



Touring Club Italiano

Turismo in Oltrepo: verso prodotti esperienziali

Romagnese, 17 ottobre 2017

Massimiliano Vavassori, Direttore Centro Studi del Touring Club Italiano

Obiettivi del progetto

1. **Supportare l'evoluzione** del prodotto turistico locale in linea con i trend attuali (turismo lento, attivo, esperienziale, enogastronomico, del benessere ecc.)
2. **Puntare sulla partecipazione** degli operatori turistici (della ricettività, della ristorazione, guide, agenti di viaggio ecc.) attraverso attività info/formative e laboratori
3. **Ampliare il bacino degli operatori interessati al turismo** attingendo a tutti i settori complementari che caratterizzano il territorio e che possono qualificare l'offerta locale



Il Centro Studi TCI ha maturato negli anni competenze specifiche nell'analisi dei territori, dei bisogni dei turisti e nella info/formazione degli operatori



FASE 1 • Info/formazione

- **Incontri** di info/formazione sul territorio rivolti agli operatori della filiera attivi localmente. I contenuti, che saranno progettati in base alle caratteristiche peculiari dell'area, hanno lo scopo di sensibilizzare il pubblico su alcuni temi, a titolo di esempio:
 - **Trend turistici futuri**
 - **Processo da risorsa a prodotto**
 - **Come costruire un prodotto turistico innovativo**
 - **Come e perché fare rete tra operatori**
 - [...]



OUTPUT 1:

Seminari info/formativi sul territorio con materiali a supporto

FASE 1
Info/formazione

FASE 2
Laboratori

FASE 3
Test di prodotto

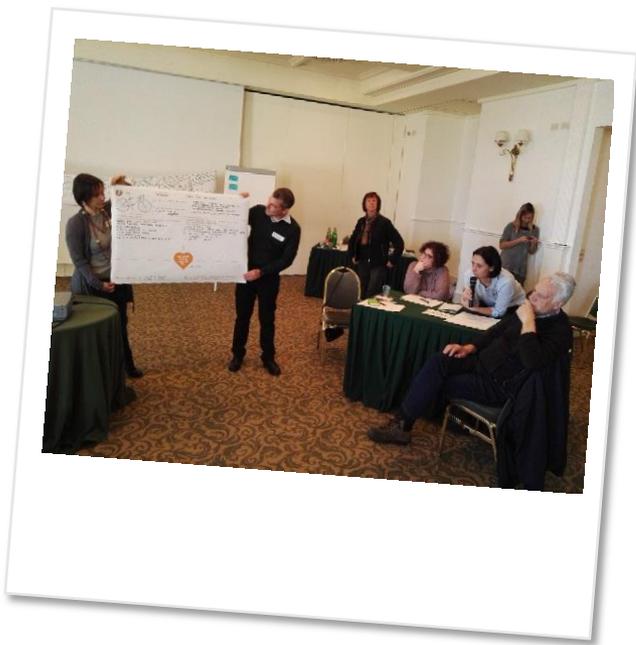
FASE 4
Tutoring

COMUNICAZIONE



FASE 2 • Laboratori

- **Costruzione di laboratori operativi** che avranno per protagonisti gli attori della filiera turistica e di quelle complementari.
- L'obiettivo è strutturare in modo condiviso **idee-prodotto e offerte commercializzabili** con un percorso di lavoro partecipato, guidato da **consulenti competenti sui temi del prodotto e dello sviluppo territoriale**



OUTPUT 2:

**Laboratori sul territorio dai quali
emergeranno le prime idee-prodotto**



FASE 3 • Test di prodotto

- Attraverso la **community Touring** (oltre 230mila iscritti), sarà possibile testare immagine, percezione e associazioni a specifici temi/prodotti turistici dell'Oltrepo
- La fase prevede la **realizzazione di una survey on line** i cui risultati saranno condivisi localmente per guidare l'attività di «confezione» dei prodotti



OUTPUT 3:

Survey on line per testare il prodotto Oltrepo

FASE 1
Info/formazione

FASE 2
Laboratori

FASE 3
Test di prodotto

FASE 4
Tutoring

COMUNICAZIONE



FASE 4 • Tutoring

- Touring affiancherà la Fondazione nella **costruzione dei prodotti turistici e nel dialogo/sostegno agli operatori nell'ideazione di offerte e pacchetti**, fino alla loro definizione, anche dopo l'attività laboratoriale
- Sarà svolta un'attività di **validazione delle offerte** proposte prima della loro commercializzazione e sarà dato supporto in remoto agli operatori in fase di "costruzione"



OUTPUT 4:

Attività di supporto/tutoring

FASE 1
Info/formazione

FASE 2
Laboratori

FASE 3
Test di prodotto

FASE 4
Tutoring

COMUNICAZIONE



Comunicazione

- **Evento pubblico di presentazione del progetto e di restituzione dei risultati** delle diverse fasi di lavoro con i principali attori del turismo locale
- **Ampia copertura mediatica** dell'iniziativa **attraverso i canali TCI:**
 - Rivista *Touring. Il nostro modo di viaggiare* (600mila lettori)
 - Sito touringclub.it (6 mln di utenti unici negli ultimi 12 mesi)
 - Newsletter mensile (oltre 230mila iscritti)



COMUNICAZIONE

FASE 1
Info/formazione

FASE 2
Laboratori

FASE 3
Test di prodotto

FASE 4
Tutoring



Cronoprogramma

