

visit brescia

Progetto speciale di promozione turistica

Visit Brescia 2023

1. PREMESSA
2. OBIETTIVI
3. PARTNER
4. DURATA
5. MERCATI
6. ATTIVITÀ
7. BUDGET E RISULTATI

Premessa

Il **turismo** è un volano formidabile per lo **sviluppo economico ed occupazionale del territorio bresciano**.

Nel 2019, con 10 milioni e 516 mila presenze e quasi 3 milioni di arrivi, la provincia di Brescia si confermava come **secondo polo turistico della Lombardia** e uno dei più importanti in Italia, con 7.563 imprese bresciane attive nel settore turistico, per un ricavo totale di 1 miliardo e 836 milioni di euro.

Secondo Polis Lombardia¹, nonostante una contrazione degli arrivi e delle presenze, come per tutte le altre aree della Lombardia, **la provincia di Brescia ha fatto registrare il miglior risultato turistico in Lombardia in termini di presenze nel 2020 (4.846.976) e nel 2021 (8.586.664)**, superando per la prima volta la provincia di Milano (4.819.121 presenze nel 2020, 7.080.614 nel 2021).

In un business cruciale per l'economia bresciana, il sistema turistico provinciale deve proseguire, efficientare e aumentare l'attività di promozione, in sinergia con gli operatori locali e i grandi player internazionali, per essere ancora più competitivo. L'innovazione digitale, la complicata fase di incertezza economica, geopolitica e sanitaria e altri *disruptor* hanno infatti cambiato radicalmente il settore turistico. Oggi le **destinazioni italiane si muovono in un universo altamente concorrenziale**, dove il turista-cliente è abbagliato e attratto da una miriade di nuove motivazioni.

Il turismo è ormai un mercato volatile, concorrenziale e non controllabile, nel quale è più che mai **necessaria l'innovazione e la trasformazione costante** per continuare ad essere competitivi e intercettare i nuovi flussi turistici. A tale scopo, si riportano di seguito, sinteticamente, le linee del progetto di promozione turistica e di valorizzazione del territorio "Visit Brescia 2023".

Obiettivi

L'obiettivo primario del progetto è quello di **promuovere e valorizzare l'industria turistica** della provincia di Brescia portando, con le attività svolte, a un nuovo **aumento del numero di arrivi e di presenze**, supportando così le imprese del comparto.

Nello specifico, il progetto si occuperà di:

- **Riposizionare l'immagine turistica** della provincia di Brescia, dei suoi brand territoriali e di prodotto;
- **Attrarre turisti**;
- **(Ri)organizzare l'offerta** per soddisfare le nuove e mutate aspettative dei turisti, supportando le imprese di settore nell'implementazione di nuovi modelli economici e promozionali;
- **Valorizzare il Made in Italy**, le eccellenze **artigiane** ed **enogastronomiche**, promuovendo lo sviluppo di un turismo sempre più esperienziale e sostenibile;
- Promuovere e **incentivare lo shopping** e la spesa del turista a beneficio di commercianti ed esercenti locali;
- Acquisire e mantenere un **vantaggio competitivo sostenibile** rispetto alle destinazioni competitor;
- **Creare reti e sinergia** nella filiera turistica in modo continuo attraverso azioni partecipate di coinvolgimento degli attori per offrire un prodotto turistico completo;
- Favorire una **promozione turistica coordinata** del territorio;
- **Potenziare la distribuzione del prodotto turistico** favorendo l'incontro tra la domanda e l'offerta;
- **Migliorare e diffondere le competenze** necessarie a trarre vantaggio dalla rivoluzione in atto;
- **Accrescere la competitività degli operatori** in un settore ad elevato tasso di innovazione e in continuo divenire;
- **Consolidare il ruolo istituzionale di Visit Brescia** presso il pubblico e gli operatori turistici.

¹ Cfr: Provincia di Brescia - Turismo in Lombardia. Periodo Luglio-Agosto 2020 - ottobre 2020

Partner

Visit Brescia vuole raggiungere risultati concreti attraverso un **lavoro coordinato con le associazioni di categoria** e tutta la filiera turistica. Si intende coinvolgere:

- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Brescia
- Comune di Brescia
- Associazioni di categoria
- Imprese della filiera
- Regione Lombardia
- Provincia di Brescia
- Comuni della provincia
- Comunità Montane
- Consorzi turistici e DMO locali
- Aria SpA
- ENIT
- Ministero del Turismo
- Università
- Realtà formative d'eccellenza
- Media locali ed internazionali
- Influencer e cittadinanza attiva

Durata

L'attività progettuale si svolgerà **dall'1 gennaio al 31 dicembre 2023**.

Mercati

È previsto un **ampliamento progressivo dei mercati obiettivo** in base:

- ai diversi momenti in cui si presume il definitivo superamento della pandemia da Covid-19 per paese;
- alla propensione al viaggio di breve e lungo raggio dei turisti.

Si prevede infatti che per la stagione turistica 2023 il turista sarà propenso a premiare maggiormente le destinazioni di lungo raggio rispetto al biennio 2020-2022. Secondo tale assunto **l'Italia e i paesi europei di prossimità** resteranno i mercati su cui saranno concentrati buona parte degli sforzi promozionali, ampliando tuttavia il raggio di intervento sul **resto d'Europa** potenziando così progettualità di marketing già avviate.

Visit Brescia monitorerà costantemente l'andamento dei mercati in funzione dell'evoluzione della pandemia, così da poter modulare rapidamente l'attività in base allo scenario del momento.

Attività

Per promuovere e valorizzare il settore riteniamo fondamentale:

- **Mantenere e potenziare il rapporto** con il turista, comunicando i valori della destinazione;
- **Ispirare**, promuovendo e segnalando la destinazione, le sue attrattive e i suoi tesori;
- **Perfezionare l'organizzazione, la comunicazione e la distribuzione dei prodotti turistici** del territorio attraverso adeguati piani di destination marketing e azioni di promo-commercializzazione;
- **Efficientare le performance** del settore formando e supportando gli operatori della filiera.

Si prevede pertanto l'implementazione delle seguenti attività:

Azioni di promozione e commercializzazione: attività online

Web & Social Media Marketing e Advertising

Dopo il primo e il secondo posto **agli Hospitality Social Awards 2020 e 2021** per la migliore attività di Social Media Marketing di una destinazione in Italia, la società intende destinare un peso crescente all'attività online, con la quale, oltre al turista italiano, si intende raggiungere sempre più anche il turista europeo come prospettato nella precedente sezione "Mercati". L'attività prevede:

- La gestione ordinaria dei **canali social Visit Brescia**, attuale punto di riferimento del turista della provincia di Brescia
- L'avvio di nuove campagne di **web e social media advertising**;
- L'invio di apposite campagne di **email marketing** in Italia e all'estero indirizzate ai contatti raccolti con attività di lead generation;
- L'implementazione e il miglioramento del **sito visitbrescia.it**;
- La creazione e l'aggiornamento di nuovi contenuti multilingua per il sito visitbrescia.it;
- La creazione di contenuti editoriali social in collaborazione con guide turistiche bresciane, Tour Operator incoming, travel influencer locali ed ambasciatori del territorio.

Influencer marketing

Con l'obiettivo di migliorare in maniera repentina la percezione del territorio agli occhi del turista, si prevede l'**avvio di collaborazioni con selezionati top influencer italiani ed europei** che promuoveranno le destinazioni della provincia sui loro canali digitali.

Community Management

Si intende promuovere il **coinvolgimento diretto della cittadinanza attiva**, e di tutte quelle persone che hanno a cuore la provincia di Brescia, tramite azioni di promozione partecipata (es. Instameet, Photo Contest online, ecc...), in grado di sviluppare una forte immedesimazione che trasformerà il cittadino nel primo ambasciatore del territorio.

Azioni di promozione e commercializzazione: attività offline

Attività B2B e B2C in Italia e all'estero

Si prevede l'organizzazione di **occasioni di incontro tra la domanda e l'offerta turistica trade**. Insieme ai consorzi bresciani, ai principali stakeholder del settore, e ai Tour Operator incoming della provincia di Brescia è stato definito un programma di promozione B2B sui mercati; inoltre, ove tali consorzi partecipino autonomamente ad altre fiere o eventi B2B, sarà cura della società favorire comunque la diffusione di materiale promozionale dell'intera provincia.

Si prevede la realizzazione delle seguenti attività promozionali:

- Workshop;
- Speed date;
- Educational Tour per Tour Operator;
- Road Show;
- Door to Door;
- Azioni di co-marketing con i principali vettori che collegano la provincia di Brescia a importanti scali turistici

oltre alla partecipazione alle più importanti fiere di settore sui mercati e all'organizzazione di specifici approfondimenti formativi sui mercati per gli operatori turistici bresciani.

BILNI - Borsa Internazionale dei Laghi del Nord Italia

Nel 2023 si prevede la partecipazione alla **seconda edizione della "Borsa Internazionale dei Laghi del Nord Italia"**, importante progetto incoming buyer nato dall'evoluzione della "BILNI - Borsa Internazionale dei Laghi d'Italia", storico evento nato da Camera di Commercio di Brescia e Visit Brescia, che nel corso di venti edizioni ha consentito l'incontro tra oltre 1.400 buyer da Europa e paesi extraeuropei e oltre 4.000 seller, coinvolgendo destinazioni turistiche lacuali da tutta Italia.

Dopo il successo dell'edizione 2022, svoltasi a Desenzano del Garda e organizzata da Visit Brescia, la prima edizione della BILNI - Borsa Internazionale dei Laghi del Nord Italia ha visto la compartecipazione delle Camere di Commercio di Brescia, Bergamo (tramite Visit Bergamo), Como-Lecco, Monte Rosa Laghi Alto Piemonte, Varese, Verona e della società Trentino Marketing.

BILNI rappresenta oggi il principale evento trade di promozione dell'offerta turistica lacuale dei laghi del nord Italia.

Attività di advertising in Italia e all'estero, stampa e press trip

La società intende avviare un'intensa attività in grado di **promuovere su importanti canali di rilievo tutta la provincia** e i suoi tematismi, valorizzandoli in base alla stagionalità degli stessi. Si prevede di predisporre una **campagna di comunicazione di livello internazionale** in grado di colpire con efficacia i mercati target. Si prevedono pertanto le seguenti attività:

- Progettazione e pianificazione di campagna;
- Sviluppo delle creatività (grafiche, copy, claim) per i diversi prodotti e buyer personas connesse;
- Declinazione multilingua e multiformato;
- Viaggi stampa Italia ed estero;
- Ufficio stampa Italia ed estero;
- Azioni di co-marketing con i principali vettori che collegano la provincia di Brescia a importanti scali turistici.

Si prevede il rafforzamento dell'attività sui canali televisivi, radiofonici e sulla stampa, con l'obiettivo di consolidare la presenza del territorio su quotidiani e riviste di livello del panorama nazionale ed estero.

Creazione di contenuti informativo-promozionali e co-marketing

Si prevede il **rafforzamento dell'attività editoriale** della società per offrire al turista contenuti d'interesse, in continuo aggiornamento e **multilingua**. Si prevede pertanto:

- La realizzazione di un piano editoriale ad hoc per il mercato europeo almeno in lingua inglese e tedesca in co-marketing con attrattori e destinazioni del territorio;
- L'implementazione del piano sui touch point Visit Brescia;
- La realizzazione e l'aggiornamento di brochure, informative e promozionali, in più lingue su località, esperienze, tematismi riguardanti la provincia di Brescia;
- Il servizio di traduzione in lingua.

È previsto il completamento della **realizzazione di video e immagini** su Brescia e provincia da utilizzare per la promozione multicanale e per i materiali informativi sopra citati.

Bandi di finanziamento e progetti e sviluppo di prodotto

Al fine di reperire nuove risorse per il mantenimento e l'ampliamento dei servizi e delle attività di promozione erogate, l'azienda svolge un costante monitoraggio sui bandi regionali e comunitari, per valutazioni circa la costituzione di partenariati e la partecipazione, attraverso la definizione di progetti. La società ha partecipato a diversi bandi regionali, sia come soggetto capofila sia come soggetto aderente, con partner privati e pubblici. Tutti i bandi presentati sono stati aggiudicati.

L'attività si pone l'obiettivo di consolidare inoltre la pianificazione strategica in ottica turistica della società tramite l'elaborazione di nuovi e aggiornati piani di destination management & marketing turistico.

Nel corso del 2020 e del 2021 la società ha implementato sei piani di Destination Management & Marketing rivolti al turismo montano (invernale ed estivo), al turismo culturale della città di Brescia, al segmento MICE, luxury e ai turismi lacuali dei laghi di Garda e Iseo.

Si intende ora **procedere allo sviluppo e alla gestione dell'offerta aggregata** di tali prodotti, anche in vista di Bergamo-Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023, il cui efficientamento è ritenuto di primaria importanza per un rapido recupero dei livelli turistici pre Covid-19. L'attività di destination management & marketing prevede inoltre:

- L'istituzione di un tavolo di coordinamento permanente con i territori e gli stakeholder di prodotto;
- La definizione dei relativi prodotti turistici;
- La predisposizione di itinerari di prodotto, in collaborazione con i Tour Operator incoming bresciani;
- Presentazioni pubbliche del lavoro svolto agli stakeholder e alla cittadinanza.

La società intende inoltre proseguire nell'attività di valorizzazione del **turismo esperienziale**, sempre più ricercato dal turista moderno, coinvolgendo importanti attori della filiera turistica in grado di arricchire l'offerta della destinazione.

L'attività prevede:

- Incontri di coordinamento e formazione con le imprese aderenti;
- Attività di comunicazione e di produzione di materiali informativo-promozionali.

Studi, ricerche, formazione

Per **supportare le scelte di gestione data driven delle imprese di settore**, si ritiene di istituire un sistema di raccolta, elaborazione e diffusione di dati tramite l'analisi del sentiment del territorio e dei suoi prodotti, in modo da fornire indicazioni repentine in merito alla stima degli arrivi e delle presenze turistiche, alle motivazioni del viaggio, ai tipi di turista che visitano il territorio (buyer personas) e alle loro abitudini di consumo. Si ritiene inoltre di proseguire l'attività di formazione rivolta agli operatori turistici con l'obiettivo di aumentare la competitività del settore.

Budget e risultati

Il progetto "Visit Brescia 2023" si pone come obiettivo principale quello di aumentare e consolidare la quota di mercato turistico proveniente dall'Italia e dall'Europa. In dettaglio si prevede il raggiungimento dei seguenti risultati:

- N° 12 workshop in Italia e all'estero con un gradimento medio complessivo positivo per almeno il 75% dei partecipanti (buyer e seller);

- N° 3 educational tour con operatori italiani ed esteri con un gradimento medio complessivo positivo per almeno il 75% dei partecipanti (buyer);
- N° 6 fiere in rappresentanza di tutto il territorio in Italia e all'estero;
- N° 16 comunicati stampa in Italia e all'estero;
- N° 3 giornate di formazione per operatori turistici bresciani con un gradimento medio complessivo positivo per almeno il 75% dei partecipanti;
- N° 2 report di Marketing Intelligence;
- N° 1 piano di Destination Marketing;
- N° 10 press trip e assistenze con giornalisti italiani ed esteri;
- N° 1 campagne multicanale di prodotto multilingua;
- Un aumento annuo del 15% del numero delle sessioni del sito visitbrescia.it;
- Un aumento annuo del 5% del numero di follower su Instagram @visitbrescia;
- N° 5.000 nuovi contatti prospect B2B e B2C profilati in database.

Progetto speciale "Visit Brescia 2023"	Importo netto €	Importo IVA 22% €	Importo lordo €
Entrate			
CCIAA BS per progetto speciale "Visit Brescia 2023"	819.033,00	180.187,26	999.220,26
Operatori	10.000,00	2.200,00	12.200,00
Ente Bilaterale	2.000,00	440,00	2.440,00
TOTALE	831.033,00	182.827,26	1.013.860,26
Uscite			
- FIERE			
Fiere in Italia e Europa	130.000,00	28.600,00	158.600,00
- INIZIATIVE B2B			
Workshop + Educational Tour in Italia e Europa	286.766,66	63.088,67	349.855,33
- ADVERTISING, STAMPA E PRESS TRIP			
Ufficio stampa, press trip e assistenze Italia e Europa	112.500,00	24.750,00	137.250,00
- INIZIATIVE B2C			
Campagna B2C Italia e Europa	134.667,77	29.626,91	164.294,68
- CREAZIONE DI CONTENUTI E CO-MARKETING	70.000,00	15.400,00	85.400,00
- BANDI E SVILUPPO DI PRODOTTO	72.098,57	15.861,69	87.960,26
- STUDI, RICERCHE, FORMAZIONE	25.000,00	5.500,00	30.500,00
TOTALE	831.033,00	182.827,26	1.013.860,26

IL DIRIGENTE
DELL'AREA AMMINISTRATIVA
(dr Massimo Ziletti)