

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER LA NAUTICA ED IL TURISMO COSTIERO

Piano per la qualificazione dell'immagine nazionale e internazionale del turismo e della nautica da diporto

ATTORI

- **Pubbliche amministrazioni, comuni, agenzie di sviluppo**
- **Associazioni di categoria dei settori turismo e nautica**
- **Imprese di produzione e servizi**
- **Porti e Marine**

PARTNERS



DIPORTO Asso.Na.D.I.
Associazione Nazionale Diportisti Italiani



Segreteria organizzazione: DIPORTO Asso.Na.D.I. Tel 066678876 / 360808974
diporto.assonadi@gmail.com

NAUTICA & TURISMO

La presente iniziativa, nella sua prima fase, avrà inizio a 2012 e terminerà a ottobre 2013 ed è indirizzata a tutti gli attori locali interessati ad uno sviluppo integrato della nautica e del turismo costiero:

- A. Pubbliche amministrazioni, comuni, agenzie di sviluppo**
- B. Associazioni di categoria dei settori turismo e nautica**
- C. Imprese di produzione e servizi**

e propone un piano di qualificazione dell'immagine nazionale e internazionale della nautica da diporto e del turismo italiani, sostenuta dagli incentivi e dalle promozioni su base locale.

L'iniziativa si propone di favorire la crescita del settore e dei territori costieri in generale ed in particolare la promozione delle attività legate al turismo e alla nautica come turismo di qualità, coinvolgendo gli attori locali fra i quali istituzioni, associazioni e imprese che condividono un medesimo indirizzo strategico nell'ambito dei servizi nel settore e nella pianificazione costiera.

L'iniziativa è finalizzata al raggiungimento di un obiettivo comune e condiviso, con lo scopo primario di produrre le condizioni favorevoli per lo sviluppo economico e sociale attraverso la cooperazione istituzionale tra le amministrazioni. L'obiettivo è lo sviluppo dei territori e delle attività turistiche e nautiche, nel rispetto della salvaguardia dell'ambiente naturale, in un'ottica di cooperazione integrata nell'ambito delle attività economiche, ma anche nei rapporti sociali.

Questa iniziativa, intende perseguire azioni di avvicinamento alle politiche nazionali ed europee in riferimento allo sviluppo integrato delle coste e alla pianificazione dello sviluppo locale, attraverso azioni di promozione, commercializzazione e marketing territoriale orientate ad un bene comune: l'idea di sviluppo condeterminato, condiviso e sostenibile.

Gli obiettivi generali e lo sviluppo locale

L'obiettivo generale è la promozione di uno sviluppo integrato del settore nautico e turistico, la valorizzazione dell'industria nautica e delle sue infrastrutture ivi compresi i servizi e la salvaguardia dell'ambiente. Una particolare attenzione sarà posta alla valorizzazione dei rapporti sociali fra gli abitanti delle aree costiere e fra questi e il mondo internazionale della nautica e del turismo costiero.

Gli obiettivi specifici

1. **S**ostegno alla promozione istituzionale dei territori costieri e delle loro infrastrutture attraverso azioni di visibilità ed iniziative innovative anche nella promozione di progetti di sviluppo del territorio fra i quali: promozione delle eccellenze locali, visibilità in ambito nazionale e internazionale, pianificazione dei flussi turistici e nautici, adesione a progetti nazionali e comunitari di sviluppo.



2. **D**iffusione di informazioni mirate alla creazione di maggiore consapevolezza sulle potenzialità e sulle eccellenze della nautica e del turismo, in un'ottica di sostegno a settori industriali ed artigianali dell'economia italiana che necessitano di maggiore attenzione da parte della popolazione e delle istituzioni, con la promozione delle attività e dei servizi costieri.

3. **S**configgere il luogo comune che classifica la nautica come ostentazione sociale e fonte di ricchezze sottratte allo Stato. La visione distorta del binomio nautica-evasione fiscale ha contagiato i governi e l'opinione pubblica, convincendo la gente che i possessori di barche sono tutti evasori. Questa visione riduttiva e miope, che mette a fuoco esclusivamente i lati degenerati del mercato della nautica da diporto, non può distogliere l'attenzione sui tanti aspetti positivi legati ad esso. La nautica è espressione di una passione sportiva, di uno stile di vita di un popolo legato alle tradizioni marinare.

Si ritiene necessario dare concretezza ad un 'programma di informazioni e promozione' del turismo nautico e del turismo costiero, che preveda una serie di azioni forti ed incisive sul piano della comunicazione e della realizzazione di iniziative strutturali. Fra queste ultime si possono enumerare il sostegno alle attività portuali, alle realtà industriali e artigianali, alle attività di servizi per il turismo costiero, al rilancio della 'nautica minore', ma anche alle iniziative istituzionali volte alla promozione dei territori.

La **struttura di questa iniziativa** si basa sull'attuazione di un piano di comunicazione con un duplice scopo:

- il primo, sensibilizzare la popolazione sulle problematiche nei servizi dei comparti turistico e nautico e sulle eccellenze di questo settore manifatturiero di altissimo pregio, attraverso la divulgazione di informazioni coerenti con la realtà, con l'obiettivo di aiutare una maggiore consapevolezza comune al riguardo di un settore che rappresenta una parte importante dell'economia italiana e che garantisce un apporto economico e occupazionale di grande valore. Avvicinandoci a quella normale visione che popoli a noi vicini come i francesi o anche americani, hanno di un settore che non può fare altro che portare benefici all'intera nazione.
- Il secondo, dare un supporto alle amministrazioni locali, ai servizi, ai produttori ed in particolare ai cantieri nautici, ai porti privati e pubblici, pianificando informazioni e messaggi mirati anche attraverso la promozione commerciale.

I Punti di Forza

Le reali possibilità di sviluppo risiedono nel turismo nautico, dove l'Italia detiene ancora un primato mondiale da difendere – in primis - e da migliorare – in secundis. Perché costituisce un **PATRIMONIO** che deve essere utilizzato per il rilancio del paese, laddove la grande industria è attualmente in grave difficoltà.



La Comunicazione e l'informazione come strumenti strategici

Informazione e comunicazione sono alla base di un rilancio se usate in modo strategico e come strumento di business, per riavvicinare l'Italia alle proprie radici storiche legate al mare. In quest'ottica, le associazioni sono chiamate a interagire in modo sinergico anche nelle relazioni con il nuovo governo. Pertanto il progetto che proponiamo prende spunto dalla sostanziale carenza di informazioni e di comunicazioni sistematiche e aggiornate dal mondo della nautica e del turismo costiero, una metodologia impostata con trasparente realtà, in grado di costituire un fronte unico e compatto.

Obiettivi della comunicazione: “Creare una Immagine Attuale e Trasparente della Nautica da Diporto e del turismo costiero nel mercato italiano, ancora in grado di rilanciarsi, dove è necessario contemplare diritti e doveri di tutti i players”.

Riportando l'attenzione del grande pubblico e della politica sulla funzione sociale, educativa e culturale del turismo e della nautica:

- Promuovere tutte le azioni comunicative commerciali del settore con messaggi mirati ad un'immagine sana e produttiva.
- Tornare a sostenere l'economia della nautica a livello locale e nazionale, promuovendo posti di lavoro creati dal privato senza intervento da parte dell'ente pubblico.
- Sostenere con continuità il livello di attenzione sui problemi legati alla pianificazione delle coste in merito allo sviluppo del turismo e della nautica, riaffermando ad esempio il diritto del diportista ad andare per mare in serenità e nel pieno godimento della propria passione e non per ostentazione di ricchezza.
- Stimolare la rapida realizzazione, possibilmente con “project financing”, di strutture integrate per il turismo costiero e per la portualità alternativa – porti a secco, campi boe, scivoli ecc. – per favorire una crescita della concorrenza e un abbattimento dei costi di gestione della piccola nautica.
- Combattere l'immagine elitaria della nautica, fortemente radicata nella nostra società, affinché il settore e i suoi appassionati non siano più vittime di quella demagogia che non perde occasione per colpirne la vitalità.
- Alimentare lo spirito di collaborazione tra tutte le entità di settore per produrre la massa critica necessaria a creare attenzione da parte delle autorità competenti e dell'opinione pubblica.
- Sanare il danno d'immagine provocato dai provvedimenti governativi del Decreto ‘Salva Italia’ e riportare nei porti nazionali le migliaia di barche italiane che si sono allontanate e le barche straniere che hanno rinunciato a crociere in Italia.



Strumenti della comunicazione e dell'informazione

- Campagna Pubblicitaria
- Campagna di Comunicazione
- Sito Internet
- Digital Marketing/Viral Marketing
- Pubbliche Relazioni

I beneficiari sono:

le **amministrazioni locali** - che avranno una promozione di immagine dell'Amministrazione stessa e delle eccellenze del proprio territorio, oltre alla possibilità di veicolare per mezzo della Campagna loro progetti ed iniziative inerenti il turismo e la nautica.

Le **imprese** del settore nautico e turistico quali: porti e marine, società di servizi, cantieri nautici, società di trasporto, agenzie di noleggio, agenzie turistiche, le imprese di servizi di assistenza e restauro di unità da diporto,

Gli utenti della nautica, ma anche la **popolazione** costiera, grazie alla capacità di questo settore di moltiplicare l'occupazione e il reddito.

LE AZIONI ED INIZIATIVE PREVISTE

STAGIONE 2012

- Creazione di un Ufficio Stampa e Media Relation
- Portale web

Conferenza Stampa di presentazione (Roma)

....

Inizio Campagna

....

Interventi generali

- A. Stampa quotidiana e periodica. Pianificazione su testate di settore nautico e turistico
- B. Stampa free press
- C. Radio nazionale e locale
- D. Televisione nazionale e locale

ATTIVITÀ SUI TERRITORI

Cartellonistica e dinamica: sui territori comunali e nei porti

Eventi: incontri, conferenze, seminari

Barca a vela per disseminazione pubblicitaria



ATTORI DELLA CAMPAGNA

- AMMINISTRAZIONI CENTRALI: Ministero del Turismo
- AMMINISTRAZIONI LOCALI: Provincie, Comuni
- ENTI DEL TURISMO: enti centrali e locali, pro loco, agenzie di promozione
- PORTI E MARINE: porti pubblici e porti privati
- ALTRI SOGGETTI: Associazioni di categoria, Camere di Commercio, Associazioni locali, cantieri nautici, agenzie turistiche, agenzie nautiche, agenzie di noleggio.

GRUPPO DI LAVORO PER LA GESTIONE DELL'INIZIATIVA

- A. ASSONADI Associazione Nazionale Diportisti Italiani
- B. LOGOS P.A. Fondazione per il Potenziamento e Sviluppo Della Governance Pubblica
- C. RETE DI IMPRESE:
 - 1. SPIN NETWORK Roma
 - 2. WORDS SRL Genova
 - 3. EUROCONSULTING SRL Pescara
 - 4. LORIEN SRL Milano
 - 5. STARTING4 SRL Padova
 - 6. M&D SRL Roma
 - 7. EYE TECH Roma
 - 8. COMMERCIAL SOLUTION SRL Milano
 - 9. GESTIFIN LAB Torino

