

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

Shuttle Airport Marketing anno 2015– Promozione del territorio integrata attraverso “Bus immagine”

Breve sintesi/descrizione della iniziativa:

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Cervia Turismo S.r.l.

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (luogo di svolgimento e data di avvio e di termine dell'iniziativa -

L'iniziativa deve effettuarsi nel corso dell'anno di concessione del contributo)

Maggio 2015 – Settembre 2015

Luogo: Cervia-Ravenna-Bologna

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

esplicitando in particolare:

- 4.1 Dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa
(locale/provinciale/regionale/nazionale/internazionale)

Dimensione interprovinciale

- 4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

- Marketing del territorio come destinazione turistica
- Azioni di comunicazione sulle società di trasporti
- Azioni di comunicazione su internet
- Azioni di promozione del territorio di destinazione tramite identificazione, caratterizzazione e riconoscibilità dei mezzi di trasporto

Enti e soggetti istituzionali ed economici sul territorio coinvolti come partner nel progetto/iniziativa

Camera di Commercio, Associazioni di Categoria, Comune di Cervia

- 4.3 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa

Coinvolgimento delle imprese turistiche del territorio che potranno beneficiare degli effetti diretti ed indiretti della promozione del territorio come destinazione turistica. Promozione attraverso un servizio di trasporto che materialmente offra un collegamento diretto e competitivo all'interno di un sistema turistico integrato

- 4.4 Eventuali elementi di incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale piuttosto che elementi indiretti o solo temporanei

Promozione turistica del territorio, delle sue eccellenze, ed integrazione dell'offerta in un'ottica di maggiore attrattiva per il territorio. Effetti positivi indotti dal consolidamento di un servizio di trasporto efficiente e funzionale alle esigenze dirette di collegamento della costa con il Gate internazionale dell'aeroporto di Bologna.

- o Consolidamento delle relazioni intersettoriali fra aziende turistiche, aziende di trasporti.
- o Promozione turistica del territorio, delle sue eccellenze, ed integrazione dell'offerta in un'ottica di maggior attrattiva per il territorio.

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

- Effetti positivi indotti dal consolidamento di un servizio di trasporto efficiente e funzionale alle esigenze dirette di collegamento della costa con il Gate internazionale dell'aeroporto di Bologna.

4.5 Ricadute previste sull'economia ravennate e sulla promozione del territorio

Effetti diretti ed indiretti della promozione a livello turistico e commerciale

Il servizio rappresenta un valore aggiunto per l'accessibilità e la fruibilità del territorio e questo è un vantaggio per tutte le aziende coinvolte sia a livello di visibilità che di presenze turistiche.

Sviluppo di business tramite l'utilizzo di commercio elettronico

Sensibilizzazione di comportamenti ecosostenibili

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Risulta vantaggioso per gli operatori turistici e per la presentazione del territorio avere servizi efficienti di collegamento con l'Aeroporto di Bologna, strumento capace di aprire al contesto internazionale la fruibilità diretta dell'offerta turistica proposta.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

- Fase 1. Maggio-Giugno: realizzazione di strumenti di comunicazione e promozionali: ideazione grafica, pianificazione e acquisto spazi pubblicitari per campagna stampa e on line.
- Fase 2. Maggio-Giugno: produzione di materiale promozionale
- Fase 3. Maggio-Giugno: forte azione di promozione e pubblicizzazione sugli autobus

5.3 Promozione/comunicazione (descrivere anche le azioni di promozione del contributo camerale)

Il logo della CCIAA dà la possibilità di dare ampia diffusione e visibilità al logo "Terre di Romagna" progetto direttamente legato alle Camere di Commercio di Ravenna e Forlì-Cesena.

Gli Uffici Informazione (IAT e UIT) del Comune di Cervia sono un'importante veicolo di promozione per il progetto dello Shuttle;

5.4 Valutazione dei risultati (metodologie utilizzate per la valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

- Azioni di verifica previste:
- Monitoraggio richieste pervenute;
- Monitoraggio prenotazioni effettuate
- Monitoraggio dell'incremento delle persone trasportate anche per effetto del marketing di destinazione

6 ALLEGATI (documenti uniti in allegato alla relazione – facoltativi)

Cervia, 24/02/2015

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Nome e Cognome