



Savona 2.0

Quando la promozione del territorio passa dai punti vendita

Intervento a cura di Laura Chiara Filippi

travel
marketing
days



CCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA
CCOGLIENZA TURISTICA DIFFUS
SAVONA
ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

28 – 29 OTTOBRE 2016

Chiostri di Santa

Caterina
FINALE LIGURE

travel
marketing
days



SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days



Dal 2014 una nuova giunta



Composta da COMMERCianti



Atteggiamento positivo



Idee innovative



SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days



SAVONA

Una città che si divide tra STORIA,
CULTURA, ARTE e INNOVAZIONE



Una città PRONTA ad essere
scoperta anche grazie ai
COMMERCianti
e alle loro attività





SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days

FLUSSI TURISTICI SAVONA e PROVINCIA

Gennaio 2016 – Agosto 2016

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale

ARRIVI

(rispetto allo stesso periodo del 2015)

1.004.340 + 2,52%



ITALIANI

739.495 + 1,06%

STRANIERI

264.845 + 6,84%

PRESENZE

(rispetto allo stesso periodo del 2015)

4.523.473 + 4,33%



ITALIANI

3.471.236 + 2,78%

STRANIERI

1.052.237 + 9,82%



SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days



DATI RELATIVI AL PORTO DI SAVONA

Numero scali 2015



230 scali

Numero passeggeri

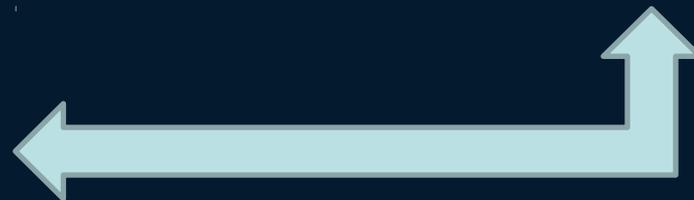


Imbarcanti 324.509

Sbarcanti 324.407

Transito 334.342

**Totale
passeggeri
983.258**



Dati 2015



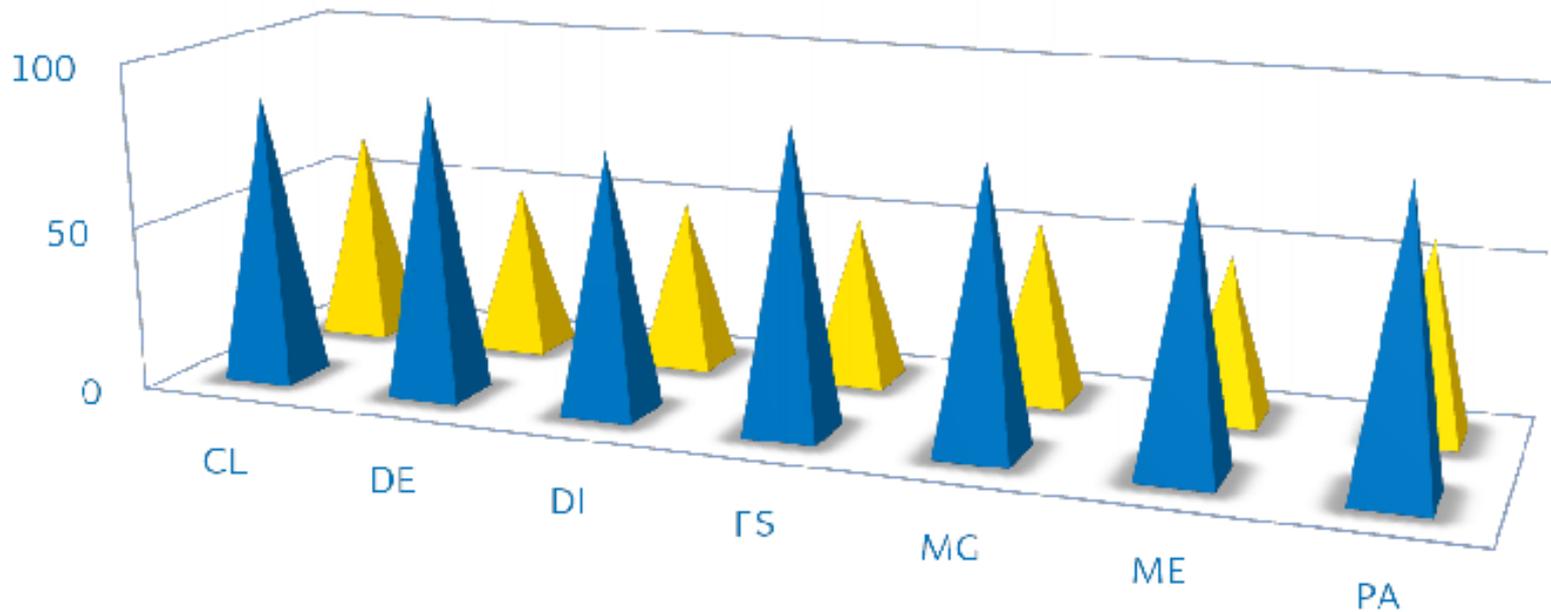
SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days

SAVONA

Percentuale di passeggeri che scendono a terra e percentuale passeggeri che ritornano a bordo (per pranzo)



	Classica	Deliziosa	Diadema	Fascinosa	Magica	Mediterranea	Pacifica
Usciti	87%	91%	79%	91%	84%	83%	87%
Ritornati a pranzo 11.30-14.30	64%	51%	51%	50%	54%	49%	59%





SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days



SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

Progetto nato da un'idea di
ASCOM Savona e sviluppato
in «partnership» con
COSTA CROCIERE





SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days

IL LOGO



Semplice



Facilmente riconoscibile



Positivo nel messaggio (sorriso)



SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days

OBIETTIVI DI SAVONA 2.0

- ➔ Dare un'immagine turistica della città
- ➔ Fare conoscere al turista le opportunità che la città offre.
- ➔ Far sì che i commercianti considerino i turisti una risorsa ed una opportunità.



SAVONA 2.0
ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days

MODALITA'



Creazione di RETE DIFFUSA di accoglienza turistica



Formazione all'ospitalità e alla vocazione al turismo



SAVONA 2.0
ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days

PUNTI DI ACCOGLIENZA TURISTICA

- ➔ Integrazione con altre realtà di informazione turistica presenti sul territorio
- ➔ Accessibile a tutti i commercianti
- ➔ Percorso di formazione dedicato
- ➔ Corner dedicato all'interno delle attività commerciali aderenti
- ➔ Espositore personalizzato



SAVONA 2.0
ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days

REQUISITI DEL PUNTO DI ACCOGLIENZA

- ➔ Posizione dell'attività
- ➔ Disponibilità a fornire un servizio qualificato
- ➔ Conoscenza delle lingue straniere
- ➔ Disponibilità a seguire percorso formativo



SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days



01_12_2015 conferenza stampa



Terminal Crociere Porto di Savona



Presentazione ai media e inizio iscrizioni



SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days



Immediato riscontro tra i commercianti



32 punti vendita selezionati



Inizio percorso formativo





SAVONA 2.0
ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days

PERCORSO FORMATIVO DEL PUNTO DI ACCOGLIENZA



Visite guidate al patrimonio artistico della città con docente accreditato (in collaborazione con l'Assessorato alla Cultura del Comune di Savona).



Profilazione del turista a cura di 



SAVONA 2.0

ACCOGLIENZA TURISTICA DIFFUSA

travel
marketing
days



Consegna materiale espositivo per punti vendita