



PIANO DI MARKETING STRATEGICO
PER IL TURISMO INTEGRATO TRA
SICILIA E MALTA

31 marzo 2008
PALERMO



PRISMA MARKETING PLAN

Avanzamento del progetto

*PIANO DI MARKETING STRATEGICO PER IL TURISMO INTEGRATO TRA SICILIA E
MALTA*



PRISMA MARKETING PLAN

Presentazione del Piano di Marketing

*PIANO DI MARKETING STRATEGICO PER IL TURISMO INTEGRATO TRA SICILIA E
MALTA*



PRISMA MARKETING PLAN

Avanzamento del Piano di Marketing

*PIANO DI MARKETING STRATEGICO PER IL TURISMO INTEGRATO TRA SICILIA E
MALTA*



LE TENDENZE TURISTICHE INTERNAZIONALI

- Gli Arrivi internazionali raggiungeranno il miliardo entro il 2010
- L' Europa manterrà la posizione di destinazione leader: ruolo chiave dell' "Area del Mediterraneo"
- Prodotti turistici emergenti: *turismo relazionale, ecoturismo, turismo culturale*



IL TURISMO IN SICILIA

- In aumento gli arrivi e le presenze, in diminuzione la permanenza media (2000-2006)
- Turismo fortemente concentrato nei mesi estivi
- Prevalenza delle strutture 3 stelle nella ricettività alberghiera.
- In crescita le strutture 4 stelle (2003-2006)
- Prevalenza dei B&B nella ricettività extralberghiera



PROFILO DEL TURISTA

- *Vacanze esperieziali*: vuole fruire di ambienti e culture isolate
- *Turismo indipendente*: meno massificato e con contenuti personalizzabili
- *Fai da te*: scegli e compone la vacanza prima e durante il viaggio
- Sistemazioni semplici e informali (B&B, Agriturismo)



5. Risultati della mappatura

5.1 Mappatura e Indagini per il TRI

5.2 I tre macrosistemi in Sicilia e a Malta:

- *Portualità, infrastrutturazione e accessibilità*
- *Microcentralità*
- *Ruralità e ambiente*

5.3 Gli attori territoriali:

- *Operatori*
- *Amministratori*
- *Ospiti*

5.4 I sistemi di offerta per il TRI





OBIETTIVI DEL PIANO DI MARKETING

- Protezione ambientale
- Promozione del patrimonio culturale
- Governance di sistema
- Innovazione dell'offerta turistica
- Empowerment delle risorse umane
- Implementazione del sistema informativo
- Promozione turistica



LE AZIONI PER IL SISTEMA DI GOVERNANCE

- *Organizzazione della governance locale*
 - Identificazione di due gruppi di azione (GAL Val D'Anapo);
 - Integrazione di sistemi di governance tra Malta e Sicilia.
- *Integrazione dell'offerta tra territori e tra regioni*
 - Promozione dello sviluppo locale del TRI attraverso la cooperazione/integrazione tra differenti settori della società
 - Sviluppo di prodotti congiunti sulla base delle migliori esperienze del TRI e del turismo sostenibile



PRISMA MARKETING PLAN

**GRAZIE
PER
L'ATTENZIONE**

*PIANO DI MARKETING STRATEGICO PER IL TURISMO INTEGRATO TRA SICILIA E
MALTA*