

Piano di promozione turistica pubblico-privato della destinazione “Terme di Salice e Rivanazzano”



Indice

1. Premessa	3
2. Gli obiettivi	3
3. Governance	3
4. Riqualificazione e promozione dell'offerta turistica	4
4.1 Differenziazione dei prodotti turistici e destagionalizzazione dell'offerta.....	4
4.2 comunicazione e marketing	7
4.3 Strutture di informazione e accoglienza turistica.....	7
4.4 Le fiere.....	8

1. Premessa

La valorizzazione turistica della destinazione “Terme di Salice e Rivanazzano” sarà basata su tutti quegli elementi che, assemblati, conferiscono l’identità del territorio. Per questo la parola chiave per valorizzare il territorio sarà “sinergia” in modo che ogni elemento sia correlato ad un altro.

Possiamo definire la destinazione “Terme e terre d’Oltrepò” in base alla presenza dell’attrattività termale, degli attrattori turistici naturalistici, culturali e enogastronomici.

2. Gli obiettivi

- consolidare la domanda locale, nazionale ponendo il turista al centro, migliorando la percezione di qualità delle esperienze proposte
- promuovere il prodotto turistico proposto
- favorire il rilancio della destinazione anche grazie al rafforzamento dell’intero sistema territoriale
- supportare la riqualificazione delle strutture legate al settore turistico (hotel, ristoranti, bar, impianti sportivi...) al fine di potenziare la competitività locale
- rafforzare il segmento del turismo termale attraverso azioni volte a preparare il territorio all’accoglienza e alla valorizzazione del sistema unitario di offerta turistica
- Valorizzare e differenziare i prodotti turistici anche per la destagionalizzazione dei flussi
- Sviluppare attività promozionali e di marketing informando il turista delle molteplici componenti valoriali della destinazione visitata, fornendogli tutte le informazioni utili a garantire la fruibilità, la riconoscibilità e l’accessibilità Il progetto intende:
- creare un nuovo sistema di destination governance
- coinvolgere tutti gli attori del turismo e delle organizzazioni turistiche presenti per la valorizzazione delle potenzialità di Godiasco – Salice Terme e Rivanazzano Terme
- orientare la destinazione verso un suo sviluppo turistico duraturo e sostenibile, puntando alla valorizzazione degli asset del territorio.
- valorizzare, organizzare e promuovere il territorio sia internamente che esternamente
- raggiungere i target individuati con il trasferimento di un’immagine del territorio oggetto del progetto come una eco-destinazione turistica speciale, organizzata, competitiva, internazionale e sostenibile
- promuovere un prodotto turistico inteso 365 giorni all’anno
- puntare all’internazionalizzazione dei mercati
- aumentare il numero di turisti, fidelizzare quelle già presenti, la permanenza media e la spesa media dell’ospite

3. GOVERNANCE

Si intende organizzare la promozione del territorio sia internamente che esternamente. L’obiettivo a monte è quindi quello di orientare la destinazione verso un suo sviluppo duraturo e sostenibile, sia dal punto di vista economico, che sociale e ambientale. Il ruolo degli stakeholder e dei locals sarà fondamentale.

Da un lato si farà tesoro degli input e del know-how di privati, operatori locali, comuni e consorzi in un’ottica bottom-up, dall’altro si concerteranno e si coordineranno gli sforzi all’interno di un sistema di governance territoriale più efficace, dove competenze e responsabilità siano chiaramente delineate.

Si svilupperà così una strutturata destination governance come modalità di organizzazione della destinazione turistica, basata essenzialmente sulla cooperazione in parte volontaria di istituzioni pubbliche e private, formali e informali e di individui singoli. La governance sarà dunque un modello di collaborazione

tra attori turistici che condividono fini comuni e definiscono insieme un modo per perseguirli. I soggetti si coordineranno al fine di garantire il pieno successo del prodotto sul mercato, promuovendo un'alta qualità dell'esperienza complessiva. La molteplicità degli operatori diventa così una forza e non incide in modo negativo sul prodotto.

Lo sviluppo della destinazione sarà legato proprio alla collaborazione ed integrazione tra i numerosi soggetti strategici che operano nel territorio. Relativamente alle tipologie di attori, quelli maggiormente coinvolti in tale processo sono:

- il settore termale
- l'industria turistica in senso stretto, costituita dalle imprese responsabili della produzione e dell'erogazione dei servizi "centrali" e "periferici" acquistati dal cliente come, ad esempio, gli operatori della ricettività alberghiera ed extra-alberghiera, i ristoratori, i gestori di attrattive particolari, dai quali dipende fortemente lo sviluppo del sistema turistico locale;
- gli amministratori locali, i quali risultano essere pilastri fondamentali nello sviluppo del territorio per la loro capacità di incidere sulle sorti della località;
- la popolazione locale, sempre più attenta ed esigente rispetto alla qualità della vita e, quindi, sempre meno disposta ad accettare compromessi in termini di vivibilità per l'afflusso di turisti;
- turisti, che ricoprono un ruolo sicuramente fondamentale in quanto, attraverso il loro comportamento d'acquisto, influenzano la forma e il modello di gestione del sistema d'offerta;
- altri attori, che anche se non direttamente impegnati nel turismo, molto spesso, sono chiamati a supportare le sorti del settore e, in generale, del tessuto imprenditoriale locale, come ad esempio le banche e le istituzioni finanziarie.

Di seguito le principali azioni che verranno realizzate all'interno del sistema di governance turistica

- incontri con Camera di Commercio, Comunità Montana, Fondazione Sviluppo Locale, Gal Srl
- coordinamento con le associazioni di categoria come Ascom, Assolombarda e con i Consorzi (Tutela Salame Varzi, Consorzio Tutela Vino, Distretto del Vino...)
- partecipazione a webinar/momenti informativi di Regione Lombardia
- Partecipazione degli Stakeholder locali
- coinvolgimento nella programmazione di associazioni turistiche/ culturali/ sportive/ pro loco/cooperative per la creazione di eventi coordinati
- condivisione con operatori privati locali (hotel, ristoranti...)
- sinergia con la promozione realizzata dai privati del settore termale (terme di Salice e di Rivanazzano) in modo che la promozione sia uniforme e si evitino sovrapposizioni
- Attività di fund raising da parte dei Comuni per sviluppare servizi turistici, infrastrutture sempre più innovative, migliorare il livello di innovatività dell'offerta turistica
- Interventi di coordinamento della competitività delle strutture per il turista (bar, ristoranti, hotel, impianti sportivi...) attraverso la promozione di bandi e agevolazioni per i privati

4. RIQUALIFICAZIONE E PROMOZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA

4.1 Differenziazione dei prodotti turistici e destagionalizzazione dell'offerta

Si intende valorizzare e differenziare i prodotti turistici che concorrono allo sviluppo della destinazione, all'utilizzo sostenibile delle risorse naturali e del paesaggio, alla destagionalizzazione dei flussi, favorendo un migliore equilibrio tra la destinazione termale e aree limitrofe dell'Oltrepò

Terme e terre di Salice e Rivanazzano: con i cinque sensi nel cuore dell'Oltrepò; tra storia, acque termali, natura, eccellenze enogastronomiche nasce il luogo dello star bene, del viaggio esperienziale di qualità: meraviglie da vedere, gusti assaporare, suoni da ascoltare, profumi da odorare, relax da toccare.

È questo che si intende comunicare attraverso la creazione di nuovi e accattivanti prodotti turistici: lasciatevi alle spalle per qualche giorno il tempo, il rumore e assaporate con i cinque sensi il gusto dell'eccellenza food & wine, l'aroma delle colline, la bellezza dell'arte, i suoni del paesaggio e dei torrenti, il tocco del benessere termale.

Si potranno creare itinerari esperienziali declinati integrando le diverse tematiche legate alle risorse turistiche presenti sul territorio.

A titolo esemplificativo sono dunque stati ideati tre itinerari che potranno avere una durata di almeno tre giorni se realizzati esclusivamente sul territorio della destinazione. Poiché la destinazione si trova in un contesto che offre molte opportunità di visita e di esperienza, il soggiorno potrà essere prolungato anche ampliando l'offerta di visita culturale e paesaggistica/ di sport/ di degustazione; le strutture di Godiasco Salice Terme e di Rivanazzano Terme potranno essere sede del soggiorno, in considerazione del fatto che presso la destinazione abbiamo l'offerta ricettiva maggiore dell'Oltrepò pavese e della provincia.

I tre itinerari permetteranno di realizzare esperienze attraverso i cinque sensi

1. Terme e enogastronomia. Benessere d'Oltrepò: bagni di ... vini

2. Sport e natura. Avventura in Oltrepò. Sport & Natura

3. Cultura e enogastronomia. Castelli e gusti d'Oltrepò

1. Itinerario Terme e enogastronomia. Benessere d'Oltrepò: bagni di...vini.

A. Terme da vedere, da ascoltare e da toccare

Cuore dell'itinerario sarà la possibilità di usufruire di specifici pacchetti termali (trattamenti, percorsi di benessere e di salute...) in base alle esigenze personali sia presso gli stabilimenti di Salice sia presso quelli di Rivanazzano Terme. Poiché si intende avvolgere il turista che soggiorna presso la destinazione, si ritiene importante che l'itinerario preveda anche esperienze di visite guidate d'eccezione presso gli stabilimenti termali storici di Salice e di Rivanazzano Terme. Perché non conoscere come nacquero le Terme, il periodo del massimo splendore, gli aneddoti sui personaggi che le frequentarono, le origini delle acque termali, l'atmosfera dell'Ottocento e del primo Novecento? L'itinerario porterà a scoprire le strutture simbolo di un'epoca come lo storico Grand Hotel, il Teatro delle Terme, il Caffè delle Terme ma anche gli importanti resti dell'età romana che testimoniano la presenza di fonti termali fin dall'antichità.

B. Enogastronomia da gustare e da odorare

Poiché benessere è anche buona cucina, la proposta esperienziale si arricchirà di laboratori di cucina dedicati ai piatti salutari, ma anche della tradizione, preparati con ingredienti locali a cui abbinare i vini del territorio. I laboratori verranno realizzati presso i ristoranti di Godiasco Salice Terme e di Rivanazzano Terme. Oltre a pranzi e cene presso i ristoranti locali, l'itinerario prevedrà l'esperienza di un pic nic presso i parchi secolari ma anche una degustazione di vini presso una cantina per scoprire un'arte altrettanto storica e antica: quella di fare il vino. L'Oltrepò è ricco di metodi antichi e tradizionali per preparare ricette e per produrre il vino. Ristoratori e viticoltori narreranno ai turisti i saperi e i segreti di una storia millenaria.

Il soggiorno potrà essere prolungato in base alle esigenze di pacchetti/ cure termali da unire a passeggiate nei parchi, nei sentieri, a laboratori di cucina di maggior durata. L'itinerario potrà essere fruito sia in estate (grazie alla presenza di impianti all'aperto) sia in inverno.

2. Itinerario Terme, Sport e natura. Avventura in Oltrepò. Sport & Natura

A. Sport da toccare e da ascoltare

L'itinerario potrà essere realizzato con un soggiorno di almeno due notti. Il turista potrà selezionare attività sportive diverse in base alle proprie passioni: tornei di golf, percorsi in mountain bike, in moto. Il turista visiterà le strutture sportive presso le quali i gestori illustreranno le peculiarità e la storia dei luoghi. Non si tratterà solo di praticare sport ma di viverlo. L'itinerario sarà arricchito da esperienze nei maneggi o nella conoscenza diretta di come si organizza una gara di moto o di mountain bike.

B. Natura da ascoltare

Una guida naturalistica accompagnerà i turisti in occasione di passeggiate nei sentieri lungo il Torrente Staffora, nei parchi e sui crinali delle colline. Specie vegetali e la storia dei luoghi più interessanti dal punto di vista paesaggistico saranno raccontati per trasmettere l'anima più "naturale" della destinazione.

Il soggiorno potrà essere prolungato in base alla fruizione di attività sportive nelle zone circostanti (percorsi ciclistici più lunghi, trekking, sci...)

Saranno proposti pacchetti termali da abbinare

3. Itinerario Terme, Cultura e enogastronomia. Acque, Castelli e gusti d'Oltrepò

A. Arte da vedere e da toccare.

Oltre a poter usufruire di pacchetti termali, l'itinerario prevedrà un tuffo nel Medioevo nelle terre dei Malaspina, tra castelli e fortificazioni. Gli appassionati di arte e cultura apprezzeranno le visite tra architetture storiche, saloni affrescati... L'itinerario si snoderà tra le viuzze del borgo di Nazzano per giungere a scoprire i resti delle fortificazioni del centro storico che costituivano la porta d'ingresso di uno dei più potenti marchesati dell'Italia medievale, quello della famiglia Malaspina. Attraverso i possedimenti di questi ultimi transitavano i commerci tra la pianura Padana ed il mar Ligure. Questi scambi portarono non solo ricchezza, ma anche contaminazioni culturali, agricole e gastronomiche che rendono ancor'oggi questa una realtà davvero unica all'interno del panorama lombardo. Curiosità, aneddoti, leggende, suggestioni di un passato che ha lasciato tracce evidenti sul territorio coinvolgeranno il turista. L'itinerario comprenderà anche Salice per scoprire l'architettura e le sale della Rocca di Montalfeo; la cui presenza risale all'altomedioevo, legata dapprima ai Malaspina, ai Visconti, poi. Le vie di Godiasco dedicate alle corporazioni medievali faranno rivivere arti e mestieri di un tempo. Non solo Medioevo. Presso la destinazione vi è, infatti, anche una importante Galleria di Arte Contemporanea che raccoglie opere che vanno dagli anni Trenta alla fine degli anni Settanta. Perché non partecipare a laboratori d'arte ascoltando anche i racconti del curatore della raccolta che narrerà con la sua passione e con il suo entusiasmo come è nata e come si è arricchita? Aneddoti legati a artisti famosi che renderanno l'itinerario culturale di ampio respiro.

B. Da vedere, gustare e da odorare

L'attività norcina e il vino d'Oltrepò potranno essere scoperti a tavola, grazie a ristoratori che sapranno raccontare la storia di queste peculiarità culinarie ma anche presso aziende private per degustazioni Doc. Come si fa la vendemmia? Qual è il profumo del mosto? Come si produce il salame di Varzi? Cantine e salumifici, con i loro maestri norcini, sono pronti ad accogliere il visitatore che scoprirà che il salame nasce in età longobarda e che uno dei primi esempi di tritacarne a manovella probabilmente prende spunto da

un'idea abbozzata da Leonardo Da Vinci. Ma perché non fare anche una passeggiata nei campi a coltivazione ortofrutticola e imparare come si fa una marmellata casalinga?

Il soggiorno potrà essere prolungato in base alle esigenze di visita di altri luoghi storici nelle vicinanze come Castelli e Pieve romaniche. L'itinerario potrà essere fruito sia in estate sia in inverno.

4.2 comunicazione e marketing

Si svilupperanno attività promozionali e di marketing che consentano di far percepire la qualità del soggiorno, l'identità dei luoghi e la varietà delle opportunità di percorso. La promozione sarà volta a far comprendere al visitatore le molteplici componenti valoriali della destinazione e a fornire al turista tutte le informazioni utili a garantire la fruibilità, la riconoscibilità e l'accessibilità alle risorse termali, culturali, naturalistiche, enogastronomiche.

Insieme ai privati del settore termale si realizzerà un piano di promozione dove verranno programmati i contenuti, scelti i mezzi di comunicazione più idonei, definite le azioni più efficaci e specificati in modo puntuale i tempi necessari per portare a termine ciascuna azione di promozione.

Non si vuole cancellare gli sforzi finora intrapresi dalle iniziative del territorio, quanto piuttosto collegare le attività già presenti e integrarle in modo che siano più facilmente comunicabili.

La promozione avverrà sia tramite canali tradizionali (locandine, dépliant...) sia tramite web (social, siti...). Il prodotto turistico formato dalle terme ma anche dalle altre risorse territoriali verrà promosso in modo complementare sia dai privati sia dal pubblico.

Si potranno creare:

1. una campagna di marca
2. una campagna tematica

1. La campagna di marca: per attrarre e suscitare interesse verso la destinazione. Si ipotizza il coinvolgimento di testimonial ma anche la partecipazione di "testimoni- turisti" che hanno già visitato la destinazione o che sono in visita presso la destinazione. Si lavorerà anche al fine di riuscire ad ottenere menzioni, racconti e/o la diffusione di un proprio contenuto da persone influenti nei social media che abbiano un pubblico in target con il potenziale turista.

2. La campagna tematica: in modo integrato con la campagna di marca, si approfondiranno i temi, le passioni, gli eventi in modo da creare interesse nei diversi target individuati, creando relazione e ingaggio.

Strumenti: ufficio stampa, newsletter, video – story telling, pianificazione media

Anche gli eventi (coordinati tramite la governance) rappresenteranno un'occasione per far conoscere la destinazione

4.3 Strutture di informazione e accoglienza turistica

A Salice Terme è presente un infopoint a cui i turisti potranno rivolgersi. È in previsione anche la realizzazione di un punto di informazione fisico e virtuale a cura delle Terme di Salice.

Il nuovo progetto (a cura delle Terme di Salice) si fonda sulla realizzazione di un nuovo portale digitale quale terminale delle azioni di valorizzazione turistica territoriale dell'area montana connotata dal

segmento turistico termale rigenerato e da nuovi segmenti turistici (quali outdoor, adventure, enogastronomico, leisure, community based); al portale nel progetto si aggiungono azioni di promocommercializzazione b2b e b2c quali la partecipazione a fiere nazionali e internazionali e workshop, oltre ad una serie di azioni strutturali da compiere sul territorio e con la popolazione, dalla formazione culturale e professionale cross-generazionale, al censimento testuale e digitale dell'offerta rigenerata o nuova (foto, percorsi in gpx, video, mappe, genealogie storiche), all'implementazione della stessa attraverso criteri innovativi di community based tourism, fino al completamento dell'ecosistema digitale di valorizzazione turistica attraverso strumenti quali un cruscotto di analisi dei dati condiviso tra tutte le attività commerciali e di accoglienza del territorio, un channel manager utilizzabile da tutte le strutture prenotabili (ristoranti, alberghi, camping e altro genere di intermediazioni turistiche), un'applicazione utilizzabile online e offline per sistemi IOS, ANDROID e altri compatibili globalmente, e infine tutti i terminali social e web necessari per una comunicazione Business to Consumer di livello nazionale e internazionale (facebook, instagram, tik-tok, telegram, youtube, vimeo, twitch, whatsapp, sezioni dinamiche e blog del portale / sito).

Il progetto "Il Portale di Salice" prevede la partecipazione istituzionale ad alcune fiere di riferimento per i segmenti TERMAL LEISURE & SANITARIO, unitamente al segmento OUTDOOR & ADVENTURE ed Enogastronomico, con il presidio di stand fieristici e l'organizzazione di presentazioni istituzionali ad operatori e stampa di settore rivolti ai mercati internazionali sensibili ai prodotti turistici così evidenziati. Il complesso dei segmenti turistici specifici è quindi arricchito dalla presenza da un CBT di Salice Terme, che rende tali segmenti incisivi e differenziati rispetto ad altre proposte simili, sicuramente generando prodotti turistici più orientati verso la fruizione di esperienze genuine, con capacità di destagionalizzazione

4.4 Le fiere

Con riferimento all'individuazione dei mercati, di seguito alcune indicazioni di massima, che tengono conto del contesto turistico dell'Oltrepò Pavese e più in generale della regione Lombardia. Si analizzano dapprima i mercati sensibili ai diversi segmenti turistici e quindi si indicano le fiere a cui si parteciperà.

Segmento	Mercati sensibili in ordine di prossimità
Segmento leisure termale & enogastronomico	Mercati europei sensibili, in ordine di prossimità FRANCIA DACH Mercati nazionali sensibili, in ordine di prossimità e gradimento LOMBARDIA PIEMONTE VENETO EMILIA ROMAGNA LAZIO
Segmento outdoor & adventure	Mercati europei sensibili, in ordine di prossimità DACH (Mercato austriaco, svizzero e tedesco) SCANDINAVIA (Mercato prevalentemente danese, svedese e norvegese) BELGIO & OLANDA UK (Mercato prevalentemente proveniente dalle regioni England e Scotland) FRANCIA (Regioni montane confinanti con l'Italia, Ile de France, Centre Pays)

	Mercati nazionali sensibili, in ordine di prossimità e di gradimento LOMBARDIA PIEMONTE LIGURIA VENETO
Segmento termale sanitario	Mercati internazionali sensibili, in ordine di prossimità e gradimento FRANCIA RUSSIA UKRAINE BALKANS Mercati nazionali sensibili, in ordine di prossimità e gradimento LOMBARDIA PIEMONTE LIGURIA VENETO EMILIA ROMAGNA

Solo a titolo esemplificativo elenchiamo gli appuntamenti internazionali ai quali si intende partecipare per segmento e per mercato di riferimento, in collaborazione con gli stakeholders del territorio

Segmento	Fiere
Segmento enogastronomico & leisure	Fiere e Workshop Mercati internazionali ITB Berlino ETOA Workshops Londra e altri paesi Les THERMALIES, Parigi Roadshow Svizzera in collaborazione con Oltrepo' Pavese ed Explora Fiere e Workshop Mercato Nazionale BIT Milano TTG Rimini Salone TERRA MADRE Slow Food Borsa del Mediterraneo
Segmento outdoor & adventure	Fiere e Workshop Mercati internazionali ITB Berlino ETOA Workshops Londra e altri paesi SITV France ATWS – Adventure Travel World Summit WTM World Travel Market, Londra Roadshow Scandinavia organizzato in collaborazione con Oltrepo' Pavese ed Explora Fiere e Workshop Mercato nazionale BIT Milano TTG Rimini Turismo e Outdoor Festival, Parma Agri travel & Slow Travel EXPO, Bergamo

<p>Segmento termale sanitario</p>	<p>Fiere e Workshop Mercati Internazionali LES THERMALIES, Parigi LES THERMALIES, Lyon ITB – Padiglione Sanitario, Berlino Workshop Balcani e est europa, organizzato in collaborazione con Oltrepo’ Pavese ed Explora Fiere e Workshop mercato nazionale BIT Milano TTG Rimini, EXPOSANITA’ Bologna</p>
-----------------------------------	---