

TEATE@NTIQUA 4.0: COMUNE PARTECIPA A PROGETTO DI TURISMO DIFFUSO

29 Novembre 2020



CHIETI - È la partecipazione all'avviso pubblico Italia City Branding 2020 il primo passo operativo della nuova Amministrazione nella progettazione nazionale, che ha subito resa operativa anche la sinergia istituzionale con l'Università degli Studi "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara e la Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio dell'Abruzzo, partner dell'Amministrazione. L'occasione è il bando della Presidenza del Consiglio dei Ministri per la selezione di 20 città pilota con le quali elaborare e attuare un piano di investimenti in ambito turistico e culturale a cui la città ha partecipato con un progetto che prevede interventi per 5 milioni di euro.

"Ci siamo impegnati a restituire a Chieti dignità e presenza nel panorama regionale e nazionale e questo bando fa proprio al nostro caso, perché punta a costruire una dimensione moderna e innovativa dell'accessibilità - dice il sindaco Diego Ferrara - Speriamo di ottenere i finanziamenti perché Chieti in questi anni è rimasta troppo chiusa nei suoi confini e lontana da fondi che avrebbero potuto aiutarla a crescere al passo con i tempi. Noi contiamo molto nella progettazione e conosciamo il valore dell'innovazione e della sinergia istituzionale. In futuro ci struttureremo per non perdere le occasioni di reperire risorse nazionali ed europee che ci aiutino nell'attività amministrativa e che facciano crescere bene la città e recuperare il tempo che ha perso e lavoreremo con tutte le realtà pronte a cogliere il valore di questa attività".

"Il progetto Theate@ntiqua 4.0 ha come obiettivo generale quello di creare un polo turistico in grado di mettere in rete e potenziare la fruibilità delle risorse monumentali e archeologiche della città alta e sotterranea per aumentare l'attrattività turistica a livello nazionale e internazionale - così l'assessore all'Innovazione Sociale Mara Maretti - La forza della città è la sua identità storica e culturale, ma la sua debolezza è la mancata sinergia di tali risorse e uno scarso sviluppo dell'indotto turistico. Attraverso un sistema di marketing territoriale 4.0, che sfrutta l'intelligenza artificiale, s'intende promuovere un turismo nazionale e internazionale basato su sistemi di personalizzazione dell'offerta turistica, attualizzandola anche alle esigenze di sicurezza arrivate con la pandemia. Il brand cittadino si strutturerà sulla città sotterranea. Infatti, il progetto prevede la valorizzazione dell'antica Teate con il suo complesso sistema di cisterne collegate mediante cunicoli provvisti di fori di aerazione, che è ancora in parte integro e fruibile ma che necessariamente dovrà essere oggetto di azioni di conservazione.

La creazione di un albergo diffuso nel centro storico che abbia come suo centro palazzo Santissimo Rosario e la messa in rete delle risorse storico-archeologiche-culturali del territorio completano e rendono sostenibile l'iniziativa progettuale. Se il progetto fosse finanziato saremmo in grado di attrarre turisti popolandolo il centro storico e impattando su tutto l'indotto cittadino. Integrando i percorsi turistici storico-culturali della città, con escursioni nella costa e nelle aree naturalistiche montane, Chieti potrebbe diventare uno dei centri della ricettività turistica provinciale e regionale".