

SCHEDA PROGETTO

Titolo del Progetto: Marketing e Promozione Turistica

PREMESSA

La Saccisica è un territorio importante anche da un punto di vista del potenziale turistico; infatti, il territorio può giocare una parte significativa attraverso l'organizzazione e la promozione dei luoghi d'interesse.

Da un punto di vista logistico la Saccisica è a trenta minuti dal mare di Chioggia, a quaranta minuti dal mare di Rosolina e della laguna del Delta del Po, trenta minuti dal comparto termale di Abano Terme e di Montegrotto Terme, a venti minuti dalla città di Padova e a venti minuti dalla Riviera del Brenta, potendo così intercettare un turismo "di un giorno" grazie alla collocazione strategica.

È del tutto evidente che per cogliere le opportunità che il territorio offre attraverso le bellezze turistiche come i due santuari a cavallo della fine del millequattrocento e inizio millecinquecento, l'unica spiaggia in provincia di Padova della Valle Millecampi con i suoi casoni e il suggestivo paesaggio, le due Corti Benedettine del millequattrocento, i tre casoni rurali, oltre che tutta una serie di percorsi enogastronomici e paesaggistici.

Va quindi strutturato un piano sulla destinazione turistica, un'organizzazione sul coordinamento delle aperture dei siti di interesse al pubblico e una grande e massiccia campagna di comunicazione soprattutto sfruttando il web.

Va considerato che oramai il 97% dei viaggiatori condivide le proprie esperienze di viaggio sui social media.

Le recensioni influenzano la prenotazione diretta di hotel per il 75% dei casi.

L'84% dei viaggiatori consulta fino a 20 recensioni nella fase di pianificazione di un viaggio

Secondo la Global Survey di Nielsen i viaggi si configurano come il primo servizio che gli italiani acquistano online. Altre ricerche basate sulle abitudini di acquisto delle persone rivela che il 95% degli utenti legge le recensioni online prima di prenotare (ricerca TNooz) e il 70% dei viaggiatori arriva a leggere fino a 20 feedback prima di contattare la struttura (Worms University of Applied Sciences/ITB Berlin). Da questo ne consegue che curare la propria immagine online si configura sempre più come un'attività ineludibile e come un importante step per catturare l'attenzione dei potenziali clienti.

A tutto ciò va aggiunto come sono cambiate le abitudini del consumatore:

- ✓ Le recensioni sono fondamentali per il nuovo turista.

- ✓ L'80% degli utenti consulta oltre 20 pagine dei motori di ricerca per informarsi sulla destinazione turistica
- ✓ L'83% degli utenti presenti sulle piattaforme condivide i propri viaggi sui social

COSTO

Costo totale degli interventi: 250.000, 00 euro

MODALITA' FINANZIAMENTI OBIETTIVI

1. La definizione di un piano strategico di sviluppo dell'offerta, che consenta di individuare opportuni binomi prodotto/mercato mediante i quali rivolgere offerte specifiche a segmenti mirati di clientela;
2. *L'aumento della scala dimensionale dell'offerta promuovendo la collaborazione fra gli attori locali e trasferendo ad essi competenze significative in relazione all'innovazione dell'offerta e dell'attività di marketing come elementi indispensabili per competere sul mercato turistico;*
3. La promozione di politiche della qualità dell'offerta;
4. *La considerazione del vincolo di sostenibilità dell'offerta turistica*
5. La coerenza e l'integrazione con la politica turistica del territorio
6. *Finanziabilità della progettualità*

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Parte I:

- ✓ Gestione e rilancio sito internet Welcome Saccisica
- ✓ Ciclo di formazione per gli operatori dei siti turistici della Saccisica
- ✓ Istituzione del Tavolo Permanente Turistico della Saccisica
- ✓ Monitoraggio delle strutture ricettive della Saccisica
- ✓ Ciclo di formazione per gli operatori delle strutture ricettive della Saccisica
- ✓ Sinergia e Partnership forte con il Distretto Turistico di Chioggia e Delta del Po
- ✓ Potenziamento Cartellonistica

Parte II:

- ✓ Monitoraggio dello stato dell'arte dei siti d'interesse
- ✓ Costruzione prodotto turistico legato ai siti d'interesse turistico
- ✓ Produzione di vari pacchetti turistici
- ✓ Preparazione percorso turistico enogastronomico
- ✓ Valorizzazione pacchetto turistico naturalistico (argini fiumi)

- ✓ Selezione e comunicazione dell'App turistica della Saccisica attraverso anche l'utilizzo dell'intelligenza artificiale
- ✓ Aperture coordinate dei siti d'interesse della Saccisica
- ✓ Partecipazione a progettualità sull'attrattività del territorio, sui nuovi target, sulle destinazioni nuove coinvolgendo gli operatori del settore promosse dalla Regione e/o dalle associazioni di categorie.

Parte III:

- ✓ Miglioramento Posizionamento SEO Sito Welcome Saccisica
- ✓ Piano editoriale per i social network
- ✓ Comunicazione e promozione Web e Social
- ✓ Partecipazioni a Fiere e Eventi B2B
- ✓ Potenziamento Infopoint di prossimità dislocati in tutti i comuni della Saccisica

Parte IV:

- ✓ Introduzione della tassa di soggiorno
- ✓ Cartellonistica 6X3 pubblicizzando i siti turistici
- ✓ Campagna comunicazione via radio
- ✓ Campagna comunicazione TV locali
- ✓ Campagna comunicazione media locali

Parte V

- ✓ Monitoraggio dei risultati minimi ROI e monitorando i KPI, relativi al progetto.

Progetti da finanziare in toto

SOGGETTI PROMOTORI

Soggetto Coordinatore: IPA Saccisica

Partner dei Progetti: Progettisti Tecnici da Individuare e Incaricare

Soggetto Attuatore: Fondazione della Comunità della Saccisica

TEMPISTICA REALIZZATIVA

Inizio Progetto 13 gennaio 2025

Termine Realizzazione Progetti: 31 dicembre 2027