

PERCORSO FORMATIVO SULLO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE

a cura della Direzione Turismo:

TAKE IT SLOW

Giulia Turra
Casi e buone pratiche di
applicazioni digitali e business
model innovativi



Casi e buone pratiche di applicazioni digitali e business model innovativi

Tutti i diritti sono riservati.
Questo materiale NON può
essere riprodotto in nessun
canale.
Questo materiale è riservato
ad uso personale e non
commerciale.



Nice to meet you



[linkedin.com/in/giulia-turra1/](https://www.linkedin.com/in/giulia-turra1/)

**Market analyst & marketing consultant in JGB,
Executive Manager di Start Cube,
collabora con JGT per marketing del turismo.**

#startup consultant
#marketing consultant
#fitness fan
#food lover
#travel lover



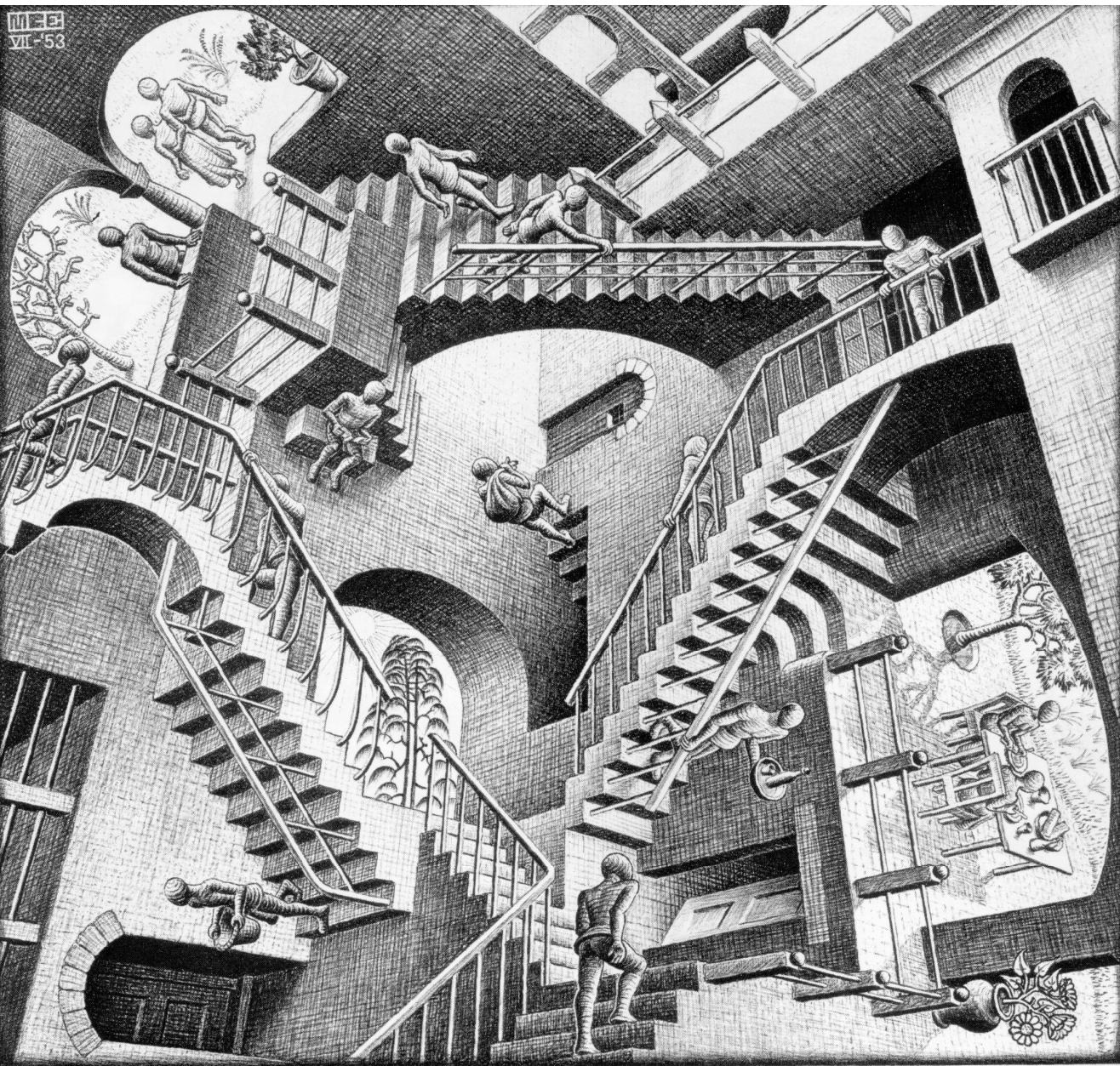
RYANAIR

BOOKING

AIRBNB



“Un manager con il
cellulare entrò in una
cabina telefonica e pianse
di nostalgia.”



NON C'E' UNA
SOLA
PROSPETTIVA

Modello di business

È la capacità di creare valore per
il mio target / bacino di utenza
rispondendo ai bisogni e
generando nuove occasioni di
sostenibilità economica

Modello di business

È la capacità di creare valore per
il mio target / bacino di utenza
rispondendo ai bisogni e
generando nuove occasioni di
sostenibilità economica

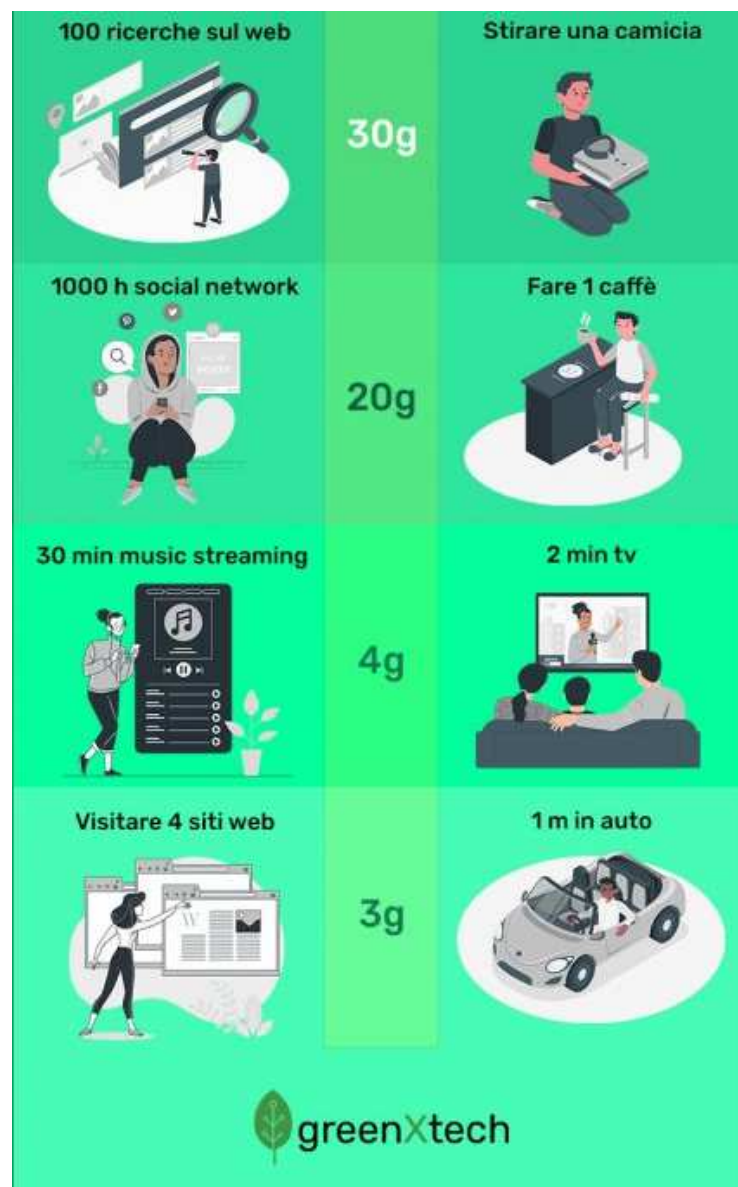
Modello di business sostenibile

È la capacità di creare valore per
il mio target / bacino di utenza
rispondendo ai bisogni e
generando nuove occasioni di
sostenibilità economica, **sociale**
ed ambientale

#UnlockTheChange	IL PRIMO REPORT DELLE B CORP	TUTTE LE B CORP	SCOPRI LE B CORP	I GRANDI TEMI	COSA PUOI FARE TU
------------------	------------------------------	-----------------	------------------	---------------	-------------------



- 1** Per differenziarsi sul mercato
- 2** Per misurare e migliorare le proprie performance
- 3** Per attrarre e trattenere talento
- 4** Per risparmiare e migliorare i risultati economici
- 5** Per ispirare gli investitori
- 6** Per fare parte di un movimento globale di leader che condividono i tuoi stessi valori
- 7** Per guidare il cambiamento





INSPIRATIONALS



**YOU WILL
DO BIG
THINGS**

A cosa serve un inspirational

1. **Imparare dai migliori**
2. Le migliori innovazioni, non sono solo quelle dirompenti, ma sono **quelle capaci di superare i confini** (ovvero qualcosa che ha funzionato in un mercato, può funzionare anche in un altro)
3. Capire qual è lo status quo dell'evoluzione e chiedersi «**io a che punto sono?!**»
4. Scegliere quali azioni possono essere implementate nella vostra realtà **nel Breve periodo, nel Medio e nel Lungo**

Metodo

Immagina
come
questo
inspirational
possa
entrare nella
tua realtà



Un inspirational

Senda dil Dragun si trova nel sud-est della Svizzera e collega i suggestivi villaggi **Laax Murschetg e Laax Dorf**. Qui, sopra la foresta, è stato elevato quello che oggi è **il sentiero tra gli alberi più lungo del mondo**. 1,56 chilometri

- Lungo la passerella, infatti, sono state realizzate delle piattaforme dove sono collocati dei display informativi che permettono ai visitatori di conoscere la **storia della fauna e della flora**

- **Uno scivolo a spirale lungo 73 metri**, costruito all'interno della torre, che permette di attraversare in verticale, e in tutta velocità, la foresta.



Immagina
come
questo
inspirational
possa
entrare nella
tua realtà



Un inspirational

Il primo albergo al mondo powerhouse

Il nuovo albergo, collocato nel fiordo Holandsfjorden ai piedi del monte Almlifjellet e del ghiacciaio Svartisen, rispetto a un hotel equivalente costruito secondo i moderni standard di costruzione esistenti in Norvegia, **riduce il proprio consumo energetico annuo di circa l'85%.**



<https://www.infobuild.it/progetti/svart-primo-hotel-powerhouse-energia-positiva/>



Immagina
come
questo
inspirational
possa
entrare nella
tua realtà

Bellezze

MUSEO

Un inspirational

Cristina Fogazzi, l'imprenditrice conosciuta come l'Estetista Cinica che con il suo marchio aziendale ha rivoluzionato il mercato della cosmetica, arriva a Taranto il 3 e 4 luglio per promuovere un nuovo approccio alla bellezza e sostenere i luoghi della cultura italiana. Con il progetto Bellezze al Museo, infatti, il suo eco-truck total pink animerà piazza Garibaldi dispensando consigli di bellezza e invitando le appassionati del marchio a visitare uno dei patrimoni più importanti al mondo: quello del Museo Archeologico Nazionale di Taranto – MarTA. Prima di Taranto, il tour ha fatto tappa ad Ancona e poi proseguirà per Matera.



<https://www.veralab.it/it/magazine/bellezze-al-museo-2021/>



Immagina
come
questo
inspirational
possa
entrare nella
tua realtà

WeWard

Un inspirational

WeWard, guadagnare camminando

Ogni 1.500 passi si ottiene 1 ward, ogni 3mila 3 ward e così via, fino a 25 ward per 20mila passi. Questi crediti possono essere poi convertiti in euro e accreditati in banca, trasformati in voucher e buoni regalo per acquistare direttamente dai partner sulla piattaforma oppure lasciati in beneficenza. Già regina delle applicazioni in Francia, Belgio e Spagna spinge a macinare passi in cambio di valuta digitale da convertire in euro o voucher





Quando il
mondo si
globalizza
grazie alle
piattaforme

Campagna virale to be



<https://www.youtube.com/watch?v=uqegpq3N71o>

UNA PROVOCAZIONE

LA PIZZA LA FA IL ROBOT



can pick up the finished pizza from a
window

#PizzaRobot #Pizza

How the World's First Autonomous Pizza Robot Works

<https://www.youtube.com/watch?v=fNpBDwYLi-Q>

PREMESSA

Premessa

IL DIGITALE NON E' IL FUTURO, E' IL PRESENTE



https://corrieredelveneto.corriere.it/venezia-mestre/cronaca/19_novembre_06/serve-parla-non-si-stanca-venezia-cameriera-robot-70eb05c4-0066-11ea-8732-be7de5ed3bbc.shtml

Premessa

Nel 2018, a livello mondiale, **l'82% dei viaggi e degli eventi sono stati prenotati attraverso un sito internet o una applicazione per smartphone** (cmo.adobe.com) senza bisogno di alcuna intermediazione umana. Nel nostro Paese, stando a quanto indicato dall'ISTAT sul tema, sempre nel 2018 **più della metà delle persone ha prenotato autonomamente il proprio viaggio e di queste il 46 per cento lo ha fatto su internet. Si dice che post covid il dato sia destinato a raddoppiare**



Premessa

IL TURISMO DIGITALE INFLUENZA IL TURISMO ANALOGICO



Per esempio

A dimostrarlo è una ricerca commissionata da **EasyJet** su alcuni turisti di età compresa tra i 18 e i 68 anni la quale ha registrato che **il 55% degli intervistati ha prenotato il suo viaggio basandosi esclusivamente su immagini viste su Instagram** (ilmessaggero.it). In particolare, più del 30% delle oltre 2.000 persone intervistate ha anche dichiarato di aver scelto la propria destinazione pensando alla cosiddetta “**photo opportunity**”, ovvero alla possibilità poi di postare delle belle foto sui social. Questo ha fatto sì che alcune mete prima non particolarmente battute diventassero dei luoghi ambiti per il turismo di massa.



Digitale come...

IL NUOVO POTERE SONO I DATI

Esempio: utilizzando una newsletter che racconti le nuove attività e servizi previsti dalla struttura o che esponga alcune offerte personalizzate in base al tipo di cliente che si contatta.

OTRF

justgood
tourism

OTRF
OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO



Osservatorio del Turismo Regionale Federato

<https://osservatorioturismoveneto.it/>

<https://osservatorioturismoveneto.it/data-appeal/>

Il neverending tourism: un'opportunità per nuovi contenuti fisici e digitali

Il neverending tourism è la possibilità di **un'estensione dell'esperienza turistica**, sia fisica che digitale, nello spazio (non solo in destinazione) e nel tempo (non solo durante, ma anche prima e dopo l'esperienza di viaggio). **Una nuova offerta turistica fatta di contenuti online** (visite a musei e città, attività sportive ambientate nelle destinazioni ma praticabili virtualmente, corsi di cucina legati ai territori visitati etc.) o di prodotti del territorio può quindi essere prodotta e distribuita tramite canali digitali sia da destinazioni che da singoli operatori per anticipare nel pre-viaggio e proseguire nel post-viaggio la relazione con il cliente e generare ulteriori fonti di ricavi. La crescente fruizione di contenuti digitali (il 40% degli internet user ha aumentato il tempo dedicato al video entertainment nel 2020) e **dell'e-commerce di prodotti della destinazione** amplificano gli spazi di mercato per il neverending tourism e diverse realtà (startup, ma anche attori del ricettivo) stanno lavorando per trarre valore da questo fenomeno. Ad esempio il 42% delle strutture ricettive ha iniziato a offrire ai propri clienti l'acquisto di prodotti enogastronomici o di artigianato, anche tramite un eCommerce.

Digitale come...

Strumenti di
pianificazione

Strumenti di
prenotazione

Strumenti di
comunicazione

Strumenti di
vendita

Si parla sempre di più di:

Phygital Experience

- **“Physical”+”Digital”** indica la fusione di due dimensioni distinte, online e offline, dando così origine a un universo che ingloba al suo interno sia il mondo fisico che quello digitale.
- L'obiettivo? Coinvolgere il potenziale Cliente, rendendolo protagonista di un'**esperienza esclusiva, continua e ininterrotta**.

•**Interazione**: scambio di comunicazione continuo ed esclusivo tra cliente e brand, per mettersi in contatto con la sfera più emotiva dell'individuo per indurlo a riconoscersi e identificarsi con esso;

•**Immediatezza**: esserci al posto giusto e al momento giusto. Mettendo in atto strategie online e offline, il tuo brand sa dove e come farsi trovare dall'utente in ogni situazione.

•**Immersione**: l'utente deve sentirsi protagonista e parte attiva dell'esperienza a 360°.

Premessa

SOSTENIBILITA'

IL RE-DESIGN DEL PRODOTTO IN OTTICA SOSTENIBILE GUIDATO DAI TREND

- IL TURISMO ALL'APERTO
- IL TURISMO LENTO / PROSSIMITA'
- IL TURISMO DELLE ESPERIENZE
- IL CICLOTURISMO
- IL TURISMO PETFRIENDLY
- IL TURISMO DI LUSO
- MENTE E CORPO

- IL TURISMO ALL'APERTO
- IL TURISMO LENTO / PROSSIMITA'
- IL TURISMO DELLE ESPERIENZE
- IL CICLOTURISMO
- IL TURISMO PETFRIENDLY
- IL TURISMO DI LUSO
- MENTE E CORPO

La tecnologia ed il digital permette di comunicare (raggiungere il target desiderato), di essere trovati, di creare servizio ed attenzione (customer service), di organizzare le informazioni e di dare informazioni, di tracciare le esperienze (i dati)...



IL TURISMO ALL'ARIA APERTA

Nel 2019, su circa 80 milioni di viaggi, il 25% era outdoor (villaggi e camping e viaggi itineranti effettuati con caravan e simili);

**#ricongiungersi
con la natura
#libertà
#scoperta
#responsabile**



IL TURISMO LENTO

Nel 2020 questa tipologia
di viaggi ha registrato un
incremento del +6,5%
rispetto al 2019.
Turismo dei piccoli borghi
Es: piattaforma **il
borghista**

#autentico
#relax
#cultura





IL TURISMO LENTO (b)

I Cammini stanno diventando una occasione di riscoperta delle antiche vie storiche e di sé stessi

#ri-scoperta
#attrezzatura
#itinerante
#preparazione

IL TURISMO DELLE ESPERIENZE



Il 67% dei viaggiatori alto-spendenti preferisce spendere in attività e esperienze piuttosto che hotel costosi (Skift, 2019). Il 19% degli europei che sceglie queste vacanze (140 milioni)

#vivere
#memoria
#scelta
#condividere
#mente-corpo

IL CICLO TURISMO

55 milioni di pernottamenti
(6,1% totale in Italia);
Cicloturisti Internazionali:
63% del totale;



#sport
#viaggio
#meta
#condividere
#coccolarsi

IL TURISMO PET-FRIENDLY

L'Italia risulta essere il Paese più pet-friendly d'Europa per il turismo con oltre 130mila case e stanze disponibili. Inoltre, la ricerca per alloggi pet-friendly è aumentato del 65%.

#fedele

#servizi

#equi-turismo

#divertimento

#preoccupazione



IL TURISMO DI LUSO

Pranzi, visite, tour, shopping per i turisti di fascia alta rappresentano il 72% della loro spesa, rispetto al 58% per i turisti di altro target (una differenza del 14%).

#unico
#riservato
#esperienze
#personalizzato



IL TURISMO MENTE E CORPO

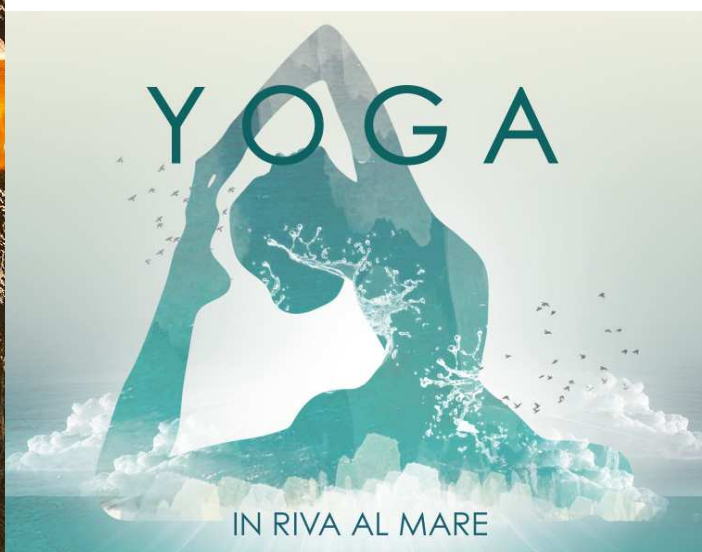
Turismo del benessere per rigenerare corpo e “wellness”, ha portato alla nascita e allo sviluppo di un settore commerciale che punta a far raggiungere ai clienti uno stato di completo relax con diversi trattamenti, da quelli tradizionali (prestazioni mediche e fisioterapiche) a quelli legati alla medicina alternativa.

#starebene

#corpo/mente

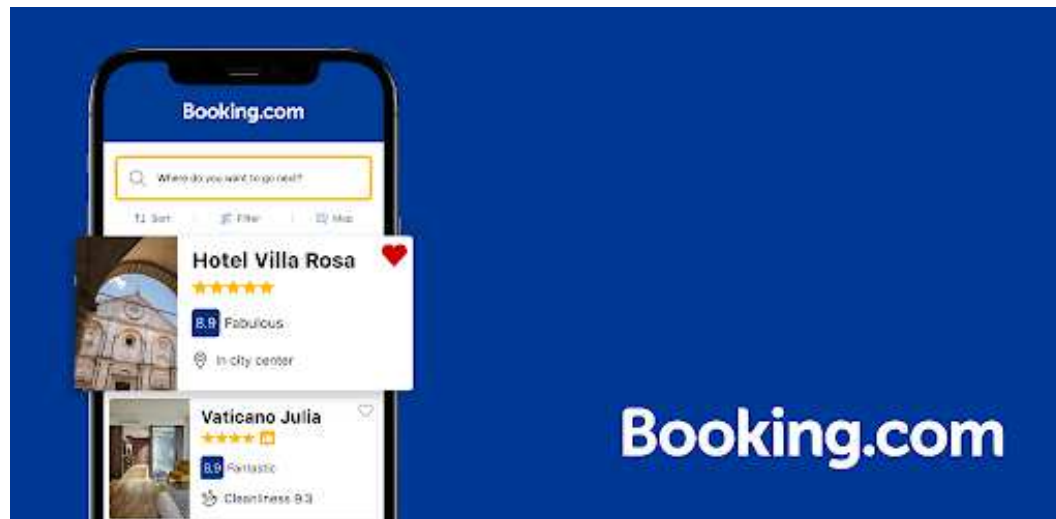
**#esperienze
alternative**

#personalizzato



SECONDO Booking.com

ha provato a fare delle
previsioni sulla base dei
dati di prenotazione e di
preferenza sulla sua
piattaforma



Alcuni trend 2022



Voglia di viaggiare: la ripresa nel 2022

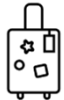
LAST MINUTE ED
OFFERTE PER USCIRE
DALLA ROUTINE



Viaggiare per stare bene

VIAGGIO PER TORNARE A
STARE BENE, BENESSERE
MENTALE ED EMOTIVO

Alcuni trend 2022



Lavorare in vacanza? No, grazie

LE FERIE NON SONO
SMARTWORKING, SI STACCA
E CI SI GODE LA VITA



Rifare le cose come la prima volta

LE COSE PIÙ SEMPLICI SONO
UNA RISCOPERTA: dal buon
cibo, alla passeggiata in
spiaggia, allo sport all'aria aperta

Alcuni trend 2022



Esperienze genuine e vere

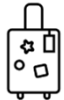
LE PERSONE VOGLIONO
SENTIRSI PARTE DI UNA
COMUNITÀ DEL LUOGO,
provare esperienze autentiche



Vacanze sulla base degli interessi

Dalle app per incontri, a nuovi
modi di socializzare, ai viaggi di
persone accomunate da interessi
specifici

Alcuni trend 2022



Conta più l'ESPERIENZA del DOVE

PIÙ APERTO A DIVERSI TIPI DI
VACANZA rispetto al pre-
pandemia e non importa la
destinazione



Tutto a portata di click

VIAGGIARE SICURI ED
INFORMATI
La tecnologia servirà ad alleviare
tutte le ansie dovute agli
spostamenti.

Di cosa parliamo oggi?

SOSTENIBILITA' IN DIGITALE

TECH & DIGITALE

COMUNICAZIONE

Il business travel

L'evoluzione del Turismo, tra prossimità e sostenibilità

La costrizione alla prossimità vissuta nel 2020 ha generato un lascito in termini di **riscoperta delle destinazioni vicine** che ha sostenuto il mercato delle esperienze, in forte crescita negli ultimi anni. A trainare sono state soprattutto le **attività all'aperto** e, proprio su questo comparto, diversi player stanno lavorando per supportarne una gestione più professionale e la digitalizzazione soprattutto nelle fasi di prenotazione e acquisto.

L'emergenza sanitaria sta inoltre accelerando l'emergere di alcuni driver di scelta fino ad oggi poco considerati, come la **sostenibilità nelle sue diverse sfaccettature**. Le strutture ricettive italiane, ad esempio, mostrano di aver recepito la rilevanza del tema e l'83% ha messo in atto almeno un'azione in relazione alla sostenibilità. (osservatorio Politecnico di Milano)



Freedom



Tour my table

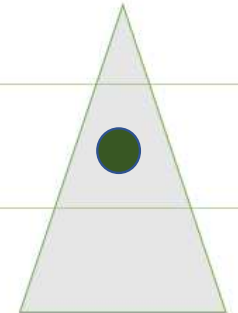


L'app per la ricerca dell'autentico: creare una community spinta dal turismo responsabile dove gli abitanti sono degli elementi chiave per l'esperienza del viaggio

ECO ACTIVE
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO
«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO
«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



Vivi l'autenticità mangiando a casa dei residenti



PASTO "SA FESTA"

Invita i viaggiatori a provare un pasto tipico tradizionale a casa tua. Prepara il piatto forte del tuo territorio!



PASTO SEMPLICE

Accetta richieste di ospitalità da viaggiatori che si trovano già nella tua zona. Offri il menù che avevi pensato per te quel giorno



PRANZO AL SACCO

Prepara un pasto al sacco a base dei prodotti tipici e attendi il viaggiatore che passerà a ritirarlo prima della sua escursione!

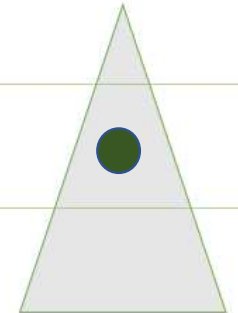
YAMG



ECO ACTIVE
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO
«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO
«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



Servizio di social travelling italiano che aiuta a preparare il percorso ideale. Così da organizzare il viaggio perfetto per le proprie esigenze, rimanendo sempre aggiornati. L'applicazione funziona sia su iOS sia su Android e ci guida come un locale a scoprire tutto quello che dobbiamo sapere. Una guida turistica sempre in tasca che privilegia proprio il turismo di prossimità nella zona che abbiamo scelto come meta per le nostre vacanze.

ECOBNB



ECO ACTIVE

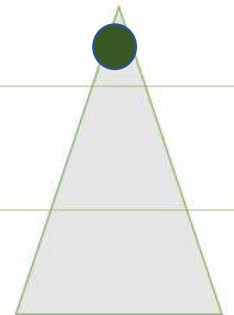
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO

«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO

«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



Trova il tuo Alloggio Ecosostenibile
per viaggiare in Armonia con la Natura e scoprire Luoghi Autentici

Dove vuoi andare? Dal - Al 2 Adulti, 1 Stanza

Ciao, vuoi parlare di un viaggio green?

Come ospite salvi circa 8 kg di CO2 per notte (295 alberi salvati)

Come ospite salvi circa 302 litri di acqua per notte.

Insieme lasciamo il mondo più verde dopo ogni viaggio.

The banner features a scenic winter landscape with snow-covered mountains and a small wooden cabin. A search bar is overlaid on the image, and a chat bubble is in the bottom left. The bottom of the banner contains three icons (leaf, water drop, heart) with corresponding text about environmental benefits.

FAIR TRIP

ECO ACTIVE

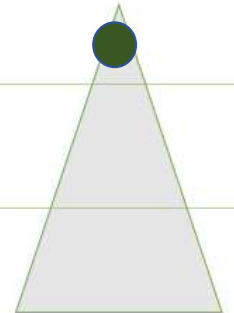
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO

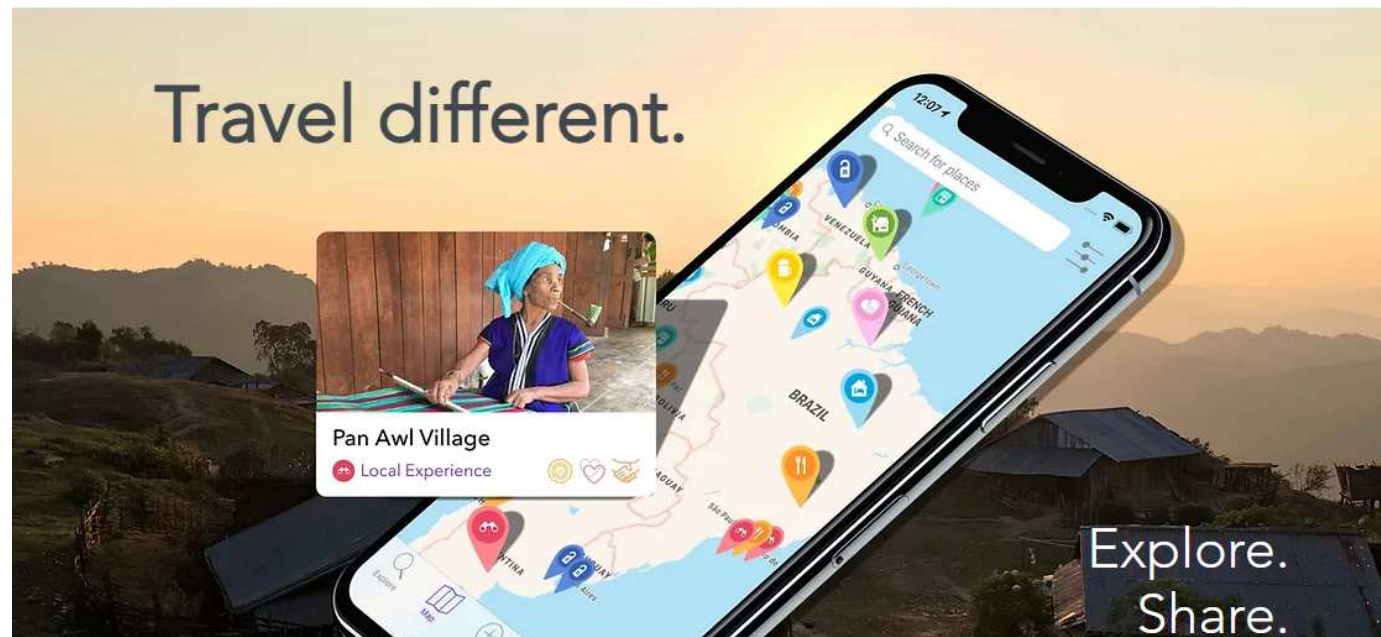
«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO

«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



[Home](#) [About](#) [Our guidelines](#) [FairTrip Explorers](#)



L'app FairTrip è una guida collaborativa gratuita che aiuta i viaggiatori a trovare e condividere luoghi locali e autentici che hanno un impatto sociale ed economico positivo sul luogo visitato. Qualsiasi utente può aggiungere nuovi posti con un solo tocco, a condizione che soddisfino i criteri FairTrip: autentico, ecologico, locale, sociale e equo.

<https://www.fairtrip.org/>

Wonderful Italy



Proponi la tua casa



Case Esperienze Magazine

A screenshot of the Wonderful Italy website's search interface. The background is a blurred image of a room with large windows and a painting. A white search box is centered, containing the text 'Ospitalità in luoghi autentici'. Below this, there are two dropdown menus: 'Scegli una destinazione' and 'Tutte le località'. At the bottom, there are two date pickers labeled 'Check in' and 'Check out', a dropdown for '2 adulti - 0 bambini - 0 neonati', and a red 'Cerca' button.

Case Esperienze

Ospitalità in luoghi autentici

Scegli una destinazione ▼ Tutte le località ▼

Check in Check out 2 adulti - 0 bambini - 0 neonati ▼ Cerca

questa startup
vuole far scoprire
le meraviglie
italiane più
autentiche, più
originali e **meno
battute dal
turismo di
massa.**

<https://wonderfulitaly.eu/it/>



offCents

ECO ACTIVE

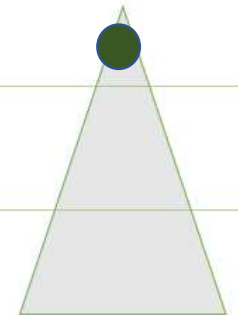
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO

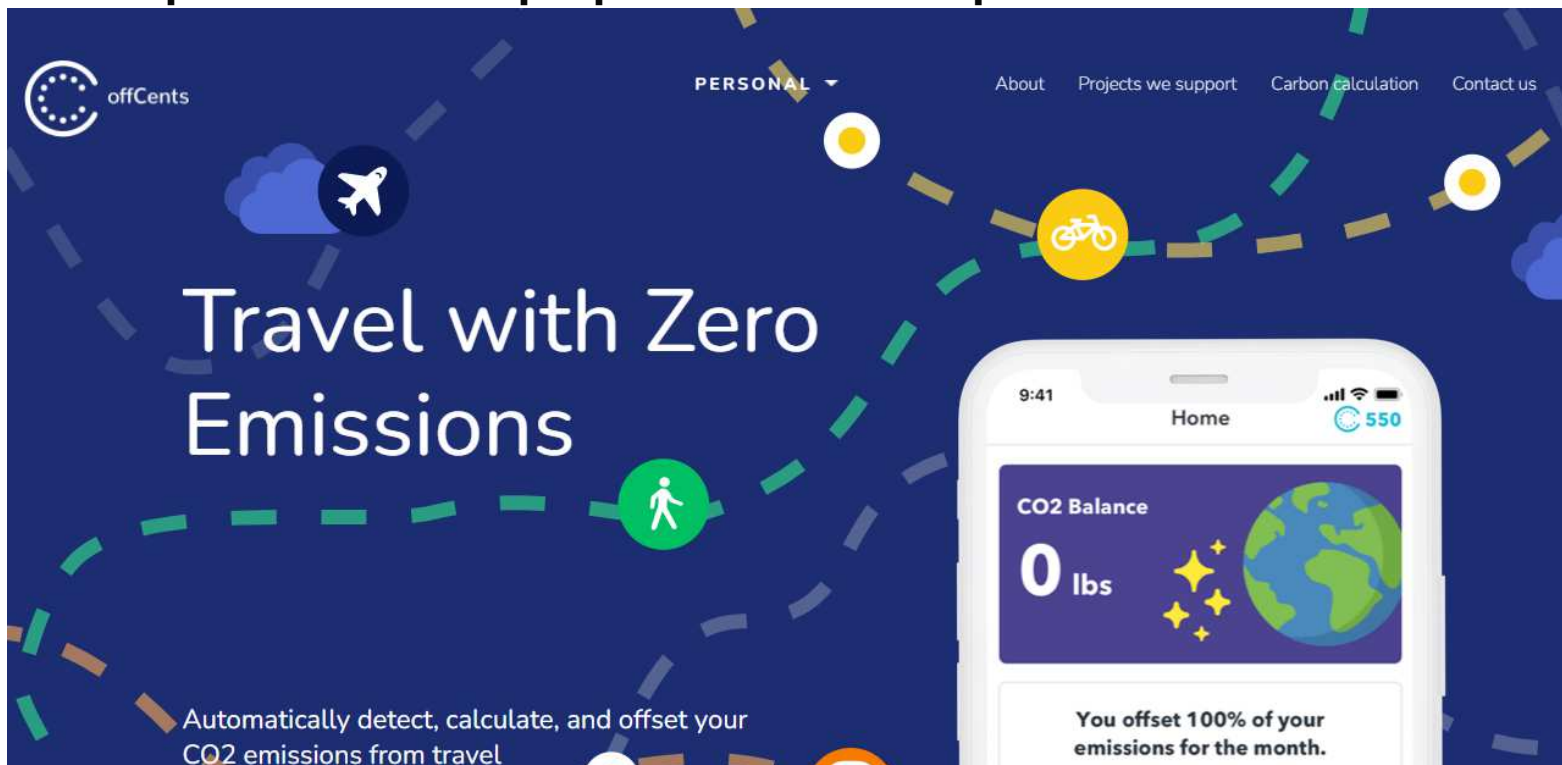
«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO

«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



Serve per calcolare la propria “carbon footprint”



L'app gratuita per Android e iOS fornisce il monitoraggio automatizzato delle emissioni di CO2 in tempo reale, quindi ti consente di scegliere di compensare la tua impronta di carbonio da qualsiasi numero di viaggi in auto, treno, autobus o aereo. I **proventi di ciò che scegli di spendere vanno all'acquisto di compensazioni di carbonio o VER (Verified Emission Reductions)**, che finanziano progetti di riduzione del carbonio come la generazione di energia rinnovabile, la cattura del metano e la protezione delle foreste.

REFILL MY BOTTLE

ECO ACTIVE

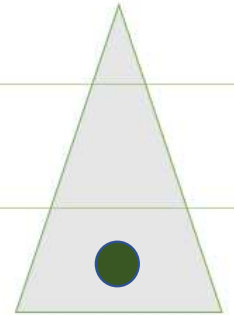
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO

«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO

«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



LANGUAGES EN ES OUR SOCIAL f t in p



HOME | ABOUT US | RefillMyBottle Map | SHOP | GET INVOLVED | PARTNERS | BLOG | CONTACT



Mostra i punti di ricarica dell'acqua potabile più vicini alla tua posizione, che di solito sono gratuiti e spesso più economici rispetto all'acquisto di una nuova bottiglia!

GIKI

<https://giki.earth/>

ECO ACTIVE

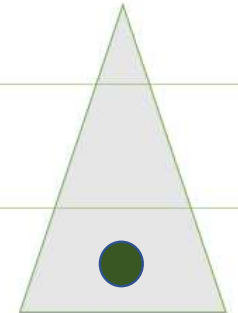
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO

«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO

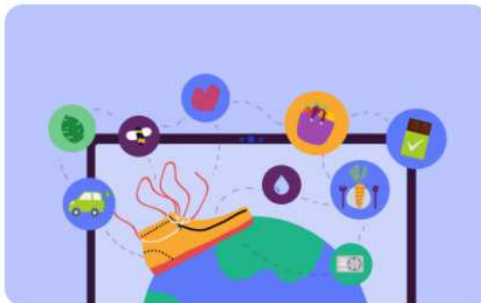
«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



Questa [app](#) ha un'incredibile database di oltre 250.000 prodotti, valutati in base a quanto siano ecologici o etici. Ad esempio, se si esegue la scansione di una bottiglia di crema solare, verrà visualizzato il numero di badge che Giki ha assegnato a questo prodotto. Per cose come nessuna sostanza chimica dannosa, imballaggi riciclabili, test sugli animali e anche se contiene olio di palma sostenibile. Inoltre, se il prodotto non è stato classificato come molto ecologico, fornisce suggerimenti per prodotti simili che hanno un impatto minore sull'ambiente.



Try Giki Zero



Giki Zero

Learn what you can do about climate change.

Free personal guide to understand and reduce your carbon footprint. Science based calculator with over 130 steps to suit every lifestyle and budget.

HAPPY COW

ECO ACTIVE

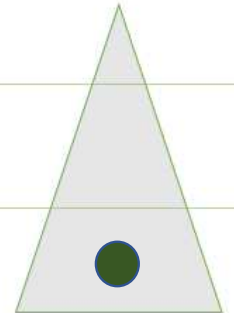
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO

«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO

«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



 **HappyCow** Explore Community Forum The App Shop More



Add Listing

Login / Join

Find Vegan Restaurants Nearby

Search for city, region, or zipcode



Vegan Food Near Me

[View all >](#)



Add Photos



Hai voglia di mangiare vegetariano o vegano nel tuo viaggio? Questa app fa per te! Raccoglie un numero elevato di ristoranti e luoghi dove si può mangiare veg. Le opzioni sono tantissime e la app e' sempre aggiornata!

Sharewood

ECO ACTIVE

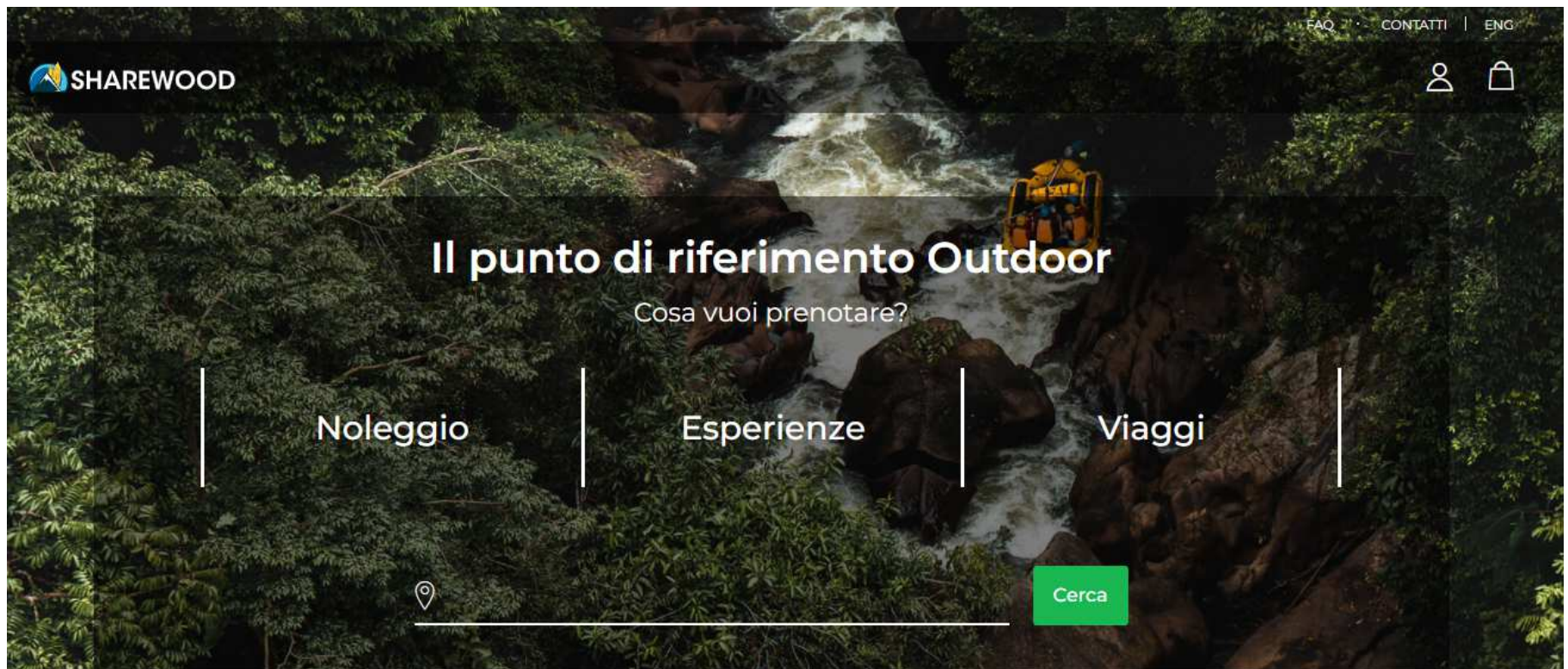
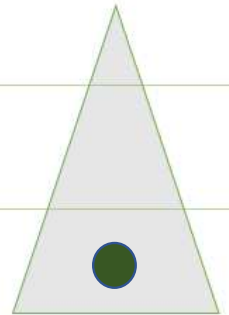
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO

«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO

«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



Progetto viaggi in musica

https://viaggi.sharewood.io/viagginmusica/?_ga=2.46046820.1170917101.1644577615-465041509.1644577615



VIAGGI CON L'ARTISTA

Noi #senzamusica non riusciamo a svegliarci bene. Non possiamo ancora vivere i live come vorremmo ma possiamo trasformarli in un'esperienza di condivisione con i nostri artisti preferiti. Piccoli gruppi, location segrete e l'emozioni che solo una live session possono regalare!

Voglio partecipare 🎵

WANDER

<https://www.wander.com/>

NB: La felicità, il benessere fanno parte dei nuovi modelli di business

ECO ACTIVE

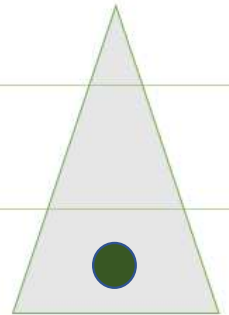
«SOSTENIBILITÀ E' UNO STILE DI VITA»

AUTHENTIC ECO

«SOSTENIBILITÀ E' CIO' CHE E' AUTENTICO»

NEED ECO

«SOSTENIBILE AL BISOGNO»



Products

Properties

About

Blog

OUR MISSION

**We're on a mission to help people find their happy place.
To build a network of smart homes across the globe you
can access with the tap of a button. Come Wander with us.**



INCLUSIONE



Babaiola è il primo LGBT social travel in Europa. Gli utenti utilizzano l' App mobile o il Sito web Babaiola come piattaforma dove reperire informazioni quali: le zone più gayfriendly (LGBT) delle città, eventi dedicati, club, hotel gayfriendly e per interagire con oltre 20K iscritti per trovare compagni di viaggio e/o fare nuove amicizie.

Explore · Travel · Love ·
The LGBT+ community of travelers

Find "Madrid" Search

Join the community with more 20.000 gay travellers

SOSTENIBILITÀ ED INCLUSIONE

VEASYT TOUR



VEASYT Tour
Guida multimediale accessibile per
smartphone, tablet e computer.
Tutti i contenuti turistico-culturali
disponibili in modalità
audio, testo e video in lingua dei segni.



PORTFOLIO

NEWS

TEAM

CONTACT

Tactile Surface

During tactile exploration special sensors are triggered by the nearness of the finger tips

High-Tech Ring

detects and reads the NFC tags and communicates in wireless mode with the smart device

Tooteko App

Receive an audio feedback on your smart device via a dedicated app, compatible with all platforms

**It's Simple: You Touch The
Object,
While You Listen To The
Audio Track.**



TEATRO E STUDENTI

Cos'è UaT Istituti ammessi all'iniziativa

Tutti gli studenti universitari del Veneto a teatro con soli 3 euro

Cos'è

Universitari a Teatro è un progetto finanziato dagli Esu di Padova e Venezia in collaborazione con il Teatro Stabile del Veneto e la Regione Veneto e che permetterà di vedere gli spettacoli del Teatro Goldoni di Venezia e del Teatro Verdi di Padova pagando una cifra simbolica di 3 €!

Chi riguarda?

- studenti
- dottorandi
- ricercatori

Come funziona

Per accedere all'offerta lo studente deve presentarsi alla biglietteria del Teatro dove andrà in scena lo spettacolo esibendo la tessera Esu, il badge universitario o la tessera di iscrizione all' Accademie di Belle Arti o al Conservatorio.

SIENACOMUNICA
IL COMUNE VICINO A TE

[HOME](#)

[NOTIZIE](#)

[EVENTI](#)

[CONGRESSUALE](#)

[VIDEC](#)

TEATRI DI SIENA, TARIFFA AGEVOLATA PER GLI STUDENTI UNIVERSITARI

Inserito il 4 Gennaio 2022



I Teatri di Siena desiderano avvicinarsi al pubblico più giovane, in particolare ai molti studenti residenti nella nostra città. Per questo, già da gennaio 2022, sarà sufficiente esibire alla biglietteria del Teatro dei Rinnovati il badge universitario, la carta dello studente oppure la card "Studente della Toscana" per entrare a teatro e godersi gli spettacoli con prezzi ridotti. Gli studenti di ogni ordine e grado e degli Atenei che insistono sul territorio, Unisi e Unistrasi, avranno così diritto a una tariffa agevolata. Basterà dimostrare di essere uno studente per poter assistere agli spettacoli di prosa e danza della stagione teatrale con una tariffa su misura. **Il biglietto costerà 5 euro**: un prezzo accessibile, pensato per coinvolgere i più giovani all'interno della vita culturale senese. Questa tariffa su misura vale per ogni tipo di formula scelta. Sarà valida quindi per gli spettacoli di danza e di prosa e per i posti in platea, nei palchi laterali e centrali.

Per garantire la salute e il benessere di tutti gli spettatori, ricordiamo in questa sede le nuove norme per accedere a teatro. In base all'ultimo decreto legge in materia di norme anticovid, l'accesso agli spettacoli è consentito solo con Green Pass rafforzato e mascherina di tipo Ffp2. Questo permette di garantire la sicurezza di chi assiste agli spettacoli e di chi dà il meglio di sé sul palco – o dietro di esso.

COME RENDERE IL TUO EVENTO DAVVERO INCLUSIVO

ALCUNI SUGGERIMENTI

1. DIVERSIFY YOUR DIRECTORS OR STAFF
2. DIVERSIFY SPEAKERS, EXHIBITORS, AND PRESENTERS
3. APPEAL TO SOCIAL CONSCIOUS SPONSORS
4. USE INCLUSIVE LANGUAGE
5. CONSIDER ECONOMIC INEQUALITY
6. MAKE ACCESSIBILITY A PRIORITY
7. ASK FOR FEEDBACK OR FOR NEED

ANCHE I GADGET
DEVONO ESSERE
SOSTENIBILI,
ma anche tech

GADGET FRIENDLY



Salvare le tartarughe

Ogni braccialetto di tartaruga è dotato di uno speciale link di accesso che ti permette di conoscere il **nome** della tua tartaruga, la **sua storia** e di **seguire i suoi movimenti** negli oceani!

Scheda Analitica Finale

SOSTENIBILITA' (IN DIGITALE)

SOSTENIBILITA' E' IMPATTO
AMBIENTALE

SOSTENIBILITA' E' IMPATTO
SOCIALE

SOSTENIBILITA' E' UN MINDSET
CHE VADO A COSTRUIRE E DEVE
ESSERE COERENTE AI VALORI CHE
VOGLIONO ANDARE AL
ESPRIEMERE

LO STRUMENTO DIGITALE E' PARTE
DEL PERCORSO DI
AVVICINAMENTO DI UN
VISITATORE/CLIENTE

Di cosa parliamo oggi?

SOSTENIBILITA' (IN DIGITALE)

TECH & DIGITALE (STARTUP)

COMUNICAZIONE (INFLUENCER E MARKETING)

Vi fornisco uno strumento
di aggiornamento

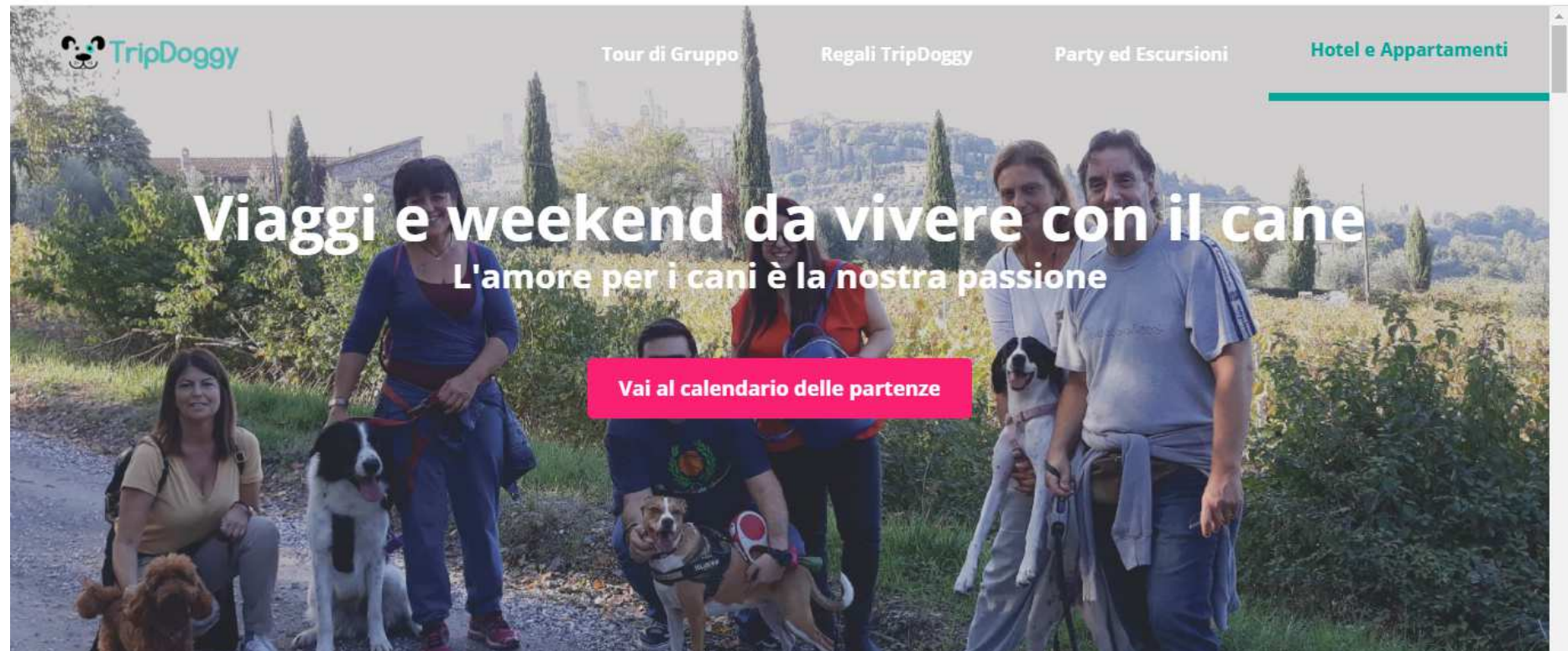
<https://www.startup-turismo.it/explore/>



The screenshot shows the 'startup-turismo.it' website. The top navigation bar is blue with a search icon and the text 'Cosa stai cercando?'. Other links include 'StartupVsCovid19', 'Chi siamo', 'Categorie', 'Cerca su mappa', 'Italiano', 'Accedi o Registrati', and a 'Carica' button. Below this, a secondary navigation bar features icons and labels for 'startup', 'Eventi', 'Jobs', 'Rappresentanti', and 'Mentors'. On the left, a list of categories is shown with checkboxes: 'payment', 'big data', 'intelligenza artificiale', 'gaming/social engagement', 'content provider', 'accomodation provider', 'tour operator' (checked), 'technology provider', 'marketplace', 'digital marketing', and 'experience provider'. The main content area displays 'Visualizzati 23 risultati' and a card for 'Toratora', described as an online platform for organizing travel. To the right, a map view shows a location pin for 'Doggy Tour' with details about group tours and the website 'www.tripdoggy.com'.

Analizziamo doggy tour

<https://www.tripdoggy.com/>



Artplace

The banner features a background image of a Rome skyline with the Colosseum. The Artplace Museum logo is in the top left. Navigation links (Vantaggi, Pricing, Servizi Extra, Partners) are in the top right. The main headline is 'Il territorio diventa Smart'. Below it is a descriptive sentence about digitalizing cultural sites. A blue button labeled 'SCOPRI DI PIÙ' is on the left. On the right, a smartphone displays the app's interface, which includes a user profile icon, the Artplace Museum logo, a search icon, and two sections: 'Preferiti' (Discover the wonders that surround you) and 'Intorno a te' (Discover the wonders that surround you).

artplace
MUSEUM

Vantaggi Pricing Servizi Extra Partners

Il territorio diventa Smart

Artplace Museum è la soluzione ideale per digitalizzare e rendere accessibili musei, siti archeologici, borghi ed in generale i luoghi della cultura.

SCOPRI DI PIÙ

artplace
MUSEUM

Preferiti
Scopri le meraviglie che ti circondano

Intorno a te
Scopri le meraviglie che ti circondano



è il primo gestionale per Hotel in grado di offrire – in un'unica piattaforma ed in cloud – funzionalità professionali di PMS (più comunemente Gestionale Hotel), Booking Engine (Modulo di Prenotazione Online), Channel Manager (Modulo di sincronizzazione con i portali OTA quali Booking.com, Expedia ed altri 500), App per il personale dipendente, webApp/App Concierge (un'app che funge da maggiordomo per gli ospiti), Check-in Online, Gestione dei Pagamenti e Accesso automatico alla struttura, Domotica, Gestione Ristorante con Presa comanda, Menu Digitale, Gestione SPA con prenotazione online e disponibilità in tempo reale e moduli multi-risorsa quali gestione Ombrelloni e Spiaggia, Garage, Biciclette ed affitti in generale. Inoltre per le strutture che offrono servizi di Benessere, è fornito anche un modulo Voucher che consente di vendere 'online', buoni regalo gestibili e collegabili alla prenotazione mediante un codice univoco”.

<https://www.direzionehotel.it/i-5-migliori-software-per-hotel/>



Smartpricing considera i principali fattori - come ad esempio occupazione storica e futura, domanda ed offerta relativa ad una determinata zona, prezzi dei competitor - per fare in modo che il prezzo di vendita delle tue camere sia sempre il migliore in tempo reale. In poche parole Smartpricing è: semplice, affidabile ed efficace.

<https://www.smartpricing.it/it/case-study>

b2b



è un'app mobile di **digital concierge**. Gli ospiti delle strutture ricettive la possono utilizzare dentro e fuori la struttura per organizzare al meglio il loro soggiorno prima, durante e dopo l'arrivo a destinazione. L'host sfrutta Edgar per offrire al cliente un'assistenza personalizzata, continua e completa con informazioni, servizi ed esperienze di viaggio.



Self check-in

Rendi semplice e digitale la burocrazia del check-in, incluso l'invio dei dati in questura e la riscossione dei pagamenti con la garanzia di totale sicurezza grazie ad un team di operatori dedicato alla verifica dell'identità dell'ospite in tempo reale.



Accesso Smart

Automatizza gli accessi con i dispositivi smart: gli ospiti potranno usare lo smartphone per aprire le porte o il box in cui troveranno il badge o la chiave di ingresso e la tua struttura potrà ricevere ospiti 24/7 senza il bisogno di personale.



Concièrge

Migliora l'esperienza di soggiorno degli ospiti e rafforza la tua reputazione online. Concièrge consente di presentare al meglio la struttura e proporre servizi personalizzati, aumentando il customer engagement e le revenue con un'accoglienza su misura.

Maid

FOR A DAY

Si tratta di un servizio di facility domestica che si occupa della PULIZIA certificata di case e b&b.

CleanBnB

fornisce servizi di gestione degli immobili in affitto breve, **valorizzando al massimo la visibilità degli annunci sulle piattaforme online come Airbnb e Booking.com.** CleanBnB si rivolge principalmente ad utenti che desiderano affittare la propria abitazione per brevi periodi, e necessitano di un aiuto per la creazione dell'annuncio, la massimizzazione degli incassi, e la gestione operativa dell'appartamento.

WICKET

<https://www.wicketevents.com/>



The banner features the Wicket logo (a stylized 'W' with 'WICKET' written vertically) in the top left. Navigation links include 'Home', 'Chi siamo', 'Area stampa', 'Diventa partner', 'I miei biglietti', and 'IT'. The main headline reads 'biglietti digitali anti-bagarino'. Below this, a paragraph explains that Wicket uses blockchain technology to digitalize tickets, ending the practice of reselling at inflated prices. A button labeled 'Scopri di più' with a downward arrow is at the bottom left. On the right, a smartphone displays the Wicket app interface for the event 'AUDIO OBSCURA AT MUZIEKGEBOUW AAN 'T IJ'. The app shows the event date as October 18th at 23:00 on Friday, the venue as Muziekgebouw Aan 't IJ in Amsterdam, and ticket options: 'First Release Ticket' for €44.00 (0 available) and 'Second Release Ticket' for €49.00 (4 available).

WICKET

Home Chi siamo Area stampa Diventa partner I miei biglietti IT

biglietti digitali anti-bagarino

WICKET utilizza la tecnologia blockchain per digitalizzare i biglietti, mettendo fine alle rivendite dei biglietti a prezzi esorbitanti e alle truffe: il “secondary ticketing” non sarà più possibile. I nostri biglietti digitali offrono vantaggi esclusivi per i fan e per gli organizzatori, impossibili da trovare da altre parti.

Scopri di più ↓

AUDIO OBSCURA AT MUZIEKGEBOUW AAN 'T IJ
OCT 18 Muziekgebouw Aan 't IJ, Amsterdam Friday, 23:00 Info

First Release Ticket €44.00 0 +

Second Release Ticket €49.00 4 +

WICKET è la prima compagnia di biglietteria a fare uso in Italia del Protocollo di Ingresso Garantito, “Guaranteed Entrance Token” (GET). Per farla semplice: il Protocollo GET rende i nostri biglietti digitali, smart, sicuri e consente una distribuzione chiara e il monitoraggio di tutti i profitti sia per il mercato primario che secondario, sfruttando il potere della tecnologia blockchain.

DALL'IBRIDO AL METAVERSO NEGLI EVENTI

FIERE DA VEDERE (DAL VIVO)

Novita'

≡ Apri il menù

La prima fiera del cicloturismo in Italia apre i battenti a Milano



10 Febbraio 12:35
2022



Turismo lento, mobilità dolce, innovazione e sostenibilità sono solo alcune delle espressioni usate per



Esperienza

× Maker Faire Rom...
makerfairerome.eu

Skip to content

Maker Faire
THE EUROPEAN EDITION



SOFTWARE EVENTI ED ORGANIZZAZIONE



<https://ibrida.io/>

**Stop managing,
Start *surfing!***

*Realizza il tuo evento con
ibrida.io*

ibrida.io è la piattaforma
personalizzabile
con area espositiva virtuale e
interattiva,
networking fra i partecipanti,
conference room
parallele e in *live streaming* e altri
servizi innovativi.
Nata da oltre 10 anni di esperienza
in eventi *on site*, ibridi e *on line*.

Contattaci



METAVERSO



Mark Zuckerberg ha presentato, durante una conferenza stampa in realtà virtuale, Horizon

Workrooms, prima applicazione del metaverso di Facebook.

l'app si pone quale surrogato di una tradizionale giornata lavorativa in cui attività personali si mischiano a quelle di gruppo, pausa caffè inclusa.

<https://www.youtube.com/watch?v=Kp4g0IE7ov8>

<https://www.youtube.com/watch?v=MVD0LVQNufc>

METAVERSO



https://www.repubblica.it/d/2022/01/24/news/matrimoni_digitali_sposarsi_come_avatar_copie_metaverso-333662104/

Nel metaverso ci si
sposa e si comprano
le fedi con gli NFT





https://metafiera.it/?gclid=Cj0KCQiAr5iQBhCsARIsAPcwROOSRc7dfsWmD46BDkmtMu0XNpP7p5tyHB7YiUmYTqIWgWZzYUw7VzUaAkNDEALw_wcB



PUÒ ESSERE VISTO,
MA NON PUÒ ESSERE
TOCCATO,
PUO' ESSERE OVUNQUE

QUANDO CAMBIA IL TARGET

Quando cambia il target...

MILLENNIALS MINDSET

WEROAD

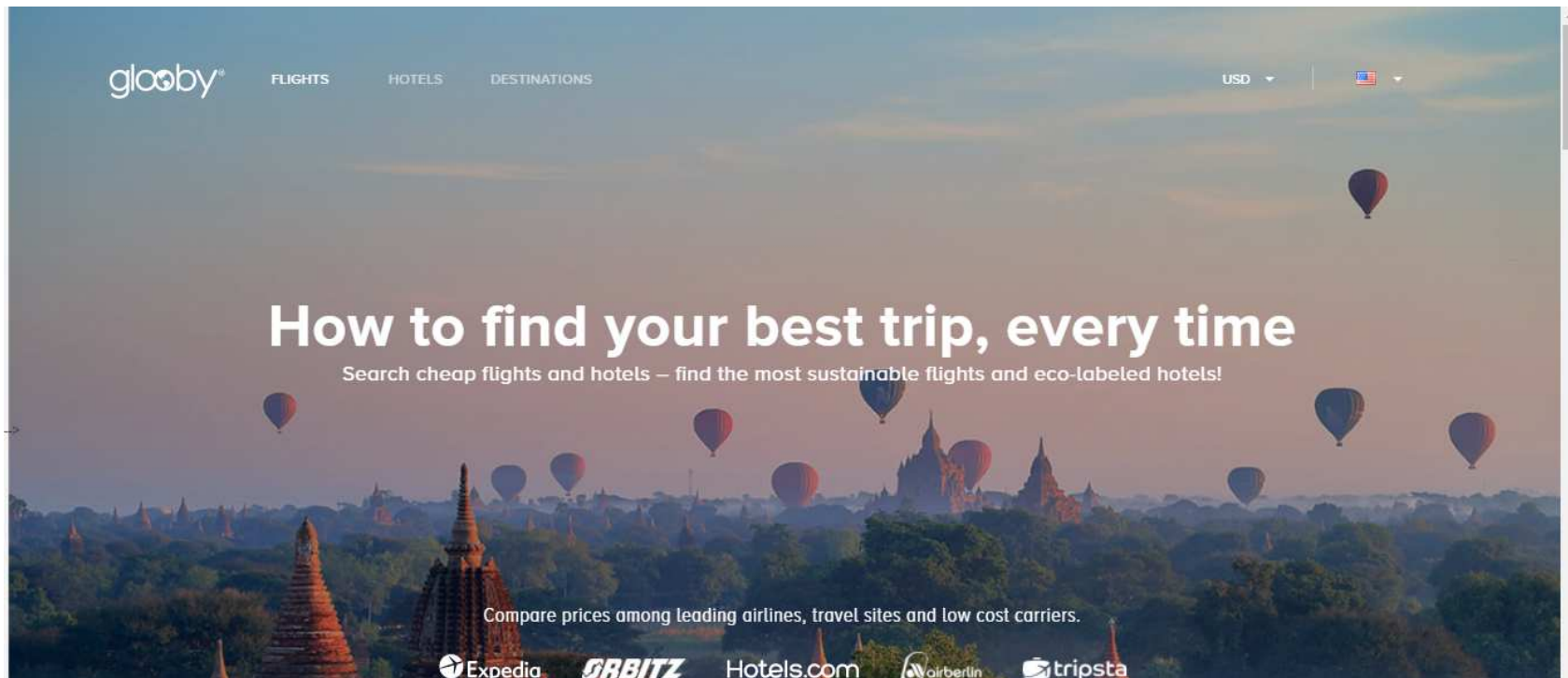
meeters

 **zonzers**


GenGle



SoloTraveller.
Search. Connect. Explore.

Quando cambia il target



glooby®





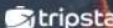
FLIGHTS HOTELS DESTINATIONS

USD | 

How to find your best trip, every time

Search cheap flights and hotels – find the most sustainable flights and eco-labeled hotels!

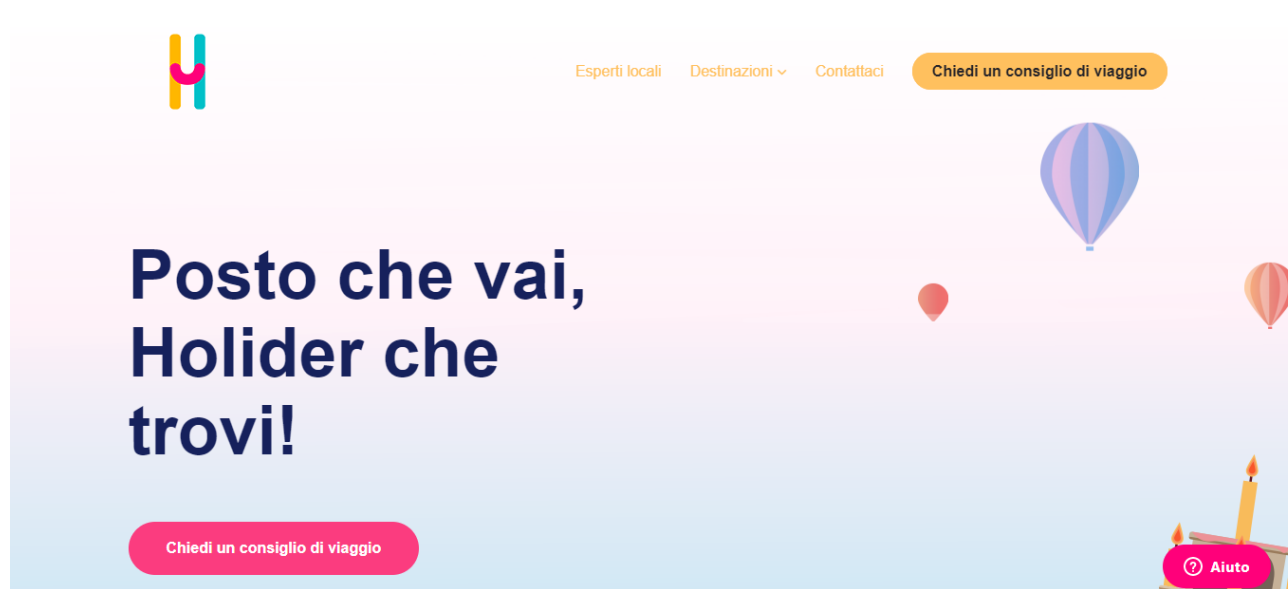
Compare prices among leading airlines, travel sites and low cost carriers.

 Expedia  ORBITZ  Hotels.com  airberlin  tripsta

HOLIDERS

<https://holiders.com/>

justgood
tourism



Community di consulenti locali di viaggio che offre la possibilità a chiunque – e per la prima volta – di diventare un Travel Advisor e guadagnare una commissione per ogni consiglio di viaggio fornito. I consigli di viaggio riguardano la proposta e prenotazione in app di alloggi, voli, esperienze, ma anche treni, bus, rentals e soprattutto ristoranti, monumenti, musei e punti panoramici.

Harbour

<https://creativeharbour.io/>

justgood
tourism

Harbour.
Work everywhere. Live well.

Tribe Lead

Host

FAQ

Scopri gli Harbour

CREATIVE HARBOUR

Un nuovo modo di vivere e lavorare

La **vita** e il **lavoro** non sono mai stati così connessi, di conseguenza è sempre più importante trovare il giusto **equilibrio**.

Creative Harbour nasce per questo:

offrire **esperienze** che attraverso la **condivisione e la contaminazione** con nuove persone, permettono di **ampliare i propri orizzonti**, migliorando la propria vita e il proprio lavoro, in **luoghi immersi nella natura** capaci di stimolare la creatività ed aumentare la produttività.

Creative Harbour ti dà la possibilità di **essere libero**, scegliendo dove e come vuoi vivere e lavorare.



Co-Working



Co-Living



Experience



Sostenibilità



Scheda Analitica Finale

SOSTENIBILITA' (IN DIGITALE)

SOSTENIBILITA' E' IMPATTO AMBIENTALE

SOSTENIBILITA' E' IMPATTO SOCIALE

SOSTENIBILITA' E' UN MINDSET CHE VADO A COSTRUIRE E DEVE ESSERE COERENTE AI VALORI CHE VOGLIONO ANDARE AL ESPRIEMERE

LO STRUMENTO DIGITALE E' PARTE DEL PERCORSO DI AVVICINAMENTO DI UN VISITATORE/CLIENTE

TECH E DIGITALE (STARTUP)

IL TURISMO E' UN SETTORE IN CRESCITA E DEVE ESSERE CONSIDERATO UN'ESPERIENZA SENZA SOLUZIONE DI CONTINUITA' TRA ONLINE ED OFFLINE

PRESIDIARE IL MONDO DELLE STARTUP (OSSERVATORIO) VI PERMETTE DI RIMANERE AGGIORNATI SUI NUOVI TREND E SERVIZI OFFERTI E PRENDERE SPUNTO

I MILLENNIALS (MA ANCHE LA GEN Z) AVRANNO UN MODO DI CONCEPIRE IL VIAGGIO DIFFERENTE, DAL PUNTO DI VISTA ORGANIZZATIVO E NELLA SELEZIONE DEI SERVIZI/PRODOTTI

Di cosa parliamo oggi?

SOSTENIBILITA' (IN DIGITALE)

TECH & DIGITALE (STARTUP)

COMUNICAZIONE (INFLUENCER E MARKETING)



Principale piattaforma di
content discovery

Influencer marketing nella travel industry

- Budget
- Selezione dei partner corretti
- Analisi di un contenuto da trasmettere

Ghost communication / **product placement**

Quando e dove e come essere raccontati



Content discovery

<https://www.instagram.com/borghitalia/?hl=it>

<https://www.instagram.com/italiasegretaa/?hl=it>

https://www.instagram.com/best_airbnb/?hl=it



Content engagement

La selezione di una serie di influencer in target per i miei obiettivi



Firenze, “effetto Chiara Ferragni” agli Uffizi: boom di visitatori, +27 per cento di giovani

PUBBLICATO IL
20 Luglio 2020

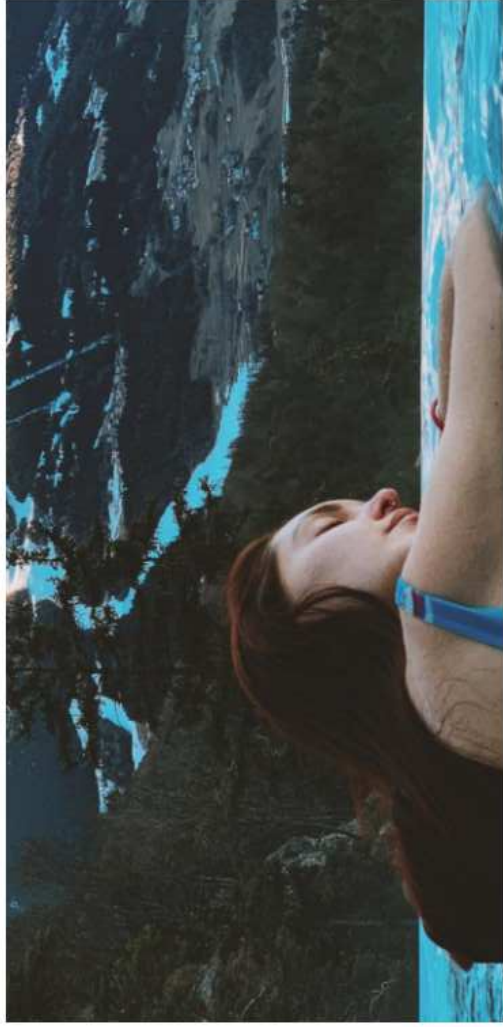
ULTIMA MODIFICA
27 Ottobre 2021 ora: 15:10



Chiara Ferragni visita gli Uffizi e a farle da guida è il direttore:
scatta la rabbia sui social

INFLUENCER ALL'ERME: DA CAMIHWAKE A GIULIA DE LELLIS, BORMIO È LA PREFERITA DI INIZIO 2019

Publicato: 16/01/19 18:01



Le Terme di Bormio figurano tra le più amate su Instagram grazie agli scatti e video pubblicati dalle influencer che hanno scelto la nota meta termale per questo inizio 2019.

Il grande piano di comunicazione di Zaia e Caner prevede anche il coinvolgimento degli influencer



alicebasso
Lido di Jesolo



Alice Basso a Jesolo (foto dal suo profilo Instagram)

Luca Zaia e l'assessore Federico Caner avevano annunciato a metà giugno il **piano di comunicazione** per il rilancio del turismo del Veneto. L'online naturalmente fa parte del piano da 3.4 milioni di euro che punta su giornali e tivù, ma è la novità auspicata dal governatore sin da marzo "un grande piano di comunicazione" anche affidato "ai grandi influencer, capaci di orientare l'opinione pubblica dei loro Paesi, perché le Fiere internazionali di certo non basteranno". Per la campagna digitale ci sono a disposizione 350 mila euro e coinvolgerà **top influencer** da oltre 250 mila follower, ma anche quelli tra 20 e 100 mila fortemente che si occupano di food, bike o vela, e sul coinvolgimento degli utenti con

GARGNANO Lo scrittore in visita al suggestivo eremo di San Valentino

Fabio Volo «stregato» dall'alta spiritualità

«Si va nella natura per ricordarsi che siamo la natura»

●● Spot a chilometro zero per il Parco alto Garda bresciano a poche settimane ormai dall'inizio della stagione turistica che da queste parti come tradizione coincide con la Pasqua. E mai come in questo caso, al traino di testimonial d'eccezione. Dopo Vasco da qualche giorno ospite nella clinical beauty di Villa Paradiso a Gardone Riviera e protagonista di tonificanti passeggiate mattutine nell'entroterra, ieri anche Fabio Volo ha scelto l'alto Garda per godersi una rilassante escursione in compagnia della famiglia. In questo caso dalle parti di Gargnano e nella fattispecie all'eremo di San Valentino.

Come sempre accade in occasioni del genere è lo stesso poliedrico Volo, ex panettiere, conduttore radiofonico e televisivo, attore e soprattutto anche scrittore con ben undici romanzi da oltre otto milioni di copie con l'ultimo,

Una vita nuova, «casualmente» in vetta alla classifica, a svelare la location attraverso i suoi profili social. Nell'immagine postata a beneficio dei follower Fabio Volo è ritratto in compagnia dei figli di 6 e 8 anni ad ammirare il paesaggio del lago in tutta la sua bellezza.



Fabio Volo si gode il paesaggio mozzafiato che si ammira dall'eremo

«Passeggiata all'eremo di San Valentino a Gargnano» scrive lo scrittore nella didascalia -. Si va nella natura per ricordarsi che «siamo» la natura».

L'appeal del luogo di culto carico di spiritualità è del resto altissimo perché offre paesaggi mozzafiato.

L'eremo di San Valentino sorge a circa 700 metri di altezza sui versanti del monte Comer alle spalle di Gargnano.

Gli escursionisti con le gambe allenate e buoni polmoni possono raggiungerlo salendo dalla ferrata in località Pizzo, la maggior parte invece

opta per gli altrettanto splendidi panorami offerti dalla mulattiera che si inerpica partendo dalla frazione collinare di Sasso.

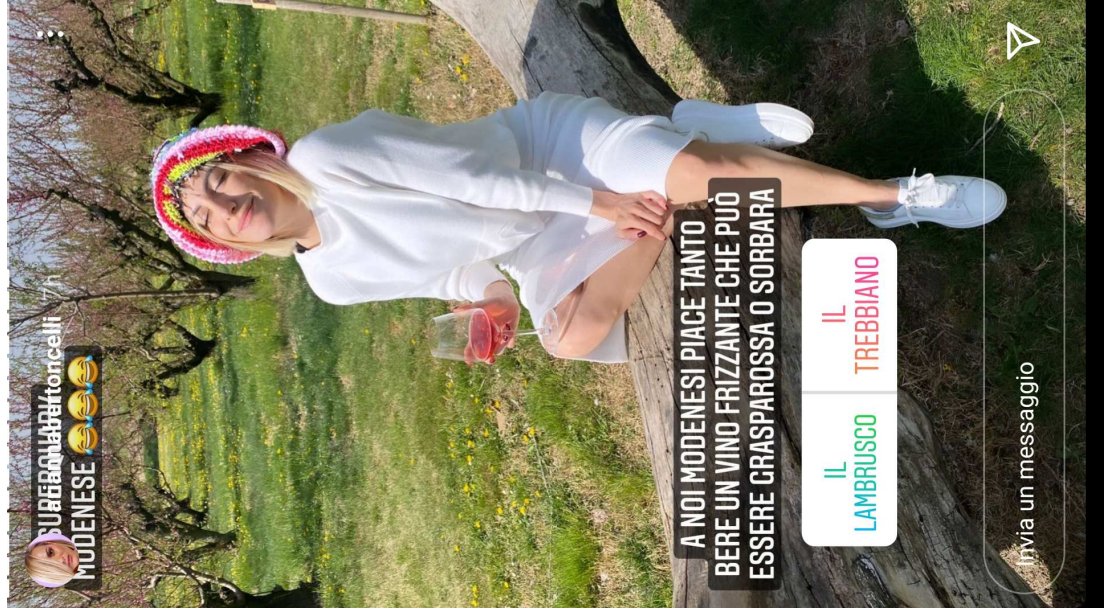
Secondo la tradizione pare che la chiesetta dell'eremo venne costruita dai pochi abitanti di Gargnano scampati alla peste del 1630 che si rifugiarono tra le rocce per sfuggire al contagio. Una sorta di voto sciolto dopo la fine del contagio

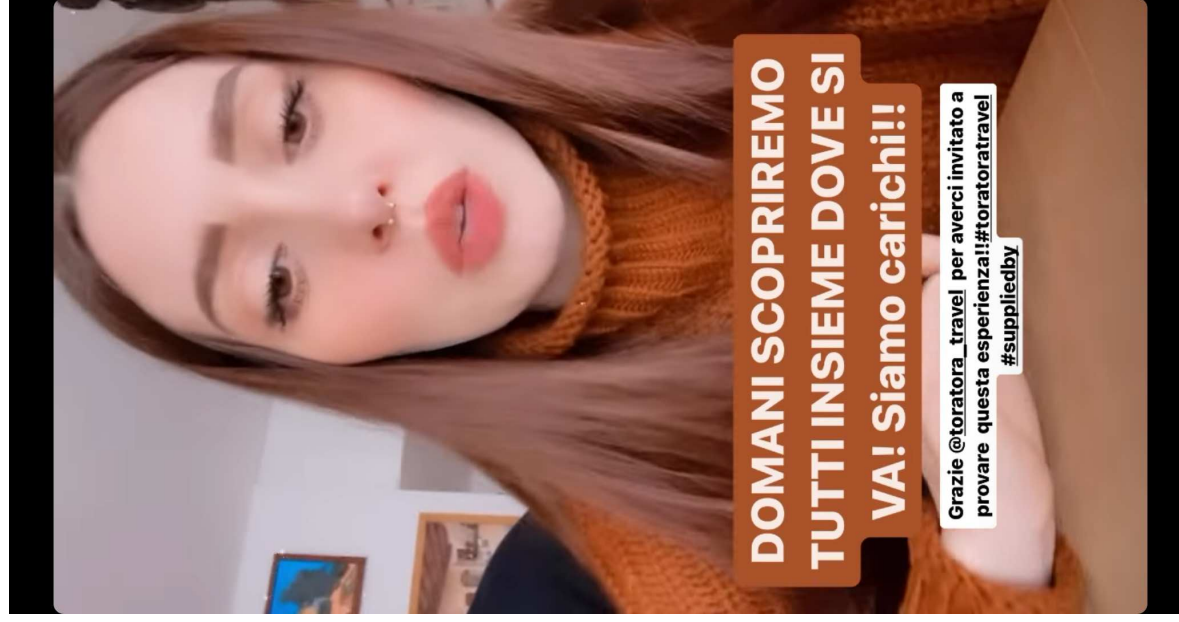
L'ultimo eremita? Tale Gremia Paladini: scelse di vivere tra le rocce intorno alla metà dell'800 per scampare alla leva durante la dominazione Austriaca.


● L.Sca.


@bresciaoggi.it

<https://www.gardamountainbike.com/non-solo-bike/san-valentino.html>



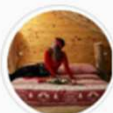




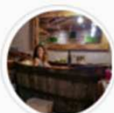
i_weekendieri [Segui](#)  ...

Post: 528 97,4mila follower 911 profili seguiti

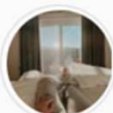
Laura - Travel Blogger
Blogger
Itinerari e idee per i tuoi weekend fuori porta!
🌻 Sono Laura, un'ex bancaria che amava troppo il weekend e l'ha fatto diventare la sua vita!
Founder 📌
linktr.ee/i_weekendieri
Follower: [g.turra](#)




AllaSta...




Urban...




Alba d...



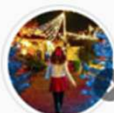
Lisbona



Algarve



Glampi...



Zurigo

TARGET:

Travel - Lifestyle


 iWeekendieri
GLI AMANTI DELLE FUGHE SETTIMANALI

[HOME](#)
[CHI SIAMO](#)
[WEEKEND](#)
[NON SOLO WEEKEND](#)
[RUBRICHE](#)
[EXPERIENCE](#)
[MAPPA](#)
[RISORSE GRATUITE](#)
[CONTATTAMI](#)

[f](#)
[@](#)
[v](#)
[t](#)
[p](#)
[Q](#)

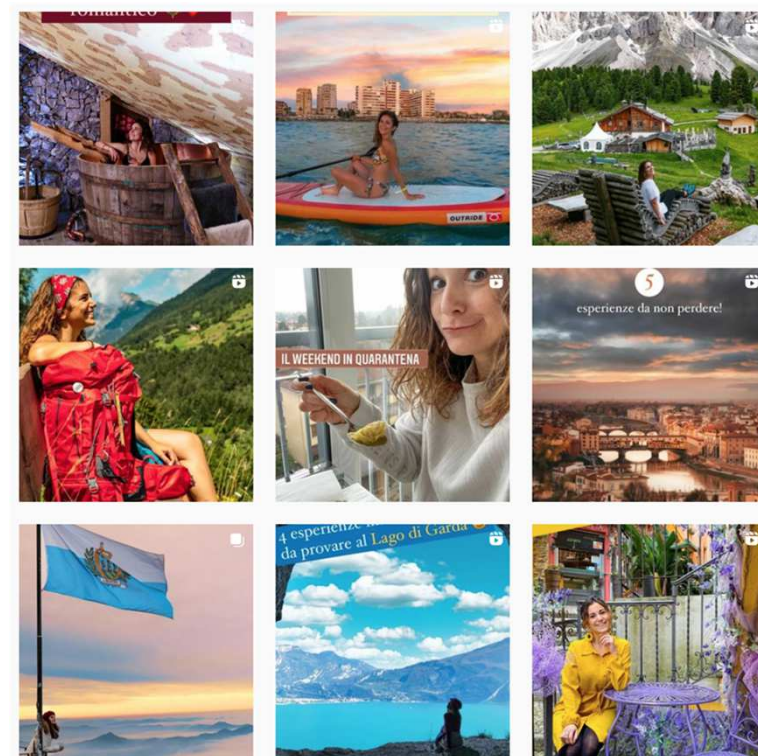
Benvenuti Weekendieri

I WEEKEND CHE HAI SEMPRE SOGNATO!

Perché non hai bisogno di tanti giorni a disposizione per partire!

SCOPRI COME







FENOMENI ED IDENTITA'

<https://www.instagram.com/haiku.veneti/?hl=it>

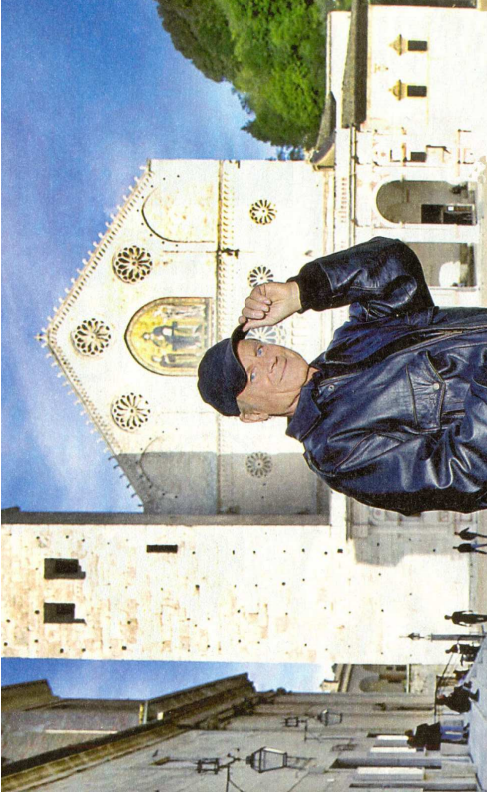
<https://www.instagram.com/canalilcanal/?hl=it>

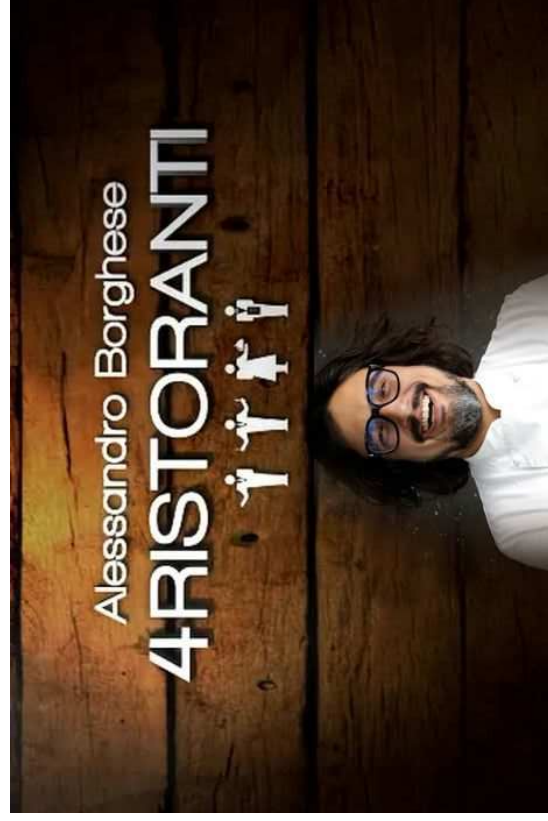
<https://www.instagram.com/milaneseimbruttito/?hl=it>

<https://www.instagram.com/ilvenetoimbruttito/?hl=it>

Ghost communication / **product placement**

Quando e dove e come essere raccontati





2night Italia CUOCO AOSTA HOME ARTICOLI Q

E' l'italianissimo Matteo Cignetti a vincere l'oro alle Olimpiadi Young Chef 2022

Uno studente, appena 19enne, dell'École Hôtelière de la Vallée d'Aosta di Chatillon.

[Leggi.](#)



☰ **GAMBERO ROSSO** Abbonati @

Ristoranti

PROFESSIONE PASTICCERE

SCEGLI LA TUA PASSIONE

GAMBERO ROSSO FOOD & WINE ACADEMY




RISTORANTI Imprenditoria italiana all'estero. La storia di Terroni a Toronto

Prima bottega, poi ristorante e anche pizzeria, fino ad arrivare alla rivista e i servizi di delivery. Ecco come questo gruppo italiano ha conquistato il pubblico ...


Piero Armenti

Il mio viaggio a NEW YORK

DAL TOUR OPERATOR N°1 DI NEW YORK

I luoghi più insoliti e nascosti della città più visitata del mondo

NEWTON COMPTON EDITORI



TURISMO SPORTIVO TRA SPONSOR AMBIENTE E EVENTI



Scheda Analitica Finale

SOSTENIBILITA' (IN DIGITALE)

SOSTENIBILITA' E' IMPATTO AMBIENTALE

SOSTENIBILITA' E' IMPATTO SOCIALE

SOSTENIBILITA' E' UN MINDSET CHE VADO A COSTRUIRE E DEVE ESSERE COERENTE AI VALORI CHE VOGLIONO ANDARE AL ESPRIEMERE

LO STRUMENTO DIGITALE E' PARTE DEL PERCORSO DI AVVICINAMENTO DI UN VISITATORE/CLIENTE

TECH E DIGITALE (STARTUP)

IL TURISMO E' UN SETTORE IN CRESCITA E DEVE ESSERE CONSIDERATO UN'ESPERIENZA SENZA SOLUZIONE DI CONTINUITA' TRA ONLINE ED OFFLINE

PRESIDIARE IL MONDO DELLE STARTUP (OSSERVATORIO) VI PERMETTE DI RIMANERE AGGIORNATI SUI NUOVI TREND E SERVIZI OFFERTI E PRENDERE SPUNTO

I MILLENNIALS (MA ANCHE LA GEN Z) AVRANNO UN MODO DI CONCEPIRE IL VIAGGIO DIFFERENTE (DAL PUNTO DI VISTA ORGANIZZATIVO E NELLA SELEZIONE DEI SERVIZI/PRODOTTI)

COMUNICAZIONE ED INFLUENCER

L'ONLINE INFLUENZA L'OFFLINE.

SE NON LO COMUNICHI NON ESISTE, MA E' NECESSARIO USARE I GIUSTI CANALI (UNA VOLTA C'ERA LA TELEVISIONE OGGI CI SONO LE PIATTAFORME E GLI INFLUENCER)

LA STRATEGIA DI INFLUENCER MARKETING DEVE ESSERE STUDIATA IN COERENZA AL BRAND CHE SI VUOLE PROMUOVERE ED IN RELAZIONE AL BUDGET CHE SI VUOLE METTERE A DISPOSIZIONE

Concetti base e Keywords

L'OFFERTA
DEVE
INCONTRARE
IL NUOVO
CLIENTE

I nuovi clienti



Concetti base e Keywords

Sentirsi accolto dalle
persone prima di
arrivare

Ricevere proposte di
attività nuove diverse
dalla vita di tutti i giorni
online

Vivere esperienze
genuine ed identitarie
di una location grazie
all'endorsement di altri
utenti

Permettere di
organizzare e
pianificare prima di
arrivare con tutte le
informazioni disponibili
online

Concetti base e Keywords

NUOVI MODELLI DI BUSINESS, FATTORI COMUNI

- Connessione emotiva con il pubblico
- Campagne e social media sono strategici per comunicare esperienze e poi prodotti
- I nuovi modelli di business passano per nuovi posti dove dormire, selezione per interessi e tempi, specializzazione

GRAZIE

“La propria destinazione
non è mai un luogo, ma
un nuovo modo di vedere
le cose”

Henry Miller