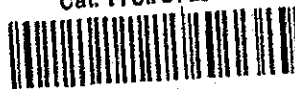


11/12/13



ENTE PARCO NAZIONALE

Foreste Casentinesi
Monte Falterona - Campigna
Prot. N. 0008119 del 23-12-2013
Cat. 11 Cl. 8 Faso. 8



Progetto

"Promozione e valorizzazione del comprensorio tosco emiliano-romagnolo"

Obiettivo del Progetto:

Promuovere attività in grado di favorire lo sviluppo sostenibile delle collettività residenti all'interno del Parco e nei territori adiacenti attraverso attività di promozione turistica.

Il progetto deve evidenziare le opportunità della vacanza all'interno del **Parco Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna** evidenziando le peculiarità del territorio, delle tipicità, dell'arte insieme alle opportunità di turismo dal turismo slow, al trekking, dall'ippoturismo a tutte le attività di vacanza all'aria aperta praticabile nel territorio e tramite offerte turistiche appetibili.

Premessa

In linea con le indicazioni regionali e al fine di creare un prodotto territorio che dialoghi in modo continuativo con i territori, a seguito degli risultati di valorizzazione del prodotto e dell'attività realizzata da taluni soggetti nelle aree più interne della regione, al fine di ottenere maggiori risultati in termini di ritorni commerciali, si è valutato opportuno inserire nella programmazione del 2014 la realizzazione di azioni di sinergia con gli enti locali e con le aggregazioni socie che si occupano di prodotto (plein air, trekking/sentieristica, costruzione reti di impresa etc...In ottica di *soft economy*) che coinvolgono quelle piccole realtà che collaborano attivamente con le istituzioni in loco e creare delle *mini reti di imprese* che possano però partecipare significativamente alla promozione turistica regionale ed essere inseriti nei canali attivando le collaborazioni mirate.

Azioni

Con questo progetto s'intendono attivare delle sinergie con quei soggetti soci quali *parchi*, che partecipano anch'esse con un proprio investimento e che riprendano criteri di conformità con le azioni contenute nel programma annuale dell'Unione Appennino Verde e di APT con l'obiettivo di stimolare l'aggregazione di sistema dei loro territori per incrementare la quota di ospiti non solo italiani ma stranieri attivando delle specifiche azioni di prodotto.

Si tratta di specifiche azioni promo-commerciali che si distinguono per:

- il carattere sperimentale e/o innovativo;
- il consolidamento di target/mercati di riferimento;
- la fidelizzazione di aree-mercato;
- l'individuazione di nuove nicchie di mercato.

Nella fase di definizione delle azioni, l'Unione di Prodotto si è tenuto conto di alcuni criteri, quali:

- Integrazione e compatibilità con il Programma Annuale dell'Unione di Prodotto;
- finalità di tipo commerciale, vale a dire che le azioni dovranno essere sostenute da adeguate offerte e in questa prospettiva si lavorerà con le Aggregazioni socie per definire proposte in linea con il carattere innovativo di tali progettazioni;
- non dovranno sovrapporsi né duplicare azioni e strumenti già in essere

11/12/13



Per questi progetti di territorio e per le azioni affini alle altre Unioni di prodotto in linea con le indicazioni regionali e al fine di incrementare la quota di ospiti stranieri, nella programmazione dell'Up Appennino e Verde sono messe a disposizione delle risorse utili a favorire la presenza degli operatori nei mercati internazionali, soprattutto su quelli nei confronti dei quali sono stati riscontrati, risultati positivi. Nello specifico, trattasi di quote di attività che fanno riferimento alle seguenti azioni:

Azioni:

START UP

Timing: dicembre 2013

Soggetti: APT, Udp, operatori individuati in accordo con il parco.

Creazione:

- 1) Immagine coordinata e brand del parco (da utilizzare media e strumenti comunicazione)
- 2) Pacchetti turistici appetibili per i mercati individuati (dalle Linee guida regionali e nel Programma Udp Appennino Verde 2014).

In base alle linee già assunte, questi sono i mercati di interesse:

• Italia

• **mercati esteri storicizzati**, nell'area domestica ed internazionale: Germania, Austria, Svizzera, Francia, Benelux, Russia, (in sinergia con Apt e soggetti interessati)

• **mercati esteri di sviluppo**, nell'area domestica e internazionale: Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Repubbliche dell'ex Unione Sovietica;

• **mercati test**, Inghilterra

Gli investimenti saranno concertati con APT Servizi. Il target primario fa riferimento sia alla clientela diretta (clienti finali) che al sistema intermediazione commerciale (TO), oltre ai sistemi aggregati no profit, come possono essere i circoli e le associazioni sportive e ricreative: referenti principali sono i praticanti – professionisti, dilettanti, amatori e semplici praticanti – delle discipline individuate.

- 3) **Promo-commercializzazione dell'offerta di turismo sostenibile collegata al parco;**

- 4) **Identificazione di:**

- **Club di prodotto** (uno o più) che possano ideare, confezionare e commercializzare l'offerta turistica collegata al Parco; (Attività in capo all'Unione Appennino e soggetti indicati dal versante toscano con il Parco Foreste Casentinesi).

-Per l'*Emilia Romagna*: I Colori della Romagna Toscana, Atlantide, Consorzio Natura Natura...per il mercato italiano, Promappennino per il mercato estero.

-Per la Toscana: da individuare, come indicato sopra.

-**Promoter** per il territorio, azioni sul mercato italiano

1 STEP

Timing: gennaio 2014

Soggetti: APT, Udp, operatori individuati in accordo con il parco.

11/12/13



- 5) **Promozione del territorio del versante toscano e romagnolo del Parco a livello nazionale e internazionale;**
- 6) **Organizzazione di eductour per stampa e Tour Operator: Italia e estero, partecipazione fiere nazionali ed estere (azioni di promo-commercializzazione sui mercati esteri)**
- Partecipazione 1 fiera Italia, 4 fiere mercato estero (con la tematica territoriale, promozione trekking, 1 mercato tedesco, 1 mercato francese, 1 mercato inglese, 1 mercato russo (da gennaio 2014)
 - Organizzazione 2 eductour da contatti intercorsi durante le fiere/serate (giugno stagione estiva)
 - Campagna stampa su testate settore e quotidiani a grande tiratura, campagna radio (da giugno a settembre)

2 STEP

Azioni di verifica:

La valutazione delle attività sarà attivata innanzitutto dal numero dei soggetti partecipanti trattandosi di un progetto innovativo che intende intraprendere un percorso ancora più stretto e parallelo con i soggetti presenti sul territorio, soci pubblici, soci e aggregazioni che intendono fare un percorso per diventare club di prodotto per la promozione di uno specifico segmento sinergico a quanto previsto nel programma dell'Unione Appennino e Verde e con il supporto di APT.

L'analisi verrà inoltre condotte tramite una serie di strumenti: relazioni consuntive delle varie iniziative, elaborate da parte del soggetto attuatore -contenenti ove possibile- report sui risultati ottenuti in termini di sviluppo, appetibilità del prodotto, scenari possibile della promozione futura, capacità di penetrazione su mercati target per una programmazione 2015.

Sarà inoltre presentata una relazione consuntiva finale che sarà utile strumento per la programmazione futura del Parco delle Foreste Caentinesi per attivare degli specifici progetti mirati con i soggetti che si sono costituiti, analizzando anche le difficoltà che si sono incontrate sul percorso e ipotizzare conseguentemente dei percorsi virtuosi successivi e proporre una bozza di intervento per la programmazione futura.

Budget:

- € 38.000,00 (cifra lorda) quota di partecipazione dell'Unione al progetto
- € 20.000,00 (cifra lorda) quota di partecipazione dell'APT al progetto