ROVIGO
CONVENTION & VISITORS BUREAU
MEET IN GREEN

VENICE REGION CONVENTION BUREAU NETWORK

RCVB RETE D'IMPRESE Viale del Lavoro 4 - 45100 Rovigo – tel +39.0425.403501 info@rovigoconventionbureau.com
Organo Comune – CAT IMPRESE CONFCOMMERCIO ROVIGO SCARL - P.IVA 01216190296

AZIONI DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO DEL POLESINE COME DESTINAZIONE TURISTICA

Premessa

Considerando la funzione primaria, in Italia ed all'estero dei Convention Bureau quali organizzazioni specializzate a promuovere una località o territorio come ***destinazione turistica*** supportando istituzioni ed enti nell'ideazione e realizzazione delle strategie più idonee, le azioni intraprese da RCVB tengono conto delle **criticità** dell'offerta turistica locale, qui sintetizzate:

- scarsa notorietà di Rovigo strettamente legata alla mancanza di comunicazione su scala regionale e nazionale delle ricchezze e degli eventi rientranti nel calendario annuale, oltreché ad una scarsa propensione dei vari soggetti a condividere la programmazione di eventi ed azioni in modo da motivare e sollecitare la domanda turistica;
- sinergia ancora debole tra i vari attori del sistema turistico locale nella pianificazione di azioni di marketing con finalità comuni per rispondere ai bisogni della domanda, in base ai diversi target;
- mancanza di continuità delle azioni di marketing che, restando "spot", non sono capaci di capitalizzare gli investimenti delle risorse economiche ed umane messe in gioco.

RCVB a partire dal **2015** ha iniziato una **nuova strategia orientata a:**

1. presentare Rovigo/Polesine **come "destinazione turistica",** come meta di vacanza leisure e business rafforzando il concetto di *terra tra due fiumi*.
2. creare una **identità tra territorio e business** → vedi logo e pay off "meet in green" declinando poi immagine off/on-line, proposte e materiali in questa chiave
3. avviare una **campagna di comunicazione** capace di migliorare la notorietà di Rovigo/Polesine, anche grazie a nuovi eventi culturali, sportivi, materiali e strumenti multimediali

Incarico CCIAA 2016 - Azioni di marketing territoriale

1. Allo scopo di supportare i grandi eventi culturali dell'autunno-inverno 2016-17 quali la Mostra di Palazzo Roverella (azione sinergica con altri enti), RCVB ha ideato una nuova rassegna di **incontri culturali** chiamata **"5 appuntamenti…viaggiando tra arte e cultura"** che ha portato a Rovigo **giornalisti, scrittori ed intellettuali di fama nazionale** durante il periodo della mostra. La rassegna ha visto la partecipazione di un pubblico numeroso ed ha richiamato l'interesse della stampa regionale e nazionale. RCVB ha organizzato **5 incontri totali** nelle date 21 ott, 13 nov, 9 e 16 dic e 13 gen 2017 grazie ad una proficua trattativa con gli ospiti e le case editrici, che sono stati promossi con flyers, locandine e banner web riportanti immagini e loghi di CCIAA e RCVB. Ulteriore azione sinergica: servizio su TGR Veneto dom. 15 gennaio (vedere oltre) e cospicua rassegna stampa.
   RISULTATI – hanno partecipato agli incontri circa 350 persone che hanno apprezzato soprattutto i testimonial più conosciuti – indicazioni utili: spunti interessanti anche da parte di chi non sempre è riuscito ad essere presente con richieste di incontri tematici in fascia oraria diversa – pro turismo: necessaria maggiore visibilità su stampa partendo almeno 2 mesi prima

2. **Dato che i flussi incoming verso Rovigo ed il Polesine sono costituiti all'80% da turismo individuale RCVB**, attraverso un lavoro molto articolato con le associazioni di guide locali, RCVB ha ideato **5 idee di viaggio** per il periodo dic 2016 – mar 2017 che nei contenuti fossero adatti alla visitazione nel periodo invernale e includessero, per quanto possibile, anche gli eventi di intrattenimento a calendario. Tali proposte sono promosse tramite i canali web e mailing di RCVB.

L'obiettivo principale era costruire **un "format" replicabile** modificando il contenuto a seconda delle stagioni. Da fine **marzo 2017** sono infatti on-line 4 proposte di primavera **"idee weekend"**, declinate anche sugli eventi culturali in calendario.
http://rovigoconventionbureau.com/weekend-di-primavera/

RISULTATI – I risultati di questa azione complessa, da sviluppare anche con gli operatori che si occupano di distribuzione-vendita di viaggi, **saranno misurabili il prossimo anno**, potendo proseguire le azioni di promozione avviate – si è comunque registrato un **aumento delle richieste** di informazioni da parte di utenti privati, sia pur considerando che il turismo *leisure* non è il target principale di RCVB.
La GRANDE OPPORTUNITA' per il Polesine, le istituzioni e gli enti che promuovono la cultura ed il turismo in favore del tessuto d'impresa locale si presenta quest'anno **con la prossima mostra**, se sarà possibile avviare **contestualmente alla Fondazione**, una campagna di comunicazione parallela pro turismo.

Incarico CCIAA 2016 Azioni di promozione tramite press tour

3. Realizzazione di un ***Press Tour*** dal **25 al 27 febbraio 2017** per la promozione di Rovigo e dintorni nel periodo invernale con i seguenti obiettivi:
   - Far conoscere le **ricchezze storiche-artistiche-culturali** di Rovigo e di alcuni borghi limitrofi quali Lendinara e Fratta Polesine: un patrimonio che comprende monumenti, teatri, palazzi pubblici e privati sede di mostre d'arte temporanee e di convegni culturali
   - Far visitare **ville o palazzi, frutto di ristrutturazioni accurate**, ideali per cerimonie, incontri culturali, eventi aziendali con spazi per meeting, esposizioni, presentazioni prodotti, shooting fotografici
   - Far incontrare la **stampa ospite con i promotori degli eventi culturali** che animano il calendario annuale della "destinazione Rovigo" ed in particolare presentare gli eventi culturali della prossima primavera (fine marzo – fine giugno) –

RISULTATI – questa azione non essendo isolata, ma affiancando la **campagna di comunicazione avviata nel 2016 grazie ai fondi derivanti dal progetto Protocollo Polesine** ha determinato un **effetto moltiplicatore** che ha portato Rovigo e provincia su molte testate nazionali tra cui: Sole 24 Ore, Repubblica, La Stampa, Corriere, Dove, Touring, Meeting e Congressi producendo una rassegna di circa **100 articoli** inseriti in parte nel sito web di RCVB – Servizi radio su network nazionali e riviste on-line che ancora oggi chiamano per avere notizie su offerta ed eventi, dimostrando viva attenzione verso la nostra destinazione.

Azioni di comunicazione multimediale

- **NUOVA Video-clip**: per cercare di promuovere la nostra destinazione tramite più canali multimediali è stata realizzata una video clip dedicata alla città di Rovigo, che può essere seguita da altre clip tematiche, come evidenziato durante **l'anteprima svolta in CCIAA lo scorso 26 aprile** (alla presenza degli enti pubblici e privati che hanno collaborato alla realizzazione: Comune di Rovigo per Teatro Sociale, Museo Grandi Fiumi, Tempio La Rotonda, Accademia dei Concordi, Conservatorio Musica F.Venezze, Società Rugby Rovigo Delta, Uisp Rovigo) prima di inserirla in YOUTUBE, secondo canale social aperto da RCVB.
  La clip mette in risalto le ricchezze storico-artistiche, paesaggistiche e sportive che diventano strumenti di marketing, tramite i "tag", assieme alla colonna sonora originale preferita all'alternativa di pagare diritti d'autore di musiche già esistenti. In logica sinergica al territorio di competenza di CCIAA **sono stati coinvolti professionisti di Rovigo e Venezia**.
  Link alla clip http://rovigoconventionbureau.com/gallery/
  https://www.youtube.com/channel/UCuCELb4bfHVuVPPC6GdkOGg

RISULTATI – attesi per fine anno in termini di visualizzazioni

ALTRE AZIONI realizzate (in conferenza vengono solo citate)

- Realizzazione di **banner promozionali** degli eventi e delle idee viaggi di cui all'azione 1)
- primi ***articoli di nuova linea di merchandising*** ***(2 tipi di magneti e 2 tipi di segnalibri),*** ancora mancanti nell'offerta attuale,
- **Rubrica TV** – realizzato **1 servizio in onda** al **TGR Veneto del 15 gen h 14,00** (immagini e testi ideati e trasmessi da RCVB a redazione RAI) e **1 rubrica** TV, inserita in circuiti televisivi interregionali (Telechiara, TVA Vicenza), dedicata agli incontri culturali da ottobre a gennaio

COLLEGAMENTO CON EUROLAMBRETTA 2017 – grande evento

Azioni sostenute da progetto Protocollo Polesine 2014-2016

Con rif **al target principale di RCVB** gli incontri con gli intermediari (Tour Operator e Agenzia eventi) del settore MICE incontrati negli eventi B2B partecipati **BIT 2016 - Buy Veneto 2016 – Bit 2017** (circa 80 operatori quasi totalmente stranieri) evidenziano un incoraggiante potenziale che richiede però un complesso lavoro creativo e di coordinamento per:

- Costruire un'offerta specifica: gli operatori di Austria, Germania, Inghilterra, Brasile, Est Europa, USA, Canada chiedono prodotti differenti che vanno costruiti ad hoc.
- Candidare la nostra destinazione a manifestazioni, festival, iniziative culturali e sportive su grande scala

i RISULTATI più promettenti in termini di **aumento di richieste,** qualitativamente rispondenti all'offerta locale, sono strettamente legati alla nuova strategia avviata che ha legato *il business al green* (trattative in corso con aziende di medicina naturale) e alla **campagna di comunicazione realizzata su riviste di settore** e amplificata dagli articoli che fanno emergere i punti di forza della nostra destinazione come post meeting.

BIT 2016 ha inoltre offerto l'occasione di incontrare **Lambretta Club Italia** che a febbraio 2016 stava cercando una base logistica ed una destinazione capaci di competere con altri competitors italiani e stranieri per un raduno internazionale di lambrette in occasioni del 70° compleanno del mitico scooter.
La **sinergia tra Lambretta Club Italia, Rovigo Convention Bureau e Autodromo Adria**, ha reso possibile la realizzazione di questa importante iniziativa sportiva che si terrà dal 2 al 4 giugno testimoniando che anche la nostra destinazione turistica può ospitare "grandi eventi".
Per conquistare la candidatura su altre città italiane e straniere, si è proposto, come si vede nella presentazione, la destinazione "green" e gli itinerari per scoprire la straordinaria bellezza paesaggistica del nostro Delta del Po (venerdì 2 giugno) e di Chioggia "piccola Venezia" (sabato 3 giugno).
Molto importante è il **ritorno economico sul territorio** dato che gli hotel di Adria, Taglio di Po, Rosolina sono già al completo per ospitare i 1800 partecipanti provenienti dall'Italia e dall'Europa.
Il primo itinerario, venerdì 2 giugno, si svolgerà lungo un percorso dall'autodromo al Delta del Po.
Rientrando i 1000 partecipanti del primo giorno passeranno per il **Museo della Bonifica** (verso le 17-17,30) per un breve "pit stop" di circa 30 minuti ed un momento di benvenuto, allietato anche dai prodotti tipici della nostra terra e grazie alla collaborazione della Pro Loco di Porto Tolle e della Fondazione Ca' Vendramin.
Il secondo itinerario, sabato 3 giugno, porterà i partecipanti da Adria a Chioggia.
Un ringraziamento ai **7 Comuni coinvolti**: Adria, Porto Viro, Taglio di Po, Porto Tolle, Rosolina in provincia di Rovigo e Cavarzere e Chioggia in provincia di Venezia ed ai comandi di polizia locale che con il loro patrocinio e supporto renderanno certamente speciale questo grande evento.