



Territori, Imprese e Turismi

*Strategie e strumenti per i turismi emergenti e nuovi
in Emilia-Romagna*

LA COMUNICAZIONE

Bologna, 18/07/19





KEY WORD E TREND

La PAROLA CHIAVE del turismo di OGGI è **ESPERIENZA**.

Le caratteristiche della VITA CONTEMPORANEA
– ritmi frenetici, over-connessione, over-informazione –
hanno favorito lo sviluppo di un trend sempre più crescente,
quello delle **VACANZE SLOW**.

Non solo. Anche di vacanze alla ricerca dell'**AUTENTICITÀ** – altra parola chiave –
conoscendo l'identità dei luoghi, la storia, le tradizioni, la cultura e la gente.

Questo è il **TURISMO RESPONSABILE**.





DALL'IDENTITÀ ALLA COMUNICAZIONE

Per **COMUNICARE** le destinazioni che rispondono a queste nuove tendenze
è necessario **definire**:





CREARE L'IDENTITÀ E IL PRODOTTO

ANALISI del territorio



POSIZIONAMENTO COMPETITIVO



ELEMENTI caratterizzanti
CHE DIFFERENZIANO
il luogo



IDENTITÀ



PRODOTTO





LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE | 1

RACCONTARE L'ESPERIENZA nel modo più completo possibile,
attraverso uno **STORYTELLING** per far vivere il luogo,
creando e comunicando **VALORE** per la destinazione.

Punto di partenza: il **BRAND** e l'**IDENTITÀ VISIVA**
con l'obiettivo di attrarre, distinguersi e rimanere impressa.
Una comunicazione visiva che sia facilmente **RICONOSCIBILE**,
RICONDUCIBILE al luogo/prodotto e **DECLINABILE**.





LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE | 2

L'attività comunicativa dovrà essere organizzata per **STEP PROGRESSIVI** ma **COSTANTE**, focalizzandosi verso due direzioni principali:

- 1) La **PROMOZIONE DEL TERRITORIO**;
- 2) Il racconto dell'offerta per **PRODOTTI**.

Le attività di marketing, comunicazione e promozione dovranno differenziarsi a seconda del **TARGET DI RIFERIMENTO**, ovvero:

- ✓ **B2B** (giornalisti, editori, blogger e operatori professionali)
- ✓ **B2C** (turisti)





TARGET E MERCATI

Chi cerca destinazioni che offrono nuove forme di turismo è un **NUOVO TARGET**, in **CONTINUA CRESCITA**:

- ✓ **CURIOSO** e alla ricerca del **BENESSERE** e di un proprio **ARRICCHIMENTO**
- ✓ Attento e rispettoso dell'**AMBIENTE**
- ✓ Con un buon **POTERE D'ACQUISTO**

I **MERCATI** sono relativamente **DI PROSSIMITÀ**, anche per la **durata del soggiorno** (breve/medio).





RILANCIARE I TERRITORI

I NUOVI TURISMI CONTRIBUISCONO A:

- ✓ Ridare **VITA** ai luoghi e **VALORIZZARLI**
- ✓ Offrire una valida **OPPORTUNITÀ** per le **COMUNITÀ LOCALI** (ricettività, ristorazione, servizi)
- ✓ Generare un **POSITIVO IMPATTO ECONOMICO**
- ✓ Attrarre un **TURISMO CONSAPEVOLE** ed **EDUCATO**

VALORI DA PROMUOVERE E COMUNICARE!





UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA

MAILANDER

Progetti di Comunicazione

Grazie per l'attenzione!

Paola Musolino



Torino
Via Cavour, 21
10123 Torino
tel. +39 011 55 27 311

Milano
Via Monte di Pietà, 21
20121 Milano
tel. +39 02 45 07 64 59

info@mailander.it
mailander@pec.mailander.it

Reputation first.

