TAVOLO DI LAVORO SUL TURISMO

DOCUMENTO FINALE

MAKARSKA 24 APRILE 2008

PREMESSA

Dalla ricerca di settore effettuata sul turismo integrato dell'area adriatico-ionica (per integrato si intende un'offerta turistica le cui destinazioni sono dislocate in due o più paesi dell'area adriatico-ionica) svolta sulla base delle indicazioni emerse dal documento finale del tavolo del turismo della scorsa edizione del forum, sono emerse le seguenti considerazioni:

- il mercato internazionale turistico continuerà a crescere fino al 2020 a ritmi molto sostenuti: i paesi di provenienza dei turisti sono sempre più differenziati, stanno emergendo nuovi mercati con enormi potenziali di crescita della domanda turistica, aumenta in generale la frequenza annuale delle vacanza di ciascun individuo, la popolazione anziana in crescente aumento sta diventando un segmento sempre più attrattivo per il settore;

- cambiano i comportamenti ed i profili di consumo del turista: il turista è sempre più "fai da te", cerca una vacanza attiva (predilige la vacanza all'insegna dello sport, dell'avventura, del benessere e/o in contatto con la natura), è sensibile ai temi sociali, è fortemente guidato dalla tecnologia ed ha maggiore attenzione per l'ambiente;

- la capacità di attrazione turistica dell'area adriatico-ionica nei mercati internazionali è diversa per i singoli paesi: per quanto riguarda la costa adriatica occidentale (le regione italiane che si affacciano sull'Adriatico) negli ultimi anni l'andamento degli arrivi sembra abbastanza piatto, inoltre le dinamiche complessive dell'area sono fortemente condizionate dai dati del Veneto ed in particolare di Venezia che rappresenta un caso a parte considerata una meta turistica classica. La costa adriatica orientale vede invece una forte capacità di attrazione della Grecia e Croazia, seguite con gran distacco dalla Slovenia, Montenegro, Albania e Bosnia-Erzegovina;

- dall'analisi dei pacchetti turistici integrati già esistenti è emersa un'offerta turistica che comprende quasi sempre la Croazia e, solo in rari casi, l'offerta adriatica italiana si accompagna a quella della costa orientale, ad eccezione del traffico crocieristico che tuttavia ha ancora un ruolo marginale nell'area adriatico-ionica rispetto ad altre destinazioni più rinomate.

Sulla base delle immagini fornite dagli associati del Forum (grazie ai finanziamenti ottenuti con il progetto Retaj) ed in conformità alle indicazioni del documento conclusivo del tavolo del turismo del 2007, sono stati realizzati e condivisi durante i lavori di questa edizione i seguenti strumenti promozionali:

- **logo Adrion**:

  - è stata definita la mission e l'identità del logo, come marchio ombrello simbolo dell'unione nella molteplicità della macro-area Adriatica Ionica, rappresentativo di una identità comune ed espressione della varietà e molteplicità dell'offerta turistica dell'intero territorio nonché della volontà di stare insieme;

  - è stato avviato l'impiego del logo nel materiale e nelle attività per la promozione integrata dell'area;

  - è stato realizzato un manuale operativo sulle specifiche tecniche e grafiche di utilizzo (disponibile in CD e file pdf);

- **brochure**: sono state apportate delle modifiche alla prima versione stampata l'anno scorso come prima sperimentazione, è stato aggiunto il nuovo logo "Adrion", è stato realizzato il restyling grafico, sono state inserite nuove immagini dalla grafica migliore;

- **shoppers** (sacche): sono state prodotte come primo esempio di applicazione per veicolare l'immagine del logo e potranno essere distribuite nei prossimi eventi di promozione dell'area;

- **sito** "Adrion": è on-line il sito web www.adrion.forumaic.org:

  - è stata migliorata e potenziata l'interattività del sito stesso attraverso l'inserimento della navigazione dei territori per georeferenziazione. La "navigazione georeferenziata" si avvale di immagini satellitari del territorio e permette di poter localizzare geograficamente ciascuna "attrazione" turistica dell'area identificandola graficamente con un punto di interesse in una mappa. La ricerca dei punti di interesse può essere affinata a più livelli geografici (nazioni, province/contee, singole località) o secondo l'interesse turistico dell'utente (arte e cultura, mare e natura, sport e benessere, fede o enogastronomia);

  - la modalità di visualizzazione georeferenziata è stata prevista anche per i pacchetti turistici integrati le cui destinazioni sono contrassegnate da punti di interesse nella mappa dell'area;

- questo tipo di struttura di navigazione riprende idealmente la mission contenuta nel logo "Adrion", ovvero permette di presentare l'area adriatico-ionica in modo unitario valorizzandone tuttavia la molteplicità e la varietà dell'offerta turistica che è possibile andare a scoprire cliccando sui singoli punti di interesse dislocati all'interno delle mappe. Ogni punto di interesse può contenere testi, contatti, link a siti di approfondimento e immagini relative alla singola attrazione turistica;

PROPOSTE

Durante i lavori del tavolo del Turismo sono state presentate le seguenti proposte:

- definire regole guida per le Camere di Commercio, istituzioni e operatori privati per l'adozione ed applicazione del logo Adrion affinché più organizzazioni possibili vengano a conoscenza delle finalità del progetto e ne condividano gli intenti;

- avviare la procedura di registrazione internazionale del logo stesso;

- invitare le Camere socie del Forum a ricercare e contattare nei propri territori di riferimento tour operator e agenzie locali che offrono prodotti turistici integrati per informarli sulle attività del Tavolo del Turismo, sui contenuti e sul funzionamento del sito, sugli obiettivi promozionali dell'area affinché possono essere messi a conoscenza dell'intera iniziativa, adottare il logo Adrion ed essere attivamente coinvolti nelle attività di promozione dell'area adriatico-ionica;

- organizzare un incontro con i tour operator, le agenzie, esperti ed enti coinvolti nel settore turismo per:

    1. definire le azioni promozionali e di comunicazione;

    2. presentare proposte concrete di pacchetti turistici integrati da immettere nel circuito di promozione internazionale come sperimentazioni di offerte integrate da promuovere attraverso il sito "Adrion";

    3. discutere dei contenuti di un futuro accordo/convenzione tra associati del Forum e operatori privati per il comune impegno ad adottare e divulgare il materiale realizzato (brochure, logo, sito).

- promuovere la partecipazione a una fiera internazionale di settore in Europa dove presentare con uno stand comune la macro-regione adriatica ionica e il marchio Adrion;

- integrare il logo con i risultati del "progetto Marinas", in relazione al quale è stato sottoscritto un protocollo di intesa tra alcuni enti partner per la realizzazione di una card con comune logo e linee condivise, che offrono modalità di trasporto idonee al turista nautico, da sviluppare sull'intero bacino adriatico ionico, abbinando il turismo nautico a quello rurale;

- sviluppare un modello disciplinare che consideri la qualità dei servizi turistici quale componente essenziale della competitività ed elemento importante di sostenibilità e che esalti la caratterizzazione adriatica attraverso l'esperienza maturata dall'ISNART (Agenzia del Sistema Camerale italiano) sulla certificazione di ospitalità delle strutture ricettive;

- creare un osservatorio permanente sul turismo nautico che monitori il turismo con i suoi notevoli trend di sviluppo, anche con diffusione dei "charter" in vista della costituzione di un distretto nautico;

- far diventare la manifestazione organizzata da Assonautica, denominata "Appuntamenti in Adriatico", giunta alla XX edizione, una manifestazione istituzionale annuale del Forum delle Camere di Commercio dell'Adriatico, attraverso cui veicolare il marchio logo di area.

CONCLUSIONI (AZIONI CONCORDATE)

Il tavolo del turismo concorda di:

- costruire un sistema standardizzato di regole condivise sia da soggetti istituzionali che da operatori privati in grado di coordinare l'offerta turistica di Bacino per favorire l'utilizzo del marchio Adrion;

- stimolare i soggetti istituzionali locali a promuovere a livello internazionale i propri territori in un'ottica integrata secondo gli standard del marchio d'area;

- favorire lo sviluppo di conoscenze e competenze tra gli operatori del settore sui temi del sistema turistico internazionale, della costruzione e gestione del prodotto turistico, dello sviluppo del sistema di qualità e del marketing territoriale nel rispetto di forme di turismo sostenibile e di ecoturismo, attraverso percorsi formativi e di assistenza nella realizzazione di pacchetti turistici anche sperimentali che contemplino la presenza di più mete dei diversi Paesi del Bacino;

- definire di un piano integrato di comunicazione e promozione del marchio d'area (Adrlon);

- attivare strumenti di comunicazione relativi al marchio d'area AdrIon (pubblicazioni, merchandising, pubblicità, strumenti multimediali);

- organizzare educational tour attraverso la realizzazione di incoming di operatori stranieri nei Paesi dell'Adriatico Orientale con tour operator e giornalisti di riviste specializzate internazionali;

- far diventare il progetto di Assonautica "Appuntamento in Adriatico" una manifestazione istituzionale annuale del Forum delle Camere di Commercio e dello Ionio;

- sostenere il turismo nautico ed il turismo rurale, anche attraverso forme di integrazione tra i due segmenti;

- abbinare il marchio AdrIon alla Card sviluppata dal progetto Marinas, declinata localmente dai singoli partner, con comune logo e linee guida condivise, da trasformare in una card Adriatica da promuovere verso specifici target che abbiano come destinazione l'Adriatico-Ionio;

- sviluppare un progetto che diffonda un marchio di qualità della piccole medie imprese turistiche extra-alberghiere che porti ad una certificazione di "ospitalità e tipicità adriatica ionica", utilizzando l'esperienza realizzata per le strutture alberghiere promossa dal sistema camerale italiano;

- incentivare la promozione dei segmenti turistici di nicchia con particolare riferimento alle tante ricchezze poco conosciute di cui la macroarea è ricca.

Le suddette azioni saranno previste all'interno di specifici progetti da presentare su bandi di finanziamento comunitari, nazionali e regionali.