

DESTINAZIONE TURISTICA ROMAGNA

PROGRAMMA DELLE ATTIVITA' TURISTICHE 2017

Il programma delle attività che la Destinazione Turistica Romagna andrà a realizzare per l'anno 2017, nel limite temporale ristretto dato, è basato principalmente su due linee di intervento:

- **la prima** comprende attività e azioni messe in campo per l'**avvio della Destinazione** turistica. Avvio che si concretizzerà sia in progetti che attengono alla gestione del nuovo ente sotto il profilo tecnico, contabile e amministrativo, che in progetti di analisi, ricerca e sviluppo, propedeutici e di supporto alle azioni innovative contenute nelle "Linee strategiche" per il 2018;
- **la seconda** linea di intervento sarà dedicata al sostegno della **promozione del progetto Capodanno 2017** che coinvolgerà il "sistema" Destinazione e della promocommercializzazione turistica attuata dalle imprese; interventi che saranno in questa fase transitoria realizzati dalla Destinazione Turistica in accordo con l'A.P.T. Emilia Romagna.

LINEA DI INTERVENTO 1: AVVIO DESTINAZIONE - Budget complessivo ipotizzato 300.000 al lordo di iva

1. avvio amministrativo/tecnico/contabile
2. tourist data project (progetto poliennale)
3. tourism sharing economy (progetto poliennale)
4. movimento turistico della Romagna
5. pianificazione strategica della nuova brand identity turistica della destinazione romagna (progetto poliennale)
6. banca immagini della destinazione turistica romagna
7. studio per il progetto di piattaforma digitale della destinazione
8. revisione e sviluppo dei servizi di accoglienza e informazione turistica

LINEA DI INTERVENTO 2: PROGETTI DI MARKETING E SOSTEGNO ALLA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE - Budget complessivo ipotizzato 300.000 al lordo di iva

9. comunicazione e promozione natale capodanno della destinazione
10. incontri con il turismo organizzato
11. partecipazione a fiere nazionali e internazionali e workshop

LINEA DI INTERVENTO 1: AVVIO DESTINAZIONE

1. AVVIO AMMINISTRATIVO/TECNICO/CONTABILE

Affinchè la DT Romagna possa raggiungere condizioni di piena operatività a far data dal 1° gennaio 2018, è indispensabile in questa fase procedere all'avviamento tecnico/operativo della Destinazione, aprendo tutte le posizioni fiscali, amministrative, contabili, ecc. nonché l'assistenza alla definizione e gestione del bilancio della destinazione in funzione dell'operatività, consolidare la messa in rete delle sedi operative e fornire la strumentazione idonea per la piena operatività della struttura. Fondamentale sarà la costruzione del bilancio 2018 secondo le regole della contabilità armonizzata e secondo le esigenze della Destinazione.

Le attività si concretizzeranno in incarichi vari compresa la ragioneria per il nuovo ente.

Budget ipotizzato 25.000

2. TOURIST DATA PROJECT (progetto poliennale)

Indispensabile avviare strumenti conoscitivi adeguati all'importanza della macchina turistica della Destinazione Romagna.

La definizione dei dati utili e dei processi da cui si raccolgono e l'utilizzo degli stessi al fine di una conoscenza approfondita delle caratteristiche dei turisti passa dall'acquisizione e gestione di dati.

Questo progetto si sviluppa in più anni.

Entro il 2017, in collaborazione con APT, si avvierà il progetto che nei bilanci 2018 e successivi vedrà l'affinamento. Il progetto è da realizzarsi in piena sintonia col sistema regionale salvaguardando le caratteristiche, gli obiettivi e le necessità della Destinazione Romagna.

Per il 2017 si andrà a definire l'architettura di raccolta dati.

Budget ipotizzato 25.000

3. TOURISM SHARING ECONOMY (progetto poliennale)

Ricerca e sviluppo da indirizzare altresì allo studio di quell'offerta, già da alcuni anni presente sul mercato, considerata strutturale ma "non ordinaria", che si riferisce ad esempio al mondo dell'Airbnb, HomeToGo, le case vacanza, i b&b, gli appartamenti e a tutte quelle formule generate da nuovi bisogni, nuovi stili di vita e consumo.

Budget ipotizzato 40.000

4. MOVIMENTO TURISTICO DELLA ROMAGNA

Lettura del movimento turistico all'interno del concetto di area/destinazione Romagna, avendo l'obiettivo di omogeneizzare le informazioni.

Budget ipotizzato 40.000

5. PIANIFICAZIONE STRATEGICA DELLA NUOVA BRAND IDENTITY TURISTICA DELLA DESTINAZIONE ROMAGNA (progetto poliennale)

Avvio dello studio della nuova Brand Identity della Destinazione da condursi su internet (tipologia analisi semantica) finalizzata alla identificazione nel pubblico delle immagini della Destinazione e che ne fanno identità e richiesta.

Budget ipotizzato 30.000

6. BANCA IMMAGINI DELLA DESTINAZIONE TURISTICA ROMAGNA

Acquisizione di servizi fotografici e video attraverso cui realizzare un nuovo archivio immagini della Destinazione turistica strumento prioritario e imprescindibile per promozione, comunicazione, promo-commercializzazione, della Destinazione. Nel 2017 si procederà alla realizzazione della prima parte della Banca Immagini, quella relativa a tutti i POI (point of interest) territoriali - località, arte e cultura, ambiente e natura - e alle tematiche e agli eventi attinenti alla stagione winter. Nel 2018 si procederà a completare la banca immagini realizzando soprattutto servizi tematici e sui prodotti, mirati a rappresentare i *fil rouge* identitari.

Budget ipotizzato 50.000

7. STUDIO PER IL PROGETTO DI PIATTAFORMA DIGITALE DELLA DESTINAZIONE

Questo progetto è necessario a definire il sito web e il sistema di comunicazione digitale di cui la Destinazione dovrà fornirsi sia come concept che come piattaforma digitale. Lo studio identificherà anche le linee guida, il capitolato tecnico e il budget necessario per la realizzazione del nuovo portale turistico di Destinazione che sarà realizzato nel 2018, con i fondi da prevedersi nel relativo bilancio.

Budget ipotizzato 40.000

8. REVISIONE E SVILUPPO DEI SERVIZI DI ACCOGLIENZA E INFORMAZIONE TURISTICA

Innovazione del servizio di accoglienza e informazione turistica. Cambia la domanda, cambia l'offerta degli strumenti e dei servizi.

Lo studio dovrà proporre modelli innovativi e una analisi degli uffici esistenti per definire le strategie di rinnovamento e/o di conservazione degli stessi e di definizione di modelli incentrati anche su altri strumenti.

L'obiettivo è quello di ripensare il tradizionale sistema di uffici IAT e UIT.

Budget ipotizzato 50.000

LINEA DI INTERVENTO 2: PROGETTI DI MARKETING E SOSTEGNO ALLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE

9. COMUNICAZIONE E PROMOZIONE NATALE CAPODANNO DELLA DESTINAZIONE

E' il primo grande evento della Destinazione Romagna. L'azione è da svolgere in accordo con APT Servizi e sarà finalizzata a comunicare le opportunità e gli eventi legati alle festività di Natale e Capodanno 2017, attraverso una articolata azione mirata che spazia su diverse tipologie di media, come ad esempio inserzioni su giornali e slot promotional radio.

Budget ipotizzato 285.000

10. INCONTRI CON IL TURISMO ORGANIZZATO

In continuità con la programmazione precedente, saranno mantenute quelle azioni che vengono svolte a sostegno del turismo organizzato, che hanno l'obiettivo di rafforzare la quota di flussi turistici che giunge in Romagna grazie al sistema dell'intermediazione commerciale, agenziale e non. Saranno quindi organizzati "Incontri col turismo organizzato" che permetteranno ai privati e alla Destinazione di far conoscere e apprezzare l'offerta turistica al mondo del turismo organizzato, momenti di matching commerciale tra le aggregazioni ed il sistema

dell'intermediazione commerciale, in prevalenza no profit italiano (associazioni sportive, realtà che operano per il turismo della terza età, dopolavori, Cral, ecc.).

A garanzia di continuità sarà confermata l'impostazione dell'ultimo anno, da svolgere in accordo con A.P.T. Servizi (per quantità e per qualità organizzativa).

Budget ipotizzato nulla

11. PARTECIPAZIONE A FIERE NAZIONALI E INTERNAZIONALI E WORKSHOP

L'obiettivo dell'azione è promuovere il territorio della Destinazione presso i principali mercati storici ed emergenti nell'autunno/inverno 2017 in collaborazione con APT Servizi presso le fiere TTG, WTM, NY e Cina.

Budget ipotizzato 15.000