VIII Edizione del Forum delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio

TAVOLO DEL TURISMO

Intervento del Dott. Michele De Vita – Segretario Generale Forum

1 Attività svolte dal tavolo del turismo (maggio 2007- aprile 2008)

1.1 Ricerca dati e analisi sulla domanda e offerta turistica dell'area adriatico-ionica

- **Ricerca di settore 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). Dalla ricerca sono emerse le seguenti considerazioni:

  - il mercato internazionale del turistismo 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 ne rappresenta un caso a parte considerata una meta turistica classica. La costa adriatica orientale vede invece un forte capacità di attrazione della Croazia (80% dei movimenti internazionali), seguita con gran distacco dalla Slovenia (15%), Montenegro (3,4%), Albania e Bosnia-Erzegovina (5%). Si prevedono inoltre costanti tassi di crescita per Croazia, Slovenia e Grecia;

  - considerazioni emerse dall'analisi dei pacchetti turistici integrati: un'offerta turistica che riguardi l'Adriatico o lo Ionio in senso esteso comprende quasi sempre la Croazia e a volte anche altre regioni/nazioni, solo in rari casi l'offerta adriatica italiana si accompagna a quella della costa orientale, sono stati identificati dei "modelli" di pacchetti integrati ciascuno con proprie peculiarità, con una certa caratterizzazione di provenienza geografica e con un minore o maggiore livello di integrazione dell'offerta dell'area.

- è stata effettuata una **prima selezione dei pacchetti** integrati più rappresentativi che sono stati **pubblicati sul sito** www.adrion.forumaic.org

- allo scopo di raccogliere informazioni ancora più significative e pertinenti ai fini conoscitivi della ricerca sono stati realizzate delle **interviste telefoniche ai tour operator** che promuovo questo tipo di prodotti turistici integrati;

- è stata implementata **un'ulteriore raccolta di informazioni** per il completamento dei dati turistici raccolti lo scorso anno con lo scopo di poter avere le informazioni necessarie a **realizzare una navigazione georeferenziata** dell'area adriatico-ionica nel nuovo sito AdrIon.

1.2 Realizzazione di materiale promozionale

- **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;

- **logo AdrIon**:

  - è stata definita la mission e l'identità del logo;

  - è stato avviato l'impiego del logo nel materiale/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);

  - è in fase di completamento la procedura di registrazione internazionale.

- ***shoppers*** (sacche): sono state prodotte delle sacche per iniziare a veicolare l'immagine del logo, saranno distribuite nei prossimi eventi di promozione dell'area, ieri ne sono state distribuite in quantità al termine della sessione plenaria con all'interno del materiale promozionale (brochure e volantino su cos'è il marchio "adrion").

- **sito "AdrIon":** è on-line il sito web www.adrion.forumaic.org la cui idea progettuale era stata presentata l'anno scorso in occasione del Forum 2007 ad Ancona:

  - In particolare è stata migliorata e potenziata ancor di più l'interattiva 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 a natura, sport e benessere, fede o enogastronomia);

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

- questa scelta è stata fatta anche in funzione dei risultati della ricerca sui pacchetti turistici integrati e sulle caratteristiche dei segmenti turistici che sembrano essere più appetibili per il mercato Adriatico-ionico. La modalità di navigazione georeferenziata permette infatti ai turisti "fai da te" di poter esplorare ciò a cui sono interessati e potersi attivamente organizzare la propria vacanza personalizzata, mentre il segmento dei turisti "over 40", più propensi ad acquistare vacanze organizzate, può direttamente controllare le offerte di pacchetti integrati attualmente sul mercato;

- il sito è anche un ottimo supporto informativo per gli stessi tour operator i quali possono attingere idee e suggerimenti per la progettazione dei propri pacchetti integrati;

- 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 (geograficamente e graficamente rappresentato nella mappa con al centro il mare) 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 relativi alla singola attrazione turistica;

- l'idea di fondo è stata quella di costruire un sito "vetrina" che presenta in modo completo ed articolato l'offerta turistica dell'area e rimanda ad altre fonti web per gli approfondimenti di modo da rendere l'aggiornamento dei contenuti relativamente più agevole e veloce;

- affinché possono essere sfruttate al pieno le notevoli potenzialità promozionali di questo strumento occorre però che ogni Camera di Commercio socia sia artefice e responsabile delle informazioni turistiche pubblicate relative al proprio territorio di competenza; per questo motivo invito i referenti del Tavolo del Turismo di ogni Camera a controllare l'esattezza dei dati riportati on-line ed a segnalare le necessarie modifiche, correzioni ed inviare le dovute integrazioni alla Segreteria del Tavolo affinché la modalità di navigazione georeferenziata del sito possa essere resa al meglio nelle sue potenzialità e l'offerta turistica dei singoli territori presentata nel modo più esaustivo e completo possibile con testi, contatti e riferimenti, siti di approfondimento ed immagini.

1.3 Incontri ed attività operative

- a fine dicembre è stato organizzato un **incontro preliminare** a cui ha partecipato lo staff interno del Tavolo del Turismo per fare il punto della situazione sulle attività in programma in vista del Forum 2008;

- il 21 gennaio ha avuto luogo il **kick-off meeting** per l'avvio ufficiale delle attività del Tavolo del Turismo a cui sono stati invitati le camere socie, i membri del comitato tecnico di coordinamento del tavolo, alcuni tour operator e referenti di progetti in linea con le attività del Tavolo del Turismo che hanno come obiettivo l'analisi e la promozione dell'offerta turistica adriatico-ionica. Nel corso dell'incontro è stato presentato e condiviso il piano di lavoro per l'anno 2008;

- è stata firmata una **convenzione per la collaborazione con il progetto PadmaLab** e con l'Università Politecnica delle Marche, capofila del progetto;

- sono state definite le **linee guida per adozione del logo Adrion** da parte di istituzioni e privati.

1.4 Ricerca di fondi comunitari

La Camera di Commercio di Ancona, in rappresentanza del Forum delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio, ha presentato un bando per ottenere fondi comunitari da destinare alla promozione turistica dei territori dell'area adriatico-ionica. Nel caso la domanda abbia esito positivo, tali risorse verrebbero impiegate per portare avanti le attività del Tavolo del Turismo nel bienno 2008-2009 con particolare riferimento alle aree di intervento specificamente indicate nel progetto che sono il Montenegro, la Bosnia-Erzegovina e l'Albania.

Il progetto presentato denominato "AdrIon Tour" ha come obiettivo principale il potenziamento delle offerte turistiche di territori attualmente marginali nel mercato turistico internazionale attraverso lo sviluppo di un'immagine unitaria di Bacino identificabile con il marchio d'Area ADRION.

Gli obiettivi specifici sono:

- 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;

- definire gli strumenti di comunicazione necessari a promuovere l'immagine dei territori del Bacino nel loro insieme;

- 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;

Il progetto porrà in essere le seguenti attività:

- progettazione e realizzazione di un **disciplinare** d'area (AdrIon);

- definizione di un **piano integrato di comunicazione** e promozione del marchio d'area (AdrIon);

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

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

- **formazione e assistenza** ad operatori turistici per lo sviluppo di pacchetti turistici integrati.

2 Linee-guida per le attività future (2008-2009)

2.1 Completamento delle informazioni turistiche del sito "AdrIon"

- Il sito "AdrIon" diverrà uno degli strumenti base per l'attività di comunicazione dell'area. Per sfruttare a pieno la sua potenzialità, con il supporto e la collaborazione delle Camere socie, verrà **completato con l'inserimento delle attrazioni turistiche** dei territori ora mancanti e con l'eventuale inserimento di altri punti di interesse per le aree già inserite;

- è previsto un **ampliamento della sezione sui pacchetti turistici integrati** di modo da poter inserire altri pacchetti turistici permettendo la visualizzazione georeferenziata delle destinazioni che li compongono.

2.2 Attività per lo sviluppo dell'offerta integrata e per la promozione dell'area

- saranno diffuse fra le Camere socie e gli operatori del settore le **linee guida per l'adozione del logo AdrIon** affinché più organizzazioni possibili vengano a conoscenza delle finalità del progetto e ne condividano gli intenti;

- le Camere socie Forum saranno invitate 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;

- nei prossimi mesi è in programma un **incontro con i tour operator, le agenzie, esperti ed enti coinvolti nel settore turismo** per:

  - definire le azioni promozionali e di comunicazione;

  - 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";

  - 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).

- a luglio avrà luogo il **secondo workshop a cui parteciperanno le Camere socie** Forum in cui ci sarà:

  - la presentazione e valutazione delle proposte di pacchetti turistici integrati da immettere nel circuito di promozione internazionale emerse nel corso dell'incontro con i tour operator;

- la presentazione di un accordo/convenzione tra associati al Forum e operatori privati per il comune impegno ad adottare e divulgare il materiale realizzato e il logo AdrIon;

- la definizione di azioni promozionali e di comunicazione da implementare.

- nel caso in cui la proposta progettuale "**Adrion Tour**" venisse approvata, si procederà con:

  - le attività di formazione ed assistenza agli operatori turistici dei paesi coinvolti nel progetto affinché possano essere messi in condizione di progettare e proporre sul mercato pacchetti turistici integrati dell'area;

  - l'organizzazione di eventi promozionali come *educational tour*, *incoming* e l'eventuale partecipazione ad una fiera internazionale dove promuovere prodotti integrati;

  - la progettazione e realizzazione di un disciplinare d'area (AdrIon);

  - la definizione di un piano integrato di comunicazione e promozione del marchio d'area (AdrIon);

  - l'attivazione di strumenti di comunicazione relativi al marchio d'area AdrIon (pubblicazioni, merchandising, pubblicità, strumenti multimediali).