



**Workshop di progettazione**



# «Innovazione di prodotto: ambiente e food»

Giacomo Costantini - Assessore al Turismo - Comune di Ravenna



Comune di Ravenna

# Innovare l'offerta turistica

La competizione tra destinazioni è molto alta.

Per costruire una proposta di qualità non basta essere interessanti. L'offerta tradizionale deve essere arricchita da proposte di esperienza, che permettano al turista di interagire con il luogo.

- consapevolezza del potenziale del territorio
- analizzare
- sperimentare
- strutturare
- misurare

# Chiamiamo i turisti per nome



# Il piano strategico di sviluppo del turismo

Fig. 10 - Dinamica dei flussi e della redditività di alcuni prodotti turistici al 2020



Fonte: Manente, Pietrarsa 2016

# Il piano strategico di sviluppo del turismo

- Verde e Natura insieme a Cultura e Paesaggio sono strategici al fine di integrare il Balneare
- I prodotti personalizzati prevalgono su quelli standard
- È sul web che si decide e si acquista





# Quale proposta vogliamo costruire

La ricchezza naturalistica, enogastronomica e storica sono un enorme valore aggiunto di questo territorio.

I passi che dobbiamo fare:

- coinvolgere i soggetti interessati e favorire la collaborazione
- Individuare il pubblico di riferimento
- progettare e sperimentare proposte e servizi innovativi
- favorire la fruibilità di siti, percorsi e aziende
- semplificare e moltiplicare le opportunità di vendita

# Il pubblico di riferimento

**Il turismo enogastronomico ed ambientale è a tutti gli effetti turismo culturale.** Il turista è mosso da una forte motivazione di apprendimento e di crescita personale, spinto dalla curiosità e dalla voglia di entrare a contatto con la realtà della destinazione scelta.

Caratteristiche principali:

- media alta scolarizzazione
- buona capacità di spesa
- forte propensione all'acquisto di proposte personalizzate

# Definizioni dei target

- Opportunità di **integrazione** con altre motivazioni di viaggio (balneare e sportivo) e modalità di consumo dello stesso: gruppi organizzati.
- Occorre **definire accuratamente i target** e progettare i prodotti tenendo in considerazione il **comportamento di acquisto** e le **motivazioni** principali.
- Rispettare la **sostenibilità** della proposta e della destinazione.



## A che punto siamo

- Mappatura e valorizzazione dei percorsi cicloturistici
- Interventi per la riqualificazione della segnaletica turistica ambientale
- Valorizzazione del patrimonio disponibile
- Accordi di collaborazione con amministrazioni limitrofe
- [PRIMAVERA SLOW](#)

## Un caso interessante: Langhe e Monferrato

Un ottimo esempio di integrazione di proposte storico, ambientali ed enogastronomia la possiamo trovare nell'area delle Langhe e Monferrato in piemonte.

<http://www.langheroero.it/>

<http://www.tartufoevino.it/index.cfm>

## Canali di finanziamento

Occorre quantomeno avviare una fase di avvio dove occorre costituire una partnership tra gli operatori interessati.

Per questo possibili canali di sostegno sono:

- Bando comunale contributi
- GAL Delta 2000

## Spazio al dibattito

- Cosa può fare l'amministrazione per dare forza a questo processo?
- Quali sono ora le proposte dei privati del territorio? Come possono essere migliorate?
- Criticità e modalità di superamento delle stesse?

# Grazie dell'attenzione



[www.turismo.ra.it](http://www.turismo.ra.it)