

FAME DI MARE*

(IPOTESI SI PROGETTO 2)

ORIGINI E PREMESSE

La città di Augusta presenta un notevole patrimonio storico-artistico, naturalistico e di tradizioni che al momento, nonostante la presenza di un discreto numero di associazioni, non ha un proficuo ritorno dal punto di vista delle presenze e della conoscenza a livello nazionale ed internazionale

La città ha nel mare e nella sua costa uno dei punti di maggiore interesse e proprio dal mare penso che possa nascere e svilupparsi un serio e duraturo programma di promozione e valorizzazione.

Il turismo subacqueo sta avendo un grande sviluppo e notevoli sono le potenzialità in prospettiva del settore, in più la regione siciliana ha individuato nel settore subacqueo un'importante volano di promozione tant'è che la Sicilia è l'unica regione in Italia ad avere una soprintendenza per i beni culturali ed ambientali del mare.

* Il presente progetto non è riproducibile in nessuna delle sue parti.

CUORE DELL'IDEA

Creare un portale internet ed una applicazione per smartphone che, coniugando la tradizione e la tecnologia, presenti la città come un unico, grande e dinamico sistema turistico con delle proposte che spaziano dall'enogastronomia alle visite in mare.

Sviluppare un programma di visite e di percorsi che, grazie all'utilizzo dei codici qr e della realtà aumentata dia la possibilità di vivere un'esperienza più coinvolgente ed attiva.

IDEA PROGETTUALE

Creare un sito internet ed una applicazione per smartphone che presentino in modo chiaro e completo tutto quello che la città di Augusta propone sia a livello di ricettività sia a livello turistico-culturale e sportivo.

Il sito internet sarà disponibile in diverse lingue e darà la possibilità agli utenti di programmare le visite guidate, di verificare la disponibilità, i costi e le eventuali promozioni delle strutture convenzionate

Il sito sarà diviso in due sezioni principali: una descriverà attraverso l'utilizzo di video e fotografie i principali punti di interesse e presenterà una panoramica sulle tipologie di visite guidate e delle attività dell'associazione.

L'altra sezione invece sarà incentrata sugli aspetti più tecnici delle immersioni, presenterà una dettagliata descrizione del centro e delle attrezzature disponibili, la modalità di utilizzo dello smartphone e le relative funzionalità.

In collaborazione con i diving center della città proporrà delle visite guidate in mare caratterizzate da uno stretto rapporto tra natura e tecnologia. Infatti coloro i quali vorranno effettuare dello snorkeling avranno la possibilità di utilizzare uno smartphone subacqueo con resistenza **IP68**¹ o un device protetto da una cover impermeabile² che, attraverso una applicazione dedicata, permetteranno di interagire con gli elementi presenti in acqua e daranno la possibilità di conoscere la biodiversità marina ; il tutto avverrà in modo semplice ed intuitivo, si "catturerà" il codice qr oppure tramite la realtà aumentata si verrà collegati alle relative descrizioni. Un auricolare subacqueo completa l'apparato tecnologico.

Più codici o elementi verranno "catturati" più si avranno agevolazioni con le attività aderenti all'iniziativa (previsti sconti, degustazioni di prodotti tipici o altri servizi aggiuntivi, prevista una caccia al tesoro destinata ai più piccoli con relativi gadget in omaggio).

Le attività non riguarderanno solo il mare, si effettueranno dei percorsi culturali ai principali punti di interesse. I percorsi saranno di due tipi: il primo sfrutterà l'applicazione e tutto ciò che potrà essere utile alla conoscenza della città verrà mappato e descritto. Attraverso la geo localizzazione si potrà conoscere in ogni momento l'esatta ubicazione dei codici (o dei punti di interesse), che avranno inoltre delle indicazioni sulla presenza nelle vicinanze di ristoranti, bar, negozi e tutto ciò che potrà essere utile.

Il secondo intenderà ampliare il concetto di cultura e consentire al fruitore del servizio di essere l'attore protagonista di scenari di vita quotidiana siciliana, ad esempio "dall'oliva all'olio", la pesca dei granchi pelosi, cosa significa essere babbalucco durante la settimana santa, la raccolta delle arance e tanto altro ancora e presentare Augusta come un unico grande soggetto, dove le attrattive non sono solo le bellezze naturali ed artistiche, ma anche e soprattutto l'essere siciliani, è un sistema che punta sulla qualità e le peculiari caratteristiche della zona, sul naturale e storico senso di

1 L'**International Protection** è un codice che riassume il livello di protezione di un'apparecchiatura elettrica contro il contatto accidentale o intenzionale con il corpo umano o con oggetti, e la protezione contro il contatto con l'acqua

2 Numerose sono le soluzioni in grado di garantire una totale protezione delle apparecchiature (lifeproof; PhoneDome)

ospitalità siciliano e sulle persone. Mi piace pensare che oltre alle visite alle bellezze della città ciò che rende unica la Sicilia siano le persone, con le loro storie, le tradizioni, il modo di vivere e mangiare. Mi piacerebbe organizzare delle visite dove le persone del luogo abbiano un ruolo attivo e che la loro esperienza, la loro vita e i loro ricordi siano il valore in più, il punto di partenza delle visite. Non si tratta di un sistema di visite con una guida che spiega e basta, ma un sistema dinamico, partecipativo in cui i partecipanti hanno un ruolo attivo.

Vorrei far sì che gli utenti del servizio abbiano la più completa conoscenza della realtà augustana delle sue peculiarità, delle sue tipicità e che possano dire, dopo aver partecipato alle visite, di essersi sentiti siciliani per un giorno.

IDEE CORRELATE

Con il contributo delle istituzioni individuare delle aree marine in cui la fruizione avviene a numero chiuso

Coinvolgere gli istituti scolastici per dare la possibilità agli studenti di poter effettuare degli stage ed avere un ruolo attivo nella creazione degli itinerari

Aprire un negozio di prodotti tipici dove ogni prodotto avrà il proprio qr code che consentirà una conoscenza a 360° del prodotto, dove verranno presentate le tecniche di realizzazione, le caratteristiche e le ricette collegate.

Possibilità di realizzare delle escursioni subacquee con l'ausilio di un sistema di comunicazione wireless

Sviluppare delle collaborazioni con i comuni, associazioni, diving center, delle città limitrofe per enfatizzare anche altri aspetti del territorio siciliano

Possibilità di studiare agevolazioni, visite particolari, attività correlate in base al numero di codici qr catturati o di punti visionati con la realtà aumentata.

DESTIANTARI- PIANO MARKETING

L'iniziativa si rivolge a diversi settori di pubblico, in primo luogo gli amanti del mare e delle escursioni acquatiche, anche non esperti del settore (nella prima fase ho previsto di concentrare su Roma e pochi altri luoghi la ricerca dei primi contatti).

Questo segmento è composto da subacquei che sono alla ricerca di esperienze attive, sono professionisti, istruttori e subacquei amatoriali, intendono la vacanza come strumento di arricchimento personale ed esperienziale attraverso le escursioni (relitti, esplorazioni notturne, percorsi di pesca), frequentano diversi forum, si informano su giornali specializzati, sono ben strutturati ed organizzano, appoggiandosi a strutture loro convenzionate sia nazionali che straniere, numerosi viaggi anche a carattere didattico, sono membri di associazioni sportive dilettantistiche e durante l'anno effettuano numerosi corsi, stage, incontri.

Questo segmento verrà informato dell'iniziativa attraverso un percorso di visite alle associazioni, inserzioni sui giornali specializzati, interventi sui forum, incontri alle fiere di settore ed in ultimo ai negozi prettamente subacquei.

Il sistema di convenzioni ed affiliazioni consentirà di poter raggiungere in modo abbastanza semplice questo target, di contenere i costi marketing e di far conoscere ad un numero abbastanza alto di persone le attività prettamente acquatiche.

Il secondo target dell'iniziativa è individuato in un tipo di turista meno attento agli aspetti tecnici della subacquea ed è proprio questo il segmento che vorrei coinvolgere nelle escursioni con lo smartphone; è un segmento molto eterogeneo che comprende diverse fasce d'età e diverse estrapolazioni sociali ed economiche; tuttavia ciò che identifica questo tipo di fruitore è il fatto di cercare delle vacanze in cui gioca un ruolo importante la scoperta, la conoscenza, l'arricchimento culturale, lo spirito di avventura e la voglia di utilizzare la tecnologia; è un turista che ricerca informazioni su internet ed utilizza i principali siti per ricercare feedback, consigli, opportunità, sconti ed altro ancora.

Anche per quanto riguarda questo segmento giocherà un ruolo importante la possibilità di effettuare convenzioni con molte associazioni, partendo dagli enti pubblici per arrivare alle grandi aziende.

Per quanto riguarda l'aspetto estero ho previsto, in collaborazione con il ministero del turismo, la regione e le istituzioni la possibilità di partecipare alle grandi fiere di settore, dove si avrà la possibilità di relazionarsi con i tour operator stranieri.

In ultimo un ruolo importante giocherà il supporto degli sponsor istituzionali e non nel presentare l'iniziativa ad esempio con servizi, inchieste ed incontri per enfatizzare il primo diving center multimediale d'Italia

COME FUNZIONA

Il punto di partenza del progetto risiede nell'aspetto sinergico delle relazioni; infatti ciò che caratterizza e su cui si fonda l'iniziativa è l'apporto delle diverse realtà produttive, ricettive e turistiche della città, Fame di mare in primo luogo vuole essere il centro di promozione di un network di svariate attività, un centro che ha la funzione di coordinare al meglio le iniziative; è una sorta di ufficio di promozione turistica, un'associazione che attraverso un articolato sistema di convenzioni dà la possibilità di studiare e proporre percorsi turistici diversificati.

In sostanza si tratta di provare ad unire il maggior numero di attori locali per dare una maggiore visibilità, per avere un sistema di promozione unitario e valido, dove si potranno proporre numerose soluzioni diversificate sia per attività che per costi .

Il sito internet fungerà da vetrina dove saranno proposte tutte le attività, le iniziative, gli eventi che la città offrirà; i visitatori attraverso l'interfaccia avranno la possibilità di verificare le disponibilità, di conoscere i siti e le strutture.

Ci sarà la possibilità di prenotare via internet; all'atto della prenotazione verrà dato un codice che servirà, una volta arrivati in città, ad usufruire degli sconti e delle agevolazioni riservate ai fruitori dei servizi dell'associazione.

SWOT ANALYSIS (fattori esterni)

FORZE	DEBOLEZZE
<p>Presenza di importanti infrastrutture (aeroporto di Catania¹, nuova autostrada Catania- Siracusa- Gela).</p> <p>Accordo di sviluppo portuale tra Catania ed Augusta</p>	<p>Incerta situazione della compagnia aerea low cost Wind jet.</p> <p>Difficoltà nel raggiungere la Sicilia via terra (Salerno-Reggio Calabria).</p> <p>Sistema di trasporti locale insufficiente</p>
<p>Presenza di numerose e diversificate strutture ricettive.</p> <p>Posizione strategica della città vicina a Siracusa, Catania, val di Noto.</p> <p>Presenza di numerosi punti di interesse</p> <p>Conformazione della città</p>	<p>Poco interesse da parte delle istituzioni.</p> <p>Siti non sempre di facile fruizione.</p> <p>Immagine della città legata solo alle attività industriali di raffinazione del petrolio</p>
<p>Margini di sviluppo di attrattori culturali e naturalistici poco frequentati dai turisti, che potrebbero attrarre nuovi segmenti di domanda</p> <p>Crescente interesse della domanda proveniente da paesi emergenti come la Russia, il Brasile, la Cina.</p>	<p>Scarsi flussi in province ricche di attrattori turistici come Ragusa e Siracusa.</p> <p>Trend congiunturale negativo della domanda turistica.</p> <p>Percezione negativa riguardante la presenza di criminalità diffusa, soprattutto agli occhi degli stranieri.²</p>

¹ il sesto d'Italia per traffico passeggeri il terzo per traffico nazionale. Dati assaeroporti

² [Promuoviitalia. it](http://Promuoviitalia.it)

SWOT ANALYSIS (fattori interni)

FORZE	DEBOLEZZE
Idea innovativa (qr code, realtà aumentata) in acqua	Scarso interesse degli attori locali.
Unione delle varie componenti culturali	Difficoltà di relazionarsi con l'amministrazione comunale (al momento comune commissariato in attesa di nuove elezioni).
Valorizzazione del patrimonio cittadino	Difficoltà nel realizzare il sistema di qr code e realtà aumentata
Riscoperta di tradizioni andate perdute e siti poco conosciuti	Poca conoscenza del settore della promozione turistica e delle strategie finanziarie
Relazioni con soggetti che possono dare un significativo apporto di esperienza	Diffidenza nei confronti di un soggetto esterno
Esperienza sulla piattaforma di Kublai	

ASPETTI INNOVATIVI

l'aspetto che maggiormente identifica il progetto è l'utilizzo di uno strumento di ultima generazione in mare; i codici "qr" e la realtà aumentata sono tra i sistemi più utilizzati per far interagire la tecnologia con la promozione del territorio; numerosi sono i progetti che hanno come punto di partenza l'utilizzo di questo strumento.

Al momento questi sistemi non sono utilizzati in acqua e questo è sicuramente l'aspetto più importante del progetto, un aspetto che mira a far diventare l'esplorazione in acqua una continua scoperta e conoscenza.

PROSPETTO ECONOMICO

Al momento non ho previsto un budget definitivo, le principali spese possono essere riassunte in questo prospetto

20000 € realizzazione sito internet e applicazione smartphone (apple-android).

10000 € spese tecniche

10000 € spese di raccolta documenti, studi, ricerche e produzione descrizioni

30000 € spese di marketing e produzione pubblicità informativa

15000€ altre spese

SOSTENIBILITA' ECONOMICA

Diverse sono le fonti di guadagno; in primo luogo le attività che avranno un banner pubblicitario verseranno una quota.

Inoltre ho previsto un sistema di introiti direttamente collegato al numero di persone che acquisteranno i pacchetti o prenoteranno le strutture direttamente sul sito; questo sistema si baserà sull'utilizzo del codice sconto

CRONOPROGRAMMA DI REALIZZAZIONE

Il progetto prevede tempi di realizzazione abbastanza rapidi seguendo uno schema che prevede la partenza dalla ricerca delle alleanze con le associazioni e dalla ricerca delle fonti da cui sviluppare le descrizioni dei punti di interesse, passando per la ricerca e la stipula delle convenzioni con le attività e l'amministrazione comunale e terminando il tutto con la realizzazione del sito internet e dell'applicazione prevede per un tempo di 12-18 mesi per l'attuazione.