

# AppenninOpenAir

## *Il turismo outdoor è per tutti*

### La Banca delle Idee di AppenninOpenair

Questo documento raccoglie in forma sintetica e operativa tutte le idee e gli spunti emersi nel **percorso di ascolto e coprogettazione attivato con la comunità locale nell'ambito di AppenninOpenAir 2025.**

La "**Banca delle Idee**" nasce come **strumento dinamico** per alimentare processi di innovazione sociale e sviluppo territoriale, con un focus sul turismo lento, sostenibile e accessibile a tutte e tutti. Ogni proposta contenuta è frutto dell'**intelligenza collettiva** attivata nei laboratori e nei momenti di confronto che sono stati guidati da Social Seed nel corso del 2024-2025, e si propone come una possibile risposta concreta per migliorare l'attrattività, i servizi, la mobilità e il benessere nel territorio appenninico.

Le idee sono state organizzate per ambiti tematici e trasformate in **proposte operative**, ciascuna arricchita da un'indicazione dei possibili attori coinvolti e delle risorse necessarie alla realizzazione. L'obiettivo è duplice: da un lato, **ispirare** chi vuole mettersi in gioco per promuovere il territorio; dall'altro, **offrire una base progettuale condivisa** a istituzioni, imprese e organizzazioni che desiderano collaborare per un Appennino più vivo, accogliente e connesso.

#### INDICE DEI GRUPPI TEMATICI DI IDEE:

- A. MIGLIORARE L'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO
- B. INNOVAZIONE E TECNOLOGIA
- C. MICROSERVIZI PER RILANCIARE L'OFFERTA TURISTICA
- D. MOBILITÀ E COLLEGAMENTI

Soggetti attuatori



Partner



## A. MIGLIORARE L'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO

### 1. Formazione di guide locali e cultura dell'accoglienza

**Proposta:** Avviare un programma formativo per operatori turistici e cittadini per diventare "ambasciatori del territorio".

**Attori:** Comuni, Pro Loco, operatori turistici, scuole locali, enti di formazione.

**Risorse:** finanziamenti pubblici/regionali, docenti esperti, sedi per la formazione.

### 2. Comunicazione sinergica del territorio

**Proposta:** Campagna di branding territoriale coordinata, con materiali condivisi.

**Attori:** Comuni, Unioni, ATL, Social Media Manager, aziende del territorio.

**Risorse:** budget comunicazione, strumenti digitali condivisi, professionisti del settore.

### 3. Offerta turistica destagionalizzata

**Proposta:** Calendario di eventi ed esperienze per periodi di bassa affluenza.

**Attori:** Reti di imprese turistiche, Pro Loco, organizzatori culturali.

**Risorse:** fondi per eventi, comunicazione mirata, facilitatori territoriali.

### 4. Itinerari esperienziali con gli abitanti

**Proposta:** Creare percorsi tematici guidati da residenti con focus su storie locali.

**Attori:** Comunità locali, narratori di comunità, associazioni culturali.

**Risorse:** formazione dei residenti, materiali multilingua, assicurazione.

### 5. Percorsi culturali per la terza età

**Proposta:** Laboratori ed escursioni leggere pensate per over 65.

**Attori:** Auser, cooperative sociali, guide turistiche, ATS.

**Risorse:** trasporto dedicato, educatori, accessibilità.

Soggetti attuatori



Partner



## 6. Festival diffusi e attività itineranti

**Proposta:** Realizzazione di eventi artistici e culturali itineranti nei borghi.

**Attori:** enti locali, artisti, operatori culturali, scuole.

**Risorse:** fondi per eventi, permessi, materiali tecnici.

## 7. Attività continue per giovani

**Proposta:** Rassegne e corsi sportivo/artistici rivolti alla popolazione locale under 35.

**Attori:** associazioni giovanili, palestre, centri culturali.

**Risorse:** istruttori, spazi attrezzati, borsa per partecipazione.

## 8. Rete di prodotti biologici locali

**Proposta:** Coordinamento fra produttori bio per vendita diretta e promozione.

**Attori:** aziende agricole, GAL, Slow Food.

**Risorse:** mappa interattiva, piattaforma e-commerce, logistica condivisa.

## 9. Mercati contadini ed eventi enogastronomici

**Proposta:** Organizzazione e promozione di fiere stagionali con degustazioni e musica.

**Attori:** produttori locali, Pro Loco, ristoratori.

**Risorse:** spazi pubblici, permessi, materiali promozionali.

## 10. Spazi verdi per famiglie

**Proposta:** Realizzazione di un'area verde attrezzata con attività educative su natura e bosco.

**Attori:** famiglie, associazioni ambientaliste, educatori outdoor.

**Risorse:** area pubblica o in comodato, giochi, formatori.

Soggetti attuatori



Partner



## B. INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

### 11. Portale turistico integrato

**Proposta:** Sviluppo di un sito unico con info, eventi e servizi prenotabili.

**Attori:** Comuni, DMO locali, sviluppatori web.

**Risorse:** budget sviluppo, hosting, team redazionale.

### 12. Podcast e QR code sui cammini

**Proposta:** Produzione di brevi contenuti audio associati a punti di interesse.

**Attori:** storyteller, fonici, enti turistici.

**Risorse:** app/sito, QR code stampabili, voci narranti.

### 13. Punti di accesso diffusi

**Proposta:** Creazione di spazi fisici per info/noleggino nei borghi (anche stagionali).

**Attori:** esercenti, Pro Loco, volontari locali, AppenninoSlow.

**Risorse:** materiali informativi, accordi con strutture esistenti.

### 14. Sportelli turistici digitali

**Proposta:** Totem interattivi e brochure in punti strategici.

**Attori:** Comuni, associazioni, tech partner.

**Risorse:** totem, stampa materiali, manutenzione.

### 15. App navetta

**Proposta:** Sviluppo di app per prenotare e tracciare il servizio navetta.

**Attori:** sviluppatori, AppenninoSlow, gestore del servizio, utenti finali.

**Risorse:** sviluppo software, data management, promozione.

### 16. Chat territoriale

Soggetti attuatori



Partner



**Proposta:** Attivazione di canali di comunicazione tra residenti e operatori turistici.

**Attori:** associazioni locali, moderatori, cittadini.

**Risorse:** piattaforma gratuita (es. WhatsApp/Telegram), moderazione.

## C. MICROSERVIZI PER RILANCIARE L'OFFERTA TURISTICA

### 17. Accoglienza diffusa e messa a sistema delle seconde case

**Proposta:** Censimento e gestione di seconde case per creare una rete ricettiva diffusa.

**Attori:** Comuni, AppenninoSlow proprietari, agenzie immobiliari, cooperative sociali.

**Risorse:** piattaforma online, contratto tipo, gestione pulizie e chiavi.

### 18. Servizi accessori per strutture extra-alberghiere

**Proposta:** Offerta di pacchetti manutentivi per chi ospita: giardinaggio, pulizie, check-in/out.

**Attori:** PMI locali, operatori turistici, cooperative di servizi.

**Risorse:** lista fornitori certificati, piattaforma di prenotazione.

### 19. Comunicazione per proprietari seconde case

**Proposta:** Sportello informativo e newsletter per tenere aggiornati i proprietari.

**Attori:** DMO, Comune, associazioni di categoria, AppenninoSlow.

**Risorse:** sito dedicato, gestione contatti, materiale informativo.

### 20. Mappa esercenti turistici

**Proposta:** Creazione di una mappa geolocalizzata aggiornata con info pratiche per i turisti.

**Attori:** esercenti locali, Pro Loco, operatori turistici.

**Risorse:** raccolta dati, web developer, grafico.

### 21. Servizi alla persona per ospiti

**Proposta:** Babysitting, spesa/farmaci a domicilio per turisti senior o famiglie.

**Attori:** cooperative sociali, servizi civili, volontari locali.

**Risorse:** database operatori, copertura assicurativa, numero unico.

Soggetti attuatori



Partner



## 22. Welfare territoriale

**Proposta:** Rete di supporto socio-sanitario anche per chi è in vacanza (infermiere, assistente sociale).

**Attori:** AUSL, cooperative sociali, enti locali.

**Risorse:** convenzioni, call center dedicato, mezzi di trasporto.

## 23. Centro sollievo a Palazzo Ranuzzi

**Proposta:** Centro semi-residenziale per anziani e disabili, utile anche per famiglie in vacanza.

**Attori:** Fondazione Santa Clelia, Comuni, assistenti.

**Risorse:** ristrutturazione, personale, accordi di gestione.

## 24. Accessibilità dei sentieri e dei servizi

**Proposta:** Pulizia sentieri, colonnine ricarica MTB, segnaletica smart.

**Attori:** CAI, volontari, aziende locali, AppenninoSlow.

**Risorse:** attrezzature, formazione, materiali.

## 25. Itinerari culturali

**Proposta:** Bacheche e tour guidati dedicati a storia, musica e artigianato locale.

**Attori:** musicisti/artigiani, storici locali, guide.

**Risorse:** contenuti testuali/audio, promozione, supporto grafico.

## 26. “Pet Corner”

**Proposta:** Punto di consulenza e sensibilizzazione per la gestione responsabile di animali domestici e selvatici.

**Attori:** veterinari, educatori cinofili, associazioni animaliste.

**Risorse:** sala attrezzata, materiale divulgativo, operatori esperti.

---

## D. MOBILITÀ E COLLEGAMENTI

Soggetti attuatori



Partner



## 27. Servizi navetta integrati

**Proposta:** Rete di navette coordinata con TPER/SACA per collegare valli e borghi.

**Attori:** Comuni, aziende TPL, operatori turistici.

**Risorse:** pulmini, personale, piano corse integrato.

## 28. Manifestazione di interesse per la gestione navetta

**Proposta:** Bando per soggetti locali che vogliono gestire il servizio navetta.

**Attori:** enti del terzo settore, cooperative, soggetti privati.

**Risorse:** schema di bando, criteri di selezione, veicolo già disponibile.

## 29. Progetti su infrastrutture critiche

**Proposta:** Analisi e progettazione per migliorare strade e ponti strategici.

**Attori:** uffici tecnici comunali, Regione, ANAS.

**Risorse:** fondi PNRR/PNC, progettisti, imprese edili.

## 30. Microservizi di trasporto per bici e bagagli

**Proposta:** Logistica integrata con bike shuttle e bagagli door-to-door.

**Attori:** operatori turistici, Appennino Slow, start-up logistiche.

**Risorse:** veicoli attrezzati, prenotazione digitale, accordi locali.

## 31. Programmazione stagionale navette

**Proposta:** Orari e corse differenziate per alta/media stagione e ponti.

**Attori:** gestori navette, DMO, Comuni.

**Risorse:** piano orario, comunicazione, strumenti digitali.

## 32. Rilancio del “ColBus”

**Proposta:** Riproposizione del servizio navetta a chiamata, con miglioramento per residenti.

**Attori:** Comuni, operatori TPL, cittadini.

**Risorse:** centralino o app, personale, test pilota.

Soggetti attuatori



Partner



### 33. Naming navetta: “Va Mò So e Zò”

**Proposta:** Branding comunicativo per rendere il servizio più identificabile e locale.

**Attori:** grafici, operatori navetta, uffici turistici.

**Risorse:** logo, adesivi mezzi, materiali promo.



**Soggetti attuatori**



**Partner**

