



MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



I risultati del Progetto SIS.T.IN.A SIStema per il Turismo Innovativo nell'Alto Mediterraneo



La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au coeur de la Méditerranée

INDICE



INTRODUZIONE

IL PROGETTO SIS.T.IN.A	PAG. 4
I TERRITORI E I PARTNER	PAG. 6



1. I PRODOTTI REALIZZATI

1.1 L'analisi benchmark e le Linee guida all'offerta turistica	pag. 6
1.2 La formazione online	pag. 8
1.3 Il Catalogo #Grand Tour Up Med	pag. 10
1.4 La Piattaforma web multilivello	pag. 17
1.5 La rete delle reti	pag. 29



2. LE AZIONI DI PROMOZIONE

2.1 L'immagine coordinata	pag. 30
2.2 La partecipazione alle fiere di settore internazionali	pag. 32
2.3 Il Piano di Marketing e il Piano Media	pag. 37
2.4 Le attività con i blogger	pag. 40
2.5 L'evento internazionale di incontri d'affari	pag. 52
2.6 I video promozionali e gli spazi pubblicitari	pag. 55
2.7 I workshop tematici	pag. 58
2.8 Gli eventi di disseminazione fuori area	pag. 61



INTRODUZIONE

IL PROGETTO SIS.T.IN.A

Il Progetto SIS.T.IN.A è finanziato nell'ambito del Programma di cooperazione transfrontaliera INTERREG Italia-Francia Marittimo 2014-2020, nell'asse prioritario relativo alla promozione della competitività delle imprese nella filiera del turismo sostenibile.

Il Programma INTERREG è cofinanziato dal Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale (FESR) all'interno della Cooperazione Territoriale Europea (CTE) e della Strategia UE 2020 nell'area del Mediterraneo centro-settentrionale, il programma mira ad incentivare una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva e a potenziare i legami tra i paesi di cooperazione transfrontaliera, rafforzando la competitività dell'area dell'Alto Mediterraneo. La competitività e la sostenibilità sono i riferimenti principali del Programma, il cui slogan è "La cooperazione al cuore del Mediterraneo".

L'obiettivo del progetto SIS.T.IN.A è la diversificazione integrata dell'offerta e la promozione altamente innovativa che consentiranno la destagionalizzazione dei flussi in arrivo e la maggiore permanenza grazie all'effetto moltiplicatore della rete unica transfrontaliera.

In quest'ottica, il Progetto ha realizzato una serie di attività attorno alla creazione e promozione di un Catalogo di pacchetti turistici transfrontalieri basato sulle seguenti linee di prodotto primarie: Pleasure Boats – Sea&Land Itineraries, Bike, Food&Wine – Itineraries&Cooking Classes e Wellbeing. A questi ambiti tematici principali si vanno ad aggiungere i prodotti secondari Moto tour e Wedding.

Il Catalogo unisce tutto il territorio di cooperazione in un'offerta transfrontaliera nuova e competitiva incentrata sulla valorizzazione delle risorse locali e sulla creazione del *brand* ombrello dell'Alto Mediterraneo.

Come ribadiscono le linee guide del Programma INTERREG Marittimo, "l'area di cooperazione è caratterizzata da un patrimonio straordinario di risorse naturali e culturali e da un tessuto imprenditoriale con alte potenzialità di crescita" che racchiude molti degli elementi che rimandano al concetto di identità e riconoscibilità di un luogo, o meglio, di una macro-regione in grado di presentarsi al mercato come destinazione unitaria.

Per questo si è approdati alla necessità della definizione di un *brand* rispondente all'offerta e riconoscibile dalla domanda in grado di esprimere i valori dell'Alto Mediterraneo. È stato introdotto il concetto di Gran Tour dell'Alto Mediterraneo, con la scelta della denominazione "GrandTourUpMed" come più appropriata per descrivere le caratteristiche principali dell'offerta elaborata nell'ambito del Progetto SIS.T.IN.A.

Questa denominazione, più attrattiva e identitaria, è in grado di comunicare l'offerta al turista unendo il potere evocativo del concetto di "Gran tour" a quello del Mediterraneo, fulcro del Progetto.

Il Progetto SIS.T.IN.A ha realizzato inoltre una serie di attività rivolte sia al mercato interno che a quello esterno per promuovere e diffondere i prodotti realizzati.

I TERRITORI E I PARTNER

I territori coinvolti nel Progetto sono: Sardegna, Toscana costiera, Liguria in Italia e Corsica e Region Sud PACA (Provenza-Alpi-Costa Azzurra) per la Francia.

Il partenariato del progetto rappresenta tutti i territori dell'area di cooperazione in cui interviene il Programma Italia-Francia Marittimo 2014-2020: BLUE HUB - Azienda Speciale Camera di Commercio Riviera di Liguria, Comune di Pietrasanta, ASPAL - Agenzia Sarda per le Politiche Attive del Lavoro, Camera di Commercio di Bastia e Alta Corsica, Rete Imprese Turistiche dell'Alto Tirreno, GIP FIPAN – Groupement d'Intérêt Public pour la formation et l'insertion professionnelle de l'Académie de Nice.





1. I PRODOTTI REALIZZATI

1.1 L'analisi benchmark e le Linee guida all'offerta turistica

Nell'ambito del Progetto, il Comune di Pietrasanta ha realizzato lo studio "Analisi benchmark e linee guida all'offerta turistica" affidando l'incarico alla società JFC (realizzato nel 2017). In questo studio vengono identificati i *driver* di crescita dei territori in questione e i prodotti nei confronti dei quali è opportuno concentrare l'offerta.

Nello specifico i prodotti proposti come prioritari da questo studio sono i seguenti:

- 1. DIPORTO NAUTICO**
- 2. BIKE**
- 3. WELLBEING**
- 4. ENOGASTRONOMIA**

A cui si aggiungono quattro prodotti sperimentali:

- 5. MOTO TOUR**
- 6. WEDDING**
- 7. GARDEN**
- 8. OUTDOOR PHOTOGRAPHER**

Nel proseguimento del lavoro l'attenzione si è concentrata sui quattro prodotti prioritari, che ritroviamo all'interno del catalogo con le

denominazioni Pleasure Boats – Sea&Land Itineraries, Bike&Moto tour, Wellbeing, Food&Wine – Itineraries&Cooking Classes e Wellbeing.

I prodotti sperimentali che sono stati presi in considerazione per le fasi successive sono il Wedding e il Moto tour in quanto potenzialmente più interessanti sulla scala rating analizzata.

Prodotti PRIMARI	Rating				Valutazione finale	
	valore potenziale di mercato	affinità di tipo motivazionale	facilità di approccio diretto	facilità di approccio intermediato	Valore potenziale	Rating
Bike	8	9	4	8	29	AA
Wellbeing	7	9	6	5	27	A
Enogastronomia (itinerary&cooking class)	9	8	6	6	29	AA
Diporto Alto Mediterraneo	7	10	8	5	30	AAA
Prodotti SPERIMENTALI	Rating				Valutazione finale	
	valore potenziale di mercato	affinità di tipo motivazionale	facilità di approccio diretto	facilità di approccio intermediato	Valore potenziale	Rating
Wedding	5	8	4	8	25	B
Garden	3	6	4	6	19	C
Outdoor photographer	3	8	6	4	21	C
Moto tour	4	9	5	5	23	B

1.2 La formazione online

La formazione online è stata realizzata dal partner GIP FIPAN - Groupement d'Interet Public Formation et Insertion Professionnelle Academie de Nice per gli operatori del settore con lo scopo di migliorare le proprie capacità strategiche e operative, illustrando come gestire la concorrenza nel mercato internazionale.

In particolare, a seguito di un sondaggio online per la valutazione degli argomenti e degli strumenti digitali più opportuni, è stato realizzato un corso integrato di Marketing e Comunicazione digitale per il settore turistico strutturato in n. 9 moduli che hanno approfondito i seguenti argomenti: l'importanza dell'accoglienza, i principi fondamentali della comunicazione interpersonale, i comportamenti da privilegiare, mantenere la propria autenticità, conoscere la clientela, la comunicazione come strumento di accoglienza, segnaletica. Sono stati inclusi inoltre n. 3 corsi di lingua: francese, italiano e inglese.

Tale attività è stata attivata attraverso la piattaforma e-learning "e-Greta" (attivabile da pc, smartphone e tablet) e utilizzabile individualmente previa registrazione al seguente indirizzo:

[https://webquest.fr/?m=47428_projet-sistina-inscription-a-la-formation.](https://webquest.fr/?m=47428_projet-sistina-inscription-a-la-formation)

I soggetti beneficiari, cioè coloro che hanno partecipato alla formazione online, sono stati 261 di cui: 124 (Sardegna), 51 (Liguria), 26 (Region Sud Paca), 18 (Toscana Costiera) e 9 (Corsica). I restanti 33 provenienti da altre regioni italiane e francesi.

Sono stati inoltre previsti n. 2 momenti di approfondimento a cura del Professor Jean-Pierre Lozato-Giotart, in modalità webinar, che hanno

riguardato i temi della concorrenza turistica internazionale ovvero i prodotti, i mercati, le clientele ed il marketing più appropriato ed efficace.



I soggetti beneficiari, cioè coloro che hanno partecipato alla formazione webinar, sono stati 200 tra utenti francesi e italiani.

1.3 Il Catalogo #Grand Tour Up Med

L'output principale di SIS.T.IN.A è stata la creazione di un catalogo di pacchetti turistici tematici improntati sulle linee di prodotto principali.

Il partner che si è occupato della realizzazione di questo prodotto è ASPAL – Agenzia Sarda per le Politiche Attive del Lavoro con affidamento esterno alla società SL&A Turismo e Territorio.

Nello specifico, il catalogo di base è composto da n. 14 pacchetti, ognuno dei quali prevede un itinerario che passa sia per il territorio italiano che per quello francese.

Di questi pacchetti, n. 3 sono dedicati al tema del Diporto (Pleasure boats – Sea&Land Itineraries), n. 3 al Cicloturismo (Bike&Moto tour), 4 all'Enogastronomia (Food&Wine – Itineraries&Cooking Classes) e altrettanti al Benessere (Wellbeing).

Al fine di implementare e diversificare l'offerta "Diporto - Pleasure Boats, Sea&Land Itineraries" in modo totalmente innovativo si è attivato un percorso di integrazione di esperienze tematiche da fruire nei luoghi di approdo nonché di coinvolgimento diretto delle marine.

Attraverso la collaborazione con la rete dei porti Mistral+ si è individuato un panel di porti che hanno fornito informazioni rispetto ai propri servizi specifici dedicati ai diportisti ma anche indicazioni mirate delle principali risorse territoriali che potranno arricchire l'esperienza di viaggio di chi approda (Enogastronomia, Bike, Wellbeing, ecc.).

Il turista avrà così la possibilità di costruire la propria vacanza nautica scegliendo il proprio itinerario di collegamento delle singole marine le

quali, non solo fungeranno da punto/servizio di approdo, ma costituiranno veri e propri "hub" per fruire esperienze turistiche tematiche alla scoperta dei territori circostanti. Il turista, attraverso le informazioni reperibili sul sito SIS.T.IN.A, potrà costruire la propria vacanza/rotta collegando le singole marine e conoscere, per tema e vicinanza (georeferenziazione), cosa è possibile fare una volta in porto.

Il coinvolgimento di Tour Operator, già individuati e disponibili, specializzati in vacanze nautiche, consentirà di costruire dei pacchetti che non solo coinvolgeranno i servizi delle marine in un particolare itinerario nautico ma si andranno ad integrare esperienze tematiche sviluppando "itinerari terrestri per diportisti". Il coinvolgimento della Rete dei Porti Mistral +, che ad oggi conta 14 porti rispetto ai 7 iniziali, rappresenta altresì un esempio di buona pratica di capitalizzazione in quanto costituita nel febbraio 2015 all'interno del progetto semplice Mistral+, finanziato nell'ambito della precedente programmazione del Programma Italia-Francia Marittimo 2007-2013.

I programmi completi degli attuali 14 pacchetti turistici sono consultabili sul sito web ufficiale www.grandtourupmed.eu

I pacchetti Pleasure Boats – Sea&Land Itineraries:

Il diporto nautico è un settore in crescita con le regioni di Liguria, Toscana e Sardegna che detengono il primato nazionale per il numero di posti barca.

Con i pacchetti del Gran Tour dell'Alto Mediterraneo si è deciso di puntare maggiormente sugli itinerari in barca a vela e su tutte le risorse che questa attività permette di fruire lungo la costa.

I pacchetti relativi alla tematica del Pleasure Boats sono i seguenti:

	TEMA	TERRITORI	PACCHETTO	OPERATORE
1	Pleasure Boats	Toscana + Corsica	<i>In barca a vela dall'arcipelago toscano alla selvaggia Corsica</i>	VELAMICA
2	Pleasure Boats	Liguria + PACA	<i>Tour a vela settimanale dalla suggestiva riviera ligure di levante alla lussureggiante Costa Azzurra</i>	VELAMICA
3	Pleasure Boats	Toscana + Corsica	<i>Corsica e Capraia: la rotta dei delfini a vela</i>	JONAS

I pacchetti Bike&Moto tour:

Il ciclo e il moto turismo rispondono alla nuova domanda di vacanze autentiche, esperienziali, green e sostenibili connettendosi in maniera profonda con il territorio, al quale offre l'opportunità di rigenerare l'offerta. Per questo il Progetto SIS.T.IN.A ha voluto costruire dei pacchetti tematici che offrissero la possibilità di godere a pieno delle bellezze dei territori, integrandole con percorsi esperienziali e attività culturali.

	TEMA	TERRITORI	PACCHETTO	OPERATORE
4	Bike&Moto tour	Sardegna + Corsica	<i>2 Islands tour</i>	MEDITERRAS
5	Bike&Moto tour	Sardegna + Corsica	<i>In bicicletta alla scoperta del sud della Corsica e della Gallura su percorsi d'altri tempi tra suggestivi paesaggi e tradizioni millenarie</i>	SARDAIGNE EN LIBERTE'
6	Bike&Moto tour	Liguria + PACA	<i>Tour del Mercantour e delle Alpi Marittime</i>	STAGES DU SOLEIL

I pacchetti Food&Wine – Itineraries&Cooking Classes:

Nell'Alto Mediterraneo l'enogastronomia è rinomata per l'eccellenza delle materie prime e per le specialità locali che si declinano in tante varianti di una cucina dal comune denominatore. Oltre alla degustazione di alcune prelibatezze più famose del Mediterraneo, i pacchetti prevedono anche esperienze di apprendimento e partecipazione, dalla conoscenza degli ingredienti alla realizzazione delle ricette.

	TEMA	TERRITORI	PACCHETTO	OPERATORE
7	Food&Wine	PACA + Liguria + Toscana	<i>Ammirando con gli occhi, assaporando con il palato</i>	UNIONTOUR DI MONDOTRAVEL
8	Food&Wine	Liguria + PACA	<i>Ponente Ligure e Costa Azzurra - dove le Alpi cadono in mare</i>	ARBASPAA
9	Food&Wine	Liguria + Toscana + Corsica	<i>Le vie della pietra</i>	I VIAGGI DEL SANTO
10	Food&Wine	Sardegna + Corsica	<i>Sardegna e Corsica Gourmet tour</i>	SARDAIGNE EN LIBERTE'

I pacchetti Wellbeing:

Il Wellbeing è inteso nella sua declinazione contemporanea di territori del benessere, in cui si combinano attività tipiche del wellness con attività motorie slow. In quest'ottica i pacchetti del Gran Tour dell'Alto Mediterraneo esplorano i territori con itinerari di slow trekking sulla costa e nell'entroterra, attraverso paesaggi meravigliosi ed esperienze a contatto con la natura.

	TEMA	TERRITORI	PACCHETTO	OPERATORE
11	Wellbeing	Corsica + Sardegna	<i>Fra natura e cultura delle isole gemelle</i>	EXPLORA 360°
12	Wellbeing	Corsica + Sardegna	<i>Alla scoperta della civiltà degli stazzi tra Corsica e Gallura</i>	SARDAIGNE EN LIBERTE'
13	Wellbeing	Liguria + PACA	<i>Due coste due volti: Liguria e Costa Azzurra</i>	UNIONTOUR DI MONDOTRAVEL
14	Wellbeing	Liguria + Corsica	<i>Non solo Cinque Terre: Dal Golfo dei Poeti a Capo Corso</i>	I VIAGGI DEL SANTO

La realizzazione di questi pacchetti turistici è stato il risultato della messa in rete dell'offerta turistica locale e del coinvolgimento diretto dei Tour Operator.

APPROFONDIMENTO - Gli accordi con i Tour Operator

Il Progetto SIS.T.IN.A, nell'ambito delle attività in carico al partner ASPAL Sardegna, ha proceduto a identificare e coinvolgere n. 4 Tour Operator specializzati con lo scopo di migliorare la promozione e la commercializzazione dei pacchetti del Catalogo del Gran Tour dell'Alto Mediterraneo.

Fermo restando che i tour operator direttamente coinvolti nella creazione dei pacchetti si occupano individualmente della promozione e della commercializzazione degli stessi, i tour operator "esterni" offriranno maggiori opportunità, anche attraverso i propri canali sia diretti che indiretti.

I tour operator "esterni" sono stati selezionati rispetto ai criteri di:

- Diffusione della rete di vendita e presenza di relazioni commerciali nei mercati di interesse
- Consistenza ed efficacia dei canali di distribuzione nei mercati individuati
- Conoscenza delle risorse del territorio dell'area di cooperazione

Di seguito i nominativi dei tour operator:

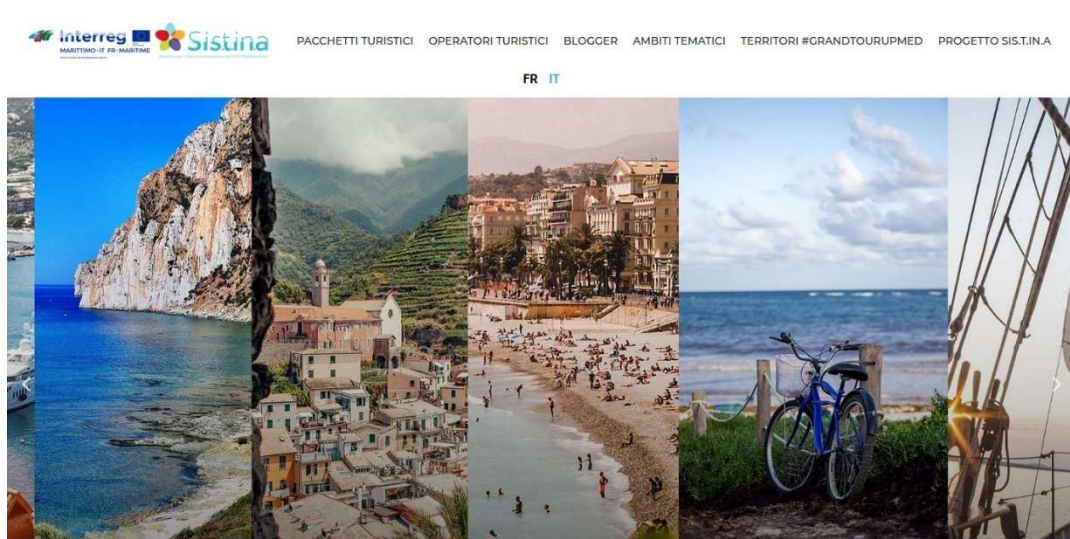
- Amandatour: specializzato nelle vacanze in Italia.
- Jonas: specializzato nelle vacanze in bici, barca e trekking in Italia e Europa.
- Naturaliter: specializzato nelle vacanze a piedi in Italia e Francia.
- Made in Uvet: specializzato nelle vacanze incoming con proposte food&wine, land&nature e sport&adventure in Cina, India e USA.

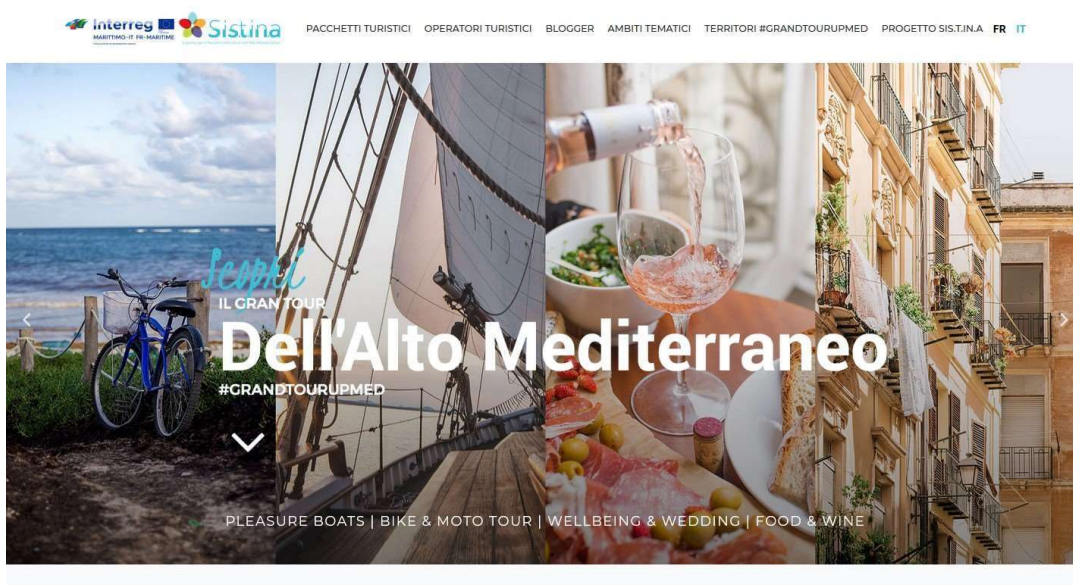
1.4 La Piattaforma web multilivello

Azione fondamentale nell'ambito della promozione dei prodotti elaborati dal Progetto è stata la realizzazione di un portale web di promozione turistica, in carico al partner CCI HC Bastia - Chambre de Commerce Haute Corse Bastia. La struttura del sito è ideata per consentire una duplice esperienza di navigazione per l'utente/turista:

- La prima consente la scelta di specifici pacchetti turistici già confezionati e pronti per essere acquistati tramite il link al sito del tour operator/agenzia di viaggio che lo ha realizzato.
- La seconda, più autonoma, consente la costruzione dell'itinerario tematico attraverso l'utilizzo di un semplice motore di ricerca che analizza il database degli operatori aderenti al progetto secondo criteri di ricerca impostati.

Il sito all'indirizzo www.grandtourupmed.eu si presenta in lingua italiana e francese.





La piattaforma, performante rispetto ai dispositivi utilizzati, comprende un menu orizzontale suddiviso in sei sezioni che compaiono in alto nella homepage. Questa, strutturata a blog (a sezioni), illustra una *gallery* di immagini sottoforma di collage che scorre automaticamente e una mappa centrale dei territori di cooperazione affiancata lateralmente dai temi esplorati dal Progetto.

La prima sezione del menu è dedicata al prodotto principale: i pacchetti turistici.


interreg MARITTIMO DI FIO MARITIME Sistina PACCHETTI TURISTICI OPERATORI TURISTICI BLOGGER AMBITI TEMATICI TERRITORI #GRANDTOURUPMED PROGETTO SIS.T.IN.A FR IT

Scopri i nostri pacchetti turistici

#GRANDTOURUPMED

Scegli il tuo pacchetto turistico secondo i tuoi desideri...


FILTRARE PER Il territorio Ambito Tematico



In bicicletta alla scoperta del sud della Corsica e della Gallura su percorsi d'altri tempi tra suggestivi paesaggi e tradizioni millenarie

Un tour alla scoperta della Gallura e del Sud della Corsica in bicicletta elettrica accompagnati da una guida locale, che partendo dalla Corsica porterà i


LEGGERE +



2 Islands Tour

Il 2 Islands Tour è diviso in 2 tappe che attraversano la Corsica e la Sardegna. Il fascino del Mediterraneo è al centro di questo


LEGGERE +



Corsica e Capraia: la rotta dei delfini a vela


Parti per un viaggio di puro contatto con la natura, per vivere il mare al 100%. Dopo una prima traversata raggiungeremo la fiera Capraia e

LEGGERE +



Tour a vela settimanale dalla suggestiva riviera ligure di levante alla lussureggiante Costa Azzurra


Viaggiare in barca a vela è un'esperienza



In barca a vela dall'arcipelago toscano alla selvaggia Corsica

Un viaggio in barca a vela attraverso alcuni dei paradisi della vela, isole incontaminate dell'Alto Tirreno che vi faranno scoprire nuove sfumature di blu. Dall'Arcipelago

LEGGERE +



Due coste e due volti : Costa Azzurra e Liguria

Benessere della mente, scoprire la bellezza delle Riviere, la leggiadria dei paesaggi, lo splendore delle ville e dei loro giardini. Quanti pittori hanno amato questi

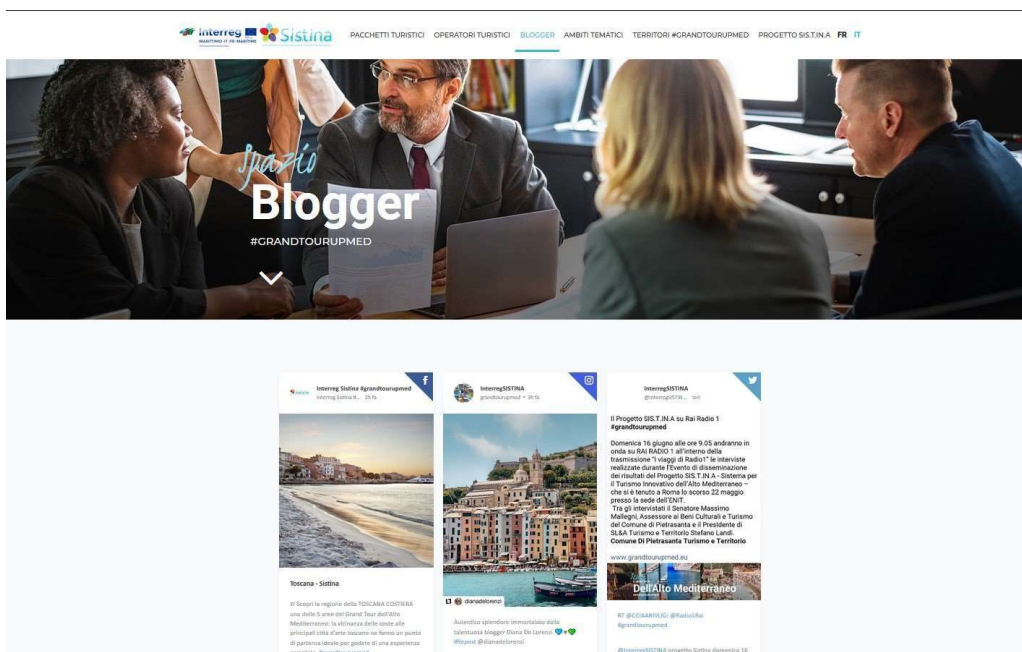
The screenshot displays the main content area of the website, featuring a navigation bar at the top with logos for Interreg and Sistina, and menu items: PACCHETTI TURISTICI, OPERATORI TURISTICI, BLOGGER, AMBITI TEMATICI, TERRITORI #GRANDTOURUPMED, and PROGETTO SIS.T.IN.A. Below the navigation, there are six featured travel packages, each with a title, a short description, and a 'LEGGERE +' link. The packages are: 1. 'Le vie della pietra' (Food & Wine) with a description about the common denominator between Liguria, Tuscany, and Corsica. 2. 'In bicicletta alla scoperta del sud della Corsica e della Gallura su percorsi d'altri tempi tra suggestivi paesaggi e tradizioni millenarie' (Bike) with a description of an electric bicycle tour. 3. '2 Islands Tour' (Bike) with a description of a 2-day tour across Corsica and Sardinia. 4. 'Corsica e Capraia: la rotta dei delfini a vela' (Pleasure Boats) with a description of a sailing trip. 5. 'In barca a vela dall'arcipelago toscano alla selvaggia Corsica' (Pleasure Boats) with a description of a sailing trip through the Tuscan archipelago.

La seconda sezione del menu è riservata a tutti gli operatori turistici che sono entrati a far parte del network degli operatori specializzati nei territori di interesse del Progetto.

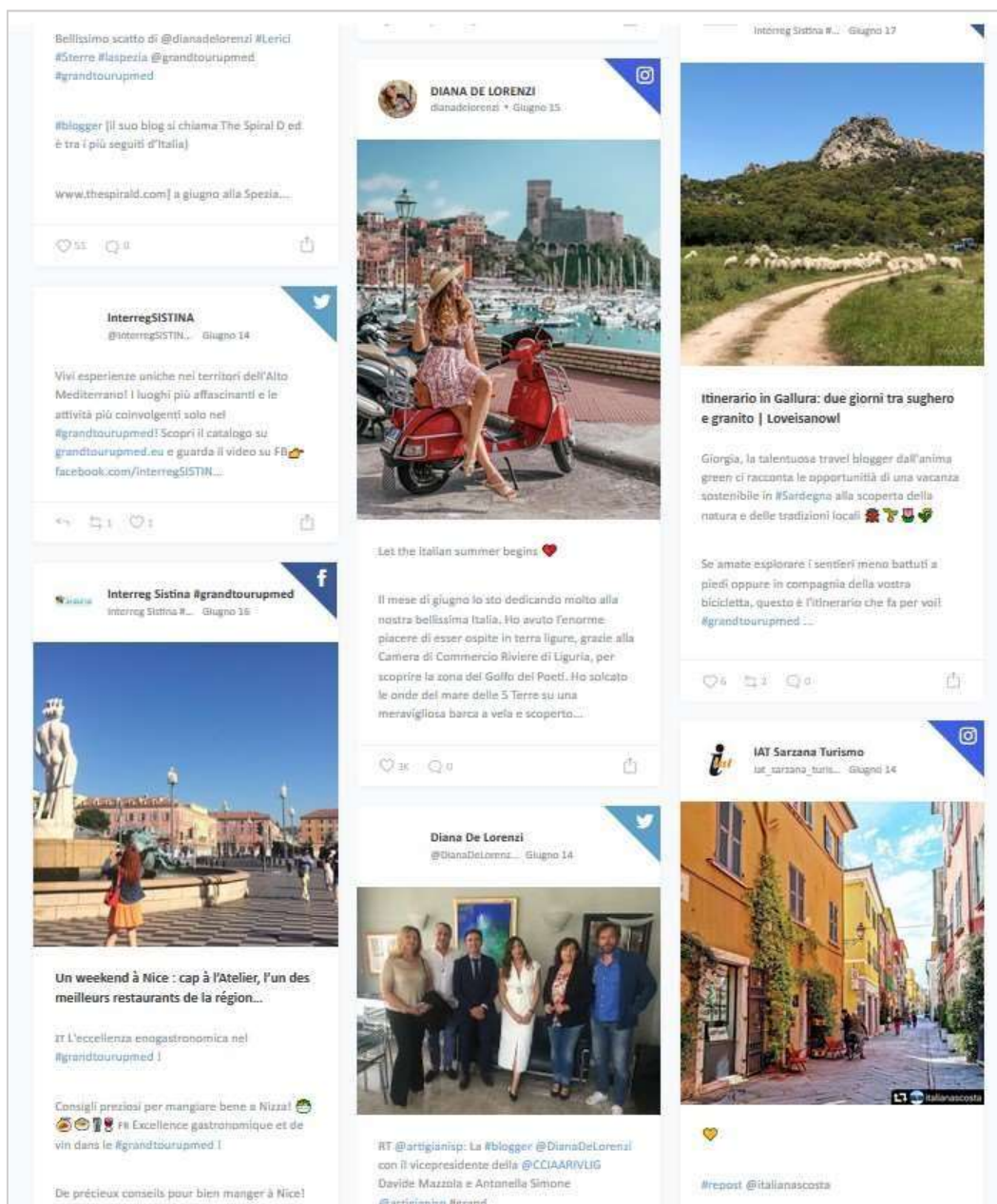
The screenshot shows the 'Gli operatori turistici' section of the website. It features a large background image of a coastal town with the text 'Scopri Gli operatori turistici' and the hashtag '#GRANDTOURUPMED'. Below the image, there is a section titled 'Scegli' with the text 'Scegli gli operatori turistici per il viaggio che desideri...'. At the bottom, there are three filter options: 'FILTRARE PER Il territorio', 'Ambito Tematico', and 'Tipo Operatore', each with a dropdown arrow.

Inoltre, questa sezione permette la geolocalizzazione delle imprese e degli operatori turistici su una mappa al fine di supportare al massimo le esigenze del turista che desidera comporre una vacanza personalizzata nei territori e nei temi del Progetto.

La sezione blogger contiene tutti i riferimenti social con menzione e tag #grandtourupmed.

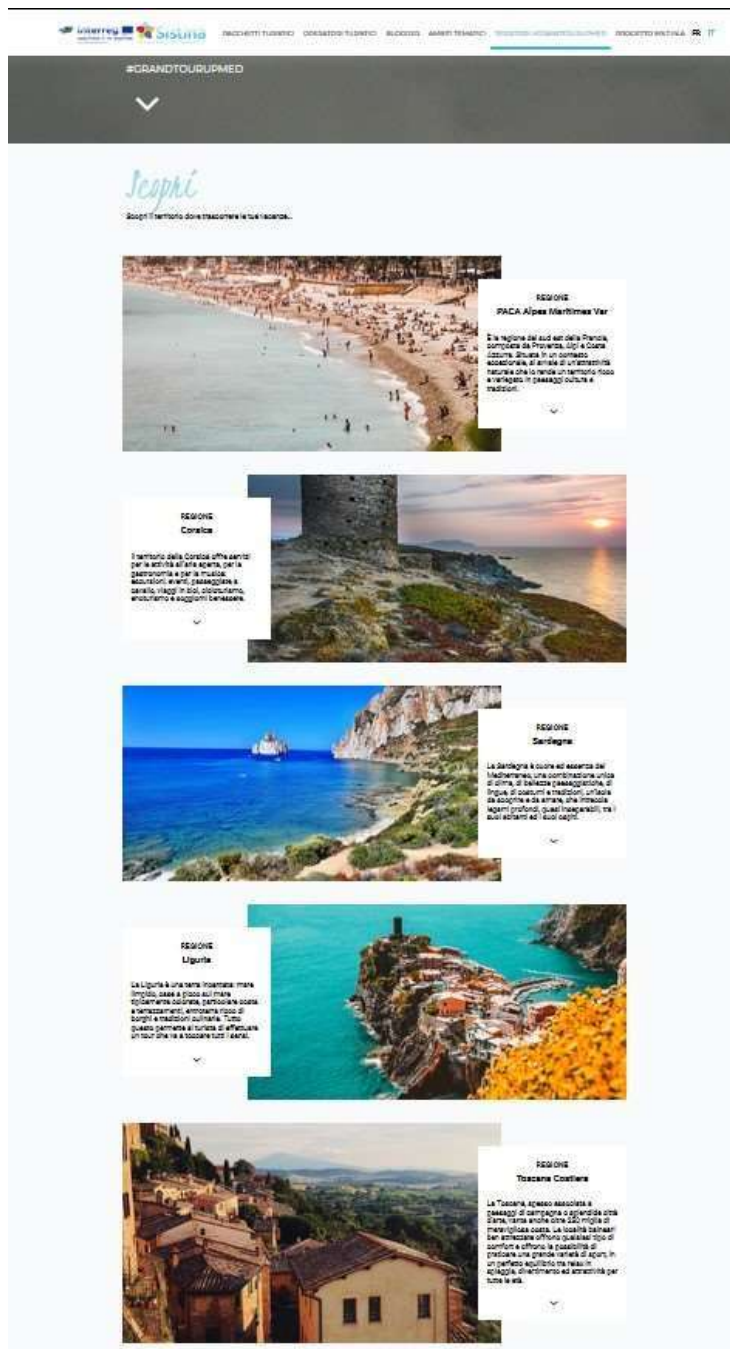


I RISULTATI DEL PROGETTO SIS.T.IN.A
SIStema per il Turismo Innovativo nell'Alto Mediterraneo

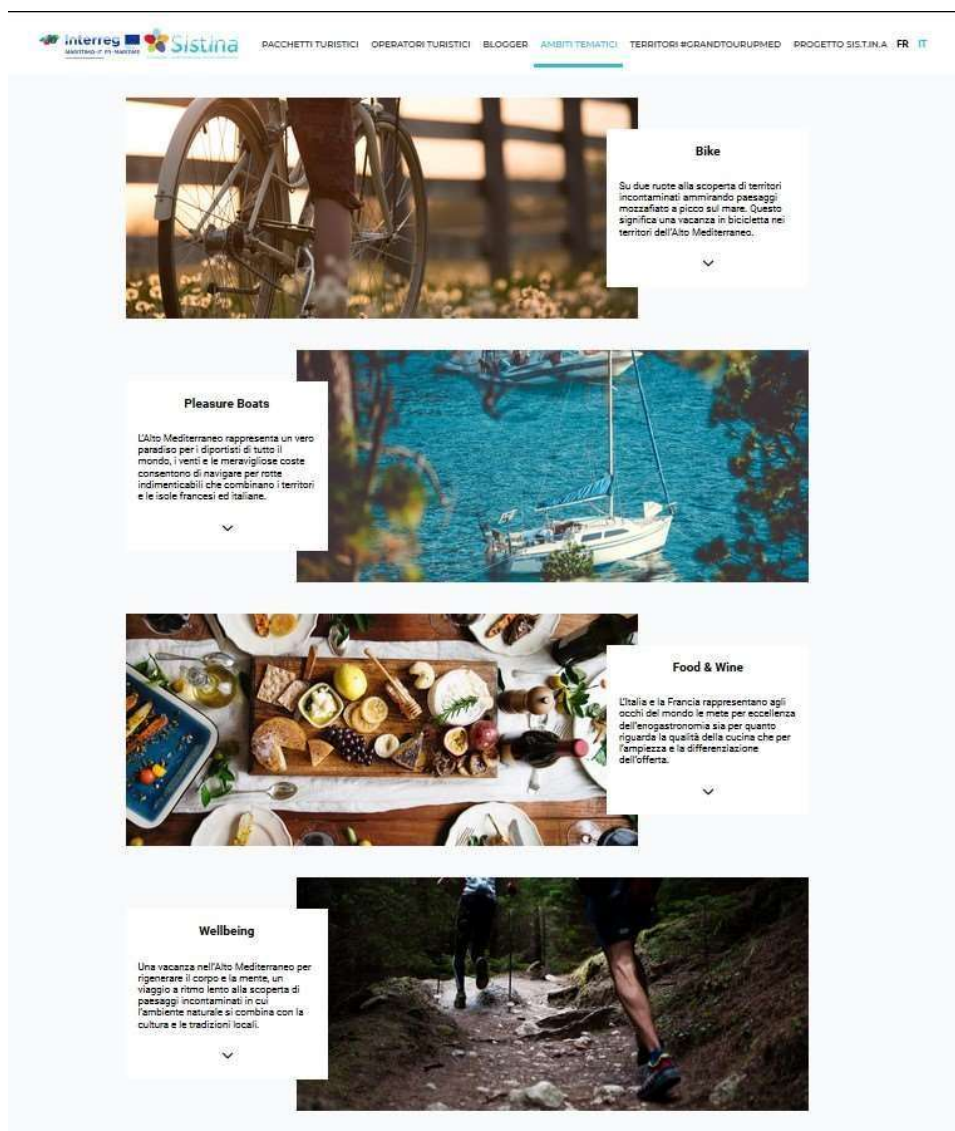


Allo stesso modo è presente un approfondimento sui territori coinvolti dal Progetto nella sezione “territori #grandtourupmed”.

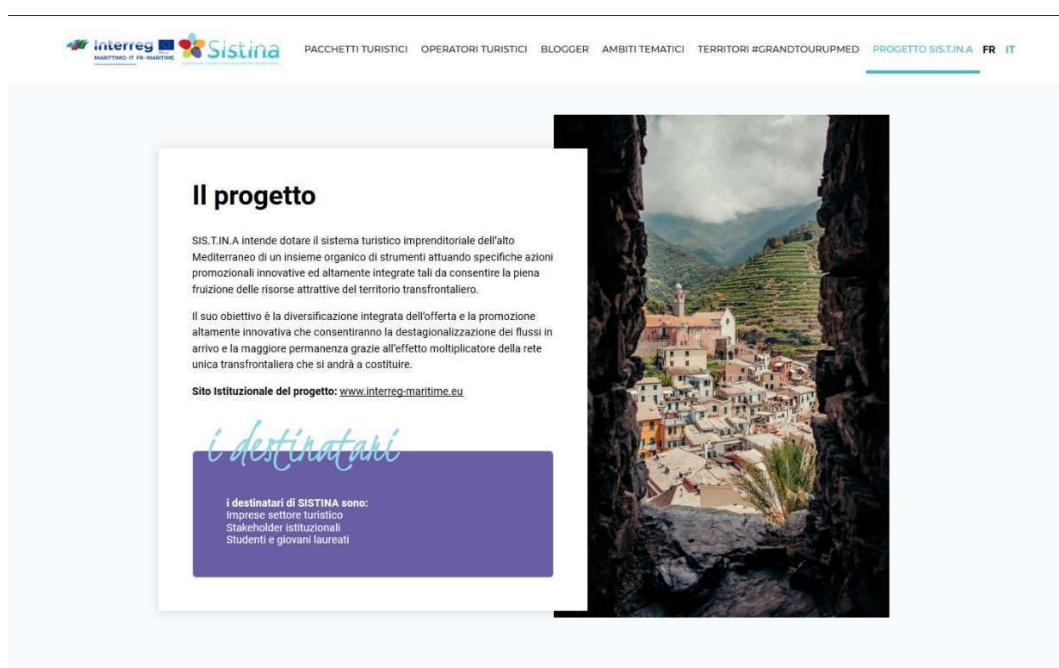
I RISULTATI DEL PROGETTO SIS.T.IN.A SIStema per il Turismo Innovativo nell'Alto Mediterraneo



La sezione relativa agli ambiti tematici comprende i focus sulle tipologie di prodotto specializzato disponibili nell'offerta SIS.T.IN.A.



L'ultima sezione rinvia ad una breve descrizione del progetto ed al link della pagina istituzionale del minisito presente sul portale di riferimento del Programma di Cooperazione Italia-Francia Marittimo 2014-2020 <http://interreg-maritime.eu/web/sistina>.



The screenshot shows the website for the SIS.T.IN.A project. At the top, there are logos for Interreg and Sistina, along with navigation links: PACCHETTI TURISTICI, OPERATORI TURISTICI, BLOGGER, AMBITI TEMATICI, TERRITORI #GRANDTOURUPMED, and PROGETTO SIS.T.IN.A FR IT. The main content area features a white box with the heading "Il progetto" and a photograph of a coastal town. The text describes the project's goal of creating a tourism system in the Mediterranean and lists its beneficiaries: "i destinatari di SISTINA sono: imprese settore turistico, Stakeholder istituzionali, Studenti e giovani laureati".

Il progetto

SIS.T.IN.A intende dotare il sistema turistico imprenditoriale dell'alto Mediterraneo di un insieme organico di strumenti attuando specifiche azioni promozionali innovative ed altamente integrate tali da consentire la piena fruizione delle risorse attrattive del territorio transfrontaliero.

Il suo obiettivo è la diversificazione integrata dell'offerta e la promozione altamente innovativa che consentiranno la destagionalizzazione dei flussi in arrivo e la maggiore permanenza grazie all'effetto moltiplicatore della rete unica transfrontaliera che si andrà a costituire.

Sito istituzionale del progetto: www.interreg-maritime.eu

i destinatari

i destinatari di SISTINA sono:
Imprese settore turistico
Stakeholder istituzionali
Studenti e giovani laureati

APPROFONDIMENTO – Database degli operatori turistici

Nell'ambito di SIS.T.IN.A è stato costruito un database di operatori turistici operanti nei territori di cooperazione del progetto che si sono candidati offrendo servizi turistici specializzati rispetto alle linee di prodotto evidenziate (Pleasure Boats – Sea & Land Itineraries, Bike&Mototour, Food&Wine – Itineraries &Cooking Classes e Wellbeing) e rappresentano un ampliamento dell'offerta territoriale SIS.T.IN.A.

Evidenziando che il database è in continuo aggiornamento, si riporta di seguito un elenco sintetico e non esaustivo dei primi 50 soggetti individuati al momento del caricamento sulla piattaforma digitale.

Nome operatore turistico	Tipologia/servizi	Territorio
Hotel delle rose	albergo	Liguria
BB Cinque Terre	tour in barca	Liguria
Uniontour di Mondotravel	TO	Liguria
La veranda	albergo	Liguria
Velamica	noleggio barca a vela	Liguria
Nolomar (Nolotransfer)	charter/noleggio	Liguria
Arbaspaa	TO	Liguria
Il timone	ristorante	Liguria
Camping Lino	campeggio	Liguria
Le Bateau blanc	diporto nautico	Liguria
Riviera Bici Outdoor - Ferrando P.	guida MTB	Liguria
Foto Vatteroni	servizi fotografici	Liguria
Captor Business	servizi turistici	Liguria
Az. Agricola Dimostrativa	az. agricola	Liguria
Handmade	enoteca/wine tasting	Liguria
Agriservice enoteca reg. lig.	enoteca	Liguria
Handmade Tour	TO	Liguria
Cooperativa Arte e Natura	coop. guide turistiche	Liguria
Outdoor Portofino	agenzia di servizi turistici	Liguria
I viaggi del Santo	TO	Liguria
Stages du Soleil	TO	PACA
Alghero concierge	accoglienza, tour, eventi	Sardegna
Bike or	noleggio bike e tour	Sardegna
Fragus e Saboris de Sardigna	az. erboristica, agriturismo	Sardegna
Le strade del gusto	tour enogastronomia	Sardegna
Sardinia holiday service/costarei	prenotazioni alloggi	Sardegna
Sardegne en Liberte	TO	Sardegna
Agriturismo Furfullanu	agriturismo	Sardegna
Sardinian way	TO	Sardegna
Il giardino di Valentina	affittacamere	Sardegna
Mangiasardo srls	punto ristoro/prodotti tipici	Sardegna
Accademia Olearia	az. agricola/degustazioni	Sardegna
B&B Parco di porto conte	b&b	Sardegna
Hotel Liberty Pattada	albergo	Sardegna

Mediterras	TO	Sardegna
Explora 360°	TO	Sardegna
Annalisa Masala	professionista lab. formativi	Sardegna
Porto Bosa	marina	Sardegna
Pastori in moto	Servizi turistici moto tour	Sardegna
Agriturismo Sas Pretas Latas	agriturismo	Sardegna
Iniziativa turistica	ong turismo benessere	Toscana
Hotel Capri	albergo	Toscana
Cantine Angeli	cantina	Toscana
Hotel Sole Mare	albergo	Toscana
Petit Hotel	albergo	Toscana
Hotel La Palma	albergo	Toscana
Hotel Villa Jolanda	albergo	Toscana
ProRock Outdoor Asd	associazione guide alpine	Toscana
Sailor Tex	charter nautico	Toscana
Max Hotel Livorno	albergo	Toscana

1.5 La rete delle reti

Il contratto di rete costituisce il prodotto finale del progetto SIS.T.IN.A ed ha come scopo principale il potenziamento di un sistema di turismo innovativo e sostenibile nell'Alto Mediterraneo attraverso la presa in carico dei prodotti realizzati dallo stesso. Gli ulteriori obiettivi sono:

- la diversificazione integrata dell'offerta, la promozione altamente innovativa, la destagionalizzazione dei flussi in arrivo e la maggiore permanenza grazie all'effetto moltiplicatore delle possibili sinergie ed azioni messe in atto dalla costituenda RETE.
- l'intento di intraprendere, nel pieno rispetto del concetto di sviluppo sostenibile, azioni legate alla promozione delle rispettive reti partecipanti al fine di accrescere la competitività attraverso opportune strategie di promozione e marketing.

SIS.T.IN.A, coinvolgendo, sin dall'inizio, al proprio interno un partner privato quale la Rete delle Imprese Turistiche dell'Alto Tirreno, ha posto le basi per una concreta sostenibilità del progetto oltre la propria scadenza naturale. Il partner privato ha rappresentato infatti il primo tassello per una rete di secondo livello (rete delle reti) che dovrà farsi carico e gestire gli output progettuali quali la piattaforma web multilivello ed il programma di cooperazione tra le imprese dei territori coinvolti che si sono conosciute tramite la costruzione dei pacchetti transfrontalieri.

Aderiscono inoltre la Rete dei Porti Mistral + (già descritta precedentemente) e la rete Elba Around. Si è altresì in attesa di formalizzare l'ingresso di ulteriori aggregati d'impresе sarde e francesi.

2. LE AZIONI DI PROMOZIONE

2.1 L'immagine coordinata

Nell'ambito delle attività del Progetto, è stato realizzato un manuale di uso dell'immagine coordinata, nel rispetto delle direttive generali del programma "INTERREG Marittimo".

L'immagine coordinata è adottata da tutti i partner e applicata anche con l'obiettivo del mercato esterno, in particolare per:

- Rendere riconoscibile e noto il Progetto, i suoi prodotti e i soggetti coinvolti;
- Dimostrare serietà e coordinamento, realizzando una certa massa critica comunicativa;
- Dare ampia visibilità alle opportunità di finanziamento e alle operazioni finanziate dal Programma di riferimento.



Tutti i prodotti SIS.T.IN.A sono quindi riconoscibili dal logo del Progetto, sempre abbinato a quello del Programma INTERREG Marittimo a cui fa riferimento, dai colori scelti per rappresentare i diversi territori coinvolti e dallo slogan ufficiale in due lingue "La cooperazione al cuore del Mediterraneo".



Il logo SIS.T.IN.A si compone di una parte grafica ed una parte letterale. La prima è stata reinterpretata riprendendo le vele del marchio INTERREG trasformandole nei petali di un fiore che rappresenta per forma e colori l'idea di un sistema complesso e di interrelazione. La parte letterale è stata divisa in due metà come se fosse specchiata sull'orizzonte del mare, che è il tema centrale del Progetto.

2.2 La partecipazione alle fiere di settore internazionali

Nelle sue prime fasi il Progetto ha previsto la partecipazione ad eventi fieristici: TTG/TTI di Rimini, 12/14 ottobre 2017 (partner organizzatore: Rete Imprese Alto Tirreno) e, successivamente, IFTM TopResa di Parigi, 25/28 settembre 2018 (partner organizzatore: CCI HC Bastia).

In riferimento al primo evento, è stato acquistato uno spazio espositivo di 36 mq pre-allestiti e gli operatori turistici che hanno aderito (più di 15 soggetti tra operatori singoli e aggregati italiani e francesi) hanno potuto svolgere le seguenti attività: presenza allo stand, disponibilità di agende pre-organizzate per incontri professionali con buyer selezionati, partecipazione a convegni e seminari e ulteriori eventi collaterali quali gli incontri con i blogger di settore. Per l'evento di Parigi lo spazio espositivo è stato di circa 40mq, pre-allestito, e con l'offerta di servizi analoghi al precedente per i soggetti partecipanti. In entrambi gli eventi si è riscontrata un' attiva partecipazione del partenariato ed è stato possibile organizzare n. 2 incontri operativi finalizzati al confronto su specifiche attività di progetto particolarmente complesse.

Durante questi eventi sono stati raccolti i contatti degli operatori – appartenenti all'area di cooperazione e non – che hanno costituito la base di partenza per la creazione del database, già citato, dal quale si è attinto per l'inizio delle attività di coinvolgimento degli operatori turistici. Il database di partenza conteneva un totale di 156 contatti, il quale è stato implementato nelle fasi successive fino ad arrivare a 464 contatti di soggetti turistici operanti nel territorio di cooperazione. Si tratta di un database profilato di Tour operator e Imprese/Servizi per prodotto/tematica turistica che ha fornito la base di partenza per

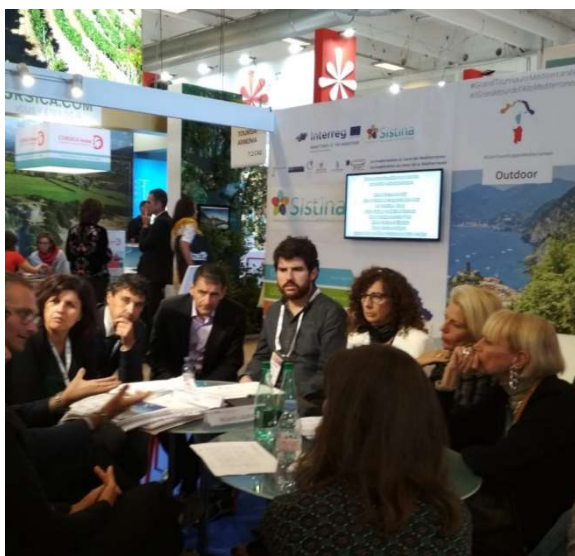
incrociare e mettere a dialogo gli operatori tra di loro, e che sarà utilizzato e implementato dalla rete delle reti costituita nell'ambito di SIS.T.IN.A.

A supporto degli eventi sono stati elaborati testi e materiali tra i quali i flyer e allestimenti (di seguito).





I RISULTATI DEL PROGETTO SIS.T.IN.A SIStema per il Turismo Innovativo nell'Alto Mediterraneo



2.3 Il Piano di Marketing e il Piano Media

Tutte le azioni intraprese fanno parte di un piano strategico e operativo di promo-commercializzazione che include diverse attività. Tale piano va a definire tutte le azioni di promozione dell'offerta SIS.T.IN.A finalizzate a mercati e target specifici.

Il Capofila Blue Hub ha avuto in carico la realizzazione dei Piani Marketing e Media del Progetto.

L'idea strategica alla base del Progetto SIS.T.IN.A è rappresentata dalla forte motivazione dell'aggregazione dei territori coinvolti in una realtà turisticamente competitiva in grado di sfruttare al meglio le risorse dell'identità territoriale nell'ottica della creazione di una marca macro-regionale da proporre sul mercato. Una marca che caratterizzi l'Alto Mediterraneo come un luogo fisico preciso, come un luogo di concentrazione delle eccellenze percepibile come unitario, un luogo identitario che, nella mente del turista, deve rappresentare un vantaggio competitivo da valorizzare sia in termini di migliore gradimento (più soddisfazione), che di maggiore prezzo (valore aggiunto) della proposta turistica.

Il Piano Marketing è diviso in due sezioni principali e complementari che, da un lato, analizzano il contesto in cui i prodotti SIS.T.IN.A vanno ad inserirsi e, dall'altro, forniscono gli strumenti necessari affinché questi siano inquadrati efficacemente nello scenario turistico competitivo del Mediterraneo. Nella prima parte è presente una analisi per meglio definire il contesto relativo alle tendenze nei consumi e all'universo valoriale di riferimento nei quali inquadrare i prodotti SIS.T.IN.A come

espressione dei principi di sostenibilità e di identità, autenticità e localismo, che rappresentano gli asset del territorio in questione.

A questa fa seguito la sezione centrale sul piano vero e proprio e gli strumenti di cui esso si dota per essere in grado di intercettare i target di riferimento e di posizionarsi con successo sul mercato. È presente un approfondimento sul *brand* come necessario processo di rappresentazione del valore che i prodotti esprimono.

Seguono ancora l'identificazione e la descrizione delle azioni di marketing realizzate e da realizzare in coerenza con gli obiettivi del Progetto e opportunamente distinte in azioni di marketing interno ed esterno.

Partendo dalla base degli studi sull'offerta precedentemente elaborati, sono state identificate le linee di prodotto prioritarie sulle quali sono stati costruiti i prodotti tematici che caratterizzano l'offerta innovativa dei territori di cooperazione. L'importanza di questi ambiti tematici è stata convalidata dalle ulteriori analisi svolte sui prodotti.

Il marketing interno identifica tutte quelle azioni finalizzate all'informazione, all'animazione e al reclutamento del territorio, alcune delle quali successivamente allargate al di fuori dei confini del territorio di cooperazione. Il marketing esterno, invece, prevede le azioni da sostenere nei confronti del mercato inteso nel senso più ampio e quindi finalizzate alla vendita dei prodotti. All'interno del Piano è possibile riconoscere le varie azioni a seconda dei diversi pubblici e canali verso i quali esse sono rivolte. A queste ne sono state aggiunte delle altre, le quali rappresentano la prosecuzione ideale delle azioni già previste dal

Progetto (corredate dalla stima del budget aggiuntivo necessario per realizzarle).

Il Piano Media è la naturale prosecuzione del Piano di Marketing e identifica le specifiche attività e le azioni promozionali da indirizzare sui diversi canali di comunicazione nazionali e internazionali in relazione ai target di riferimento individuati. Il Piano definisce quindi i target della comunicazione, la declinazione dell'immagine del *brand* di SIS.T.IN.A, le campagne pubblicitarie online e offline, il piano redazionale dei contenuti per i social network e il sistema di monitoraggio delle campagne in corso.



2.4 Le attività con i blogger

Il Progetto SIS.T.IN.A ha svolto delle interessanti attività di promozione con talentuosi travel blogger italiani e francesi che sono stati selezionati per sperimentare i pacchetti del Catalogo del Gran Tour dell'Alto Mediterraneo. I partner in carico di queste attività erano il Capofila Blue Hub e GIP FIPAN.

Dato il carattere transfrontaliero delle proposte SIS.T.IN.A e le diverse specializzazioni di prodotto evidenziate, sono state previste e realizzate due diverse tipologie di "blogger house":

1) BLOGGER HOUSE ITINERANTE-EDUCATIONAL

I travel blogger hanno sperimentato in prima persona parte dei pacchetti del Catalogo del Gran Tour dell'Alto Mediterraneo visitando i luoghi e facendo esperienza delle attività incluse negli itinerari tematici, con l'obiettivo di valorizzare le bellezze del territorio e le eccellenze delle imprese locali. Sono stati effettuati i tour in tutto il territorio di cooperazione e toccate tutte le tematiche dei pacchetti SIS.T.IN.A.

2) BLOGGER HOUSE CON SEDE FISSA

Questa è la "blogger house" vera e propria, che ha previsto l'ospitalità di quattro blogger in una sede fissa a Nizza, i quali hanno sperimentato diversi servizi offerti dagli operatori locali aderenti alla rete SIS.T.IN.A e pubblicato degli articoli promozionali al riguardo. Ogni operatore locale è stato selezionato rispetto al grado di interesse per il segmento di pubblico a cui i diversi blogger si rivolgono.

I blogger hanno avuto modo di seguire percorsi esperienziali di vacanza attiva in bici e a piedi, di fare esperienze enogastronomiche come

degustazioni, tour enogastronomici, cene gourmet nei ristoranti, cooking class, oltre a meravigliosi viaggi in barca.

Da queste attività sono scaturiti moltissimi contenuti social e articoli di viaggio su blog e portali specializzati con l'obiettivo di diffondere e promuovere le numerose e diversificate possibilità di vacanza offerte dall'Alto Mediterraneo.

I contributi dei blogger, che hanno raccontato i territori visitati e le esperienze fruite durante i soggiorni, compresi di foto e resoconti dettagliati sono disponibili nella sezione apposita del sito web del Progetto (www.grandtourupmed.eu).

Il partner Blue Hub

Ha organizzato n. 3 blogger house itineranti nel territorio di cooperazione italiano coinvolgendo n. 4 travel blogger professionisti selezionati a seconda della loro specializzazione, i quali hanno sperimentato parte dei pacchetti turistici presenti nel Catalogo.

Hanno partecipato i seguenti blogger:

- Francesco Leone del blog "Italia Nascosta"
- Veronica Caputo-Leone di "Je Veronique"
- Giorgia Fanari di "Love is an owl"
- Diana De Lorenzi di "The Spiral D"

Sono stati pubblicati 7 articoli sui seguenti blog:

- 1 articolo su Italianascosta.it
(<https://www.italianascosta.it/lunigiana-cosa-vedere/>)
- 1 articolo su jeveronique.com

- (<https://jeveronique.com/travel-blogger/vacanza-in-famiglia-lunigiana.html>)
- 1 articolo su mangiareregione.it
- 1 articolo su loveisanowl.it
(<https://www.loveisanowl.it/2019/06/11/itinerario-gallura-due-giorni-bici-piedi/>)
- 1 articolo su theecoowl.it
(<https://www.theecoowl.it/vacanze-green-e-in-bicicletta-alla-scoperta-dellalto-mediterraneo/>)
- 1 articolo su thespirald.com in lingua italiana e in lingua inglese
(<http://www.thespirald.com/una-meravigliosa-liguria-tutta-da-scoprire-con-il-progetto-sistina/>)
- 1 articolo su lastampa.it
(<https://www.lastampa.it/tuttogreen/2019/07/23/news/gallura-green-in-bici-e-a-piedi-alla-scoperta-della-regione-sarda-1.37122320>)

Il partner GIP FIPAN

Ha organizzato in Francia una blogger house con sede fissa coinvolgendo n. 4 travel blogger e una blogger house itinerante per un travel blogger che ha sperimentato uno dei pacchetti turistici nei territori di cooperazione francese.

La blogger house a sede fissa è stata organizzata a Nizza il 7 giugno, a seguito del seminario tematico per gli operatori turistici.

Hanno partecipato i seguenti blogger:

- Geneviève Clastres del blog: voyageonsautrement.com - 1 articolo sul blog

(<http://www.voyageons-autrement.com/sur-la-cote-d-azur-des-professionnels-du-tourisme-s-engagent-pour-le-bon-bio-et-durable>)

- Grégory Cordedo del blog: ilcourtmirabeau.com - 3 articoli sul blog (<http://ilcourtmirabeau.fr/latelier-on-vous-devoile-lun-des-meilleurs-restaurants-de-la-region/>;
<http://ilcourtmirabeau.fr/si-la-cote-dazur-en-24h-metait-contee/>;
<http://ilcourtmirabeau.fr/11-moments-a-vivre-en-vacances-au-bord-de-la-cote-dazur/>)
- Cristina Gambarini del blog: lacucinaitaliana.com - 1 articolo sul blog (<https://www.lacucinaitaliana.it/news/eventi/italia-nizza/>)
- Servane Rigault del blog: autrecote.com - 2 articoli sul blog (<https://delautrecotede.com/2019/06/22/paysages-mediterraneens-et-contours-mise-en-lumiere-des-plaisirs-de-la-terre/>;
<https://delautrecotede.com/2019/06/17/du-bon-usage-des-chemins-de-traverse-en-haute-mediterranee/?fbclid=IwAR362Mm9Rea3iRKEc2HdZ6P3tts98v86Wpst9SGiUmFjQNNTmrN3-l23ln4>)

La blogger house itinerante ha visto la partecipazione dei blogger Romain Vallon e Genevieve Clastres, i quali hanno testato parte dei pacchetti del Tour operator Uniontour di Mondotravel in Corsica e PACA.

Sono stati pubblicati 6 articoli sui seguenti blog:

- 3 post sui blog: [voyageonsautrement.com](http://www.voyageons-autrement.com) (<http://www.voyageons-autrement.com/au-creux-de-la-baie-des-anges-nice?fbclid=IwAR2YHsSQ2COZmUJnuen->

- [ilmi7FWRfwuvkLFG3kOuNRSdRFRTKUTTgqo8S0](https://www.viatao.com/blogs/vacances-en-paca-et-tourisme-durable/une-journee-inoubliable-dans-l-arriere-pays-cannois)), Viatao.com
(<https://www.viatao.com/blogs/vacances-en-paca-et-tourisme-durable/une-journee-inoubliable-dans-l-arriere-pays-cannois>),
tourismedurable.org (<http://www.tourisme-durable.org/actus/item/1136-balade-sur-la-route-du-bord-de-mer-entre-cannes-et-cagnes-sur-mer>);
- 3 post sui blog: voyageonsautrement.com
(http://www.voyageons-autrement.com/de-cargese-a-calvi-sur-les-routes-spectaculaires-de-l-ile-beaute?fbclid=IwAR2JZYCw6EiVSC7gCDE4p8NmVi-CPciicogW4nbB9n_awY2CnmB6h0CBX-E), TV5 monde.com
(<https://voyage.tv5monde.com/fr/aleria-corte-ajaccio-la-civilisation-corse-fleur-de-pierre>), kookooning.com
(https://www.kookooning.com/fr/blog/balade-en-balagne/?fbclid=IwAR0d6eMACF4BZ01E1MeeYgAr1TopA7Et_5PNMLF SuaqXY4ElqDAd-HaBUyw).

Di seguito alcune delle foto pubblicate dai blogger sui social.





jeveronique • Segui
Stazione di Luni

jeveronique Mi affascino sempre tantissimo gli scavi. Oggi ci troviamo a Luni, per scoprire come era.. Questo è l'anfiteatro. Riuscite ad immaginare le gradinate piene di gente che esulta vendendo i giochi (spesso molto cruenti)? @italianascosta #luni #scavidiluni #leviedellapietra #grandtourupmed #lunigiana #italia #italianascosta #travelblogger #momblogger #mom #momanddaughter #outdoor #traveller #travelfamily #beautifuldestinations #geo #archeology #babywearing

6 sett.

italianascosta Bellissime le mie fanciulle

👍 🗨️ 📌 📌

Piace a **pardula67** e altri 151

29 MAGGIO

Aggiungi un commento... Pubblica



jeveronique • Segui
Agriturismo Il Fienile

jeveronique Le mattinate perfette: quelle che iniziano con una passeggiata tra la natura, ascoltando solo il suono del vento che accarezza le foglie. Qui ci troviamo all'agriturismo Il Fienile. #arcola #IlFienile #vigneto #aziendaspagnoli #leviedellapietra #grandtourupmed #natura #italia #italy #italianascosta #laspezia #liguria #igerslaspezia #igersitalia #mom #babywearing #mammaportatrice #momanddaughter #travel #travelblogger #traveller #explore #beautifulplace #destination #outdoor #familyblogger

6 sett.

breakfast_and_coffee_ ❤️❤️❤️

👍 🗨️ 📌 📌

Piace a **ig_appenninoligure** e altri 181

2 GIUGNO

Aggiungi un commento... Pubblica



italianascosta • Segui
Arcola, Italy

verso l'ora del tramonto. Con il sole che si insinua tra questi vicoli, spargendo raggi d'oro intorno a noi. Che meraviglia. Buona serata amici ❤️
#italianascosta #arcola #lunigiana #liguria #laspezia #borghitaliani #borghi #borghitalia #tramonto #sunset #puestadelsol #igersliguria #igerslaspezia #lunigianaviva #hellolunigiana #grandtourupmed #leviedellapietra #oldtown #visitlunigiana

5 sett.

gian_Juca_pesarin Bellissima foto, Arcola non è lunigiana, ma Val di Magra!!!

5 sett. Rispondi

Visualizza le risposte (3)

👍 🗨️ 📤 📌

👍 Piace a antonella_mariotti e altri 257

6 GIUGNO

Aggiungi un commento... Pubblica



italianascosta • Segui
Castelnuovo Magra

italianascosta Buongiorno amici! Dalla torre del Castello dei Vescovi lo sguardo si perde in un orizzonte pieno di meraviglie. Quanta bellezza da quassù. Siamo a Castelnuovo Magra, una delle prime tappe di questo meraviglioso tour chiamato #leviedellapietra. Finalmente la Primavera ci regala i suoi colori. Un abbraccio a tutti voi da questa radiosissima Lunigiana ❤️
#italianascosta #italia #liguria #lunigiana #liguriadilevante #grandtourupmed #viviliguria #igersliguria #igersitalia #castelnuovomagra #luni #viaggi #viaggiare #viaggiando #hiddenitaly #hiddenitalytours #panorama #wide #huaweip30pro #borgo #borghi

👍 🗨️ 📤 📌

👍 Piace a simona24may e altri 224

31 MAGGIO

Aggiungi un commento... Pubblica

 Interreg Sistina #grandtourupmed

 11 consigli... 11 momenti da vivere in Costa Azzurra 

 11 conseils ... 11 moments à vivre sur la Côte d'Azur 



ILCOURTMIRABEAU.FR

11 moments à vivre en vacances au bord de la Côte d'Azur

Pour ce troisième et ultime article consacré à la semaine spéciale «...



 loveisanowl • Segui già 
Aqqius

 loveisanowl Girando per i monti di Aqqius ho conosciuto da vicino la flora mediterranea e scoperto alcune proprietà davvero uniche dei fiori e delle piante 🌿 che ci circondano. Ho assaggiato la cipollina selvatica e incontrato un pascolo di pecore nei pressi di uno stazzo gallurese. Un giorno a contatto con la natura che mi ha permesso di apprezzare ancora di più questa bellissima isola. Conoscete questi fiori? vi aspetto nelle stories con un po' di quiz 🤖!!
#grandtourupmed #sardegna #trekking #owl #peluche #natura #nature #tour #igersardegna #gallura #instagallura #igersgallura #galluraexperience #travel #traveler #instagood #sun #flowers #fiori

 Piace a giofanari e altri 78

5 GIUGNO

Aggiungi un commento... 



loveisanowl • Segui già
Calangianus

loveisanowl Sono volata in Sardegna per trascorrere tre giorni in Gallura. Neanche il tempo di arrivare che sono partita alla scoperta di questa regione in compagnia di Giovanni Pasella, guida ambientale esperta e simpatica. In sella alla bicicletta, siamo partiti da Calangianus per scoprire sugherete e sugherete, tombe dei giganti, rocce granitiche, ferrovie abbandonate 🚂 Oggi si continua a scoprire questa regione sarda con un trekking sui monti! 🏔️ 🇮🇹 Sardaigne en Liberté Interreg Sistina #grandtourupmed #grandtourupmed #sardegna #bicicletta #bici #cycling #cycle #natura #nature #tour #igersardegna #gallura #igersitalia #visitsardinia #igerssardegna #galluraexperience

👍 🗨️ 📤 📌

👤 Piace a giofanari e altri 78

4 GIUGNO

Aggiungi un commento... Pubblica



giofanari • Segui già
Aqqius

giofanari In giro sui monti di Aqqius, tra rocce di granito, nascondigli di briganti, pecore e flora selvatica. E con lo sguardo che si perde fino al mare. Alla Gallura non potevo chiedere niente di meglio! #gallura #sardegna #grandtourupmed #sardinia #visitaggius #me #selfie #redhair #travel #italia #igersitalia #visitsardegna #redhair #trekking #nature #ecoturismo #mountain #paesaggio #turismosostenibile @sardaignenliberte @grandtourupmed

5 sett.

👤 bracelet4erth Awesome post! 🍌 🍌 🍌
Send us a message ASAP!! 🇮🇹 🇮🇹 🇮🇹

👍 🗨️ 📤 📌

👤 Piace a simona24may e altri 122

6 GIUGNO

Aggiungi un commento... Pubblica



loveisanowl • Segui già
Calangianus

loveisanowl Lui è Giovanni Pasella, la guida ambientale che ho avuto il piacere di conoscere in occasione del tour fatto in Gallura, per conoscere da vicino gli itinerari del #grandtourupmed. È stato bello poter girare in compagnia di una persona del luogo: mi ha raccontato tante storie e fatto conoscere luoghi non facilmente accessibili. Sul blog trovate l'itinerario dei miei due giorni in Gallura, fatemi sapere cosa ve ne pare! #sardegna #guida #italia #igersardegna #calangianus #tour #blogtour #selfie #friend @grandtourupmed @sardaignenliberte <https://www.loveisanowl.it/2019/06/11/itinerario-gallura-due-giorni-bici-piedi/>

👍 💬 ↗️ 📌

🌍 Piace a giofanari e altri 48

16 GIUGNO

Aggiungi un commento...

Pubblica



dianadelorenzi • Segui già
Lerici

dianadelorenzi Let the italian summer begins ❤️
Il mese di giugno lo sto dedicando molto alla nostra bellissima Italia. Ho avuto l'enorme piacere di esser ospite in terra ligure, grazie alla Camera di Commercio Riviera di Liguria, per scoprire la zona del Golfo dei Poeti.
Ho solcato le onde del mare delle 5 Terre su una meravigliosa barca a vela e scoperto coloratissimi paesini come Lerici, Portovenere (ci ho lasciato un pezzetto di cuore) e Sarzana.
Il tutto per raccontarvi il progetto Sistina: un sistema per il turismo innovativo nell'Alto Mediterraneo a supporto dello sviluppo sostenibile del turismo nelle zone della Corsica.

👍 💬 ↗️ 📌

🌍 Piace a ccciaarivlig e altri 3.397

15 GIUGNO

Aggiungi un commento...

Pubblica



dianadelorenzi • Segui già
Portovenere



dianadelorenzi Sailing from Portovenere to the 5 Terre. Ero stata in questa zona tanti tanti anni fa, però avevo dimenticato molti pezzi di quel viaggio di fine liceo. Così quando sono arrivata a Portovenere ho avuto la sensazione di meraviglia della prima volta. Una vera perla del Golfo dei Poeti che fa da sentinella alle 5 Terre (non è una delle 5). Forse la mia preferita in assoluto di questa zona. Solo 300 anime abitano qui d'inverno. Le case super colorate che guardando ad un mare smeraldo. I pescatori che al mattino si affacciano al piccolo porto e la chiesa di San Pietro con una delle viste più belle che abbia mai visto.



Piace a cciaarivlig e altri 3.091

20 GIUGNO

Aggiungi un commento...

Pubblica



dianadelorenzi • Segui già
Golfo dei Poeti



dianadelorenzi You know I love you, my dear beautiful Italy. È incredibile come in Italia ci si possa spostare di pochi km e trovare meraviglia e stupore continuo, anche quando meno ce lo aspettiamo. Vi racconto, sul blog, della Liguria e delle sue perle più autentiche. Il Golfo dei Poeti, le 5 Terre, Sarzana... tanta bellezza raccolta in un perfetto itinerario da weekend. Vi lascio il link in bio al mio blog post e presto mi aspetta una nuova incredibile meta tutta italiana 🥰❤️ Voi che avete in programma per questa estate? W/ @cciaarivlig @grandtourupmed #grandtourupmed #Ad



Piace a cciaarivlig e altri 3.664

3 LUGLIO

Aggiungi un commento...

Pubblica

🇫🇷 Qui ne rêve pas de Cannes...? La Provence...? La France du #grandtourupmed? 💜

🇮🇹 Chi non sogna Cannes...? La Provenza...? La Francia del #grandtourupmed? 💜

<https://www.viatao.com/.../une-journee-inoubliable-dans-l-arr...>

Un nouvel article où notre arrière pays est mis à l'honneur grâce au récit de notre journaliste qui est allé tester le package touristique proposé par Union Tour dans le cadre du projet Interreg Sistina #grandtourupmed

Interreg Maritime - Marittimo Groupement d'Intérêt Public de l'Académie de Nice

Visualizza traduzione



VIATAO.COM

Une journée inoubliable dans l'arrière pays cannois

Le monde entier connaît la ville de Cannes grâce à son fameux...

2.5 L'evento internazionale di incontri d'affari

Un evento di incontri d'affari (B2B), denominato "Borsa del Turismo dell'Alto Mediterraneo", con seminario tecnico/formativo "Outdoor Mare, vivere il mare oltre il turismo balneare", è stato organizzato dal Capofila Blue Hub il 7 e 8 giugno 2019 alla Spezia. Si è trattato di una due giorni d'affari in cui buyers da tutto il mondo hanno incontrato l'offerta SIS.T.IN.A al Castello San Giorgio per la serata inaugurale e al centro fieristico LaSpeziaExpo per gli incontri di lavoro. Erano presenti 36 buyers e 32 sellers.







2.6 I video promozionali e gli spazi pubblicitari

Sono stati realizzati anche dei video promozionali del territorio che riassumono le esperienze fruibili attraverso i pacchetti del Catalogo SIS.T.IN.A.

I video sintetizzano visivamente le opportunità di fruizione dei territori coinvolti, mantenendo l'immagine coordinata del *brand* Gran Tour dell'Alto Mediterraneo e sono diversificati in base ai target di riferimento.

Sono stati acquisiti spazi di proiezione video presso circuiti aeroportuali, metropolitani, ferroviari e spazi sulla stampa che hanno previsto un numero di passaggi in relazione alle linee strategiche dettate dal Piano di Marketing e da quelle operative del Piano Media.

Gli spazi pubblicitari sono apparsi su siti web, pagine social e portali leader in ambito turistico.

Il partner BLUE HUB

Ha previsto un piano di comunicazione così suddiviso:

- due pagine di pubblicità su Travel Quotidiano;
- una pagina di pubblicità su Travel Open Daily;
- tre promo inviate a più di 40.000 indirizzi mail trade a consumer a livello nazionale;
- maxifull banner e il banner travel comunica nel sito www.travelquotidiano.com;
- distribuzione del video e di tutti i materiali foto e informativi attraverso i social network;
- una pagina di pubbliredazionale nella rivista Italo;

- pubblicità attraverso il giornale francese di turismo TourMag (https://www.tourmag.com/Le-Grand-Tour-de-la-Haute-Mediterranee-by-SIS-T-IN-A-La-Spezia-Italie-7-8-Juin-2019_a98850.html);
- distribuzione per tre giorni del video nel circuito video nella metro di Roma e Milano, nel circuito dell'aeroporto di Genova e nel circuito bus di Milano.

Il partner ASPAL

Ha previsto un piano di comunicazione digitale su siti, portali e pagine social con oltre 2,5 milioni di follower, per un totale di 14 siti e una durata di 14 giorni. Nello specifico:

- 5 banner sui siti del Network Valica - Travel & Food;
- 3 Pubbliredazionali ospitati dai blog:
PaesiOnLine (portale leader del turismo in Italia <https://www.paesionline.it/articoli/un-gran-tour-nell-alto-mediterraneo--esperienze-di-ogni-tipo-tutte-da-provare#>), Turisti Per Caso, (premiato come primo sito dedicato al turismo nel 2018 <https://turistipercaso.it/corsica-1/80694/il-turismo-nellalto-mediterraneo-e-le-esperienze-t.html>) e
Paesi del Gusto (portale che promuove i sapori dei territori <https://www.paesidelgusto.it/alto-mediterraneo-turismo-enogastronomico/>);
- 3 post sulle pagine fb di Paesi on line, turisti per caso e Paesi del Gusto
- Native advertising sui siti del Network Valica - Travel & Food;
- Box in newsletter editoriale "Paesi On Line".

Il partner GIP FIPAN

Diffusione del video nell'aeroporto di Nizza dal 27 giugno al 10 luglio 2019
(circa 750.000 passeggeri in quel periodo);

- Diffusione del video nella newsletter della rivista L'écho touristique;
- 1 articolo (a doppia pagina) sulla versione stampa del mensile di luglio (300.000 abbonati mensili)

(<https://www.lechotouristique.com/article/projet-sistina-14-produits-a-conseiller-a-vos-clients>).

Il Partner COMUNE DI PIETRASANTA

Una pagina pubblicitaria sulla Rivista BELL'ITALIA e Bell'EUROPA.

2.7 I workshop tematici

Sono stati organizzati da tutti i partner n. 5 workshop tematici allo scopo di approfondire tematiche di particolare importanza per gli ambiti di prodotto dell'offerta SIS.T.IN.A.

❖ La Spezia, 8 giugno 2019 – Partner Blue Hub

L'evento d'incontri d'affari "La Borsa dell'Alto Mediterraneo" della Spezia ha incluso anche il seminario tecnico/formativo "Outdoor Mare, vivere il mare oltre il turismo balneare" organizzato dal Capofila Blue Hub. Hanno partecipato all'evento oltre 60 operatori del settore sia italiani che esteri.



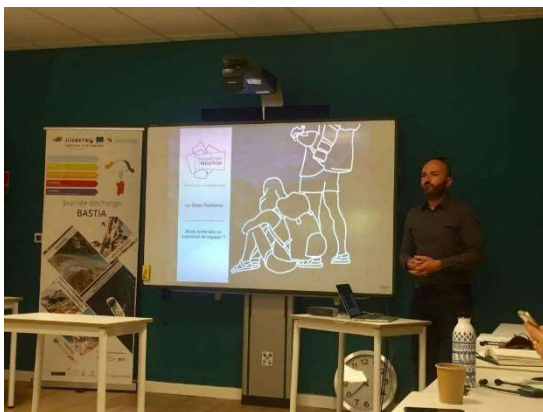
❖ Nizza, 7 giugno 2019 – Partner GIP FIPAN

Il seminario tecnico/formativo, svoltosi a Nizza presso lo stand acquistato nell'ambito dell'evento "Salon L'Italie à Table" dal 7 all'11 giugno, è stato accompagnato da incontri con blogger e giornalisti del settore allo scopo di far conoscere il Catalogo dei pacchetti turistici integrati SIS.T.IN.A.



❖ Bastia, 18 giugno 2019 – Partner CCI Haute Corse Bastia

Un seminario tecnico/formativo intitolato “Turismo Lento nell’Alto Mediterraneo – Come progettare l’offerta turistica per soddisfare le esigenze di nuovi viaggiatori: prenditi il tempo, metti la condivisione al centro dell’esperienza e minimizza l’impatto della tua presenza” è stato organizzato presso la sede dell’Istituto di formazione “Mediterraneo” a Borgo. Hanno partecipato all’evento oltre 20 persone.



❖ Cagliari, 26 giugno 2019 – ASPAL Sardegna

Il seminario tecnico/formativo intitolato “Creazione e vendita di nuovi prodotti turistici, l’esperienza del progetto SIS.T.IN.A.” si è tenuto a Cagliari presso il T Hotel. In questa occasione sono stati forniti agli operatori turistici gli strumenti per valutare i nuovi prodotti e nuovi media di diffusione, per comprendere il ruolo del marchio territoriale e per costruire proposte innovative e coerenti con la domanda. Hanno partecipato all’evento 52 operatori del settore coerenti con la domanda.



❖ Pietrasanta, 28 giugno 2019 – Comune di Pietrasanta

Il seminario tecnico/formativo intitolato “Wedding, un prodotto turistico da sviluppare” si è svolto presso il Museo Virtuale della Scultura e dell’Architettura presso la Sala della Musa. Hanno partecipato all’evento oltre 15 operatori del settore.



2.8 Gli eventi di disseminazione fuori area

Sono stati organizzati n. 2 eventi al di fuori del territorio di cooperazione allo scopo di diffondere i risultati del Progetto.

❖ Roma, 22 maggio 2019 – Partner Pietrasanta

L'evento di disseminazione si è svolto presso la Sala Italia dell'ENIT (Agenzia Nazionale Italiana per il Turismo). In totale hanno partecipato 45 persone tra giornalisti di settore e referenti di enti e imprese.



❖ Marsiglia, 13 giugno 2019 – Partner GIP FIPAN

L'evento di disseminazione è stato organizzato presso la Cité de l'Agriculture di Marsiglia nell'ambito di un evento congiunto di capitalizzazione che ha coinvolto i referenti dei progetti PROMETEA, SIS.T.IN.A, SMARTIC, ITINERA e STRATUS.

Hanno partecipato in tutto circa 25 persone tra le quali, in qualità di relatori, la responsabile del Tour operator Uniontour di Mondotravel, Mireille Duchamp, e Philippe Lucas del Tour Operator Stages du Soleil, in quanto hanno contribuito attivamente alla creazione dei pacchetti turistici del Catalogo del Gran Tour dell'Alto Mediterraneo.

