

PERCHE'

L'esigenza di un approfondimento sul web marketing raccoglie le istanze espresse dall'IRVOS e dalla Federazione Strade del Vino e dei Sapori di Sicilia, attuatori del progetto *Dalla cultura del territorio al turismo enogastronomico*, sostenuto e promosso a livello centrale dal Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica e dal Dipartimento per il Turismo lo Sport e lo Spettacolo della Regione Siciliana, nell'ambito dell'Accordo di Programma Quadro (APQ) *Azioni di Sistema per il Turismo* avviato all'interno del Programma *Sensi Contemporanei*. Il progetto intende realizzare le condizioni affinché gli operatori turistici del Trapanese e del Catanese riescano a creare, promuovere e, infine, vendere prodotti nella forma di pacchetti turistici strutturati e organizzati in itinerari. L'obiettivo generale è aumentare l'efficacia dei programmi di sviluppo turistico attraverso processi di cooperazione e apprendimento che coinvolgano sia i soggetti promotori (pubblici), sia i beneficiari (enti locali e operatori privati). Considerato che la promozione attraverso i portali web e social media rappresenta, per gli operatori turistici, il canale di diffusione più efficace e produttivo al fine di raggiungere vaste aree di pubblico e di ottimizzare gli investimenti economici, la "sintonizzazione" dei metodi di promozione con l'era di internet è divenuta necessaria. La consapevolezza sulla natura dei criteri che regolano la modalità di "offrire" un prodotto con riscontri soddisfacenti non è sempre acquisita. Di qui l'idea di realizzare un seminario che possa in maniera propedeutica alla realizzazione degli strumenti di promozione, far riflettere i soggetti beneficiari degli Interventi del Programma *Sensi Contemporanei*, i promotori dei Distretti Turistici e, più in generale, gli operatori pubblici e privati del settore sulla possibilità che portali internet e social media diventino strumenti realmente operativi ed efficaci per la promozione ordinaria del territorio e non solo in occasione di finanziamenti specifici e straordinari. Si prevede inoltre l'elaborazione di una lista di criteri per realizzare un portale web e strumenti web based efficaci.

TEMA DEL SEMINARIO

Il tema del seminario ruota intorno alle seguenti domande:

Portale internet e social media per promuovere il turismo. E dopo? Quali sono le "prove" che anche in un mercato di nicchia (turismo enogastronomico) e più in generale nel turismo di scoperta del territorio (turismo verde, agriturismo, turismo culturale nelle località minori, ecc.) le nuove tecnologie sono efficaci? Qual è il loro grado di efficacia nel processo decisionale del viaggiatore? Quale strumento è più efficace per "ispirare"? Quale per "aiutare a pianificare"? Quale per "vendere"? C'è una teoria valida per tutti i segmenti o la teoria cambia secondo l'età e il profilo socio-demografico del viaggiatore? E' possibile che questi strumenti siano avulsi da una strategia di marketing più complessiva? Quali sono i criteri per progettare questi strumenti in modo efficace? E quali quelli di gestione, soprattutto tenendo conto che si tratta di promuovere prodotti-servizi di diversi soggetti pubblici e privati? Qual è la "storia dietro la storia", cioè che tipo di organizzazione c'è dietro gli esempi di successo presentati? Che budget e che risorse umane sono necessarie per mettere in campo strumenti efficaci e sostenibili nel tempo?

16 gennaio 2014

seminario



**portale internet
e social media
per promuovere
il turismo.
E dopo?**

COMPLESSO MONUMENTALE SAN PIETRO

Sala Enzo Genna, Via L. Anselmi Correale

angolo via XI Maggio - centro storico

MARSALA

sensi
CONTEMPORANEI



Federazione delle Strade
Vino e Sapori di Sicilia

16 gennaio 2014

COMPLESSO MONUMENTALE SAN PIETRO
Sala Enzo Genna - Via L. Anselmi Correale
angolo via XI Maggio - centro storico
MARSALA

*Parcheggi disponibili nei pressi del Complesso Monumentale di San Pietro:
parcheggio comunale di via Giulio Anca Omodei (a pagamento)
parcheggio gratuito di via Colonnello Maltese, sul lungomare di Marsala, vicino l'entrata di Porta Garibaldi.
parcheggio di viale Isonzo, vicino Porta Nuova.*

Portale internet e social media per promuovere il turismo. E dopo?

ore 9.45 – 10.00 – Registrazione

ore 10.00 - Apertura dei lavori

SALUTI ISTITUZIONALI

Giulia Adamo, Sindaco di Marsala
Michela Stancheris, Assessore del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, Regione Siciliana
Dario Cartabellotta, Assessore Regionale Agricoltura, Sviluppo Rurale e della Pesca Mediterranea
Alberto Versace, Presidente *Sensi Contemporanei*, Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica (MISE)
Alessandro Rais, Direttore Generale del Dipartimento del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, Regione Siciliana
Lucio Monte, Direttore Generale IRVOS
Salvatore Lombardo, Presidente dell'Associazione Strada del Vino di Marsala

ore 10.15 – INTERVENTI

Relatori:

Anna Maria La Vecchia, il ruolo dell'Osservatorio Turistico Regionale nel web Marketing
Rodolfo Baggio, Turismo e Web: ieri, oggi e domani
Robi Veltroni, Promozione e commercializzazione del turismo: scenari e casi di studio di comunicazione e progettazione dal basso. I casi Maremma (Brand Index e Maremmans). Liguria (Turismo Bottom Up e Glamour Liguria). Destinazione 2.0 (Levanto e San Vincenzo) le reti di imprese (Web Economy Forum)

Moderatori:

Lorenzo Canova, Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica (MISE)

12.30-13.30 DIBATTITO

Discussant:

Nino Messina, Coordinatore del progetto "Dalla cultura del territorio al turismo enogastronomico"
Fabio Bortoletti Responsabile Servizi Turistici Regionali, Distretti Turistici, Dipartimento Regionale del Turismo, Sport e Spettacolo, Regione Siciliana
Gregorio Sparacino, Presidente della Federazione Strade del Vino e dei Sapori di Sicilia

Iniziativa nell'ambito del progetto *Dalla cultura del territorio al turismo enogastronomico*, responsabile **Dario Di Bernardi**, Istituto Regionale Vini e Oli di Sicilia (IRVOS),

indirizzo del blog del progetto: *Dalla cultura del territorio al turismo enogastronomico* www.siciliaenoturismo.it

Rodolfo Baggio

Nato a Napoli si è laureato in Fisica a Milano. Si è occupato professionalmente di informatica in diverse aziende, in Italia e all'estero, specializzandosi in progettazione di sistemi informativi e formazione manageriale. E' docente di Informatica presso l'Università Bocconi di Milano dove coordina l'area di Sistemi Informativi e Tecnologie di Comunicazione al Master in Economia del Turismo ed è research fellow al Dondena Center for Research on Social Dynamics. Ha svolto ricerche e pubblicato lavori nel campo delle tecnologie per il turismo. Ha tenuto corsi e conferenze in università italiane e straniere. Attualmente, si occupa dell'applicazione delle teorie del caos e della complessità e dell'analisi di reti alle destinazioni turistiche. Su questo tema ha conseguito un dottorato (PhD) presso la School of Tourism, dell'Università del Queensland, Australia.

Robi Veltroni

Consulente, formatore, blogger e speaker di successo, si occupa di marketing turistico da circa vent'anni. Ha iniziato a lavorare in albergo nel 1979. Si è specializzato in web marketing e in strategie di social media, senza mai dimenticare il punto di vista di chi il cambiamento nel turismo lo pratica ancor prima di teorizzarlo. E' cofondatore dell'Associazione Progetto WTM, primo network italiano di cultori del marketing turistico, nata con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e all'innovazione del settore attraverso la condivisione e diffusione della cultura e della conoscenza digitale. Con Officina Turistica aiuta enti e aziende turistiche a gestire nel migliore dei modi la loro attività online, occupandosi in particolare della gestione della reputazione e della presenza sui social media. Collabora con Buy Tourism Online di Firenze e lo studio Giaccardi & Associati di Ravenna.