

Regolamento generale recante criteri e modalità per assegnazione di contributi e di altri vantaggi economici in conformità all'art. 12 della L. 241/1990

La Fase 2 del progetto Destinazione Piacenza Pro-Muoviamo Piacenza, consisterà nell'organizzare, strutturare, pianificare e sviluppare i diversi prodotti turistici enogastronomici nel Piacentino, così come degli itinerari che includeranno la visita ai luoghi di produzione e trasformazione agroalimentare del territorio. Sono inoltre previsti la comunicazione, il marketing e la promozione del territorio di Piacenza come destinazione enogastronomica, ma anche come territorio che produce prodotti agroalimentari di qualità. Non si deve, infatti, dimenticare che Piacenza è l'unica provincia europea ad avere 3 salumi DOP (Coppa, Salame e Pancetta) e numerose denominazioni tutelate nel campo dei vini, oltre ad altri prodotti di qualità (Grana Padano e altri formaggi, aglio, asparago, miele, ecc...).

Il progetto si sviluppa su tre ambiti che saranno attuati contemporaneamente:

Il primo ambito prevede l'organizzazione operativa della attuale Rete "Assapora Piacenza", costituita da produttori agricoli, agroalimentari ed industrie di trasformazione. Le principali attività che si realizzeranno consisteranno nell'organizzazione del sistema (flussi di lavoro, metodi operativi), per poi passare all'organizzazione dell'accoglienza nelle diverse aziende partecipanti alla rete.

Ovviamente, si lavorerà per l'inclusione di più aziende e produttori nella rete "Assapora Piacenza", allargando la rete per permettere ai turisti e ai visitatori l'acquisto dei prodotti locali, incorporando produttori a Km 0, commercio agroalimentare specializzato e mercati locali.

Per questo, il Consorzio Piacenza Alimentare procederà alla realizzazione di visite alle aziende per aiutare e suggerire come organizzare l'accoglienza (percorsi, sicurezza, ecc.). Portare i turisti in azienda è un modo per far conoscere loro (mercato) le caratteristiche dei prodotti e la loro qualità, ma anche per facilitare le vendite (spaccio).

All'interno di questa fase sono previste diverse giornate di formazione in materia d'accoglienza turistica.

Il secondo ambito del progetto è la realizzazione vera e propria del "prodotto-pilota", cioè l'organizzazione e realizzazione delle visite ai produttori. Un'offerta turistica, in particolare nell'ambito dell'enogastronomia, funziona e ha successo se è organizzata e strutturata. Per questo motivo, il Consorzio Piacenza Alimentare, pianificherà e realizzerà un programma di visite tematiche (per prodotto). Queste visite saranno gestite direttamente da Piacenza Alimentare, attraverso lo strumento "Assapora Piacenza Bus". Il lancio del programma di visite guidate è previsto per settembre.

Il terzo ambito del progetto consiste nella comunicazione e il marketing del territorio e del prodotto "Assapora Piacenza". Fino a qualche anno fa, il turista enogastronomico era rappresentato da persone di età media e con un tenore di vita alto. Oggi invece sono i Millennials, i nati tra il 1981 e il 1998, ad influenzare sempre di più le tendenze del turismo food. È infatti in aumento il numero delle persone comprese in questa fascia d'età che intraprendono esperienze enogastronomiche. In Italia rappresentano oggi il 46%.

Con questa premessa, l'azione che Piacenza Alimentare porterà avanti sarà la promozione e la comunicazione di "Assapora Piacenza". Va detto anche che il Consorzio Piacenza Alimentare ha stretto un accordo con Destinazione Emilia, l'ente deputato per legge alla promozione turistica dei diversi territori dell'Emilia, diventandone partner tecnico.

OBIETTIVI DEL PROGETTO (esplicitare le ricadute previste sull'economia piacentina e sulla promozione del territorio)

Gli obiettivi generali che si vogliono raggiungere attraverso la realizzazione di questa strategia e dell'operatività pertinente sono:

Regolamento generale recante criteri e modalità per assegnazione di contributi e di altri vantaggi economici in conformità all'art. 12 della L. 241/1990

- Incremento della notorietà di Piacenza e il Piacentino come destinazione turistica
- Creazione di consapevolezza e fiducia nelle capacità del territorio
- Apertura e consolidamento di nuove strade di sviluppo turistico
- Miglioramento della (web) destination reputation
- Incremento dei flussi turistici per la destinazione Piacenza
- Ampliamento della stagionalità ed incremento della permanenza media
- Incremento della competitività di Piacenza come destinazione turistica grazie all'individuazione di nuove possibilità e nuovi prodotti turistici, con focus particolare sulle potenzialità del comparto enogastronomico
- Incremento dell'attrattiva verso i mercati turistici di interesse
- Creazione e facilitazione di collaborazione fra i diversi operatori

Inoltre, chiari obiettivi del Consorzio Piacenza Alimentare sono:

- Facilitare le vendite dei prodotti
- Incrementare l'immagine dei prodotti e dei produttori della Rete

EFFETTI CONCRETI DEL PROGETTO SUL TERRITORIO E SUL SISTEMA ECONOMICO PIACENTINO

L'effetto a medio periodo dovrà essere l'incremento del livello di visibilità e notorietà di Piacenza e del Piacentino, attualmente sotto la soglia della sufficienza, in modo tale che possa arrivare a creare un incremento del flusso turistico nel territorio, con le conseguenti ricadute economiche e di attività per il sistema.

In particolare, l'obiettivo strategico del progetto è l'incremento del 10% del numero d'arrivi turistici e del 15% delle presenze entro la fine del progetto (dicembre 2020).

DESCRIZIONE AZIONI DA REALIZZARE

Le azioni da realizzare sono inquadrate nel Piano Strategico di Sviluppo e Marketing "Destinazione Piacenza-Promuoviamo Piacenza", che è l'output della Fase 1.

In modo sinottico le azioni sono le seguenti:

1. Ambito: Prodotto "Assapora Piacenza"

Assapora Piacenza è una rete di prodotto che tutela la qualità dei prodotti tipici del territorio di Piacenza e garantisce autenticità e unicità all'esperienza di viaggio nella città e nella provincia.

- Organizzazione e gestione della rete "Assapora Piacenza"
- Creazione del Manuale operativo d'accoglienza turistica nelle aziende
- Organizzazione dell'accoglienza
 - o Visite alle aziende per aiutare e suggerire
 - o Giornate di formazione

2. Ambito: Programma visite guidate

Piacenza Alimentare metterà in cantiere diverse proposte e tour che includano la visita alle aziende di produzione e di trasformazione aderenti alla rete "Assapora Piacenza". La funzione del Consorzio Piacenza Alimentare è quella di fare il lancio e la start up, in modo di creare una massa critica e anche di notorietà, tale che posteriormente alcuni operatori turistici possano mettere sul mercato una proposta di turismo enogastronomico, con una logica di "rischio imprenditoriale"

Regolamento generale recante criteri e modalità per assegnazione di contributi e di altri vantaggi economici in conformità all'art. 12 della L. 241/1990

Le azioni saranno la creazione, gestione e promocommercializzazione del "Assapora Piacenza Bus", che consisterà in un'esperienza unica per una giornata di completa immersione nella cultura e gastronomia di Piacenza e provincia. I partecipanti avranno l'opportunità di scoprire i prodotti tipici del territorio e apprendere la loro storia e le tecniche di produzione direttamente dai produttori locali. Sarà possibile osservare come il semplice latte venga trasformato da mani esperte nel Grana Padano o come si producono la Coppa o i salami piacentini. I visitatori conosceranno i vini prodotti nelle cantine del territorio, ecc. Ovviamente, potranno conoscere e degustare i prodotti.

L'"Assapora Piacenza Bus" è un servizio che permetterà ai turisti di essere accompagnati e guidati alla conoscenza dei prodotti e dei produttori della rete.

Periodo di svolgimento: Autunno 2019 e primavera 2020.

Durata: mezza giornata

3. Ambito: Comunicazione e promozione

Piacenza Alimentare effettuerà durante tutto il periodo 2019-2020 una serie di azioni di comunicazione e marketing, previste nel Piano Strategico, per promuovere:

- Piacenza come destinazione turistica enogastronomica
- La Rete "Assapora Piacenza" e suoi prodotti
- Il prodotto "Assapora Piacenza Bus"

Le tattiche, che in modo continuativo saranno di content marketing, digital marketing e social media marketing, prevederanno le seguenti azioni:

1. Social media marketing

- Elaborazione e distribuzione di post
- Video social
- Foto social
- Contest
- Organizzazione e realizzazione di 2 blogtrip

2. Digital Marketing (appoggiandosi sul proprio sito web)

- Campagna Google Adwords
- Campagna Facebook Ads

3. Marketing offline

- Partecipazione ad eventi di promozione enogastronomica (Taste Milano e Taste Roma)
- Campagna media
 - o Gambero Rosso
 - o Corriere Viaggi
 - o Altri
- Realizzazione della brochure promozionale "Assapora Piacenza"
- Mappa Assapora Piacenza (includerà tutte le aziende partecipante alla Rete)

4. Co-marketing con Destinazione Emilia

È previsto un co-marketing con Destinazione Emilia, che includerà sul proprio sito www.visitemilia.it le aziende che parteciperanno alla rete "Assapora Piacenza"

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE UTILIZZATI

La gran parte delle azioni di comunicazione si svilupperà su piattaforme web e social, fondamentalmente Facebook e Instagram, oltre che su blog e canali earned (influencer).

Parallelamente, si parteciperà ad eventi promozionali e si realizzeranno azioni di public relations.