

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE “RIVIERA DEL GIGANTE”

Trasformare i 7 Comuni da competitor in alleati, con un medesimo obiettivo: promuovere i benefit del territorio affinché possano valorizzarsi vicendevolmente

Pescara, venerdì 8 novembre 2024 - La strategia di comunicazione individuata da Mirus per l'ATS Città della Costa mira a **consolidare l'identità della costa adriatica abruzzese attraverso la creazione di un brand turistico unico**, che da Nord a Sud include i 7 Comuni teramani di Martinsicuro, Alba Adriatica, Tortoreto, Giulianova, Roseto degli Abruzzi, Pineto e Silvi. Questa operazione di branding creativo consente di posizionare in maniera **distintiva** il litorale Nord abruzzese e lo qualifica come una vera e propria “costa giardino”, trasformandolo in una delle mete turistiche più ambite del panorama nazionale e internazionale, mettendone in luce i molteplici plus naturalistici ed esperienziali. **La creazione di questo brand turistico potrà, nella salvaguardia della specificità e dell'identità dei singoli Comuni, renderli tutti maggiormente attrattivi e realmente competitivi sul mercato**, regalando un'esperienza di visita memorabile ai turisti. Oltre a generare un'immagine peculiare, realmente appealing per i visitatori, tale strategia ha il pregio di **ottimizzare i budget da investire in comunicazione**, evitando inutili dispersioni in modo tale che ci si possa avvalere di **una copy strategy coordinata e coerente**.

Una comune strategia ha il pregio di **trasformare i 7 Comuni da competitor in alleati**, con un medesimo obiettivo: **promuovere i benefit del territorio affinché possano valorizzarsi vicendevolmente**. Tra i **punti di forza** per la promozione della costa teramana ne sono stati individuati i principali, che corrispondono ad altrettanti focus comunicativi:

- Il fascino di un **mare limpido** comprovato dall'ottenimento da parte delle **7 località balneari della prestigiosa Bandiera Blu**, il più significativo eco-label assegnato alle località turistiche che brillano per la qualità dei mari e per il rispetto di criteri relativi alla gestione sostenibile del territorio;
- La bellezza del paesaggio caratterizzato dalle **colline e borghi**, e dall'immenso patrimonio naturalistico delle vicine **montagne** ricadenti nel territorio dei **Parchi Nazionali d'Abruzzo** e in special modo del **celebre massiccio montuoso del Gran Sasso**, il più alto degli Appennini e uno dei rilievi più noti.

Le due caratteristiche sopra indicate, al di là delle molte altre valenze positive rilevabili sul territorio, sono oggettivamente i due **asset principali** percepibili come eccellenze da parte del target di riferimento. A questi si aggiunge il **grande interesse verso l'entroterra** da parte di turisti sia nazionali, sia internazionali, frenato dalla scarsa disponibilità di strutture ricettive e posti letto che invece i Comuni della fascia costiera potrebbero ben sostenere in modo particolare nei periodi ai margini dei mesi estivi. **Per tale motivo sono stati posti al centro della strategia al fine di generare un'immagine adeguata al potenziale espresso dalla costa teramana e hanno guidato l'ideazione creativa a cominciare dall'attività di naming e dalla progettazione del logo**, con lo scopo di fondare una **brand personality** che intende lasciare un segno nel percepito dei turisti. **La strategia di comunicazione punta a mettere in risalto quanto il tratto di costa che unisce i sette Comuni, in virtù della sua capacità ricettiva, si pone come un vero e proprio hub capace di garantire l'accoglienza dei turisti interessati dall'esperienza verso l'entroterra**. In tal senso la costa, per la qualità dell'ospitalità e dei servizi che è in grado di assicurare, e anche per la sua eccezionale prossimità con il Gran Sasso d'Italia, diventa il luogo d'eccellenza dove soggiornare per una vacanza di mare che si apre ad un'offerta amplissima, che va oltre la già magnifica dimensione balneare, proponendo molti itinerari outdoor in collina e su una montagna.

NAMING RIVIERA DEL GIGANTE

*La proposta creativa fonda il suo insight sull'antica leggenda che si tramanda in Abruzzo e che vede protagonisti la ninfa Maia, la Grande Madre, la più bella delle Pleiade che, in fuga dalla Frigia, si nascose sul Gran Sasso per salvare con erbe magiche suo figlio **Ermes il gigante**, ferito in battaglia. **Il figlio ormai stremato crollò tra le sue braccia e il suo corpo colossale si fuse con le rocce, dando vita al profilo del "Gigante che dorme"**. Il Gran Sasso, infatti, è ben visibile dalla costa teramana, dominandone il paesaggio con solennità, tanto che la narrazione popolare ha immaginato fantasiosamente la genesi di quello che è a tutti gli effetti il massiccio montuoso più alto e celebre degli Appennini, vera icona della nostra regione. **Questa leggenda costituisce un affascinante elemento per la costruzione dello storytelling a livello nazionale e internazionale**. La “Riviera del Gigante” consente non solo di mettere in evidenza una caratteristica geomorfologica che rende unico il paesaggio teramano, ma permette di costruire una brand image capace di porre a sistema il territorio limitrofo alla costa, ovvero quella teoria di dolci colline e borghi, ma anche il territorio del Parco Nazionale del vicino massiccio e la sua natura lussureggiante tutta da scoprire.*