



## **Workshop "La Valle delle Abbazie: progetto per la definizione di itinerari turistici religiosi nelle Valli del Vomano e del Mavone".**

Forum di discussione su idee e proposte operative tra:  
amministratori, esperti, operatori, associazioni e cittadini.

Canzano, Palazzo De Berardinis, 27 settembre 2014

Workshop con metodo EASW®

Con il supporto di: Regione Abruzzo, Unione dei Comuni "Colline del Medio Vomano".



Associazione Itaca

Organizzazione e gestione del  
workshop a cura di:

Facilitatori: Francesca De Angelis, Marta D'Eugenio, Luciano Di Giovannantonio, Alessandro Santone, Mauro Vanni

# INDICE

## **1. Introduzione al Workshop**

“La Valle delle Abbazie: progetto per la definizione di itinerari turistici religiosi nelle Valli del Vomano e del Mavone”

## **2. Il “Seminario Europeo di Simulazione Partecipativa”: metodologia.**

(European Awareness Scenario Workshop – EASW ®)

## **3. Programma del forum**

### **4. Prima sessione di lavoro – Gli Scenari per gruppi di settore**

**4.1** Gruppi di lavoro settoriali

**4.2** Scenari /Visioni future di settore

### **5. Seconda sessione – Dallo Scenario Comune alle Azioni tematiche**

**5.1** Gruppi di lavoro tematici

**5.2** Idee/proposte tematiche

### **6. Sintesi delle idee comuni e momento di confronto conclusivo**

**6.1** Tabella riassuntiva

### **7. Elenco partecipanti**

# **1. Introduzione al workshop “La Valle delle Abbazie: progetto per la definizione di itinerari turistici religiosi nelle Valli del Vomano e del Mavone”**

## **Chi ha partecipato?**

Amministratori, esperti, operatori, associazioni e cittadini.

## **Perché?**

L’allestimento di un forum di operatori locali interessati dal progetto fa parte delle attività legate alla promozione dello stesso nell’ottica di uno sviluppo sinergico volto a tutelare e valorizzare le risorse locali attraverso un approccio integrato tra i diversi attori del territorio che permetta di innescare un circolo virtuoso grazie allo scambio di idee e buone pratiche.

Lo svolgimento dell’incontro è stato strutturato secondo la metodologia EASW promossa dall’Unione Europea al fine di incentivare la partecipazione sociale nei processi di innovazione e sviluppo sostenibile come strumento di supporto tecnico e propedeutico per le attività di progettazione partecipata.

## **Obiettivi e risultati attesi:**

- Promuovere la partecipazione attiva ai processi decisionali.
- Favorire il confronto creativo tra portatori di interessi diversi.
- Stimolare una collaborazione che superi le barriere di competenza territoriale.
- Approfondire i temi di interesse comune e garantire la circolazione delle informazioni.
- Stabilire delle priorità d'intervento per l'elaborazione di un piano d'azione condiviso.

## **2. Il “Seminario Europeo di Simulazione Partecipativa”: metodologia. (European Awareness Scenario Workshop – EASW ®)**

La metodologia European Awareness Scenario Workshop (EASW) è nata per stimolare la partecipazione democratica in progetti finalizzati allo sviluppo sostenibile di un territorio ed è costruita su due attività principali: lo sviluppo di scenari e la proposta di idee.

In un EASW i partecipanti, affiancati da un gruppo di facilitatori, si incontrano per scambiare opinioni, sviluppare una visione condivisa sul futuro della propria comunità e proporre idee su come realizzarla, rispondendo alle seguenti domande fondamentali:

- **Come** è possibile risolvere i problemi identificati? Si dovrà puntare più sulla tecnologia o su soluzioni organizzative?
- **Chi** è principalmente responsabile della loro soluzione? Le autorità locali, i cittadini o entrambi?

Ad un EASW partecipano 24-28 persone che devono essere rappresentative della realtà in cui operano e generalmente vengono scelti tra quattro diversi gruppi di interesse: cittadini, esperti, amministratori pubblici e rappresentanti del settore privato.

La discussione si sviluppa su quattro temi specifici, legati all'argomento del workshop e scelti in modo da consentire un'analisi integrata delle possibili soluzioni.

L'output finale è un documento di sintesi contenente le soluzioni elaborate dai partecipanti dalle quali partire per affrontare le problematiche oggetto del confronto.

### 3. Programma del forum

Durante la prima sessione i partecipanti, divisi per gruppi d'interesse (amministratori, tecnici, operatori turistici, associazioni, cittadini) e coadiuvati da un facilitatore, hanno individuato i possibili scenari futuri di cambiamento positivo in relazione ai seguenti temi-focus:

- **Fruibilità e accessibilità dei siti per rispondere alla necessità di valorizzazione del patrimonio esistente.**

Le mappature del territorio e la realizzazione di un video 3d che permette di visualizzare l'interno degli edifici di interesse via internet, rappresentano un primo passo verso una maggiore accessibilità di tali strutture, spesso non pienamente godibili a causa della mancanza o della scarsa preparazione di personale addetto all'accoglienza.

Riflettere sugli interventi di gestione e messa a sistema dei beni come ambiti di visita dell'itinerario ma anche come nuove occasioni di auto-imprenditorialità.

- **Servizi ai turisti per individuare un'offerta strutturata in grado di soddisfare un mercato più ampio.**

Il turismo religioso è un mercato che muove più di trecento milioni di persone l'anno, per un giro di affari di oltre 18 milioni di dollari, di cui 4,5 generati solo in Italia. Il Santuario di San Gabriele attrae 2 milioni visitatori, quasi esclusivamente giornalieri. Lo sviluppo di pacchetti turistici il cui valore aggiunto sia rappresentato dall'integrazione dei beni e dei servizi disponibili, individuati seguendo criteri di relazione e compenetrazione tra i numerosi attrattori del territorio, è un aspetto finora deficitario della proposta turistica espressa dal territorio.

- **Qualità ambientale per elaborare percorsi condivisi negli ambiti strategici della sostenibilità.**

L'ecoturismo (che incorpora buona parte delle attività outdoor: trekking, cicloturismo, ippoturismo, pescaturismo) rappresenta, insieme al wellness, un settore potenzialmente complementare a quello

religioso e fa parte dei prodotti sui quali l'Abruzzo può vantare un patrimonio di risorse decisamente valido, da tutelare e valorizzare. Ai percorsi di pellegrinaggio si potrebbero agevolmente accostare proposte di fruizione a piedi, in bici e a cavallo attraverso tour-scoperta del territorio, didattica ambientale, enogastronomia, ecc... Una delle sfide è garantire la segnalazione e la manutenzione dei percorsi e preservare una buona qualità del paesaggio e del territorio.

• **Promozione e comunicazione del progetto per contribuire all'implementazione e al potenziamento dello stesso.**

Riflettere sulle modalità ritenute più opportune al fine di promuovere e comunicare in modo diretto e riconoscibile l'itinerario, ma anche i territori interessati, i pacchetti turistici e i prodotti locali ad esso legati. Procedere quindi all'identificazione dei canali più appropriati per veicolare l'immagine dell'itinerario e all'elaborazione di suggerimenti d'azione da mettere in atto per dare seguito alle proposte emerse durante la discussione.

Nella seconda parte della giornata, dopo un breve rinfresco, i gruppi sono stati ridefiniti per categorie tematiche (come indicato sopra) e il dibattito ha preso forma attraverso lo sviluppo, da parte dei singoli gruppi, di possibili idee-progetto utili alla realizzazione di azioni volte al raggiungimento degli scenari auspicabili precedentemente individuati.

Dalla valutazione in plenaria delle migliori idee proposte è scaturito un elenco delle priorità di intervento sulla base delle quali elaborare un piano d'azione condiviso.

#### **4. Prima sessione di lavoro – Gli Scenari per gruppi di settore**

Nella prima fase i partecipanti, dopo una breve sessione introduttiva, hanno lavorato in 4 gruppi di interesse, in ragione dell'appartenenza ad una stessa categoria sociale (cittadini, amministratori ecc.). Durante il lavoro di gruppo i partecipanti, coadiuvati da un facilitatore, sono stati invitati a proiettarsi nel futuro per immaginare uno scenario positivo/negativo, in relazione ai temi della discussione, e identificare i fattori che hanno portato alla definizione di tale scenario. Questa visione doveva prospettare in modo preciso le soluzioni adottate (Chi ha fatto cosa? Come lo ha fatto?) Le visioni elaborate da ciascun gruppo sono poi state presentate in una sessione plenaria al fine di individuare gli elementi comuni che sarebbero stati alla base della successiva fase di lavoro (proposta di idee concrete).

##### **4.1 Gruppi di lavoro settoriali:**

- Gruppo Amministratori
- Gruppo Esperti
- Gruppo Operatori
- Gruppo Cittadini/Associazioni

## 4.2 Scenari / Visioni future di settore

### **GRUPPO: OPERATORI**

**SLOGAN PROPOSTO: *IL FUTURO DELLE ABBAZIE TRA FEDE, NATURA E CULTURA.***

#### **BREVE DESCRIZIONE SCENARIO:**

Ecco come vediamo la Valle delle Abbazie nel futuro.

Vista come una valle che guarda al futuro con fiducia, considerando il passato e il territorio.

#### **FRUIBILITA'**

- Strade percorribili
- Rete di trasporto pubblico integrato
- Cartellonistica
- Segnaletica stradale e relativa al progetto

#### **SERVIZI AI TURISTI**

- Punto informativo unico
- Servizio di guide turistiche
- Strutture ricettive
- Vari tipi di percorsi

#### **QUALITA' AMBIENTALE**

- Sentieri puliti e sistemati
- Sentieri indicati
- Vari tipi di raccolta differenziata
- Offerta turistica ecosostenibile
- Manutenzione borghi

#### **PROMOZIONE E COMUNICAZIONE**

- Collaborazione con gli altri siti/social/testate giornalistiche
- Posizionamento del sito
- Promozione del turismo religioso, artistico, culturale e naturalistico
- Promozione mirata ai target



**GRUPPO: AMMINISTRATORI**

**SLOGAN: *UNA VALLE, UNA FEDE, MOLTI LUOGHI***

**BREVE DESCRIZIONE SCENARIO:**

La valle della fede, la cultura di un popolo tra arte e tradizioni.

**FRUIBILITA'**

- Accessibilità ai luoghi
- Abbattimento barriere architettoniche
- Segnaletica adeguata

**SERVIZI AI TURISTI**

- Guide preparate
- Bus navetta
- Aree ristoro, bar, servizi igienici
- Ricettività/free wifi
- Buona accoglienza
- Punto informativo presso Santuario di San Gabriele

**QUALITA' AMBIENTALE**

- Buona viabilità
- Pulizia e decoro
- Parcheggi decentrati
- Integrità dell'ambiente

**PROMOZIONE E COMUNICAZIONE**

- Materiale cartaceo/audiovisivo aggiornato (sito internet)
- Partecipazione workshop e fiere
- Inserito redazionale sui media

## **GRUPPO: ESPERTI**

**SLOGAN: VALLE DELLE ABBAZIE: TERRITORIO DI EMOZIONI**

### **BREVE DESCRIZIONE SCENARIO:**

Reti di itinerari tematici che raccontino il territorio, tra passato e futuro, attraverso i suoi abitanti, la sua storia, i suoi paesaggi, le sue emozioni.

#### **FRUIBILITA'**

- Punti informativi
- Itinerari tematici segnalati
- Collegamento con itinerari più ampi
- Intermodalità
- Monumenti accessibili

#### **QUALITA' AMBIENTALE**

- Coltivazione di qualità
- Ripristino vecchi camminamenti (green ways)
- Parchi fluviali

#### **SERVIZI AI TURISTI**

- Pacchetti organizzati e consolidati con gli operatori del territorio
- Club di prodotto
- Carta del pellegrino
- Turismo scolastico

#### **PROMOZIONE E COMUNICAZIONE**

- Gestione unitaria degli itinerari
- Materiale informativo ad hoc
- Testimonial
- Blogger internazionali
- Gadget

**GRUPPO: ASSOCIAZIONI/CITTADINI**

**SLOGAN: *NON SOLO SAN GABRIELE***

**BREVE DESCRIZIONE SCENARIO:**

Sistema integrato sostenibile: la civiltà al centro.

**FRUIBILITA'**

- Persone che rendono accessibile sito e accoglienza preparata grazie a finanziamenti integrati e collaborazione territoriale enti/ privati
- Abbattimento barriere architettoniche
- Feste ed eventi per far conoscere i siti
- Collaborazione tra ente proprietario e pubblico (sovrintendenza, diocesi..)
- Incontri di sensibilizzazione con le scuole

**SERVIZI AI TURISTI**

- Collaborazione tra attori sociali e creazione di una rete di servizi integrati
- Incontro annuale di aggiornamento e formazione continua operatori
- Percorso di mezzi pubblici ecologici e servizi igienici
- Eventi per target specifici
- Aree dedicate per servizi commerciali

**QUALITA' AMBIENTALE**

- I comuni sono impegnati nell'attuazione di un piano regolatore
- Particolare attenzione da parte di enti e comunità per le zone interessate
- La regione continua a sostenere e monitorare il progetto
- Creazione di percorsi ciclo-ippo-pedonali ed eventi "naturali" a cura di associazioni e cooperative.

**PROMOZIONE E COMUNICAZIONE**

- Più consapevolezza e collaborazione tra gli operatori
- Cooperazione con altre zone turistiche (costa, montagna...)
- Accostamento del marchio ad altre attrazioni (altri percorsi religiosi...)
- Passaparola e socialità autentica
- Coinvolgimento locali in eventi di promozione
- Coinvolgimento giovani e comunicazione social.

## **5. Seconda sessione – Dallo Scenario Comune alle Azioni tematiche**

Nella seconda fase i partecipanti sono stati chiamati a lavorare in gruppi tematici, ovvero formati combinando tra loro i partecipanti in funzione del tema di discussione. Ciascun gruppo aveva così al suo interno rappresentanti di diversi interessi e si è occupato, partendo dalla visione comune, di proporre idee concrete su come realizzarla e chi avrebbe dovuto assumersi la responsabilità della loro realizzazione rispetto al tema assegnato. Questo secondo insieme di attività, sempre guidato da un facilitatore, prevedeva un momento di lavoro individuale in cui ogni membro del gruppo poteva formulare un numero limitato di idee, e uno collettivo in cui tali idee sono state presentate e votate prima internamente al gruppo e successivamente in sessione plenaria.

### **5.1 Gruppi di lavoro tematici**

- Gruppo Servizi ai turisti
- Gruppo Qualità ambientale
- Gruppo Fruibilità e accessibilità
- Gruppo Promozione e comunicazione

## 5.2 Idee/proposte tematiche

Il seguente schema riporta una sintesi delle proposte presentate dai gruppi tematici anticipandone la classifica risultante dalla successiva votazione (vedi paragrafo 6.1).

IDEA	DESCRIZIONE	VOTI
<b>1. Radici</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Chi:</b> associazioni.</li><li>• <b>Cosa:</b> laboratori e azioni di sensibilizzazione ai ragazzi sulla storia e la radici del territorio.</li><li>• <b>Come:</b> rapportandosi con i circoli didattici e proponendo un percorso didattico articolato in lezioni d'aula e visite sul campo.</li></ul>	<b>7</b>
<b>2. Pacchetti turistici tematici</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Chi:</b> Comuni, Associazioni, Privati, Scuole, Operatori,...</li><li>• <b>Cosa:</b> pacchetti turistici a carattere tematico (religioso, sportivo, natura) da coordinare con eventi locali che servano anche a far conoscere il territorio ai residenti. Interazione con le scuole per didattica e gite scolastiche collegate.</li><li>• <b>Come:</b> accordi tra operatori e messa in rete di eventi già esistenti e di altri progettati ad hoc. Gemellare i comuni della Valle.</li></ul>	<b>5</b>
<b>3. Mobilità sostenibile (mezzi pubblici)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Chi:</b> gestori trasporti/comuni.</li><li>• <b>Cosa:</b> sviluppo di una viabilità sostenibile che incentivi l'utilizzo di mezzi pubblici.</li><li>• <b>Come:</b> incremento del numero di corse giornaliere per collegare i borghi. Adeguamento dei mezzi di trasporto ai disabili e al</li></ul>	<b>5</b>

	trasporto di bici e attrezzature sportive. Aree sosta per camper con parcheggi interscambio.	
<b>4. Sentieri aperti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> amministrazioni e privati, associazioni.</li> <li>• <b>Cosa:</b> riapertura e manutenzione sentieri e percorsi ciclopedonali e a cavallo.</li> <li>• <b>Come:</b> organizzazione di giornate ecologiche che coinvolgano tutti nell'azione di pulizia.</li> </ul>	<b>5</b>
<b>5. Territori connessi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> amministrazioni comunali.</li> <li>• <b>Cosa:</b> tracciare e indicare le diverse tipicità del territorio immediatamente fruibili in modo semplice e aperto a tutti.</li> <li>• <b>Come:</b> creazione di un'applicazione che individui percorsi e luoghi visitabili di ogni singola zona, grazie alla creazione di una rete wifi gratuita. Realizzazione di materiale cartaceo.</li> </ul>	<b>5</b>
<b>6. Portale web, marchio e territorio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> esperti, operatori.</li> <li>• <b>Cosa:</b> aumentare la visibilità del marchio e del territorio.</li> <li>• <b>Come:</b> 1) portale web curato da un esperto; 2) social a cura dei singoli operatori orchestrati ad un organo di riferimento.</li> </ul>	<b>4</b>
<b>7. Punto informativo a San Gabriele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> comuni, personale specializzato.</li> <li>• <b>Cosa:</b> aumentare l'accessibilità ai siti e alle informazioni relative.</li> <li>• <b>Come:</b> 1) punto informativo centrale a San Gabriele; 2) bacheche informative/QR Code in ogni struttura; 3) guide e responsabili di gestione delle chiavi in grado di illustrare, accogliere e comunicare (lingue straniere).</li> </ul>	<b>4</b>
<b>8. Audioguida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> unione dei comuni/associazione Itaca.</li> <li>• <b>Cosa:</b> audioguida o videoguida associati al QRcode da applicare</li> </ul>	<b>3</b>

	<p>sulla cartellonistica.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Come:</b> contattando associazioni che si occupano di guide turistiche.</li> </ul>	
<p><b>9. Punto informativo fisico e virtuale</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> cooperativa di servizi, fondazione, enti (servizio civile).</li> <li>• <b>Cosa:</b> punto informativo fisico (con sede) e virtuale (sito web - app per palmari - cellulari) con itinerari, luoghi, orari, recapiti, ...</li> <li>• <b>Come:</b> apertura punto informazioni; creazione sito web, call center, chat on line, creazione app (vedi app UniTe sul turismo religioso creato dalla prof. Morselli).</li> </ul>	<p><b>3</b></p>
<p><b>10. Valle delle Abbazie Day</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> Unione dei comuni / Associazione ITACA</li> <li>• <b>Cosa:</b> giornate dedicate alla Valle delle Abbazie.</li> <li>• <b>Come:</b> proponendo escursioni e camminate; realizzando concerti nei diversi paesi attraverso il coinvolgimento di tutti i musicisti presenti nel territorio; aperti anche i punti di ristoro.</li> </ul>	<p><b>2</b></p>
<p><b>11. Biglietto unico</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> amministrazioni, associazioni, cittadini.</li> <li>• <b>Cosa:</b> aumentare la qualità dei trasporti e della mobilità in generale.</li> <li>• <b>Come:</b> 1) manutenzione strade, sentieri, segnaletica attraverso finanziamenti dedicati; 2) incremento trasporti pubblici e creazione biglietto unico o combinazione di mezzi.</li> </ul>	<p><b>1</b></p>
<p><b>12. Tracciamento fisico percorsi con loro individuazione cartografica</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chi:</b> provincia, comuni, fondazione pubblico/privata.</li> <li>• <b>Cosa:</b> tracciamento fisico percorsi con loro individuazione cartografica, tabellazione e dotazione di attrezzature (punti informativi, aree sosta, ecc.).</li> <li>• <b>Come:</b> pianificazione (anche all'interno degli strumenti quali</li> </ul>	<p><b>1</b></p>

	PRG, PTP,...); progettazione e realizzazione itinerario e attrezzature. Sponsor e bandi pubblici potrebbero essere utilizzati per il finanziamento.	
--	---	--

### **ALTRI SPUNTI:**

- Cartello stradale con il logo della Valle delle Abbazie e indicazione del sito web.  
A cura di ITACA, associazioni, enti, privati.  
Con un finanziamento pubblico e il supporto di una ditta specializzata.
- Tutti i siti web di istituzioni/associazioni/ristoranti/hotel dovrebbero linkare [valledelleabbazie.it](http://valledelleabbazie.it)
- Adesivi logo sulle vetrine delle strutture convenzionate.

### **6. Sintesi delle idee comuni e momento di confronto conclusivo**

Il workshop si è concluso con la votazione delle idee precedentemente esposte da parte dei partecipanti: ogni partecipante aveva a disposizione un numero massimo di voti che poteva assegnare ad una o più idee degli altri gruppi.

Per garantire il rispetto di questo criterio si è provveduto alla classificazione dei gruppi con un colore distintivo che avrebbe identificato il voto per appartenenza tematica.

I facilitatori hanno quindi provveduto al conteggio dei voti.

Alla comunicazione della classifica ottenuta è seguito un momento conclusivo di confronto, sempre in plenaria, per chiarire eventuali dubbi o questioni aperte.



Dalla valutazione delle idee più votate è scaturita l'elaborazione di un piano d'azione condiviso e di un rapporto sul lavoro svolto durante il workshop che è stato inviato a tutti i partecipanti al fine di garantire continuità al progetto.

## 6.2 Tabella riassuntiva

La tabella seguente illustra una sintesi degli scenari al 2030 proposti dai gruppi di interesse (amministratori pubblici, esperti, operatori, cittadini/associazioni). Vengono proposti:

- i possibili slogan;
- i principali fattori di successo per la concretizzazione dello scenario.

SLOGAN SCENARIO
<i>Natura, fede, emozioni.</i>
BREVE DESCRIZIONE
La Valle delle Abbazie propone una rete di itinerari tematici che raccontano il territorio, attraverso i suoi abitanti, la sua storia, i suoi paesaggi, le sue emozioni. Un sistema integrato e sostenibile che pone la civiltà al centro. E' la valle della fede, che guarda al futuro con fiducia, considerando il passato, il territorio e la cultura di un popolo tra arte e tradizioni.

FRUIBILITA'	SERVIZI AI TURISTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaborazione tra enti proprietari e pubblico (sovrintendenza, diocesi,...)</li> <li>• Segnaletica stradale adeguata</li> <li>• Cartellonistica dedicata degli itinerari tematici</li> <li>• Collegamenti con itinerari più ampi</li> <li>• Monumenti accessibili</li> <li>• Abbattimento barriere architettoniche</li> <li>• Buona viabilità</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accoglienza professionale e guide preparate</li> <li>• Eventi e feste per target specifici</li> <li>• Collaborazione e creazione di una rete integrata dei servizi (ristorazione, alloggio, ...)</li> <li>• Bus navetta, rete di trasporti integrati con mezzi sostenibili</li> <li>• Formazione continua agli operatori</li> <li>• Carta del pellegrino</li> <li>• Club di prodotto</li> <li>• Turismo scolastico</li> <li>• Proposte differenziate e Pacchetti organizzati e consolidati con gli operatori del territorio</li> <li>• Ricettività/free wifi</li> <li>• Aree commerciali dedicate (ristoro, bar, servizi igienici)</li> <li>• Punto informativo unico (anche presso San Gabriele)</li> </ul>

QUALITA' AMBIENTALE	PROMOZIONE E COMUNICAZIONE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pianificazione e programmazione attenta gli attrattori</li> <li>• Greenways e valorizzazione di percorsi a piedi, a cavallo, in bici...</li> <li>• Parchi fluviali</li> <li>• Parcheggi decentrati</li> <li>• Integrità dell'ambiente</li> <li>• Pulizia e decoro (es. raccolta differenziata)</li> <li>• Manutenzione dei borghi</li> <li>• Offerta turistica ecosostenibile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marchio d'area</li> <li>• Cooperazione con altre aree territoriali (costa e montagna)</li> <li>• Passaparola e socialità autentica</li> <li>• Coinvolgimento dei giovani e utilizzo dei social network</li> <li>• Consapevolezza degli operatori</li> <li>• Gestione unitaria degli itinerari</li> <li>• Testimonial</li> <li>• Blogger internazionali</li> <li>• Gadget</li> <li>• Materiale informativo ad hoc (cartaceo, audiovisivo aggiornato)</li> <li>• Sito internet e posizionamento</li> <li>• Partecipazione a workshop e fiere</li> <li>• Inserti redazionali sui media</li> <li>• Promozione coerente con i target individuati</li> </ul>

## **7. Elenco partecipanti**

Davide Baiocco

Franco Campitelli

Marina De Carolis

Davide De Luca

Mariaconcetta D'Ercole

Graziano Di Crescenzo

Fabiana Di Domenico

Florideo D'Ignazio

Raffaele Di Marcello

Costantino Di Marco

Emanuela Di Mattia

Bruno Di Pasquale

Vincenzo Fabri

Antonio Gumina

Martina Iachini

Carla Konsten

Francesco Marcheggiani

Elvira Primiero

Teresa Primiero

Domenico Saccomandi

Don Gianni Sicchiero

Antonio Taraschi

Antonia Tinelli

Simone Tinelli