

## UN MARCHIO E UNA VETRINA PER I PRODOTTI DELL'ALTO SANGRO



24 Febbraio 2022

CASTEL DI SANGRO - Turisti alla ricerca di prodotti tipici e unicità enogastronomiche, oltre che di neve, montagna e sport: muove da questa esigenza il nuovo info point virtuale dell'Alto Sangro che il Gal Abruzzo Italicco-Alto Sangro sta allestendo in un progetto che mira a

mettere insieme le aziende del territorio con l'intento, anche, di riunirle in un marchio tipico dell'Alto Sangro.

Dai tartufi, ai latticini, dai salumi, alle confetture, dalla birra, ai cereali: un paniere di prodotti e trasformazioni a chilometro zero. Eccellenze, però, ancora troppo poco conosciute e raggiungibili dal grande pubblico e soprattutto dalle migliaia di turisti che frequentano l'area sangrina che, ad oggi, si muovono perlopiù con il passaparola.

Il marchio e il sito web, che saranno pronti per il prossimo maggio, serviranno quindi a dare una guida virtuale alla clientela, offrendole non solo l'elenco dei prodotti e dove trovarli, ma anche le storie che sono dietro ad ogni azienda e ad ogni produttore.

In tal senso quello che si propone è un turismo non solo enogastronomico, ma anche esperienziale, dove acquistare un prodotto, visitare un'azienda, vuol dire vivere un pezzo di territorio.

Nove i Comuni coinvolti finora nel progetto ideato dal Gruppo Marketing "Specialità agroalimentari tipiche in Alto Sangro" del Gal Aias: Barrea, Pescocostanzo, Opi, Rivisondoli, Castel di Sangro, Rocca Pia, Pescasseroli, Roccaraso e Villetta Barrea, nei quali operano le 25 aziende per il momento aderenti e alle quali potrà unirsi chi, con gli stessi requisiti e obiettivi, vorrà partecipare al progetto.

Il sito permetterà alle aziende che aderiscono di superare il digital divide e di mostrarsi insieme in una vetrina competitiva e caratterizzante, con l'obiettivo anche di superare la stagionalità del commercio, prevedendo consegne a domicilio e il coinvolgimento dei gruppi di acquisto solidale (Gas). Dall'altra l'obiettivo è quello di coinvolgere la ristorazione e gli albergatori locali nell'utilizzo dei prodotti Alto Sangro perché il marchio territoriale sia parte di un'offerta più ampia.

La campagna pubblicitaria verrà lanciata poi tra luglio e agosto, con volantini, manifesti, dépliant e pubblicità, nei quali, anche grazie ad un rapido collegamento con Qr code, si potrà accedere al portale ed essere guidati fin dentro ogni singola azienda, utilizzando un motore di

ricerca interno che proporrà selezioni per prodotto, Comune e azienda.

“I tanti turisti che frequentano gli Altipiani Maggiori, il Parco nazionale d’Abruzzo e più in generale che gravitano nella vasta e variegata orbita dell’Alto Sangro – spiega **Bruno Coletta**, responsabile del progetto – spesso hanno difficoltà nel trovare i prodotti tipici del nostro territorio, con questo progetto vogliamo favorire l’incontro e raccontare cosa c’è dietro ad ogni azienda e ad ogni prodotto. È un valore aggiunto di cui l’intero comparto economico e turistico dell’Alto Sangro deve prendere coscienza, per potersi caratterizzare ed essere più forte e penetrante sul mercato”.