

PROGRAMMA DI ATTIVITA' 2010
Proposta

APT Chianciano Terme Val di Chiana

SCELTE STRATEGICHE

- **Favorire e promuovere un modello di fruizione turistica sostenibile** condiviso, basato sui valori della cultura e dell'identità locale, facendo del turismo un'occasione di conoscenza e scambio culturale per i residenti e gli ospiti
- **Creare un nuovo profilo di offerta turistica** basata sul concetto di filiera integrata del turismo, favorendo l'aggregazione delle imprese appartenenti a settori diversi: ricettività, ristorazione, commercio, artigianato, cultura e agricoltura
- **Governare l'immagine con una gestione coordinata del brand “Terre di Siena”**, per evitare il rischio di imitazione e banalizzazione, condividendo con i vari soggetti della filiera collegata al turismo una corretta promozione dei valori ad esso riferiti

SCELTE STRATEGICHE

- **Promuovere la diversificazione dell'offerta per motivazioni** di viaggio, consolidando il sistema di creazione e promozione dei prodotti turistici per target già sperimentato, per poter disporre di un'offerta qualificata e specializzata di servizi personalizzati in grado di contribuire in modo decisivo ad aumentare la capacità competitiva del nostro territorio
- **Promuovere in modo integrato le diverse aree della provincia,** all'interno dell'immagine coordinata Terre di Siena, valorizzando la diversità e le peculiarità di ogni luogo per produrre un effetto di trascinamento delle aree più forti nei confronti delle realtà più deboli
- **Mantenere elevato il livello di qualità dei servizi di informazione** ed accoglienza turistica consolidando e innovando la rete dei servizi a favore sia dei turisti che degli operatori locali

SCELTE STRATEGICHE

- **Promuovere modelli innovativi di partenariato pubblico – privato** per un'efficiente integrazione tra promozione e commercializzazione, ed una maggiore coerenza tra marketing della destinazione e marketing aziendale
- **Favorire azioni di co-marketing**, funzionali alle scelte strategiche, con soggetti pubblici e privati locali o di altre realtà di eccellenza toscane, italiane o di altri paesi europei
- **Favorire la co-progettazione, con altre APT**, di azioni e strumenti per la promozione di aree-prodotto interprovinciali o interregionali

AZIONI PROGETTUALI

- Filiera integrata del turismo
- Piano integrato di comunicazione
- Promozione integrata
- Progetti per target
- Progetti d'area
- Informazione e accoglienza turistica
- Promo-commercializzazione

Filiera integrata del turismo

- Diffusione e consolidamento della filiera in ogni area della Provincia attivando le opportune collaborazioni con CCN, Mercatali, Spacci di Filiera Corta, Strade del Vino, Musei, Terme
- Favorire l'ingresso nella filiera delle imprese operanti nelle aree protette, in collaborazione con il Sistema delle Riserve Naturali Senesi
- Attivazione della "Card Terre di Siena" presso le strutture aderenti al circuito di qualità "Ospiti di Valore" e collaborazione all'attivazione presso gli aderenti ad altri circuiti ispirati ai principi di sostenibilità ambientale e sociale (CCN, Mercatali, Spacci)

Filiera integrata per il turismo

- Consulenza e supporto alle aziende aderenti per la corretta applicazione del Codice di comportamento
- Favorire l'accesso privilegiato degli aderenti a finanziamenti e progetti speciali in materia di politiche sostenibili
- Innovazione e aggiornamento degli strumenti promozionali riservati al circuito
- Creazione di percorsi formativi riservati agli operatori sui principi del Codice
- Favorire la trasformazione del circuito Ospiti di Valore in soggetto giuridico
- Diffusione del progetto ad altre aree della Toscana
- Inserimento nei circuiti internazionali per il turismo sostenibile anche tese a favorire partenariato con altre realtà

Piano integrato di comunicazione

Elaborazione e adozione di un nuovo piano di comunicazione condiviso con i soggetti, pubblici e privati, che operano nel territorio, per garantire una gestione coordinata del brand Terre di Siena e dei valori ad esso collegati, per evitare problemi di banalizzazione dell'immagine, il rischio di imitazioni e per qualificare la riconoscibilità della destinazione.

Piano integrato di comunicazione

Contenuti del Piano di comunicazione:

- Sviluppo nuova immagine coordinata per le Terre di Siena
- Applicazione agli strumenti promozionali coerenti con le scelte strategiche di sviluppo turistico
- Sviluppo di format pubblicitari per i principali mercati
- Progettazione di azioni di co-marketing con soggetti pubblici e privati interni ed esterni al sistema appartenente ai vari settori
- Diffusione della nuova immagine attraverso strumenti di fidelizzazione della clientela da realizzare in collaborazione con le associazioni di categoria e le imprese

Comunicazione web

E' stata realizzata una nuova versione del portale www.terresiena.it, con diversa tecnologia e nuova logica di navigazione al fine di ottimizzare l'accesso alle informazioni disponibili e il posizionamento nei motori di ricerca.

Caratteristiche del nuovo portale:

- offre soluzioni interattive ed editoriali innovative,
- dà maggiore visibilità ai siti tematici e dedicati alle aree
- ospita il sistema booking on line della Regione Toscana
- garantisce il rispetto dei criteri di accessibilità,
- presenta un servizio redazionale dedicato
- è in collegamento con social network

Comunicazione web

Obiettivo:

Fare del Portale www.terresiena.it lo strumento per la promozione web con servizi per il mercato e per gli operatori locali.

Azioni:

- l'adozione di un piano di comunicazione web finalizzato a massimizzare il posizionamento del portale nei principali motori di ricerca e a creare opportune collaborazioni con i più importanti siti turistici compatibili con l'offerta delle Terre di Siena
- Aggiornamento e monitoraggio del portale a cura delle APT
- Gestione redazionale delle news, sviluppo e invio di news letter periodiche
- Gestione e implementazione dei 10 siti tematici

Comunicazione “mobile”

Accanto alla produzione di materiale cartaceo è opportuno accelerare il processo d'innovazione e intercettare le nuove tendenze del turista “evoluto” e per questo sarà data particolare attenzione alla erogazione di una *mobile brand experience* di alto livello, in grado di offrire servizi che raccordano l'economia della relazione con l'economia della velocità.

Si prevede l'utilizzo di una serie di strumenti che consentano il loro uso attraverso reti wireless, bluetooth, schede SD, navigatori, per dare la possibilità di scaricare itinerari e mappe, inviare Sms a chi decide di iscriversi e per fornire, in tempo reale, informazioni su eventi e appuntamenti di particolare rilevanza.

Educational, work shop e fiere di settore

- Programmazione di educational per tour operator e agenti di viaggio selezionati, press tour e fam trip per giornalisti e opinion leader in collaborazione con Regione Toscana, Apet, Enit
- Collaborazione e assistenza a troupe di network televisivi italiani e stranieri, redazioni di giornali, editoria, troupe cinematografiche anche in collaborazione con Mediateca Toscana
- Partecipazione a fiere specializzate anche in collaborazione con altri servizi della Provincia, con i consorzi e con enti e associazioni
- Sostegno all'attività di incoming per un'offerta integrata in occasione di work shop

Progetto fotografico per Le Terre di Siena

Obiettivo:

- Dotarsi di nuove immagini fotografiche che sappiano cogliere gli elementi attuali più significativi dello stile di vita dei nostri luoghi per supportare le nuove strategie di comunicazione per la promozione integrata

Azioni:

- Coinvolgere nel progetto fotografi professionisti apprezzati a livello nazionale e internazionale, anche di nazionalità diverse, per ottenere interpretazioni originali e da punti di vista diversi degli elementi più rappresentativi delle Terre di Siena
- Realizzazione di un evento espositivo delle immagini prodotte
- Produzione di un catalogo
- Replica della mostra in occasione di eventi promozionali all'estero
- Utilizzo delle immagini in una campagna promozionale

Promozione integrata

Promozione dei prodotti agroalimentari

- Aggiornamento e implementazione sito web www.agricoltura.terresiena.it per diffondere la qualità dei prodotti e dei produttori delle Terre di Siena
- Applicazione dell'immagine coordinata delle Terre di Siena agli strumenti promozionali dei prodotti agroalimentari
- Collaborazione con i Consorzi dei Produttori in occasione di eventi a livello nazionale ed internazionale dedicati alle produzioni di qualità
- Attivazione di forme di collaborazione con l'Istituto Professionale Alberghiero di Chianciano Terme.

Promozione integrata

Progetto “Capolavori dei sensi”

Il progetto vede la sua prima articolazione sistemica nel 2006, come evoluzione dell'azione sperimentale “I sapori dell'arte” sviluppata in occasione della mostra dedicata a Duccio di Boninsegna.

Ha connotato le principali azioni promozionali in Italia e all'estero degli ultimi tre anni

Promozione integrata

Progetto “Capolavori dei sensi”

Nasce dall'esigenza di poter disporre di un nuovo profilo di offerta turistica che ci consenta di:

- Rispondere alla scelta strategica di sviluppo sostenibile e di promozione integrata
- Mantenere un posizionamento qualificato nel mercato turistico date le nuove tendenze:
 - Spostamento dalla destinazione alla motivazione
 - Vacanza come esperienza, possibilità di essere protagonisti e vivere momenti di conoscenza e di scoperta
 - Massimizzare la soddisfazione del viaggio in periodi sempre più brevi di soggiorno

Promozione integrata

Progetto “Capolavori dei sensi”

Il Progetto si sostanzia in :

- Una strategia di marketing innovativa che fa leva sulla *sensorialità*
- Un format promozionale
- Un nuovo profilo di offerta turistica

Contenuti del marketing sensoriale

Si fa leva sul piacere derivante dalla percezione del “bello” attraverso il gusto estetico ed il gusto fisiologico puntando ad un unico universo percettivo, esaltando contemporaneamente tutte le eccellenze del nostro territorio che trovano origine comune nella storia e nella cultura locale.

Promozione integrata

Progetto “Capolavori dei sensi”

Contenuti del marketing sensoriale

L'obiettivo è recuperare la cultura del fare, dare al cibo e al vino la dignità di veicolo culturale e di ricontestualizzare, attraverso l'esperienza sensoriale, l'opera d'arte nel vissuto collettivo del territorio

Nelle Terre di Siena, più che in ogni altro luogo, l'arte di vivere può diventare *arte da vivere*. Tutto questo attraverso una nuova offerta turistica capace di offrire esperienze in cui i prodotti d'eccellenza, la grande pittura e i paesaggi si fondono e attraverso i sensi suggeriscono percorsi sorprendenti, lasciando una percezione unica dell'essenza del nostro territorio .

Capolavori dei sensi

Elementi di sensorialità

- il palato incontra i prodotti di eccellenza e i grandi vini docg,
- la vista si concentra su immagini del nostro paesaggio e sui capolavori di artisti come Ambrogio Lorenzetti, Simone Martini
- l'udito viene stimolato da musiche di autori classici o jazz.

Format promozionale “Degustazioni ad arte”

Formula ideale di promozione integrata per iniziative promozionali, in Italia e all'estero, che propongono un approccio sensoriale per la conoscenza del territorio e consentono una comunicazione coordinata del Brand Terre di Siena, grazie anche ad abbinamenti originali di vini, opere d'arte, paesaggi, musiche e poesie, e con l'aiuto di microfilmati

Promozione integrata

Progetto “Capolavori dei sensi”-

Nuovo profilo di Offerta turistica

Attualmente disponiamo di 8 percorsi evocativi e suggestivi, tradotti in proposte di viaggio e format promozionali ed eventi; uno per ogni area della provincia:

- “dolcezze d’ambra a Siena”
- “geometrie del gusto nel Chianti”
- “profusioni d’oro in Val d’Elsa”
- “paesaggi di sapore in Val di Merse
- “sapori eterei nelle Crete”
- “*matericità* aromatica in Val d’orcia”
- “gentili profumi in Val di Chiana”
- “dolce serenità nel Monte Amiata”

Promozione Integrata

Progetto “Capolavori dei sensi”

Azioni da realizzare:

- Aggiornamento e riformulazione del format promozionale avvalendosi di un comitato scientifico composto almeno da esperti di arte, di comunicazione e di produzioni agroalimentari
- Applicazione dei principi del marketing sensoriale alle azioni di promozione integrata, a format di accoglienza degli ospiti presso strutture ricettive, cantine, musei, terme
- Creazione di percorsi, pacchetti e servizi turistici, che abbiano come protagonisti gli operatori del circuito “ospiti di valore” e della filiera corta, come luoghi di eccellenza del bello e del buono evocati dal marketing sensoriale
- Diffusione del progetto presso gli operatori turistici con azioni di formazione rivolte anche a guide turistiche, sommelier, agenzie di viaggio

Promozione integrata

Promozione integrata in occasione di eventi culturali promossi da Comuni, Fondazione Musei, etc.

Obiettivi:

Fare di ogni evento un'opportunità di conoscenza dell'intero territorio

Azioni:

- Collaborare al programma promozionale di ogni evento
- Creare un'adeguata offerta di ospitalità e servizi turistici
- Curare la promozione dell'evento per Tour Operator, Agenzie, stampa e opinion leader

Promozione integrata in occasione di prestiti di opere d'arte

Utilizzare le occasioni di prestiti di opere del patrimonio artistico senese ai grandi Musei internazionali, come opportunità di promozione delle Terre di Siena sviluppando opportune azioni di co-marketing per i paesi di riferimento

Promozione integrata

Promozione integrata in occasione di grandi eventi

Mostra “Da Jacopo della Quercia a Donatello- Le arti a Siena nel primo rinascimento” – Siena, da marzo a luglio 2010

Mostra dedicata ai Macchiaioli – Montepulciano, da aprile a settembre 2010

Azioni

- Promozione degli eventi in collaborazione con “Vernice progetti culturali” e Fondazione Musei Senesi con azioni rivolte a Tour Operator e agenzie di viaggio

Promozione integrata

- Sviluppo di servizi e azioni di accoglienza abbinati alle mostre, in collaborazione con gli operatori turistici locali, coinvolgendo strutture ricettive, ristoranti, guide turistiche, agenzie di viaggio
- promozione di itinerari del Rinascimento nel territorio provinciale,
- aggiornamento e integrazione del sito dedicato al Rinascimento sviluppato dalle APT in occasione della mostra realizzata a Londra a cura della National Gallery nel 2008.

Promozione integrata

Collaborazione con l'Istituto Professionale Alberghiero di Chianciano Terme

Si propone un accordo per promuovere e realizzare progetti e azioni comuni con l'obiettivo di favorire una maggiore e migliore integrazione della Scuola a livello locale e perfezionare la conoscenza delle eccellenze enogastronomiche del territorio senese mediante:

- Collaborazione in alcune azioni dell'attività formativa e didattica
- compartecipazione nell'organizzazione di eventi e manifestazioni mirate alla promozione di eccellenze enogastronomiche

Le Terre del buon vivere

Progetto interprovinciale

Obiettivo:

Creare e promuovere un prodotto turistico integrato, destinato ai mercati europei ed extraeuropei, che veda le Terre di Siena, insieme ad altre realtà toscane, come un'unica destinazione in grado di simboleggiare il cuore e l'essenza di ciò che la Toscana rappresenta nel mondo.

Diversi infatti sono gli elementi comuni molto qualificanti :

- qualità del paesaggio
- patrimonio storico e artistico,
- produzioni agricole di qualità
- tradizioni e cultura locale

Le Terre del buon vivere

Progetto interprovinciale

Azioni:

- sviluppare motivazioni di viaggio basate essenzialmente su opportunità di conoscere e comprendere il vero stile di vita dei vari luoghi e vivere esperienze culturali
- creare circuiti integrati di operatori che rispondano a criteri omogenei di qualità basati sui principi della filiera corta e del turismo sostenibile
- creare offerte omogenee per il turismo in bicicletta, a piedi e a cavallo (Percorso della Transumanza, Sentiero della Bonifica)
- Sviluppare alcuni pacchetti e servizi turistici attraverso i Tour Operator locali, partner delle APT delle Province interessate

Le Terre del buon vivere

Progetto interprovinciale

Realizzare i necessari strumenti di promozione e comunicazione connotati dall'immagine della marca Toscana in collaborazione con Toscana Promozione

Attivare collaborazioni con Tour Operator stranieri e compagnie aeree realizzando educational e workshop

Soggetti coinvolti

Il progetto coordinato dalle APT deve poter contare sulla collaborazione della Regione, delle Province, dei Comuni, delle Soprintendenze ai beni storici, artistici e ambientali, dei direttori dei Musei, delle Camere di Commercio, dei Consorzi dei produttori, , dei TO e delle agenzie di viaggio locali .

Progetti per target diversificazione dell'offerta

Progetti già avviati e da consolidare:

- In vacanza con i bambini
- Terre di Siena per le scuole
- Terre di Siena per i giovani
- Terre di Siena in bici
- Vacanze a cavallo
- Vacanze a piedi
- Treno-Natura
- Terme e benessere
- Benvenute in Toscana

Progetti per target

Azioni da realizzare:

- Maggiore condivisione della progettazione dei contenuti con gli operatori
- Formazione specifica per gli operatori in riferimento a motivazione, servizi, accoglienza, coerenza del marketing aziendale con il marketing di prodotto
- Forme innovative di commercializzazione, promozione e comunicazione partecipata dagli operatori privati

Progetti per target

Progetti da sviluppare:

1. Turismo congressuale
2. Turismo accessibile
3. Turismo lento:
 - Sentiero della Bonifica lungo il canale maestro della Chiana
4. Progetto Via Francigena e Percorso Transumanza
5. Turismo ambientale
6. Turismo sportivo

Turismo congressuale

Premessa

Il turismo congressuale rappresenta indubbiamente un'opportunità molto importante per l'economia del nostro territorio, sia per le imprese della ricettività che per tutto il sistema di indotto collegato a questo settore.

La qualità delle presenze collegate ad attività congressuali o incentive fa di questo settore un ottimo volano di promozione dell'intero sistema turistico locale.

La qualità di molte strutture ricettive presenti nel territorio, unita alla bellezza del paesaggio, al valore del suo patrimonio storico artistico e alla presenza di un sistema museale ed espositivo di alto livello, fanno della nostra destinazione un candidato di eccellenza per il turismo congressuale.

IL PROGETTO LOCALE DI DESTINAZIONE CONGRESSUALE

La Regione Toscana ha creato una rete locale di destinazione congressuale promuovendo la creazione del Convention & Visitors Bureau **Chianciano Terme Val di Chiana** presso l'Apt.

Il Convention & Visitors Bureau – definito dal Protocollo nazionale del progetto IFE - è un organismo costituito allo scopo di coordinare e promuovere l'offerta della destinazione congressuale.

IL PROGETTO LOCALE DI DESTINAZIONE CONGRESSUALE

- Il Convention & Visitors Bureau Chianciano Terme Valdichiana è costituito dal CB Chianciano Terme e dall'Unione dei Comuni della Val di Chiana, creando così un assetto di “governance” della destinazione
- Il Consorzio di settore CB ha sempre assolto all'importante ruolo di consolidamento del prodotto congressuale per quanto riguarda Chianciano Terme; il punto di forza è ora il coinvolgimento delle istituzioni pubbliche locali per la realizzazione di un sistema coordinato di filiera congressuale

IL PROGETTO LOCALE DI DESTINAZIONE CONGRESSUALE

OPPORTUNITA':

Con il progetto locale di destinazione congressuale, Apt, Convention Bureau Chianciano Terme e T.O. partner ufficiale possono riposizionarsi sul mercato della promo-commercializzazione del settore congressuale come punti di raccordo di un “insieme organizzato”, che puo' favorire la crescita di un sistema di promozione collaborativa fra enti e sistema delle imprese, facenti parte della filiera congressuale

IL PROGETTO LOCALE DI DESTINAZIONE CONGRESSUALE

OBIETTIVI:

- Rafforzare l'immagine del prodotto congressuale per creare nuovi contatti e mantenere quelli esistenti
- Coordinare e promuovere l'offerta della destinazione congressuale (partecipazione a fiere e workshop di settore, realizzazione di campagne promozionali, accoglienza di viaggi conoscitivi e visite ispettive)
- Integrare i prodotti offerti dal CB con servizi a supporto della pianificazione degli eventi
- Preparare le candidature per i grandi congressi itineranti
- Stimolare la qualificazione del prodotto e l'aggiornamento degli operatori
- Sviluppare forme aggregative fra operatori e dello "sharing" di prodotto congressuale
- Monitorare il mercato e i competitor.

IL PROGETTO LOCALE DI DESTINAZIONE CONGRESSUALE

AZIONI:

- Collaborazione con il Convention Bureau Chianciano Terme e con tutte le imprese presenti nell'ambito territoriale in possesso dei requisiti richiesti dal progetto *Italia for Events (IFE)* per lo sviluppo del turismo congressuale e d'affari
- Promuovere la destinazione congressuale presso i vari target che, a vari livelli, sono considerati interessanti (clienti corporate di vari settori, associazioni, enti pubblici, associazioni politiche, sindacali, di volontariato, etc)
- Sostegno all'attività di promo-commercializzazione diretta a favorire la scelta della destinazione come sede di eventi congressuali, espositivi, fieristici e di affari
- Istituzione di forme di accoglienza istituzionale ai grandi eventi lavorando anche nel campo del post-congress.

Turismo Accessibile

Obiettivo

Rendere la destinazione turistica “Terre di Siena” accessibile fisicamente ed economicamente a tutte le persone, nell’obiettivo più ampio di fare del turismo un momento di scambio e di crescita culturale.

L’Apt ha collaborato con il Museo Civico Archeologico di Chianciano Terme nella realizzazione di un percorso tattile per non vedenti e ipovedenti, e ha già avviato forme di sperimentazione di promo-commercializzazione con la creazione di percorsi tematici

Turismo Accessibile

Azioni:

- Sviluppare le motivazioni di viaggio e i prodotti per target con i relativi servizi turistici, in riferimento anche alle esigenze delle diverse tipologie di disabilità avvalendosi per questo della consulenza di professionalità specifiche
- Qualificare l'accoglienza mappando e monitorando i servizi presenti nel territorio, e promuovendo una specifica formazione per gli imprenditori
- Costruire una rete di rapporti fra soggetti locali interessati al turismo accessibile
- Promuovere e valorizzare le professionalità e i servizi delle Coop. Sociali e delle Associazioni di Volontariato del territorio

Turismo Accessibile

Azioni

- Creare per gli ospiti un servizio di informazione e consulenza specifica per l'organizzazione del viaggio
- Promuovere la creazione di figure specializzate di tutor e animatori, in collaborazione con le Coop. sociali, le guide e gli accompagnatori turistici
- Promuovere l'offerta per il turismo accessibile con l'organizzazione di educational per Associazioni sociali italiane ed estere

Turismo Lento

Sentiero della Bonifica lungo il canale Maestro della Chiana

- Nel 2009 è stato completato il prodotto turistico dedicato al cicloturismo. Il progetto, teso alla valorizzazione unitaria dell'area della Val di Chiana, vede coinvolte le Apt Arezzo e Chianciano Terme Val di Chiana, e i comuni ricadenti nel percorso. Le Province di Siena e Arezzo garantiscono la manutenzione pluriennale del percorso e la segnaletica dedicata.
- Il prodotto turistico è dotato di un indiscutibile valore naturalistico, storico-culturale ed enogastronomico, e per la sua fruibilità e le sue caratteristiche ha subito dimostrato grandi potenzialità e l'attenzione di nuovi target; in particolare famiglie, sportivi e turisti "attivi" sia italiani che stranieri

Turismo Lento

Sentiero della Bonifica lungo il canale Maestro della Chiana

Azioni:

Sono già stati realizzati materiali informativi, sito tematico, azioni di comunicazione nei media nazionali, e accordi di co-marketing per la veicolazione di un prodotto (Treno Natura)

Nell'anno 2010 si prevede di realizzare:

- la traduzione del materiale promozionale e del sito, già realizzati in versione italiana e inglese, anche nelle lingue tedesco e olandese;
- un video-spot promozionale da utilizzare in occasione di eventi e manifestazioni e di incontri professionali con T.O., ADV e associazioni sportive;
- l'organizzazione di educational tour per operatori turistici e giornalisti, in Italia e all'estero; con particolare attenzione all'Olanda, alla Germania e al Belgio

Turismo Lento

Transumanza sulle vecchie strade dei pastori toscani

- Nel 2009 è stato avviato questo progetto interprovinciale (Arezzo, Grosseto, Siena) al fine di valorizzare le strade anticamente utilizzate a questo scopo, creando così una rete per l'offerta turistica integrata e un esempio di filiera corta territoriale
- Il progetto contribuisce ad aumentare la percezione del territorio come luogo dove ancora sono presenti nella quotidianità gli antichi valori della tradizione locale e un ricco patrimonio naturale e paesaggistico
- Il progetto contribuisce alla promozione di alcuni ambiti territoriali che sono da sempre al di fuori dei normali circuiti turistici, distogliendo parte dei grandi flussi da zone ormai sature e inflazionate

Turismo Lento

Transumanza sulle vecchie strade dei pastori toscani

Azioni:

Per avviare contatti con la stampa e con personaggi del mondo equestre, dal 19 settembre al 3 ottobre 2008 è stato già realizzato un evento al quale hanno partecipato giornalisti di settore, emittenti televisive locali e opinion leader

Per l'anno 2010 si prevede di:

- Georeferenziare l'intero percorso per aumentarne la fruibilità e per l'inserimento nei portali delle Apt
- Realizzazione di vari strumenti di comunicazione anche in collaborazione delle altre Apt
- Progettazione e realizzazione di eventi e sviluppo di attività di comunicazione

Turismo Lento

Progetto della Via Francigena

- La Via Francigena lambisce longitudinalmente il territorio e già nel 2000, anno del Giubileo, ebbe l'attenzione di migliaia di pellegrini, che la percorsero da e per Roma
- La risonanza di questa direttrice permane ancora oggi e ogni giorno decine di viaggiatori a piedi o di cicloturisti ne percorrono lunghi tratti e talvolta - procedendo a tappe - addirittura l'intero tragitto
- La Francigena consente di entrare in contatto diretto con le realtà locali e con il patrimonio storico-artistico-naturale dei territori attraversati, consentendone una fruizione particolarmente attenta
- Dalla Francigena si diramano una fitta rete di direttrici secondarie che conducono a siti, località, borghi e centri del territorio, che possono così presentarsi con un'offerta ricettiva particolarmente variegata

Turismo Lento

Progetto della Via Francigena

Azioni:

- Supportare e coordinare, insieme all'Apt di Siena, azioni tese alla promozione e alla comunicazione del percorso, garantendone una visibilità anche al di fuori dell'ambito strettamente locale
- Progettare e realizzare un accorpamento dei vari tematismi inerenti al percorso (turismo religioso, turismo lento, turismo sportivo) in modo da rendere la Francigena un vero e proprio prodotto turistico unitario costruendo poi su questo – in collaborazione con i T.O. di riferimento – una specifica offerta commerciale

Turismo Ambientale

Da indagini motivazionali risulta che in quasi tutti i principali mercati internazionali si sono affermate le problematiche ambientali e la sensibilità verso tutto ciò che attiene alla natura e all'ambiente.

Al contempo, è anche aumentata notevolmente quella consapevolezza ecologica che è ormai accertato quanto sia in grado di esercitare una marcata influenza nella memoria dei consumatori e nella associazione mentale “prodotto-territorio”

Turismo Ambientale

L'offerta naturalistica e ambientale, quindi, racchiude in sé una serie di prodotti turistici legati alle esperienze di ricerca e di scoperta dell'autenticità e della conoscenza dell'ambiente, che si possono vivere nel territorio. La ricchezza delle aree protette a livello provinciale permette di programmare varie attività e possibilità di approfondimento mediante laboratori didattici, ambientali, ecomusei, e di diffondere flussi turistici in aree rurali. Pur trattandosi di prodotto di nicchia, è opportuno evidenziare che esistono target ben definiti, sia locali che provenienti dal mercato italiano ed estero

Turismo Sportivo

Il turismo sportivo è un valido strumento di valorizzazione e qualificazione di tutto l'ambito territoriale, rappresenta una valida opportunità, contribuisce a destagionalizzare i flussi turistici e ad attrarne di nuovi.

I risultati raggiunti a livello nazionale da squadre locali, in varie discipline, l'offerta variegata di strutture alberghiere e la qualità delle infrastrutture sportive presenti nell'ambito, permettono di offrire la destinazione agli organizzatori di eventi e manifestazioni sportive

Turismo Sportivo

OBIETTIVI:

- Favorire l'attività sportiva di enti e associazioni di ogni dimensione (dal CRAL aziendale alla grande Federazione, all'azienda che vede nello sport uno strumento di incentive)
- Fornire un supporto tecnico e organizzativo alle associazioni sportive, federazioni e aziende nell'organizzazione di meeting, competizioni, ritiri e nell'assistenza agli accompagnatori
- Favorire la programmazione di eventi e manifestazioni sportive in un ambiente in grado di assicurare la qualità tecnica dell'iniziativa e la piacevolezza del contesto, con particolare attenzione anche ai momenti di svago e socializzazione ad essi collegati

Turismo Sportivo

Azione

Costituire un sistema d'offerta compiutamente integrato attraverso una struttura territoriale che può essere un vero e proprio strumento d'area dedicato al turismo sportivo, "Terre di Siena Sport Commission", organizzato in grado di fornire l'utilizzo degli impianti sportivi, l'assistenza tecnico-sportiva, la sistemazione alberghiera, la ristorazione, lo svago, il divertimento e il relax.

Progetti di Area

La diversità delle aree turistiche della Provincia di Siena
costituisce un arricchimento
per la destinazione Terre di Siena.

Progetti di area

L'APT Chianciano Terme Val di Chiana svilupperà, in accordo con i Comuni, progettualità specifiche e articolate per i seguenti territori :

- Chianciano Terme
- Val di Chiana
- Val d'Orcia

Promozione delle Aree

Obiettivi :

- Promuovere in modo integrato le aree esaltandone la diversa identità;
- Favorire una distribuzione più omogenea dei flussi turistici nel territorio, utilizzando l'effetto di trascinamento delle aree più forti nei confronti di realtà più deboli;
- Valorizzare le specifiche diversità e le eccellenze anche con eventi di livello nazionale e internazionale
- Potenziare, qualificare e mettere a sistema gli eventi locali legati alla cultura, alla tradizione e ai prodotti tipici e di qualità

Promozione degli eventi

Le APT curano la promozione degli eventi mediante i seguenti strumenti:

- Con il portale www.terresiena.it e con il sito www.vivichiancianoterme.it, aggiornando costantemente la banca dati eventi in collaborazione con i Comuni
- Con banner promozionali curati dalla redazione del portale e pubblicati in home page per gli eventi più rilevanti
- Con news letter mensili inviate agli iscritti e a tutte le strutture ricettive
- Con una pubblicazione annuale, che riporta i principali appuntamenti di tutte le aree, completa anche dei riferimenti di tutti i Musei e di tutti gli uffici informazioni.

La pubblicazione, oltre ad essere distribuita presso tutti gli uffici turistici, viene direttamente inviata a tutte le strutture ricettive e ai ristoranti

Promozione delle aree

Azioni in collaborazione con i Comuni:

- Qualificazione del sistema di accoglienza e informazione turistica
- Collaborazione nello sviluppo del progetto Rialto-MyChiana, promosso dalla ex Comunità Montana del Cetona e oggi fatto proprio dall'Unione dei Comuni.
Il progetto ha come partner la Provincia di Siena, Associazioni di categoria e Imprese dell'ambito territoriale, ed è attualmente applicato, in via sperimentale, al sito di questo ambito territoriale (www.vivichiancianoterme.it)
- Supporto per la progettazione di azioni promozionali del sistema locale, creazione e produzione di strumenti promozionali con l'applicazione dell'immagine coordinata Terre di Siena,
- Creazione e promozione di eventi curando, per conto dei Comuni, anche la realizzazione di strumenti e azioni promozionali e garantendo la promozione nel portale web www.terresiena.it e www.vivichiancianoterme.it
- Sviluppo di proposte-vacanza sulla base dell'offerta locale e relativa commercializzazione con il Tour Operator partner dell'APT

Promozione delle aree

- Attività di informazione e assistenza per operatori turistici in riferimento ai progetti, alle azioni e ai servizi sviluppati dall'APT
- Educational per stampa, opinion leader e tour operator
- Sviluppo di progetti promozionali anche legati al Cineturismo e ad eventi legati al cinema

Cineturismo

- L'intero territorio sta avendo sempre di più l'attenzione dei location manager, che nei nostri borghi e nei nostri paesaggi rurali – grazie anche a certi skyline unici al mondo – individuano i set ideali per produzioni cinematografiche e di commercial
- La notorietà dei luoghi, raffigurata in un numero in costante crescita di queste produzioni, vede l'interesse di molti appassionati, che hanno dato vita a un vero e proprio movimento che – nato negli Stati Uniti – è oggi così attivo anche in Italia, al punto di poterlo inquadrare in una nicchia sempre più interessante, definibile come Cineturismo
- Il pubblico dei cineturisti è composto da singoli ma anche da intere famiglie – quasi sempre cinefili appassionati – che si sposta per vedere i luoghi dove sono stati girati film o commercial famosi, alla ricerca delle stesse inquadrature e per godere di nuove emozioni
- Grazie anche ai vari social-network, i cineturisti – specialmente quelli delle fasce giovanili – si organizzano spesso in veri e propri raduni, per andare a celebrare certi film-cult nei luoghi dove sono stati girati, organizzando così veri e propri raduni, che vedono spesso la partecipazione di migliaia di persone
- I cineturisti, sono anche particolarmente sensibili agli eventi collegati, come festival del Cinema, concorsi, borse del turismo cinematografico, rassegne, etc, che fanno confluire nei luoghi di svolgimento un numero sempre maggiore di appassionati

Cineturismo

Azioni

- Sfruttare in tempi brevi i contatti avuti, durante “la grande festa” di Chianciano Terme, con alcuni esperti di settore, per organizzare un evento che richiami l’attenzione di location manager, noti personaggi del mondo del cinema, cinefili, etc.. L’evento dovrebbe svolgersi nell’intero territorio, utilizzando i luoghi già resi noti dalle produzioni cinematografiche e con il coordinamento della Terre Siena Film Commission, organismo che ha sede presso l’Apt Chianciano Terme Val di Chiana
- Pianificare la partecipazione della locale Film Commission ad alcune fiere di settore (Festival del Cineturismo e Borsa Internazionale delle Location Cinematografiche; entrambe a Roma) per dare visibilità alle opportunità offerte dal territorio in questo specifico settore e prendere contatti diretti con i location manager anche in collaborazione con Mediateca Toscana
- Coadiuvare i comuni interessati da set cinematografici nell’azione di comunicazione pre, durante e post evento
- Creare una rete promo-commerciale in grado di presentare e “vendere” il territorio come luogo ideale per vivere i luoghi del cinema. Saranno così sviluppati materiali promo-pubblicitari specifici e proposte-vacanza dedicate ai cineturisti sulla base dell’offerta locale, insieme al Tour Operator partner dell’APT

CHIANCIANO TERME

- E' stato sviluppato il progetto straordinario per il rilancio e riposizionamento di Chianciano Terme attraverso una serie di azioni:
 1. azioni di comunicazione interna, mediante la realizzazione di forum rivolti a tutti gli operatori turistici, con l'obiettivo di coinvolgere gli attori della destinazione e sviluppare il loro senso di appartenenza
 2. Attività di branding con creazione del marchio e del claim promozionale da utilizzare per la comunicazione nazionale e internazionale della città per una identificazione immediata del territorio. Il marchio potrà essere richiesto da istituzioni e operatori turistici per affiancare quello istituzionale o come marchio di qualità del merchandising soprattutto a tutela dei turisti.
 3. Azioni di comunicazione esterna mediante una pianificazione di uscite su testate nazionali con pagine promo-commerciali, declinate con la nuova immagine, nel periodo febbraio/ottobre 2009
 4. Restyling del sito con miglioramento dell'interattività, creazione news letter e servizio my tour per la personalizzazione della vacanza; promozione attraverso attività di web mkt, banner e pay per click.
 5. Organizzazione dell'evento di rilancio "la Grande Festa" nel mese di agosto
 6. Educational di giornalisti in occasione dell'evento (presenti oltre 20 giornalisti di testate e siti web nazionali)

CHIANCIANO TERME

- Si ritiene opportuno integrare il progetto di rilancio e riposizionamento di Chianciano Terme per recuperare il livello d'attrazione e per sviluppare una proposta integrata di servizi innovativi.
- E' opportuno salvaguardare e valorizzare la scientificità delle Terme; allargare la sfera del termalismo alla salute, al benessere e al piacere; associare l'immagine della città termale ad una elevata qualità della vita; impostare una strategia di sviluppo e promozione del turismo dello *star bene* e del turismo individuale, attraverso prodotti tematici da promo-commercializzare sulla rete
- Saranno proseguite le azioni di promo-commercializzazione sul mercato russo già avviate in collaborazione con Terme di Chianciano e t.o.

CHIANCIANO TERME

- E' altresì necessario inserire la Città nel circuito dei grandi eventi, manifestazioni sportive e rassegne cinematografiche per attrarre nuovi segmenti di mercato e far crescere la notorietà. A tale proposito l'evento "La Notte Bianca", inserito nell'ambito della Grande Festa, ha rappresentato un efficace strumento di promozione e valorizzazione del territorio, attraendo un target di giovani e famiglie che sempre più chiedono innovazione e appuntamenti ricreativi.
- Molto importante risulta essere la conferma che da Chianciano Terme partirà l' VIII^ tappa del Giro d'Italia 2010 (16 maggio, da Chianciano Terme al Terminillo): un grande avvenimento sportivo che sarà seguito sui media nazionali e internazionali e darà una buona visibilità a Chianciano Terme e al territorio.

LA VAL DI CHIANA

- L'area della Val di Chiana, definita “sistema turistico aperto“, presenta forti elementi d'attrazione, anche se rimane ancora difficile sviluppare una marca unica con una sua precisa identità da poter declinare agevolmente in termini di marketing e di comunicazione.
- Si è già avviato un percorso d'integrazione fra soggetti pubblici e privati, teso al rafforzamento delle identità locali e alla creazione della marca “Chiana” dentro una logica unitaria con il sistema senese e con i territori limitrofi.
- L'azione integrata fra promozione e commercializzazione può contribuire notevolmente a rafforzare l'Area

LA VAL D'ORCIA

- La Val d'Orcia vive da tempo di luce propria, grazie alla forza di un paesaggio e di uno stile di vita. Di questo territorio solo il Comune di Pienza appartiene a questo ambito territoriale ma il coordinamento delle Apt senesi, sotto il marchio Terre di Siena, riesce a valorizzare tutta l'area.
- Pienza e il suo territorio garantisce già con il suo nome un valore aggiunto a tutti coloro che cercano nella tipicità e nell'autenticità, la motivazione forte della vacanza.
- Grande importanza ha avuto il riconoscimento Unesco di luogo Patrimonio dell'Umanità; questo garantisce un'adeguata visibilità in tutti quegli ambiti che sono da sempre particolarmente sensibili a queste tematiche.

AZIONI A SUPPORTO DELLE AREE

VAL DI CHIANA E VAL D'ORCIA

- Collaborazione nell'organizzazione di mostre, attività e iniziative culturali con i Comuni, i Musei, la Fondazione Musei Senesi, etc. anche itineranti e fuori dalle sedi museali e dai luoghi di esposizione classici delle opere
- Particolare attenzione alla comunicazione (mediante educational, press tour, rapporti con uffici stampa, redazionali) su testate ed emittenti nazionali, riguardo al patrimonio archeologico locale, con particolare riferimento a quello etrusco, che gode dell'interesse sempre in crescita nel turista con forti motivazioni culturali; questo grazie anche al continuo arricchimento, in termini di scoperte di reperti, che in misura considerevole continuano a verificarsi ad ogni campagna di scavo. Coordinamento e sinergia con eventi tematici intercomunali e anche con progetti interprovinciali.
- Valorizzazione delle riserve naturali e aree protette presenti in Val di Chiana mediante la valorizzazione di percorsi didattici rivolti alle scuole e alla famiglie per favorire la comunicazione – diretta e indiretta – del patrimonio culturale e naturale dell'area anche in collegamento con il progetto di valorizzazione del Sentiero della Bonifica
- Collaborazione con gli operatori turistici, le istituzioni e le federazioni sportive nell'organizzazione di medi e grandi eventi sportivi, senza comunque trascurare quelli minori o di nicchia (golf, equitazione, etc), che rilasciano sempre grande appeal ai luoghi di svolgimento

AZIONI A SUPPORTO DELLE AREE

VAL DI CHIANA E VAL D'ORCIA

- Valorizzazione dei prodotti tipici del territorio – e quindi creazione di una immagine turistica forte legata anche alla tradizione agricola - mediante azioni di comunicazione dirette e indirette (educational, press tour, rapporti con uffici stampa, redazionali) su testate ed emittenti nazionali, e a supporto di eventi specifici. Collaborazione specifica per la comunicazione dei sistemi di Filiera Corta presenti nel territorio con particolare attenzione ai cosiddetti prodotti d'eccellenza (vin santo, olio, vino, chianina, cinto senese, etc), e a particolari progetti ed eventi ad essi collegati
- Valorizzazione dei prodotti dell'artigianato locale – e quindi creazione e rafforzamento dell'immagine dell'area basata sul mantenimento concreto delle antiche tradizioni – mediante azioni di comunicazione dirette e indirette (educational, press tour, rapporti con uffici stampa, redazionali) su testate ed emittenti nazionali, e a supporto di special event in collaborazione con organismi, associazioni e istituzioni museali
- Azioni specifiche della Terre di Siena Film Commission a supporto delle produzioni operanti nel territorio e anche nelle azioni di comunicazione successive, in collaborazione con i Comuni interessati e il T.O. di riferimento, per la creazione di uno specifico prodotto turistico destinato ai cineturisti

AZIONI A SUPPORTO DELLE AREE VAL DI CHIANA E VAL D'ORCIA

Progetto interprovinciale

- Sviluppo del progetto interprovinciale “In viaggio con gli Etruschi tra arte, natura, terme ed enogastronomia” : un percorso tematico messo a punto insieme all’Apt Arezzo per mettere in risalto il patrimonio ambientale, naturalistico, culturale e termale del territorio e avviato in collaborazione con la Soprintendenza Archeologica della Toscana e i Comuni con l’istituzione di un biglietto unico per la visita ai vari siti archeologici dalla Valdichiana senese fino al Casentino.

La civiltà etrusca sta registrando un grande interesse nazionale e internazionale e per questo si ritiene necessario sviluppare percorsi turistici in collaborazione con i t.o. di riferimento che potrebbero rivelarsi attraenti per il turismo familiare e individuale nazionale ed esteri. Vi sono infatti alcuni paesi molto sensibili alle proposte trekking-ciclismo-sport e cultura-archeologia-enogastronomia ed in particolare la Francia, il Belgio, l’Olanda e la Germania (Baviera e Baden Wurttemberg ma anche la Danimarca, la Finlandia e la Polonia

AZIONI A SUPPORTO DELLE AREE VAL DI CHIANA E VAL D'ORCIA

Progetto interprovinciale

Azioni:

Si prevede di procedere, di concerto con l'Apt Arezzo, con la selezione, il contatto e la programmazione di incontri mirati con Adv, To e associazioni culturali, archeologiche e sportive potenzialmente interessati all'offerta integrata, coinvolgendo anche Cral e predisponendo proposte particolari per le scuole.

Saranno poi programmati incontri con gli operatori esteri in collaborazione con i soggetti istituzionali, l'Enit e gli Istituti italiani di cultura ai quali verranno presentati materiali promozionali in più lingue e video tematici

Saranno anche organizzati educational tour personalizzati per T.O., associazioni, rappresentanti scolastici e stampa.

Informazione e prenotazione servizi turistici

- UFFICIO A CARATTERE REGIONALE DI CHIANCIANO TERME

A seguito di pubblica gara, è stato affidato a soggetto esterno la gestione del servizio di prenotazione e di sviluppo dell'attività di incoming, relativo non solo a Chianciano Terme ma a tutto l'ambito territoriale; l'affidamento avrà la durata di tre anni a far data dal 1 dicembre 2008.

Il servizio è stato affidato all'ATI "Paesaggi termali e culturali e siti Unesco", che ha la Convention Bureau Chianciano Terme come società mandataria.

Informazione e prenotazione servizi turistici

E' stata quindi avviata un'azione integrata fra promozione e commercializzazione dei prodotti turistici al fine di migliorare la forza contrattuale delle strutture ricettive e del territorio, garantire economicità nelle strategie di promozione e competere in un mercato nazionale e internazionale che si rivolge ormai in larga misura alle destinazioni ben strutturate e in cerca di un prodotto ben organizzato e fruibile.

Informazione turistica

L' APT collabora con la rete degli uffici informazioni locali:

- Fornendo materiali promozionali
- Collaborando, in concerto con la Provincia, per i corsi di aggiornamento del personale
- Supportando i Comuni nello sviluppo di progetti gestionali.

Integrazione tra promozione e commercializzazione

Il Piano di Incoming

Vari fenomeni hanno avuto un ruolo determinante nella trasformazione dei comportamenti di consumo della domanda e hanno cambiato in misura notevole le regole del gioco date, per decenni, dalla globalizzazione e quindi dalla competizione internazionale, dal forte sviluppo delle tecnologie dell'informazione, dal fenomeno low cost e dalla tendenza, sempre in crescita, ad acquistare last minute le proposte di pacchetti vacanza convenienti. Una destinazione quindi deve fornire un prodotto turistico variegato e completo, relativamente nuovo, supportato da un buon **piano di incoming** da parte degli operatori turistici di un'area, che presenti proposte commerciali tematiche, territoriali o integrate, e comunque definite in un'ottica di collaborazione fra attori pubblici e privati del sistema turistico.

Integrazione tra promozione e commercializzazione

Supporto alla commercializzazione

Risulta quindi particolarmente importante il piano di incoming che il partner ufficiale dell'Apt deve presentare ogni anno con proposte tematiche anche legate ad eventi culturali, espositivi, sportivi, e con proposte integrate fra i servizi della ricettività, della ristorazione tipica locale, con i servizi di guida turistica, di trasporto locale, e con gli altri settori produttivi dell'area (agroalimentare, commerciale, etc).

- E' utile rimarcare come sia oggi necessario adattare i processi di marketing e commercializzazione all'evoluzione avvenuta, che ha visto perdere molte quote di mercato dei vecchi strumenti di vendita a favore di nuovi canali e modelli fortemente dominati dalle nuove tecnologie della comunicazione come internet.

Integrazione tra promozione e commercializzazione

Le azioni di promo-commercializzazione dovranno essere rivolte a:

- Tour operator, agenti di viaggio, per stimolare l'inserimento dell'offerta nei cataloghi e diffondere fra gli operatori delle Agenzie una migliore conoscenza del nostro territorio
- Altri organizzatori di vacanze , come organizzazioni dei giovani e della terza età, istituti religiosi, associazioni del tempo libero, associazioni sportive, etc
- Media, per accrescere la conoscenza dell'offerta e dei vantaggi che offre rispetto ad altre destinazioni
- Consumatori individuali attraverso un'attività di web marketing mirata
Il portale www.teresiena.it e il sito www.vivichiancianoterme.it offrono l'opportunità di acquisto on line, ampi spazi e banner dedicati alle proposte commerciali dei tour operator, prenotazione di vacanze personalizzate

SINTESI AZIONI PROGETTUALI

FILERA INTEGRATA DEL TURISMO

- Sviluppo Progetto Terre di Siena-Ospiti di valore
- Attivazione “Terre di Siena Card”

PIANO INTEGRATO DI COMUNICAZIONE

- Sviluppo e applicazione nuova immagine coordinata
- Sviluppo format pubblicitari per i mercati e i target di riferimento
- Progettazione di azioni di co-marketing
- Progetto fotografico
- Campagna di comunicazione
- Comunicazione mobile
- Comunicazione web
- Gestione del portale www.terresiena.it, del sito www.vivichiancianoterme.it, di 10 siti tematici e 8 siti di area
- Educational, work shop e fiere

PROMOZIONE INTEGRATA

- Aggiornamento e implementazione sito web www.agricultura.terresiena.it
- Sviluppo strumenti e azioni per la promozione dei prodotti agroalimentari
- Progetto “Capolavori dei sensi” per l'integrazione tra arte, cibo, paesaggio, stile di vita, con azioni di marketing sensoriale, sviluppo di format promozionale e nuovo profilo di offerta turistica
- Promozione integrata in occasione dei grandi eventi
- Azioni di promozione e accoglienza rivolti agli studenti, in collaborazione con l'Istituto Professionale Alberghiero Artusi di Chianciano Terme
- Progetto interprovinciale” Le terre del Buon Vivere”

PROGETTI PER TARGET

Progetti da potenziare e qualificare ulteriormente:

- In vacanza con i bambini
- Terre di Siena per le scuole
- Terre di Siena per i giovani
- Terre di Siena in Bici
- Vacanze a cavallo
- Vacanze a piedi
- Treno Natura
- Terme e benessere
- Benvenute in Toscana

Sviluppo nuovi progetti:

- Turismo congressuale
- Turismo accessibile
- Turismo lento: Sentiero della Bonifica
- Progetto della Via Francigena e Progetto della Transumanza
- Turismo ambientale
- Turismo sportivo

- PROGETTI DI AREA

- Chianciano Terme
- Val di Chiana
- Val d'Orcia

- PROMOZIONE EVENTI

- INFORMAZIONE TURISTICA

PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

- Supporto alla commercializzazione per il Piano di Incoming

Modalità di attuazione

Le realizzazione dei singoli interventi previsti avverrà con lo sviluppo di progetti esecutivi, a seguito della concertazione con i soggetti componenti il tavolo permanente per la promozione integrata e a seguito dell'assegnazione dei finanziamenti necessari.

La priorità con la quale i singoli interventi saranno attuati dipenderà da vari elementi tra i quali :

- massima integrazione con altri settori
- massima integrazione con altre azioni di promozione e comunicazione
- possibilità di attingere a risorse aggiuntive in riferimento a fonti comunitarie o di altri soggetti istituzionali o privati.

Modalità di attuazione

Il presente programma potrà subire variazioni anche significative qualora gli andamenti del mercato o eventi eccezionali - non prevedibili al momento - impongano la progettazione di nuovi interventi, salvo, ovviamente, l'opportuna concertazione ed approvazione da parte del Comitato Turistico di Indirizzo.