



Giunta Camerale N. 80 del 06/05/2014

OGGETTO Piano di marketing turistico delle Camere di commercio di Ravenna e Forlì-Cesena: nuova convenzione e programma anno 2014.

Riferisce il Segretario generale.

Il “Piano di Marketing del territorio allargato” nasce dalla volontà delle due Camere di commercio di Forlì-Cesena e Ravenna di realizzare un progetto comune di sviluppo e promozione delle eccellenze territoriali, in un momento in cui il valore del territorio assume sempre più importanza proprio perché in grado di manifestare in maniera forte i propri segni identitari.

Dopo una prima fase di sperimentazione – il 2009 – e quattro anni di concreta attività dal 2010 al il 2013, il progetto giunge al suo sesto anno di operatività, con l’intento di continuare a perseguire gli obiettivi definiti di promozione e valorizzazione delle eccellenze del territorio allargato proponendo un protocollo annuale, in attesa di una ridefinizione del progetto, ad ambito territoriale più vasto, che ricomprenda tutta la Romagna. La programmazione delle diversificate attività promozionali viene impostata con riferimento al solo esercizio 2014 dal momento che, in parallelo, si intendono integrare le azioni di conoscenza, sviluppo e divulgazione che supportano il progetto “Wellness Valley”, che, in prospettiva, potrebbe diventare il nuovo brand di riferimento per una strategia integrata di sistema di tutta l'area romagnola.

Gli obiettivi principali per l’anno 2014 tendono a favorire il processo di integrazione dei prodotti turistici locali, incrementando gli afflussi turistici attraverso il potenziamento dell’attività di web marketing. L’azione di comunicazione sarà quindi sviluppata ed accompagnata dai social network e non solo dai siti tradizionali, sviluppando in tale maniera la moderna formula del passaparola online. Si conferma la massima attenzione nel definire in fase di programmazione le azioni per il 2014 in un’ottica di massima collaborazione con i soggetti deputati alla promozione turistica del territorio, evitando inutili sovrapposizioni nella logica della integrazione e massima efficienza.

Costituirà parte integrante del progetto, poiché in stretta sinergia con l’attività di “Terre di Romagna”, anche la promozione della “Romagna Visit Card”, carta promozionale per l’accesso agevolato ai principali servizi turistico – culturali del territorio di Forlì-Cesena, Ravenna e Rimini che a nemmeno tre settimane dal lancio dell'edizione 2014 dell'iniziativa, sono state già più di mille le card vendute, dato che conferma il trend positivo ogni anno in crescita.

Per quanto riguarda la programmazione 2014, in accordo con le linee guida del “Piano Strategico per lo Sviluppo del Turismo in Italia 2013” – 2020 del Ministero per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport e secondo una logica di ottimizzazione delle risorse economiche a disposizione, si propone come linea prioritaria l’attuazione di una strategia digitale per il turismo, aumentando la visibilità dei prodotti turistici locali sul web anche in vista dell’Expo 2015.

Con queste premesse, le linee guida per il 2014 sono le seguenti:

- promozione dell’offerta turistica locale attraverso la creazione di pacchetti integrati ad hoc volti ad intercettare i turisti a medio e lungo raggio che visiteranno l’Expo;
- incremento delle azioni di promo-commercializzazione delle eccellenze del territorio nei confronti di turisti italiani e stranieri;



- forte integrazione fra le azioni promo-commerciali legate alle destinazioni turistiche e ai suoi prodotti enogastronomici e artigianali locali;
- potenziamento del brand reputation di “Terre di Romagna”;
- azioni di web promotion, sviluppo della comunicazione on-line e presenza nei social network;
- collaborazioni continuative con i Comuni partner del territorio;
- organizzazione di educational tour per tour operator e blogger stranieri finalizzati alla creazione di contatti commerciali con gli operatori turistici e allo sviluppo di forme di collaborazione;
- attività di formazione per gli imprenditori del settore turistico.

Viene confermata la necessità di perfezionare e ottimizzare il sistema di relazioni sul territorio con i soggetti deputati alla vendita, confermando i Club di prodotto, quali soggetti principali di riferimento.

Dal punto di vista dell'impostazione istituzionale e del metodo di gestione del progetto, al fine di raggiungere un equilibrio maggiore nelle risorse messe in campo e nelle strategie da attuare si è ritenuto, da parte ravennate, di proporre una modifica organizzativa nell'impianto complessivo del progetto, limitando ai due enti camerale la convenzione quadro individuando come soggetto attuatore unico APT Servizi srl, rinviando a singole convenzioni locali, con soggetti attuatori individuati tra i club di prodotto o tra soggetti radicati nel tessuto locale, l'assegnazione delle risorse per la promocommercializzazione a seguito della approvazione di un piano condiviso di attività promozionali.

Nella convenzione quadro che si sottopone all'esame per l'approvazione della Giunta, le Camere di Commercio di Forlì-Cesena e Ravenna si impegnano a sostenere in parti uguali le spese necessarie la realizzazione a cura di APT Servizi Srl del programma approvato per l'esercizio 2014, allegato alla convenzione, fino alla somma complessiva indicata nel programma e budget allegati. In particolare, per l'anno 2014 le azioni attribuite ad APT Servizi per una spesa complessiva pari a € 39.284 da suddividere tra le due Camere, saranno:

Attività formative per gli operatori turistici sui seguenti temi:

- Promozione della destinazione attraverso il social network + reputazione e revenue management;
- Marketing territoriale e social network;
- Visitemiliaromagna.com

Attività di comunicazione

- Restyling del portale “Terre di Romagna”;
- Promozione della “Romagna visit card”;
- Realizzazione della cartoguida.

Ad integrazione e rafforzamento delle azioni congiunte poste in essere sulla base della convenzione quadro, ciascuna Camera potrà autonomamente finanziare e realizzare ulteriori azioni di promo-commercializzazione rivolte al territorio allargato utilizzando il brand Terre di Romagna, ricercando anche ulteriori partnership locali legate alla promozione delle eccellenze e delle destinazioni turistiche. Per questo, nell'ambito del territorio ravennate, si è chiesto ai tre club di prodotto che si occupano della promocommercializzazione turistica istituzionale (Ravenna Incoming, Terre di Faenza, e Cervia Turismo Srl) di individuare tra loro un soggetto capofila al fine di presentare un piano di marketing turistico condiviso che possa sviluppare le linee guida e gli



orientamenti del progetto camerale con ricadute positive che riguardino il territorio allargato, oggetto appunto della convenzione di secondo livello.

Nell'ambito delle relazioni in merito intervenute tale soggetto è stato individuato in Cervia Turismo Srl che gestirà, con la collaborazione e partecipazione di Ravenna Incoming e Terre di Faenza, sia dal punto di vista amministrativo e sia organizzativo le azioni che si individueranno congiuntamente. A tal fine saranno rese disponibili risorse pari a € 40.000 +IVA.

LA GIUNTA

- udita la relazione del Segretario generale;
- richiamata la deliberazione n. 21 del 15 febbraio 2010 di approvazione della “Convenzione per lo sviluppo della promozione turistica ed economica del territorio di Forlì-Cesena a Ravenna per il triennio 2010-2012”, prorogata di un anno con deliberazione n. 175 del 29/11/2012;
- ritenuto opportuno proseguire nella valorizzazione delle eccellenze e delle tipicità produttive dei due territori, modificando la Convenzione sopra citata in attesa della definizione dei nuovi assetti territoriali ed istituzionali dovuti al recente riordino delle province e agli annunciati provvedimenti di riforma del sistema camerale;
- valutati positivamente la bozza di convenzione annuale allegata al presente atto e il relativo programma congiunto di attività 2014 incentrato sull’attuazione di una strategia digitale per il turismo da affidare ad Apt Servizi Srl, aumentando la visibilità dei prodotti turistici locali sul web anche in vista dell’Expo 2015;
- considerato che l’azione di coordinamento e programmazione portata avanti dai partner deve consentire, con l’apostamento di apposite risorse, lo svolgimento di specifiche iniziative ad opera di soggetti e strutture allo scopo individuati ed abilitati;
- ritenuto pertanto opportuno coinvolgere sulle azioni di promo-commercializzazione i soggetti che più sul territorio sono impegnati nella promozione istituzionale e commerciale delle eccellenze turistiche ed enogastronomiche quali i club di prodotto citati in premessa;
- considerato che, per far fronte alla realizzazione delle attività previste nella proposta di piano 2014 è stato valutato necessario un contributo da parte dei due enti camerali pari a € 20.000 onnicomprensivi ciascuno da erogare direttamente ad APT Servizi Srl a seguito di fatturazione diretta;
- considerato che per il piano di marketing da attuare a livello locale attraverso apposita convenzione sono rese disponibili risorse per un massimo di € 40.000 +IVA a sostegno di azioni che si individueranno congiuntamente ai soggetti coinvolti;
- richiamato il bilancio di previsione 2014 dell’ente camerale nel quale è presente apposito stanziamento dedicato allo sviluppo del progetto di marketing territoriale tra le due Camere di commercio pari ad € 80.000;
- a voti unanimi;

d e l i b e r a

1. di approvare la Convenzione per lo sviluppo della promozione turistica ed economica del territorio di Forlì-Cesena e Ravenna per l’anno 2014, secondo l’allegato A) alla presente deliberazione che ne costituisce parte integrante e sostanziale;
2. di approvare il programma congiunto delle attività 2014 del piano di marketing del territorio allargato, secondo il testo contenuto nell’allegato alla convenzione di cui al punto 1;
3. di prevedere una partecipazione economica per l’anno 2014, pari ad Euro 70.000 da erogare



Camera di Commercio
Ravenna

per un importo di € 20.000 circa ad Apt servizi Srl e per un importo massimo di € 40.000+IVA previa convenzione con un soggetto attuatore locale come indicato in premessa;

4. di dare mandato al Segretario generale di valutare le eventuali lievi modifiche alla convenzione e al programma 2014 che siano concordate con la CCIAA di Forlì-Cesena e di procedere alla definizione del programma di marketing locale e della relativa convenzione.
