

2022–2023

liminal nei monti prenestini









discover monti prenestini

“I Monti Prenestini si distinguono per il loro ambiente unico. Miriamo a promuovere turismo e sviluppo sostenibile. L’apporto di Liminal è cruciale per valorizzare la nostra identità territoriale, offrendoci prospettive diverse grazie a visitatori internazionali, portatori di culture e lingue diverse. Questo ci permetterà di esplorare soluzioni innovative.”

Francesco Colagrossi
Sindaco di Capranica Prenestina

quadro logico

Macro-area	Outcome	Stakeholder	SDG	Outputs	Indicatore
A Engagement comunitario e formazione	Scambio culturale per ridurre divari sociali	Studenti, giovani del territorio, comunità locale, imprese locali		Interazione intensiva con la comunità locale	<ul style="list-style-type: none"> Numero di incontri tra studenti e la comunità
	Sviluppo competenze <i>soft</i>	Studenti, comunità locale, pubblica amministrazione		Formazione al processo partecipativo e SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Numero di studenti formati al processo partecipativo
	Sviluppo competenze <i>hard</i> nella creazione di una infrastruttura digitale	Giovani, comunità locale, pubblica amministrazione		Formazione per la creazione e gestione di profili digitali su piattaforme di <i>booking</i>	<ul style="list-style-type: none"> Numero di abitanti formati a gestire piattaforme di <i>booking</i>
B Patrimonio infrastrutturale e digitale	Incremento dell'accessibilità e della presenza digitale del territorio	Comunità locale, turisti		Raccolta dati hard - controllo censimento sullo stato degli edifici	<ul style="list-style-type: none"> Numero di edifici censiti
				Aggiornamento dei profili online e miglioramento della presenza digitale	<ul style="list-style-type: none"> Numero di contributi e aggiornamenti effettuati su Google Maps (orari, numero di telefono, immagini, ecc) Numero di visite totali dei profili aggiornati e/o creati
				Creazione di un sito web di turismo per i Monti Prenestini	<ul style="list-style-type: none"> Numero di attività che possono essere prenotate Numero di business che possono essere visualizzati Numero di itinerari disegnati Numero di alloggi che si possono prenotare Numero di servizi resi accessibili (bancomat, farmacie ecc.) Numero di indicazioni per facilitare l'arrivo sul posto"
	Digitalizzazione e valorizzazione del patrimonio culturale	Pubblica amministrazione, comunità locale, turisti		Creazione di nuove strutture e profili Airbnb	<ul style="list-style-type: none"> Numero di profili creati Numero d profili aggiornati

quadro logico

Macro-area	Outcome	Stakeholder	SDG	Outputs	Indicatore
C Politiche e servizi	Miglioramento <i>governance</i> pubblica	Pubblica amministrazione, comunità locale		Creazione di una biblioteca multimediale	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di immagini e video • Numero di luoghi documentati
				Svolgimento di un'analisi SWOT per identificare le opportunità e le minacce del territorio	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di aree di interesse analizzate • Numero di suggerimenti sviluppati a partire dall'analisi • Numero di strategie implementate
				Inventario di tutti i servizi presenti sul territorio con indice centralizzato e mappa interattiva	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di servizi mappati • Numero di categorie mappate
				Consegna di un dossier di ricerca per migliorare la <i>governance</i> territoriale	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di lavori consegnati
D Marketing territoriale	Ottimizzazione dell'offerta turistica	Operatori turistici, comunità locale, turisti		Definizione utente target per allungare la stagionalità	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di segmenti di utenza identificati • Numero di segmenti di utenza targetizzati
				Strategia di comunicazione e identità grafica	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di iterazioni effettuate • Numero di <i>user testing</i> effettuati
				<i>User testing</i> della piattaforma web	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di <i>user testing</i> effettuati • Numero di partecipazioni al <i>user testing</i>
				Definizione di una strategia per il lancio e <i>beta testing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di campagne lanciate con Google Ads • Numero di campagne lanciate con Meta
				Promozione diretta del sito tramite il network di Liminal	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di persone profilo utente target che hanno prenotato per soggiornare sul territorio

macro-area A

engagement comunitario e formazione

23 incontri organizzati tra gli studenti internazionali, la comunità locale, e gli enti del territorio

60 Attori locali intervistati durante gli incontri sul territorio, di cui 20 erano giovani *under 30*

18 Studenti e persone del team che soggiornato nei Monti Prenestini per una durata di sei settimane durante l'estate

8 Abitanti formati sull'utilizzo di piattaforme di *booking* per le case vacanze nel territorio



macro-area B

patrimonio infrastrutturale e digitale

9.000

Immagini e video create per 50 luoghi documentati durante il soggiorno

486

Manufatti per cui i dati sono stati raccolti sullo stato del immobile (Z.T.O. A, B)

286.000

Visualizzazioni nei primi 4 mesi del materiale caricato su Google Maps per migliorare la presenza digitale del territorio

Contributi su Google Maps per migliorare la presenza digitale del territorio

Recensioni	Fotografie	Risposte a domande	Modifiche di profili	Nuovi punti d'interesse
10	764	6	20	4

Funzionalità del sito web www.discovermontiprenestini.com

Business visualizzabili	Itinerari turistici	Mappe interattive	Alloggi prenotabili	Servizi resi accessibili	Indicazioni di arrivo
25	6	2	8	51	3

Attività prenotabili

60

liminal lab

169

macro-area C

politiche e servizi

5 Aree d'interesse analizzate attraverso interviste con attori locali con diverso profilo demografico

3 Documenti consegnati:

1. Report con i risultati del lavoro svolto e l'analisi condotta
2. Biblioteca multimediale per materiale di promozione o utile ai proprietari di imprese locali
3. Database territoriale che fornisce una panoramica di tutti i servizi presenti sul territorio con contatti e indirizzi

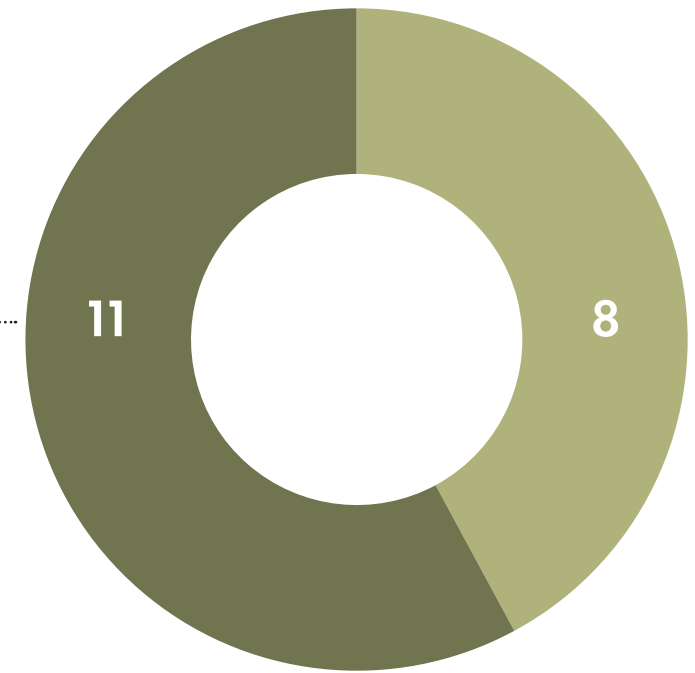
Alloggi Agriturismi Bancomat Co-working

11 5 2 2

88

I servizi mappati nel nuovo database territoriale
170

I suggerimenti identificati durante l'analisi SWOT e implementati attraverso il sito web sperimentale



Centri storici e culturali Ristorante, bar, alimentari Attività bambini Esperienze locali Monumenti naturali Parcheggi, rifornimento

18 20 9 8 5 8

liminal lab

171

macro-area D

marketing territoriale

2 Segmenti di utenza da targetizzare identificati su un totale di 9 profili ipotetici

3 Cicli di *user testing* condotti durante lo sviluppo del sito web sperimentale

50 Partecipanti al processo di *user testing*

8 Le campagne pubblicitarie condotte tramite Google Ads e Meta Ads

