

SCHEDE

Branding urbano, del territorio e del patrimonio artistico e connessa digitalizzazione per lo sviluppo dei circuiti turistici e delle attività commerciali legate al turismo

L'Associazione Longobardia ha aderito al progetto lanciato nel 2014 dall'**Agenzia ITA-ICE**, espressione del Ministero italiano per lo Sviluppo Economico.

La partecipazione - regolamentata da apposite intese - prevede l'applicazione di specifici studi sull'organizzazione dell'itinerario "**Longobard Ways across Europe**" e, in particolare, sulle prospettive di sviluppo culturale e socio-economico dei "Cluster turistici" in cui - in attuazione del "Sistema Longobardia" - vengono suddivisi i Territori coinvolti nello sviluppo della storia longobarda.

La generale premessa progettuale si basa sul fatto che il patrimonio artistico e naturale dell'Italia è di tali dimensioni da essere solo in parte utilizzato per attrarre turismo. Va da sé che ampliandone la conoscenza all'estero e rendendo nuovi percorsi fruibili ai visitatori, si otterrebbero consistenti aumenti nelle entrate e nell'occupazione. Specialmente **considerando méte e percorsi turistici innovativi e di riconoscibile potenziale storico-culturale ed economico quali alternative ai tradizionali fulcri attrattivi**.

Gli strumenti individuati per incrementare la visibilità dei beni artistici e paesaggistici: la digitalizzazione dell'informazione ed il branding territoriale. Quest'ultimo alimentando positivamente l'identità nazionale, contribuirebbe alla competitività complessiva del "Made in Italy".

Si considera inoltre che l'80% delle scelte di destinazione turistica sono fatte tramite internet: ne consegue che un'appropriata comunicazione in digitale è essenziale per generare attività.

Quest'ultima può essere notevolmente rafforzata se accoppiata ad un branding territoriale, che crea un forte riferimento identificativo, ed un contesto attrattivo, in cui possono essere proposte e coordinate più attività e servizi.

Queste attività, riferite al contesto urbano e territoriale della città, costituiscono potenti elementi di finanziamento e crescita qualitativa, entrando a pieno titolo fra i fattori caratterizzanti la Smart City.

Il progetto prevede la collaborazione con **Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo della School of Management del Politecnico di Milano**, chiamata a sviluppare analisi e ricerche che aiutino i principali attori che formano il mercato turistico (strutture ricettive, agenzia di viaggio, compagnie di trasporto, strutture museali ecc.) a comprendere il fenomeno dell'Innovazione digitale nel turismo stesso: opportunità offerte, ambiti applicativi, comportamento dei consumatori, confronti internazionale, evoluzione tecnologica, struttura della

IN COLLABORAZIONE CON



ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la protezione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



catena del valore, ecc (eCommerce Consumer, Mobile economy, mobile marketing & service, mobile ticketing, internet & media, shared resources).

IN COLLABORAZIONE CON



ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la protezione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane