LAGO DI GARDA ITALIA

Rete e sinergia per imporsi all'attenzione dei mercati turistici internazionali

Riva del Garda, 20 giugno 2008

Relatore: Enio Meneghelli

Presidente Garda Unico Scrl

GARDA UNICO Scrl

Agenzia per la promozione e commercializzazione del Lago di Garda

LAGO DI GARDA ITALIA

Le origini e la titolarità

la volontà di promuovere la destinazione turistica Lago di Garda attraverso un'azione comune nasce nel 2003 sulla legge 135/2001 che finanzia progetti interregionali per la qualificazione dell'offerta turistica, la promozione, lo sviluppo del Sistema Turistico Locale Interregionale del Lago di Garda.

La titolarità del progetto venne assunta dalle Regioni Lombardia, Veneto e dalla Provincia Autonoma di Trento.

Veneto
Tra la terra e il cielo
www.veneto.to

RegioneLombardia
Promozione Attività Turistica

TRENTINO

LAGO DI GARDA ITALIA

La negoziazione

Il processo di negoziazione costante, in itinere alle fasi decisionali e operative, ha costituito l'aspetto più impegnativo ma anche più significativo del lavoro svolto. Attraverso lo scambio e la comunicazione si è giunti a condividere obiettivi e strategie e a realizzare il percorso programmato.

Il Gruppo di lavoro operativo

INGARDA TRENTINO

LAGO DI GARDA è...

CONSORZIO VALTENESI la Riviera dei Castelli

Consorzio Riviera del Garda e Colline Moreniche

Verona tuttintorno Consorzio di Promozione e Commercializzazione Turistica

RIVIERA DEI LIMONI Lago di Garda

I mercati obiettivo

L'analisi di mercato effettuata dall'Istituto Internazionale di Studi sull'Economia Turistica (CISET) ha individuato nei Paesi del Nord Europa il maggior potenziale di crescita per la buona capacità di spesa e pertinenza del profilo del turista per le scelte motivazionali e per le caratteristiche dell'offerta del sistema Garda.

•In particolare i mercati obiettivo per la promozione integrata sono stati identificati nella Gran Bretagna, Irlanda, Danimarca, Svezia e Norvegia unitamente all'Italia e dal 2007 nei mercati di lingua tedesca.

LAGO DI GARDA ITALIA

La strategia di comunicazione integrata

- **Funzionali ad una strategia di comunicazione integrata, le numerose iniziative a sostegno della identità visuale del Garda cui hanno contribuito tutte le realtà consortili del Lago con idee, testi, immagini.**

- **Con sempre maggiore forza i soggetti coinvolti hanno dato avvio ad un percorso di valorizzazione unitaria, spostando l'attenzione dal proprio ambito di competenza verso la promozione di un territorio più ampio, con uno sforzo congiunto di cambiamento metodologico e culturale.**

LAGO DI GARDA ITALIA

Gli strumenti

- La realizzazione di un **marchio** capace di veicolare i tratti caratterizzanti del prodotto Garda (acqua, natura, sole, montagna, sport, relax, glamour, Italian Style)
- La partecipazione a **fiere di settore e conferenza stampa internazionali**
- La produzione di **materiale informativo** istituzionale
- La creazione del portale **www.visitgarda.com**

LAGO DI GARDA ITALIA

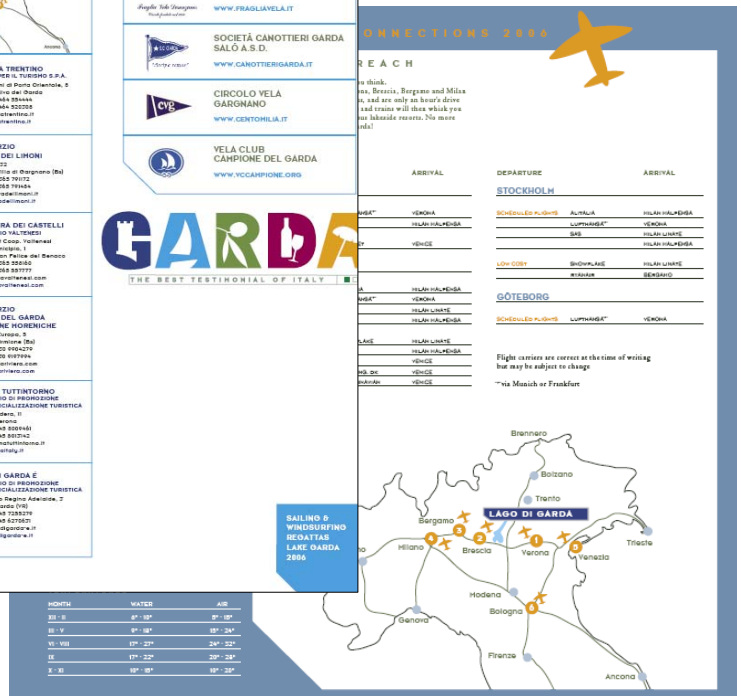
La partecipazione con uno stand unitario alle principali fiere di settore

World Travel Market - Londra, Excel Exhibition Centre
EDIZIONI 2005 – 2006 - 2007

Holiday World Experience - Dublino, RDS Simmonscourt
EDIZIONI 2006 -2007 - 2008

TUR Göteborg, The Swedish Exhibition Centre
EDIZIONI 2006 - 2008

LAGO DI GARDA ITALIA



- Flyer Eventi sportivi e culturali
- Flyer dei circoli velici
- Flyer Golf Club del Lago
- Flyer flight connections

- Brochure istituzionale
- Cartina generale del Lago
- Cartine tematiche (cultura ed enogastronomia, vacanza attiva e benessere)
- gadgettistica

LAGO DI GARDA ITALIA

www.visitgarda.com

Il portale, grazie alla fattiva collaborazione dei consorzi partner con il coordinamento dell'Area Web di Trentino Spa, viene implementato, aggiornato, reso accattivante e funzionale attraverso la pubblicazione di video, cartine satellitari, mappe interattive, header tematizzati e proposte vacanza a tema.

Online dal 25 ottobre 2007, ha un sistema di prenotazione con due modalità rivolte alle strutture ricettive associate ai consorzi partner del progetto:

- **Booking online**
- **Prenotazione su richiesta**

18 giugno 2008: nasce Garda Unico Scrl

A completamento delle varie azioni, a dimostrazione della fiducia dei territori coinvolti e della validità del progetto – che segna il passaggio importante da una promozione frammentaria ad una promozione unitaria del Lago - la nascita il 18 giugno u.s. del nuovo soggetto che vede principali protagonisti il Consorzio Lago di Garda è…, il Consorzio Riviera dei Limoni ed Ingarda Trentino Azienda per il Turismo Spa.

Garda Unico Scrl

Agenzia per la promozione e commercializzazione del Lago di Garda