, sostenendo anche una maggiore capacità di trasferimento tecnologico nell'interesse dello sviluppo regionale, indispensabile per colmare il gap strutturale e di lungo termine con le principali economie europee.

L'attività di ricerca e sviluppo rappresenta una variabile strategica della competitività dei sistemi economici, in quanto permette di incorporare elevati contenuti di conoscenza nella produzione di beni e servizi, con impatti positivi sui risultati economici complessivi, grazie al sostegno alla ricerca industriale di tipo collaborativo.

Pertanto, l'obiettivo da perseguire è quello di accrescere il numero e le dimensioni delle imprese innovative nei settori ad alta intensità di conoscenza e con il maggiore potenziale di crescita, per lo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili e di nuovi prodotti e servizi, idee sostenibili dal punto di vista commerciale.

L'**OS ii**) sostiene le imprese per la diversificazione delle strategie di marketing e dei canali di vendita e per il rafforzamento dell'e-commerce. Il digitale avrà un ruolo cruciale per la competitività delle aziende del settore del turismo nell'epoca post pandemica. Ci troviamo di fronte a nuovi modelli di business e gli investimenti devono essere usati anche in questa direzione.

L'emergenza sanitaria legata alla pandemia ha spinto gli investimenti in digitalizzazione da parte delle imprese turistiche. Ne è derivata, secondo l'ISTAT, una forte crescita delle comunicazioni con i clienti tramite il sito web aziendale, o i canali social, nonché ad un ampliamento dei canali digitali di commercializzazione.

Nell'area del commercio elettronico i progressi sono molto lenti: solo il 18% delle PMI ottiene dalle vendite on-line almeno l'1% del fatturato².

L'**OS iii**) sostiene interventi finalizzati a rilanciare la propensione agli investimenti e lo sviluppo tecnologico, attraverso il sostegno finanziario a progetti di investimento e all'occupazione che favoriscano la transizione di PMI verso nuovi assetti imprenditoriali, nonché incentivando la nascita di startup innovative.

Il Regional innovation index (RII), elaborato dalla Commissione europea (rapporto 2021), pone il sistema produttivo abruzzese significativamente al di sotto della media nazionale in quanto a propensione all'innovazione. Un punto di particolare debolezza del sistema innovativo regionale è

² Dati dello studio di Mexedia: La digitalizzazione nelle imprese



individuato nei minori investimenti in innovazione delle imprese.

È necessario incentivare gli investimenti aziendali in beni tangibili e intangibili, nonché accompagnare i processi di ristrutturazione, razionalizzazione, ammodernamento aziendale, che consentano un rilevante miglioramento delle prestazioni dell'impresa in termini di posizionamento competitivo.

Consentire a queste imprese anche un accesso agevolato al credito può rappresentare un'effettiva leva, poiché un aspetto peculiare di supporto alla competitività è disporre delle risorse adeguate.

L'**OS iv**) In relazione agli obiettivi del FESR in tema di sviluppo delle competenze in ambito S3 (Reg. FESR art. 3.1 e art. 5.3), l'obiettivo programmatico deve rispondere all'esigenza, peraltro grandemente riscontrata anche negli incontri con gli stakeholder della S3 Abruzzo, di sviluppare qualifiche professionali in linea con i bisogni specifici delle imprese nelle aree S3 identificate, per rendere il capitale umano preparato alla transizione industriale (es. digitale e verde), internalizzare le competenze, anche al fine di una crescita dimensionale, e promuovere la cultura dell'apprendimento in azienda.

Diversamente, esiste il rischio che si crei un gap tra la competitività tecnologica delle aziende e le competenze della forza lavoro, che potrebbe rallentare o impedire la trasformazione Industria 4.0 con conseguenti impatti negativi.

È necessario rafforzare la cooperazione tra gli attori del territorio (imprese - lavoratori, manager, dirigenti, imprenditori che necessitano di acquisire o rafforzare le competenze - organismi di ricerca e innovazione, istruzione superiore, alta formazione) per identificare e progettare i percorsi formativi, anche coinvolgendo gli attori dell'alta formazione nel processo di rafforzamento e di adeguamento delle competenze, necessario per garantire un alto livello di specializzazione, attraverso formazione qualitativa, apprendistato avanzato, studi a livello tecnico, universitario e post-universitario.

Accrescere, quindi, le competenze (transizione industriale, specializzazione intelligente, economia circolare, imprenditorialità, etc.) che trovano applicazione all'interno, o a favore, delle imprese, attraverso Percorsi di formazione specifica e aggiornamento/riqualificazione per aree di specializzazione intelligente, a tutti i livelli all'interno delle aziende, con la necessità di sviluppare le competenze per il digitale, il verde e la transizione industriale, ricorrendo, se del caso, anche a voucher e consulenze.

9.2.2 - Turismo e cultura nell'OP 5 del PR FESR 2021-2027.

L'**Obiettivo di Policy 5**, dedicato alla promozione dello sviluppo sostenibile e integrato di tutte le tipologie di territori, **viene declinato dal Regolamento FESR 2021-2027³ in due soli obiettivi specifici dedicati**, rispettivamente, **alle aree urbane e ad altri territori, e ne specifica l'oggetto in**

³ Regolamento (UE) 2021/1058 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 24 giugno 2021 relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale e al Fondo di coesione.



“promozione dello sviluppo locale integrato” per le dimensioni sociale, economica e ambientale e citando espressamente le tematiche del patrimonio culturale, del turismo e della sicurezza in tali aree.

Nel quadro dello sviluppo urbano sostenibile, si considera necessario sostenere lo sviluppo territoriale integrato, al fine di affrontare più efficacemente le sfide economiche, ambientali, climatiche, demografiche e sociali delle aree urbane e non urbane, comprese le aree urbane funzionali, tenendo conto della necessità di promuovere i collegamenti tra aree urbane e rurali.

La Strategia territoriale deve contenere alcuni elementi essenziali, quali:

- l'**area geografica interessata**;
- l'**analisi delle esigenze di sviluppo dell'area e le sue potenzialità**;
- la **descrizione dell'approccio integrato per dare risposta alle esigenze di sviluppo**:
 - prevedendo il *coinvolgimento dei partner*;
 - avendo una particolare nella *preparazione e nell'attuazione della strategia*.

I contenuti delle **Strategie Territoriali in ambito FESR** sono espressione delle coalizioni locali e si concentrano su alcuni obiettivi principali:

- nelle **città**, con appropriate declinazioni tra contesti metropolitani e aree urbane medie, l'ampliamento e la modernizzazione di servizi, la creazione di nuove attività economiche e culturali e la rivitalizzazione di quelle esistenti, con particolare attenzione alle ricadute nelle periferie e in altre aree caratterizzate da fenomeni di disagio e degrado socioeconomico, la riduzione degli impatti ambientali della vita urbana e l'innovazione delle politiche per l'abitare;
- nelle **aree interne**, cui assicurare da parte delle politiche nazionali una piena connettività digitale, si confermano come essenziali i servizi per l'istruzione, la salute (anche in ottica di integrazione sociosanitaria), la mobilità, e azioni per la localizzazione produttiva e la creazione di lavoro;
- nelle **aree costiere/insulari/interne** finanziate dal FEAMPA, si punterà alla concentrazione delle risorse, riducendo i FLAGS finanziati per garantirne il maggiore impatto, assicurando coerenza con la Strategia per il bacino del Mediterraneo e tenendo conto delle pertinenti strategie di specializzazione intelligente incentrate sui settori strategici dell'economia blu.

Gli interventi nel campo della cultura, del patrimonio e del turismo sostenibile, possono svolgere, nel contesto delle strategie territoriali, un ruolo determinante per la valorizzazione, a beneficio della comunità territoriale, di risorse naturali, culturali e paesaggistiche, di produzioni locali, di opportunità di accoglienza, attraverso approcci integrati finalizzati a rivitalizzazione del tessuto economico, rigenerazione dei luoghi, partecipazione e inclusione sociale.



9.2.4 - I territori interessati.

I principi per la selezione delle aree urbane e degli altri territori in cui devono essere realizzate azioni integrate a favore dello sviluppo sostenibile, unitamente agli importi indicativi previsti per tali azioni, sono definiti nel **PR FESR Abruzzo 2021-2027**. Anche il coinvolgimento delle autorità a livello cittadino, locale o altro livello territoriale, è avvenuto in fase di preparazione del PR.

La cultura è intesa come fattore di crescita socio-culturale ed economica, nonché di identità regionale. Il turismo svolge il ruolo di fattore di crescita dell'economia regionale, di promozione del territorio, nonché di innovazione di processi, di servizi e di prodotti.

In tale contesto, la valorizzazione sostenibile e integrata del territorio e del patrimonio edilizio, culturale e storico-artistico (anche delle aree interne) è finalizzata a tutelare e mettere in rete tali beni per promuovere processi di sviluppo e ripresa economica sostenibili. Tale azione potrà essere integrata con iniziative in ambito FSE+, riguardanti la promozione dell'imprenditorialità in ambito culturale e creativo, nonché la formazione di nuove qualifiche lavorative finalizzate all'accoglienza turistica in forma di lavoro autonomo e/o subordinato.

Dall'analisi dei diversi livelli di perifericità, utilizzata per individuare i territori oggetto della Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI), emerge che **i comuni abruzzesi sono collocati prevalentemente nelle aree interne. Nello specifico:**

- 115 Comuni sono classificati al livello intermedio;
- 84 Comuni sono classificati al livello periferico;
- 6 Comuni si configurano come poli (Avezzano, L'Aquila, Giulianova, Teramo, Pescara, Chieti);
- 4 Comuni come poli intercomunali (Atri, Pineto, Roseto degli Abruzzi, Silvi).

Dal punto di vista provinciale, i Poli urbani sono concentrati soprattutto a L'Aquila e a Teramo e quest'ultima provincia si caratterizza anche per la presenza dei quattro comuni che si configurano come poli intercomunali; per quanto concerne le aree interne, il maggior numero di comuni a livello intermedio sono localizzati in provincia de L'Aquila, mentre i comuni periferici e ultra-periferici sono localizzati soprattutto in provincia di Chieti.

Sulla base di una rilettura delle specificità e delle esigenze dei territori regionali, è necessario superare i limiti di questo tipo di configurazione geografica delle iniziative di sviluppo, ed in particolare:

- lo sviluppo urbano deve oltrepassare i confini dei capoluoghi coinvolgendo sia i sistemi territoriali a essi funzionalmente collegati, sia gli altri nodi rilevanti della rete urbana intermedia, seguendo le indicazioni dell'art. 29 del Regolamento 1060/2021;
- lo sviluppo delle aree interne diverse da quelle urbane, andrà oltre le perimetrazioni dei territori SNAI finora riconosciuti, includendo sia gli altri territori montani, sia i comuni appartenenti alla cerniera interna che comunque risentono di dinamiche di spopolamento, condizioni di marginalità, o recente crisi determinata dagli impatti



pandemici e dai conflitti in corso in coerenza con le mappe aggiornate delle aree interne e delle aree montane predisposte dal Dipartimento per la Coesione Territoriale presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Al fine di intervenire su tutta la rete urbana intermedia abruzzese, e considerando le indicazioni restituite da recenti studi di urbanistica, i progetti integrati di sviluppo urbano sul territorio regionale riguarderanno gli **otto sistemi territoriali** di scala intercomunale che fanno riferimento alle **Città Medie di Pescara, Chieti, Teramo, L'Aquila, Avezzano, Sulmona, Lanciano e Vasto**. Ciascuno di essi fornisce, ad ampi bacini territoriali, servizi di prima necessità in termini di istruzione secondaria superiore (ed oltre), livelli essenziali di sanità e accessibilità alle “reti lunghe”. Tali sistemi vengono delimitati geograficamente in base alle relazioni di interdipendenza funzionale, all'analisi dei flussi di mobilità ed in particolare all'estensione dei cicli circadiani o sistemi urbani giornalieri degli individui.

Le strategie di sviluppo, attraverso un approccio sovracomunale di sistema capace di superare la storica frammentazione, ridurranno i gap relativi, al sottoutilizzo del patrimonio edilizio, all'attrattività turistica, alla gestione del verde, alla qualità della vita ed alla mobilità sostenibile.

Il miglioramento dell'efficienza e della qualità della vita dei sistemi urbani, con particolare riferimento alle fasce di popolazione a rischio di esclusione, rendono necessario l'intervento per mezzo di sovvenzioni.

Dall'analisi della nuova mappatura (2020) che definisce il grado di perifericità dei comuni abruzzesi, su cui si costruisce la SNAI⁴, si evince che, nonostante gli sforzi fatti per sostenere tale strategia nello scorso ciclo di programmazione, c'è bisogno di un ulteriore sforzo per raggiungere gli effetti desiderati.

Infatti, come si evince dalla nuova analisi del grado di perifericità dei territori (ISTAT 2020), utilizzata dalla SNAI, la popolazione che risiede in aree periferiche è sensibilmente aumentata (da 484.353 a 524.739 abitanti).

Due dati particolarmente rilevanti riguardano la provincia dell'Aquila, nella quale il numero di comuni ultraperiferici è passato da 3 a 11 e la popolazione che risiede in comuni classificati come periferici e ultraperiferici che, nell'arco di meno di un decennio, è cresciuta sensibilmente in provincia dell'Aquila (da 30.712 a 55.193) e in provincia di Chieti (da 101.752 a 154.688).

In questo scenario, la sfida del riequilibrio territoriale per contrastare la marginalità delle aree interne e garantirne la coesione, sia attraverso il sostegno alle strategie già approvate dalla SNAI, sia individuandone di nuove, diventa una priorità per la Regione Abruzzo.

Soprattutto nelle province dell'Aquila e di Chieti ci sono porzioni di territorio che pur essendo ricomprese all'interno delle aree classificate come periferiche, così come individuate dalla SNAI, non hanno sviluppato strategie territoriali nella passata programmazione e pertanto, hanno l'esigenza di definire e attuare strategie che affrontino la questione del riequilibrio territoriale, nel rispetto dei “Criteri per la selezione delle Aree Interne da sostenere nel ciclo 2021-2024” (Pres. Consiglio dei

⁴ Strategia Nazionale Aree Interne.



Ministri, DipCoe-Nuvap, gennaio 2022).

Le gravi condizioni di perifericità e deterioramento sociodemografico in cui versano le aree interne e i limiti all'indebitamento degli Enti, rendono necessario l'intervento per mezzo di sovvenzioni.

L'approccio mira ad affrontare attraverso strategie territoriali definite con approccio **bottom up** da coalizioni locali, le sfide e le esigenze individuate nel documento di programmazione unitaria Abruzzo Prossimo, integrando tutti i dispositivi che agiscono a livello territoriale, cercando nella complementarità nazionale/regionale un effetto moltiplicatore per allargare la base territoriale beneficiaria e rendere efficaci le misure, e in particolare consolidare e ampliare la base territoriale di partecipazione alla SNAI e ridefinire le strategie di sviluppo urbano allargandole alle aree urbane funzionali.

L'azione della Regione non si esplicherà solo su tutti i Comuni classificati Aree Interne (sei aree SNAI già approvate e individuazione di nuove), ma sarà concentrata su specifici progetti individuati con un percorso bottom up dalla Regione Abruzzo e di cui saranno beneficiarie Associazioni di Comuni. In estrema sintesi, la Strategia Territoriale sarà formulata per ciascuna area secondo i contenuti minimi e le modalità di identificazione dei progetti connessi definiti all'art. 29 del Regolamento (UE) 2021/1060 in coerenza con la strategia turistica regionale ed avvalendosi, nei modi e nelle forme possibili e consentite, degli organismi di governance turistica regionale per quanto di loro competenza ai sensi della LR 15/15.

Ai fini dell'individuazione di una platea di interventi connotati da uno stato di progettazione e di avanzamento compatibile con i tempi di realizzazione del PR FESR Abruzzo 2021-2027, la Regione intende sostenere le coalizioni locali nell'utilizzo tempestivo, sistematico ed esplicitamente orientato agli interventi della coesione, del Fondo/i di progettazione esistente a livello nazionale con regole di accesso dedicate alle aree interne.

Le strategie devono ispirarsi agli orientamenti delle agende europee urbane e territoriali. Potranno essere intraprese azioni per lo sviluppo urbano sostenibile tramite accordi con il partenariato economico e sociale. Gli strumenti sovra locali (nazionali e regionali) operanti negli stessi territori, in particolare nell'ambito dei servizi sociali, per l'occupazione e per l'abitare, garantiranno ove utile modalità di integrazione e complementarità con gli interventi delle Strategie Territoriali, secondo le distinte responsabilità.

9.2.5 - L'OP 5: gli obiettivi specifici e le Azioni.

Nell'ambito del PR FESR Abruzzo 2021-2027, essendo i contenuti delle **Strategie Territoriali** il risultato di un processo *bottom up*, in quanto espressione delle comunità locali in diverse tipologie di territori, l'**OP 5**, dedicato alla promozione dello sviluppo sostenibile e integrato per le dimensioni sociale, economica e ambientale e citando espressamente le tematiche del patrimonio culturale, del turismo e della sicurezza nelle aree individuate, viene declinato nei seguenti **Obiettivi Specifici** (ex art. 3 del Reg. FESR):



- **OS 5.1:** *Promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza nelle aree urbane;*
- **OS 5.2:** *Promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza nelle aree diverse da quelle urbane.*

L'**OS 5.1 promuove il miglioramento delle aree urbane funzionali** della Regione Abruzzo, attraverso interventi delle Strategie Territoriali che, a titolo non limitativo, riguardano la rigenerazione del patrimonio pubblico, la riqualificazione di ecosistemi ambientali, lo sviluppo della mobilità sostenibile e azioni di promozione per incrementare l'attrattività del territorio urbano.

9.2.6 - Azione 5.1.1: Rigenerazione dello spazio urbano.

La rigenerazione dello spazio urbano avviene attraverso il recupero del patrimonio edilizio pubblico inutilizzato e/o sottoutilizzato e interventi di riqualificazione urbana **con finalità turistiche, culturali, aggregative e sociali**, nonché volti a sviluppare sistemi urbani intelligenti attraverso soluzioni innovative che possano rispondere ai bisogni concreti della collettività per migliorare la qualità della vita e dei cittadini. Queste azioni possono prevedere il coinvolgimento attivo delle comunità locali per la promozione e la sperimentazione di pratiche di inclusione e innovazione sociale, fornendo nuovo impulso ad un settore ad ampio margine di crescita.

Al fine di favorire il benessere e l'inclusione sociale, sono attuati investimenti volti promuovere il turismo sostenibile, anche attraverso le imprese del settore, con particolare attenzione ai sistemi di produzione locali e ai posti di lavoro. Gli interventi per la riattivazione, valorizzazione di ecosistemi ambientali, quali parchi, spazi verdi, argini di corsi d'acqua, ecc., hanno 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.

Le azioni di **promozione e marketing del territorio urbano**, che risultano come risposta alle esigenze manifestate da una Strategia Territoriale, riguardano la valorizzazione degli elementi identitari della cultura e del turismo e potranno essere rivolte sia ad attrarre turisti dall'esterno del sistema territoriale, sia a comunicare rispetto all'interno del sistema per far percepire ai residenti e alle forze imprenditoriali, le potenzialità della area urbana interessata.

Gli investimenti individuati dalla singola Strategia Territoriale volti a promuovere il patrimonio culturale, con particolare attenzione ai sistemi di produzione locali e ai posti di lavoro, possono essere attuati attraverso l'ente di emanazione regionale "Fondazione Abruzzo Film Commission", che provvede all'erogazione di specifici servizi a favore dei territori interessati.

9.2.7 - Azione 5.2.1: Nuovi investimenti nell'economia della cultura e del turismo.

L'**OS 5.2.** promuove una maggiore attrattività delle aree interne, montane e protette della Regione Abruzzo, sia per i residenti che per i turisti, attraverso la valorizzazione del patrimonio



diffuso di cultura e natura presente nei borghi della Regione, migliorando la fruizione dolce del territorio e, attraverso azioni di promozione e marketing, le peculiarità individuate nelle Strategie Territoriali.

Le principali linee d'intervento includono nuovi investimenti nell'**economia del turismo e della cultura**, finalizzati al riposizionamento dell'offerta turistica dei territori marginali, intervenendo sulla riqualificazione e valorizzazione del patrimonio esistente, incrementando l'attrattività dello stesso, intervenendo sia sui contenitori, che sul contenuto.

Lo stesso tipo di approccio riguarda il patrimonio naturale presente sul territorio, che adeguatamente valorizzato e infra strutturato, in modo ecocompatibile, può rappresentare un elemento per attrarre turisti e visitatori dai territori limitrofi e per conservare la biodiversità.

Al fine di favorire il benessere e l'inclusione sociale, **sono attuati investimenti volti promuovere il turismo sostenibile, anche attraverso le imprese del settore, con particolare attenzione ai sistemi di produzione locali e ai posti di lavoro.**

Le strategie territoriali considerano, su scala sovra comunale:

- **interventi per la fruizione dolce del territorio**, quali il ripristino o il tracciamento di sentieri;
- **interventi per incrementare la mobilità cicloturistica**, collegando i borghi più caratteristici e le peculiarità diffuse sul territorio.

Le azioni di promozione e marketing del territorio interno di una strategia territoriale, potranno consentire di promuovere lo stesso, sia nei confronti di target specifici di turisti, sia nei confronti della stessa popolazione abruzzese residente nelle aree urbane, che spesso non conosce il territorio interno e i servizi ecosistemici che esso svolge, per la protezione dell'ambiente e della biodiversità e nella produzione di prodotti agro alimentari di qualità.

Gli interventi in ambito turistico mirano ad ampliare per tutti i cittadini le opportunità di accesso a pratiche inclusive e sostenibili, rafforzando le filiere settoriali (accoglienza, ospitalità e promozione) che propongono, organizzano e realizzano forme di turismo esperienziale e responsabile.

Il turismo è una delle maggiori attività economiche del mondo, capace di generare ricchezza e occupazione e di favorire lo sviluppo locale. Nonostante i buoni risultati a livello globale, la sostenibilità a lungo termine del settore deve affrontare importanti sfide in termini di compatibilità del modello di crescita con la qualità della vita delle comunità locali, nelle aree urbane e non urbane.

È necessario, per il settore, garantire politiche e pratiche sostenibili che minimizzino gli effetti negativi del turismo sull'uso delle risorse naturali, delle infrastrutture, della mobilità, nonché del suo impatto socioculturale. Di conseguenza, il paradigma della politica turistica dovrebbe passare da un modello orientato alla crescita ad un approccio incentrato sulla qualità di questa crescita e sulla compatibilità con la qualità della vita delle comunità residenti.

Un recente rapporto dell'OCSE sottolinea come lo sviluppo sostenibile del settore dipenda dalla capacità delle destinazioni di promuovere adattamenti alle tendenze economiche, sociali, politiche e ambientali, sottolineando l'emergere di politiche integrate, con la partecipazione del settore privato e



delle comunità locali, al fine di promuovere una crescita più inclusiva.

L'obiettivo, pertanto, deve essere quello di promuovere la conoscenza e la valorizzazione delle culture e delle tradizioni locali, nel rispetto dell'ambiente e dei sistemi di vita dei paesi, dei territori e delle popolazioni ospitanti.

Gli investimenti volti a promuovere il patrimonio culturale e naturale delle aree interne, montane e protette, con particolare attenzione ai sistemi di produzione locali e ai posti di lavoro, **potranno essere attuati anche attraverso l'ente di emanazione regionale "Fondazione Abruzzo Film Commission"**, che provvede all'erogazione di specifici servizi a favore dei territori interessati, attraverso le ricadute degli investimenti nel settore audiovisivo.

Ciò, **al fine di promuovere i territori abruzzesi e le loro peculiarità** (da un punto di vista culturale, artistico, turistico, paesaggistico e industriale):

- *servizi di accoglienza ed assistenza alle produzioni;*
- *sopralluoghi e ospitalità;*
- *professionalizzazione, formazione ed aggiornamento degli operatori della filiera;*
- *facilitazione per convenzioni e permessi per l'uso delle location;*
- *intermediazione tra comparto audiovisivo, tessuto industriale locale e settore bancario e del credito.*

Nella gestione ed erogazione degli aiuti pubblici alle opere audiovisive (sviluppo, produzione, distribuzione e promozione), **la "Fondazione Abruzzo Film Commission", attraendo le produzioni, genera ricadute socioeconomiche sul territorio:**

- **dirette:** acquisti in loco di beni e servizi, effettuati dalle società di produzione per la lavorazione dei film (es: prestazioni lavorative di tecnici e comparse, alberghi, catering, trasporti, etc.);
- **indirette:** acquisti effettuati dalle imprese locali per fornire beni e servizi alle società di produzione (ad es. acquisti di materiali fatti dalla falegnameria incaricata di realizzare il set, dall'elettricista incaricato di fornire illuminazione alla scena, dal ristorante incaricato del catering, etc.);
- **indotte:** crescita dei consumi indotti dall'aumento del reddito dei fornitori locali di prodotti e servizi per la lavorazione del film, le entrate fiscali (dirette e indirette) generate, la promozione e diffusione di opere che valorizzino il patrimonio culturale locale, l'incremento dei flussi turistici e cine-turistici, il consolidamento di brand territoriali fruibili in più ambiti di consumo.

La "Fondazione Abruzzo Film Commission" è proposta, quindi, come uno strumento della Strategia Territoriale, in un'ottica di integrazione territoriale di politiche di sviluppo, le quali, partendo dalla lettura di punti di forza e debolezza di un contesto territoriale, propongano una strategia complessiva di sviluppo locale dalla quale derivino azioni di diversa natura, tra di loro integrate, che contribuiscano in diverso modo ad obiettivi tra loro interrelati. Pertanto, la "Fondazione Abruzzo



Film Commission” non coincide con la Strategia territoriale e non ne assorbe l’intera dotazione finanziaria.

Inoltre, in sinergia con il FSE+, nell’ambito dell’Obiettivo di Policy 4, è opportuno prevedere, anche con specifico riferimento alla “Fondazione Abruzzo Film Commission”, la formazione e l’aggiornamento degli operatori, sia della filiera dell’industria dell’audiovisivo sia del turismo, attraverso specifici percorsi, anche a qualifica.

Come è noto, **gli Obiettivi Specifici 5.1 e 5.2 hanno lo scopo di “Promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza” nelle aree individuate.**

La “Fondazione Abruzzo Film Commission”, attraverso il ruolo di vera e propria promozione del territorio e di valorizzazione del patrimonio esistente, intuendo i possibili vantaggi turistici, culturali ed economici connessi alla sua attività, nonché attraverso l’impiego di risorse comunitarie, sosterrà la produzione di opere che valorizzano i territori che saranno individuati, restituendo loro identità e opportunità di un coinvolgimento attivo, con importanti ricadute sui territori interessati.

La molla che spingerà gli enti territoriali a dar vita alle iniziative della “Fondazione Abruzzo Film Commission” consisterà nella volontà di promuovere il territorio e valorizzare il patrimonio culturale e paesaggistico esistente, suscitando, al contempo, interesse attorno al settore dell’audiovisivo.

Inoltre, la presenza di troupes sul proprio territorio non riveste soltanto un valore culturale ma anche un vantaggio economico non trascurabile, in termini di investimenti e occupazione, con lo sviluppo delle imprese locali di vari settori commerciali e dei servizi: si pensi ad esempio alle spese sostenute dalle produzioni per il vitto e l’alloggio, all’incremento del giro d’affari delle imprese audiovisive locali, alla maggiore richiesta di manodopera di professionisti e maestranze residenti nel territorio e, infine, allo sviluppo del cine turismo.

Sarà necessario intervenire a livello locale, sensibilizzando le istituzioni, gli enti e i singoli operatori, al fine di recuperare il senso di appartenenza e farli diventare partecipi e attivi nel processo di promozione e commercializzazione della destinazione turistica. L’obiettivo è quello di fare leva sulla comunità locale e farla diventare il primo promotore del proprio territorio, comunicando un’immagine e una percezione partecipata e vincente.

Secondo alcuni dati, oltre il 31% dei turisti internazionali hanno scelto almeno una volta per i loro viaggi una meta protagonista di un film, una serie o qualsiasi altro prodotto amato del piccolo o grande schermo. Non c’è da stupirsi, allora, che quello delle produzioni cinematografiche sia diventato, per chi si occupa di promozione del territorio, uno strumento preziosissimo.

Tenuto conto di quanto detto, il finanziamento della “Fondazione Abruzzo Film Commission”, e delle produzioni audiovisive ad essa correlate, nell’ambito dell’OP5, ha come obiettivo le ricadute sul territorio e il coinvolgimento di coloro che lo abitano e lo vivono, e non la mera competitività delle imprese del comparto dell’audiovisivo attraverso investimenti produttivi.

Per concludere, un effetto auspicato è anche la **stabilizzazione demografica**, se non, addirittura, l’aumento della popolazione, perseguita, di norma, attraverso l’interazione tra interventi



nazionali e regionali (scuola, sanità, mobilità) e interventi di sviluppo locale (realizzati attraverso la valorizzazione della cultura e del turismo sostenibile, in grado di generare processi di animazione territoriale volti alla crescita economica e sociale).

9.2.8 - La dotazione finanziaria dell'OP 5 nei settori turismo e cultura.

Nell'ambito dell'OP5 del PR FESR Abruzzo 2021-2027, una parte delle sue allocazioni finanziarie sarà dedicata alle Strategie Territoriali in tema di turismo e cultura.

Complessivamente, per l'OP5 si prevede la seguente dotazione finanziaria:

OP 5 - Europa più vicina ai cittadini				
Obiettivo Specifico	Descrizione	Azioni	Importo € (quota UE 40%)	Importo € (UE+Stato+Region e)
5.1	Promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza nelle aree urbane	Promozione e marketing del territorio urbano	6.000.000,00	15.000.000,00
		Fondazione Abruzzo Film Commission nel territorio urbano		
5.2	Promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo a livello locale, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza nelle aree diverse da quelle urbane	Promozione e marketing del territorio nelle Aree interne	9.200.000,00	23.000.000,00
		Fondazione Abruzzo Film Commission nelle Aree interne		
TOTALE OP 5			15.200.000,00	38.000.000,00

9.3 - Il turismo e la cultura nel Programma Regionale FSC Abruzzo 2021-2027.

Nel ciclo di programmazione del FSC 2021-2027, le risorse sono impiegate su obiettivi strategici, declinati per 12 aree tematiche.

L'area tematica "Competitività e imprese" comprende "Interventi a sostegno di strutture, investimenti e servizi per la competitività delle imprese in tutti i settori, ivi inclusi i settori dell'agricoltura, del turismo e delle imprese culturali e creative". Ai fini dell'individuazione degli obiettivi strategici, l'area è pertanto articolata in tre settori di intervento:

- industria e servizi;
- turismo e ospitalità;
- agricoltura e agroalimentare.

Turismo e ospitalità. Il FSC 2021-2027 è chiamato a svolgere un ruolo importante in favore non solo dei comparti produttivi più direttamente collegati al settore turistico e dell'ospitalità, ma anche degli interventi di valorizzazione degli asset che costituiscono fattori attrattivi per i flussi di



turismo in Italia, come la cultura, la memoria storica, le risorse naturali e le tradizioni locali, incluse le filiere agro-alimentari e la cultura alimentare nel Mezzogiorno, dove tali risorse sono ampiamente sottoutilizzate.

Questo settore necessita di strategie e priorità dedicate, dal momento che la programmazione europea (PNRR e Fondi strutturali 2021-2027) non potrà farsi carico dell'intero fabbisogno di interventi a sostegno dell'attrattività turistica dei territori, di rafforzamento della competitività del sistema delle imprese e di capacitazione delle destinazioni turistiche di questa area del Paese.

Ne consegue l'indicazione di alcuni obiettivi strategici capaci di accrescere l'impatto e la rilevanza delle politiche in campo turistico e salienti per i territori del Mezzogiorno dove il potenziale di crescita del settore non è ancora pienamente valorizzato, tra cui:

- **sostenere il sistema dell'offerta e della promozione turistica verso obiettivi di sostenibilità e di transizione verde**, soprattutto nelle destinazioni più note e consolidate, maggiormente soggette alla pressione antropica dei flussi turistici, con conseguenti impatti negativi sull'ambiente e sulle risorse naturali (zone costiere, aree montane, ecc.) o dove è necessario intervenire per ridurre la congestione degli arrivi, come le città d'arte e le altre mete più frequentate del turismo culturale;
- **promuovere la nascita e consolidare la diffusione di un turismo responsabile, consapevole e inclusivo**, attento alle dimensioni locali e ai valori di prossimità, con il fattivo coinvolgimento delle comunità e degli attori locali, soprattutto a beneficio della domanda interna e privilegiando le destinazioni del Mezzogiorno.

Con specifico riferimento alla competitività delle imprese del turismo si individuano i seguenti obiettivi strategici:

- **consolidare la capacità competitiva delle imprese turistiche**, facilitando l'accesso a servizi avanzati, digitali e ad alta sostenibilità ambientale e favorendo modelli innovativi di business, con maggiore enfasi nel Mezzogiorno, dove la produttività misurata è inferiore rispetto al Centro-Nord;
- **promuovere il miglioramento degli standard qualitativi dei beni e servizi erogati per l'accoglienza e l'ospitalità**, secondo principi di sostenibilità e di adeguatezza ai contesti di riferimento, valorizzando filiere territoriali, reti e altre forme di aggregazione funzionale dei soggetti imprenditoriali;
- **favorire la valorizzazione del patrimonio pubblico sotto-utilizzato** per l'attivazione di servizi di interesse turistico, attraverso percorsi di collaborazione e di partenariato pubblico-privato.

In relazione al **Settore marittimo e logistica portuale**, si prevede il rafforzamento della vocazione di sviluppo economico sostenibile dei porti maggiori (anche attraverso interventi localizzati nelle ZES e di connessione con gli hub logistici, gli aeroporti e le aree industriali).

Il potenziamento della portualità del Mezzogiorno costituisce una preconditione infrastrutturale per lo sviluppo industriale e dei commerci (in quanto facilita il raggiungimento di mercati di sbocco



remoti ma con rilevanti potenzialità di sviluppo). Nello stesso tempo, questi interventi, in quanto orientati alla sostenibilità, offrono l'opportunità di adeguare tempestivamente il settore ai più stringenti requisiti di compatibilità ambientale che deriveranno dal futuro sistema di scambio dei permessi all'emissione (che includerà anche lo shipping marittimo) e dall'iniziativa Fuel EU-Maritime a sostegno di propulsioni alternative nel cabotaggio navale, **innovazioni queste inserite nel pacchetto "Fit for 55" varato nel luglio scorso dalla Commissione Europea:**

- il sostegno alla portualità di rango regionale, intesa come volano di sviluppo locale capace di fare leva sia sulla ripresa dei flussi turistici (ad esempio, con le metropolitane del mare), agendo in sinergia con le azioni prefigurate nell'area tematica "Competitività imprese", sia sulle connessioni funzionali e l'integrazione con il tessuto produttivo e logistico retrostante;
- il sostegno all'intermodalità terra-mare, attraverso l'utilizzazione intelligente di un mix tra sistemi digitali e infrastrutture puntuali a basso impatto (buffer), per allargare le banchine portuali a parità di banchina fisica.

In tema di **Riqualificazione urbana**, gli interventi di recupero ed efficientamento degli edifici pubblici devono mirare ad aumentare la qualità del patrimonio pubblico, che rappresenta il contenitore infrastrutturale dove promuovere interventi a favore dell'inclusione sociale e della valorizzazione culturale, storica e turistica.

9.4 - L'ITS "Turismo e Cultura" e il Programma Regionale FSE Abruzzo 2021-2027.

Gli **Istituti Tecnici Superiori (ITS)** costituiscono uno dei principali segmenti della formazione terziaria non universitaria e rappresentano lo strumento fondamentale per la formazione di figure professionali di alto livello con competenze spendibili nel mercato del lavoro, certificabili e riconoscibili, nel sistema di qualificazione nazionale ed europeo.

In riferimento alla strategia turistica regionale ed alle interazioni e complementarità realizzabili in ottica ed approccio multi-fondo, sarà utile rafforzare e sostenere con i fondi FSE quanto già previsto nel progetto approvato ed affidato alla Fondazione Turismo e Cultura per l'omonimo ITS regionale.

In coerenza con i fabbisogni formativi individuati sono state definite le seguenti traiettorie di azione, intervento ed attività conseguenti e imprescindibili per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo individuati dai piani operativi suddetti, dai programmi di sviluppo locale, delle destinazioni e della competitività dell'offerta regionale.

Fra le traiettorie principali, vere linee di azione evidenziate in più documenti, risultano sicuramente importanti, rilevanti ed inevitabilmente da informative da rendere operative, quelle relative a due linee di azione essenzialmente connesse fra loro:



- A.** Aumento delle potenzialità di sviluppo e competitività attraverso la diffusione della cultura di sistema e di impresa, di mercato, di accoglienza, di opportunità, attraverso attività di sensibilizzazione, animazione, diffusione informazione e formazione adeguatamente programmate e realizzate attraverso azioni mirate nel tempo, per tema e per segmento di interesse, per il trasferimento di know-how utile alla progettazione, allo start up di nuove imprese e professioni, al consolidamento e/o alla riconversione di imprese e professioni attive per la produzione e la gestione di servizi e proposte turistiche competitive, alla ottimizzazione della individuazione ed utilizzo delle risorse disponibili attive o attivabili, all'utilizzo di soluzioni innovative di produzione e gestione dei processi, di strumenti e procedure innovative marketing oriented, in rispondenza con le esigenze della domanda turistica locale, nazionale ed internazionale.
- B.** Aumento della competitività dell'offerta turistica regionale attraverso la implementazione di innovazione di processo e di prodotto - strumenti, modelli, procedure, soluzioni, reti, opportunità tecnologiche, finanziarie e di partnership, nonché attività pilota per la di ricerca e la sperimentazione di quanto sopra, sostenendo azioni di sistema ed integrate fra attori pubblici e privati con programmazioni complementari e migliorative delle rispettive performances.

Si intende, così, promuovere e incentivare la realizzazione di azioni ed attività finalizzate al miglioramento della competitività della offerta regionale turistica aggregata, ovvero allo sviluppo dell'accoglienza e della qualità dell'ospitalità con l'obiettivo di promuovere la creazione di infrastrutture, sistemi, piattaforme, reti, nuovi servizi e formule di sensibilizzazione turistica, di proposte esperienziali – su contenuti afferenti a temi agroalimentare ed enogastronomico, artistico-culturale, naturalistico ed escursionistico, attivo e sportivo - che rispetto a quelle presenti nel mercato, siano competitive per contenuti di originalità e in linea con la nuova strategia del PST regionale e la identità regionale fortemente connessa alla conservazione ed alla sostenibilità.

In linea con le traiettorie sopra indicate, le azioni/attività di seguito proposte avranno come obiettivi principali e di riferimento:

1. Sensibilizzare, informare e formare sia gli operatori attualmente e prossimamente attivi nel turismo e al fine di favorirne la autoimprenditorialità o la integrazione occupazionale con le imprese attive nel turismo e nel suo indotto, sia gli imprenditori e operatori pubblici e privati attivi nel settore turistico e negli altri settori ad esso collegati, al fine di fornire ad essi le competenze, le abilità, gli strumenti, le opportunità in relazione alle loro attitudini e necessità sia in riferimento alle traiettorie sopra definite;
2. Sostenere le imprese e gli operatori turistici, pubblici e privati, nelle fasi di implementazione delle conoscenze acquisite e maturate, al fine di rendere possibile la concreta attivazione di quanto appreso e tradurre le conoscenze in ottimizzazione delle azioni, delle realizzazioni, degli investimenti, delle produzioni, della comunicazione nei rispettivi ambiti di programmazione ed azione pubblica e privata.

Nell'ambito del **PR FSE+ Abruzzo 2021-2027**, in continuità con quanto già attuato con il POR FSE Abruzzo 2014-2020, le azioni per gli ITS hanno l'obiettivo di potenziare l'offerta dei



percorsi e punteranno sulle aree tecnologiche ritenute strategiche per lo sviluppo economico e la competitività regionale, in connessione con i fabbisogni espressi da Industria 4.0.

Le azioni sono complementari rispetto a quanto previsto dal Piano Nazionale sugli ITS.

9.5 - Turismo e Sviluppo Rurale Partecipato nel PSR - FEASR Abruzzo 2021-2027.

Importantissima anche ogni complementarità con i fondi FEASR e il PSR regionale, attraverso il quale vengono sostenuti anche interventi finalizzati allo sviluppo rurale.

Utile e necessaria è ritenuta la complementarità di spesa per quanto concerne le risorse affidate ai GAL (Gruppi di Azione Locale) per quanto concerne lo sviluppo locale partecipato, invitando la autorità di gestione del PSR a favorire azioni ed interventi a finalità turistica in stretta coerenza con il Piano Strategico Turistico regionale. Innescando utili partnership fra i GAL che gestiscono lo sviluppo territoriale e gli organismi di Governance Turistica regionale per quanto attiene alle competenze loro assegnate dalle attuali Leggi regionali.

9.6 – Raccordo e Protocolli con altri organismi attivi a favore del turismo

Come già richiamato in precedenza a conclusione della parte dedicata alla Strategia Turistica Regionale, sarà utile recuperare intese e protocolli già siglati in passato dal Dipartimento Turismo con Le provincie e con i Parchi Nazionali, producendo convergenze di spesa e aumento degli investimenti complessivi coerenti e coordinati con la strategia suddetta.

Allo stesso modo sarà efficace definire formalmente intese quadro e convenzioni specifiche con le CCIAA, fornendo loro la concreta ed effettiva opportunità di ottimizzare gli investimenti finalizzati al turismo in coerenza con la strategia regionale ed in complementarità con le risorse gestite dalla regione Abruzzo.

Necessario considerare infine anche i progetti finanziati direttamente dal Governo centrale (es: Patti Territoriali, Progetti per la Montagna, Sovvenzioni aree SNAI, etc.) in modo da consentire una complementarità di spesa ed una più equa distribuzione territoriale delle risorse in riferimento ad azioni aggiuntive gestite da Partenariati di Progetto, sempre ed in coerenza con la strategia turistica regionale.



9.7 – La Cooperazione Territoriale Europea

La **Cooperazione Territoriale Europea** (CTE), meglio nota come **Interreg**, è uno degli obiettivi della politica di coesione europea che mira a sviluppare soluzioni congiunte, al fine di valorizzare e accrescere le potenzialità dei territori degli Stati Membri coinvolti, al di là del contesto nazionale.

Le azioni di cooperazione sono sostenute dal FESR, attraverso tre componenti chiave: cooperazione transfrontaliera, cooperazione transnazionale, cooperazione interregionale, che mirano a risolvere i problemi che trascendono i confini nazionali e richiedono una soluzione comune, nonché a sviluppare congiuntamente le potenzialità dei diversi territori.

Nel periodo 2021-2027, **la cooperazione territoriale europea avrà quattro componenti (sezioni):**

- **cooperazione transfrontaliera (Interreg A);**
- **cooperazione transnazionale (Interreg B);**
- **cooperazione interregionale (Interreg C);**
- **cooperazione delle regioni ultraperiferiche (Interreg D).**

Nel corso del periodo di programmazione 2021-2027, circa 8 miliardi di euro (a prezzi 2018) saranno destinati alla cooperazione territoriale europea. Tali risorse saranno suddivise come segue:

- 72,2 % (vale a dire, un totale di 5.812.790.000 EUR) per la cooperazione transfrontaliera terrestre e marittima;
- 18,2 % (cioè, un totale di 1.466.000.000 EUR) per la cooperazione transnazionale;
- 6,1 % (vale a dire, un totale di 490.000.000 EUR) per la cooperazione interregionale;
- 3,5 % (vale a dire, un totale di 281.210.000 EUR) per la cooperazione delle regioni ultraperiferiche.

In un mercato sempre più competitivo, sono aumentate le sfide a cui il settore del **turismo** europeo deve far fronte. Di conseguenza, i Fondi strutturali europei sono diventati gli strumenti attraverso i quali le istituzioni europee perseguono **le azioni volte a:**

- stimolare la **competitività del settore turistico in Europa;**
- promuovere **lo sviluppo di un turismo sostenibile**, responsabile e di qualità;
- consolidare **l'immagine e la visibilità dell'Europa** come insieme di destinazioni.

9.8 – Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

Il **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza** (PNRR) è stato approvato con Decisione del



Consiglio dei Ministri ECOFIN UE del 13 luglio 2021.

Ai progetti d'investimento in materia di **turismo** – Missione 1, Componente C3 “Turismo e cultura” – sono assegnati complessivi 2miliardi e 400milioni di euro.

Le azioni includono il miglioramento delle strutture ricettive e dei servizi collegati, la realizzazione di investimenti pubblici per una maggiore fruibilità del patrimonio turistico, il sostegno al credito per il comparto turistico e incentivi fiscali a favore delle piccole e medie imprese del settore.

I principali interventi sono il Digital Tourism Hub, i Fondi per la competitività delle imprese turistiche, il progetto Caput Mundi – New Generation EU per i grandi eventi turistici e la riforma dell'Ordinamento delle professioni delle guide turistiche.

L'obiettivo di queste nuove misure è **aumentare la capacità competitiva delle imprese e promuovere un'offerta turistica basata su sostenibilità ambientale, innovazione e digitalizzazione dei servizi** (ad esempio, potenziare digitalmente o rendere più green un'azienda).

La parte più consistente degli investimenti nel settore del turismo (**1,79 miliardi**) riguarda la misura denominata “**Fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche**”. Tale investimento si suddivide poi al suo interno in ulteriori **quattro sotto-voci** che prevedono, appunto, *la creazione di nuovi fondi o l'introduzione in quelli già esistenti di voci dedicate al sostegno delle imprese turistiche*. A ciò, si aggiunge anche *l'estensione del credito d'imposta* volto ad agevolare investimenti nel settore.