

*GOLOSA BIKE E CACCIA AL TESORO,
L'ECCELLENZA GASTRONOMICA COME
TEMA DELL'EVENTO TURISTICO*

Oltre l'evento

Il successo degli eventi è frutto al tempo stesso di:

- intuizione, creatività, entusiasmo;
- Capacità di ascolto e di sintonia con i trend della domanda;
- Capacità progettuale;
- Specializzazione;
- Volontariato e amore per il proprio territorio.

Il tema cruciale è quello di:

1. Riuscire a creare le condizioni per cooperare e per fare rete tra pubblico e privato, per costruire filiere;
2. Sapere aggregare attorno a un tema e un progetto, gli "atomi" delle piccole imprese in "molecole"

EVENTI:

- Attirare la domanda e generare flussi turistici nuovi: l'enoturista
- Creare un'occasione per stimolare la conoscenza delle risorse di un territorio: Colli Euganei, ville, castelli, aziende agricole, parco Regionale dei Colli Euganei, Musei
- Stimolare il sistema di offerta locale: la produzione agroalimentare di qualità
- Dare un contributo a reinventare una tradizione;
- Celebrazione di un prodotto: nel caso di Golosa Bike e Caccia al tesoro: più prodotti (scelta dei prodotti, coerenza, luogo di produzione, legame con il territorio, qualità, riconoscibilità, collocazione nel mercato)

MARKETING DEGLI EVENTI

Migliorare la visibilità del territorio,

SAPER UTILIZZARE LA PROSPETTIVA ESPERENZIALE:

- Gioco,
- Scoperta;
- Competizione;
- Interazione con la popolazione locale;
- Degustazione;
- Vincita;
- Condivisione

SVILUPPO TURISTICO COMPATIBILE DI UN TERRITORIO:

Utilizzo di prodotti locali;

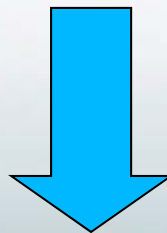
Coinvolgimento delle imprese locali;

Coinvolgimento della popolazione locale e delle amministrazioni;

ATTRAVERSO GLI EVENTI SI PUO' DAR VITA A MODALITA' DIVERSE DI
CONCEPIRE PRODOTTI E PROPOSTE TURISTICHE TALI DA:

-
- Coinvolgere e sensibilizzare su questi temi sia i residenti che le imprese

Saper coinvolgere le imprese: dialogo, condivisione, progettazione comune, ma anche definizione di obiettivi che vadano oltre il beneficio del singolo e siano in grado di valorizzare tutto "il gruppo" che nel nostro caso rappresenta l'intero territorio!



“Il determinante di tutto ciò che si può mettere turisticamente in campo è dato dalla complessiva “**qualità della vita**” di un territorio teso a ricavare un **virtuoso equilibrio tra tradizione e innovazione**:

Qualità dell’ambiente;

Qualità dell’accoglienza;

Qualità dei prodotti turistici, agroalimentari, rurali;

Qualità delle infrastrutture di mobilità; Qualità delle relazioni umane;

Qualità della cultura intesa come capacità di progettare futuro valorizzando identità e memoria.”

CONFRONTO CON LE LOCALITA' VICINE E QUELLE CONCORRENTI:

Benchmark con altri territori che hanno caratteristiche comuni a quelle del territorio termale-euganeo:

<http://www.suedtiroler-weinstrasse.it/italiano/>

<http://www.suedtiroler-weinstrasse.it/italiano/manifestazioni-attuali/vinosafari.html>

CONSIDERAZIONE DELLO SFORZO ORGANIZZATIVO
NECESSARIO E DELLE RISORSE ECONOMICHE E UMANE
NECESSARIE:

Saper “calibrare” l’evento in modo tale che sia possibile sostenerlo prima, durante e dopo, calcolo economico il più vicino alla realtà possibile

PROGETTARE GLI EVENTI: È necessaria una visione strategica

Vocazione e caratteristiche del territorio

Nel caso degli eventi Golosa Bike e Caccia al tesoro:

Offerta gastronomica e vitivinicola dei Colli Euganei, la tradizione culturale, il paesaggio e le sue caratteristiche, l'offerta per il cicloturismo, la capacità di accoglienza degli operatori locali, la capacità di cooperazione e di coinvolgimento.

CONSIDERAZIONE DEL TARGET:

Colpire nel mucchio non vuol dire riuscire a colpire chi davvero ci interessa, è necessario considerare chi davvero può essere il nostro bacino di utenza, spesso una comunicazione meno costosa ma più mirata permette di ottenere risultati discreti, ma è necessario più tempo:

The image shows a Facebook profile page for "Stradadelvino Colli Euganei". The profile picture shows a group of people in front of a building. The cover photo shows a vineyard. The page includes a search bar, navigation tabs (Bacheca, Info, Foto, Note, Amici), and a list of friends. The main content area shows a post from "Stradadelvino Colli Euganei" about the "Golosa Bike 2011" event, with a photo of people at the event and a comment from "Simonetta Tassetto".

The image shows a website for "Strada del Vino Colli Euganei". The header features a navigation menu with links: Home, Il vino, I menu dei colli, Le ricette, Itinerari, I soci, Luoghi da visitare, News, Dove siamo, Blog. The main content area is divided into several sections: "L'appuntamento" (Biei a Tavola al ristorante La Tavolozza di Torreglia), "Novità dalla Strada" (Enoteca Monte Fasolo, Golosa Bike 2010, Dal Colli Euganei a YouTube), "La ricetta" (Oca e piselli), "Cerca" (Aziende agricole, Ristoranti e trattorie, Hotel & B&B, Enoteche), "Dove comprare" (Vino, Olio), "Il Vino dei Colli Euganei" (scopri tutti i nostri vini pregiati), "Luoghi da visitare" (scopri i luoghi più affascinanti dei Colli Euganei), and "Partecipa al nostro BLOG".

CONSIDERAZIONE DEGLI EFFETTI CHE SI VOGLIONO OTTENERE:

Riuscire a promuovere il territorio attraverso vari elementi,

Fidelizzare il pubblico,

Ottenere il passaparola da un buon risultato,

Creare un bacino di utenza che può essere interessato ad altre offerte del territorio nell'arco dell'anno.



LA STRATEGIA: bisogna fare perno su qualcosa di più profondo, una storia, un vissuto, una progettualità comune

L'identità e il tipico "identitario": " Continuerò ad insistere affinché i i prodotti locali vengano proposti dai nostri operatori come veri e propri testimoni, ambasciatori dell'offerta turistica del territorio e siano quindi sempre più presenti sulle tavole degli alberghi e ristoranti oltre che nei negozi del Trentino"*



* 18 novembre 2010 - Riva Del Garda, Intervento del presidente della Provincia di Trento alla conferenza provinciale del turismo

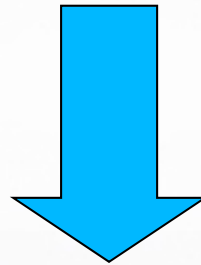
L' "identità" diventa un perno sul quale far evolvere una strategia:

Gli elementi noti e riconosciuti diventano motivo di **valorizzazione** e di **differenziazione**:

La qualità è un elemento da diffondere e preconditione per la promozione del territorio:

Tipico e qualità = Lusso semplice / Lusso democratico

Qualità = qualità delle strutture, qualità dell' accoglienza, dell' ospitalità, dei prodotti



Evento di qualità - esperienza- ricordo - passa parola - promozione

LA REALIZZAZIONE

Prima: incontri e condivisione del progetto, definizione del budget e dei tempi per la realizzazione

Durante: fase progettuale, suddivisione tempi, ruoli, scadenze, consegne, telefonate, controllo e supervisione

Dopo: valutazione, correzione, annotazione per migliorare l'edizione successiva.

Aspetti organizzativi

Progetto

Comunicazione

Gestione: centralità delle relazioni umane

Ricordo: passaparola

Fidelizzazione: gestione dell'eredità e offerta di piccoli eventi di supporto

Verifica

REALIZZARE UN EVENTO

	PRIMA	DURANTE	DOPO
Ideazione	*		
Definizione budget/controllo	*	*	*
Definizione del programma	*		
Comunicazione	*		*
Coinvolgimento portatori di interesse	*	*	*
Definizione delle azioni di progetto	*		
Azioni di progetto (acquisto prodotti, realizzazione materiale: bicchieri, mappe)	*	*	*
Piano logistico	*	*	
Previsione degli imprevisti	*		
Controllo	*	*	*
Verifica dei risultati			*



Strada del Vino
Colli Euganei



PROVINCIA DI PADOVA



TURISMO PADOVA
TERME EUGANEE



SULLA STRADA DEL VINO COLLI EUGANEI

golosabike
L'ECCELLENZA GASTRONOMICA IN BICICLETTA

VII^a EDIZIONE DOMENICA 29 MAGGIO 2011



LIONS CLUB
PADOVA JAPPELLI



Strada del Vino
Colli Euganei



PARCO
REGIONALE
dei COLLI
EUGANEI

caccia al tesoro

SULLA STRADA DEL VINO
DEI COLLI EUGANEI



Coinvolgimento e fidelizzazione





**Strada del vino
Colli Euganei**



**Strada del vino
Colli Euganei**

Strada del vino Colli Euganei
Viale Stazione 60 - Montegrotto Terme (PD)
Tel. 049 8912451 - Fax 049 8929087
www.stradadelvinocolleuganei.it

Desidero essere informato sulle iniziative della Strada del vino.
Sono interessato ai seguenti argomenti:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Manifestazioni enogastronomiche | <input type="checkbox"/> Itinerari naturalistici - enogastronomici |
| <input type="checkbox"/> Iniziative degli associati della Strada del vino | <input type="checkbox"/> Visita alle aziende vinicole associate |
| <input type="checkbox"/> Corsi di degustazione | <input type="checkbox"/> Corsi di cucina |

Nome: _____

E-mail: _____

Data: _____ Firma: _____

Accettazione dell'informativa ai sensi del D.lgs. n.196/2003 sulla tutela dei dati personali.
La Strada del Vino Colli Euganei per garantire la riservatezza dei dati dei propri clienti si attiene rigorosamente a quanto indicato nel D.lgs. n.196/2003 (Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali). I Suoi dati verranno utilizzati al solo scopo di poterLe fornire informazioni aggiornate sui servizi offerti dall'associazione.

Data: _____ Firma: _____

INIZIATIVE TRA UN EVENTO E IL SUCCESSIVO: *fidelizzazione*



***I fiori crescono sulla Strada del vino
Calendario di escursioni, degustazioni e visite
Maggio 2011***

Sabato 7 maggio ore 15.00 - rientro in azienda ore 18.00

Monte Venda sui passi di Isidoro Alessi.

Il piacere della scoperta e il sapore dell'eccellenza gastronomica..

*Partenza e arrivo presso l'azienda Podere Villa Alessi, via San Pietro 6 Faedo di Cinto Euganeo, Pd
45°17'50.85"N 11°41'19.24"E*

Sabato 14 maggio ore 15.00 - rientro in azienda ore 18.00

Monte Cinto storie di leggende e briganti.

Sulle tracce dei leggendari briganti.

*Partenza e arrivo presso l'azienda La Roccola, via Dietromonte, 10 Cinto Euganeo, Pd
45°16'49.10N 11°38'52.64"E*

Contatto con il pubblico

- Mailing list

<http://www.stradadelvinocolleuganei.it/index.php><http://www.facebook.com/>

Contatto con la stampa

- Comunicati stampa
- Inviti ad eventi speciali
- Materiale durante l'anno sul territorio, le aziende associate

Contatto con gli associati

- Newsletter
- Incontri - visite
- Telefonate

Grazie per l'attenzione

Dott.ssa Manuela Allegro

stradadelvino@turismotermeuganee.it