

Interreg



Co-funded by
the European Union

Italy – Croatia



Guida Blu Digitale

Strumenti e idee per innovare
il turismo ittico e costiero

Pubblicazione digitale realizzata da DELTA 2000 nell'ambito del progetto BLUESLINKS finanziato dal programma Italy-Croatia.

1. Colleghiamo mare, competenze e nuove esperienze

La Guida Blu Digitale è stata realizzata nell'ambito del progetto BLUESLINKS finanziato dal programma Italia Croazia e rappresenta uno degli strumenti che LP DELTA 2000 mette a disposizione per gli operatori del settore nell'ambito delle attività del Punto di Contatto Locale attivato con il progetto.

La guida vuole essere un primo punto di partenza per accompagnare gli operatori della pesca, imprese turistiche e comunità costiere nell'ideazione di servizi più accessibili, sostenibili e riconoscibili, con l'obiettivo di offrire alle PMI una panoramica chiara e pratica delle opportunità digitali disponibili.

[Approfondisci il progetto BLUESLINKS → deltaduemila.net](https://deltaduemila.net)



Perché la digitalizzazione è strategica

La digitalizzazione rappresenta oggi una leva fondamentale per la crescita delle imprese del turismo ittico e del pescaturismo. Anche le realtà più piccole possono trarre vantaggio da strumenti semplici, accessibili e spesso gratuiti, che permettono di migliorare la comunicazione, semplificare la gestione delle attività e valorizzare il territorio.

La digitalizzazione offre alle imprese del turismo ittico e del pescaturismo una serie di strumenti semplici, accessibili e spesso gratuiti, che possono migliorare la gestione quotidiana, la comunicazione con i clienti e la valorizzazione del territorio. Di seguito trovi una panoramica ampliata dei principali strumenti utili, con una descrizione chiara delle loro potenzialità e dei vantaggi concreti per le PMI blu.

Digitalizzare non significa stravolgere il proprio modo di lavorare, ma introdurre strumenti che rendono più semplice ciò che già si fa ogni giorno. Una presenza online aggiornata permette ai clienti di trovare informazioni affidabili, prenotare con facilità e conoscere l'esperienza prima ancora di viverla. Le tecnologie digitali aiutano anche a migliorare la sicurezza in mare, a gestire meglio le comunicazioni e a creare nuove opportunità di collaborazione con altre realtà del territorio.

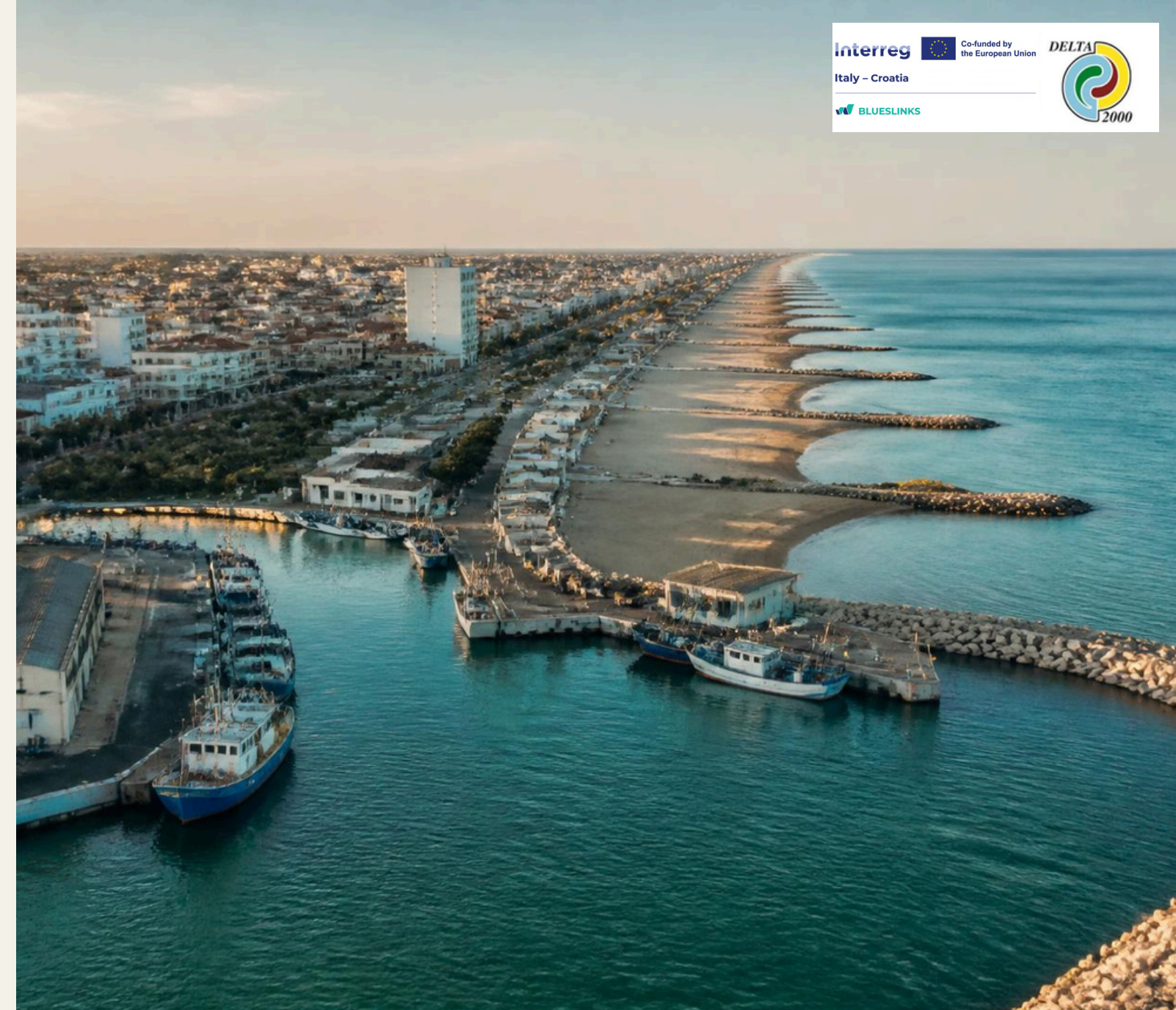


Una costa, molte marinerie

Il turismo ittico e costiero intreccia economia del mare, identità locale, tutela dell'ambiente e qualità dell'accoglienza. Nasce dall'incontro tra il visitatore e una comunità costiera fatta di persone, mestieri, paesaggi, tradizioni e prodotti del mare. La pesca professionale custodisce tecniche, stagioni, saperi e racconti tramandati nel tempo; porti, mercati ittici e luoghi di sbarco sono spazi vivi, dove il lavoro quotidiano può trasformarsi in un'esperienza di conoscenza e partecipazione.

Visite in porto, uscite in mare, degustazioni, laboratori, percorsi tra le marinerie e attività educative permettono di scoprire il territorio senza separarlo dalla sua autenticità. Il valore dell'esperienza nasce infatti dal contatto diretto con pescatori, cooperative, ristoratori e operatori locali, e dalla possibilità di comprendere il legame tra mare, comunità e filiera del prodotto ittico.

Per le imprese e i territori, il turismo ittico e costiero rappresenta un'opportunità per diversificare l'offerta, valorizzare le competenze locali, distribuire i flussi turistici e creare nuove occasioni di collaborazione. Una comunicazione chiara e strumenti digitali accessibili possono aiutare a raccontare queste esperienze, facilitarne la prenotazione e renderle più visibili, mantenendo centrale il rapporto rispettoso con il mare e con le comunità che lo vivono.



Il valore nasce quando il visitatore incontra persone, mestieri e paesaggi reali.

2. Strumenti digitali per le imprese blu

• Piattaforme di prenotazione

Le piattaforme di prenotazione sono uno dei pilastri della digitalizzazione nel turismo esperienziale. Permettono ai clienti di prenotare in autonomia, riducendo telefonate, messaggi e tempi di gestione.

Cosa permettono di fare

- Gestire disponibilità e calendari
- Ricevere prenotazioni 24/7
- Inviare conferme automatiche
- Accettare pagamenti online
- Ridurre errori e sovrapposizioni

Esempi di piattaforme

- Booking.com – utilità per esperienze turistiche strutturate
- FareHarbor – pensato per tour, escursioni e attività esperienziali
- GetYourGuide e Civitatis: Piattaforme molto popolari in Italia per la ricerca e l'acquisto di tour guidati, biglietti per musei ed escursioni locali.
- Soluzioni locali regionali – spesso integrate con portal turistici territoriali

Perché è utile alle imprese blu

Una piattaforma di prenotazione permette di trasformare un'attività stagionale in un servizio sempre accessibile, aumentando la visibilità e semplificando la gestione.

• Gestione clienti e comunicazione

Una comunicazione chiara, immediata e professionale è fondamentale per creare fiducia e migliorare l'esperienza del cliente.

Strumenti principali

- WhatsApp Business. Permette di creare messaggi automatici, risposte rapide, cataloghi di servizi e liste broadcast. Ideale per conferme, informazioni pratiche e contatti veloci.
- Google Business Profile. È il biglietto da visita digitale dell'impresa, recensioni, orari, foto, posizione, link al sito. Essenziale per essere trovati facilmente dai turisti.
- Email automatizzate. Utili per inviare conferme, promemoria, informazioni pre-esperienza e ringraziamenti post-visita.

Perché è utile alle imprese blu

Una comunicazione ben gestita reduce incomprensioni, migliora la reputazione e aumenta la soddisfazione dei clienti.

Quanto tempo richiedono gli strumenti digitali?

ATTIVITÀ	AVVIO INIZIALE	GESTIONE ORDINARIA
Scheda Google Business Profile	1-2 ore	10-15 minuti a settimana
WhatsApp Business	30-60 minuti	5-10 minuti al giorno
Calendario e prenotazioni online	2-4 ore	10-20 minuti a settimana
Post social con foto o breve video	30-45 minuti	1-2 contenuti a settimana
Aggiornamento disponibilità e informazioni	30-60 minuti	10-15 minuti a settimana
Risposta a recensioni e feedback	Nessun avvio specifico	10-15 minuti a settimana
QR code e materiali informativi	30-60 minuti	Solo quando cambiano i contenuti

Ascoltare, rispondere, migliorare

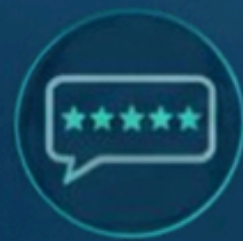
Recensioni e feedback come strumenti di crescita

Recensioni, commenti e suggerimenti aiutano a comprendere come viene vissuta l'esperienza e quali aspetti possono essere migliorati. Per le imprese del turismo ittico e costiero rappresentano anche una forma di passaparola digitale: aumentano la credibilità dell'offerta, migliorano la visibilità online e rafforzano la fiducia dei potenziali clienti. Analizzare e valorizzare i feedback ricevuti consente inoltre di individuare punti di forza e opportunità di miglioramento, contribuendo alla crescita e alla qualità dei servizi offerti.



Raccogliere il feedback

- Al termine dell'esperienza, invita i partecipanti a lasciare una recensione o un breve feedback, facilitando l'operazione tramite un QR code collegato alla scheda Google o a un questionario online e, se possibile, inviando successivamente un messaggio di ringraziamento con il relativo link.
- Porre poche domande semplici: Cosa hai apprezzato? Cosa possiamo migliorare? Consigliaresti l'esperienza?



Rispondere con attenzione

- Ringraziare sempre per il tempo dedicato.
- Rispondere in modo breve, personale e professionale.
- In presenza di una critica, evitare risposte diverse e proporre un contatto diretto.



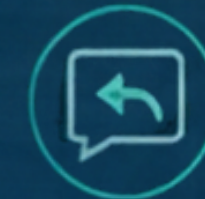
Trasformare i commenti in miglioramenti

I feedback possono segnalare problemi ricorrenti nella prenotazione, nelle informazioni fornite, nell'accoglienza o nell'organizzazione dell'esperienza.

Annotare le osservazioni e verificare periodicamente quelle più frequenti permette di intervenire in modo mirato.



“Esperienza autentica e ben organizzata.”



Grazie per la recensione! Siamo felici che l'uscita sia stata apprezzata e terremo conto del suggerimento sulle informazioni da fornire prima della partenza.



In pratica

Dopo ogni attività: ringrazia, chiedi una recensione e annota un suggerimento utile. Anche pochi feedback ben gestiti possono rafforzare reputazione e fiducia.

Raccontare, orientare e navigare in sicurezza



Storytelling digitale

Raccontare il mare, la pesca, la tradizione e la vita quotidiana è uno dei modi più efficaci per creare un legame con il pubblico.

Strumenti principali

- **Canva.** Per creare grafiche, locandine, post social, brochure e mini-video in modo semplice.
- **Instagram e Facebook.** Ideali per foto autentiche, video brevi, storie quotidiane e contenuti emozionali.
- **Micro-video.** Clip di 15-30 secondi che mostrano momenti reali: la preparazione delle reti, il rientro in porto, una ricetta, un tramonto.

Perché è utile alle imprese blu

- Lo storytelling permette di valorizzare l'identità dell'impresa, rendere l'esperienza più attraente e distinguersi dalla concorrenza.



Pagamenti digitali

I pagamenti digitali rendono l'esperienza più semplice, veloce e sicura, sia per il cliente che per l'impresa.

- **POS mobile.** Terminali portatili che funzionano ovunque, anche in barca.
- **QR code** per pagamenti rapidi. Ideali per esperienze brevi o per vendite di prodotti locali.
- **Ricevute digitali.** Permettono di gestire tutto in modo tracciabile e professionale.

Perché è utile alle imprese blu

I pagamenti digitali riducono il contante, semplificano la gestione e migliorano la percezione di professionalità.



Mappe interattive e itinerari

Le mappe digitali sono strumenti preziosi per valorizzare il territorio e guidare i visitatori alla scoperta delle marinerie e dei punti di interesse.

Strumenti principali

- **Google Maps.** Per creare mappe personalizzate con punti di interesse, percorsi e itinerari.
- **Komoot.** Ideale per itinerari, percorsi naturalistici e camminate.
- **App turistiche regionali.** Spesso integrate con informazioni su eventi, mannie, prodotti locali e percorsi tematici.

Perché è utile alle imprese blu

- Le mappe digitali permettono di arricchire l'esperienza del visitatore e di creare itinerari personalizzati legati alla pesca, alla gastronomia e alla cultura locale.



Strumenti per la sicurezza in mare

La sicurezza è un elemento fondamentale per le attività di pescaturismo e turismo ittico. Le tecnologie digitali offrono strumenti utili per monitorare condizioni e spostamenti.

- **App meteo:** Windy, MeteoAM, Windfinder. Permettono di monitorare vento, onde, correnti e condizioni meteo in tempo reale.
- **Tracker GPS.** Utili per tracciare la posizione dell'imbarcazione e garantire maggiore sicurezza.
- **Sistemi di comunicazione.** Radio, app di comunicazione e dispositivi di emergenza digitali.

Perché è utile alle imprese blu

Questi strumenti aumentano la sicurezza dell'esperienza, assicurano i clienti e permettono di gestire meglio eventuali imprevisti.



In sintesi

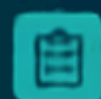
In sintesi

Questi strumenti digitali rappresentano una base solida per migliorare la gestione, la comunicazione e la qualità dell'esperienza offerta dalle imprese del turismo ittico e del pescaturismo. Sono soluzioni semplici, spesso gratuite, che possono essere adottate gradualmente e senza investimenti complessi.

3. Da dove iniziare: la trasformazione digitale passo dopo passo

La trasformazione digitale può partire da piccoli gesti: aggiornare la propria scheda Google, rispondere ai clienti con WhatsApp Business, creare un semplice calendario di prenotazioni. È utile definire obiettivi concreti e realistici, aumentare le prenotazioni, migliorare la comunicazione, raccontare meglio l'esperienza. Non sono investimenti complessi: ciò che conta è scegliere strumenti adatti alle proprie capacità e procedere con gradualità.

Una breve checklist per orientarsi



Prima di iniziare, è utile verificare alcuni aspetti fondamentali:

- L'impresa è facilmente trovare online?
- Le informazioni sono aggiornate e chiare?
- I clienti possono prenotare in modo semplice?
- L'attività è raccontata con foto, video o storie?
- Esistono strumenti digitali che aiutano l'organizzazione quotidiana?

Questa checklist permette di capire quali sono le priorità e dove intervenire per primi.

Strumenti digitali utili per il turismo ittico e il pescaturismo

Le imprese possono beneficiare di una serie di strumenti digitali semplici e immediati. Le piattaforme di prenotazione permettono ai clienti di organizzare la propria esperienza in autonomia, riducendo telefonate e messaggi. Google Business Profile e WhatsApp Business migliorano la comunicazione e la gestione dei contatti. Canva aiuta a creare contenuti visivi efficaci, mentre mappe interattive e QR code permettono di valorizzare il territorio. App meteo e strumenti di sicurezza digitale supportano le attività in mare.

Prenotazioni online: un vantaggio concreto

Le piattaforme di prenotazione sono uno degli strumenti più utili per le PMI del turismo esperienziale. Permettono di gestire calendari, conferme, pagamenti e disponibilità in modo automatico, riducendo il carico di lavoro e aumentando la visibilità. Anche soluzioni semplici, come un modulo di prenotazione sul sito o un calendario condiviso, possono fare una grande differenza.

Comunicazione e gestione dei clienti

Una comunicazione chiara e immediata è essenziale per creare fiducia. WhatsApp Business consente di inviare messaggi automatici, risposte rapide e informazioni utili. Google Business Profile permette di gestire recensioni, foto, orari e posizione, diventando un vero biglietto della visita digitale. Anche le email automatiche per conferme e promemoria migliorano l'esperienza del cliente.

Raccontare il mare: lo storytelling digitale

Il mare, la pesca, la tradizione e la comunità sono elementi che rendono ogni esperienza. Raccontare attraverso foto autentiche, mini-video, ricette, curiosità o momenti di vita quotidiana permette di creare un legame con il pubblico. Una semplice identità visiva — colori, font, stile delle immagini — aiuta a comunicare in modo coerente e professionale.

Social media: cosa funziona davvero

Sui social fanno sparso contenuti autentici, reggiori e immediati. Video brevi, foto reali, storie dei porti e aggiornamenti settimanali creano interesse e coinvolgimento. Rispondere rapidamente ai clienti e curare le recensioni è fondamentale: spesso sono il primo elemento che guida la scelta dei visitatori.

Idee di contenuti, buone pratiche e casi replicabili

La comunicazione digitale delle imprese del turismo ittico e del pescaturismo può essere arricchita attraverso contenuti semplici, autentici e facilmente replicabili. Questa sezione raccoglie esempi reali provenienti da marinerie italiane, cooperative, progetti territoriali e dal FLAG Costa Emilia-Romagna, in particolare dal Festival del Mare, che rappresenta una delle migliori pratiche di comunicazione integrata del settore.

Molte imprese hanno già innovato con soluzioni semplici: prenotazioni online che aumentano i clienti, storytelling che migliora la visibilità, collaborazioni con ristoranti per pacchetti esperienziali, QR code narrativi per itinerari interattivi, mini video che generano engagement immediato. Questi esempi dimostrano che la digitalizzazione può essere accessibile e utile per tutti.

Alcuni contenuti semplici e replicabili possono aiutare a mantenere una presenza costante:

- Raccontare un'uscita in mare
- Condividere una ricetta locale
- Presentare una curiosità sul territorio
- Mostrare il "dietro le quinte" dell'attività
- Invitare a scoprire l'esperienza di pescaturismo

Questi modelli aiutano a costruire una comunicazione autentica e riconoscibile.

1. Raccontare un'uscita in mare

Raccontare un'uscita in mare è uno dei contenuti più efficaci per mostrare l'esperienza in modo autentico. Video brevi, riprese spontanee e testimonianze dirette permettono ai visitatori di immaginare l'attività prima di viverla.

Esempi nazionali

Pescaturismo in Toscana - Video dell'esperienza

https://www.youtube.com/watch?v=d_XI_OZMsmk

Pescaturismo Polaris - Racconti e video delle uscite

<https://www.instagram.com/reel/DctV4MToQxB/>

Cooperativa San Marco (Chioggia) - Vita dei pescatori

<https://www.facebook.com/group/sanmarco/videos/>



Uscite in mare e ricette locali

Esempi dal FLAG Emilia-Romagna / Festival del Mare

Il Festival del Mare documenta numerose attività legate alle marinerie della costa, con video e materiali che mostrano la pesca, le tradizioni e le uscite in mare durante gli Eventi Faro:

<https://www.flag-costaemiliaromagna.it/progetti/festival-del-mare/>

Eventi come Lo Sposalizio del Mare, La Cozza di Marina di Ravenna in Festa e La Sagra della Vongola di Corò offrono contenuti perfetti per raccontare il mare in modo coinvolgente.



Video e materiali del Festival del Mare

<https://www.flag-costaemiliaromagna.it/progetti/festival-del-mare/>

La pagina contiene link ai video delle marinerie, attività in mare ed Eventi Faro.

Eventi Faro che mostrano attività in mare:

- Lo Sposalizio del Mare • Cervia
 - La Cozza di Marina di Ravenna in Festa
 - La Sagra della Vongola di Corò
- (Tutti documentati nella pagina del Festival.)

2. Condividere una ricetta locale

Le ricette sono un contenuto ideale per valorizzare il prodotto ittico locale e la tradizione gastronomica delle marinerie. Sono facili da realizzare e generano sempre grande interesse.

Esempi nazionali

- Ricette della tradizione siciliana

<https://www.pescaturismoinsicilia.it/enogastronomia-siciliana/>

- Ricette della tradizione lure • Pescatori di Camogli

<https://www.facebook.com/watch/?v=950740681195419>

- Pescaturismo Polaris

<https://www.instagram.com/reel/DaVL57mM43k/>



Esempi dal FLAG Emilia-Romagna / Festival del Mare

Molti Eventi Faro includono show cooking, degustazioni e laboratori gastronomici:

- Sagra della Canocchia e della Seppia • Comacchio
- La Cozza di Marina di Ravenna in Festa
- Il Pesce fa Festa • Cesemattico

Questi eventi offrono contenuti perfetti per mostrare ricette, preparazioni e prodotti locali.



App regionali, QR code e comunicazione territoriale

App turistiche regionali

Le app/siti web turistici regionali (Emilia-Romagna Turismo, Visit Romagna, app dei Comuni) offrono:

- - mappe interattive del territorio;
- - percorsi tematici già pronto;
- - informazioni su eventi, marinerie, prodotti locali;
- - contenuti multimediali integrati.

Come integrare le mappe digitali nella comunicazione

Le mappe digitali possono essere integrate in siti web, brochure, locandine, post social e materiali informativi.

Esempi collegati alle imprese blu

- - Una cooperativa può creare una mappa "Le nostre uscite in mare".
- - Un percettore può mostrare "Il luogo della nostra storia".
- - Un ristorante può integrare "La filiera del pesce locale".
- - Un territorio può proporre "La via delle marinerie della Costa Emilia-Romagna".

QR code: collegare il territorio all'esperienza

I QR code sono uno strumento semplice e potentissimo per rendere l'esperienza più interattiva.

Cosa possono fare

- - Collegare i visitatori a mappe personalizzate.
- - Mostrare itinerari tematici.
- - Raccontare curiosità sulle marinerie.
- - Presentare ricette, specie locali, tradizioni.
- - Offrire contenuti multimediali (video, foto, testimonianze).

Esempi pratici

- QR code sulla barca → mappa "La nostra marineria".
- QR code sulla locandina → itinerario "Dopo l'esperienza, scopri il territorio".
- QR code sui materiali del Festival del Mare → percorso tra gli Eventi Faro.
- QR code sul sito → mappa "Le nostre collaborazioni con ristoranti locali".

★ In sintesi

Le mappe digitali e gli itinerari sono strumenti semplici, efficaci e versatili che permettono di:

- valorizzare il territorio;
- guidare i visitatori;
- raccontare la cultura delle marinerie;
- integrare l'esperienza di pescaturismo con percorsi tematici;
- rendere la comunicazione più moderna e interattiva.

Sono soluzioni perfette per le PMI blu che vogliono innovare senza costi elevati.



4. Altre risorse utili, finanziamenti e contatti

4.1 Pagamenti digitali

I pagamenti digitali semplificano la gestione e migliorano l'esperienza del cliente. POS mobile, QR code e ricevute digitali garantiscono velocità, sicurezza e tracciabilità. Sono strumenti ormai indispensabili anche per le piccole imprese.

4.2 Sicurezza in mare

Le tecnologie digitali supportano la sicurezza delle attività in mare. App meteo, tracker GPS e sistemi di comunicazione permettono di monitorare condizioni e spostamenti. Gli alert automatici aiutano a prevenire situazioni di rischio e a garantire un'esperienza più sicura.

4.3. Opportunità di finanziamento

Le imprese possono accedere a diversi finanziamenti: fondi europei, bandi regionali e incentivi per la digitalizzazione delle PMI. Il Punto di Contatto Locale BluesLinks supporta nella ricerca delle opportunità, facilitando l'accesso alle risorse disponibili.

4.4. I servizi del Punto di Contatto Locale BluesLinks

Il Punto di Contatto Locale offre supporto su digitalizzazione, sostenibilità, innovazione, finanziamenti, creazione d'impresa e incontro domanda-offerta. È un luogo di ascolto e accompagnamento dedicato alle PMI che vogliono crescere e innovare nel settore della Blue Economy.



Riepiloghiamo gli..

STRUMENTI PER INNOVARE

Dal racconto alla prenotazione

PRESENZA DIGITALE

Sito mobile, scheda Google, social e newsletter coordinati.

ESPERIENZE PRENOTABILI

Calendario, ticketing, pagamenti e gestione delle disponibilità.

NARRAZIONE

Foto, video, mappe, podcast e QR code per rendere visibili luoghi e persone.

RETE E MISURAZIONE

Partnership locali, feedback, accessibilità, dati e miglioramento continuo.





Ricordiamoci che esistono..

ESEMPI E CASI REPLICABILI

Formati piccoli, impatto duraturo

Uscite in barca con racconto del mestiere • visite all'asta e al mercato • laboratori sul pescato stagionale • degustazioni con ristoratori • itinerari tra porto e borgo • festival e giornate aperte. Ogni format funziona quando è co-progettato, prenotabile e legato a una storia locale verificabile e le nuove tecnologie sono fondamentali per farlo conoscere.

Hai un'idea per il turismo ittico o costiero?
Contattaci per orientamento, rete e collaborazione.

Punto di Contatto Locale LP DELTA 2000

Il Punto di Contatto Locale attivato nell'ambito del progetto BLUESLINKS orienta imprese e operatori, facilita connessioni e accompagna le idee verso opportunità concrete. Il FLAG anima la strategia di sviluppo locale della costa, mette in rete pesca, istituzioni e turismo e sostiene progettualità capaci di generare valore condiviso.



LP DELTA 2000

Strada Mezzano 10 • 44020 Ostellato (FE)

Telefono +39 0533 57693

info@deltaduemila.net

www.deltaduemila.net



Il mare unisce chi innova insieme.

Piattaforma BLUESLINKS

La piattaforma BlueLinks sviluppata nell'ambito del progetto BLUESLINKS fornisce accesso alle risorse di settore, supporto di esperti e informazioni relative all'acquacoltura, alla pesca su piccola scala e al turismo ittico nell'area adriatica.

Per maggiori informazioni e per accedere

<https://blueslinksplatform.eu/it/>

Interreg

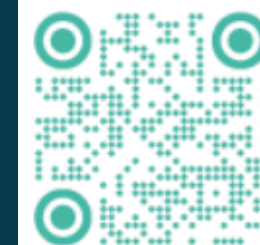


Co-funded by
the European Union

Italy – Croatia



This digital on line publication has been produced by LP DELTA 2000 in the framework of BLUESLINKS project with the financial assistance of the Italy–Croatia CBC Programme. The contents of this publication are the sole responsibility of the authors and do not necessarily reflect the position of the Programme or the European Union.



FOR MORE
INFORMATION ON THE
BLUESLINKS PROJECT
SCAN THE QR CODE

italy-croatia.eu/web/blueslinks