

PIANO APT SERVIZI

Piano Operativo 2023 e spunti programmatici Piano 2024



LINEE GUIDA REGIONALI

- IL QUADRO DI RIFERIMENTO – INDUSTRIA DEI VIAGGI E DELLE VACANZE
- LA RELAZIONE TRA APT SERVIZI E GLI AMBITI (REGIONE; DESTINAZIONI; UNIONCAMERE; CAMERE DI COMMERCIO E TERRITORIO TURISTICO)
- OBIETTIVI DI CARATTERE GENERALE
- TARGET & MERCATI
- PRODOTTI TURISTICI
- COMUNICAZIONE - ITALIA
- COMUNICAZIONE - ESTERO
- WEB - INNOVAZIONE E SVILUPPO
- SUPPORTO ALLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE

OBIETTIVI DI CARATTERE GENERALE

- ritornare rapidamente sui livelli pre-Covid
- monitoraggio del conflitto Russia Ucraina (operatori turistici e vettori aerei)
- ampliare il ruolo di coordinamento regionale
- rafforzare i prodotti esistenti
- sostenere l'inserimento sui mercati di prodotti innovativi
- riavviare la programmazione sui prodotti tematici trasversali
- puntare ad un innalzamento qualitativo dell'offerta
- selezionare (appuntamenti) per non disperdere (risorse)
- direzionarsi verso attività Made in Emilia Romagna
- consolidare il mercato interno ed esterno
- focalizzare prodotti per clienti big spender
- rafforzare i rapporti e le sinergie con TO e gestori di mobilità collettiva

TARGET & MERCATI

- la prima è quella di “capitalizzare” la nuova clientela
- “consolidare” la leadership a livello nazionale
- “riconquistare” rapidamente le quote di market share estero
- Paesi DACH – Germania, Austria, Svizzera – del Benelux, della Francia, Spagna, Europa del Nord/Scandinavia e di alcuni Stati dell’Est Europa, come Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Romania e Ungheria
- Gran Bretagna, ed ulteriori Paesi dell’Est Europa
- USA, Repubblica Cinese, Paesi del Nord e Sud America e Vicino Oriente
- Progetti di avvicinamento al Giappone in ottica di EXPO Giappone 2025

PRODOTTI TURISTICI

- Via Emilia Experience the Italian lifestyle - Motor Valley, Food Valley e Wellness Valley, a cui si è affiancato il nuovo product brand regionale Sport Valley
- I prodotti legati alle ex unioni di prodotto L.R. 7/98 –Costa, Città d’Arte, Terme e Benessere, Appennino e Parchi Naturali
- Meeting Industry regionale (prodotto MICE).
- Cicloturismo (Emilia Romagna Bike), Golf Cammini, Castelli -dimore storiche – borghi storici
- Il Cineturismo e i grandi cineasti dell’Emilia Romagna

PRODOTTI TURISTICI

- Turismo del lusso
- Patrimonio UNESCO e Città creative, le Vie di Dante, il Fiume Po e gli itinerari dedicati ai personaggi dell'arte e della pittura (Es. Guercino)
- Progetti Interregionali e ministeriali legati allo slow tourism (Borghi, Cammini, Castelli, trekking etc)
- Vacanza per tutti – turismo accessibile – Progettazione Europea

COMUNICAZIONE- ITALIA

Riprendere un preciso posizionamento, riportare l'Emilia-Romagna ad essere la destinazione più desiderata e ricercata dai viaggiatori

- Autenticità
- sicurezza
- affidabilità
- qualità
- sostenibilità
- rispetto e cura dell'ambiente
- accoglienza/accessibilità.
- Convenienza/rapporto qualità prezzo

COMUNICAZIONE- ITALIA

Nel 2023 si confermano le campagne pubblicitarie d'impatto nazionale su mezzi di comunicazione di massa (TV, radio, print, digital, ooh), declinate a prodotto e a target, con investimenti condivisi anche con le Destinazioni Turistiche come:

- La campagna Riviera Adriatica e Parchi Divertimento: Campagna di comunicazione on line e off line, la serie Web con Paolo Cevoli, la Terrazza della Dolce Vita con Simona Ventura e Giovanni Terzi, il Tim Summer Hit
- La campagna VIAEMILIA di promozione delle Città d'Arte e del Turismo Culturale con le tre Destinazioni Turistiche con Stefano Accorsi e Andrea Delogu

COMUNICAZIONE- ITALIA

- Campagna di Comunicazione Terme con il Coter
- Campagna di Appennino verde e Bianco con Testimonial Alberto Tomba
- Campagna di Comunicazione Cammini dell'Emilia Romagna
- Campagna di Comunicazione Ministeriale su Borghi e Castelli dell'Emilia Romagna
- Campagna di Comunicazione Ministeriale sul prodotto Golf
- Campagna di Comunicazione con MAECI ed ICE sul Made in Italy e Motor Valley
- Campagna di Comunicazione Wellness Valley e Food Valley
- Attività di comunicazione della Sport Valley dell'Emilia Romagna

COMUNICAZIONE- ESTERO

La comunicazione sui mercati esteri, implementata, da Apt Servizi, si avvale prioritariamente dello strumento delle media relation e della collaborazione, nei mercati obiettivo (DACH, USA, UAE, Regno Unito e Polonia), con agenzie di PR e MR.

Su tutti gli altri mercati ci avvarremo di cooperazioni con ENIT e/o di apposite figure di promoter, come quella in Argentina e quella specializzata nei paesi asiatici, Cina inclusa.

COMUNICAZIONE- ESTERO

Campagna advertising b2c sulla TV private tedesche, con diffusione nazionale: un nuovo spot con protagonista una famiglia tedesca in vacanza sulla Riviera Adriatica (il target della campagna è la famiglia “millenials”).

A cui si aggiunge un racconto visual dell’Emilia-Romagna lifestyle più autentico affidato all’attore tedesco Tom Wlaschiha

Campagna di Comunicazione attraverso Ferrovie Tedesche e Austriache

Campagna di Comunicazione con i Vettori Aerei che operano in ER

Campagna di Comunicazione Motor Valley con MAECI ed ICE

Campagna di Comunicazione PR con Massimo Bottura su Stati Uniti e Canada (Food & Motor Valley)

WEB- INNOVAZIONE E SVILUPPO

- la produzione di format e materiali dedicati ai prodotti turistici regionali;
- la sperimentazione continua di linguaggi e architetture dell'informazione;
- l'integrazione e armonizzazione delle attività web con le attività di marketing tradizionale;
- la cooperazione editoriale e progettuale con gli stakeholder territoriali.
- Interoperabilità con TDH (Tourism Digital Hub)
- Accordo quadro con Emilia Romagna Welcome per Market palce regionale
- Adesione al Cluster Regionale Turismo
- Open Data Monuments con RER e Ministero
- Open Tourism – turismo accessibile
- DATA VALLEY Gemello Digitale Turismo con Cineca, Università di Bologna, Fondazione Bruno Kessler

FIERE

- CMT, Stoccarda – dal 14 al 22 gennaio
- FITUR, Madrid – dal 18 al 23 gennaio
- BIT, Milano – dal 12 al 14 febbraio
- F.RE.E, Monaco – dal 22 al 26 febbraio
- ITB, Berlino - dal 7 al 9 marzo
- BMT, Napoli - dal 16 al 18 marzo
- ATM , Dubai- dall'1 al 4 maggio
- Salone del Camper, Parma - dal 9 al 19 settembre
- IFTM Top Resa, Parigi – dal 3 al 5 ottobre
- TTG, Rimini – dall'11 al 13 ottobre
- Skipass, Modena – fine ottobre inizio novembre
- WTM, Londra – dal 6 all'8 novembre

WORKSHOP E SERATE PROMOZIONALI

- Workshop Città d'Arte e Cultura a Bologna _ Cities Emilia Romagna
- Workshop Childrens Tour in Romagna
- Good Italy Workshop (turismo esperienziale enogastronomico) a Parma
- Carta dei Servizi includerà anche la proposta ENIT
- Organizzazione delle serate promozionali con le Destinazioni Turistiche e loro operatori

TOUR OPERATOR E BUS OPERATOR E VETTORI

- Trenitalia - Tper
- Deutsche Bahn e austriache ÖBB
- Eurocity Zurigo-Bologna
- Campagna multimercato in co-marketing con Vettori Aerei focus Destinazione Romagna
- Campagne b2c digital dei co-marketing con Tour Operator esteri
- Campagne dei co-marketing con BUS Operator esteri/italiani

Progetti Ministeriali – ICE

- Motor Valley con Maeci ed ICE e ACI
- Food Valley con Maeci e Assessorato Agricoltura Regionale
- Progetto Promozione Nazionale 2022 con Ministero del Turismo e Conferenza delle Regioni
(Emilia Romagna capofila per Borghi Nazionali, Paesaggi e Golf)
- Progetti d'Eccellenza Ministero del Turismo e Conferenza delle Regioni
- Progetto Sport Valley con Ministero Sport Salute e Benessere

Sport Valley

Nel 2022 sono stati organizzati oltre 80 grandi eventi sportivi sul territorio regionale

- F1 Imola
- Moto GP e Superbike a Misano
- Giro d'Italia
- Mondiali di Motonautica
- APT Tennis
- Ocean Men
- Spartan Race
- Iron Man
- Coppa Devis Bologna
- Mondiali GT Ferrari
- Assemblea Internazionale Federazione Motociclistica
- Assemble Internazionale Federazione Automobilitstica
- Campionati del Mondo di Danza Sportiva
- Accordi con le Federazione di: Volley, Tennis, Triathlon, calcio a 5, Pallamano, Ginnastica, Danza e Nuoto e sport con disabilità