

Summer School TAKE CARE of CHILDREN

Benessere/Dieta Mediterranea

le iniziative dell'Agenzia per la promozione Turistica 'in Liguria



Mission Aziendale di Agenzia in Liguria
- Entre strumentale della Regione -

FARE della LIGURIA

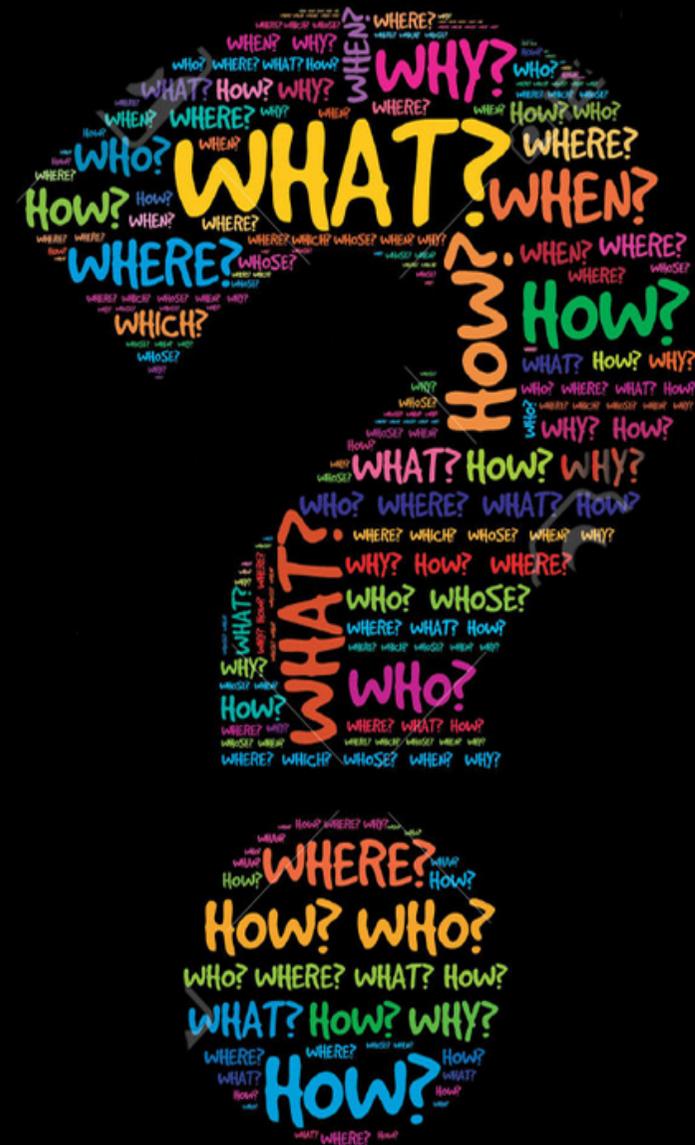
una DESTINAZIONE TURISTICA
"all season" apprezzata da turisti e
VIAGGIATORI DI TUTTO IL MONDO

che CERCANO

AUTENTICITA'
BELLEZZA
SOSTENIBILITA'
QUALITA' DELLA VITA



Assicurare una
elevata qualità
della vita
significa ...



... prendersi cura delle persone che lo abitano
e ...



prendersi cura dei TURISTI
da considerare RESIDENTI TEMPORANEI



TAKE CARE OF CHILDREN

interessante e stimolante oggetto di questa Summer School



TechCARE

Progetto di Agenzia in Liguria



SCHEMA PROGETTO TECH-CARE

9 PARTNERS ITALO FRANCESI

- 2 Enti Regionali di Promozione
- 6 Valli pilota per un'offerta complementare mare/montagna
- Un Ente all'avanguardia nel marketing e nell'applicazione di nuove tecnologie

Chi? 1

Dove? carte

Territorio italo-francese marche di destinazione famose

- Costa Azzurra
- Riviera Italiana

3.Come?

NUOVA ORGANIZZAZIONE OFFERTA :

- Messa in valore dei punti di forza dei territori mare e monti :prodotti tipici come l'olio extra-vergine d'oliva, ben essere come la Dieta Mediterranea Etica, turismo outdoor, diportismo, scoperta della patrimonio naturalistico e culturale,...
- Presenza consapevolezza operatori e residenti della messa in valore del territorio e de la qualita dell'accoglienza
- Utilizzare i nuovi strumenti digitali e l'esperienza dei visitatori

PROBLEMATICHE CONDIVISE

- per diminuire la frequentazione delle zone turistiche saturate
- per proteggere le zone fragili troppo frequentate
- per creare un'economia duratura nelle zone meno frequentate e riequilibrare i flussi turistici

2. Perché?

NUOVI BISOGNI DOMANDA

Oggi il turista desidera:

Una vacanza memorabile
Un'accoglienza vera
Esperienze emozionali

Servizi affidabili e di qualita
Informazioni e offerte sul web

**Marketing esperienziale
"Tech CARE"
per destagionalizzare il
turismo in modo eco-
sostenibile in Costa
Azzurra – Riviera Italiana**

4.Cosa?

Costruzione di esperienze vere e loro promo-commercializzazione su nuovi strumenti digitali

5.Un piano d'azione ambizioso della durata di 36 mesi

RETI DI PERSONE

Metodo marketing esperienza condiviso su territorio ita/fr

RETI TECNOLOGICHE O VIRTUALI

Strumenti digitali innovativi per comunicazione off/on line e promo-commercializzazione

RETI FISICHE

Punti di accoglienza /informativi e opere infrastrutturali per elevare qualità servizi offerti

9 PARTNERS ITALO FRANCESI

- 2 Enti Regionali di Promozione
- 6 Valli pilota per un'offerta complementare mare/montagna
- Un Ente all'avanguardia nel marketing e nell'applicazione di nuove tecnologie

Chi? 1

**Territorio italo-
francese marche di
destinazione
famoso**

- Costa Azzurra
- Riviera Italiana



in Liguria
AGENZIA REGIONALE

partners

per cogliere opportunita'

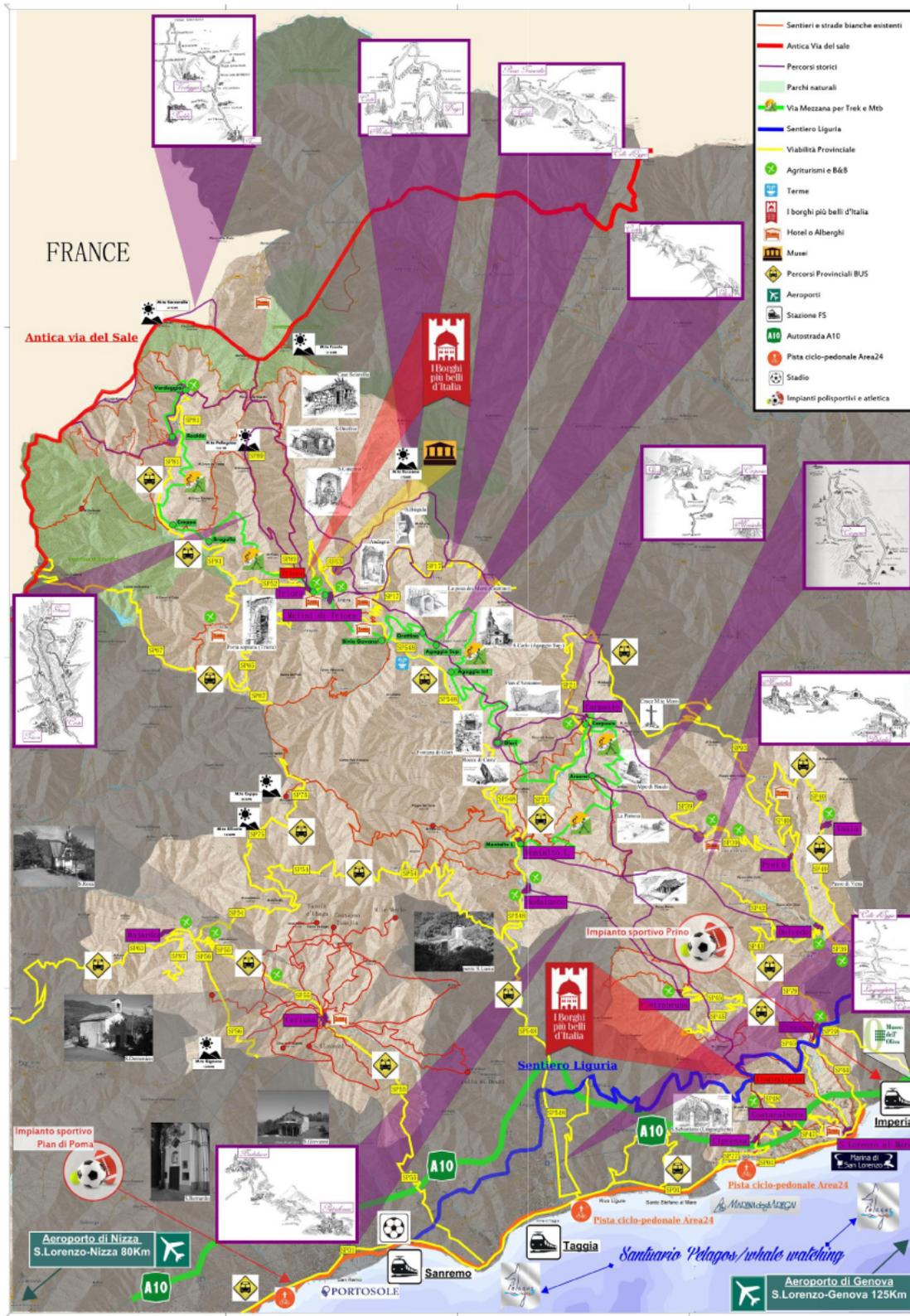
per correre insieme

per entrare nella bellezza

Chi? 1



per costruire sogni



Territorio Italiano relativo al progetto

2. Perché?

PROBLEMATICHE CONDIVISE

- per diminuire la frequentazione delle zone turistiche saturate
- per proteggere le zone fragili troppo frequentate
- per creare un'economia duratura nelle zone meno frequentate e riequilibrare i flussi turistici

NUOVI BISOGNI DOMANDA

Oggi il turista desidera:

- Una vacanza memorabile
- Un'accoglienza vera
- Esperienze emozionali
- Servizi affidabili e di qualità
- Informazioni e offerte sul web

per proteggere, creare, equilibrare, prendersi cura, p

2. Perché?



per salvaguardare, nutrire, amare, sostenere, diminu

NUOVA ORGANIZZAZIONE OFFERTA :

- Messa in valore dei punti di forza dei territori mare e monti :prodotti tipici come l'olio extra-vergine d'oliva, ben essere come la Dieta Mediterranea Etica, turismo outdoor, diportismo, scoperta della patrimonio naturalistico e culturale,...
- Presenza consapevolezza operatori e residenti della messa in valore del territorio e de la qualità dell'accoglienza
- Utilizzare i nuovi strumenti digitali e l'esperienza dei visitatori



Collaborazione con
l'Università
di Torino
(Facoltà di
Medicina)
per l'attività di
ricerca applicata su
Dieta Mediterranea
Etica ® e Olio EVO

3.Come?

prodotti tipici dieta mediterranea turismo



outdoor natura sport cultura patrimonio

RETI DI PERSONE

*Metodo marketing esperienza
condiviso su territorio ita/fr*

RETI TECNOLOGICHE O VIRTUALI

*Strumenti digitali innovativi per
comunicazione off/on line e
promo-commercializzazione*

RETI FISICHE

*Punti di accoglienza /informativi e
opere infrastrutturali per elevare
qualità servizi offerti*



esperienze Vere ...

4.Cosa?



... marketing dell'esperienza

4.Cosa?

Costruzione di
esperienze vere e
loro promo-
commercializzazione
su nuovi strumenti
digitali

un piano d'**A**zione

ambizi **O**so

della **d**urata di **36** mesi



In questa fase storica, nelle attività di marketing turistico, vengono effettuate sperimentazioni per passare da una politica di promozione a una politica di prodotto.

Competenze apparentemente molto lontane tra di loro, quali Medicina e Marketing Turistico, possono creare interessanti opportunità di reale sviluppo tramite la Ricerca Applicata sui Territori per favorire il Ben-Essere.



Grazie per l'attenzione

www.turismoinliguria.it

www.beactiveliguria.it