



Provincia
di Ferrara



Camera di Commercio
Ferrara

Giornate provinciali del turismo

Come affrontare la complessità del sistema turistico

**I prodotti che completano
l'offerta turistica e la loro
organizzazione**

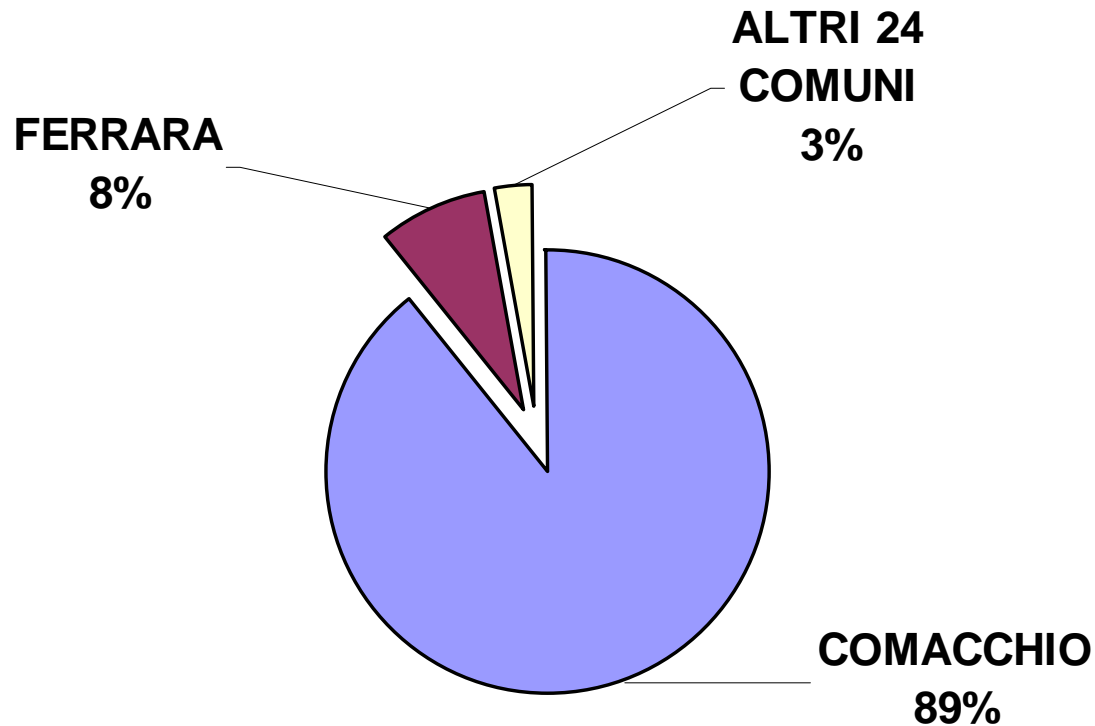


Comune di Bondeno

Ferrara
terra e acqua

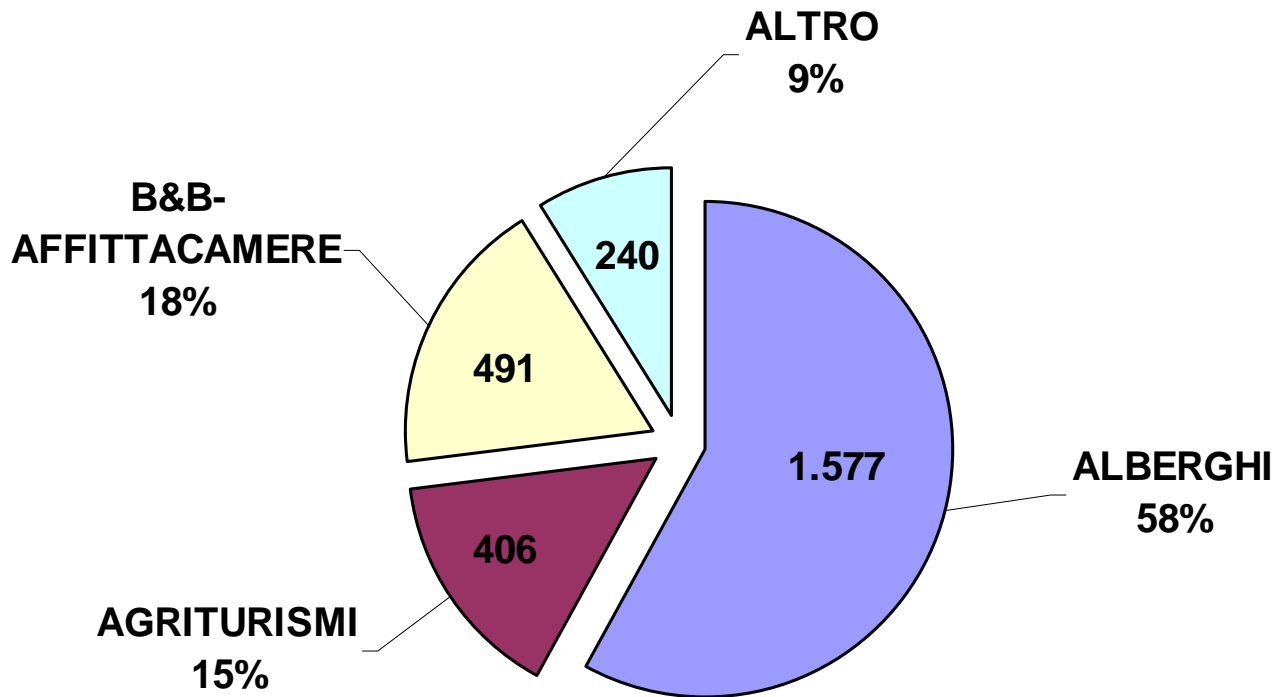
IL SISTEMA TURISTICO

Presenze Turistiche nella provincia di Ferrara



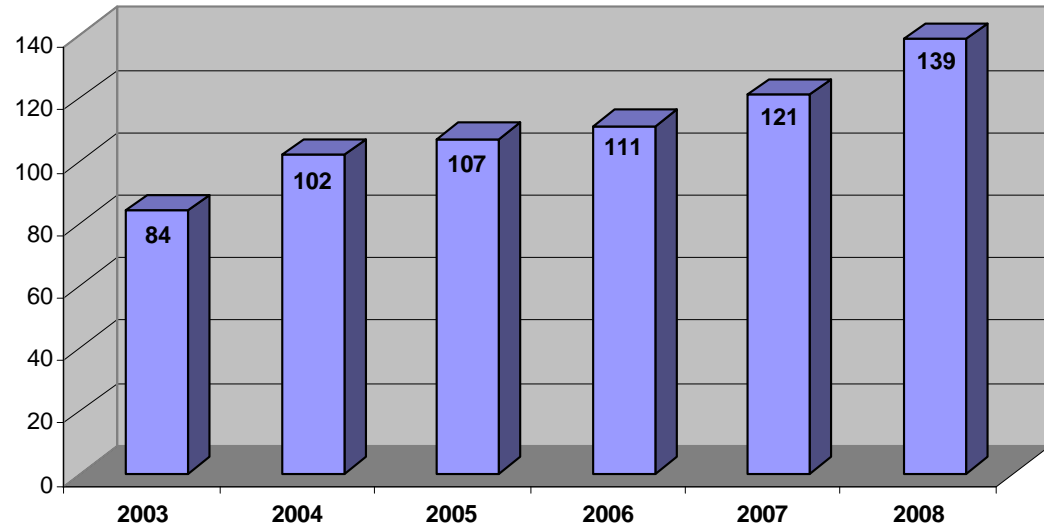
24 COMUNI

Posti letto per tipologia ricettiva

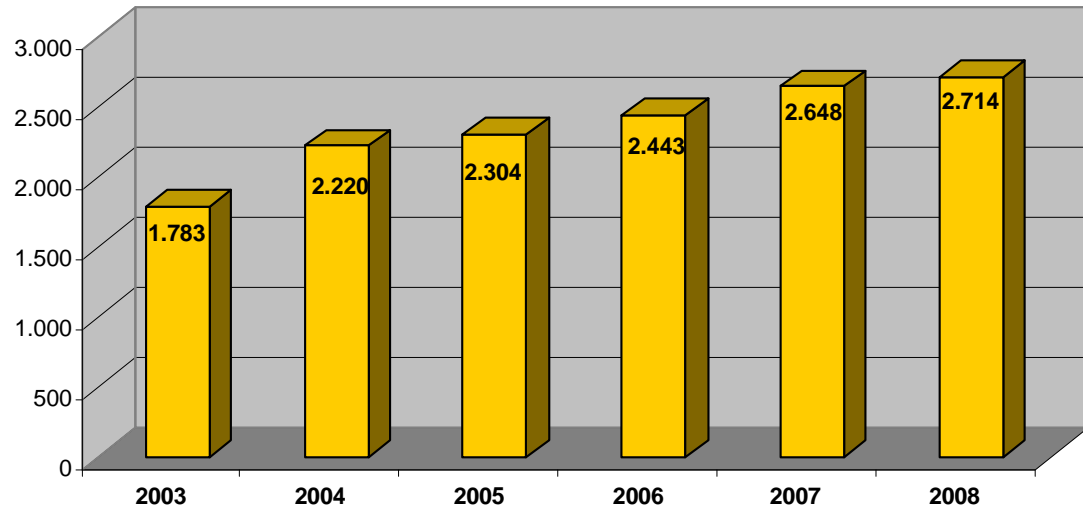


L'EVOLUZIONE

**Numero strutture
dal 2003 al 2008
+66%**

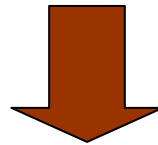


**Posti letto dal
2003 al 2008
+52%**

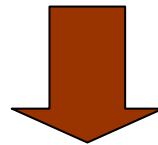


IL LIMITE DEI NUMERI

IL TURISMO UFFICIALE E' CONVENZIONALMENTE
MISURATO DAI **PERNOTTAMENTI** REGISTRATI



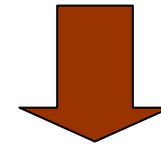
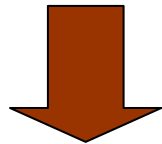
L'ECONOMIA TURISTICA E' RAPPRESENTATA
DALLA SOMMA DEGLI **EFFETTI DIRETTI ED**
INDIRETTI PRODOTTI DALLA SPESA TURISTICA



LA SPESA TURISTICA NON E' UNICAMENTE
RICONDUCIBILE ALLA SPESA DI CHI PERNOTTA

IL LIMITE DEI NUMERI

**MISURARE LE PRESENZE NON SIGNIFICA
MISURARE L'ECONOMIA TURISTICA**



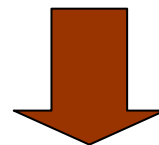
**OCCOERE ALLARGARE IL CONCETTO DI
TURISMO ED AFFINARE GLI STRUMENTI DI
MISURAZIONE**

IL TURISMO NELLA SUA COMPLESSITA'

DAL CONCETTO DI VACANZA AL CONCETTO DI
ESPERIENZA



L'IMPORTANZA DEI BISOGNI OGGETTIVI E LE
ASPETTATIVE INESPRESSE O INCONSCIE DEI
TURISTI

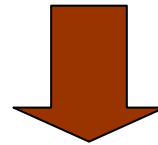
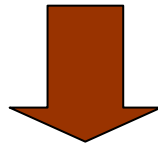


LA RICCHEZZA E LA QUALITA'
DELL'OFFERTA COME MIGLIORE RISPOSTA
ALLA DOMANDA DI UN MERCATO EVOLUTO



NUOVO CONCETTO DI PRODOTTO TURISTICO

DAL LIMITE DELLA PROPOSTA MONOTEMATICA
(balneare, natura, arte, mostre)



ALLE PROPOSTE/PRODOTTI COMPLEMENTARI

- Cicloturismo
- Navigazione
- Agriturismo
- Sagre
- Eventi
- Convegni e Congressi
- Birdwatching
- Pescaturismo
- Paesaggi d'autore
- Luoghi del cinema
- Mercatini
- Turismo sportivo

UN POSSIBILE APPROCCIO STRATEGICO

- 1. ACQUISIRE CONSAPEVOLEZZA**
- 2. ORGANIZZARE L'OFFERTA**
- 3. COMMERCIALIZZARE**
- 4. PROMUOVERE**
- 5. VALUTARE I RITORNI**

n. 1

**ACQUISIRE
CONSAPEVOLEZZA**

ACQUISIRE CONSAPEVOLEZZA

- 1. APPROFONDIRE LA CONOSCENZA DEL TERRITORIO E DELLE POTENZIALITA'**
- 2. CREDERE NELLA POSSIBILITA' DI PRODURRE NUOVA ECONOMIA**
- 3. VALUTARE LE CONNESSIONI TRA I DIVERSI AMBITI**
- 4. AGIRE COERENTEMENTE NELLA PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI INTERVENTI PUBBLICI**

n. 2

ORGANIZZARE L'OFFERTA

ORGANIZZARE L'OFFERTA

- 1. INDIVIDUARE I PRINCIPALI ATTORI INTERESSATI ALLO SVILUPPO TURISTICO**
- 2. RICONOSCERE E STUDIARE I BUONI ESEMPI**
- 3. SCEGLIERE IL MERCATO OBIETTIVO IN RELAZIONE ALLE REALI POTENZIALITA'**
- 4. CONCENTRARSI SU POCHE PROPOSTE PRIMA DI ALLARGARE L'OFFERTA**
- 5. PORSI NELL'OTTICA DEL TURISTA**

n. 3

COMMERCIALIZZARE

COMMERCIALIZZARE

- 1. DEFINIRE E RICONOSCERE GLI OBIETTIVI DEI SINGOLI E GLI OBIETTIVI DEL SISTEMA**
- 2. CREARE LE REGOLE INTERNE PER LA COMMERCIALIZZAZIONE**
- 3. AFFRONTARE IL MERCATO ATTRAVERSO LA MASSIMA SEMPLIFICAZIONE DELL'OFFERTA E DELLE MODALITA' DI ACQUISTO**
- 4. PUNTARE SUI PROFESSIONISTI**

n. 4

PROMUOVERE

PROMUOVERE

- 1. SEGLIERE I MERCATI OBIETTIVO**
- 2. DEFINIRE GLI STRUMENTI IN RELAZIONE ALL'EFFICIENZA**
- 3. SFRUTTARE LA PROMOZIONE DEI PRODOTTI FORTI PER VEICOLARE LE PROPOSTE PIU' DEBOLI**
- 4. DEFINIRE MESSAGGI COERENTI CON L'OFFERTA**
- 5. ATTIVARE SINERGIE CON TERRITORI LIMITROFI**

n. 5

VALUTARE I RITORNI

VALUTARE I RITORNI

- 1. CREARE UN SISTEMA DI VALUTAZIONE DEI RISULTATI**
- 2. NON LIMITARSI AL SOLO CONTO NUMERICO DELLE PERSONE**
- 3. CONCETTO DI EFFICIENZA COMPLESSIVA**
- 4. CONSIDERARE I BENEFICI DI IMMAGINE OLTRE AI BENEFICI ECONOMICI DIRETTI**
- 5. UTILIZZARE LE VALUTAZIONI PER RIDEFINIRE OBIETTIVI E STRATEGIE**

CONCLUSIONE

I PRODOTTI COMPLEMENTARI SONO UN'**OPPORTUNITA'** DI SVILUPPO ECONOMICO PER IL TERRITORIO. IL RISCHIO VERO E' QUELLO DI SOTTOVALUTARNE LA COMPLESSITA', RIMANDANDO LE **SCELTE STRATEGICHE** (sia del Pubblico che del Privato) **APPARENTEMENTE TROPPO AMBIZIOSE**