

7. Fabbisogni di promozione e marketing del territorio

In questa Sezione vanno indicati i fabbisogni di promozione e marketing del territorio urbano rilevati dalla Coalizione territoriale dell'Area Urbana Funzionale, ai fini dell'attuazione dell'Ambito tematico "Promozione e marketing del territorio urbano" a titolarità regionale.

Al punto 3.A della Strategia d'area è riportata la visione strategica e i punti chiave della strategia integrata; tra questi è importante la Promozione e Marketing del territorio.

L'azione 5.1.1 del Programma FESR e l'avviso pubblico per l'attuazione delle Strategie Territoriali 2021-27 richiamano esplicitamente le azioni di promozione e marketing del territorio urbano che riguardano la valorizzazione degli elementi identitari della cultura e del turismo; si fa riferimento anche alla Fondazione Abruzzo Film Commission. Tali interventi saranno attuati a titolarità della Regione Abruzzo e/o attraverso enti di emanazione regionale. In particolare, in quest'ambito, la Regione potrà dare attuazione ad interventi di promozione e marketing del territorio previsti seppur non realizzati, dando continuità a quanto stabilito nelle strategie di sviluppo urbano di cui al POR FESR Abruzzo 2014-2020, in accordo con le autorità urbane titolari della strategia.

Alla luce di quanto sopra, sviluppare le attività di Incoming, ponendo il turismo al centro delle politiche socio-economiche del territorio coinvolto è determinante, perché il tessuto dell'offerta turistica ha la necessità di sentirsi e di essere percepito come una risorsa strategica prioritaria e non residuale; il turismo infatti, per assolvere la missione di essere un fattore ricettivo di successo, non può che operare come un sistema integrato che si pone come "ambasciatore" del luogo di origine verso i luoghi del mondo a cui si rivolge, alimentando così oggettivamente il complesso delle relazioni degli altri settori produttivi caratteristici, dall'enogastronomia all'automotive, dall'alta tecnologia al design, dalle produzioni tipiche agli eventi culturali, all'entertainment, etc.

Indispensabili sono quindi le azioni di promozione e marketing del territorio, valorizzazione degli elementi identitari della cultura e del turismo per attrarre turisti dall'esterno del sistema territoriale e far emergere le potenzialità della area interessata sia verso l'interno del sistema per rafforzare l'identità locale, che verso l'esterno per attrarre più turisti.

Come evidenziato al punto 2 i prodotti turistici che interessano l'area sono:

- Il Mare
- Il Cicloturismo e la Vacanza Attiva
- Il Turismo Religioso
- I Borghi e Città d'Arte
- L'Enogastronomia

Su di essi dovrà concentrarsi la promozione.

L'ottimizzazione dei canali digitali e dell'e-commerce sono fattori determinanti per il lancio dell'offerta turistica per intercettare la domanda incrementale e profilata, ispirando e influenzando i viaggiatori nello stadio iniziale, intermedio e finale del loro processo d'acquisto attraverso mirate campagne digitali. Con le campagne di Media Solutions il territorio potrà raccontarsi e promuoversi agli occhi di una clientela digital, alto-spendente, internazionale e giovanile (soprattutto Millennial e GenZ) interessata a viaggiare e che magari sta interagendo con destinazioni competitors.

Bisogna candidare l'Area ad educare e ispirare i viaggiatori in mercati chiave, focalizzandosi soprattutto sul viaggiatore straniero che crea valore incrementale all'ecosistema turistico ed economico dei territori e che presenta livelli di spending e una durata media del soggiorno maggiore rispetto al turista italiano e, soprattutto, distribuita in stagioni diverse da quelle estive.

Interventi di Promozione Turistica da realizzare tramite il servizio Programmazione e Promozione turistica e sportiva

Avendo preso atto, nel corso delle riunioni con i referenti regionali (Sottosegretario Daniele D'Amario con delega al Turismo e il Dirigente del Servizio Programmazione e Promozione Turistica e Sportiva Carlo Tereo De Landerset) propedeutiche alla stesura del documento di strategia territoriale, delle azioni di promozione messe in atto negli anni passati dalla Regione Abruzzo e della ormai elevata conoscibilità del brand "Abruzzo", che porta già benefici diffusi a tutte le aree strategiche, in ambito turistico, si ritiene opportuno dare continuità alle attività poste in essere dalla Regione, assegnandole un ruolo di coordinamento degli interventi di promozione e marketing, già insito nella "Titolarità" regionale dell'ambito tematico "C".

In particolare, sulla base delle esigenze espresse nei punti della Strategia, si ritiene determinate che sul territorio della Strategia siano attivate tutte le azioni quali:

EVENTI PROMOZIONALI E MANIFESTAZIONI TURISTICHE

Partecipazione della Regione Abruzzo a eventi promozionali e manifestazioni fieristiche di promozione turistica in Italia e all'estero:

- Partecipazione a eventi/manifestazioni fieristiche, con il coinvolgimento di soggetti operanti nei settori dell'accoglienza, della mobilità e del turismo esperienziale in Abruzzo;
- Attività di comunicazione e disseminazione finalizzate a promuovere gli eventi di promozione turistica attivati

PROMOZIONE DIGITALE

Redazione Web e Social Media Team

- Contenuti redazionali per il web ed i canali Social;
- Condivisione delle informazioni con i territori tramite il DMS regionale;
- Trasmissione dei contenuti turistici con Italia.it tramite il TDH022;
- Realizzazione di foto e video del territorio e gestione dell'archivio multimediale e del materiale promozionale;

MARKETING E COMUNICAZIONE

Campagne di comunicazione

- Predisposizione Piani di Comunicazione delle campagne online e offline "Abruzzo Winter" e "Abruzzo Summer" finalizzate a promuovere l'Abruzzo quale importante destinazione sia invernale sia estiva;
- Elaborazione spot promozionali per il marketing della destinazione Abruzzo per diffusione e disseminazione su tv, radio, web e social network a livello regionale e nazionale;
- Elaborazione e aggiornamento immagine coordinata del brand Abruzzo turismo;
- Progettazione grafica e produzione del materiale istituzionale e informativo finalizzato alla promozione della destinazione Abruzzo;

Azioni di marketing territoriale per la promozione della destinazione turistica "Abruzzo"

- Organizzazione di press tour, educational tour e fam trips sul territorio regionale, con l'obiettivo di promuovere la destinazione Abruzzo sui media e sui social network attraverso i racconti di viaggio di giornalisti, blogger, video-blogger, influencer ecc.;
- Attività di PR e supporto stampa per la pubblicazione di articoli e speciali riguardanti la Destinazione Abruzzo

Punti di informazione turistica

Particolare attenzione andrà rivolta alla riconoscibilità del territorio come destinazione turistica nei principali mercati nazionali ed esteri, attraverso la narrazione dell'esperienza turistica declinata nei suoi principali prodotti turistici prima ricordati con particolare riferimento alla Via Verde e al Miracolo Eucaristico che rappresentano i punti di riferimento dell'Area.

Interventi da realizzare tramite la Fondazione Abruzzo Film Commission

L'obiettivo è attrarre produzioni cinematografiche e audiovisive per favorire importanti ricadute sul territorio, sia sotto l'aspetto della promozione turistica del territorio che per lo sviluppo dell'economia locale, favorendo il posizionamento del territorio della Regione Abruzzo sul mercato del location placement, valorizzando le industrie culturali locali e contribuendo in maniera innovativa a definire e valorizzare identità e specificità locali.

Importante è creare sinergie sul territorio, integrare i servizi, e ragionare anche per macroaree di sviluppo, con specializzazione di alcuni territori rispetto ad alcuni dei segmenti necessari per attivare la filiera del sistema audiovisivo. In tal senso sarà opportuno attivare un'intesa di collaborazione con i responsabili dell'Area Urbana Funzionale di Vasto e l'Area Interna Basso Sangro Trigno per realizzare un bacino unico di interesse dove attivare strumenti comuni al fine di enfatizzare i risultati e le ricadute economiche.

Tra gli strumenti sono interessanti:

- Lungometraggi per rendere visibile la macroarea in proiezioni di sala e festival;
- Serie Tv per rendere visibile la macroarea su mezzi di comunicazione come televisione e piattaforme;
- Documentari per raccontare la macroarea;
- Cortometraggi (per registi e produzioni del territorio abruzzese)
- Sviluppo dedicato agli autori
- Bando Accoglienza per fare conoscere ai produttori e ai loro autori i nostri luoghi, in modo da prendere le misure e instaurare connessioni.

Importanti possono essere la redazione di specifici format televisivi o cinematografici (serie da 20 minuti con estrazione di pillole di 30-60-90 secondi ciascuna).

Come evidenziato nell'Avviso pubblico per l'attuazione delle Strategie Territoriali 2021-27 le risorse assegnate all'Area Urbana Funzionale di Lanciano per la promozione e marketing sono pari a euro 799.990,06.