



Il concetto di esperienza nella comunicazione del territorio

Intervento a cura di Gianluca Bovoli

travel
marketing
days

Il concetto di esperienza nella comunicazione del territorio

Gianluca Bovoli

Travel Marketing Days
Finale Ligure 28 ottobre 2016

*Siete mai stati a **Londra**?*



Bel tempo?



Aria fresca?



Buona tavola?





Gente simpatica?

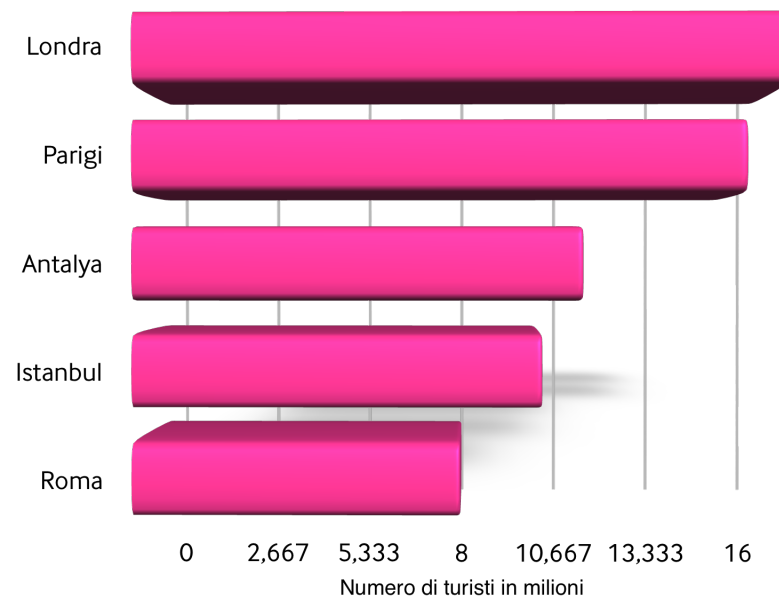
Eppure...

16 Milioni di turisti ogni anno

350.000 Londinesi impiegati nel turismo

Città europea più visitata

Turismo in Europa - Top 5 delle mete europee più visitate



<http://blog.euromonitor.com/2015/01/top-100-city-destinations-ranking.html>

*Londra propone uno stile di vita,
un modo di essere fatto di...*











Immaginario Collettivo





Arte contemporanea





Folklore





Notting Hill



Fusion



*Londra fa vivere l'esperienza
dello spirito inglese.*

*Territorio,
persone istituzioni e imprese
hanno collaborato attivamente...*

*...hanno preso ciò che esisteva
e lo hanno valorizzato, migliorato,
moltiplicato, condiviso e comunicato...*

*...offrendo un'esperienza distintiva
in grado di attrarre e sedurre.*

*Un'esperienza
capace di creare valore
e far crescere insieme
il tessuto sociale ed economico
del territorio.*

Il valore dell'esperienza

Esperienze

*Percorsi di conoscenza pratica
finalizzati a dare soddisfazioni*

Cosa genera l'esperienza?

Per chi la vive

Distintività
Preferenza
Fedeltà
Appartenenza

Per chi la offre

Fiducia
Autorevolezza
Facilita sviluppi futuri
Il giusto ritorno economico

L' esperienza
si compone di valori reali
(Concretezza, segni, icone, format,
qualità, prezzo, performance...)

ma anche di
valori intangibili e aspirazionali
(Status, stile, emozioni, reazioni,
empatia, coinvolgimento...)

È sull'esperienza che possiamo:

- ▶ modificare
- ▶ sviluppare
- ▶ migliorare
- ▶ ridefinire

la promessa di marca
e quindi
potenziare il valore del territorio.

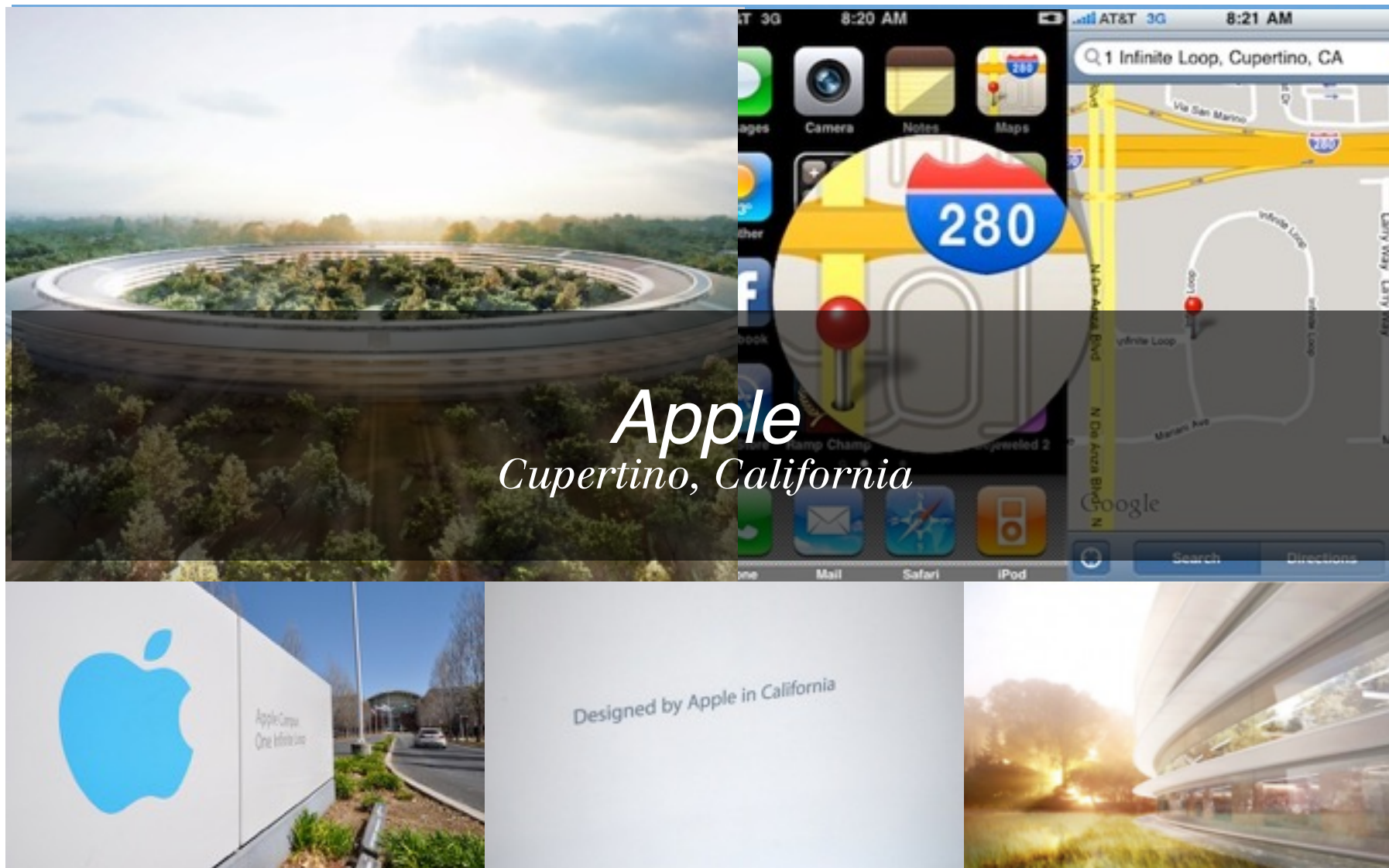
*Offrire un'esperienza significa
rendere tangibile l'intangibile*

*Offrire esperienze crea un rapporto,
coinvolge il pubblico, rafforza
la reputazione...*

...e genera risultati concreti.

Che cos'è un territorio?

*Il territorio è
le sue imprese*



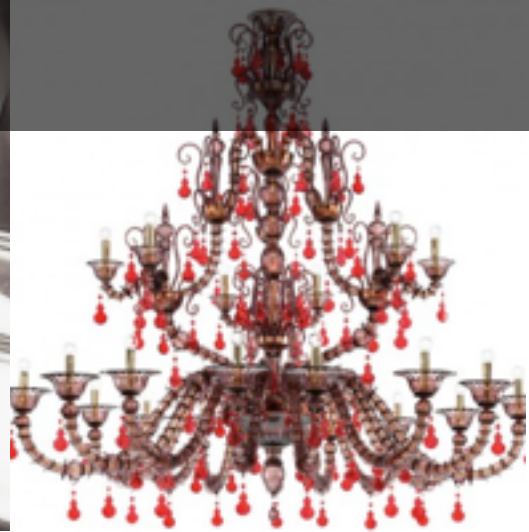
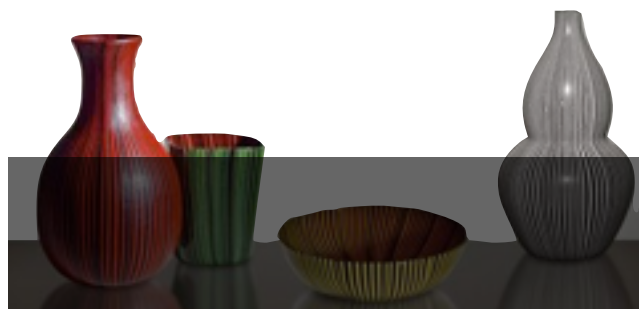


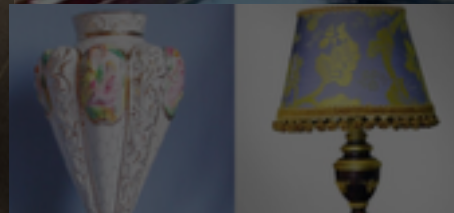
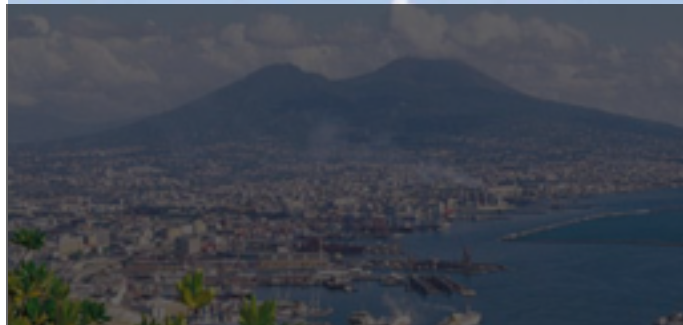
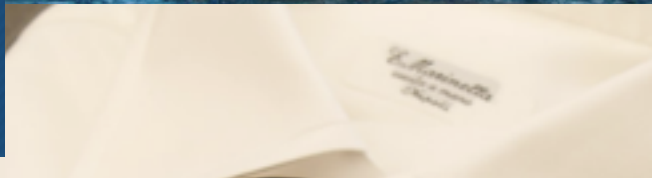
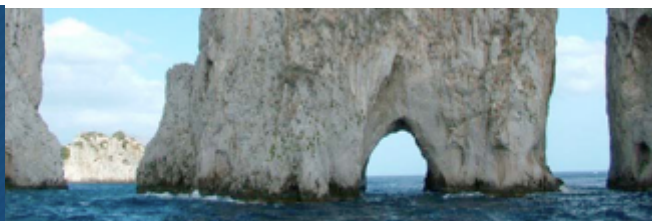
Perugina
Perugia



VENINI

Venini
Venezia





Marinella
Napoli



Salvatore Ferragamo

Firenze



La Venaria Reale

Torino

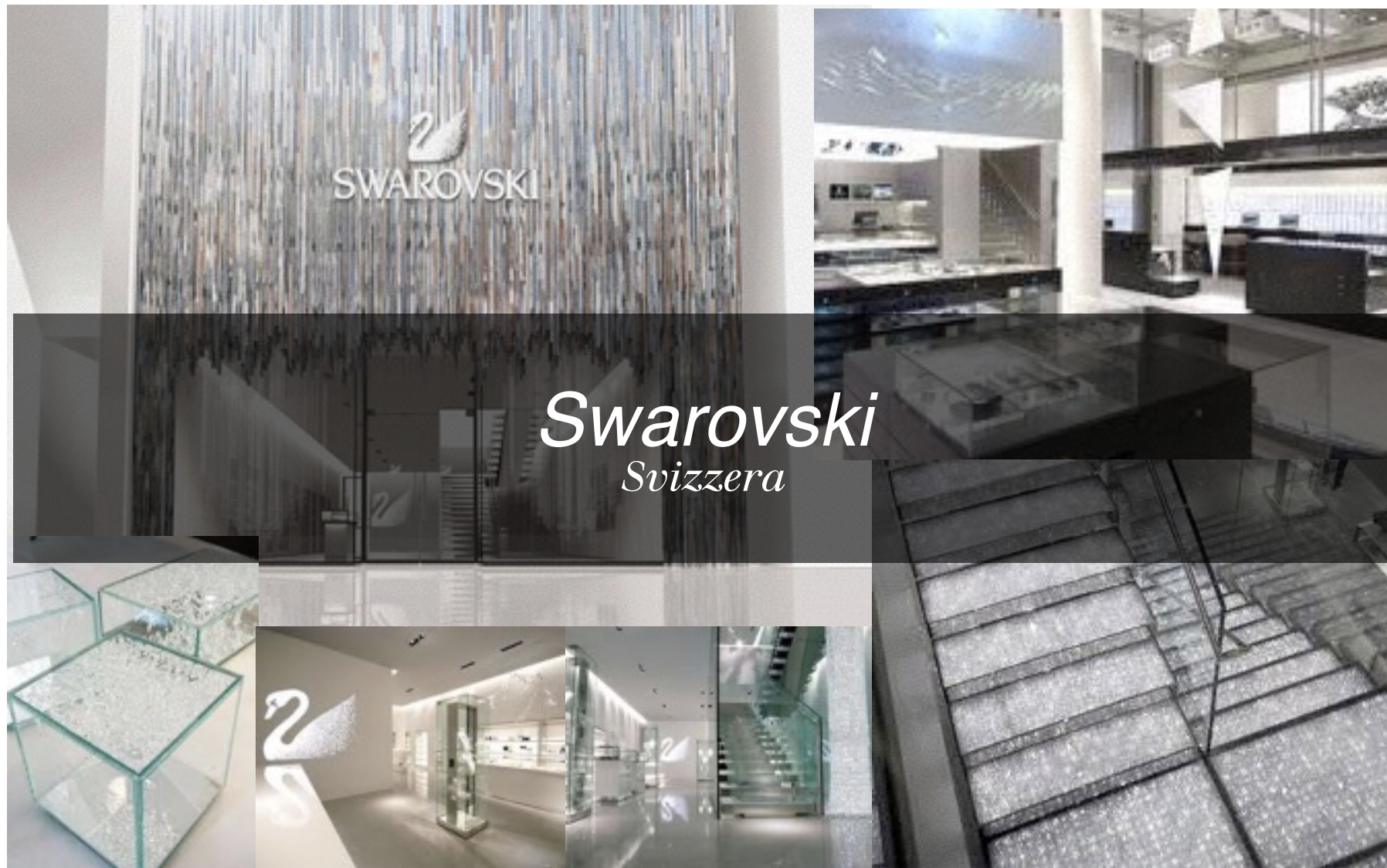


Real Madrid *Madrid*





Ikea
Svezia





Lego
Danimarca



Disney

Stati Uniti

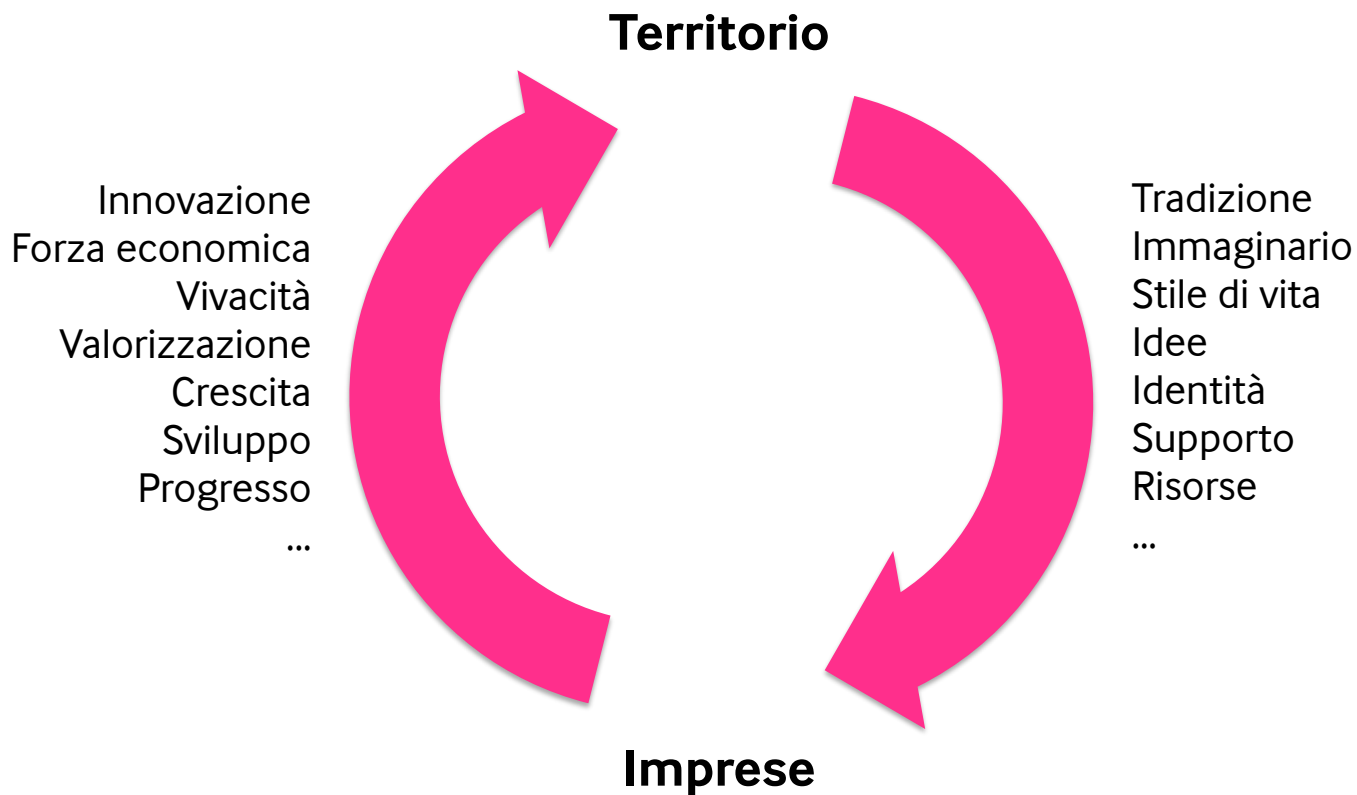


*Tutti questi marchi
non comunicano solo sé stessi,
ma sono forti dello stretto legame
con il loro luogo di provenienza...*

*...e offrono un'esperienza legata
allo spirito del loro territorio.*

*Il dialogo e lo scambio
reciproco tra aziende e territorio
genera un circolo virtuoso di cui
beneficiano tutte le parti in gioco...*

Il circolo virtuoso tra territorio e imprese



*Un territorio è
le sue persone*

Gigi D'Alessio

...e Napoli



Il Papa

...e Roma



Sting

...e Chianti



George Clooney

...e il lago di Como



*Un territorio è
i suoi spettacoli*

Sapore di mare

...e Forte dei Marmi

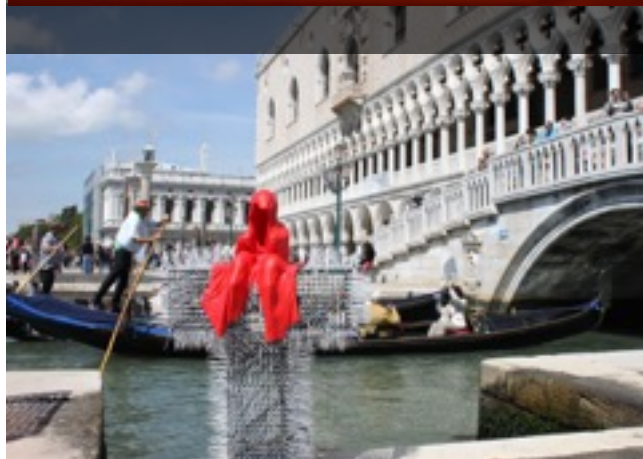


Vacanze di Natale

...e Cortina



*Un territorio è
i suoi appuntamenti*





Oktoberfest *Monaco*







Il Carnevale

Rio de Janeiro



Umbria Jazz

Perugia

*Un territorio è
l'unicità di alcuni luoghi
che lo riempiono
di significato*



Il Dracula *Sant Moritz*



La Piazzetta

Capri



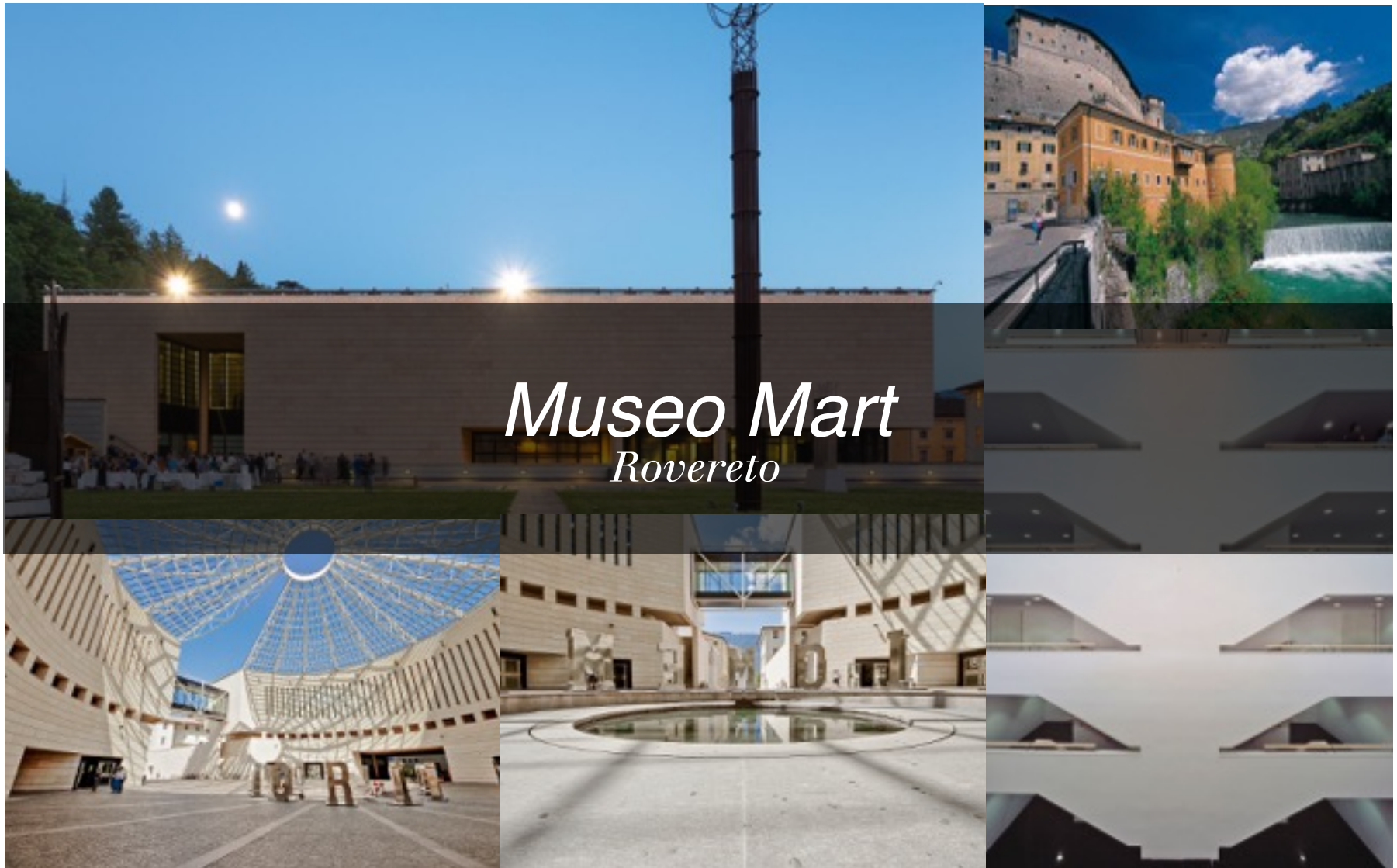
La Promenade des Anglais

Nizza



Ristorante Puny

Portofino





La Capannina

Forte dei Marmi

Café del Mar
Ibiza

*Spesso non serve fare
tante cose per avere successo.*

*Basta essere i migliori
nel saperne offrire alcune.*



*C'è sempre qualcosa che noi
e solo noi possiamo offrire.*

*Scopriamola e su di essa
fondiamo le nostre unicità.*

Qual è la vostra?

Grazie