



Provincia di Rimini



**misano**  
adriatico

**Riccione.it**

COMUNE DI CATTOLICA (RN)  
ARCHIVIO GENERALE



06 NOV. 2012

PROT. No 29820

CAT. CLASSE FASC.

## Il sistema territoriale Mare & Entroterra

Azioni di promozione turistica in Germania e Austria in co - marketing tra Provincia di Rimini,

Comune di Cattolica, Comune di Misano Adriatico, Comune di Riccione e

Unione di Prodotto Costa dell'Emilia-Romagna

### Premessa

I Comuni di Cattolica, Misano Adriatico, Riccione e la Provincia di Rimini hanno già in essere una serie di attività promozionali mirate alla comunicazione del prodotto turistico territoriale, interessante non solo per il tradizionale segmento balneare, ma anche per un target, nazionale ed internazionale, in grado di apprezzare la straordinaria ricchezza di opportunità turistiche nell'ambito culturale, storico, eno-gastronomico e sportivo del territorio provinciale nel suo complesso.

Fermo restando la rilevanza del turismo balneare gli Enti interessati a questo progetto possono contare su un patrimonio comune (entroterra) che ben si integra con la propria offerta turistica. Un valore aggiunto che modifica e completa le peculiarità che il territorio può offrire ai nostri visitatori.

Spiaggia e mare ma anche borghi storici, buona cucina e tradizione uniti sotto un unico marchio, quello di un territorio di lunga e grande tradizione turistica.

Un prodotto capace di trasformarsi, completarsi ed innovarsi per essere sempre più al passo coi tempi e soddisfare innumerevoli fasce di pubblico nazionale ed estero. Una filosofia più volte accompagnata dal sostegno attivo dell'Unione di Prodotto Costa, che ha recepito potenzialità e punti di forza di un progetto mirato alla integrazione di diverse realtà di un unico territorio.

L'idea della collaborazione tra i due Comuni della zona sud della Provincia di Rimini, sostenuti dalla collaborazione della stessa Provincia e sotto l'egida dell'Unione Prodotto Costa, si basa su due punti di forza:

- il rapporto di co - marketing, che mira a ottimizzare le risorse e a moltiplicare la resa degli investimenti promozionali effettuati dagli enti territoriali;
- la piena valorizzazione delle realtà dell'entroterra e delle località coinvolte rappresenta un incomparabile valore aggiunto al prodotto balneare che, se opportunamente promosso e commercializzato, assicura prestigio ad un nuovo e più completo prodotto turistico in grado di reggere il confronto con le più rinomate località turistiche italiane.

## **I mercati di riferimento**

Traendo spunto dalle precedenti esperienze di promozione all'estero e dalla realizzazione del progetto 2012, che si sta concludendo in questi giorni, gli Enti Locali interessati ripropongono, per l'anno 2013, con il coinvolgimento anche del Comune di Cattolica, il progetto "Il sistema territoriale Mare & Entrotterra" mirato a mercati di prossimità come la Germania e l'Austria.

### **Mercato tedesco**

Verrà data continuità al lavoro definito nel progetto 2012 con una azione di promozione e comunicazione innovativa: l'utilizzo di un truck con annessa una area hospitality coperta di circa 90 mq. nella quale ricevere gli operatori, giornalisti di settore e aperta al pubblico, nelle più importanti e frequentate piazze di Monaco di Baviera, Berlino e Vienna. Una struttura, quella del truck, che garantisce flessibilità e completa autonomia per le nostre attività. Un mezzo attrezzato con un ufficio per la commercializzazione del prodotto, l'area coperta per la promozione e una cucina funzionante per poter preparare degustazioni di prodotti enogastronomici del nostro territorio.

Inoltre, dato il positivo riscontro del progetto 2012, si conferma la volontà di riproporre la collaborazione con la rivista specializzata Busblickpunkt che prevede una campagna di comunicazione sulla stessa rivista, la partecipazione al salone fieristico RDA di Colonia (riservato esclusivamente ai bus operator) e la partecipazione alla festa inaugurale di RDA dove, come per questa edizione, ci sarà la possibilità di avere uno spazio in cui "raccontare" la nostra destinazione turistica a tutti i partecipanti.

La vicinanza con l'Italia e, in particolare, con le nostre spiagge favorisce il trasferimento su gomma, inoltre questi operatori, già da alcuni anni, integrano i tradizionali trasferimenti in Bus con tratte in aereo. Da questo punto di vista la presenza del vicino aeroporto "Federico Fellini" costituisce un fondamentale riferimento strategico per raggiungere in modo agevole i nostri territori.

Un intervento mirato ad un pubblico che storicamente ha rappresentato la più consistente presenza straniera sulle nostre coste, un pubblico che progressivamente ha perso conoscenza dei nostri luoghi e ignora l'interessante sviluppo rappresentato dalle nuove e molteplici opportunità di cui si è arricchita oggi la nostra offerta turistica.

### **Gestione operativa**

Ente capo fila dell'intero progetto sarà il Comune di Riccione che seguirà tutti gli aspetti logistico-organizzativi delle azioni da mettere in atto per la realizzazione del progetto.

Per queste attività l'assessorato al Turismo del Comune di Riccione si avvarrà della collaborazione dei Consorzi e Club di Prodotto privati di Riccione che aderiscono al tavolo di lavoro unico per la promozione turistica.

## Ripartizione dei costi

Sulla base degli incontri svolti e degli accordi tra gli Enti Pubblici che aderiscono al progetto, la partecipazione economica relativa alle attività previste, viene individuata come segue:

Provincia di Rimini	Comune di Cattolica	Comune di Misano A.	Comune di Riccione	Totale
€ 30.000,00	€ 16.000,00	€ 13.000,00	€ 67.000,00	€ 126.000,00

I contributi della provincia di Rimini, del Comune di Cattolica e del comune di Misano Adriatico saranno versati direttamente al comune di Riccione che provvederà a sostenere tutte le spese relative alla realizzazione del presente progetto, esclusi tutti i costi inerenti il vitto e l'alloggio delle delegazioni in occasione degli eventi all'estero che, comunque, rimarranno in carico ad ogni singola Amministrazione.

Il contributo riconosciuto dalla Unione di Prodotto Costa della regione Emilia – Romagna sarà, al termine del progetto e a seguito di regolare rendicontazione, versato per intero, solo ed esclusivamente al comune di Riccione.

## Le azioni

1. Promozione e comunicazione della destinazione turistica con l'ausilio di un truck, con annessa area hospitality coperta di circa 90 mq., nelle più importanti piazze di Berlino, Monaco di Baviera e Vienna;
2. incontro con tour operator e stampa specializzata all'interno dell'area hospitality in ognuna delle tre città, mirato alla informazione e promozione del territorio della provincia di Rimini e degli Enti partner del progetto;
3. attività di informazione e promozione rivolta ai visitatori durante l'apertura della struttura con anche degustazione di prodotti tipici e concorsi con estrazione di buoni vacanza;
4. collaborazione con ufficio stampa tedesco per individuazione location, gestione pratiche per l'occupazione del suolo pubblico, acquisto di spazi pubblicitari sulla stampa locale per comunicare la presenza del truck nelle destinazioni individuate e tutte le attività connesse agli Incontri con tour operator e stampa specializzata;
5. collaborazione con la rivista specializzata Busblickpunkt che prevede, tra l'altro, la pubblicazione di "redazionali" inerenti il nostro territorio e sugli eventi più importanti della stagione 2013 nei mesi che precedono la nostra presenza a Colonia;
6. partecipazione a salone RDA di Colonia (luglio 2013) in uno spazio condiviso con la stessa rivista Busblickpunkt e partecipazione alla cena di apertura del salone fieristico all'interno della quale sarà riservato uno spazio per la presentazione dell'offerta turistica dell'intero territorio della zona sud della provincia di Rimini con l'ausilio di un video promozionale.

### Analisi dei costi (azioni 1,2,3,4)

Noleggio truck e rimborso chilometrico	28.000,00
Brandizzazione truck (grafica)	7.000,00
Costi relativi a occupazione suolo pubblico, allaccio a corrente elettrica e acqua nelle piazze	14.000,00
Individuazione location, attività di ufficio stampa, selezione tour operator e stampa specializzata, organizzazione incontri	22.000,00
Composizione grafica e gestione campagna pubblicitaria, acquisto spazi media	12.000,00
Acquisto e trasporto alimenti per degustazioni	3.000,00
<b>Totale</b>	<b>€ 86.000,00</b>

### Analisi dei costi (azione 5, 6)

Collaborazione con la rivista Busblickpunkt	25.000,00
Partecipazione a salone fieristico RDA di Colonia (luglio 2013)	13.000,00
Acquisto e trasporto alimenti per degustazioni	2.000,00
<b>Totale</b>	<b>€ 40.000,00</b>

**Importo complessivo Progetto "Mare & Entroterra" € 126.000,00**

Riccione, 24 ottobre 2012



Riccione.it 

 Provincia di Rimini

ASSESSORE AL TURISMO

Dott. *Silvano Gobbi*

*Felice Bell*