

## RELAZIONE DESCRITTIVA

(soggetta a pubblicazione nella sezione Amministrazione Trasparente del sito [www.pc.camcom.it](http://www.pc.camcom.it) a norma di legge)

### **Descrizione del progetto**

(Le indicazioni saranno impiegate per la valutazione del progetto a norma dell'art. 8 dell'Avviso)

**Fornire un descrizione dell'idea progettuale con l'indicazione dei seguenti elementi:**

ATTENZIONE: la sussistenza degli elementi indicati sarà richiesta ed esaminata anche in sede di predisposizione della documentazione consuntiva:

- . tematica del progetto: Nuove modalità di promozione e sviluppo del turismo enogastronomico legato ai prodotti tipici e al paesaggio rurale
- . azioni nelle quali si articola:
  - . Organizzazione di n. 10 eventi/iniziative: degustazioni guidate mirate ad un pubblico esperto, eventi in città in location storiche e/o mercati specializzati nell'agro-food per promuovere i prodotti enogastronomici locali con coinvolgimento di ristoratori/viticoltori/produttori del settore agroalimentare coinvolgendo partner economici diversi, cene realizzate nelle vigne, nei parchi, nei borghi, EducTour con buyer e operatori stranieri.
  - . Allestimento delle location nelle varie iniziative/eventi
  - . Studio e commercializzazione di prodotti turistici enogastronomici
  - . Attività di web e social marketing con campagne sponsorizzate
  - . Realizzazione, grafica e stampa di materiali promozionali cartacei
  - . Promozione media e lancio iniziative
  - . EducTour buyer internazionali
  - . Materiale multimediale
- . area geografica di riferimento: Intero territorio provinciale
- . obiettivo che si intende raggiungere:
  - . Creare e sperimentare nuovi prodotti turistici enogastronomici che abbiano le seguenti caratteristiche:
    - . o Nuove modalità di scoperta del territorio abbinando turismo ed esperienza enogastronomica in contesti inusuali e caratteristici
    - . o Coinvolgimento di settori complementari all'enogastronomia (turismo, artigianato artistico, cultura, arte e paesaggio rurale)
  - . Realizzare nuovi format di promozione enogastronomica da sperimentare con i buyer e operatori turistici stranieri
  - . Creare un'atmosfera di collaborazione tra le imprese delle Strade dei Vini e del PO appartenenti a vari settori economici (agricoltura, turismo, ristorazione) per la realizzazione comune di ciascuna iniziativa di promozione legata al progetto
  - . Sviluppare azioni di web e social marketing per la promozione-commercializzazione
  - . Consolidare il mercato domestico e raggiungere mercati più lontani
  - . Elevare il livello qualitativo dell'offerta turistica e stagionalizzare

## ALLEGATO B - RELAZIONE

- . Rafforzare la cooperazione tra enti pubblici e privati che fanno parte delle Strade.
- . destinatari: individuali italiani e stranieri, famiglie, piccoli gruppi, amanti dell'enogastronomia, soggetti d'intermediazione organizzata (buyer, tour operator, agenzie di viaggi), giornalisti specializzati, wine&food, travel blogger
- . incidenza dell'iniziativa sul sistema socio-economico piacentino (riportare solo elementi individuabili oggettivamente a consuntivo: ad esempio n. pasti serviti, n. presenze, n. pernottamenti...): Le iniziative e gli eventi in programma porteranno i seguenti risultati: n. 2.000 pasti (pranzi e cene), n. 2.000 degustazioni, n. 5.000 presenze, n. 500 pernottamenti (buyer stranieri, turisti italiani e stranieri)
- . settori sui quali il progetto incide: Agricoltura, Turismo, Ristorazione, Trasporti, Accoglienza e guide turistiche, Commercio locale
- . elementi di novità: esperienza diffusa sul territorio in luoghi inusuali e molto attrattivi dal punto di vista paesaggistico, trasformazione dell'esperienza in prodotto turistico, creazione di un legame forte tra prodotto tipico e territorio, utilizzo del social media story telling come strumento di comunicazione e promozione degli eventi per attrarre il pubblico.
- . tipologia di azioni di comunicazione e promozione: Utilizzo dei social network e dell'attività di social media marketing con la finalità di incontrare il visitatore anche in mercati lontani. Realizzazione di campagne pubblicitarie Facebook/Instagram per raggiungere con maggior focalizzazione i segmenti di pubblico prescelti
- . ulteriori indicazioni o elementi che si ritiene di segnalare: