

Trasformare Ovindoli da località a destinazione turistica



Cosa facciamo: costruzione del modello di destinazione



OBIETTIVO

Costruire un sistema di destinazione funzionante
Superare la frammentazione degli operatori
Allineare decisioni e investimenti



STRATEGIA

Applicazione del modello [St. Gallen](#)
Introduzione delle ['teste di sistema'](#)
Governance per progetti e non centralizzata



ROI (IMPATTO ATTESO)

Decisioni più efficaci e condivise
Riduzione dei conflitti tra operatori
Maggiore efficienza degli investimenti

Consorzio: ruolo e funzione

👉 Il Consorzio non finanzia la
destinazione:
la rende possibile.



OBIETTIVO

- Coordinare operatori e istituzioni
- Attivare progetti strategici di destinazione
- Superare la frammentazione delle decisioni



STRATEGIA

- Struttura operativa leggera
- Costi contenuti nella fase iniziale
- Attivazione di progetti finanziati separatamente
- Partire da progetti concreti e già attivabili



ROI

- Maggiore efficienza del sistema
- Riduzione della dispersione delle risorse
- Capacità di attivare investimenti

Come lo facciamo: attivazione operativa



OBIETTIVO

- Attivare il sistema in modo concreto
Generare risultati nel breve periodo
Costruire basi per sviluppo futuro



STRATEGIA

- Piano Neve come priorità operativa
Analisi dei flussi turistici (dati)
Formazione degli stakeholder
Audit e progettazione progressiva



ROI

- Risultati immediati sulla stagione invernale
Maggiore efficacia delle decisioni future
Crescita strutturata della destinazione

Quick win: attivazione immediata del sistema

👉 Non partiamo dalla teoria: partiamo da ciò che possiamo fare subito.



OBIETTIVO

- Attivare il sistema nel breve periodo
- Costruire credibilità e consenso
- Creare le basi per le decisioni future



AZIONI IMMEDIATE



[Corso di Alta Formazione](#)

- attivazione nel breve periodo
- coinvolgimento operatori e amministratori



Analisi dei flussi turistici

- avvio già dalla stagione estiva
- costruzione base dati reale



Audit della destinazione

- attivabile con il supporto del Comune
- definizione stato attuale e criticità



RISULTATO

- sistema attivo già nel primo anno
- maggiore consapevolezza condivisa
- base concreta per sviluppo strutturato

Piano Neve: priorità operativa



OBIETTIVO

- Risolvere le criticità della stagione invernale
Garantire apertura credibile e continuità per almeno 120 gg.
Ridurre il rischio sistemico (meteo)



STRATEGIA

- Fondo dedicato (**100–150K**) entro pre-stagione
Coinvolgimento delle 'teste di sistema NEVE' nel finanziamento
Co-finanziamento + governance condivisa con MMI



ROI

- Stabilità dei ricavi per la filiera
Maggiore soddisfazione del cliente
Effetto marketing indiretto e fiducia del mercato

Piano Neve:

gestione condivisa del sistema

CONCETTO CHIAVE

- Il Piano Neve impatta tutta la destinazione
- Non riguarda solo il gestore degli impianti
- Coinvolge l'intera filiera economica

PRINCIPIO

- Co-finanziamento → condivisione strategica
- Chi contribuisce al sistema partecipa alle scelte
- Coordinamento tra interessi diversi

APPLICAZIONE

- Tempi di innevamento
- Priorità delle aree
- Strategia di apertura e comunicazione



Front-end / Back-end del sistema neve

 MMI: Front-end impiantistico

Per il gestore impianti il valore diretto è:

- innevamento
- apertura piste
- skipass
- ingressi

 **La neve è il prodotto principale.**

 Filiera territoriale: Back-end della destinazione

Per il territorio il valore economico si genera attraverso:

- ricettività
- ristorazione
- noleggi
- scuole sci
- commercio
- seconde case
- permanenza del turista

 **La neve attiva il sistema economico diffuso.**

 **Il Piano Neve non è un contributo passivo agli impianti: è co-investimento su un'infrastruttura economica condivisa.**

Seconde case: da presenza passiva a parte attiva della destinazione



OBIETTIVO

- Dare rappresentanza organizzata ai proprietari di seconde case
- Coinvolgerli nelle scelte che incidono sulla qualità e sul valore della destinazione
- Trasformare una presenza numerosa ma frammentata in una massa critica economica e decisionale



STRATEGIA

- Costituzione dell'Associazione Proprietari di Seconde Case
- Adesione dell'Associazione ad Abruzzo Montur come unico socio
- Quota individuale indicativa: € 50–100 annui, in relazione alla tipologia/dimensione dell'immobile
- Conferimento delle risorse raccolte al Consorzio per progetti di sviluppo della destinazione
- Rappresentanza collettiva nei rapporti con Consorzio e istituzioni



PRIMO OBIETTIVO DI RAPPRESENTANZA

Aprire un confronto con il Comune sulla fiscalità delle seconde case, anche in relazione al contributo organizzato dei proprietari allo sviluppo della destinazione.



ROI

- Nuova capacità finanziaria attraverso l'aggregazione
- Maggiore tutela e valorizzazione del patrimonio immobiliare
- Partecipazione dei proprietari allo sviluppo dei servizi
- Integrazione stabile delle seconde case nel sistema turistico locale

Ovindoli Stay: progetto volontario di ospitalità diffusa



OBIETTIVO

- Aumentare l'occupazione nei periodi di minore domanda
- Favorire soggiorni più lunghi e flussi nei giorni feriali
- Trasformare parte del patrimonio immobiliare inutilizzato in capacità ricettiva organizzata
- Collegare il soggiorno alle attività, ai servizi e alle esperienze del territorio

STRATEGIA

- Adesione volontaria degli immobili al circuito
- Definizione di standard minimi di qualità
- Integrazione dell'alloggio con servizi ed esperienze locali (ristoranti, attività, outdoor)
- Costruzione progressiva di un'offerta coordinata

ROI

- Maggiore occupazione nei periodi di bassa domanda
- Maggiore spesa distribuita sul territorio
- Nuove opportunità di reddito per i proprietari aderenti
- Valorizzazione dell'immobile attraverso servizi e qualità della destinazione
- Riduzione della stagionalità

Associazione Operatori Economici:

aggregare le piccole attività per partecipare alla destinazione

OBIETTIVO

- Ampliare l'attuale Associazione Commercianti a tutto il tessuto delle microattività e ai professionisti che operano sul territorio
- Dare rappresentanza a operatori che, singolarmente, avrebbero difficoltà ad aderire direttamente al Consorzio
- Trasformare tanti piccoli contributi in capacità finanziaria collettiva

STRATEGIA

- Modifica dello Statuto dell'attuale Associazione Commercianti
- **Apertura a:** microimprese e piccoli esercizi, professionisti e P. IVA, artigiani, ambulanti, chioschi e piccoli bar, attività di servizio e secondi rami d'azienda
- Quota associativa: € 300/anno
- Adesione dell'Associazione ad Abruzzo Montur come unico socio / un unico voto
- Conferimento al Consorzio delle risorse raccolte, al netto delle spese associative, per finanziare i progetti di destinazione

 **Una quota individuale sostenibile diventa, attraverso l'aggregazione, capitale per lo sviluppo della destinazione.**

IMPATTO / ROI

- Accesso al sistema anche per gli operatori più piccoli
- **Massa critica finanziaria attraverso l'aggregazione**
- Maggiore rappresentatività del Consorzio
- Risorse stabili per lo sviluppo dei progetti

Flussi turistici:

base decisionale della destinazione



OBIETTIVO

Conoscere la domanda reale della destinazione
Comprendere comportamenti e bisogni dei turisti
Costruire una base dati continua



STRATEGIA

Somministrazione questionari (estate/inverno)
Raccolta e analisi dati strutturata
Coinvolgimento Comune per supporto e finanziamento



Investimento minimo, impatto strategico massimo (**~5.000 €/stagione**)



ROI

Decisioni più efficaci (servizi, marketing, pricing)
Riduzione errori strategici
Maggiore efficienza degli investimenti

Portale: sviluppo progressivo e sostenibile



OBIETTIVO

- Creare uno strumento di accesso alla destinazione
- Organizzare l'offerta in modo chiaro e integrato
- Supportare lo sviluppo di servizi (es. Ovindoli Stay)



STRATEGIA

- Avvio con versione **semplice**
- Sviluppo progressivo nel tempo
- Sviluppo guidato dai dati (analisi dei flussi)
- Integrazione con servizi e operatori della destinazione



Nessun investimento in campagne pubblicitarie nella fase iniziale



ROI

- Migliore accessibilità ai servizi
- Maggiore coerenza dell'offerta
- Base per future azioni di comunicazione



Non si promuove ciò che non è ancora strutturato.



Formazione: costruire competenze per la destinazione



OBIETTIVO

- Diffondere un linguaggio comune tra gli operatori
- Introdurre il modello di destinazione (St. Gallen)
- Migliorare la qualità delle decisioni



STRATEGIA

- Attivazione di un [Corso di Alta Formazione](#)
- Coinvolgimento di docenti ed esperti del settore
- Partecipazione aperta a operatori e amministratori



Possibile attivazione di borse di studio per giovani del territorio



ROI

- Crescita delle competenze locali
- Riduzione delle decisioni isolate
- Costruzione di una classe dirigente territoriale

Pricing: da sconti a gestione della domanda



OBIETTIVO

- Costruire una politica prezzi coerente con la domanda
- Migliorare la sostenibilità economica degli operatori
- Evitare distorsioni e concorrenza interna



STRATEGIA

- Passaggio da sconti non coordinati → pricing dinamico
- Definizione dei prezzi sulla base dei dati (flussi)
- Coerenza tra i diversi attori della destinazione



ROI (IMPATTO ATTESO)

- Maggiore marginalità per gli operatori
- Migliore percezione del valore da parte del cliente
- Stabilità del sistema economico

Sistema convenzioni: logica di rete

👉 Un sistema finanziato insieme richiede regole condivise.



🧠 CONCETTO CHIAVE

- Il Piano Neve è finanziato dal sistema
- Le opportunità generate devono essere coerenti con il sistema
- Le convenzioni non possono essere disallineate

⚙️ PRINCIPIO

- Coordinamento delle convenzioni a livello consortile
- Accesso strutturato per gli operatori aderenti
- Coerenza tra politiche commerciali e strategia di destinazione

🔗 OBIETTIVO

- Evitare distorsioni competitive
- Garantire equilibrio tra gli operatori
- Rafforzare il funzionamento del sistema

Audit: conoscere la destinazione



OBIETTIVO

- Avere una fotografia reale della destinazione
- Individuare punti di forza e criticità
- Creare una base condivisa per le decisioni



STRATEGIA

- Attivazione di un audit integrato
- Analisi congiunta di:
 - dati (flussi)
 - servizi
 - infrastrutture
- Coinvolgimento del Comune e degli stakeholder



ROI

- Maggiore consapevolezza del sistema
- Decisioni più mirate
- Base solida per progettazione futura

Masterplan: costruire lo sviluppo nel tempo



OBIETTIVO

- Definire una strategia di sviluppo di medio-lungo periodo
- Coordinare investimenti pubblici e privati
- Trasformare Ovindoli in una destinazione strutturata



STRATEGIA

- Costruzione progressiva del Masterplan
- Integrazione tra:
 - audit
 - dati (flussi)
 - formazione
- Coinvolgimento di figure specializzate



ROI

- Accesso a fondi regionali e nazionali
- Sviluppo coerente e sostenibile
- Aumento del valore complessivo della destinazione



Conclusione: costruire una destinazione che funziona

👉 Ovindoli cresce
quando smette di
funzionare per
iniziative e inizia
a funzionare
come sistema.

OBIETTIVO

- Trasformare Ovindoli in una destinazione strutturata
- Superare la logica delle iniziative isolate
- Creare sviluppo sostenibile nel tempo

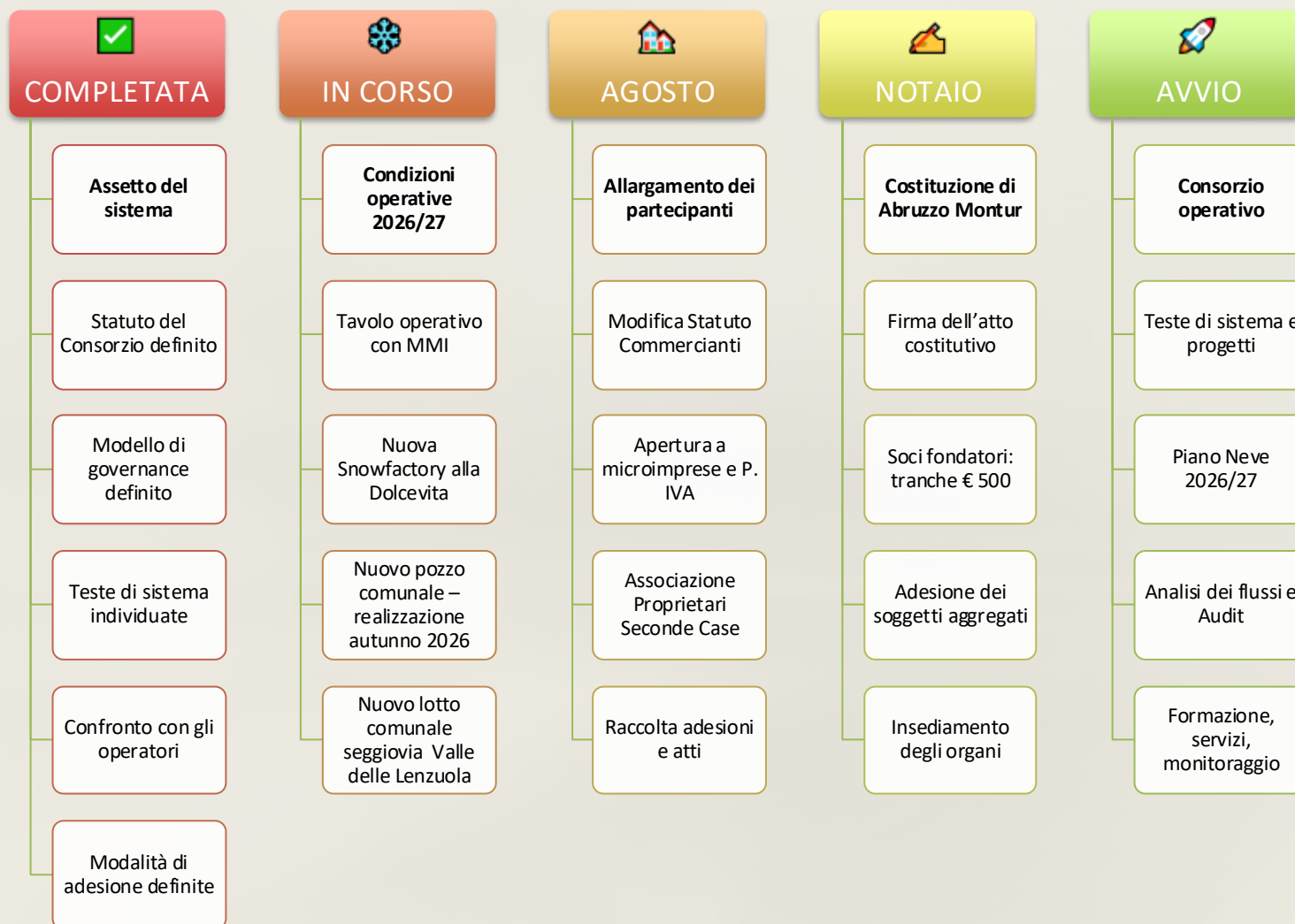
STRATEGIA

- Partire da ciò che è indispensabile:
 -  Piano Neve
 -  Dati (flussi)
 -  Formazione
- Attivare progressivamente:
 -  Seconde case
 -  Ovindoli Stay
- Costruire nel tempo:
 -  Audit
 -  Masterplan

ROI

- Destinazione più competitiva
- Maggiore stabilità economica
- Crescita del valore territoriale e immobiliare

Roadmap Operativa



Roadmap Operativa – Costituzione e avvio



**FINE
AGOSTO 2026**

—

**COSTITUZIONE
ABRUZZO
MONTUR**

Firma dell'atto costitutivo davanti al notaio a Ovindoli

Ingresso dei soci fondatori

Prima tranche: € 500

Adesione dei soggetti aggregati

Insediamiento degli organi del Consorzio



**SETTEMBRE
2026 →
INVERNO
2026/27 —
CONSORZIO
OPERATIVO**

Attivazione delle teste di sistema e avvio dei progetti prioritari

Piano Neve 2026/27

Analisi dei flussi e Audit della destinazione

Programmazione di formazione e servizi

Monitoraggio dei primi risultati



Il sistema è pronto. Il prossimo passaggio è la costituzione di Abruzzo Montur.

PEF Fase 1 – Capitale di avvio e risorse aggregate

PRINCIPIO

Il Consorzio nasce come:

👉 piattaforma di coordinamento non come struttura pesante di gestione.

OBIETTIVO

Costruire un sistema sostenibile, graduale e credibile.

CAPITALE DI AVVIO – ANNO 1

Soci diretti

- Quota di ingresso: € 1.500
Versamento: 3 tranches da € 500
1^a tranche alla costituzione
- successive tranches a 180 + 180 giorni

👉 Ingresso dopo l'anno di start-up: € 3.000

RISORSE AGGREGATE

- Associazione Operatori Economici
quota individuale: € 300/anno
adesione al Consorzio come soggetto unitario
risorse residue conferite ai progetti di destinazione
- Associazione Proprietari Seconda Casa
quota individuale: € 50–100/anno
adesione al Consorzio come soggetto unitario
risorse aggregate destinate ai progetti di sviluppo

👉 Piccole quote individuali → massa finanziaria collettiva

PEF – Utilizzo delle risorse e teste di sistema

UTILIZZO RISORSE

costi di avvio ridotti
struttura operativa leggera
coordinamento e governance
analisi dei flussi
attivazione della formazione
supporto progettuale

 **Le risorse devono finanziare soprattutto lo sviluppo, non la struttura**

FINANZIAMENTO PER TESTE DI SISTEMA

- Ogni progetto dispone di un budget dedicato
- Contribuiscono prioritariamente i soggetti direttamente interessati
- Possibile apporto delle Associazioni attraverso le risorse aggregate
- Ricerca di cofinanziamenti pubblici
- Rendicontazione separata dei progetti

PIANO NEVE 2026/27 — PRIMA TESTA DI SISTEMA

- **Fondo dedicato: ordine di grandezza € 100.000–150.000**
- contribuzione proporzionale all'interesse/beneficio economico
- budget dedicato e separato
- programmazione condivisa
- rendicontazione e verifica dei risultati

 **Risorse consistenti → governance condivisa → responsabilità e controllo collettivi**

Cosa chiediamo oggi



 In questa fase
NON chiediamo:



investimenti
straordinari



grandi campagne
marketing



strutture
complesse



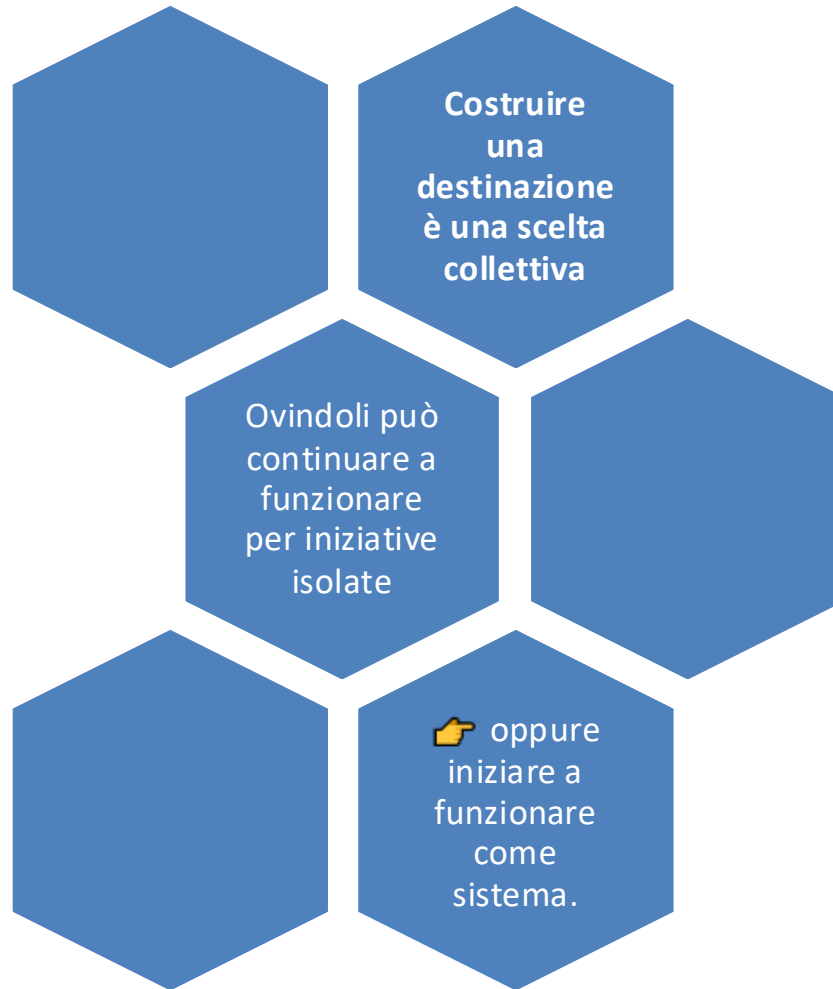
adesioni “al buio”



Chiediamo invece:

- conferma dell'adesione al Consorzio
- partecipazione alla costituzione di fine agosto
- prima tranche di €500 per i soci fondatori
- partecipazione alle teste di sistema di interesse
- disponibilità a costruire insieme i primi progetti

CALL TO ACTION



PROSSIMO PASSO

- Fine agosto 2026
Costituzione di Abruzzo Montur
-  Adesione dei soci fondatori
-  Prima tranche €500
-  Avvio delle associazioni
-  Settembre: attivazione delle prime teste di sistema



Informazioni e aggiornamenti

<https://www.abruzzomontur.com/>

Il progetto è pronto. Ora dobbiamo far partire il sistema.

A stack of several index cards is shown, fanned out slightly. The cards have various colors: red, blue, yellow, and grey. The top card is dark grey and features a small, stylized logo in the upper right corner. The text "Schede di approfondimento" is overlaid in a bold, yellow, sans-serif font across the middle of the image.

Schede di approfondimento

Scheda 1: Modello di destinazione

Approccio
St. Gallen

 Il
marketing non
si fa:
si genera
attraverso
l'esperienza.

CONCETTO CHIAVE

La destinazione è un **sistema complesso di attori interdipendenti**

Il valore nasce dall'**esperienza complessiva del cliente**

PRINCIPI

Il cliente è al centro del sistema

L'esperienza genera soddisfazione

La soddisfazione genera **reputazione e ritorno**

Il cliente soddisfatto diventa **ambasciatore della destinazione**

IMPLICAZIONI OPERATIVE

Non basta promuovere → bisogna funzionare

Non bastano singole iniziative → serve coordinamento

Tutti gli attori contribuiscono all'esperienza



Scheda 2: Teste di Sistema

 **Non esiste
un'unica
destinazione, ma
più sistemi che
devono lavorare
insieme.**



CONCETTO CHIAVE

- Ovindoli non è un sistema omogeneo
- È una realtà a **“macchia di leopardo”**
- Diversi ambiti con interessi e logiche diverse



COSA SONO

- Attori rappresentativi dei diversi ambiti della destinazione
- Punti di riferimento per specifici “sistemi” (neve, ricettività, servizi, ecc.)



FUNZIONE

- Partecipare alle decisioni nei rispettivi ambiti
- Contribuire agli investimenti in base agli interessi
- Facilitare il coordinamento tra operatori



PERCHÉ SERVONO

- Evitare un modello centralizzato inefficace
- Rispettare la complessità reale della destinazione
- Rendere il sistema più equo e sostenibile

Scheda 3: Corso di Alta Formazione



Struttura e sostenibilità

OBIETTIVO

COSTRUIRE COMPETENZE PER LA GESTIONE DELLA DESTINAZIONE
DIFFONDERE UN LINGUAGGIO COMUNE TRA OPERATORI E AMMINISTRATORI
MIGLIORARE LA QUALITÀ DELLE DECISIONI

STRUTTURA DEL PERCORSO

 **Durata:** 6 mesi (autunno – primavera)

 **Frequenza:**

2 incontri al mese

 **Totale: 12 incontri**

CONTENUTI

Modello di destinazione (approccio St. Gallen)
Analisi dei flussi turistici e uso dei dati
Pricing e gestione della domanda
Sviluppo dell'offerta e dei servizi
Coordinamento e funzionamento del sistema

DESTINATARI

operatori turistici
amministratori pubblici
giovani del territorio

MODALITÀ

INCONTRI ONLINE E/O IN PRESENZA
DOCENTI ED ESPERTI DI SETTORE
POSSIBILE ATTIVAZIONE BORSE DI STUDIO

FINANZIAMENTO (ESEMPIO)

 **Ipotesi base (20–25 partecipanti)**

 **Quota operatori: 600 €**

 **Quota giovani: 300 € (con borsa)**

 **Raccolta stimata:**

 **9.000/12.000 €**

Contributo pubblico

Comune / Bacino imbrifero / altri canali

 **copertura restante costi docenza e organizzazione**

RISULTATO

attivazione immediata del sistema
crescita competenze locali
base concreta per Audit e Masterplan

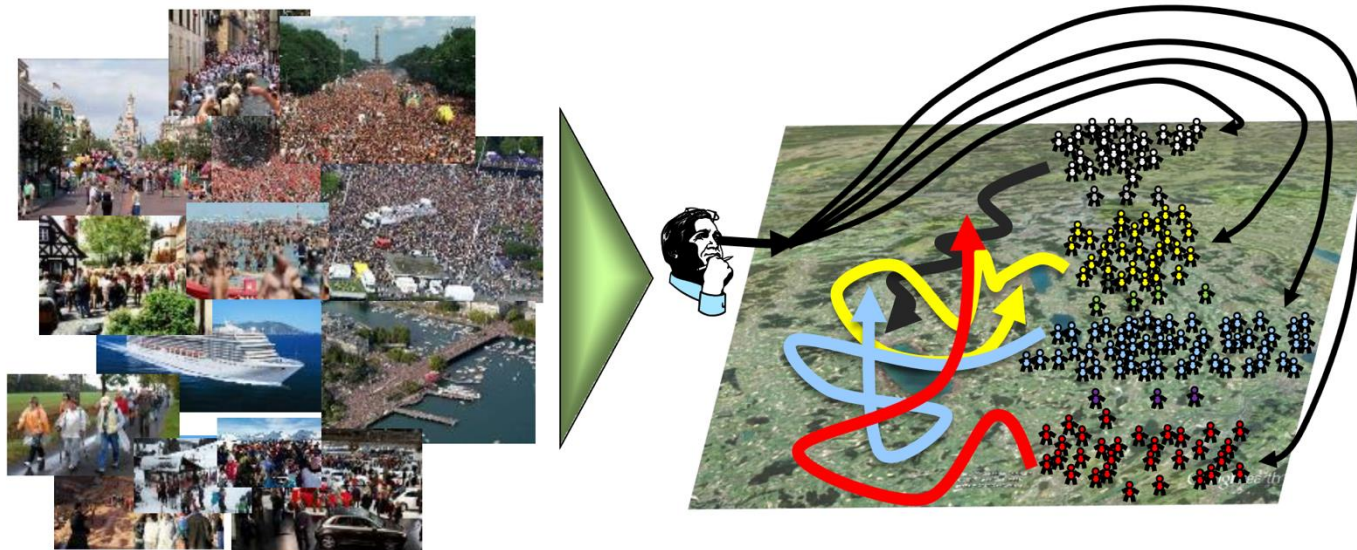
Scheda 4: Flussi Turistici



Cos'è l'analisi dei flussi?



Il metodo San Gallo > Guardiamo il territorio attraverso le esperienze dei visitatori



Il metodo consente di **mappare il movimento del turista sul territorio**, individuando i **centri di offerta/attrazione** che attiva lungo il suo percorso.