

MaMa - MARCA MACERATESE
Rete per la promozione e lo sviluppo culturale e turistico della Marca Maceratese.
REPORT PROPOSTE OPERATIVE

LO STORICO

2016, 30 Novembre - Biblioteca Mozzi Borgetti. Incontro per la tutela del patrimonio culturale a fronte del dramma del sisma che ha colpito 44 Comuni su 55. Importanza di fare rete. Sottoscrizione del manifesto del MAMA. Serie di riunioni, convegni azioni che portano dalla partecipazione di 34 enti a 54.

2017, Agosto - Firma protocollo di intesa per la RETE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO CULTURALE E TURISTICO DELLA MARCA MACERATESE.

2017, Dicembre – Riconoscimento dal Mibact di Distretto Turistico della Marca Maceratese (lavoro di collaborazione tra Confindustria Macerata e Regione Marche. Non adesione completa di tutti i firmatari del protocollo). Riconoscimento del Distretto Turistico e Protocollo d'intesa sottoscritto sono due elementi distinti.

Nel corso del 2018 - Febbraio: partecipazione alla BIT di Milano; Giugno: Regione Marche con decreto n.121 del 15.06.2018 stanziava 150.000 euro a favore del Comune di Macerata (Comune Capofila) per incentivare progetti di sviluppo della Marca Maceratese (50.000 euro contributo a sostegno di attività 2017 di lancio e 100.000 per qualificazione accoglienza e servizi); Agosto: partecipazione al MULA - Borsa del Turismo del Centro Italia (San Benedetto del Tronto); Settembre: primo bando di 50.000 euro a sostegno attività culturali e di accoglienza dei Comuni con 13 soggetti che ne beneficiano. Inoltre individuazione di soggetti attuatori e progetti per lo sviluppo di un sistema integrato di accoglienza e valorizzazione della Marca Maceratese, con due progetti presentati da E-lios (spin – off di Università di Camerino) per la mappatura di itinerari di valorizzazione del territorio ed Expirit, start - up di Macerata che si è concentrata sulla definizione di un sistema organizzato per la gestione di servizi di accoglienza turistica. Ognuna delle due azioni è stata realizzata con un importo di circa 17.000 euro il resto del finanziamento è stato utilizzato per realizzazione di prodotti elaborati in team (formazione operatori, stampa, distribuzione...).

Nel 2019 - Febbraio: presentazione della guida ufficiale, mappe e sito alla BIT di Milano, a Ottobre partecipazione al MULA di Cingoli e Borsa del Turismo Travel Experience a Rimini con lo stand della Regione Marche. Novembre: lettera al Presidente Ceriscioli, Assessore al Turismo Pieroni, Dirigente Orsetti per presentare un piano triennale di attività per sviluppare un progetto più ampio e completo, in un'ottica integrata con le politiche di investimento e di sviluppo regionale.

Nel 2020 - Giugno: invio da parte del Comune di Macerata alla Regione Marche di un progetto di sviluppo e rilancio della Rete della Marca Maceratese e richiesta del contributo regionale. Agosto: ultimo incontro in presenza con gli amministratori; tema centrale la costituzione di un'associazione di Comuni per conferire consistenza giuridica e capacità di azione e interazione con altri enti pubblici o privati a MaMa.

Luglio: assegnazione da parte della Regione con Delibera n.1048 del 27 luglio 2020 del Contributo al Comune di Macerata di 70.000 euro; Settembre: presentazione schema di bilancio preventivo da parte del Comune. Dicembre: richiesta da Regione di un rendiconto (anche parziale) per la concessione del contributo. Richiesta Sacchi, proroga concessione causa impedimenti dovuti all'emergenza sanitaria.

Nel 2021 - Febbraio: riscontro della richiesta proroga progetto “Emergenza Covid – Contributo per il progetto MaMa Marca Maceratese cni/2020”. Marzo: convocazione rivolta ai Comuni coinvolti il 26/03/2021 per una riunione sulla programmazione attività.

Aprile: costruzione di una serie di proposte operative che tenessero conto della modulazione delle azioni in coerenza con la rendicontazione regionale e al contempo che interpretassero al meglio le esigenze di valorizzazione espresse dai Comuni del Mama. Tali proposte sono state relazionate ai Comuni di Mama presenti nel corso della riunione on line del 20/04/2021.

AZIONI, OBIETTIVI, FINALITA’

Tra le necessità operative urgenti in vista dell’imminente stagione estiva vi è quella di condividere azioni concrete che possano definire una strategia di comunicazione e promozione del brand MaMa congiuntamente all’offerta turistica fornita dalla rete territoriale.

Dal dialogo con i rappresentanti del Mama, nella riunione del 26 marzo scorso, sono emerse questioni fondamentali per progettare le proposte operative.

Nell’ordine:

- **Aggiornamento e potenziamento dei contenuti web** (inclusi il controllo e la verifica di attività di SEO, utile all’indicizzazione e il posizionamento alto nei motori di ricerca) che rendano il contenitore MaMa www.marcamaceratese.info più efficace e funzionale alle esigenze di promozione, valorizzazione e rilancio dei territori post emergenza sanitaria;
- L’inserimento di un **calendario degli eventi** costantemente aggiornato in vista dell’imminente stagione estiva;
- **Collegamenti ipertestuali alle pagine del turismo** dei siti comunali coinvolti in MaMa.

A tali propositi **l’affiancamento costante di professionisti** del settore renderebbe sito e social più performanti.

Accanto alla presenza di un prodotto cartaceo, che ha connotato l’ambito di promozione legato a MaMa negli scorsi anni, vi è altresì:

- L’esigenza di veicolare in modo costante e aggiornato i **contenuti social** e le **esperienze già identificate** (e aggiungerne di nuove).

A fronte di tali necessità raccolte, ecco la strategia impostata sulla base della domanda di contributo già inviata alla Regione Marche con protocollo n. 72260 del 25 settembre 2020, come specificato nella seguente tabella di dettaglio.

SCHEDA OPERATIVA

AZIONE	MODALITA'	PROPOSTA
<p><u>Comunicazione e Promozione</u></p>	<p>Ideazione e definizione di un piano di comunicazione che preveda <u>azioni interne</u> rivolte al territorio di MaMa, agli amministratori, ai cittadini che sono primi utenti e promotori dei servizi di accoglienza e ricettività offerti dalla rete dei Comuni, tenendo anche conto di un andamento ragionevole, data l'emergenza Covid ancora presente, che tenderà a privilegiare in grande misura il turismo di prossimità alla riscoperta del cosiddetto "Genius Loci".</p> <p><u>Azioni esterne</u> volte più propriamente alla valorizzazione e alla promozione turistico culturale nei confronti di un'utenza nazionale e anche internazionale e di un pubblico nuovo e trasversale.</p>	<p>Cronache Maceratesi – In Viaggio con MaMa webserie</p> <p>Lonely Planet – Prodotto editoriale dedicato</p>
<p><u>Formazione</u></p>	<p>Ideazione e comunicazione di sessioni formative con relatori professionisti del settore turismo e cultura (provenienti dal mondo universitario, consulenza e imprenditoria turistica) dedicate agli Assessorati alla Cultura, Turismo e Attività Produttive; agli aspiranti operatori; a ricettività, ristoranti, aziende agricole, aziende artigianato, gestori di siti culturali, associazioni di promozione territoriale...</p>	<p>Expirit – 2 Corsi “Antifragile ri-disegnare il turismo” e “Creare, comunicare e vendere esperienze”</p>
<p><u>Altro (Valorizzazione azione Marketing)</u></p>	<p>Attività finalizzate a promuovere e distribuire commercialmente prodotti e azioni realizzate e digitalizzate sia on-line che off-line (potenziamento sito internet, eventi, progettazione, pacchetti turistici, ricerca bandi e relativa progettazione, booking integrato, channel management nei maggiori siti, social media management, produzione e divulgazione contenuti multimediali, partecipazione a fiere di settore, eductour, transfer costa-montagna).</p>	<p>Expirit - Sito web e Social Network</p>

Assunta tale ripartizione le azioni proposte si strutturano come di seguito:

- **COMUNICAZIONE E PROMOZIONE.** Ideazione e definizione di un piano di comunicazione che preveda azioni interne rivolte al territorio di MaMa, agli amministratori, ai cittadini che sono primi utenti e promotori dei servizi di accoglienza e ricettività offerti dalla rete dei Comuni, tenendo anche conto di un andamento ragionevole, data l'emergenza Covid ancora presente, che tenderà a privilegiare in grande misura il turismo di prossimità alla riscoperta del cosiddetto "Genius Loci". E azioni esterne volte più propriamente alla valorizzazione e alla promozione turistico culturale nei confronti di un'utenza nazionale e anche internazionale e di un pubblico nuovo e trasversale.

a) **Cronache Maceratesi** definisce così la sua proposta:

In Viaggio con MaMa (web serie di 15 puntate con i Comuni di MaMa + riprese sul posto + interviste + layout + 3 giorni sulla Homepage + sezione inserita nel sito -cliccabile un banner dedicato e fisso in homepage- www.cronachemaceratesi.it).

b) **Lonely Planet** definisce una proposta in tal modo:

Prodotto editoriale dedicato (Produzione guida in pdf scaricabile per 15 mesi e produzione landing page + Social media coverage: Facebook 1 post sponsorizzato e Instagram 1 post nel feed e Twitter 1 post sponsorizzato + presenza in newsletter + Display ADV), Tempi di sviluppo 60 giorni dall'ordine. La guida <https://www.lonelyplanetitalia.it/speciale/marche> ha avuto 7.000 download.

- **FORMAZIONE.** Ideazione, comunicazione e realizzazione di sessioni formative con relatori professionisti del settore turismo e cultura (provenienti dal mondo universitario, consulenza e imprenditoria turistica) dedicate agli Assessorati alla Cultura, Turismo e Attività Produttive; agli aspiranti operatori; a ricettività, ristoranti, aziende agricole, aziende artigianato, gestori di siti culturali, associazioni di promozione territoriale...

Nell'ambito della formazione la proposta di **Expirit** si concentra su due cicli di formazione:

- 1 - **"Antifragile ri-disegnare il turismo"**: ideazione comunicazione e realizzazione di 7 sessioni di 1 h ciascuna di formazione digitale con strategie di rilancio turistico post pandemia.
- 2 - **"Creare comunicare e vendere esperienze"**: ideazione comunicazione e realizzazione di 9 sessioni digitali di 1 h ciascuna dedicate alla progettazione, comunicazione e vendita di esperienze turistiche di successo.

- **ALLA VOCE "ALTRO" SI PREVEDE LA VALORIZZAZIONE DELL'AZIONE MARKETING**. Attività finalizzate a promuovere e distribuire commercialmente prodotti e azioni realizzate e digitalizzate sia on-line che off-line (potenziamento sito internet, eventi, progettazione, pacchetti turistici, ricerca bandi e relativa progettazione, booking integrato, channel management nei maggiori siti, social media management, produzione e divulgazione contenuti multimediali, partecipazione a fiere di settore, eductour, transfer costa-montagna).

Nell'ambito del marketing **Expirit**, realtà individuata e coinvolta nella progettazione dell'architettura e dei contenuti del sito www.marcamaceratese.info , effettua la seguente proposta:

1 – **Sito Web**: Manutenzione (12 mesi) + aggiornamento del sito attraverso l'inserimento di nuove sezioni e supporto allo sviluppo di contenuti (testi e foto) + supporto allo storytelling e caricamento all'interno del portale delle esperienze degli operatori (12 mesi).

2 – **Social Network**: gestione (18 mesi) Pagina Facebook MaMa (definizione linguaggio e tono di voce; definizione piano editoriale; pubblicazione contenuti; Community marketing & Digital Pr) + creazione e gestione (18 mesi) Pagina Instagram MaMa (definizione linguaggio e tono di voce; definizione piano editoriale; pubblicazione contenuti; Community marketing & Digital Pr).