

**Scheda progetto**

<b>TITOLO PROGETTO</b>	“Terre di Mantova”: cultura da vivere, natura da scoprire
------------------------	---

<b>DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO</b> (max 500 caratteri)	La proposta intende riposizionare il prodotto turistico del territorio Mantova, nelle sue diverse declinazioni tematiche, rilevanti nell’ambito della segmentazione della domanda turistica tradizionale, secondo una logica esperienziale, in parte già sperimentata nell’anno 2015 attraverso gli eventi Expo, ridefinendo la comunicazione/informazione turistica e attraverso specifiche attività B2B.
--	--

<b>QUALITÀ PROGETTUALE</b>
<b>Descrizione del progetto con particolare riguardo al prodotto turistico da posizionare/riposizionare in termini competitivi ai fini di attrattività turistica</b>
<p>Il territorio della provincia di Mantova si caratterizza storicamente come meta di un turismo di prossimità, a carattere artistico-culturale, naturalistico-ambientale fluviale-cicloturistico, enogastronomico e food experience che coinvolge un’ampia gamma di risorse ed eccellenze locali.</p> <p>La provincia di Mantova, terra di confine incastonata fra tre regioni, ha una storia millenaria di arte, cultura e d’indipendenza politica che hanno lasciato un’impronta forte ed avvertibile con caratteristiche e dimensioni peculiari. Il capoluogo Mantova, città a misura d’uomo, è la sede della Reggia dei Gonzaga, complesso museale nazionale, una delle più ampie ed affascinanti d’Italia, e, insieme a Sabbioneta, sito UNESCO riconosciuto patrimonio dell’umanità dal 2008. Nel 2016 Mantova è stata insignita del titolo di Capitale Italiana della Cultura nel 2016.</p> <p>La provincia di Mantova vanta inoltre cinque borghi riconosciuti tra i Borghi più belli d’Italia: Sabbioneta, la “città ideale” edificata da Vespasiano Gonzaga nella seconda metà del XVI secolo, San Benedetto Po (un importante centro turistico conosciuto per l’imponente complesso monastico, l’Abbazia di Polirone - uno dei siti cluniacensi più importanti tra i più di mille che sorsero nell’Europa medievale, il Museo Civico Polironiano con le sue raccolte etnografiche e per le sue eccellenze enogastronomiche), Castellaro Lagusello (piccolo borgo nel comune di Monzambano con un castello medievale e laghetto a forma di cuore, nonché parte del patrimonio UNESCO tra i Siti Palafitticoli preistorici dell’Arco Alpino, Grazie (piccolo centro nel comune di Curtatone, famoso per il Santuario delle Grazie e per la Fiera dell’Assunta – Antichissima Fiera delle Grazie dove ogni anno si riuniscono centinaia di Madonnari provenienti da tutto il mondo) e Pomponesco (situato sulla riva sinistra del fiume Po, Pomponesco è legato al fiume e alla sua economia con la presenza di un porto, di mulini natanti, di numerosi barcaiooli).</p> <p>Il territorio mantovano conserva le tracce storiche della grancontessa Matilde di Canossa, una delle figure più importanti e interessanti del Medioevo italiano, che si ritrovano sia nel capoluogo</p>

(Rotonda di San Lorenzo, Cappella di San Longino nella concattedrale in Sant'Andrea, il santuario dell'incoronata presso la cattedrale) che nella rete delle Pievi Matildiche dell'oltrePo mantovano (Pegognaga, Quistello, Quingentole, Pieve di Coriano, Villa Poma, Sermide e Felonica), inclusa l'Abbazia del Polirone di San Benedetto Po, attorno alle quali si sono sviluppati negli anni percorsi di visita e di valorizzazione integrati con enogastronomia e food experience e turismo ambientale naturalistico.

L'alto Mantovano offre numerose testimonianze di castelli medievali, borghi incastonati nel paesaggio collinare, meta di cicloturismo, un turismo green, enogastronomico, che dal Lago di Garda si spinge nell'entro terra.

La provincia di Mantova vanta inoltre una fitta rete di itinerari cicloturistici, per circa 1000 km, in particolare lungo le vie d'acqua principali (Mincio, Po e Oglio) riconosciuti come tratti di ciclovie europee quali EuroVelo 7 e EuroVelo 8 che offrono al turista molteplici possibilità di vivere una vacanza slow e sostenibile a contatto con la natura e di usufruire di servizi di trasporto intermodale (bici/motonave). La direttrice cicloturistica Garda Mincio Po mette in collegamento diretto il bacino turistico del Garda con l'entro-terra collinare per arrivare quindi a Mantova e al territorio dell'oltre Po attraverso articolati percorsi di visita che connettono tutte le principali risorse turistiche territoriali. Lungo le vie d'acqua si sono sviluppate iniziative di turismo fluviale, attraverso operatori privati che organizzano minicrociere tra Mantova e la laguna di Venezia attraversando il territorio mantovano, sul capoluogo sono attive compagnie di navigazione dei laghi di Mantova alla scoperta delle risorse paesaggistiche e ambientali della città e dei Comuni limitrofi.

Notevolissime sono anche le risorse naturalistiche, con la presenza di due parchi di interesse regionale (Parco del Mincio, Parco Oglio Sud), una riserva naturale statale (Bosco Fontana), una fitta rete di riserve naturali (la rete Natura 2000 è composta da 15 S.I.C. e 9 Z.P.S. per un totale di 12.939 Ha in gran parte ricadenti in aree a parco regionale e riserva), che offrono ampie opportunità di fruizione ad un turismo sostenibile.

Mantova vanta una ricchissima tradizione enogastronomica, che affonda le radici nel rinascimento e nella tradizione contadina, arricchita da contaminazioni delle province vicine e da produzioni dop di rilevanza nazionale (Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Vini Garda DOC, "Garda Colli Mantovani DOC" e "Vino Lambrusco DOC", "Pera Tipica Mantovana IGP", "Melone Mantovano", in corso di riconoscimento Suino Pesante Padano, Salame Mantovano, Riso Vialone Nano), ma anche piatti della tradizione (tortelli di zucca, i capunsei, la torta sbrisolona, la mostarda, il risotto) attorno a cui si sono sviluppati i percorsi delle strade del gusto (Strada dei Vini e dei Sapori, Mantovani; Strada dei risi e dei risotti mantovani; Strada del tartufo) e più recentemente gli eventi Expo 2015 nel territorio, proposte di visita inedite alle risorse turistiche ed enogastronomiche (di cui si fa cenno più avanti).

Tutto il territorio mantovano, all'apparenza uniforme e profondamente padano, offre una complessità inaspettata: si passa dalle colline moreniche a ridosso del Garda alle sponde verdeggianti del Mincio e dell'Oglio, dalla fenditura che il Po traccia tra la media e la bassa provincia fino al contorno inusuale dei tre laghi che cingono il Mantova.

La dinamica più recente dei flussi turistici in provincia di Mantova (si vedano i dati dell'Osservatorio provinciale nella repository dedicata) conferma il trend storico della domanda, caratterizzata per un tasso di permanenza media di 2,03 giorni/vacanza, che fa del territorio provinciale e del capoluogo meta di turisti dalle sette vicine province con cui confina Mantova, di flussi provenienti principalmente dalla Lombardia, dalle altre due regioni confinanti (Emilia-Romagna, Veneto) e dal Piemonte, mentre a livello internazionale i principali mercati storici fonte sono la Germania, vista la vicinanza del bacino turistico del Garda e la Francia. Seguono Austria, Svizzera, Regno Unito e Paesi Bassi. I mercati extraeuropei che seguono con numeri più ridotti

sono Israele e Stati Uniti. Le dinamiche quantitative desunte dall'osservatorio provinciale del turismo mostrano un incremento (triennio 2015-2017) sia degli arrivi che delle presenze, con la componente italiana che contribuisce in misura maggiore sull'indicatore presenze, e un trend leggermente negativo relativamente al tasso di presenza medio giornaliero. Il confronto fra le zone della provincia evidenzia un aumento diffuso degli arrivi e delle presenze in quasi tutte le zone rispettivamente +6,21% e +10,94% nel Medio mantovano (escluso il capoluogo), +7,03% e +4,13% nel Alto Mantovano, +5,02% e +3,72% nell'Oltrepo' Mantovano. L'unica zona che evidenzia un lieve calo di arrivi è l' Oglio Po ( -0,81% ), positivo invece il dato delle presenze ( +7,93% ). La permanenza media annuale più alta si registra nell' Alto Mantovano (2,61 gg/vacanza) mentre la più bassa nel Comune di Mantova (1,71 gg/vacanza); in assoluto la permanenza più alta è dovuta agli stranieri nel Alto Mantovano (3,61 gg/vacanza). Il Medio mantovano, compreso il comune capoluogo, mantiene la quota percentuale di mercato più alta (65,87% arrivi ); l'Alto Mantovano conferma la percentuale più alta delle altre zone rimanenti (23,04% arrivi). L'andamento stagionale nell'intero territorio provinciale mantiene il trend storico di forte afflusso turistico nei mesi di Aprile e Settembre. Nel Comune di Mantova e nel Medio mantovano è netta la tendenza stagionale primaverile e autunnale, mentre nel Alto Mantovano Luglio e Agosto sono i mesi con il flusso più importante.

Dal lato dell'offerta la struttura ricettiva mantovana si caratterizza per una forte connotazione extralberghiera, confermata anche dai trend più recenti, con una polarizzazione verso le strutture agrituristiche, e l'esplosione del fenomeno dei B&B. Le strutture alberghiere, ancorché caratterizzate da un trend decrescente in termini strutturali, risultano comunque intercettare la quota più rilevante dei flussi turistici (62,6% arrivi e 58,5% presenze), e presentano una qualità media delle strutture.

Il prodotto turistico Mantova è una destinazione con una precisa identità, sia pur articolata nella pluralità dei tematismi rilevanti, che si caratterizza proprio in virtù di questa articolazione armoniosa e che si presta ad una pluralità di letture in chiave esperienziale. L'integrazione dei diversi segmenti turistici è uno dei fattori vincenti che consente appunto la diversificazione dell'offerta e la proposta di itinerari tematici differenziati.

Il prodotto turistico è supportato nella filiera della accoglienza/informazione/promozione e comunicazione, da almeno una quindicina di anni, dal sistema informativo turistico della Provincia di Mantova. Il sistema è particolarmente complesso e completo. La struttura dati è costituita da un CRM alimentato dagli operatori Infopoint che restituisce informazioni tramite la rete provinciale degli infopoint collegati, esponendo i dati sul portale [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it), principale porta d'accesso digitale al territorio mantovano. Le basi dati in back-end alimentano due importanti portali dedicati al cicloturismo (<https://www.lecicloviadedelpo.movimentolento.it/it/>, <http://iat.terredimantova.it/cicloturismo/>), che contengono la mappatura e georeferenziazione degli itinerari cicloturistici provinciali, le tracce Gpx, la georeferenziazione delle risorse ricettive, ristorazione, risorse e attrattive turistiche. Nel repository dedicato (indicato più avanti) è riportata la documentazione relativa alla struttura del sistema informativo turistico.

Nel corso degli anni 2013 e 2014, attraverso le risorse della Fondazione Cariplo (erogazioni emblematiche maggiori), il sistema informativo è stato potenziato con la realizzazione di un Destination Management System, denominato "i-MN", per la gestione integrata e accentrata del patrimonio informativo e delle basi dati, la digitalizzazione delle risorse turistiche, la successiva rielaborazione con interfaccia IOS-Android per alimentare applicazioni mobile (APPS) per la fruizione digitale e in mobilità delle risorse turistiche componenti il sistema (storiche-culturali, ambientali-naturalistiche, cicloturismo, enogastronomiche e food experience). L'APP "Terre di

Mantova” è in fase di trasformazione in Web APP per garantire una maggiore accessibilità al turista. Accanto all'intervento infrastrutturale è stato implementato un piano di marketing digitale della destinazione turistica, articolato in campagne di social advertising, attività di social marketing, attivazione di canali social dedicati (facebook, twitter), cross-tour multimediali, che hanno alimentato l'utilizzo delle APPs.

Un risultato prezioso del progetto è l'identificazione di un unico brand territoriale, “Terre di Mantova” (si veda repository), che richiama graficamente la forma sinuosa della “M” per esprimere il concetto di appartenenza al territorio mantovano, dove viene enfatizzato il passaggio cromatico dal verde delle zone collinari all'azzurro del fiume Po, mentre il naming si caratterizza per un cromatismo variegato, al fine di restituire l'ampia gamma di risorse presenti sul territorio e la sua unicità e identità nell'integrazione dei diversi tematismi.

Lo stesso brand è stato ampiamente ripreso e consolidato nella declinazione “Sistema Mantova Expo 2015” in occasione di Milano Expo 2015, cui hanno aderito tutti i Comuni della Provincia, la Camera di Commercio di Mantova, i soggetti aggregatori (l'Ecomuseo delle Risaie, dei Fiumi, del Paesaggio Rurale Mantovano per il medio mantovano, il Consorzio Oltrepò mantovano per l'area dell'oltre Po, l'Ecomuseo tra il Chiese il Tartaro e l'Osone: Terra dell'agro centuriato della postumia per l'Asolano, l'Associazione Colline Moreniche del Garda per l'alto mantovano, Comune di Commessaggio per l'Oglio Po) con la realizzazione di formule innovative di fruizione del patrimonio storico-culturale, delle tradizioni culinarie locali, dell'enogastronomia e delle filiere produttive attraverso la proposta di 6 itinerari lungo i mesi di apertura dell'Esposizione Universale, che, partendo dalle radici e dalla storia locali hanno proposto visite inedite al territorio (I monaci benedettini e la conservazione del cibo nel territorio oltrepò-basso mantovano; Crocevia dei sapori padani tra influenze storiche e corsi d'acqua nel territorio asolano - nord ovest; All'origine erano i prodotti IGP e DOP nella zona Oglio-Po; Le origini del gusto Tra Sacro e profano nel territorio collinare alto mantovano; I grandi autori della cucina mantovana nel capoluogo Mantova e hinterland) combinando visite esperienziali, laboratori sensoriali, food show lab, visite alle filiere produttive, approfondimenti attraverso convegni scientifici e un'esperienza di showcooking con i migliori chef della tradizione in location prestigiose del ricco patrimonio storico-architettonico del territorio (Biblioteca Abbazia Polirone San Benedetto Po, Teatro all'Antica Sabbioneta, Palazzo Guerrieri Gonzaga Acerbi di Castelfelfredo, Palazzo Gonzaga Volta Mantovana, Villa Balestra Rodigo, sala degli addottoramenti Liceo Virgilio di Mantova). L'esperienza ha portato una significativa partecipazione sia da parte della popolazione locale, interessata a riappropriarsi delle radici identitarie del territorio, sia di flussi turistici nelle direttrici prevalenti (regionale e interregionale, internazionale).

La presente proposta progettuale si sviluppa con l'obiettivo di consolidare il brand e la destinazione turistica “Terre di Mantova”, ridefinendo gli elementi di attrattività e i tematismi turistici sopra richiamati in una prospettiva di riposizionamento secondo una logica esperienziale e sulla base della matrice segmenti/mercati/target, al fine di incrementare la visibilità della destinazione, promuovendo ulteriormente gli eventi e le iniziative già programmate dal territorio e ad alta visibilità (Mostra Giulio Romano 2019 “Con nuova e stravagante maniera” e “Arte e desiderio nel Rinascimento” Palazzo Ducale e Palazzo Te di Mantova, “Il '500 a Polirone da Correggio a Giulio Romano” Abbazia Polirone S. Benedetto Po, “La lezione di Giulio Romano nell'ambito della produzione grafica” Palazzo Ducale di Sabbioneta, rassegna “Mantova arte e musica” oltre alle consolidate manifestazioni culturali “Trame Sonore” e “Festivaletteratura”), inserendo la destinazione in modo coerente con l'offerta promozionale e comunicativa di Explora e, in ultima analisi, incrementando l'interesse dei visitatori potenziali e i flussi turistici. Tale attività potrà essere integrata all'Ecosistema Digitale Turistico (EDT) di Regione Lombardia utilizzando il protocollo E015 a cui la Provincia aderisce fin dal 2015. Sono inoltre previste

specifiche attività di comunicazione e B2B nel territorio mantovano in continuità con le recenti esperienze di promozione e valorizzazione avviate con gli eventi Expo 2015.

### **Matrice segmenti/mercati/target**

#### *Il turismo artistico-culturale*

La domanda di turismo culturale è generata in maniera preponderante dalla città di Mantova, che rappresenta il principale catalizzatore di tutta la provincia, come testimoniano in maniera concorde i dati relativi alla domanda turistica e a quella culturale (il capoluogo concentra il 40% degli arrivi e il 34,15% delle presenze nei flussi 2017). Il soggiorno, o anche una breve sosta a Mantova all'interno di una vacanza culturale in Veneto ed Emilia Romagna (Verona e Lago di Garda, Venezia, Padova, Ferrara), comprende di solito la visita di Palazzo Ducale e almeno una passeggiata attraverso le principali vie e piazze del centro storico. Quasi sempre, inoltre, la visita viene estesa anche a Palazzo Te e alle eventuali mostre ospitate nelle sue sale, che rappresentano un importante motivo di richiamo. Nel restante territorio provinciale, la domanda culturale si concentra soprattutto a Sabbioneta (Patrimonio UNESCO), a San Benedetto Po -per la visita dell'Abbazia del Polirone e del Museo Civico Polironiano- e a Castiglione delle Stiviere, Museo Internazionale della Croce Rossa. Una fetta significativa del turismo culturale, inoltre, è motivata dalla partecipazione ai diversi eventi che annualmente si svolgono a Mantova a partire da fine Maggio con l'evento musicale Trame Sonore e, in primo luogo, al Festivalletteratura nel mese di settembre. Il soggiorno, inoltre, è sempre più frequentemente completato con escursioni in motonave lungo il Mincio o il Po e con tappe a carattere culinario ed enogastronomico.

Si è detto quindi che il patrimonio culturale locale, materiale e immateriale, genera anche una considerevole domanda escursionistica, sia a Mantova, che in altri comuni della provincia come, ad esempio, Sabbioneta e San Benedetto Po. Questo tipo di turismo giornaliero è composto da profili abbastanza diversificati. Si tratta, infatti, in prevalenza, di visitatori residenti in alcune province e regioni di prossimità (Brescia, Veneto, Emilia Romagna, ecc.), di turisti che soggiornano nel bacino del Lago di Garda, oppure in transito da o per altri grandi poli turistici italiani (Verona, Venezia, Roma, ecc.). Si può avere un'idea dell'incidenza di questo fenomeno confrontando il flusso totale dei visitatori di Palazzo Ducale, il bene culturale più visitato della provincia, con il numero degli arrivi registrati nel comune di Mantova e nell'intera provincia. Nel 2017, Palazzo Ducale ha raggiunto i 323.255 ingressi totali (gratuiti e a pagamento), contro i 126.389 arrivi totali presso le strutture ricettive della città e i 312.057 registrati in tutta la provincia. Questa netta divaricazione evidenzia con chiarezza il potenziale di crescita del territorio che, essendo già oggetto di una significativa domanda di visitatori, ha un ampio margine di azione per favorire la trasformazione di queste escursioni di una, o mezza giornata, in pernottamenti presso le strutture ricettive locali, aumentando il livello complessivo delle presenze turistiche provinciali. L'insieme dei visitatori è piuttosto eterogeneo ed è composto da gruppi organizzati, principalmente studenti e adulti, e da turisti individuali (famiglie, coppie, amici), provenienti per lo più da alcuni grandi bacini italiani (Lombardia, Piemonte e Lazio) e stranieri (Germania, Francia, Spagna, UK).

Una nicchia particolare del segmento in esame è rappresentato dal turismo culturale legato all'evento culturale di maggior richiamo "Festivalletteratura" (arrivato quest'anno alla XXIII<sup>a</sup> edizione) organizzato nella prima settimana di settembre, che richiama pubblici nazionali e internazionali di diverse estrazioni culturali, e agli eventi musicali, "Mantova arte e musica" che il Comune di Mantova organizza ormai da alcuni anni, nel cuore del centro storico (piazza Sordello) programmando un cartellone che ha visto la partecipazione di artisti di fama internazionale. Accanto a questa rassegna la struttura "Grana Padano Arena" nell'hinterland di Mantova ospita ogni anno dalla primavera concerti dei maggiori cantanti Italiani nella programmazione dei tour nazionali, richiamando migliaia di fans, sia pure per un evento concentrato in poche ore.

La domanda aggregata si caratterizza per essere prevalentemente organizzata. In linea di

massima, infatti, si tratta di viaggi di gruppo di breve durata, dedicati solo alla visita di Mantova, talvolta anche in abbinamento ad altre località, come Verona; viaggi di istruzione, che coinvolgono gruppi numerosi di studenti, soprattutto italiani; tour dell'Italia o di alcune sub-aree (il Garda, il Veneto, ecc.) con un itinerario già prestabilito, nel quale è compreso talvolta un breve soggiorno anche a Mantova.

Dal punto di vista del tipo di ricettività, si prediligono esercizi alberghieri di categoria media oppure strutture complementari di piccole dimensioni, come B&B a Mantova e agriturismi nelle aree di campagna.

#### *Il turismo "green"*

In questa analisi, con la definizione di turismo green si identifica tutta la domanda generata da chi ha come motivazione turistica prevalente la fruizione dell'ambiente, sia dal punto di vista della godibilità del paesaggio e delle risorse attraverso visite e attività didattiche, sia dal punto di vista della pratica di sport e hobbies outdoor, il birdwatching, il canottaggio, l'attività venatoria, come la pesca, ecc. La domanda di turismo verde rappresenta, ad oggi, un segmento ancora minoritario, sebbene possa contare su un trend di crescita su vasta scala molto positivo. Si tratta per lo più di appassionati del genere spesso in cerca di nuovi luoghi da scoprire o di una domanda ancora a prevalente carattere escursionistico, generata soprattutto dai territori di prossimità.

I principali elementi di attrazione sono soprattutto le notevoli risorse naturalistiche, i Parchi fluviali regionali, presso i quali compiere, ad esempio, escursioni in motonave, ma suscitano interesse anche le numerose aree protette minori e l'ampia rete di dorsali cicloturistiche e percorsi ciclopedonali minori, già disponibili e completamente infrastrutturati.

La richiesta di fruizione per lo svolgimento di pratiche sportive e turismo slow proviene soprattutto da piccoli nuclei, mentre i gruppi, in particolare quelli costituiti da studenti, sono interessati a visite didattiche finalizzate all'esplorazione e alla conoscenza del patrimonio ambientale.

#### *Il cicloturismo*

Sotto il profilo della segmentazione della domanda si è ritenuto di individuare lo specifico segmento del cicloturismo, in virtù della notevole offerta del territorio in termini di dorsali cicloturistiche e percorsi minori che si articolano a partire dalle stesse. Ricordiamo che sul territorio passano due importanti tracciati di rilevanza europea (EuroVelo 8 – The Mediterranean Route da Cadiz ad Atene, EuroVelo 7 – The Sun Route - da Capo Nord in Norvegia a Malta). Il territorio mantovano funge da cerniera " mettendo in connessione alcuni dei più importanti sistemi cicloturistici strategici: a nord la direttrice Monaco-Lienz-Bolzano-Trento-Garda attraverso la Ciclovía della Valle dell'Adige; ad ovest la dorsale ciclabile Lago di Garda, Lago di Iseo, Milano, Lago di Como, Lago Maggiore (ciclovía dei Laghi); a sud la dorsale ciclabile Modena-Bologna-Firenze- Roma, e, con andamento ovest-est, la dorsale cicloturistica del Po (VenTo) che collega Torino a Venezia attraverso Pavia, Cremona, San Benedetto Po, Ferrara e il Delta del Po. Il cicloturista che frequenta il territorio mantovano è in parte riconducibile al turismo di prossimità prevalente, e quindi rappresentato da appassionati che dalle province limitrofe frequentano le ciclovie mantovane, sia in direzione nord-sud sull'asse Garda-Mincio-Po, sia in direzione est-ovest attraverso appunto gli argini maestri del fiume Po, e dei suoi affluenti Mincio, Oglio, Secchia. A questi si affianca il turismo internazionale che attraverso le dorsali di rilevanza europea attraversa il territorio. La quantificazione della consistenza numerica del segmento specifico non è possibile, anche se una dimensione della rilevanza del fenomeno è stimabile attraverso gli eco-contatori posizionati sulla dorsale Garda-Mincio-Po che quantificano in circa 250.000 i passaggi/anno solo su questo asse cicloturistico. Si tratta per lo più di gruppi non numerosi che trovano nel territorio

mantovano una dotazione infrastrutturale significativa e la dotazione di servizi bike friendly di recente sperimentazione (bicipoint, bike-shuttle, ...), oppure di gruppi organizzati da tour operator internazionali che iniziano ad affacciarsi soprattutto sul capoluogo attraverso servizi di noleggio e trasporto.

*Il turismo enogastronomico*

L'antica tradizione agricola di questo territorio, testimoniata oggi da un'offerta vitivinicola e agroalimentare, nonché ristorativa di eccezionale valore per la sua ricchezza e qualità, ne ha determinato anche una naturale predisposizione ad attrarre una domanda di turismo enologico e gastronomico, da alcuni anni peraltro in costante ascesa. La prossimità con altre aree ricche di attrattori, prodotti e di eventi a carattere enogastronomico di assoluta eccellenza nazionale e internazionale (basti pensare oltre che alla rinomata offerta dell'Emilia Romagna, anche a eventi specializzati come Vinitaly nella vicina Verona) ha rappresentato un ulteriore fattore di stimolo allo sviluppo di flussi di turisti appassionati del Wine&Food made in Italy. La quantificazione dei pernottamenti a motivazione esclusivamente enogastronomica, comunque, risulta essere un'operazione piuttosto delicata e dal risultato incerto, soprattutto in ragione del fatto che questo tipo di fruizione assume spesso un carattere complementare o, comunque, non esclusivo rispetto alle motivazioni di viaggio. Ciò nonostante, l'ampio e diversificato paniere delle produzioni locali fa sì che nel territorio mantovano sia possibile rintracciare sia una domanda di fascia alta, costituita da esperti del settore (giornalisti specializzati, ecc.) e appassionati (gastronauti, food trotter, ecc.), sia una domanda di "massa", costituita soprattutto da individuali e gruppi, a prevalente carattere escursionistico. Infine, sebbene alcune aree o prodotti siano più affermati (ad es. l'area delle colline moreniche), la diffusione dei luoghi di produzione, insieme al prestigio raggiunto dalla ristorazione in tutta la provincia mantovana, stanno contribuendo alla diffusione nell'intero territorio di questa domanda, che già rappresenta un importante volano per lo sviluppo dell'economia turistica locale.

La combinazione tra le caratteristiche dei flussi turistici storici prevalenti sul territorio (turismo di prossimità, o internazionale a prevalente origine tedesca, francese, UK), e i segmenti sopra individuati, induce ad indentificare un target turistico rappresentato da un turista di età compresa fra i 16 e i 50 anni (giovani, single, famiglie con bambini e coppie senza figli), con status , reddito e titolo di studio medio/medio---alto, che viaggia prevalentemente da Aprile a Settembre e prenota /organizza la vacanza tramite internet, individuo/i che praticano un turismo di prossimità, un target autonomo che organizza la vacanza fai-da-te, con un orientamento all'acquisto razionale, influenzato dalle opinioni, suggerimenti ed esperienze altrui, anche diffusi in rete, sensibile ad una value proposition orientata alla vacanza culturale, vacanza attiva, vacanza di relax e natura, cicloturismo, vacanza abbinata all'esperienza del prodotto enogastronomico.

**MATRICE SEGMENTI/MERCATI/TARGET**

<b>Matrice segmenti/mercati</b>		
Segmento turistico	Italia	Ue
Artistico-culturale (include la nicchia letterario-musicale)	Lombardia, Emilia Romagna, Veneto	Germania, Francia, UK, Paesi Bassi
Green		
Cicloturismo		
Enogastronomico		



turista di età compresa fra i 16 e i 50 anni  
 giovani, single, famiglie con bambini e coppie senza figli  
 status  
 reddito e titolo di studio medio/medio-alto,  
 viaggia prevalentemente da Aprile a Settembre  
 prenota /organizza la vacanza tramite internet,  
 individuo/i che praticano un turismo di prossimità  
 un target autonomo che organizza la vacanza fai-da-te,  
 con orientamento all'acquisto razionale  
 influenzato dalle opinioni, suggerimenti ed esperienze  
 altrui

### Swot analysis

Di seguito si riportano gli elementi sintetici della swot analysis, riferiti al prodotto turistico descritto precedentemente

<b>Punti di forza</b>	<b>Punti di debolezza</b>
Risorse artistiche, storico architettoniche di notevole interesse	Scarsa comunicazione del territorio, se non in modo sporadico legata agli eventi ad alta visibilità
Vicinanza ai mercati fonte	Assenza di chiarezza nelle definizioni delle proposte rivolte ai target
Risorse ambientali e territoriali (terra, acqua, paesaggi) significative	Identità territoriale poco comunicata, o in modo non organico
Riconoscimento Unesco, presenza di ulteriori elementi distintivi di qualità (borghi più belli d'Italia)	Scarsa valorizzazione di aspetti legati al life style (relax, slow, enogastronomia, ampia scelta di alternative nel territorio), e di promozione in chiave esperienziale e integrata delle risorse turistiche
Approccio slow, accoglienza, autenticità	Incompleta valorizzazione dei recenti investimenti nel digitale (ICT, APP)
Originalità della meta, possibilità di un approccio esperienziale	Concentrazione della comunicazione/promozione sul capoluogo Mantova
Fruibilità durante l'anno, accessibilità anche economica	Dotazione infrastrutturale carente sotto il profilo dei collegamenti e trasporto pubblico
<b>Opportunità</b>	<b>Minacce</b>
Comunicazione coordinata del territorio per prolungare i soggiorni e raggiungere le nicchie di mercato	Scarsa coordinazione degli interventi
Valorizzazione dello stile di vita slow e delle eccellenze locali (Dop, Doc, IGP...),	Mancanza di tempismo nei confronti dei competitor, soprattutto nell'engagement



integrazione delle tematiche rilevanti in logica esperienziale	online
Valorizzazione dell'offerta ricettiva nelle sue componenti	Forte competizione dei territori limitrofi e tendenza all'omologazione dei target
Valorizzazione del turismo di ritorno, profilazione, utilizzo dem, coinvolgimento di blogger, opinion influencer	Tendenza alla contrazione dei tempi dell'esperienza turistica, al mordi e fuggi

### **Descrizione dell'attività di comunicazione (almeno una)**

Il progetto prevede diverse attività di comunicazione, suddivise tra i partner.

Il capofila Provincia di Mantova svilupperà le attività di comunicazione inerenti al sistema informativo turistico al servizio dell'accoglienza, informazione, promozione e comunicazione turistica attraverso la rete degli infopoint distribuiti sul territorio provinciale.

Nel dettaglio esse riguardano:

1-declinazione del concept grafico e degli itinerari tematici esperienziali: a partire dal concept ombrello "Terre di Mantova" (si veda paragrafo scenario strategico), verrà realizzata una declinazione dello stesso coerente con l'elaborazione degli itinerari tematici esperienziali, riconducibili ai segmenti di mercato turistico presidiati (artistico culturale, green, cicloturistico, enogastronomico). Il concept verrà utilizzato nella comunicazione e promozione degli itinerari esperienziali e caratterizzerà la parte grafica del portale turistico [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it).

2-implementazione sistema informativo turistico della Provincia di Mantova: rivisitazione grafica, restyling del portale [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it) in chiave di fruizione esperienziale delle risorse turistiche, ottimizzazione dei collegamenti con la rete degli infopoint, attività di seo (search engine optimization). Il portale verrà ridisegnato in modalità responsive ottimizzando l'accesso e la visualizzazione delle informazioni presenti per tutti i devices.

Il prodotto sarà coerente con il concept grafico declinato rispetto alle logiche esperienziali definite e integrato con risorse e informazioni provenienti dall'Ecosistema Digitale Turistico (EDT) di Regione Lombardia.

3-campagna social marketing: gestione e animazione dei canali social facebook e twitter "Terre di Mantova" attraverso l'utilizzo degli strumenti ICT, attività di social advertising (google, youtube), post sponsorizzati, friends suggestion, sidebar ads, suggested pages ecc.. Potenziamento dell'attività redazionale del sistema informativo turistico attraverso una figura consulenziale professionale.

4-Campagna fotografica: l'archivio fotografico del sistema informativo turistico è molto datato (le foto sono di inizi anni 2000), necessita di essere aggiornato secondo logiche comunicative più moderne. Quest'attività verrà realizzata attraverso un social foto contest, mediante l'engagement del turista con l'utilizzo di apposita applicazione, impostata per una fruizione in logica esperienziale. L'attività prevedrà la messa a disposizione di premi, quali voucher per servizi turistici o biglietti per manifestazioni turistico culturali. Una seconda parte dell'attività riguarda il recupero e la valorizzazione del materiale fotografico realizzato in occasione degli eventi Expo, con particolare riguardo al segmento enogastronomia e food experience, attraverso la realizzazione di e-book fotografico.

Il partner Consorzio Oltrepò Mantovano realizzerà le seguenti attività di comunicazione:

rielaborazione e stampa materiale informazione e accoglienza turistica: aggiornamento grafico in base alla declinazione di cui al punto 1, produzione e stampa materiale di informazione turistica relativa al territorio mantovano sulla base dell'approccio esperienziale.

### **Descrizione dell'azione b2b (almeno una)**

Le seguenti azioni B2B saranno realizzate dal partner Consorzio Oltrepò Mantovano e Camera di Commercio di Mantova:

realizzazione di educational tour/travel blogger: progettazione e realizzazione di educational dedicato agli operatori turistici, nell'ambito del territorio, oppure un tour cross mediale attraverso individuazione di un travel blogger, secondo gli itinerari tematici costruiti in logica esperienziale (segmento green, cicloturismo, enogastronomia), con utilizzo della Web APP "Terre di Mantova", restituzione dati e alimentazione del sito [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it).

Il Consorzio Oltrepò Mantovano realizzerà inoltre la seguente ulteriore azione:

partecipazione ad una fiera settoriale di livello nazionale/internazionale, in coordinamento e collaborazione con la Destination Management Organization (DMO) di Regione Lombardia Explora, con la progettazione e realizzazione del materiale grafico promozionale e comunicativo, riferito agli itinerari tematici esperienziali.

### **Declinazione dell'itinerario tematico esperienziale (almeno uno)**

Le specificità territoriali delle diverse zone della provincia di Mantova, come la diversità dell'offerta di servizi e le infrastrutture diversamente sviluppate in ciascuna di esse, sono state valorizzate nella proposta di alcuni itinerari turistici tematici concepiti nel rispetto dei principi di trasversalità territoriale e intermodalità di spostamento sul territorio per una fruizione integrata dell'offerta turistica della destinazione.

I temi proposti rispecchiano le offerte di eccellenza del nostro territorio: Arte e Cultura - Siti UNESCO, Enogastronomia, green (Ambiente e Natura), Turismo Attivo e Cicloturismo.

La durata degli itinerari di visita varia dai due ai quattro giorni con possibilità di personalizzazione del viaggio attraverso le informazioni sui servizi e ricettività scaricabili dal sito web [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it) e i portali tematici ad esso collegati.

#### **1 Dal Garda al Po – Una ciclovia tra arte e natura**

Proposta per temi:

Arte e Cultura

Cicloturismo

Territori attraversati :

Coline Moreniche – Mantova – Oltrepò Mantovano

Intermodalità:

bici

barca

Durata del viaggio:

4 giorni

GIORNO 1

#### **Da Peschiera a Mantova in bicicletta**

##### **Mattino**

Il tragitto principale, con anelli di percorsi alternativi, è in piena corrispondenza di traiettorie conosciute in ambito internazionale come EuroVelo 7 e EuroVelo 8.

Si parte da Peschiera del Garda per raggiungere Mantova attraverso la pista ciclabile Peschiera–Mantova (42 km), seguendo un percorso lungo il quale vale la pena effettuare una delle deviazioni suggerite.

Deviazione 1

Borgo medievale di Castellaro Lagusello: affacciato su un laghetto morenico a forma di cuore,

riconosciuto tra i Borghi più belli d'Italia, si raggiunge prendendo la Ciclovía 6 in direzione di Ponti sul Mincio – Monzambano Castellaro Lagusello - Cavriana (km 20.8).

Questo itinerario consente di cogliere le principali emergenze naturalistiche e storiche delle colline moreniche mantovane, come il Museo Archeologico e la Pieve Romanica di Cavriana, il borgo medioevale di Castellaro Lagusello, l'antico castello Scaligero e la chiesa Parrocchiale di Monzambano, il castello e la chiesa di San Nicola a Ponti sul Mincio.

Deviazione 2

Volta Mantovana: Palazzo Gonzaga e giardini all'Italiana.

Molteplici sono le possibilità di sosta per il ristoro in ristoranti e agriturismi nella zona.

Deviazione 3

Antico mulino ad acqua di Massimbona vicino a Goito, rinascimentale, e con attigua chiesetta.

Deviazione 4

Santuario delle Grazie di Curtatone con possibilità di sosta per il ristoro in trattorie e ristoranti tipici.

Oppure Rivalta sul Mincio, per un'escursione naturalistica sul lago Superiore nella riserva naturale delle Valli del Mincio con i Barcaioi.

Deviazione 5

Riserva Naturale Statale Bosco della Fontana, a Marmirolo.

Pranzo in agriturismo o trattoria lungo il percorso.

**Pomeriggio**

Mantova e i laghi: si visita il tracciato sul lago di Mezzo, nel cuore del Parco del Mincio, proseguendo poi per le rive dei tre laghi per ammirare il suggestivo profilo paesaggistico della città.

Pernottamento in città, agriturismo in zona o altra struttura ricettiva.

**GIORNO 2**

**A piedi in città**

**Mattino**

La seconda giornata può iniziare con la visita di Palazzo Ducale e gli splendori dei Gonzaga.

All'interno del castello di S. Giorgio si trova la Camera degli Sposi "la più bella camera del mondo", capolavoro del Mantegna e della pittura occidentale.

È consigliabile fare precedere la visita dell'intera reggia da un percorso esterno per meglio comprendere la complessa articolazione degli edifici che compongono il Palazzo Ducale.

Sosta pranzo in trattoria o ristorante tipico.

**Pomeriggio**

Il Percorso del Principe.

Questo percorso è tutto dedicato all'architettura e all'urbanistica rinascimentali, e permette di visitare Duomo, Basilica di S. Andrea, Lungorio e Pescherie di Giulio Romano, chiesa di S. Sebastiano e Casa del Mantegna, Museo della Città.

Ultima tappa Palazzo Te.

Cena e pernottamento in struttura ricettiva in città o comuni limitrofi.

**GIORNO 3**

**Alla scoperta del Mincio**

**Mattino**

Partenza da Mantova in motonave, con bici a bordo, attraversando i laghi e discesa del Mincio passando attraverso la conca di Governolo.

Una volta sbarcati all'approdo di San Benedetto Po, si può raggiungere il centro del paese in

bicicletta.

Sosta pranzo in ristorante o agriturismo.

#### **Pomeriggio**

A San Benedetto Po, inserito nel circuito dei 21 comuni “Gioiello d’Italia” e tra i Borghi più belli d’Italia, si visita il Complesso Monastico Polironiano dell’ XI secolo, che include anche il Museo Civico Polironiano, uno dei musei etnografici più importanti d’Italia. Appena fuori dal paese, merita una visita anche la chiesetta di Santa Maria in Valverde.

Cena e pernottamento in agriturismo nei dintorni di San Benedetto Po. In frazione Gorgo si trova l’Osservatorio astronomico, per chi volesse ammirare al telescopio gli oggetti celesti in chiusura di serata.

#### **GIORNO 4**

#### **In bici nell’Oltrepò**

##### **Mattino**

Escursione attraverso il Parco delle Golene Foce Secchia, un Parco Locale d’Interesse Sovracomunale che comprende i comuni di Quistello, Moglia, San Benedetto Po e Quingentole, su una superficie di terreni golenali del fiume Secchia, sino alla confluenza in Po.

Lungo il percorso si trovano molti spunti interessanti tra cui il paese di Quingentole, con un’ampia e scenografica piazza dominata dalla settecentesca Parrocchiale di San Lorenzo, il borgo di uvolato di Quistello con il museo diffuso Giuseppe Gorni, la Chiesa Matildica di S. Fiorentino, a Quistello.

L’area dell’Oltrepò racchiude sistemi agricoli e ambienti naturali tipici degli ambiti fluviali, collegati da un notevole sistema di alzaie degli argini maestri. Conviene dunque concludere la mattinata in bicicletta con una deviazione per vedere impianti idrovori “storici” come quello delle Mondine e di San Siro, oppure le Chiaviche Bosone, o la botte sifone con cui il Canale dell’Agro Mantovano – Reggiano sottopassa il fiume Secchia.

Pranzo in agriturismo.

##### **Pomeriggio**

Si procede a Sud in direzione di Moglia, per una visita all’Ecomuseo delle Bonifiche e per seguire i percorsi ciclopedonali (14 km) sugli argini dei canali e del fiume Secchia:

è il Museo Diffuso, che inserisce Moglia nel percorso ciclopedonale “Eurovelo 7”, rete di collegamento nazionale e continentale di interesse storico-naturalistico.

Rappresentazione grafica itinerario 1:



## **2 Percorso nel patrimonio UNESCO**

### **Proposta per temi:**

Arte e cultura

Natura

Cicloturismo

### **Territori attraversati:**

Mantova – Oglio Po – Alto Mantovano

### **Intermodalità:**

bus e/o auto

bici

### **Durata del viaggio:**

3 giorni

## **GIORNO 1**

### **Mantova, la perla del Rinascimento**

#### **Mattino**

La giornata inizia con la visita del Palazzo Ducale dei Gonzaga, il castello di San Giorgio con la Camera degli Sposi, capolavoro del Mantegna e della pittura occidentale.

Pranzo in trattoria o ristorante tipico.

#### **Pomeriggio**

La giornata prosegue con il percorso del Principe, tutto dedicato all'architettura e all'urbanistica rinascimentali: Duomo, Basilica di S. Andrea, Lungorio e Pescherie di Giulio Romano, chiesa di S. Sebastiano e Casa del Mantegna, Museo della Città Palazzo San Sebastiano.

Come ultima tappa è "d'obbligo" una visita completa di Palazzo Te.

Cena e pernottamento in hotel in città o nei comuni limitrofi.

## **GIORNO 2**

### **Sabbioneta la "Città Ideale" e dintorni**

#### **Mattino**

Trasferimento a Sabbioneta Lungo il tragitto da Mantova a Sabbioneta è possibile fare una breve deviazione per vedere il Torrizzo Gonzaghese di Commessaggio, di fronte al ponte di chiatte sul canale Navarolo, e la Parrocchiale di Sant'Antonio Abate, a Villa Pasquali, uno dei gioielli del barocco mantovano, opera di Antonio Bibiena.

Una volta arrivati all'infopoint di Sabbioneta si parte per la visita guidata del Museo Diffuso di Sabbioneta che comprende le mura difensive a forma di stella, Palazzo Ducale, Palazzo Giardino, Galleria, Teatro all' Antica. La Chiesa dell'Incoronata, la Sinagoga, il Museo di Arte Sacra sono altrettanto importanti.

La "Città Ideale" patrimonio UNESCO insieme a Mantova, oltre che riconosciuta come uno dei Borghi più belli d'Italia, è raggiungibile anche in bicicletta seguendo il percorso ciclabile "**Ciclovia Mantova e Sabbioneta - Città dell'UNESCO**".

Pranzo in ristorante tipico dentro alle mura oppure in agriturismo.

#### **Pomeriggio**

Anche i dintorni di Sabbioneta meritano di essere visitati: il Santuario della Beata Vergine delle Grazie si trova a meno di 1 km da Sabbioneta, a Vigoreto. Da non perdere lungo il tragitto il piccolo centro di Rivarolo Mantovano, il ponte in barche in località Torre d'Oglio di Marcaria posto alla confluenza del fiume Oglio nel Po, e a Casatico di Marcaria il complesso rurale del XV secolo Corte Castiglioni.

Verso sera vale la pena concludere il percorso artistico e culturale UNESCO con un trasferimento

nell'Alto Mantovano.

Cena in ristorante o agriturismo.

Pernottamento in hotel nell'Alto Mantovano.

GIORNO 3

### **Percorso archeologico UNESCO**

Il percorso si completa con un'escursione alla scoperta del sito di Bande di Cavriana, inserito, come il Borgo di Castellaro Lagusello nell'elenco UNESCO tra i siti palafitticoli alpini, e con una visita alla corrispondente sezione del museo Archeologico a Cavriana.

Rappresentazione grafica itinerario 2



### **3 Le vie dell'acqua**

Proposta per temi:

Natura

Cicloturismo

Arte e cultura

Territori attraversati :

Mantova

Oltrepò Mantovano

Intermodalità:

motonave

bici

Durata del viaggio:

2 giorni

GIORNO 1

### **Mantova e San Benedetto Po**

#### **Mattino**

Partenza da Mantova per un'escursione sui laghi in motonave con possibilità di caricare la bici a bordo, con discesa del Mincio passando attraverso la conca di Governolo fino al fiume Po.

Dopo lo sbarco alle porte di San Benedetto Po si raggiunge il centro del paese in bicicletta seguendo il percorso arginale.

Pranzo in ristorante nella piazza di San Benedetto Po.

**Pomeriggio**

Visita del Complesso Monastico Polironiano, con la quattrocentesca Chiesa Abbaziale, i chiostri quattrocenteschi di San Simeone, di San Benedetto e dei Secolari, alle cantine cinquecentesche, al Refettorio monastico, al Museo Civico e agli ambienti esterni di Piazza Matilde di Canossa e di piazza Folengo.

Degustazione Vini e merenda presso Infopoint di San Benedetto Po, in Piazza Matilde di Canossa.

Proseguimento per un agriturismo della zona per check-in e cena.

Visita all' Osservatorio astronomico Pubblico di Gorgo.

Pernottamento in agriturismo o sistemazione in area sosta camper.

GIORNO 2

**Natura, silenzio, turismo lento**

**Mattino**

Partenza per Moglia, per la visita in bici all'Ecomuseo delle Bonifiche: 14 km di percorsi ciclopedonali sugli argini dei canali e del fiume Secchia, con possibilità di sosta presso aree dedicate all'orientamento, dotate di pannelli informativi, lungo la ciclovia EuroVelo 7.

Pranzo in agriturismo o ristorante nella zona.

**Pomeriggio**

Opzione A

Visita al Museo dell'antica Civiltà contadina, mostra sul suino e sulle tradizioni popolari.

Opzione B

Trasferimento a Moglia di Sermide per visita ad una latteria oppure al Centro di Educazione ambientale di Sermide presso la ex Teleferica.

Ritorno in serata.

Rappresentazione grafica itinerario 3



**4 Sapori e Saperi delle Terre di Mantova, un viaggio nel gusto**

Proposta per temi:

Enogastronomia

Arte e cultura

Cicloturismo

Wellness

Territori attraversati :

Alto Mantovano  
Medio Mantovano  
Oltrepò Mantovano

Intermodalità:

auto e/o bus  
bici

Durata del viaggio:

4 giorni

GIORNO 1

**Vini dei colli morenici**

**Mattino**

Visita delle risorse culturali e turistiche di Castiglione delle Stiviere, tra cui Museo della Croce Rossa e Museo Aloisiano.

Dal punto di vista enogastronomico tutta la zona si caratterizza principalmente per la produzione di vini DOC oltre che per alcune particolarità culinarie come i "capunsèi".

Pertanto, la mattina non può che concludersi con la visita di una delle numerose cantine nelle Colline Moreniche per una degustazione guidata di prodotti tipici e vini e/o pranzo.

**Pomeriggio**

Dedicato al trekking dolce per visitare i luoghi della famosa battaglia del 1859 ed il museo del Risorgimento di Solferino.

Cena presso un ristorante o cantina in zona Colli morenici.

Pernottamento in hotel o area sosta in zona colline moreniche per chi si muove con il camper.

GIORNO 2

**Riso e risotti**

**Mattino**

Partenza per Volta Mantovana, visita e proseguimento in bici fino a Bosco Fontana.

La coltivazione del "Vialone Nano", ingrediente principe dei risotti della tradizione gastronomica mantovana, va da Goito a Roverbella, toccando Castelforte, Bigarello, Castel d'Ario e Villimpenta, vere capitali gastronomiche del celebre piatto.

Da visitare lungo il percorso le ville rurali sparse nella campagna: a Roncoferraro il singolare Monumento alla Mondina, gli imponenti ruderi della Favorita del XVII secolo a Porto Mantovano, i resti del castello scaligero di Villimpenta.

Castel d'Ario, che ospita un altro castello, è noto soprattutto per il famoso "Riso alla Pilota De.Co."; oltre che per aver dato i natali all'asso dell'automobilismo Tazio Nuvolari.

Pranzo tipico o degustazione di risotti in un agriturismo della zona oppure presso i ristoranti che aderiscono alla Associazione Strada del Riso e dei suoi Risotti.

**Pomeriggio**

Opzione A >> arte e cultura

Si prosegue per Mantova città, con visita del centro e di un interno tra museo Tazio Nuvolari o Palazzo d'Arco o Teatro Bibiena.

Opzione B >> relax

Relax presso piscina o centro termale a pochi chilometri da Mantova.



Cena in ristorante tipico a Mantova o comuni limitrofi.

Pernottamento a Mantova in agriturismo in zona o B&B o hotel o area sosta camper.

GIORNO 3

### **Le terre del tartufo**

#### **Mattino**

Opzione A >> le terre del tartufo nell'Oltrepò

Percorso in bici sull'argine di Bonizzo di Borgofranco visita del Museo del Tartufo.

Si può proseguire fino a Carbonara di Po per raggiungere il ristorante per il pranzo a base di tartufo.

Da non perdere in periodo autunnale: andare a tartufi, attività con i "trifulin", i cercatori di tartufi locali.

Opzione B >> degustazione in cantina

Degustazione in una cantina, tenendo come riferimento le Strade del gusto, in particolare la Strada dei Vini e Sapori Mantovani.

#### **Pomeriggio**

San Benedetto Po e visita del complesso del Polirone, seguita da una merenda degustazione presso la Bottega dei vini e dei sapori mantovani in piazza a San Benedetto Po.

Da non perdere, a poca distanza, il piccolo paese di Quingentole con un'ampia e scenografica piazza, il borgo di Nuvolato di Quistello, e l'antica chiesa Matildica di S. Fiorentino.

Per gli amanti della bicicletta gli argini del Po a San Benedetto (in particolare quello inferiore) si presentano come percorsi agevoli e suggestivi.

GIORNO 4

### **Formaggi e mostarde**

#### **Mattino**

Partenza in auto per visita ad uno dei caseifici della zona. Assaggio di Grana Padano o Parmigiano Reggiano con abbinamenti di mostarde mantovane.

Visita a Suzzara e alla Galleria del Premio che raccoglie tutte le opere vincitrici del concorso nato nel 1948.

Rappresentazione grafica itinerario 4



### **5 I luoghi dello spirito**

Proposta per temi:

Arte e cultura

Cicloturismo

Ambiente e Natura

Territori attraversati :

Alto Mantovano

Medio Mantovano

Oltrepò Mantovano

Intermodalità:

auto e/o camper

bici

barca

Durata del viaggio:

3 giorni

GIORNO 1

### **Le chiese nell'Alto Mantovano**

#### **Mattino**

Si parte da Castiglione delle Stiviere, la cittadina più importante dell'Alto Mantovano, nota in campo religioso per i "luoghi Aloisiani": innanzitutto la Basilica di San Luigi Gonzaga e il Museo Aloisiano. Di impronta diversa ma altrettanto importante sono il Museo della Croce Rossa e Palazzo Bondoni Pastorio.

Successivamente si può raggiungere Cavriana (circa 11 km), per una visita del centro storico e dell'antica Pieve Romanica della Beata Vergine Maria.

Pranzo in agriturismo della zona.

#### **Pomeriggio**

Proseguimento per Medole nella pieve di Santa Maria, per proseguire il viaggio alla ricerca del romanico nella Parrocchiale di Acquanegra sul Chiese.

Partenza per Mantova.

Arrivo a Mantova e check-in in hotel o altra struttura, oppure sistemazione in area sosta camper.

Passeggiata in centro storico, aperitivo in uno dei locali del centro.

Cena in ristorante, osteria o altro in città o comuni limitrofi.

Pernottamento.

GIORNO 2

### **Mantova e Grazie**

#### **Mattino**

A piedi in città, con visita alla Rotonda di San Lorenzo, Basilica di Sant'Andrea, Duomo e Museo Diocesano in Piazza Virgiliana.

Pranzo in ristorante, osteria o altro in città o nei comuni limitrofi.

#### **Pomeriggio**

Opzione A

Partenza da Mantova in barca con bici a bordo per un'escursione naturalistica nelle valli del Mincio fino al Borgo di Grazie di Curtatone ( inserito nell'elenco dei Borghi più belli d'Italia) per una visita al Santuario di Santa Maria e

al Museo dei Madonnari. Si suggerisce di proseguire in bici fino a Rivalta sul Mincio con possibilità di visita al Centro Parco.

Ritorno a Mantova in bicicletta.

Cena in ristorante, osteria o altro e pernottamento.

Opzione B

Trasferimento da Mantova per Grazie in macchina o camper (circa 10 km) per una escursione in barca con partenza dal pontile di Grazie e visita al Borgo. Proseguimento in bici fino a Rivalta sul Mincio e ritorno.

Cena presso un ristorante tipico del Borgo.

Pernottamento in struttura a Grazie o in area sosta camper attrezzata o presso l' Ostello di Rivalta sul Mincio.

GIORNO 3

### **Le Terre Matildiche**

#### **Mattino**

Partenza per San Benedetto Po, ora inserito nel circuito dei 21 "comuni Gioiello d'Italia" e tra i Borghi più belli d'Italia, si visita il Complesso Monastico Polironiano dell' XI secolo dove Matilde di Canossa fondò l'attuale basilica.

Il percorso suggerito prosegue attraverso le chiese romaniche di cui Matilde fu promotrice, ovvero la Pieve di San Lorenzo a Pegognaga, la Chiesa di San Fiorentino a Nuvolato, l'Oratorio di San Lorenzo a Quingentole, la Chiesa di Sant'Andrea a Ghisione di Villa Poma, e la Parrocchiale dell'Assunta a Pieve di Coriano.

È consigliabile proseguire l'itinerario in bicicletta in direzione di Quistello (possibilità anche di noleggiare in loco): il percorso ambientale e naturalistico attraversa il Parco delle Golene Foce Secchia.

Pranzo in agriturismo o ristorante in zona per gustare piatti a base di prodotti tipici certificati come il tartufo, la pera IGP, il Parmigiano Reggiano, il Lambrusco DOC.

#### **Pomeriggio**

Opzione A

Passeggiata a cavallo con guida abilitata o altra attività proposta in agriturismo.

Opzione B

Visita a pochi chilometri da Quistello del Museo del Po, nel prestigioso Palazzo Ducale di Revere e del mulino natante ricostruito in scala reale.

Cena presso ristorante per gustare piatti tipici a base di tartufo.

Pernottamento in struttura ricettiva in zona, o area sosta.

Per l'indomani, possibilità di proseguire l'itinerario in bicicletta lungo il percorso che costeggia il Po, completamente tabellato **Garda-Adriatico**.

Rappresentazione grafica itinerario 5:



### **Descrizione di eventuali ulteriori attività/azioni**

Il progetto di destination marketing verrà coordinato con gli eventi e le iniziative programmate dal territorio provinciale a maggiore visibilità (Mostra di Giulio Romano “Con nuova e stravagante maniera” organizzata in collaborazione tra Comune di Mantova e complesso museale di Palazzo Ducale Museo Nazionale, rassegna musicale Mantova arte e musica, rassegna “Mantova arte e musica” oltre alle consolidate manifestazioni culturali “Trame Sonore” e “Festivaletteratura”....).

Al link [www.iat.terredimantova.it/viaggioinlombardia](http://www.iat.terredimantova.it/viaggioinlombardia) è scaricabile la documentazione relativa ai dati dell’osservatorio turismo provinciale, documentazione relativa all’architettura del sistema informativo turistico provinciale, il manuale del brand “Terre di Mantova”, relazioni sugli interventi ICT di realizzazione applicazioni mobile APP e piano di marketing digitale, materiale promozionale e fotografico riferito agli eventi Expo 2015 nei luoghi simbolo del territorio.

### **PIANO DI COMUNICAZIONE DELL’OFFERTA TURISTICA**

#### **Descrivere il piano di comunicazione di progetto**

Il riposizionamento dell’offerta turistica del territorio mantovano richiede un’azione coordinata per una efficace comunicazione ai soggetti territoriali e agli operatori turistici, al fine di riallineare il sistema dell’offerta al messaggio comunicativo e promozionale.

Il piano di comunicazione di progetto prevede un evento di lancio del progetto attraverso la realizzazione di una conferenza stampa di presentazione a scala provinciale, con l’invito a tutti gli attori del sistema turistico locale (operatori della rete degli Infopoint, operatori turistici, associazioni di categoria – Confesercenti, Confcommercio) e la partecipazione dei partners di progetto. Durante l’iniziativa verrà dettagliata l’articolazione delle attività progettuali, sensibilizzati gli operatori sulla value proposition e target turistico del progetto, per assicurare che il sistema locale esprima un livello di servizio coerente.

Le specifiche attività di comunicazione (campagna social marketing, social foto contest, travel blogger-educational tour) saranno rese visibili e promosse con informative specifiche attraverso la rete degli Infopoint e veicolate, nella loro scansione temporale, alla community degli operatori turistici e alle associazioni di categoria, oltre che sulla stampa locale.

Per l’avvio e operatività del portale [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it), rivisto e restilizzato, si propone un evento pubblico, con la partecipazione di un testimonial di richiamo, oppure l’aggancio mediatico in occasione di uno dei maggiori eventi programmati sul territorio.

### **POTENZIALITÀ DI PROGETTO**

#### **Descrivere lo scenario strategico a tendere**

La descrizione del prodotto turistico realizzata nei paragrafi precedenti dà conto di un territorio ricco di una molteplicità di risorse turistiche, integrabili e variamente combinabili in logica esperienziale.

I tematismi prevalenti non sono ad oggi però adeguatamente gestiti, comunicati, né promossi attraverso un approccio esperienziale che consenta di caratterizzarli e differenziarli rispetto alle categorie di segmentazione turistica, né rispetto ai competitors.

In passato sono state sviluppate alcune sperimentazioni di strutturazione del prodotto turistico in una logica esperienziale, sulla base di specifiche opportunità, come per esempio la proposta di itinerari di visita in occasione del semestre Expo 2015, che hanno dimostrato il forte potenziale di differenziazione e attrattività turistica generabile.

Il presente progetto si focalizza sulla rilettura in chiave esperienziale della comunicazione e

promozione turistica, mediante la rielaborazione del messaggio e della promozione turistica attraverso gli strumenti digitali ad oggi utilizzati per le attività di accoglienza/informazione/promozione e comunicazione.

In questo obiettivo strategico di riposizionamento del prodotto turistico del territorio mantovano svolge un ruolo centrale il sistema informativo turistico della provincia di Mantova, che rappresenta il substrato informativo dell'accoglienza e informazione turistica del territorio e la principale porta di accesso digitale al territorio.

La rivisitazione e impostazione di questa porta digitale al territorio consente appunto di rivedere le logiche di erogazione dei servizi di comunicazione, promozione, accoglienza e informazione turistica, secondo un nuovo approccio esperienziale, differenziale, distintivo e univoco, in grado di catalizzare l'interesse dei potenziali nuovi turisti e consolidare l'esperienza del turista di ritorno. Il sistema informativo turistico, distribuito sulla rete degli infopoint territoriali, garantirà un impatto territoriale diffuso di questa nuova strategia di posizionamento, anche attraverso l'utilizzo e ulteriore radicamento degli strumenti di fruizione in mobilità (Web APP "Terre di Mantova") e una campagna di social marketing e social foto contest dedicate.

Per potenziare l'impatto del riposizionamento il progetto prevede inoltre specifiche attività di promo-comunicazione dell'approccio esperienziale attraverso azioni B2B realizzate sulla base degli itinerari tematici descritti.

L'effetto combinato di queste attività genererà, nelle intenzioni della proposta, un riposizionamento del prodotto turistico del territorio mantovano, in grado di potenziare l'attrattività del territorio, generare ricadute positive in termini di nuovi flussi turistici e consolidamento del turismo di ritorno.

Il concept grafico di progetto trova suo riferimento nel brand territoriale "Terre di Mantova" che, come già illustrato definisce l'identità del territorio mantovano, la sua unicità nell'articolazione delle proposte e tematiche di segmentazione. In particolare il segno grafico richiama la forma sinuosa della "M" per esprimere il concetto di appartenenza al territorio mantovano, dove viene enfatizzato il passaggio cromatico dal verde delle zone collinari all'azzurro del fiume Po, mentre il naming si caratterizza per un cromatismo variegato, al fine di restituire l'ampia gamma di risorse presenti sul territorio e la sua unicità e identità nell'integrazione dei diversi tematismi. Il pay-off "cultura da vivere, natura da scoprire" richiama appunto i segmenti turistici individuati come prevalenti.

A partire da questo concept verranno declinate le proposte tematiche esperienziali, attraverso elementi grafici distintivi che le caratterizzino e rispetto alle quali verrà ridisegnata l'intera impostazione del portale [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it), l'articolazione delle diverse sezioni e la web usability.

La rivisitazione del portale lascerà spazio alla creazione di una community, alimentata dalla esperienza del turista, dalla sua interazione con il territorio e con gli strumenti digitali disponibili (Web APP "Terre di Mantova"), che sono stati già progettati in una logica esperienziale.

Le specifiche attività di comunicazione (social foto-contest, social marketing) e le azioni B2B (educational tour) dovranno consolidare il riposizionamento del prodotto turistico secondo la logica esperienziale, contribuendo fattivamente alla lettura delle risorse turistiche in chiave integrata e rispetto ai segmenti (artistico-culturale, green, cicloturismo, enogastronomico) al target di turista individuato.

Di seguito di riporta il concept grafico di progetto:



**Descrivere l'articolazione, la varietà, la diversificazione e le modalità di coordinamento delle attività di progetto**

La proposta progettuale si articola in attività di comunicazione e azioni B2B.

Attività di comunicazione:

1-Una prima attività di comunicazione è riconducibile alla declinazione del concept ombrello di posizionamento secondo la logica tematica-esperienziale, che rappresenta il concept grafico di progetto.

2-Una seconda attività è relativa alla rivisitazione, restyling del portale [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it) secondo la fruizione esperienziale delle risorse turistiche del territorio, il ri-orientamento dell'informazione e accoglienza turistica del territorio, il potenziamento dell'attività redazionale del sistema informativo turistico con il supporto di una figura specializzata nella comunicazione turistica, le attività di Seo (search engine optimization), il potenziamento e ottimizzazione dei collegamenti con la rete territoriale degli infopoint e dell'Ecosistema Digitale Turistico di Regione Lombardia .

3-Una declinazione comunicativa riguarda la campagna di social marketing, attraverso l'animazione dei canali turistici social attivi (Facebook, Twitter), la realizzazione di specifiche attività di social advertising (google, youtube, post sponsorizzati, friend suggestion, suggested pages...) unitamente all'iniziativa del social foto contest, per l'aggiornamento dell'archivio fotografico del sistema informativo provinciale, con il contemporaneo engagement del target turistico individuato.

4-Rielaborazione, produzione e stampa di materiale informativo turistico riferito al territorio mantovano, sulla base della rilettura in chiave esperienziale degli itinerari di visita individuati.

Azioni B2B:

1-Educational tour per operatori turistici/tour cross mediale- travel blogger: progettazione e realizzazione di educational tour dedicati agli operatori turistici, nell'ambito del territorio (ovvero tour cross mediale attraverso individuazione di un travel blogger), secondo gli itinerari tematici costruiti in logica esperienziale (segmento green, cicloturismo, arte e cultura, enogastronomia), con utilizzo della Web App "Terre di Mantova", restituzione dei dati multimediali e alimentazione del portale turistico [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it).

2-Partecipazione a fiera settoriale di carattere nazionale/internazionale: partecipazione ad una fiera settoriale di livello nazionale/internazionale, tra quelle individuate nel Programma di promozione turistica anno 2020 della Regione Lombardia, in coordinamento e collaborazione con Explora, con la progettazione e realizzazione del materiale grafico promozionale e comunicativo, riferito agli itinerari tematici esperienziali, oppure partecipazione a fiere di interesse nazionale non individuate da Regione progettando e realizzando allestimento grafico dello stand.

Di seguito si riporta il cronoprogramma delle attività progettuali:

**Allegato C**  
**BANDO VIAGGIO #INLOMBARDIA SECONDA EDIZIONE**

Terre di Mantova, cultura da vivere, natura da scoprire	Soggetto attuatore	gen-20	feb-20	mar-20	apr-20	mag-20	giu-20	lug-20	ago-20	set-20	ott-20	nov-20	dic-20
<i>Attività Comunicazione</i>													
1-Declinazione concept grafico	Provincia Mantova												
2-Restyling portale turismo	Provincia Mantova												
3-Social marketing, social foto contest	Provincia Mantova												
4-Rielaborazione e stampa materiale promozionale turistico del territorio mantovano	Consorzio Oltrepò												
<i>Azioni B2B</i>													
5-Educational/travel blogger tour	Partners (Consorzio Oltrepò, Camera di Commercio)												
6-Monitoraggio e rendicontazione	Provincia/Partners												

Il coordinamento progettuale è in capo alla Provincia di Mantova, capofila del partenariato.

Per garantire un efficace coordinamento complessivo viene istituito un tavolo tecnico formato dai referenti tecnici della Provincia di Mantova (Servizio Turismo, Servizio assistenza tecnico amministrativa agli enti locali) e dei soggetti partner Consorzio Oltrepò Mantovano e Camera di Commercio.

Le attività di comunicazione che vedono come soggetto attuatore la Provincia di Mantova (1-3) saranno presidiate e realizzate direttamente dal Servizio Turismo della Provincia di Mantova, mentre le attività riconducibili ai partners (attività di comunicazione 4, azioni B2B 5) saranno realizzate dai partner con il coordinamento del Servizio assistenza tecnico amministrativa agli enti locali della Provincia di Mantova. L'attività complessiva di rendicontazione sarà presidiata dal Servizio assistenza tecnico amministrativa agli enti locali della Provincia di Mantova.

### **Ruolo degli stakeholder e dei locals coinvolti**

La proposta progettuale coinvolge, oltre al partner di progetto, alcuni stakeholder locali.

In primo luogo le associazioni di categoria (Confcommercio, Confesercenti) hanno espresso interesse per la progettualità e per il coinvolgimento diretto degli operatori nella relativa implementazione, manifestando la volontà di partecipare al tavolo di coordinamento per sostenere i propri associati nella rivisitazione del sistema dell'offerta secondo la logica esperienziale.

Un altro stakeholder territoriale è rappresentato dall'Associazione Colline Moreniche, che aggrega 8 comuni dell'area delle colline moreniche del Garda (Castiglione delle Stiviere, Cavriana, Medole, Monzambano, Ponti sul Mincio, Pozzolengo, Solferino, Volta Mantovana) e si occupa di promozione turistica territoriale nell'area dell'alto mantovano. L'Associazione è attiva dal 1987, nello sviluppo dell'attività turistica del territorio morenico, collabora con l'infopoint dell'alto mantovano nell'informazione turistica, promuove iniziative, anche poliennali, per favorire una maggiore conoscenza dell'area morenica, attraverso la pubblicazione di notizie promozionali su itinerari turistici legati alla storia, all'arte, al sacro, all'ambiente, nonché su convegni e qualsiasi evento culturale importante che si realizzi sul territorio morenico. L'Associazione Colline Moreniche supporterà lo sviluppo del progetto attraverso la diffusione capillare dei contenuti presso i comuni dell'area di competenza, la propria rete di operatori turistici, con particolare riferimento al bacino turistico del basso Garda, promuovendo gli itinerari tematici anche in occasione della partecipazione a fiere settoriali, integrando la comunicazione turistica con le proprie iniziative e attività

programmate nel corso del 2020, a maggior attrattività/visibilità turistica.

Nell'ambito del sistema informativo turistico della provincia di Mantova, nelle attività di comunicazione di progetto sono inoltre coinvolti tutti gli infopoint riconosciuti dalla Regione Lombardia attivi sul territorio (San Benedetto Po, Sabbioneta, Castelgoffredo, Mantova), oltre agli uffici di informazione turistica operanti (Grazie di Curtatone, Monzambano, Volta Mantovana, Rivalta sul Mincio) e i relativi operatori, sia in termini di comunicazione di progetto sia in termini di partecipazione alla definizione dei contenuti.

Relativamente alle attività di B2B saranno coinvolti specifici operatori per la realizzazione dei percorsi turistici tematici esperienziali da promuovere.

Il piano di comunicazione di progetto prevede inoltre il coinvolgimento di tutti gli operatori del sistema turistico locale attraverso l'evento lancio del progetto e l'aggancio mediatico all'evento di maggior rilievo e visibilità programmato nel 2019-2020, cioè a dire la mostra di Giulio Romano "Con nuova e stravagante maniera" (prevista a Mantova dal 6 ottobre 2019 al 6 gennaio 2020), in collaborazione con il Comune di Mantova e il complesso museale di Palazzo Ducale.

### **Ruolo dei partner**

Il capofila Provincia di Mantova è affiancato da Camera di Commercio di Mantova e Consorzio Oltrepò Mantovano.

La Camera di Commercio di Mantova a seguito della riforma del Dlgs 219/2016 istituzionalmente presidia le attività di promozione turistica e culturale del territorio di riferimento. Ha sviluppato negli ultimi anni molteplici progettualità territoriali di promozione turistica e culturale del territorio, in particolare in occasione della programmazione degli eventi Expo 2015, e ha collaborato fattivamente con la Provincia di Mantova nell'implementazione del sistema informativo digitale turistico. La Camera di Commercio cofinanzia il progetto di destinazione turistica e realizza le seguenti attività: progettazione e realizzazione di educational tour/travel blogger nell'ambito del territorio, con utilizzo della Web APP "Terre di Mantova", restituzione dati multimediali e alimentazione della base dati del sistema informativo turistico [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it).

La Camera di Commercio presidierà inoltre il coinvolgimento delle categorie economiche interessate dal progetto, con la partecipazione delle associazioni di categoria (Confesercenti, Confcommercio) al tavolo di coordinamento tecnico descritto al paragrafo precedente, al fine di garantire la puntuale realizzazione delle attività, una disseminazione delle iniziative di promo/comunicazione presso le filiere degli operatori economici, al fine di orientare il sistema dell'offerta turistica verso la logica di fruizione esperienziale dei percorsi tematici, e più in generale l'impatto del progetto sul sistema dell'offerta locale.

Il Consorzio Oltrepò Mantovano è un consorzio di comuni che aggrega 23 comuni dell'area basso mantovano, con funzioni di governance territoriale per la gestione integrata e coordinata dei sistemi culturali, ambientali, turistici, dei servizi associati, del sistema socioeconomico e rurale dell'Oltrepò Mantovano. Il Consorzio Oltrepò Mantovano cofinanzia il progetto di destinazione turistica e realizza le seguenti specifiche attività: -rielaborazione produzione e stampa del materiale di promozione turistica secondo logica esperienziale in riferimento agli itinerari turistici individuati; progettazione e realizzazione di educational tour/travel blogger nell'ambito del territorio, con utilizzo della Web APP "Terre di Mantova", restituzione dati multimediali e alimentazione della base dati del sistema informativo turistico [www.turismo.mantova.it](http://www.turismo.mantova.it); partecipazione ad una fiera settoriale di livello nazionale/internazionale, in coordinamento e collaborazione con la Destination Management Organization (DMO) di Regione Lombardia Explora, con la progettazione e realizzazione del materiale grafico promozionale e comunicativo, riferito agli itinerari tematici esperienziali.

### **Descrizione delle potenziali fonti di finanziamento**



La proposta progettuale prevede un sostegno finanziario da parte di:

- Provincia di Mantova, per un importo di 18.000 euro di risorse proprie di bilancio, per la realizzazione delle attività di declinazione esperienziale del concept grafico, restyling del portale turistico, animazione dei canali turistici social, aggiornamento dell'archivio fotografico attraverso social foto contest
- Camera di Commercio di Mantova, per un importo di euro 2.400,00 di risorse proprie di bilancio, partecipando alla realizzazione diretta di un educational tour
- Consorzio Oltrepò Mantovano, per un importo di euro 9.600,00 di risorse proprie di bilancio, partecipa al progetto come partner per la realizzazione di un educational tour, la partecipazione ad una fiera settoriale e la rielaborazione e stampa di materiale promozionale turistico del territorio

## **POTENZIALITÀ DI PROGETTO**

### **Descrizione degli indicatori di progetto con particolare riguardo alle azioni del piano di comunicazione dell'offerta turistica**

La proposta progettuale si compone di attività di comunicazione e promozione digitale, azioni di B2B e un'attività di comunicazione più tradizionale.

Il monitoraggio e la valutazione del progetto comprende la definizione di un set di indicatori di KPI (key performance indicators) riferiti in modo particolare alla digital awareness della destinazione turistica.

Relativamente agli interventi sul sistema informativo turistico provinciale: numero di accessi/incremento numero di accessi al sito web turismo.mantova.it (con google analytics), numero di accessi/incremento numero di accessi alla Web App "Terre di Mantova", numero/incremento numero delle news redazionali prodotte per il servizio redazionale interno.

Relativamente alla campagna Social: numero contatti attivati attraverso il social foto contest, incremento numero follower canali social (Facebook, Twitter), numero/incremento numero contatti della rete degli infopoint.

Riguardo alla comunicazione tradizionale si farà riferimento ai quantitativi numerici di materiali promozionali realizzati, ristampa materiale (n. copie) comunicazione e promozione turistica.

Rispetto alle azioni B2B: numero operatori turistici coinvolti, numero potenziali contatti turistici attivati (per blogger)

Con riferimento al piano di comunicazione del progetto complessivo si può ipotizzare la quantificazione del numero di operatori turistici coinvolti nel progetto di riposizionamento (evento lancio, attuazione del progetto e rilascio finale del portale turistico)

Un indicatore di impatto complessivo è poi riferibile (indirettamente) all'andamento dei flussi turistici dai dati dell'osservatorio, mentre dal punto di vista dell'efficienza interna di progetto verranno definiti rapporti fra gli indicatori di progetto sopra individuati e l'entità delle risorse economiche destinate dal budget (es. incremento n. follower Vs costo campagna social).

Il tavolo tecnico istituito per la gestione del progetto avrà cura di implementare il sistema di indicatori di progetto e di popolarlo, in coerenza con l'implementazione del progetto stesso, e di comunicarne gli esiti nell'ambito del piano di comunicazione di progetto.