

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

Tavolo del Turismo

Intervento del dott. Michele De Vita

ATTIVITA' SVOLTE DAL TAVOLO DEL TURISMO

Alcuni degli obiettivi ritenuti prioritari dal Tavolo del Turismo riunitosi nella scorsa edizione del Forum a Durazzo erano:

1. Rafforzare e consolidare, nell'ambito del Forum e presso la segreteria dello stesso, il **Comitato di coordinamento per il turismo**, in modo che possa diventare un organismo operativo di promozione congiunta della macroregione Adriatico-Ionica, nonché centro di raccolta e di analisi delle informazioni turistiche dei paesi aderenti al Forum.
2. Servirsi della comunicazione come strumento strategico centrale e trasversale per lo scambio di contenuti, informazioni, idee e conoscenze, sia verso l'interno, tra operatori, che verso l'esterno (imprese, potenziali interlocutori, clienti). **La comunicazione** dovrà evidenziare la molteplicità delle offerte, nei vari segmenti turistici, facciano della regione Adriatico-Ionica una realtà integrata dalle grandi potenzialità.
3. Creare **un sistema turistico unitario** in grado di presentarsi e competere a livello internazionale con un'offerta di territorio, culture e servizi forte ed articolata, un'offerta in grado di esaltare, in una logica di sistema, le differenze, le tradizioni ed i diversi contesti storico-ambientali, ma in grado anche di promuovere, con un messaggio incisivo ed efficace, una rete di servizi organizzati secondo criteri e standard qualitativi comuni.
4. Sviluppare quei settori di nicchia di cui l'area è ricca fino ad arrivare a creare **pacchetti turistici integrati** che interessino entrambe le coste Adriatiche, ed i rispettivi entroterra, e che possono essere sviluppati anche in relazione a nuove forme di turismo specializzato che vanno imponendosi sui mercati internazionali (l'ecoturismo, il turismo nelle aree protette e nei parchi delle zone interne, il turismo sportivo, il turismo religioso).
5. Approfondire, anche con l'ausilio degli uffici di rappresentanza a Bruxelles, tutte le **opportunità offerte dalla nuova programmazione comunitaria** per il finanziamento dei progetti rivolti alla promozione turistica e allo sviluppo economico della macro-regione.

A partire, quindi, da tali obiettivi, si è cercato di avviare iniziative concrete e progetti di promozione, i cui effetti possano tornare utili agli operatori e ai territori della macro-area che la stessa Unione Europea riconosce come l'Euroregione Adriatica.

--- ° ---

Dapprima è stato svolto un **incontro preliminare interno** tra la Segreteria del Forum, la Camera di Commercio di Ancona, l'Istituto Adriano Olivetti di studi per la gestione dell'economia e delle aziende (Istao) ed un grafico esperto (2 novembre 2006).

Da tale incontro è emerso che

- diversi enti della provincia stanno lavorando su progetti di promozione turistica ed hanno messo in cantiere la possibilità di promuovere dei pacchetti turistici integrati per la zona Adriatico-Ionica, tuttavia ancora nessuno si è mosso in questo senso vista la complessità dell'azione;

- l'idea di progettare dei pacchetti turistici per promuovere il turismo nell'area Adriatico-Ionica non può prescindere da un incontro con i tour operator delle due sponde per poter indirizzare le preliminari attività di raccolta e analisi dei dati turistici e raccogliere informazioni ed opinioni sul mercato, sul profilo di potenziali clienti dell'area turistica Adriatico-Ionica e su come comporre un'offerta turistica di successo per questo territorio;
- occorre prima testare se i vari tour operators sono disposti a mettersi intorno ad un tavolo per dialogare sul tema poiché potrebbero avere un atteggiamento di chiusura per motivi di reciproca concorrenza;
- bisognerebbe cercare di coinvolgere tour operators anche in Romagna, Veneto, Puglia, Croazia ecc.

--- ° ---

A seguito di questo incontro preliminare è seguito un importante **workshop con agenzie e tour operators** della provincia di Ancona, Ascoli Piceno, Macerata, della Bosnia, Montenegro e Croazia. Al tavolo di lavoro erano presenti la Segreteria del Forum, funzionari della Camera di Commercio di Ancona, l'Istao, un grafico esperto ed un funzionario della Provincia di Ancona per le Politiche Comunitarie (4 dicembre 2006).

Obiettivo del workshop era avviare un tavolo di lavoro con operatori privati dell'area Adriatica italiana e non, con interesse o esperienza verso il mercato della regione Adriatica per far emergere punti di vista, problematiche, spunti di riflessione su un'offerta turistica integrata della macro-area (potenzialità dell'area, segmenti target, mercati emergenti, supporto agli operatori, tipologie di offerte).

Argomenti trattati:

- presentazione del Forum e dei relativi tavoli di lavoro, presentazione degli obiettivi del tavolo del turismo
- presentazione del mercato turistico europeo, dei flussi turistici nei paesi dell'euroregione adriatica, principali mercati di provenienza dei turisti della macro-area, trend mondiale del turismo, previsioni per il 2020, maggiori segmenti di mercato nel periodo 2000-2020 nei paesi dell'Adriatico.

Conclusioni dell'incontro:

- 1) esiste un elevato interesse a promuovere ed avviare il progetto. La creazione di un'offerta turistica Euroadriatica può essere l'occasione per:
 - o rafforzare le proposte attuali legate a singole mete, ripensandole anche in un'ottica nuova legata a tematismi emergenti;
 - o avere uno strumento di destagionalizzazione della domanda attuale;
 - o costituire una novità riconosciuta nei nuovi mercati turistici, data l'ampiezza e la varietà della proposta che ne deriverebbe.
- 2) Occorre tuttavia lavorare principalmente sul fronte della comunicazione. E' necessario creare nell'immaginario collettivo l'idea della presenza di una macro-regione Adriatica come possibile meta turistica. Oggi esistono singole mete (la Croazia, le Marche, Venezia...), occorre creare l'idea di un'area unica.

Pertanto, se la direzione è condivisa, appare più complesso costruire concrete opportunità operative. Di fatto, prima di poter proporre pacchetti integrati, è indispensabile **far maturare una domanda di turismo integrato**. Il fronte principale su cui lavorare è quindi univoco ovvero **la comunicazione**. Occorre cioè costruire un'identità turistica adriatica e diffonderla nell'immaginario collettivo del turista perché diventi consapevole di quest'area, delle sue mete,

di ciò che lega i territorio attorno all'Adriatico. Per far sì che l'obiettivo della costruzione della regione Euroadriatica abbia successo, **occorrono investimenti significativi, una cooperazione tra le istituzioni della macro-area ed una partnership tra pubblico e privato.**

Problematiche da affrontare:

- Individuare e reperire le risorse finanziarie per avviare un progetto di comunicazione che ha necessità di forti investimenti
- costruire offerte turistiche che contemplino le diverse mete dell'area euroadriatica
- individuare mercati e segmenti target
- definire i ruoli degli attori (Forum, operatori privati ecc)

Proposte operative:

- costruzione di un masterplan di marketing e comunicazione
- iniziative istituzionali (osservatorio dei flussi turistici, brochure promozionale, sito web, partecipazione a fiere di settore)
- iniziative sperimentali private

Azioni per il reperimento di risorse finanziarie:

- presentazione del masterplan all'Unione Europea per il finanziamento del progetto in partnership pubblico-privata su fondi opportunamente individuati
- finanziamento di iniziative istituzionali mirate da parte dei soggetti partecipanti al Forum
- individuazione di bandi, risorse che consentano almeno la parziale copertura di iniziative sperimentali.

Ipotesi di masterplan:

FASI	OBIETTIVI	STRUMENTI
ANALISI	Conoscenza delle macro-caratteristiche quali-quantitative del mercato turistico EA	parzialmente realizzato
	Analisi del contesto competitivo aree EA – mercati e competitors (potenziali e attuali)	- desk/ Tavolo operatori
	<ul style="list-style-type: none"> o Individuazione delle aree turistiche EA e del loro ciclo di vita. o Individuazione delle risorse strategiche e dei "prodotti turistici" EA – Ranking potenzialità 	- confronto operatori - raccolta proposte di offerta dei soggetti istituzionali del Forum
STRATEGIA	<ul style="list-style-type: none"> o Individuazione dei target obiettivo (giovani, famiglie, scolaresche...) o "Portafoglio prodotti" - i prodotti turistici EA e i pacchetti turistici integrati – strategia e posizionamento attuale e prospettico (i.e. prezzo, livello qualitativo, giorni pacchetto, ecc...) 	- tavolo operatori
SCELTE DI COMUNICAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> o Individuazione concept strategico o Individuazione strumenti di 	- tavolo operatori

	comunicazione: sviluppo supporti editoriali, spazi pubblicitari, pr, internet, seminari, fiere e saloni ecc..	
SVILUPPO OPERATIVO	Costruzione di pacchetti sperimentali	- operatori privati

--- o ---

Dopo il primo workshop con gli operatori privati è stato costituito **un gruppo di lavoro ristretto con operatori locali** per dare una concreta attuazione all'iniziativa di comunicazione integrata. Al tavolo hanno partecipato la Segreteria del Forum, la Camera di Commercio di Ancona, Amatori Tour Operator, Eden Viaggi, Promozione Viaggi, l'Istao e Raffaele Giorgetti (2 febbraio 2007).

Proposte emerse:

- importanza di creare **un marchio distintivo** che identifichi la macro-area, semplice ed evocativo della volontà di stare insieme, un marchio "ombrello", una sorta di "indicazione geografica tipica", un brand che identifichi l'area nel suo insieme. Tale brand dovrà creare un'unica identità di area, fare in modo che, nell'immaginario del turista, venga riconosciuta un'area Adriatica nel suo insieme, prescindendo dalle singole regioni o Paesi che la compongono. Il marchio costituirà l'elemento centrale attorno al quale costruire le iniziative di comunicazione dell'area (portale, brochures, eventi, fiere o attraverso l'inserimento del brand nei cataloghi di tour operator che aderiscono all'iniziativa);
- necessità di partire da **un marchio comunicativo** – identificativo che in un secondo momento potrà divenire un marchio di qualità monitorato attraverso un disciplinare o una struttura che a monte controlli e valuti la qualità dei servizi proposti;
- esigenza di **individuare risorse finanziarie** che permettano l'attuazione di questo ambizioso progetto di promozione turistica integrata e di costruzione di pacchetti turistici sperimentali, puntando su bandi comunitari (es. Interreg), sulla competitività del sistema impresa e lo sviluppo economico delle aree coinvolte, sul trasferimento di know-how e standardizzazione del servizio da una sponda all'altra dell'Adriatico, ma valutando anche azioni a medio-lungo termine con microfinanziamenti (cofinanziamento pubblico-privati);
- urgenza di **aprire un tavolo di lavoro politico** con gli altri enti pubblici locali ed il coinvolgimento degli operatori privati per concentrare fortemente gli impegni dei vari soggetti istituzionali coinvolti sul tema del turismo, soprattutto nell'ottica dell'integrazione finanziaria delle risorse presenti nel panorama dei finanziamenti comunitari, nazionali e regionali. L'idea di un'offerta turistica integrata in Adriatico infatti necessita di ingenti investimenti sotto il profilo della comunicazione, della logistica, della definizione e concreta applicazione di standard di qualità. E' dunque necessario monitorare con attenzione le varie opportunità finanziarie esistenti a livello locale ed internazionale, in grado di contribuire in maniera sinergica all'implementazione del progetto o considerando le opportunità scaturenti dalla nuova programmazione dei fondi strutturali FESR 2007/2013.

--- o ---

A tal fine il 16 aprile è stata svolta **una riunione operativa** tra la segreteria del Tavolo turismo, la Camera di Commercio di Ancona, un funzionario della Provincia di Ancona e della Regione Marche e due rappresentanti dell'Università Politecnica delle Marche per poter

condividere i rispettivi progetti dedicati al turismo, le risorse europee disponibili ed avviare un migliore coordinamento tra le istituzioni coinvolte nell'elaborazione di progetti ed iniziative del settore. Da tale incontro è pertanto emersa, e condivisa da tutti, l'esigenza di:

- rendere l'attuazione dei singoli progetti più efficiente dal punto di vista gestionale e finanziario;
- capitalizzare e rendere fruibili tutte le conoscenze acquisite tacite, esplicite ed elaborate nel corso dell'attuazione dei singoli progetti.

In vista di un progetto più complesso di promozione turistica integrata della macro-area e di pacchetti turistici da presentare alla Comunità Europea per l'ottenimento di risorse finanziarie adeguate, con l'aiuto di alcuni tour operators locali sono stati identificati alcuni **veicoli di comunicazione** mirati alla promozione dell'area (strumenti, fiere, pubblicità ecc.) ed è stata elaborata un'**ipotesi di budget annuale** sugli strumenti di comunicazione (creazione logo, brochure, manifesti e locandine, gadgets, cartoline, catalogo offerte integrate, portale ecc.), sulle possibili iniziative di comunicazione (campagne pubblicitarie mirate, partecipazione a fiere di settore, eventi, convegni ecc).

--- o ---

Realizzazione di un depliant promozionale e di un sito portale interattivo

Al fine di concretizzare due delle azioni di comunicazione integrata concordate dal Tavolo del Turismo nell'ultima edizione del Forum, nei mesi di gennaio – aprile sono state **raccolte informazioni e foto turistiche** dai soci Forum e dalle agenzie di viaggio che avevano partecipato all'incontro di dicembre. E' stata pertanto inviata loro una scheda standard da compilare con le seguenti informazioni:

- flussi turistici
- provenienza flussi turistici
- eccellenze dell'area di riferimento
- breve descrizione storica del paese
- elementi naturalistici e ambientali
- monumenti e siti di interesse storico-culturale
- siti ed eventi religiosi
- tradizioni e manifestazioni popolari
- strutture ricettive e ristorazione
- strutture, manifestazioni, centri ed associazioni per le attività sportive
- eventi e strutture ricreative
- porti turistici ed attività marinare
- mappa stradale
- ambasciate, consolati
- porti commerciali e collegamenti navali
- aeroporti e collegamenti aerei

Purtroppo le informazioni pervenute non sono omogenee e non tutti i soci del Forum hanno risposto inviando tali dati o immagini rappresentative della loro area di provenienza. E' stato comunque creato un utile database con informazioni e foto per singolo territorio che in questa prima fase si è deciso di non approfondire, ma di valutare con i partecipanti al Forum di maggio sui possibili sviluppi del progetto di promozione integrata.

--- o ---

La mancanza di risorse finanziarie, di informazioni e foto omogenee per la varie aree di riferimento ci ha spinto a rinunciare, per il momento, alla realizzazione di una brochure a 32 pagine in più lingue e ad optare per la **costruzione di un depliant a 4 ante** con una

descrizione sintetica e generale dei paesi di riferimento, e relative immagini, divisa per tematismi (Arte–Storia–Cultura, Mare, Natura, Vivere Bene–Benessere–Enogastronomia, Sport, Fede).

--- ° ---

E' in corso l'implementazione del sito web dedicato al turismo, nell'ambito del web-site del Forum, che avrà le seguenti caratteristiche:

1) **creatività**

la grafica conterrà, oltre al logo del Forum, elementi che caratterizzeranno ed identificheranno tutti i siti web legati al Forum (ad es. quello dell'imprenditoria femminile);

2) **home page**

il sito web avrà 2 modalità di navigazione:

a) per "aree geografiche"

b) per "itinerari"

scegliendo un "area geografica" si accede al paese di interesse del navigatore, dove si possono scegliere i territori inclusi nel progetto (Ancona, Venezia ecc.). Ogni territorio è una scheda che contiene immagini, un testo introduttivo, una serie di link utili per il turista che si vuole recare in quell'area, scegliendo invece la navigazione per "itinerari", si accede ad una scheda (una per ogni itinerario), contenente testo ed immagini relative all'itinerario scelto (i materiali saranno gli stessi utilizzati nella brochure).

3) **fruizione**

la navigazione avverrà quindi per le due tipologie di percorso individuate (aree geografiche ed itinerari), in modo semplice ed arrivando direttamente alla scheda con le informazioni.

Sempre in considerazione delle scarse risorse finanziarie e dell'eterogeneità di informazioni e foto pervenute, si è deciso che per il momento il sito dovrà avere un livello di approfondimento minimo, senza arrivare al dettaglio territoriale, fermandosi alla navigazione per nazioni, territori provinciali o temi degli itinerari. Si affiancheranno i link utili senza però arrivare agli approfondimenti.

--- ° ---

In virtù dell'importanza particolarmente evidenziata dagli operatori privati sulla creazione di un marchio/logo identificativo della macro-area, è stata **avviata una gara internazionale online tra grafici**, attraverso un'agenzia di comunicazione di Rimini. Da questo concorso scaturiranno una ventina di proposte che verranno presentate al Forum e "votate" dai parte dei partecipanti al tavolo del turismo. Pertanto, per il momento, sul depliant e sul sito non apparirà il marchio.