

SABATO A CASTELVECCHIO SUBEQUO L'INAUGURAZIONE DI "VIVENDOSTORE", INNOVATIVO SPAZIO CHE VALORIZZA LE ECCELLENZE ABRUZZESI

9 Dicembre 2019



CASTELVECCHIO SUBEQUO – Apre sabato prossimo, 14 dicembre, con un grande evento inaugurale a Castelvechio Subequo (L'Aquila) "VivendoStore", vetrina delle eccellenze agroalimentari e dell'artigianato dell'entroterra abruzzese.

Parte di un progetto più ampio, messo a punto da **Luca e Mauro Acconcia** e **Patrizia Di Meglio**, profondamente innamorati della loro terra, che include anche un portale di e-commerce, servizi alle aziende, showroom ed eventi, la "prima" di VivendoStore sarà divisa in tre parti aperte alla cittadinanza.

Si parte alle ore 17,00 con la presentazione del progetto, un momento in cui i promotori si presenteranno, spiegheranno come nasce l'idea e quali obiettivi si prefigge.

Alle ore 18,00 sarà la volta di un meeting, moderato dal giornalista **Marco Signori**, a cui parteciperanno il professor **Ernesto Di Renzo**, del dipartimento di Storia dell'Università Tor Vergata di Roma, il produttore **Nunzio Marcelli**, che ha legato il proprio nome a quello dell'arte casearia di qualità, ed **Enrico Diamanti**, experience designer.

I tre ospiti parleranno, rispettivamente, di "Prodotti tipici ed esperienza dei luoghi: una pietra filosofale per il rilancio delle comunità subequane", di "Adotta una pecora", progetto ormai noto oltre i confini abruzzesi che ha rappresentato un volano per lo sviluppo del territorio, e di "Turismo esperienziale: caratteristiche, trend e opportunità".

Alle ore 19,45, infine, "Cibo e territorio", momento di degustazione che celebra grano Solina, tartufo e zafferano a cura dello chef **Niccolo De Amicis**. In questo caso la partecipazione è consentita solo su prenotazione (348-3727845 o 349-5038116).

Nel centro storico del borgo subequano, in via Ignazio Silone 4, VivendoStore raccoglie i prodotti, offrendo alle aziende anche la possibilità di esporre e un servizio di magazzino, fondendo realtà virtuale e analogica, con la possibilità di acquisto ma anche di "navigazione": uno spazio digitale con monitor touch, infatti, guida l'utente alla scoperta di territori inediti attraverso le eccellenze enogastronomiche e le bellezze storico-artistiche che in essi sono custodite.

Basato sulla dinamica esperienziale – non a caso il claim è "Viaggio, vedo, compro" – il progetto nasce dalla constatazione del fatto che la consapevolezza del valore aziendale spesso fatica ad essere comunicata all'esterno a causa di strategie commerciali frammentarie, soprattutto nel mondo digitale, e dell'assenza di figure professionali in grado di pensare e supportare una reale crescita delle piccole e medie imprese.

Filo conduttore del progetto è la creazione di una rete di risorse, strumenti e competenze, garante del coordinamento fra tutti gli operatori e produttori attivi al fine di generare un'offerta completa e coerente che riesca a comunicare il suo valore all'esterno.