

Il presente progetto denominato **“Promozione delle destinazioni turistiche dell’Emilia-Romagna attraverso la valorizzazione delle risorse ambientali, culturali e artistiche e il sostegno alla fruizione integrata – annualità 2017”** si sviluppa nel rispetto ed in coerenza con le seguenti disposizioni:

- "POR_FESR 2014-2020. Asse prioritario 5 di “Valorizzazione delle risorse artistiche, culturali e ambientali” - Azione 6.8.3 “Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche”
- DGR n. 53872015 “L.R. 7/98 e s.m. - Linee Guida generali per la promozione e la commercializzazione turistica anno 2016 – Obiettivi strategici”

La progettualità elaborata nasce dalla necessità di implementare interventi di promozione turistica dei territori e delle destinazioni e pone tra i suoi obiettivi lo sviluppo di una visione sistemica e integrata di prodotti turistici di area vasta e/o trasversali d'interesse regionale, per migliorare la competitività delle destinazioni ed attrarre nuovi flussi turistici.

1. IL SOGGETTO PROMOTORE

APT Servizi s.r.l., così come espresso dalla legislazione regionale corrente, è il soggetto in house providing incaricato dalla Regione Emilia-Romagna a rendere operativo il documento guida con le linee e gli obiettivi strategici dell'ampia e complessa programmazione regionale in materia di promozione e promo-commercializzazione turistica. APT Servizi redige annualmente un piano di marketing e promozione e va così a sviluppare, sulla base di quanto indicato dalla regione, progetti esecutivi. Inoltre con LR 4/16 APT Servizi svolge un ruolo di coordinamento per prodotti tematici trasversali che riguardano più destinazioni turistiche, al fine di delineare le politiche generali di tali prodotti trasversali e definire azioni coordinate, in particolare sui mercati esteri.

Il ruolo che APT Servizi riveste nel quadro generale del sistema turistico regionale, ridefinito con LR 4/16, ne fa il soggetto più indicato per la progettazione e attuazione di azioni e interventi, volti a perseguire gli obiettivi specifici dell'attività "POR-FESR 2014-2020 - Asse 5 –Azione 6.8.3".

L'intervento di APT Servizi srl consente infatti, di perseguire l'ottimizzazione delle risorse che la regione Emilia-Romagna destina annualmente alla promozione turistica, attivando un'integrazione sinergica con le attività annuali realizzate da APT Servizi nell'ambito del proprio piano, anche attraverso la generazione di economie di scala nei rapporti con i fornitori.

In questo quadro, e nell'ambito del piano strategico per la promozione turistica regionale, si sviluppa questo progetto di valorizzazione dei beni e delle destinazioni turistiche che rientra nella strategia dell'Unione Europea per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva e al raggiungimento della coesione economica, sociale e territoriale.

3. IL PROGETTO

Il progetto di "Promozione delle destinazioni turistiche dell'Emilia-Romagna attraverso la valorizzazione delle risorse ambientali, culturali e artistiche e il sostegno alla fruizione integrata – annualità 2017" si articola in interventi di promozione e marketing turistico basati su strategie di valorizzazione legate allo sviluppo di prodotti trasversali integrati d'interesse regionale, che coinvolgono le aree vaste turistiche dell'Emilia-Romagna (D.T.- Destinazioni turistiche). Il progetto valorizza e promuove i prodotti turistici d'interesse regionale del global brand "Via Emilia – Experience the Italian lifestyle", avviato nel 2015 e caratterizzato da una forte ed incisiva azione di brand identity, definita per differenziarsi dalla concorrenza e per posizionare l'offerta turistica rinnovata in chiave di "travel experience"

Il brand *Via Emilia* rappresenta così l'aggregatore del turismo dell'esperienza regionale definendo i prodotti turistici/cluster (Motor Valley, Wellness Valley e Food Valley) basati sulla loro unicità (le eccellenze motoristiche, del benessere fisico e mentale e del wine & food) e la loro capacità di legare territori di area vasta sotto specifiche linee di sviluppo.

Obiettivi:

- Realizzare interventi di promozione e di supporto alla promo-commercializzazione dei territori e delle destinazioni turistiche interessati allo sviluppo di una visione sistemica ed integrata di prodotti turistici di area vasta, capaci di innalzare il valore e la competitività del brand turistico regionale a livello europeo ed extraeuropeo.
- Attuare la strategia dell'Unione Europea per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, favorendo altresì la coesione economica, sociale e territoriale.
- Valorizzare le risorse artistiche, culturali e ambientali della Regione Emilia-Romagna, sostenendo e favorendo la loro fruizione integrata e la promozione delle destinazioni turistiche
- Sviluppare, promuovere e sostenere la promo-commercializzazione dei prodotti turistici trasversali d'interesse regionale "Motor Valley", "Wellness Valley" e "Food Valley" - definiti all'interno del progetto di global branding territoriale ad elevata specializzazione denominato "Via Emilia – Experience the Italian Lifestyle".
- Implementare azioni promozionali specifiche su tematiche innovative, che mirano a legare il prodotto con il territorio, quali il cineturismo, attraverso un affiancamento a Film Commission Emilia-Romagna.
- Generare nuovi flussi incoming nel segmento del turismo di nuova generazione legato alla travel experience, dal mercato obiettivo e favorire la destagionalizzazione, nonché l'internazionalizzazione turistica dell'intero territorio regionale

Mercati:

- Italia
- Medio raggio – Europa (con focus specifici su mercati di lingua tedesca, UK, Irlanda, Francia, BENELUX, Spagna, Europa dell'Est, Russia, Scandinavia)
- Lungo raggio – Nord America (USA, Canada), America Latina (Argentina, Messico), estremo Oriente (Cina, Giappone, Corea del Sud e India), Vicino Oriente e Medio Oriente (Emirati Arabi Uniti, Iran, Turchia, Repubbliche

dell'Asia centrale/CSI).

Target:

I target di riferimento sono divisi in base alla progettualità Motor Valley, Wellness Valley, Food Valley e Cineturismo. Per le prime tre oltre al consumatore finale profilato qui di seguito, essendo previste anche azioni trade di supporto alla promo-commercializzazione, queste avranno come target di riferimento non solo il consumatore finale ma anche il "business", per meglio dire gli operatori turistici che generano il turismo organizzato (tour operator, tour organizer, coach operator, associazioni del tempo libero e/o culturali, operatori del settore M.I.C.E., ecc.).

- Motor Valley: adulti, 30/65 anni, alto spendente, orientato al turismo esperienziale tailor made declinato al mondo dei motori; la progettualità 2017 mira ad ampliare il target group della linea motor valley introducendo anche famiglie e corporate
- Wellness Valley: adulti, 25/over 65 anni, alto spendente, orientato al turismo esperienziale tailor made declinato alla vacanza attiva e attento a stili di vita sani, focus sulle famiglie con bambini e sul segmento over 65.
- Food Valley Experience: adulti, 30/65 anni, alto spendente e orientato al turismo esperienziale tailor made, declinato sull'esperienza culturale enogastronomica.
- Cineturismo: target di riferimento delle azioni non è il consumatore finale (il potenziale turista) ma bensì gli addetti ai lavori dell'industria cinematografica, con l'obiettivo di innalzare il livello di notorietà di conoscenza della destinazione Emilia – Romagna come location di grande suggestione per la produzione di audiovisivi, e, di conseguenza, favorire il processo di trasformazione da location a destination, innalzare l'awareness dei prodotti turistici di eccellenza regionali e, non da ultimo, generare flussi visitatori del così detto *movie induced tourism*.

Strategia:

Per raggiungere gli obiettivi di cui sopra:

- saranno messi in campo interventi ed attività plurime secondo la metodologia "mix" della comunicazione e commercializzazione: pubblicità,

pubbliche relazioni, product placement, promozione delle vendite (b2b e b2c).

- saranno posizionati sul mercato pacchetti turistici special interest (prodotti turistici omogenei che integrano beni/territorio/valori, ispirati al turismo dell'esperienza, customer driven in cui il driver principale è l'esperienza vissuta dal turista, rispondenti a standard di qualità e orientati ad una clientela internazionale).

Il progetto Via Emilia – Experience the Italian Lifestyle nelle sue declinazioni della Motor Valley, Wellness Valley e Food Valley sarà oggetto di integrazione con le attività che APT Servizi ha già avviato nella sua programmazione 2017.

Piano operativo - esecutivo:

LINEEA DI INTERVENTO	ATTIVITA'	BUDGET IVA compresa
1. Via Emilia: experience the Italian Lifestyle - supporto alla promo-commercializzazione	organizzazione e/o partecipazione a fiere internazionali (TTG, WTM) e workshop b2b internazionali (Good Italy Workshop, Wellness Valley Workshop, Motor Valley Workshop)	€ 821.740,00
2. Motor Valley	Attività di progettazione e sviluppo del prodotto turistico Motor Valley (segreteria operativa); immagine coordinata e allineamento dei materiali promozionali (soci MVD, Regione Emilia-Romagna, Apt Servizi, club di prodotto specializzati – inclusa la	€ 406.260,00

	produzione di manifesti, locandine, poster per POS/IAT, merchandising da distribuire in occasione di eventi promozionale b2c e b2b e personalizzazione mezzi di trasporto utilizzati dagli operatori turistici per le visite alla motor valley); rinnovo e aggiornamento della piattaforma di comunicazione digitale 2.0; campagna social con l'utilizzo dei maggiori e più incisivi network; produzione di materiale promozionale on e off line integrativo a quanto già realizzato– es. APP MV; progetti di co-marketing con gli attori del territorio (soci MVD, istituzioni, ecc.) per promuovere il brand MV e accrescere la notorietà della destinazione; eventi prodotto-turistico a tema Motor Valley; partecipazione ad eventi e fiere di settore di caratura internazionale.	
--	---	--

3. Wellness Valley	Attività di progettazione e sviluppo del prodotto turistico Wellness Valley; promozione del prodotto turistico Wellness Valley affiancata all'organizzazione di press tour e fam trip per decisori del settore turismo; aggiornamento, ristampa e integrazione dei materiali promozionali on e off line.	€ 122.000,00
4. Il Cinema - promozione e valorizzazione turistica	Interventi promozionali e di stimolo rivolti agli addetti dell'industria audiovisiva (educational tour, sopralluoghi per identificazione di possibili set cinematografici, partecipazione ad eventi di settore di presentazione delle opportunità e progetti della Regione Emilia-Romagna, sviluppo di co-marketing per l'implementazione di progetti speciali di produzione di audio-visivi, campagne advertising on e off line, ecc.)	€ 150.000,00

TOTALE		€ 1.500.000,00
---------------	--	----------------

Time frame e budget:

- Le azioni sopra esplicitate al punto piano operativo-esecutivo saranno realizzate nell'ambito della progettazione POR-FESR 2014-2020, asse 5, azione 6.8.3, entro il 31/12/2017, con rendicontazione alla regione Emilia-Romagna entro il 28/02/2018.
- Le attività che saranno implementate nella linea 2 - Motor Valley prevedono l'utilizzo di tecnologie innovative e di ICT (app, piattaforma digitale web 2.0, social networking), funzionali alla promozione e capaci di garantire una migliore fruibilità ed accesso al prodotto turistico.
- Le azioni sopra esplicitate sono contraddistinte da elementi di richiamo internazionale (fiere e workshop internazionali, fam e press trip con partecipanti internazionali, campagne di comunicazione internazionali, ecc.). La strategia perseguita dal progetto punta a portare i prodotti trasversali al territorio legati al global brand Via Emilia-Experience the Italian lifestyle sul mercato internazionale, facendo leva sui valori unici ed identitari del patrimonio dell'Emilia-Romagna e sul suo essere un distretto di eccellenza in Europa, inserito in network transnazionali. Diverse progettualità implementate da Apt Servizi nell'ultimo quinquennio si interfacciano e si relazionano con altre realtà di eccellenza turistica in Europa, con l'obiettivo di condividere esperienze e buone pratiche e di dare vita a reti internazionali (come ad esempio il progetto *Eurofood trip* con la Costa Brava).
- APT Servizi agirà attraverso procedure di selezione trasparenti nell'individuazione dei propri fornitori/expertise professionali, assicurando l'allineamento della qualità delle risorse umane, e del relativo costo, alle condizioni di mercato.
- Relativamente a parte delle azioni del progetto, si precisa che sono attualmente in corso le necessarie attività organizzative preliminari alla loro realizzazione.

Il budget complessivo del progetto di 1.500.000,00 di euro lordo IVA è così suddiviso:

- ✓ quota parte macro voce progettuale "Via Emilia: experience the Italian lifestyle – supporto alla promo-commercializzazione" – supporto alla promo-commercializzazione": Euro 821.740,00 lordo IVA 22%;
- ✓ quota parte macro voce progettuale "Motor Valley": Euro 406.260,00 lordo IVA 22%;
- ✓ quota parte macro voce progettuale "Wellness Valley": Euro 122.000,00 lordo IVA 22%.
- ✓ quota parte macro voce progettuale "Il Cinema: valorizzazione e promozione turistica": Euro 150.000,00 lordo IVA 22%.

Gli importi indicati nel piano operativo – esecutivo per la realizzazione delle singole attività/iniziative sono dei previsionali di spesa. In fase esecutiva-operativa si potranno verificare degli scostamenti che saranno gestiti attraverso delle compensazioni e degli spostamenti da un'attività all'altra, senza superare il limite complessivo del budget totale del progetto.