



## CORSO ANIMATORI ANIMATORI CULTURALI AMBIENTALI

**CONOSCERE PER AMARE.** *Imparare a conoscere il proprio territorio. Impegnarsi per promuoverlo.*

### IL MARKETING TERRITORIALE di Maria De Vita

(Promozione e sviluppo di progetti per la valorizzazione di un territorio)

#### PREMESSE

**MARKETING:** Il marketing è il complesso delle tecniche intese a porre merci e servizi a disposizione del consumatore e dell'utente in un dato mercato nel tempo, luogo e modo più adatti, ai costi più bassi per il consumatore e nello stesso tempo remunerativi per l'impresa



**MARKETING TERRITORIALE:** indica il complesso di **progetti** e **programmi** che hanno come scopo la promozione e lo sviluppo territoriale. Con parole semplici si tratta di tutta quella serie di attività, come organizzazione di eventi, creazione di network e individuazione di eccellenze, mirate a rivalutare e valorizzare un territorio al fine di renderlo più competitivo e attrattivo. Il marketing territoriale è di solito una **collaborazione tra pubblico e privato** per lo sviluppo e la promozione di un luogo.

#### COME EFFETTUARE L'ANALISI DI UN TERRITORIO

1. Individuare le caratteristiche competitive, le potenzialità e le tipicità di un territorio (mare, cucina, arte, ecc..) - ESPRESSE ED INESPRESSE –
2. Creare network strategici tra enti pubblici e strutture ricettive
3. Definire una strategia di comunicazione integrata per la promozione del territorio
4. Organizzare una serie di iniziative promozionali (ad esempio creare pacchetti che offrono coupon di sconto per la visita ai musei o a cantine della zona collegando più realtà).

## PERCHE' FARE RETE IN UN TERRITORIO

Si sceglie una destinazione, un itinerario, un tour, basandosi su un PROCESSO EMOZIONALE. Ecco perché i piani di marketing devono cercare di mettere in rete più impulsi. Per creare una storia in grado di suscitare emozioni e quindi attrarre i viaggiatori in una località, è necessario sviluppare un rapporto con il territorio e sfruttare le sue caratteristiche e le sue eccellenze per riuscire a distinguersi dalle altre mete (offerta completa viaggio/struttura/itinerari, enogastronomia, guide preparate, ecc..).

## I VANTAGGI DEL MARKETING TERRITORIALE

Lo sviluppo di una buona strategia di marketing territoriale aiuta sia la località/comune nel suo complesso, sia le singole aziende di produzione che le strutture ricettive in quanto:

- Individua competenze distintive per differenziarsi dalle altre località
- Aiuta la creazione di una storia attraverso cui sviluppare una comunicazione efficace
- Sviluppa la creazione di network tra enti e strutture per rafforzare la propria offerta turistico/culturale

## DEFINIZIONE DEL PROGRAMMA DI MARKETING TERRITORIALE

A tale scopo bisogna tener conto

- Di **soggetti pubblici e privati presenti sul territorio** e delle specifiche competenze ed esigenze
- Della necessità
  - di produrre effetti positivi sia sul sistema economico locale che sull'intera società
  - di sviluppare politiche di aggregazione operativa e funzionale tra i diversi soggetti coinvolti o beneficiari delle attività
  - di sviluppare progetti e programmi capaci di generare risultati strutturali e tangibili nel breve, medio e lungo periodo
  - di valorizzare, ristrutturare, riconvertire e riqualificare strutture o realtà non più economicamente rappresentative o non utilizzate per il loro specifico potenziale
- Dell'esigenza di **produrre effetti economicamente rilevanti** in considerazione della pluralità e peso dei soggetti coinvolti
- Del fattore tempo che impone scelte e decisioni in linea con l'evoluzione dei mercati
- Dell'impossibilità di modificare sostanzialmente le attività in corso se non in termini evolutivi

## DESTINATARI DEL PIANO MARKETING

- Turisti/CLIENTI (territorio come destinazione)
- Investitori "esogeni" (nell'ambito delle cosiddette politiche di attrazione degli investimenti)
- Nuovi abitanti (come nel caso delle politiche di attrazione di giovani ad alto livello di formazione, esponenti della cosiddetta "classe creativa")



**ORA TOCCA A TE!**



**Analizza tutte le fasi del CORSO A.C.A. CTG**

**Fai rete**

**(... anche con altri progetti già in essere)**

**Condividi le tue idee**

**Rifletti sui punti di forza del tuo territorio**

**Sogna un progetto .....**

