

# visit brescia

## Progetto speciale di promozione turistica

# Visit Brescia 2024

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 Lombardia<sup>1</sup>, 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).

Se da un lato tali risultati sono imputabili all'immutabile attrattività della provincia di Brescia quale territorio d'eccellenza nel panorama turistico internazionale, un importante riconoscimento dei traguardi raggiunti è da attribuire agli impegni profusi dal sistema turistico bresciano, con la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Brescia in prima linea con Visit Brescia per la riattivazione dei flussi turistici e il sostegno al settore in epoca post-covid. **Tali sforzi hanno contribuito al susseguirsi di due annate record per la provincia in termini di presenze turistiche**: 12 milioni 344 mila nel 2022 **(+25,48% sul 2019)** e 13 milioni 195 mila nel 2023 **(+6,45 sul 2022)**<sup>2</sup>.

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 climatica 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 2024".

## 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;

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

<sup>2</sup> Cfr: Provincia di Brescia - Turismo in Provincia di Brescia 2023 - marzo 2024

- **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.

## 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 2024**.

## Mercati

Si prevede infatti che per la stagione turistica 2024 il turista sarà propenso a premiare maggiormente le destinazioni di lungo raggio rispetto al triennio 2020-2023. 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 e aumentando i percorsi strategici di destagionalizzazione già avviati.

Visit Brescia monitorerà costantemente l'andamento dei mercati, 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 si intende raggiungere sempre più anche il turista straniero 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 content creator ed ambasciatori del territorio.

### Influencer marketing

Con l'obiettivo di migliorare in maniera repentina la percezione del territorio agli occhi di nuovi target e turisti, si prevede l'**avvio di collaborazioni con selezionati influencer italiani ed esteri** 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

### Destination Management & Marketing

A partire dal 2020 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, il cui efficientamento è ritenuto di primaria importanza. 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 potenziare l'attività di valorizzazione del **turismo sportivo e all'aria aperta**, 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;
- Mappatura delle attrattive e costruzione del prodotto;
- Attività di comunicazione e di produzione di materiali informativo-promozionali.

### Attività B2B e B2C in Italia e all'estero

La società, direttamente o in sinergia con iniziative della Camera di Commercio di Brescia, predispone costantemente **occasioni di incontro tra la domanda e l'offerta**. Insieme ai consorzi bresciani sarà definito un programma di partecipazione a workshop e a fiere, virtuali o in presenza, in Italia e all'estero; inoltre, ove tali consorzi partecipino autonomamente ad altre fiere, sarà cura della società favorire comunque la diffusione di materiale promozionale dell'intera provincia.

Si prevede la realizzazione delle seguenti attività promozionali connesse:

- Viaggi stampa Italia ed estero;
- Ufficio stampa Italia ed estero;
- Workshop e Fam trip;
- Azioni di co-marketing con i principali vettori che collegano la provincia di Brescia a importanti scali turistici.

### BILNI - Borsa Internazionale dei Laghi del Nord Italia

Nel 2024 si prevede la partecipazione alla **terza 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 (Desenzano del Garda) e 2023 (Verbania/Stresa), organizzate rispettivamente da Visit Brescia e Fedora, la prossima edizione della BILNI - Borsa Internazionale dei Laghi del Nord Italia si svolgerà sul lago di Como a marzo 2024.

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

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. Recepite le linee guida dei piani di destination marketing, raccolte ed elaborate le istanze degli stakeholder territoriali, 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;

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 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 di 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 e di sviluppo di prodotto.

## Studi, ricerche, formazione

Per **supportare le scelte di gestione data driven delle imprese di settore**, si ritiene di proseguire e aumentare l'attività 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 2024" 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° 11 workshop in Italia e all'estero;
- N° 7 educational tour con operatori italiani ed esteri;
- N° 9 fiere in rappresentanza di tutto il territorio in Italia e all'estero;
- N° 20 comunicati stampa in Italia e all'estero;
- N° 3 giornate di formazione per operatori turistici bresciani;
- 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.

<b>Progetto speciale "Visit Brescia 2024"</b>	<b>Importo netto €</b>	<b>Importo IVA 22% €</b>	<b>Importo lordo €</b>
<b>Entrate</b>			
CCIAA BS per progetto speciale "Visit Brescia 2024"	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
<b>TOTALE</b>	<b>831.033,00</b>	<b>182.827,26</b>	<b>1.013.860,26</b>
<b>Uscite</b>			
- <b>FIERE</b>			
Fiere in Italia e Europa	145.000,00	31.900,00	176.900,00
- <b>INIZIATIVE B2B</b>			
Workshop + Educational Tour in Italia e Europa	265.000,00	58.300,00	323.300,00
- <b>ADVERTISING, STAMPA E PRESS TRIP</b>			
Ufficio stampa, press trip e assistenze Italia e Europa	90.000,00	19.800,00	109.800,00

- INIZIATIVE B2C			
Campagna B2C Italia e Europa	120.000,00	26.400,00	146.400,00
- CREAZIONE DI CONTENUTI E CO-MARKETING	80.000,00	17.600,00	97.600,00
- BANDI E SVILUPPO DI PRODOTTO	80.000,00	17.600,00	97.600,00
- STUDI, RICERCHE, FORMAZIONE	51.033,00	11.227,26	62.260,26
<b>TOTALE</b>	<b>831.033,00</b>	<b>182.827,26</b>	<b>1.013.860,26</b>

## Dettagli attività

VISIT BRESCIA 2024	Disponibilità	Budget
<b>WORKSHOP &amp; EDUCATIONAL TOUR</b>	<b>€ 265.000,00</b>	
Workshop & Educational Tour BILNI		€ 19.500,00
Workshop & Educational Tour Discover Italy		€ 30.000,00
Workshop ITW Londra		€ 10.000,00
Workshop ITW Nova		€ 20.000,00
Workshop & Educational Tour montagna bresciana estate		€ 20.000,00
Workshop & Educational Tour turismo sportivo & open air		€ 35.000,00
Workshop ITW Stoccolma		€ 10.000,00
Workshop Good Italy Piacenza		€ 2.500,00
Workshop & Educational Tour Unioncamere Lombardia		€ 13.000,00
Educational Tour turismo scolastico e culturale		€ 20.000,00
Roadshow Praga, Varsavia, Riga		€ 75.000,00
Giornate di formazione operatori bresciani		€ 10.000,00
<b>Totale Workshop &amp; Educational Tour</b>		<b>€ 265.000,00</b>
<b>FIERE</b>	<b>€ 145.000,00</b>	
Vakantiebeurs Utrecht		€ 20.000,00



Salon des Vacances Bruxelles		€ 20.000,00
BIT Milano		€ 2.500,00
ITB Berlino		€ 3.000,00
Salon Mondial du Tourisme Paris		€ 20.000,00
Ferien Messe Vienna		€ 20.000,00
Fiera del Cicloturismo Bologna		€ 16.500,00
TTG Rimini		€ 3.000,00
Futura		€ 20.000,00
WTM Londra		€ 20.000,00
<b>Totale Fiere</b>		<b>€ 145.000,00</b>
<b>STAMPA E PRESS TRIP</b>	<b>€ 90.000,00</b>	
Ufficio stampa locale		€ 26.000,00
Ufficio stampa Italia		€ 25.000,00
Ufficio stampa estero		€ 25.083,33
Assistenze e altri costi media		€ 13.916,67
<b>Totale Stampa e press trip</b>		<b>€ 90.000,00</b>
<b>QUOTA BANDI E PROGETTI DI SVILUPPO PRODOTTO</b>	<b>€ 80.000,00</b>	
Assistenza progetto di sviluppo governance CCIAA Brescia		€ 15.000,00
Sviluppo prodotto cicloturismo		€ 43.000,00
Progetto sistema informativo di marketing Visit Brescia		€ 22.000,00
<b>Totale quota bandi e progetti di sviluppo prodotto</b>		<b>€ 80.000,00</b>
<b>CREAZIONE CONTENUTI E CO-MARKETING</b>	<b>€ 80.000,00</b>	
Content creation		€ 30.000,00

Gestione operativa canali Visit Brescia		€ 30.000,00
Co-marketing con eventi-attrazione della provincia di Brescia		€ 20.000,00
<b>Totale Creazione contenuti e co-marketing</b>		<b>€ 80.000,00</b>
<b>STUDI, RICERCHE, FORMAZIONE</b>	<b>€ 51.033,00</b>	
Dashboard Data Appeal		€ 9.900,00
Formazione operatori		€ 13.100,00
Implementazione applicativo raccolta dati ricettività provincia di BS		€ 24.533,00
Hospitality Riva del Garda		€ 1.000,00
Web Marketing Festival Rimini		€ 1.000,00
Luxury Hospitality Conference Milano		€ 250,00
Destination Lab Riva del Garda		€ 250,00
BTO Firenze		€ 1.000,00
<b>Totale Studi, ricerche, formazione</b>		<b>€ 51.033,00</b>
<b>COMUNICAZIONE B2C</b>	<b>€ 120.000,00</b>	
Campagna multi-channel Italia-estero		€ 120.000,00
<b>Totale Campagna multi-channel Italia-estero</b>		<b>€ 120.000,00</b>
<b>TOTALE PROGETTO "VISIT BRESCIA 2024"</b>	<b>€ 831.033,00</b>	<b>€ 831.033,00</b>

IL DIRIGENTE  
DELL'AREA AMMINISTRATIVA  
(dr Massimo Ziletti)